

伝統工芸品産業の振興を目的としたデザイン支援活動

—博多人形の商品開発とプロモーション活動—

Design support activities for the purpose of promotion of traditional crafts industry
—Product development and promotion activities at Hakata Ningyo—

生活環境デザイン学科

青木 幹太・井上 友子・佐藤 佳代・星野 浩司・佐藤 慈・荒巻 大樹

Aoki Kanta / Inoue Tomoko / Sato Kayo / Hoshino Koushi / Sato Shigeru / Aramaki Daiki

1. 研究の背景

博多人形の商品開発とプロモーション活動の始まりは、2012年4月である。きっかけは博多人形の製造元「後藤博多人形株式会社」とその販売に関わる「壺語屋株式会社」から博多人形の商品開発等に関する協力要請を受けたことである。当時の博多人形業界は、生産額や従業員数が減少傾向にあり（図1）、大学と連携して業界の活性化に繋がる新しい取り組みを始めたいという要請であった。

博多人形は「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」で定められた伝統的工芸品であり、全国232品目（平成30年11月現在）のうちの一つである。2012年当時の博多人形を取り巻く環境は、市場の縮小など厳しい状況を迎えつつあり、その原因には、消費者の価値観や生活様式との乖離、情報発信不足などが考えられた。このような背景を踏まえて、大学と企業が連携し業界の

活性化に向けて4つの方策を立て、連携活動を開始した。

- ①従来品の色・柄を見直す＝人形の形はそのままに色・柄を変えてみる。
- ②新しい購入動機を創造する＝従来の博多人形は、お歳暮・ねんが、お中元・ギフト、卒業や優勝記念、お土産、内祝い・お祝い、記念品等に購入される。これらの購入動機に加えて、プレゼントやインテリア用品などを創出する。
- ③新しい売り場を展開する＝インテリアショップや雑貨店などに展開する。
- ④新商品を開発する＝新しいコンセプトで商品を開発する。

2. 博多人形について

1600年（安土・桃山時代）、黒田長政の筑前入国に伴って多くの職人が集められ、その職人達の中から素焼き人形が生まれ現在の博多人形の下地がつけられたといわれている。明治23年の内国勸業博覧会（東京）で褒章を受けた際に、褒章状に博多人形の名称が記載され、以降「博多人形」の名前が公称になる¹⁾。

博多人形業界では「博多人形」を次のように定義している。

- ①材料及び技法・製法について、本体材料は粘土であり、制作に使用される顔料は自然顔料を原則とするが同等の表現効果が認められる人工着色材料の使用を認め、博多人形の印象を乱さない限り、布、紙やその他の材料で彩色、絵柄、付属品等に使用できる。
- ②形体は人形体とし、壁掛、面、十二支、縁起物、

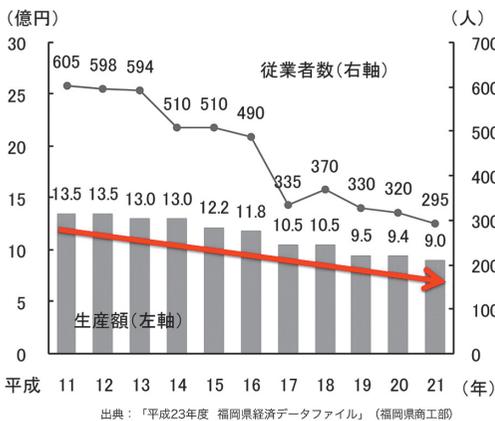


図1 博多人形の生産額と従業者数の推移

人形鈴など従来より博多人形として製作販売されてきたもので、公安風俗に反しないもの。

博多人形のジャンルには、能もの、歌舞伎もの、美人もの、武者もの、縁起もの、童もの、節句もの、道積もの、玩具もの、干支ものなどがある。博多人形の生産工程は、粘土精製、原型作り、型取り（型の素材は石膏を用い、手押し型取りや流し込み型取りなどがある）、生地作り（人形製品の素材を「生地」といい、一品作、手押し、流し込みの生地などに分かれる）、焼成、彩色、面相の7段階に分かれている。

3. 博多人形再生プロジェクトの始まり

博多人形をテーマにしたプロジェクトは、2012年4月に4名の学生が参加して始まった。2012年度は前述した4つの方策のうち、①従来品の色、柄を見直すことで、博多人形の商品力やイメージがどのように変わるかを検証した。

3.1 対象の選択

対象の選択では、博多人形の購入者を若年層に広げるといふ狙いから、お土産品として流通している価格帯が¥1,000から¥2,000の商品で、色や柄の変更の自由度が高いと思われる童ものを選択した（図2）。

3.2 デザインの提示と選択

博多人形のリ・デザインに当たり、人形の形はそのまま色、柄を今日的なものに変えらるとともに、透明のプラスチックパッケージに入れて、HAKATA DOLLSのブランドで販売する方法を提案した。アイデア展開では、着物、髪、表情の違いから3タイプのデザイン案を連携先の企業に提示した（図3）。提案した博多人形は、着物は大胆な柄やピピットな色に、髪は着物の色とコーディネートされた赤、黄色、青や水玉模様、表情は目が大きく一部の人形はアイラインを入れるなど、従来の博多人形とは異なる表現形式で、従来品からどの程度、離れたところを狙うかが議論の中心となり（図4）、着物や髪に水玉の模様を描いたC案が最終的に選ばれた（図5）。



お土産用として流通している¥1000～¥2000の商品のリ・デザイン

図2 選択した童もの

ポイント1

形はそのまま、色・柄を今日的なものに変える

ポイント2

パッケージに入れて展示販売する。



着物	柄を無くして色を変える	柄と色を変える	柄と色を変える
髪	色を変える	色を変える	色を変え水玉を加える
表情			目元、唇を変える

図3 博多人形のアイデア展開



図4 最終案の協議

イメージの違い



図5 従来品とのイメージの違い

3.3 展示公開とテスト販売

デザイン案を元に試作された5体の博多人形は、HAKATA DOLLSのブランドで2013年2月26日(火)から3月4日(月)まで天神イムズで開催した「絹鳴+ 2012地域産業プロモーション」で展示・公開し、来場者を対象にアンケート調査を実施した(図6)。回答数277の自由記述のプロトコル分析では、「かわいい」が最も多く、次に「イメージが変わった」や「購入したい」などが抽出された(図7)。展示会終了後、2013年3月6日(水)から3月9日(土)の4日間、福岡空港第2ターミナルの壺語屋株式会社が運営する店舗でテスト販売を実施した(図8)。その結果、4日間で27体が販売され、世代別では10代-20代で8体、外国人で3体など、販売対象者層の拡大効果が検証された(図9)。

3.4 商品化とプロモーション活動

テスト販売の結果を受けて、HAKATA DOLLSの商品化が決定した(図10)。販売は連携先である後藤博多人形株式会社と壺語屋株式会社がそれぞれの店舗や関係先を通して実施し、本学では展示会やイベントでHAKATA DOLLSの認知度を高める活動を行った。

(1) はかた伝統工芸館の展示

2013年8月1日(木)より8月13日(火)まで、2011年春に櫛田神社に隣接して福岡の文化を伝える観光スポットとしてオープンした「はかた伝統工芸館」で展示を行った(図11)。その



図6 展示風景



図7 アンケート調査結果

福岡空港でのテスト販売

第2ターミナル2階 壺語屋
テスト期間：2013年3月6日～

4日間でテスト商品40個を完売!



図8 テスト販売の風景

HAKATA DOLLSの販売状況

2013年6月8日から7月31日の壺語屋の販売

属性	販売数
50代	
男性	9
女性	1
夫婦	3
(小計)	13
30代	
男性	2
女性	1
(小計)	3
20代	
女性	6
夫婦	1
(小計)	7
10代	1
外国人	3
(合計)	27

図9 テスト販売の結果

後、はかた伝統工芸館が主催し、2013年9月27日(金)から29日(日)まで韓国釜山文化会館で開催された「博多の伝統工芸、釜山プロモーション展」にも出展した。

(2) 新・博多粋伝の展示

福岡市伝統的工芸品振興委員会（博多織工業組合／博多人形商工業協同組合／福岡市）と九州大学、はかた伝統工芸館、本学の共同主催で、2013年8月24日(土)から9月8日(日)まで東京ミッドタウン・デザインハブで開催した「新・博多粋伝」にHAKATA DOLLSを出展し(図12)、8月24日(土)に会場で行われたトークセッションにパネラーとして参加し、HAKATA DOLLSの開発の背景や経緯、その成果について発表した。

以上のように、2012年度から始まった博多人形再生プロジェクトでは、商品力アップが博多人形の販売拡大に繋がることが検証され、2013年度はその継続研究を実施することになった。

4. 2013年度の博多人形再生プロジェクト

2012年度の研究成果を受けて、2013年度は新しい売り場の展開（インテリアショップや雑貨店など）、新しい購入動機の創造（プレゼントやインテリア用品など）に焦点を当て、具体的なデザインワークとしては2012年度とは異なる人形で色・柄を見直す（人形の形はそのままに色・柄を変えてみる）方針を立てた。2013年度のはじめに、連携先である後藤博多人形株式会社、壺語屋株式会社と協議し、2012年度同様、童ものの中から着物や表情の表現の自由度が大きい人形を選択した。

4.1 プロジェクト活動

2013年度の再生プロジェクトでは、参加した学生8名に2012年度の活動内容や成果、2013年度の活動目標等を説明し、アイデア展開では自由なコンセプトと表現方法で、学生個々の感性や価値観から多様なアイデアが集まるようにした(図13)。人形に彩色されたアイデアの中から、企業と学生の協議を通して最終案6点が選ばれた(図14)。



図10 販売が決定したHAKATA DOLLS



図11 はかた伝統工芸館での展示



図12 東京ミッドタウン・デザインハブでの展示



図13 2013年度の博多人形

4.2 展示公開

HAKATA DOLLS 2013年バージョンは、2014年2月20日(木)から3月1日(土)まで天神イムズで開催した「絹鳴+ 地域産業プロモーション2014」で展示・公開し(図15)、その個性的な表現がマスコミ等でも注目され、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の主要3社が記事として取り上げた(図16)。2013年11月22日(金)の朝日新聞では、「博多人形ポップに進化」という特集記事が掲載された。展示公開は2014年3月26日(水)から3月31日(月)まで、JR博多シティ3F/改札口側フリースペースで開催した「九州産業大学プロジェクト展2013」でも行った(図17)。

4.3 プロモーション活動

2013年度は、博多人形のり・デザインと平行して、芸術学部写真学科の佐藤研究室が博多人形や再生プロジェクトのPRを目的に、「博多人形プロジェクト・マッピング」と「博多人形を

用いたストップモーション・アニメーションの制作」を行い、「絹鳴+ 地域産業プロモーション2014」と「九州産業大学プロジェクト展2013」で展示を行った(図18)。

また学生が主体となり、大学ネットワークふく



図16 新聞記事



図14 企業と学生による商品化協議



図17 九州産業大学プロジェクト展2013



図15 地域産業プロモーション2014の展示



図18 博多人形のプロジェクション・マッピング

おか事務局が主催する「平成25年 ビジネスチャレンジ事業」に「2013博多人形再生計画」で応募し、ビジネスチャレンジ事業に選択され、2013年6月から2014年2月まで、地元企業と連携したビジネスプランの提案・実施、製品のセールスプロモーションに取り組んでいる。

5. 2014年度の博多人形再生プロジェクト

2014年度は博多人形再生プロジェクトの3年目に当たり、連携先の企業とそれまでの活動内容を振り返り、新しい視点から博多人形の再生を試みるために次の2課題を設定した。

- ①消費者が博多人形にさらに親しめるように、「人形に彩色する」ことを商品化した体験型商品を提案する。
- ②博多人形の中で縁起物として人気がある「お福さん」の色や柄を見直し、インテリアショップ等での販売を想定したお福さんを提案する。

5.1 プロジェクト活動

2014年度の参加学生は8名であり、前述した2課題に沿って、博多人形のデザインに取り組んだ。

- (1) DIY (Do It Yourself: 自分で作るの意味)
博多人形

誰もがオリジナル博多人形の製作を楽しめることをコンセプトに、博多人形の中から猫の人形を選び、彩色前の人形と彩色の説明書をパッケージに入れて販売した(商品名: HAPPY CATS)。売り場には、猫の彩色モデルやその飾り方がわかるPOPを置いて、視覚的に訴求



図19 DIY博多人形の展示

する工夫を行った(図19)。

- (2) お福さんのリ・デザイン

黒の紋付を着てお客様を迎える「お福さん」を、よりハッピーで可愛い人形に再生することを目指した。この中には海外から福岡に来る旅行者を購入者に想定したお福さんもあり、それが2019年のG20福岡財務大臣・中央銀行総裁会議用に製作する「お福さん」のイメージの元になっている(図20)。

5.2 展示公開

2014年の博多人形再生プロジェクトの成果は、2014年10月9日(木)から13日(月)まで天神のソラリアプラザ1階ゼファで開催された「新博多絆伝」で展示し、DIY博多人形、前年に商品化されたHAKATA DOLLS 2013年バージョンを展示と同時に販売した(図19)。

また2015年2月19日(木)から3月4日(水)まで天神イムズで開催した「九産大プロデュース2015」で会場に展示し、併設したKSUショップ(展示品の中からテスト販売や既に商品化されたもの)でテスト販売を行った(図20)。



図20 お福さんのリ・デザイン

6. 2015年度の博多人形再生プロジェクト

2015年度は2014年度の活動を継続し、DIY商品である「HAPPY CATS」のプロモーション、2014年お福さんのリ・デザインの考え方を応用し、福岡市内の企業と博多人形をともにPRする「PRお福さん」の展開(従来の企業と大学の連携に行政(福岡市)が参画した産官学連携に発展)、

博多人形を置いて飾るものから、身につけて楽しむものに変える試みなどを実施した。

6.1 プロジェクト活動

参加した学生は10名で、主に「PRお福さん」を中心に活動した。

(1) PRお福さん

福岡市の名産品や観光名所など23社・箇所を取材し、それぞれの代表的なアイコンを抽出してお福さんの着物や帯、お太鼓の柄や色にデザインを展開した(図21)。当初は実際の人形に彩色して福岡市内で展示・公開する計画であったが、選択した企業等との調整に時間を要したため、実際の展示では展示会場の天神イムズの協力を得て、イムズ内の店舗や企業に焦点を当ててPRお福さんを製作し、天神イムズの総合案内やイムズ内の企業や店舗の受付等に設置し、博多人形の新しい活用方法を示した(図22)。

石村萬盛堂

〈銘菓 鶴乃子〉



パッケージの色合いで鶴乃子を表現しやすくし、鶴乃子のふっくらとした感じをテーマにデザインしました。



KIU

図21 福岡の名産品の表現例



図22 PRお福さん

(2) 博多人形アクセサリ

博多人形をアクセサリに展開するために、お福さんを3Dスキャナーでデータ化し、3次元プリンターを使って高さ1.5cm程度のお福さんを製作し、それに彩色した。本来、製作した人形はペンダント等に加工する予定であったが、アクセサリとしては強度不足であったために、小さい博多人形として展示した(図23)。

6.2 展示公開

2015年の博多人形再生プロジェクトの成果は、2016年1月20日(水)から24日(日)まで天神のソラリアプラザ1階ゼファで開催された「新・博多粋伝」で展示し、DIY博多人形は展示・販売を行った(図24)。

また2016年2月18日(木)から3月6日(日)まで天神イムズで開催した「九産大プロデュース2016」でもPRお福さんを会場とイムズ内の企業の店舗



図23 博多人形アクセサリ



図24 新・博多粋伝(ソラリアプラザ)

に展示し、会場に併設したKSUショップ（展示品の中からテスト販売や既に商品化されたもの）では、これまで商品化された博多人形を販売した。

7. 2016年度の博多人形再生プロジェクト

2016年度は、博多人形再生プロジェクトの5年目を迎える。2012年度に示した4つの方策は、博多人形業界に新しい動きをもたらし、商品開発でも企業や博多人形師の既成概念を広げる効果があった。再生に向けた活動として先に示した方策はほぼ試みたことから、何か新しい視点や取り組みを考える必要があった。

2016年度の始めに、後藤博多人形株式会社、壱語屋株式会社と協議し、2016年度は2012年度に商品化した童もののり・デザインを取り組むことになった。

7.1 プロジェクト活動

参加した学生は6名で、2012年度の童もののりデザインの見直しに向けたコンセプトを設定し、コンセプトに応じたデザイン案3～5点を制作した。人形は24種類あり（図25）、展示会の際に来場者の人気投票を行い、人気のあったデザインの中から7種類が選ばれ商品化された（図26）。

7.2 展示公開

2016年の博多人形再生プロジェクトの成果は、2017年2月23日（木）から3月5日（日）まで天神イムズで開催した「九産大プロデュース2017」で展示・公開し、来場者の人気投票という手段で市場調査を実施した。



図25 製作した人形の展示と人気投票

8. 2018年度の博多人形再生プロジェクト

2017年度は、博多人形再生プロジェクトに関する活動は実施しなかった。2018年度は2018年11月2日（金）から4日（日）までマリンメッセ福岡で第35回伝統的工艺品月間国民会議全国大会（KOUGEI EXPO IN FUKUOKA）が開催されることから、福岡市や福岡県、博多人形商工業協同組合がそれに向けた活動を計画し、大学に協力要請があった。

8.1 博多人形・観光大使プロジェクト

プロジェクトの副題は「産・官・学 一体となって博多人形の伝統を繋ぐ」で、実施主体は博多人形商工業組合、九州産業大学、福岡市である。プロジェクトの主旨は「福岡市内の観光名所等に博多人形師が制作した“オリジナル博多人形”を設置し、博多人形の認知度向上と販売促進に繋げる」で、2015年に本学と企業が連携して実施したPRお福さんがモデルになり、その時の方法を活かすことになった。

(1) プロジェクト活動

2018年4月24日（火）に関係者によるキックオフ会議が開催され、使用する博多人形の選択やスケジュールが確認された。第2回会議は2018年5月28日（月）に開催され、企業や観光地等の候補21の中から10を選び、7月20日（金）に開催された第3回会議で大学から人形のデザイン案を提示し、博多人形商工業協同組合、福岡市の担当者とデザインの詰め協議を行った。2018年8月9日（木）に選ばれた10社の最終デザ



図26 商品化された人形

インが決定し、アクロス福岡でプレス発表が行われた(図27)。その後、デザイン案に基づいて博多人形商工業協同組合員の博多人形師が分担して博多人形を彩色し、10月上旬に完成した。完成したHAKATA OFUKUは、11月2日(金)から開催されたKOUGEI EXPO IN FUKUOKAのメイン会場であるマリンメッセ福岡のエントランスに展示され(図28)、参加した企業の店舗等でも展示された(図29)。

(2) デジタルサイネージを使った人気投票

このプロジェクトでは、芸術学部写真・映像学科佐藤研究室がデジタルサイネージを活用した「HAKATA OFUKUの人気投票」を実施し、展示に合わせてデジタルサイネージを使った来場者による人気投票を行い、自動的に投票者の性別や年齢、投票した人形のデータを集積するシステムを開発運用した(図30)。

8.2 博多人形プロモーション

福岡県商工部が主催する「伝統的工芸品と県内大学との連携」プロジェクトであり、11月開催のKOUGEI EXPO IN FUKUOKAでの展示公開が目的である。活動は2017年11月22日(水)に福岡県庁11階福岡よかもんひろばでキックオフ・ミーティングがあり、本学は博多織と博多人形を担当することになり、博多織は芸術学部写真映像学科進藤研究室が担当した。

博多人形商工業協同組合との協議から、当該プロジェクトでは、博多人形の認知度やブランドイメージ向上を目的に、博多人形のシンボルマークのデザイン、シンボルマークを生かした雑貨商品の展開、学生オリジナルの博多人形を用いたワークショップの展開を活動の柱とした。

(1) 博多人形のシンボルマークのデザインと雑貨への展開



図27 プレス発表



図29 店舗での展示



図28 マリンメッセの展示



図30 デジタルサイネージによる人気投票

博多人形のイメージを象徴するシンボルマークを策定し(図31)、博多人形プロモーションの全ての活動や成果物(ティーシャツ、トートバッグ、チャームなど)に展開し、KOUGEI EXPO IN FUKUOKAの会場やそのほかの展示会で展示・販売した(図32)。

(2) オリジナル博多人形の制作とワークショップの展開

2012年度の再生方針の一つに、「新商品を開発する＝新しいコンセプトで商品を開発する」があり、2017年度まで未着手であった。2018年度は学生デザインによる博多人形を博多人形師の指導を受けて、原型作り、石膏型の制作を行いオリジナル博多人形を制作した。制作した博多人形は、東京、福岡、佐賀で開催したイベントで、子供を中心に絵付け体験に用い、延べ150人が絵付け体験に参加した(図34)。

8.3 展示公開

2018年度の博多人形・観光大使プロジェクトと博多人形プロモーションは、2019年2月21日(木)から3月3日(日)に開催した「九産大プロデュース2018」で展示・公開し、博多人形・観光大使プロジェクトでは、10種類の博多人形の人気投票を、博多人形プロモーションでは開発した博多人形関連雑貨の展示・販売とオリジナル博多人形による絵付け体験ワークショップを実施した(図35)。



図31 博多人形シンボルマーク

8.4 G20財務大臣・中央銀行総裁会議 歓迎「お福さん」人形デザインコラボレーション

KOUGEI EXPO IN FUKUOKA開催時に、2019年6月9日(日)に福岡市でG20財務大臣・中央銀行総裁会議の開催が決まっていた。福岡市のG20



図32 展示・販売した博多人形雑貨



図33 天神イムズでの展示風景



図34 博多人形の絵付け体験ワークショップ



図35 博多人形関連雑貨の展示・販売

担当者は参加者へのおもてなしや福岡の魅力発信等のアイデアやヒントを福岡の食文化や伝統的工芸品などに求めていた。博多人形・観光大使プロジェクトは、福岡の代表的な企業、店舗等のアイコンを博多人形に表現したものであり、これをG20に出席する国に置き換えるという発想は自然であり、G20対応のお福さんの開発につながった。

2018年12月26日(水)にG20財務大臣・中央銀行総裁会議 歓迎「お福さん」人形デザインコラボレーションの初会合があり、当該会議の歓迎レセプションでVIP向けに配るお土産「博多人形お福さん」のオリジナルデザインの協力要請を受けた。大学ではG20に出席する日本を除いた29カ国のお福さんを29名の学生が担当するプロジェクトを2018年度の後期終了後に立ち上げ、参加する国の国旗や民族衣装などをモチーフにしたデザイン案を博多人形商工業協同組合に提示し、一部のデザインの修正等はあったものの2019年4月



図36 お福さんの仕上げ作業



図37 レセプション会場の展示

11日(木)の全体会議で最終デザインが決定した。その後、博多人形商工業協同組合で彩色され、5月15日(水)に仕上げを行った(図36)。制作した博多人形は、G20のレセプション会場や会議会場に展示され会場演出の一翼を担った(図37)。

9. まとめ

2012年に博多人形の商品や業界の再生を目標に掲げた産学連携プロジェクトは、既存の博多人形の形はそのままに色や柄を見直すことから始まり、毎年、展示会等で社会の評価や商品化による市場の評価を次のステップにフィードバックして、活動を継続してきた。この間、商品化された博多人形は、店舗や百貨店などで取り扱われ、本学のお土産品に採用されるなど市場に展開されている。また博多人形をDIY商品とする、企業や店舗のPRに活用するなど、業界の活性化に繋がる取り組みを試みている。それらの成果として、2018年度に福岡市、博多人形商工業協同組合と連携した「博多人形・観光大使プロジェクト」や「G20財務大臣・中央銀行総裁会議 歓迎「お福さん」人形デザインコラボレーション」に発展している。

伝統工芸品産業の振興を目的としたデザイン支援活動に、大学に蓄積したデザイン方法やデザインの考え方、大学でデザインを学ぶ若い学生の感性やエネルギーが有効に活かせることが今回の取り組みから明らかになった。この活動を通して、卒業後に博多人形やその関連業界に進み、産業振興に本格的に取り組む人材も出てきており、今後

も継続的に新しい取り組みを試みていく必要を感じている。

参考文献

- 1) 博多人形沿革史編纂委員会編：博多人形沿革史，博多人形商工業協同組合，p2-3，p42-43，2001
- 2) 青木幹太，井上友子，佐藤佳代，星野浩司，佐藤慈，荒巻大樹：プロジェクト型デザイン教育の方法 その1，九州産業大学芸術学会研究報告，第49巻，p65-70，2018
- 3) 青木幹太，井上友子，佐藤佳代，星野浩司，荒巻大樹：地域産業プロモーション2012 ―博多人形のり・デザイン―，九州産業大学芸術学会研究報告，第45巻，p71-74，2014