



魅力ある商品づくり



有明産の無添加のり  
(上)パッケージ改良前  
(下) 同 改良後



豊かな熊本県の農林水産品。その恵まれた素材を、さらに健康志向、多様化、個性化という時代のニーズに対応した付加価値のある商品にし、販売を促進しようという目的で昭和六十三年、第三セクター方式によって設立された熊本県商品計画センター（社長・山内新熊本県副知事。「売れる県産品づくり、魅力ある商品づくり」を目指して商品開発、流通開発、販売促進、デザイン開発、広報宣伝、人材の指導育成等をトータルに運営する実践のセンターである。「作れば売れる時代から、良いモノを作れば売れる時代へ。そして今は『売れるモノを作る』時代なんだ

（株）熊本県商品計画センター

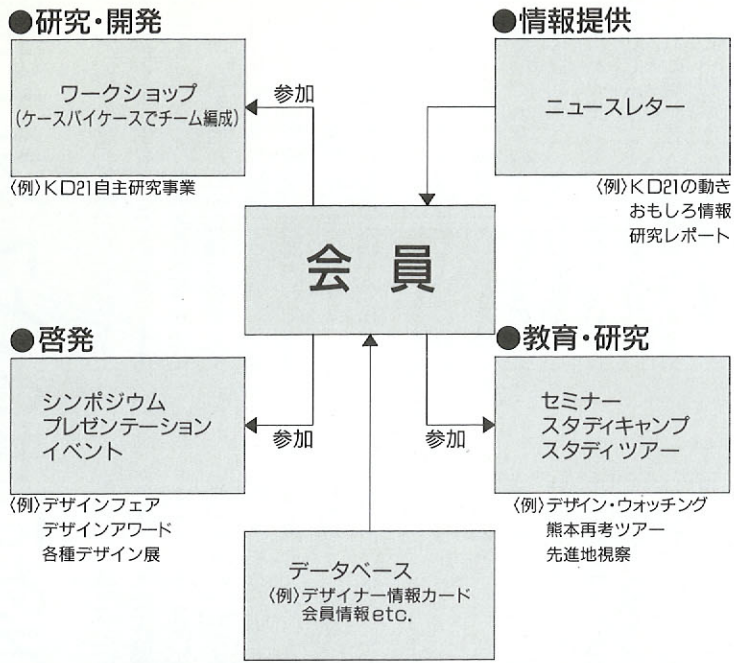
す。県産品についても、マーケティングによって市場を知り、商品についての明確なコンセプトを立て、それを表現するパッケージデザインを施す。そこで、良い素材に高い付加価値がついてくる。そういった商品開発を生産者の方たちと一緒に進めています」と川口孝雄専務。例えば有明産の無添加のり。健康食品、こだわり商品として位置づけ、パッケージもシンプルな白木の箱入りに新し、筆文字の素材で重厚感あるロゴを使用した。高級贈答品向け商品として販路を開拓し、現在では東京のデパートで定番商品になっている。その他、河内町のみかんブランドの容器に天草陶器を活用し、南欧のイメージのデザインを施すリニューアルを行ったり、白川銘水おかげなどの商品開発を行っている。同社の機能は流通開発や、広報、PR機能と、商品開発だけにとどまるものではない。そのすべての機能を生産者に活用してもらい、「熊本の商品群を『メイドインクマモト100点』と銘打って東京で展示販売会までもっていかれたら」と川口専務は夢を語る。メイドインクマモトのブランドづくり、魅力ある商品づくり、その大きな動きの中で、デザインの果たす役割もまた大きい。



川口孝雄専務

メイドインクマモトブランドデザイン活用

KD21 会員活動スキーム



KD21のロゴマーク

メンバーは五つの部会に分かれて、それぞれのような研究テーマのもとに活動を続けている。

- 企画部会：熊本のデザイン振興のあり方やKD21の活動充実に関する課題に取り組み。
- これまでにデザイン料金についての討議や著作権についての問題を取り上げてきた。
- ヴィジュアルデザイン部会：印刷物（広告デザイン、パッケージデザイン他）など視覚的デザインに関する活動を行う。
- その中から各市町村や商工団体に無料配布した「デザイナー情報カード」が生まれた。
- プロダクトデザイン部会：製品のデザインに関する活動を行う。
- 県内産品、地場企業商品の商品性について多角的に検討、デザイン開発等を行っている。
- スペースデザイン部会：公共空間をはじめとする環境デザインに関する活動を行う。
- 熊本空港売店スペースの提案を行った。
- 生活デザイン部会：日常生活のデザインに関する活動を行う。
- 一八代のイ草や人吉の木工など熊本の生活素材の再発見を行っている。

また、デザイン意識の啓発を目的に優れたデザインを紹介する県主催のデザインフェア（昭和六十二年から毎年一回開催）の企画、バックアップもKD21の大きな活動の一つである。特に今年度は「熊本総合デザインフェア」として、「熊本県の産業とデザイン」、「環境とデザイン」のテーマのもと熊本の恵まれた素材をもとにデザイン化された「いいもの」を展示する。例えばイ草を現代の暮らしの中にアレンジしていけばどのようなものになるのか。また最新のコンピュータを使ってデザインすればどうなるか。熊本の環境デザインとは？など多角的に熊本のデザインをとり上げる。このフェアをKD21が企画していくことで、デザイン及びその施策の状況を知らせるとともに、KD21自体の存在とその意義を理解してもらい、一般の人々に、企業の人々に認識、積極的な活用を促すこととしている。