

開発・改良のポイント



Point.1

何のために作るのか
商品の価値について考える

課題:「おれんじ」では、カレンダーを職員が手作りで制作。「もっと、ちゃんとした商品にしたい」。



何のために作るのか、誰に届けたいのか、どのように使ってほしいか…まずは、目的をしっかり持つことが大事!その目的により構成やデザイン、価格設定、部数が異なること。また、予算や時間などの制約の中でどこまで作れるのか、作ることで表現の魅力は生かされているか…商品化の意義やその価値を考えることが大切!



Point.2

表現の何が魅力なのかはもちろん
施設のカラーや強みも考える

課題:「ひだまり」では、窪山さんが描くユニークなイラストの一部をキャラクターとして刺繍した、クッションストラップや人形を制作。でも、布の素材感や縫製がイマイチ。



刺繍からステンシルプリントに変更。施設のリサイクル作業で出る「傘布」を活用したことで、色のレパートリーが増え、よりチャーミングなグッズに生まれ変わった。



Point.3

都度、何が大切かを考える

課題:「わかくさ」では、ノートのパッケージに各作家のプロフィールカードを添付。「文字数や大きさなどを見直したい」。



表紙の絵を生かすことを第一に考え半透明の紙に変えてテキストを整理。



Point.4

施設のつながりをどう活かすかも考える

「いもの子」の技術(木工・印刷)を活かして「工房集」とのコラボ商品を開発。



いもの子で制作する木製絵葉書(風景画)とは趣が異なる抽象画を採用したことで、スタイリッシュなグッズになり加工した木工班も感激!



columnアートの芽②

障害や福祉を魅力に

コーディネーター 杉千種 (cont.)

まだまだ障害のある人たちと同じ街に暮らしていると実感される場面が多くない中、授産製品の販売所は彼らを知ってもらい数少ないチャンスです。もしそこで見かけた商品がいまいちで、その印象が作り手たちのイメージとなってしまうたらもったいないなあと思います。

また、日々臨機応変に対応する福祉の仕事は、とてもクリエイティブです。個人を尊重し合って受け入れ、お互いに成長していける環境を目指すというような、支援の現場で大事にされていることは、広く現代において注目され求められるようになってきているのではないだろうか。

何のための商品なのか、誰に何を伝えたいのか。これらを思考しつづけることできつと、福祉施設だからこそ魅力がある商品、さらには社会へ未来を提案していく商品だっ生まれてくるはずだ。

施設のモノづくりの現場も、また商品の魅力にも、スタッフ、メンバー、家族、地域の人、遠くのお客さん、どんどん巻き込まれる人が増えていったら良いなと思っています。

