基礎デザイン学科
教授
1996年4月着任
1948年東京都生まれ
武蔵野美術大学造形学部
基礎デザイン学科卒業

宮島 慎吾

MIYAJIMA, Shingo

研究テーマ： プロダクトの企画からコンセプトそしてスタイリング、さらに流通やプロモーションまでのプランニングワーク。

'72-93年：メーカーとのプロダクトデザイン研究
家庭用電話機・電子オルガン・コンポーネントオーディオ・ショップ用陳列台・理容椅子・家庭用ミシン・システムキッチン・掃除用具・エクステリア照明。

'84-99年：流通小売業とのブランド及び商品デザイン研究
うるさい主婦の視点での商品開発、カラーを切り口にした雑貨ブランド、触感を意識した雑貨ブランド、白いシリーズの家電ブランド、黒いシリーズのツールブランド、日本の伝統技術を生かした雑貨ブランド、機能にこだわった雑貨ブランド等の提案。

'87年～現在：地方自治体とのブランド及び商品デザイン研究
北海道／木工クラフトブランド提案・鹿革を使ったバッグ提案、宮城県／間伐材を使った公園エレメントの提案・純米酒用のグラス提案・伝統工芸の県ブランド提案・携帯収納システムの提案・わかめを利用したデザートの開発、埼玉県／桐箱技術を生かした商品提案・日本酒の新ブランド提案・高齢者のためのウエアブランド提案、滋賀県／陶磁器の新領域商品の提案。

地域の産業を生かしたブランドづくり

オホーツク地域の木工クラフトのブランド形成／オホーツククラフトロード「オクロー」 2003年
北海道の北東部であるオホーツク地域は広大な丘陵地帯に良質な広葉樹や針葉樹が多く生育し、以前から林業が盛んである。この地域に1市7町1村が存在し、各地に木材資源を活用した企業や工房が点在する。この木工クラフトの工房を回遊する観光ルートとして企画されたのがオホーツククラフト街道構想である。この構想研究会メンバーに呼びかけて、より具体的に商品開発を行って行く意思を示したメンバー 5者によりマーケティング部会が発生し、その展開を共同で具体的に推進するために提案したブランドが「オクロー」である。

一口に木工クラフトといっても、ロクロで器を得意としている工房、糸鋸で板の切り抜きパーツを使って雑貨をつくる工房、箱などの指物技術がすぐれている工房、ノミで熊等を彫る仕事を続けている工房、スライスした材料を使ってハーフメイドのキットをつくっている工場など技術がそれぞれ特徴的なメンバーの集合となった。

「オクロー」は○○を送るというギフトのブランドとしての意味合いを強め、各メンバーが一塊として見え、それぞれのルートとは別に新たな事業展開を生む組織として存在することも目論まれた。ブランド名がついたことでメディアに度々登場することとなり、オリジナル商品の完成前から話題となり、その結果航空会社のプレミアム商品やウイスキーの樽の廃材利用による商品開発等が受注され、ブランド波及の効果が実証された。又、木工品だけでなく食品などとの組合せギフトへの企画が検討され地域全体のブランドとして期待されている。

十勝ブランド「COMUNI」の展開 2004年
北海道の南東部は帯広市を中心として十勝地域が広がっている。大雪山系から流れ出る十勝川が作り出した肥沃な土地では、農業・畜産業が盛んであり大規模な農場において生産される質の高い農産物や酪農製品は日本のトップクラスである。また、明治の開拓時は民間主導で行われた地域であり、日本各地から入植した歴史が特徴となっている。そのような気候風土歴史を背景にして、農産物の原料供給としての実績がありながら、未だブランド力の弱いこの地域を印象づけるためのブランドづくりプロジェクトがスタートした。

コアとなった4名のメンバーの1人がバッグデザイナーであったこともあり、地域のバッググランドを背負うために開拓者リュックを商品開発のネタにしながら事業が企画された。そして推進組織として地元のNPOを主体に据えてその会議によって進められた。初期の段階では「デザインライブ」と称して、コンセプト決定やスタイルの検討もその場でスケッチの実演を見せながら描き上げ、約30名の参加者全員が意見交換をしている中で、デザインが形成されて行く手法をとり、誰しもが後悔なく参加した上で形を築いた。また、材料として帆布をメインにし、そこにエゾシカの革を合わせ、将来材料として使うことを前提とした商品デザインとした。

エゾシカの害が北海道各地で問題視されている中で、それを資源と化し、有効利用をイメージしての先行商品として位置づけた。さらに、価格の5%を植林の募金として、購入者が地球環境保全の協力者として存在することを提示した。「COMUNI」のネーミングは十勝が開拓当初に柏の木が自生していたことから柏のアイヌ語である。今後、このブランドで次々といろいろな分野の新商品に展開する予定である。

世界有数の金属微細切削技術を持つメーカーのブランド開発／「極限造形」埼玉県入間市 2005年
このプロジェクトは0.3mmのサイコロを作ったことで有名な埼玉県入間市の金属微細加工のトップメーカーのブランド形成及び新商品開発研究としてスタートした。

すでに6面が均等な確立で出るパーフェクトダイスが完成していて、それをどのようなルートでどんなブランドでどのような商品形態で展開するのかを企画することから始まり、検討の結果ブランド名を「極限造形」とし、角印のような漢字によるロゴマークを作成した。

商品の形状は、12mmのチタン製の立方体でそれが2個でワンセットとなる。サイズが小さいが大変高価な商品なのでパッケージ（ケース）の形が商品価値に大きく影響することが予想され、その効果的なデザインが求められた。結果として、50mm角のアクリルの無垢の立方体を半割にし、その中心部を彫り込み、そこにサイコロを2個納める形状とした。売場のディスプレイとして、置物として中がよく見え、しかも高級感が感じられるデザインとなった。ラッピングとしての張り箱に納めるときには50mmの正方形に折り込んだ栞をいれ、その表紙はこのロゴマークを全面に表現し、さらにグレードのちがう商品対応のため白地と黒地の2種を用意した。このブランドの商品開発は今後も次々と展開する予定である。

産官学共同研究／複数学科共同による試み
いずれのプロジェクトもカリキュラムに組み込んでのワーキングであり、学科の時間システムのちがい（曜日制・集中制）を強引に乗り越えて試みられた。グループで作業であったので学生はメンバー同士で調整をしながら推進していたが、指導側との打ち合せのタイミング調整に苦労が見られた。そして学生の学科による得手不得手のスキルについてはグループ内で役割分担して作業を行いプレゼンテーションまでのプロセスの中でそれぞれの存在を発揮していった。

このような学科を越えてのグループワークは初期の壁さえ乗り越えられれば、あとはより強い結びつきと学生それぞれの存在感を引き出すことが可能である同時により高い達成感を得ることができる。

指導側としては、クライアントに対し最終評価を背負いながら、各場面での適切なアドバイスが要求され、厳しさと温かさの両面から学生のモチベーションを意識して全体のプロセスを管理し、成功に導くことが求められる。

「日本酒の楽しみ方」
萬屋醸造店（株） 2002年
工芸工業デザイン学科+基礎デザイン学科
「Nプロジェクト／近未来のカーライフ」
日産自動車（株） 2003年
工芸工業デザイン学科+基礎デザイン学科
「Iプロジェクト／シングルライフの収納」
アイリスオーヤマ（株） 2003年
工芸工業デザイン学科+基礎デザイン学科
「Xプロジェクト／若者のリストウオッチ」
カシオ計算機（株） 2004年
工芸工業デザイン学科+基礎デザイン学科+デザイン情報学科
「Iプロジェクト／掃除ライフ」
アイリスオーヤマ（株） 2004年
工芸工業デザイン学科+基礎デザイン学科+デザイン情報学科