

住宅向屋外製品開発支援

庭に向けた製品開発

藤 靖之、江口 佳孝
佐賀県窯業技術センター
有田エクステリア研究会

ここ数年、エクステリア大手は、半屋外製品に注力しているところである。これらは、居住空間を外へと広げる取り組みである。新しい空間ができたところで、市場からは庭に向けた製品の展開が要望されている。この空間に向けた製品の拡充は喫緊の課題である。そこで、有田エクステリア研究会に製品開発支援を行った。

The support of the development for residential exterior products

The development for the garden products.

Yasuyuki FUJI, Yoshitaka EGUCHI
Saga Ceramics Research Laboratory
Arita exterior workshop

In recent years, large exterior product manufacturers are focusing on developing semi-outdoor products. This approach spreads living space to outdoor. The market requires new garden products for those new spaces. These development of products are urgent issues. We have supported Arita exterior workshop on garden products development.

1. はじめに

有田エクステリア研究会では、数年来住宅向屋外製品、主にエントランス周りの景観材等を中心に製品展開の取り組みを行ってきた。更なる取り組みとして、製品拡充を目指し庭周りの製品展開に着手したところである。

本支援事業では、主に個人住宅向けの庭周り景観材製品の開発支援を行った。



写真1 チェルシーフラワーショー出展金魚・蓮文様タイル水槽.

2. 支援内容

2.1 製品開発

2.1-1 金魚・蓮文様の転写化

2014 チェルシーフラワーショーに出展した水槽の「金魚・蓮文様」を水回りの製品に展開するために版下の製作・製版を転写化を行った。手書きでの展開では、コストの面からみても現実的ではないが、転写をすることで価格面からの展開が期待できる。



写真2 転写による水鉢への展開.

2.1-2 バードバスの製作

H25～26 において関西地区のガーデンデザイナーによる助言と意見交換を基にバードバスの試作を行った。

バードバスは、単に小鳥の水浴びということが機能ではなく、庭のアイストップとしてデザイン展開の中に用いられる。更なるバリエーションの拡充が期待されている。



写真3 白磁のバードバス.



写真4 磁芸のバードバス 岩尾磁器工業㈱.

2.1-3 メモリアルパーク向け大型レリーフ陶板製作

メモリアルパーク向けに桜のレリーフを施した大型のサインの注文があり、試作および型製作の支援を行った。

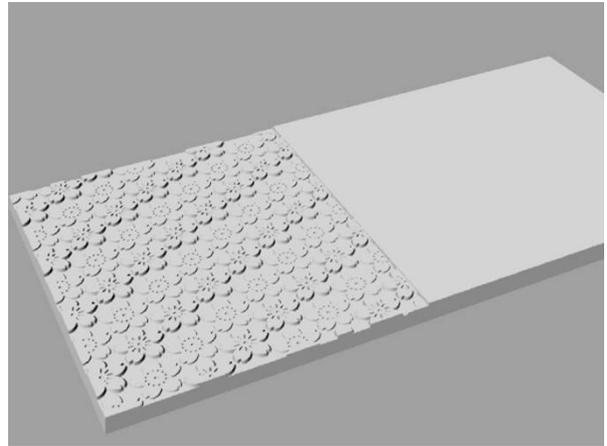


図1 CADによるデザイン 岩尾磁器工業㈱.

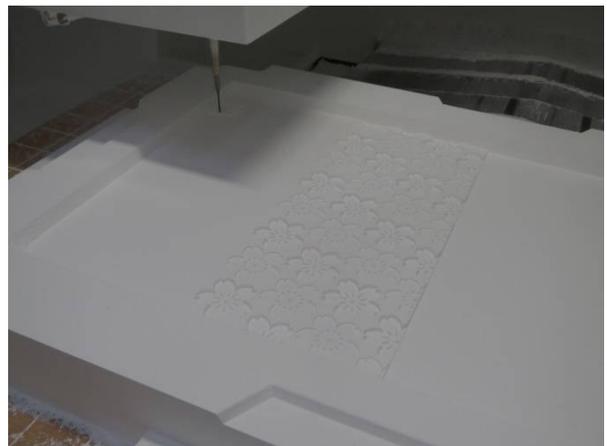


写真5 モデリングマシンによる型切削.



写真6 レリーフ部 焼き上げ.

2.2 展示会・見本市出展支援

2.2-1 エクステリアフェア 2015 in 九州

エクステリアフェア 2015 in 九州は、例年 5 月中旬に開催される九州唯一のエクステリア展示会である。プロユーザーからエンドユーザーまで約 10,000 人の来場がある。商圏は九州・山口、広島まであり、求評から商談まで、幅広く活用している。



写真 7 エクステリアフェア 2015 in 九州。



写真 8 有田エクステリア研究会ブース。

2.2-1 関西エクステリアフェア 2015

関西エクステリアフェア 2015は、例年 6 月初旬に開催される関西圏のエクステリア展示会である。九州よりも規模が大きく、商圏は関西を中心とし、中部から中国にまたが

る。

来場者数は、例年 20,000 人ほどである。

九州での展示を踏まえ、関西バージョン(植栽担当デザイナーの意向に沿った形)で出展する。



写真 9 岩尾磁器工業(株)ブース。



写真 10 関西向けオリジナルの照明具。

3. まとめ

展示会をとおしたエクステリアの市場からは、更なるアイテムの拡充が望まれている。

そのため、製品開発に向け、技術的な要素およびデザインから製品までの工程の要素において、支援の継続が要望されている。