

デザイン仕様書

■内容

健全なシニア世代に向けた、
片づけの時に感じる「ちょっとした辛いこと」をサポートする家具

■項目

- 1.弊社/アルファタカバについて
 - ・ 弊社のビジョン
- 2.基本コンセプト
 - ・ 募集内容
 - ・ テーマ設定背景
 - ・ 募集に関する補足
- 3.要望とデザインに対する考え方
 - ・ 弊社がデザインに求めること
 - ・ 打ち合わせ等について
 - ・ 販路/販促
- 4.今後のスケジュール
- 5.ターゲットユーザーに関する資料（デザインの参考にどうぞ）

1.弊社/アルファタカバについて



About ALPHATAKABA

“箱物家具”中心に小ロット多品種

弊社は自社工場で“箱物家具”を生産しております。1日の工程で見ても小ロット多品種が特徴です。その為カラーバリエーションとサイズが豊富なチェストやテレビボード、書棚などを中心に、ハンドルや部材のカラーなどが選べるセミオーダー商品を多数取り揃えております。近年ではダイニングテーブルやソファなどの企画・販売も行っております。

弊社の主力商品（TVボード、センターテーブル、チェスト）

弊社はタンスやラック、テレビボード等をはじめとする“箱物家具”を中心に企画・製造・販売をしています。国産の中では比較的リーズナブルであること、小ロット多品種で製造できること等が特徴です。



弊社のキャラクターライセンス家具

もう一つの特徴として、キャラクターライセンス家具を企画・製造・販売しております。木製家具では数少ないキャラクター家具の国産メーカーとして認知されております。

弊社のビジョン

本事業で弊社が目指すことは、確立してきたキャラクターライセンス家具に並ぶ収納家具のブランドの確立です。タンス類の需要は近年減少傾向にありますが、その中でも多くの生活者から弊社の収納家具が選ばれる家具メーカーを目指しています。

2.基本コンセプト

募集対象

①②を満たした収納機能付き家具※

- ①シニア世代の「ちょっとした辛いこと」を軽減できる機能がある
- ②見た目は複雑ではない形状

※ 家具に収納する物は問いません。また収納箇所に天板が付帯したテーブルやデスク、座や背を備えたソファなどの提案も可です。

ターゲットユーザー

健常なシニア世代：「アクティブシニア」、「ディフェンシブシニア」

設定背景

きっかけは、「片づけをする際に膝が痛くて辛い」と訴えるシニア世代の女性の声からでした。その女性は就労しており、介護を必要としない、いわゆるアクティブシニア(後述)に部類される人です。そのような彼女でも年齢とともに既存の家具に不満が出てきます。現在の市場にはこのような健常なシニア世代をサポートする家具が少ないのが現状です。

弊社が行った調査では、健常なシニア世代は以下のような「ちょっとした辛いこと」を抱えていることが分かりました。

- | | |
|---|---|
| ・握力が弱くなった
→扉や引き出しが開けにくい
→丸いつまみやハンドルは開けにくい要因
→幅のある引き出しが引き出しづらくなった | ・立ち上がるのはつらい
→地べたがつかなく、ほぼ椅子ですごす。
→椅子もダイニングチェアぐらい高さが無いとつらい
(ひざの角度が最低でも90度以上ないとつらくなる) |
| ・もの忘れが増えた
→収納物の場所を忘れる。鍵の場所も忘れる。 | ・立ちっぱなしもつらい
→ひざや腰に負担 |

健常なシニア世代の身体的に「ちょっとした辛いこと」

このように、健常なシニア世代は「ちょっとした辛いこと」を感じながらも既存の製品を使っています。そこに着目し、片づけの負担を減らす機能をもった家具を開発したいと考えています。

さらに、近年日本ではモノを持ちすぎないミニマルな生活に注目が集まり、シニア世代は量より質を求めるような生活が良しとされている時代です。そこで見た目が複雑ではないシンプルでミニマルな家具の開発を目指します。

		
<p>昨今の日本</p> <p>地震や台風、豪雨といった様々な自然災害が近年当たり前になりつつあり、モノを持ちすぎないミニマルな生活に注目が集まっています。</p>	<p>見直される生活</p> <p>特にアクティブシニアとされる人々は、日常生活においてできたことが難しくなり、これからの人生を見据えてライフスタイルを見直す傾向にあります。</p>	<p>快適で楽に収納</p> <p>暮らしを小さく・質の良い生活を望む人たちに、身体的・精神的なサポートを考慮した、今までよりも快適に楽に片づけができる家具の開発を望んでいます。</p>

注目されるミニマルなライフスタイル

(その他、健全なシニア世代に関する情報は仕様書の最後に資料として添付します。)

募集に関する補足

今回開発する家具を起点にシリーズ化し、市場展開とブランディングを同時に進行します。応募の時点でブランディングに関する考えがあれば、製品デザインと合わせてご提案をお願いします。

3.要望とデザインに対する考え方

弊社がデザインに求めること

《直感的にわかりやすいデザイン》

今回はターゲットユーザーがシニア世代ということもあり、直観的に家具の使用方法がわかる「シンプルな伝わるデザイン」を期待しています。また「これさえあれば、必要なモノが収まる」と感じてもらえるようなミニマルな家具を求めています。

《自由な発想とアイデア》

収納に対して枠に囚われない、デザイナー視点からの提案を期待します。

《モノだけではなくコトも提供する》

商品を使用することで得られる生活へのメリットや活用法・収納術など、「コト」を売っ

くことにも取り組みます。こちらはブランディングの一貫として、ネットの販売ページや製品紹介をするツール(小冊子)などに取り入れる予定です。

打ち合わせ等について

デザイン作業については、弊社の企画と営業のメンバーを中心に組み込んで参ります。デザインへのこだわり等を尊重しつつも、工数を少なくする方法や歩留まりの良さでサイズ変更など、製造コストを抑えられる所はご相談させていただく場合がございます。

〈打ち合わせ方法〉 ※新型コロナウイルスの影響により変更する場合がございます。

対面での打ち合わせ、オンライン会議(Zoom,Google Meet 等)、メール、電話等弊社としましては、デザイナー様と積極的に打ち合わせを行って参ります。

【販路】

- ・家具店やインテリアショップ (対象：既存顧客、新規顧客)
- ・自社サイトでのインターネット販売 (対象：エンドユーザー)
- ・テレビショッピングなど高齢者が目にしやすい新聞やテレビなどのメディア露出 (対象：エンドユーザー)
- ・住宅建材メーカーなど新しく販路を広げる (対象：新規顧客)

【販促】

- ・(協)福岡・大川家具工業会主催の展示会(弊社ブースにて展示)

例) 1月開催の新春展、4月開催のジャパンインテリア総合展、木工まつり

- ・家具・インテリア以外のジャンルの展示会→高齢者向け総合イベント

例) アラカンフェスタ：<http://www.r60festa.jp/>

- ・SNSだけでなくマスメディア/リアル媒体の活用(新聞・雑誌・テレビ等)

例) ショップチャンネル

4.今後のスケジュール

8月：デザイン事業者の募集

9月：デザイン事業者の決定

9月～11月：デザイン・販促物の企画・打ち合わせ

11月～12月：試作品作成

1月：試作品を展示会に出品

1月～2月：試作品の課題検証

3月：製品化・販促物完成

4月：展示会出品・販売開始

SCHEDULE

8月

9月

10月

11月

12月

デザイン募集

デザイナー
決定

試作

デザイン・販促物
企画の打ち合わせ

1月

2月

3月

4月

試作を
展示会出品

製品化・完成
販促物の完成

展示会出品
テスト販売

課題の検証

進行スケジュール

5.ターゲットユーザーに関する資料（デザインの参考にどうぞ）

ターゲットユーザーである健常なシニア世代について

引用元：シニアマーケティング研究室 (<https://nspc.jp/senior/who/>)



今回の開発では、高齢者人口の過半数を占めるアクティブシニア(65歳以上で就労しており、趣味や様々な活動、消費に意欲的な元気なシニア層のこと)、ディフェンシブシニア(65歳以上で就労していないが、元気なシニア層のこと)を合わせて、「健常なシニア世代」と定義し、ターゲットユーザーに設定しています。

〈 健常なシニア世代の特徴/嗜好 〉

- ・ 仕事や趣味に対して意欲的
- ・ 健康にフォーカスした訴求への反応が良い→健康意識が高い
- ・ 子供に迷惑を掛けたくないと考えている→自立意識が高い

〈 健常なシニア世代を対象とした商品について 〉

住宅建材のサービスなどがありますが、メインはベッドやキッチンで、収納に関する製品は備え付けのクローゼットなど、住宅とセットで販売されており、家具単体での販売は無いのが現状です。

弊社が行った健常なシニア世代を対象とした収納に関する調査結果

〈身体的なことや収納物などについて〉

身体的なこと	主な収納物
<ul style="list-style-type: none">・握力が弱くなった →扉や引き出しが開けにくい →丸いつまみやハンドルは開けにくい要因 →幅のある引き出しが引き出しづらくなった・もの忘れが増えた →収納物の場所を忘れる。鍵の場所も忘れる。・立ち上がるのはつらい →地べたがつらく、ほぼ椅子ですごす。 →椅子もダイニングチェアぐらい高さが無いとつらい (ひざの角度が最低でも90度以上ないとつらくなる)・立ちっぱなしもつらい →ひざや腰に負担	<ul style="list-style-type: none">・衣類 シーズンもの3着ずつ/下着類/靴下・小物類 薬/メガネ/補聴器/印鑑・書類 書類/写真/本・つえ・消耗品 ティッシュ/おむつ・化粧品/アクセサリ
	使う場所
	<ul style="list-style-type: none">・寝室がメイン 自室もかねているので、どちらかというと機能性重視

これらの「身体的なこと」をサポートしたり、「主な収納物」をスムーズに片づけられるなどの機能が付与された家具のデザインを求めます。

例えば

<「ちょっとした辛いこと」の例>	<付与する機能の例>
収納物の場所を忘れる	→ オープン棚にする
握力が弱くなった	→ アゴ引きの引き出しにする
つえの置き場がない	→ つえを掛けられる所を設ける
奥に収納したものが取り出しにくい	→ 収納部の奥行きを狭くする

この様に使いやすさが見た目で見えるような機能を求めています。

〈インテリアの嗜好について〉

北欧家具に見られるナチュラルな色味や無駄のないシンプルな形状が好まれることが分かりました。

もちろん募集するデザインに関してはこの限りではありませんが、デザインの方向性を決定する上で参考にしてください。



〈健全なシニア世代の生活イメージ〉

