

2022年3月11日発行

ベビー雑貨の商品開発
(ウェットティッシュバッグ S/M)

柳 邊 匡 史

相模女子大学紀要 VOL.85 (2021年度)

ベビー雑貨の商品開発 (ウェットティッシュバッグ S/M)

柳 邊 匡 史

Product Development for Baby Goods (Wet tissue bag S/M)

Masafumi YANABE

There are many baby goods available in the market, but they are full of “cute” products with colorful and pop designs just because they are for babies. This is not to denigrate “cute” products, as everyone has their own tastes and preferences, but we also thought that there is a demand for simple, well-designed baby goods that can harmonize with various spaces and environments. Based on this idea, we researched and made prototypes, and developed a wet tissue bag for babies that reflects the modern lifestyle.

Key Words : Product Design, Baby Goods



ウェットティッシュバッグS



ウェットティッシュバッグM

1 : はじめに

ここで取り上げる商品は、有限会社サラサドットコム（以下「サラサ」と称する）よりベビー雑貨の商品開発依頼を受けて始まったものである。

市場には数多くのベビー雑貨が販売されているが、赤ちゃん用ということだけで、安易にカラフルで

ポップなデザインの「可愛らしさ」を前面に押し出したものばかりで溢れている。実際この依頼を受けた当時、私自身も子育てをしており様々なベビー雑貨を探していたのだが、シンプルなライフスタイルに合う、デザイン性の高いものはなかなか見つけることができなかった。趣味嗜好は人それぞれなので、一概に「可愛らしい」商品を否定しているものでは

ないが、一方で様々な空間や環境で使用していても生活感を感じさせないような、シンプルでデザイン性の高いベビー雑貨の需要もあるに違いないと考えた。

2：開発経緯

1) コンセプト設計

具体的なデザインに着手する前に、市場で販売されているベビー雑貨を調査し、どのように差別化を図り独自のコンセプトで商品開発を進められることができるかを考察した。衣料分野では、もう既に有名アパレルメーカーなどの参入によりデザイン性の高い商品は充実しているが、雑貨分野では、ベビーカー、抱っこ紐、テーブルウェア、おもちゃなど、メジャーなアイテムは少しずつ充実してきているものの、まだまだ「ベビー雑貨＝可愛らしい」の固定概念で開発された商品ばかりであった。なぜそのようなになってしまうのかを考えた結果「赤ちゃん×商品」という、視野の狭いふたつの要素の中でだけデザインをしていることがその原因だと推察した。そこで私は「ユーザー」「空間」といった新たな2つの要素も加味し、より広い視野でデザインすることで、人や空間に調和したシンプルでデザイン性の高いベビー雑貨を提案できると考えた。

2) アイテム選定

サラサより「デザイン性の高いベビー雑貨」の潜在需要を検証してほしいとの依頼があった為、テストアイテムとして「ウェットティッシュホルダー」を、私の企画・デザインで2016年に発売した(図1)。



図1.「ウェットティッシュホルダー」2016年発売

なぜここでウェットティッシュホルダーをテストアイテムとして選んだかという、ウェットティッシュは赤ちゃんのお尻拭きや、食べこぼしを拭く時などの必需品であると同時に、子供が大きくなってからも、子供がいない家庭でも幅広く使われている消耗品なので、ベビー雑貨として特定のターゲットを捉えつつ、リスクヘッジとして一般のターゲットからもフィードバックを得られる最適なアイテムだと考えたからだ。しかし、先にも述べたように、市場で販売されているウェットティッシュホルダーの多くは、人気キャラクターのイラストが大きく入っているものや、水玉模様のものなど、シンプルなライフスタイルに合わないものばかりであった。そこで、それらを考え抜かれた高い機能性と、空間に馴染むシンプルなスタイリングを掛け合わせたデザインとして提案することで、目的とする潜在需要の検証ができると考えた。狙いは的中し「こんな商品待っていました」、「インテリアに馴染む」、「スタイリッシュ」、「出しっぱなしにしているも恥ずかしくない」など想定を裏付ける高評価を受け、月に5,000個以上を出荷するヒット商品となり、現在も順調な販売実績を挙げている。またレビューの中には「ソフトケースが欲しい」、「外に持って行けるバッグタイプも発売してください」など、テストアイテムとして先行発売した据え置き型のウェットティッシュホルダーとは違い、より携帯性に優れた、バッグタイプの需要が多くあることも、検証から確認することができた。それらを受け今回は2サイズの「ウェットティッシュ バッグ」を開発することとなった。

3) 現状の問題点

まず具体的なデザインに取り掛かる前に、現状ウェットティッシュをどのように携帯しているのか？またその携帯方法での問題点は？という調査したところ「詰め替え用パッケージのままバッグに入れる」という回答が多く、問題点として「使うたびにダサイパッケージが見えるのが恥ずかしいし、気分が上がらない」、「子供が飲み物をこぼしてすぐに使いたい時に限って、鞆の底の方にある…」、「取り出し口のシールを毎回剥がして開けるのが面倒だし、最後の方は埃でシールの粘着力がなくなる」などの意見を聞き、ウェットティッシュバッグを使うことで改善できる問題点を浮き彫りにすることができた。

4) アウトライン

次に“5W1H”を使用して、大まかな機能性やスタイリングのアウトラインを組み立てた。

● When = いつ

手口を拭く時／オムツを替える時

● Where = どこで

家で／公園で／路上で／レストランで／キャンプ場で

● Who = だれが

20代～50代男女

● What = なにを

デザイン性・機能性に優れた詰め替えウェットティッシュ用のバック

● Why = なぜ

デザイン性の悪い詰め替え用パッケージを隠したいから／必要な時サッと取り出して使いたいから／男性が持っているとは似合わないデザインのものが多いから／既存品にはシンプルなデザインの良いものがないから

● How = どのように

色々なシーンで使用できる「汎用性」(図2)、必要な時にサッと取り出せる「機能性」、屋外での使用に耐えられる「耐久性・耐水性」、男性でも女性でも似合うシンプルな「ファッション性」

5) デザイン

これらのアウトラインをもとに、検討すべき重要なポイントを項目ごとに分解し、全体のバランスをとりながら具体的なデザインに落とし込んでいった(図3)。



図3. アイデアスケッチの一部

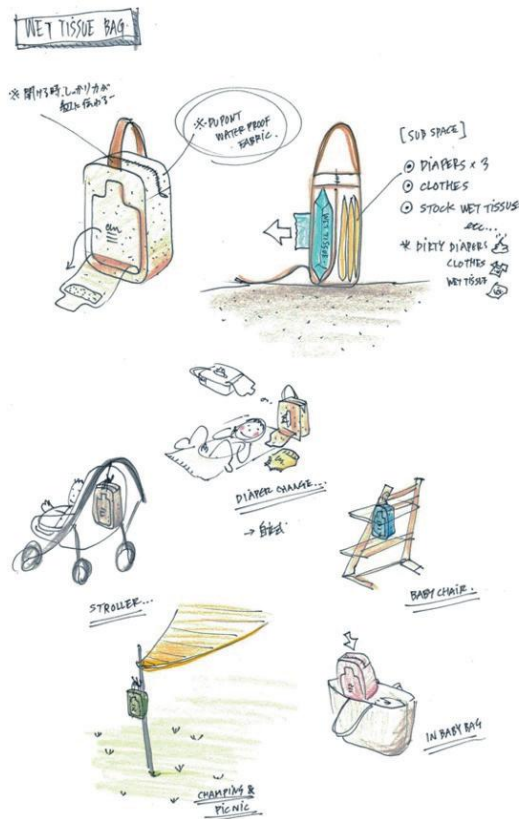


図2. 使用シーンを想定したアイデアスケッチの一部

● サイズ

デザインする収納バックの寸法を検討するために、市場で販売されている詰め替え用ウェットティッシュの用途・サイズを調査した。その中で携帯することが想定できるものは大きく2つの種類に分類された。

[お尻拭き用] 拭き漏れしにくく、赤ちゃんへの肌あたりを良くするために、一枚一枚が大きく厚手にできているため、大きくて大容量のタイプが主流。

[手口用] お尻拭き用に比べて、手や口など比較的小さな範囲を拭く用なので、コンパクトなサイズが主流。

今回のメインターゲットは赤ちゃん用ということと、サイズ調査で明らかになった、用途とサイズの関係性を踏まえると「お尻拭き用」大容量タイプを収納できるサイズであれば、自然と「手口用」コンパクトサイズも収納できるので、基本設計は「お尻拭き用」が入る寸法で進めた。しかしコンパクトサ

イズ収納時にも対応できる必要もあるため、バックの中で詰め替え用ウェットティッシュがしっかり固定されるようゴムバンドを備え付けた。Sサイズはバッグインバッグでの使用も想定していたため、なるべくコンパクトなフォルムになるよう設計した。本体をスライスする形で周囲に配置されたファスナーが、バッグを大きく2つに開放でき、片側には詰め替え用ウェットティッシュ、もう片側には替えおむつ（3～5枚）を収納できる容量を基準に、着替えの用の洋服、タオル、スマートフォンなども入れる想定をした、メッシュポケット付きのスペースを確保した（図4）。Mサイズはウェットティッシュに加えて、替えおむつ、鍵、お財布、スマートフォン、ドリンクなど、外出時に必要な最低限の荷物を入れられる収納量で設計をした。左右には哺乳瓶や500mlのペットボトルを2本収納できるドリンクホルダーを設けた。



図4. 収納スペース（Sサイズ）

●取り出し口

バック側面にフラップ式の蓋を付け、そこから中に収納されたウェットティッシュへ直接アクセスできるように設計することで、できる限り数少ないアクションで取り出せるようにした。蓋を開閉するための機構には、ジッパーやボタンなどと比べ、開閉する際に煩わしさを感じさせないマグネットを採用することで、赤ちゃんが飲み物をこぼしてしまった時など、ウェットティッシュをサッと取り出せるようにした。また下から上へ開く蓋は、手を離せば自然に閉まりマグネットで固定されるので、蓋の閉め忘れによって、ウェットティッシュの水分が揮発してしまう事も防止することができる（図5）。



図5. 蓋（Mサイズ）

●ハンギングベルト

ベビーカーのハンドルや、ベビーカーチェアのフレームなど、様々な場所に掛けられるような、バッグハンドル兼ハンギングベルトを付けることで、手の届く場所に簡単に着脱できるようにした。さらに汎用性を高めるために、強度の高いナイロンベルトには伸縮可能な調整具と、ベルトが通せない状況にも対応できるように、取り外し可能な樹脂製バックルを付けた（図6）。



図6. ベビーカーへの吊り下げイメージ

●生地

市場で販売されているウェットティッシュバッグは、光沢感のあるビニールやポリエステルが多く、残念ながら生活感が滲み出た安っぽい仕様のものばかりである。今回の依頼でもコストと耐久性を考慮し、ポリエステルを使用することが条件となっていたのだが、同じポリエステルでも、もっと光沢感を抑えた品のある生地を使用することだけで、ファッションアイテムとしても、インテリアの一部としても、調和性のある、よりデザイン性の高い商品を開発できると考えた。そこで提携工場から取り寄せた生地サンプルの中から、コンセプトに合う生地を数種類ピックアップし、比較・検証を経た結果、外装には中身を入れなくてもボックス型の形状を保ちながらしっかりと自立する厚みのある「シャンブレイ生地」を採用することとなった。シャンブレイとは経糸と緯糸を交互に編んでいく平織の生地的一种で、生地の中に霜降りのように白い糸が垣間見え、品のある独特な質感を持つ生地である。また配色に関してはサラサのブランドカラーでもあり、男性でも女性でも似合う調和性の高いライトグレーを選択した。また“sarasa design”のブランドロゴは、本体のライトグレーと非常に相性の良い白色を使って、蓋の下部にシルクスクリーンで印刷した（図7）。



図7. シャンブレイ生地とブランドロゴ

●耐久性・耐水性

「携帯」を前提としている商品にとって、耐久性・耐水性は最低限備えておくべき性能のひとつである。本来ポリエステルは耐久性の高い素材であるが、今回使用するシャンブレイ生地はデニム生地のように色落ちが目立たないという視覚的な耐久効果も備えている。また耐水性も考慮する必要がある為、

ファスナーにはサラサのロゴを配したシリコン製オリジナル「止水ファスナー」を使い、生地には汚れにも強く、多少濡れても問題なく使用できる「撥水加工」を施した（図8）。



図8. オリジナルロゴの入った止水ファスナー（Sサイズ）

6) 価格設定

商品の販売価格を設定するにあたり「出産祝い」としてのギフト需要も見込んでいたので、どのぐらいの価格帯がお祝いギフトとして主流なのかを調査した。生活関連メディアのヨムノが20歳～49歳の男女443名を対象に行なった「出産祝いの際、どのぐらいの金額の現金や品物を贈っていますか？」という実態調査で、全体の22.8%の人が「親友や仲の良い友人」への贈り物として「3,001円～5,000の品物」を送るという調査結果*1を公表していた。それに伴い、Sサイズ：2,400円（税抜）、Mサイズ：3,200円（税抜）で2020年に販売をスタートさせた。

3：これから

現在少子高齢化が進む日本において、子供の数が減り続けている一方で、子供関連の市場が活気を呈していると言われています。市場規模は年を経るに従って拡大し続けており、矢野経済研究所が2020年度に行った「2019年度の子供関連ビジネス市場」に関する調査結果では、前年度比1.6%増の15兆2,048億円と堅調に推移している*2と言われています。また、みずほスマートポータルによると、拡大する子供向け市場を表す言葉に「6ポケット」と呼ばれるものがあり、6ポケットとは、両親2つ、祖父母

の4つの財布を示したもので、潜在的に大きな市場であることの裏付けであるとも言える*³との見解を示している。サラサでのベビー雑貨開発は、コレクションとしての水平展開を視野に入れて進められているので、これらの潜在需要をしっかりと捉えた、デザイン性の高い商品をこれからも開発していきたい。

-
- * 1 ヨムーノ編集部. ““お祝い”の相場ってどれくらい? 「お祝いごと」に関する実態調査”. ヨムーノ. 2021-03-22.<http://www.o-uchino.jp/article/posts/8283>
 - * 2 株式会社矢野経済研究所 “子供関連ビジネス市場に関する調査を実施 (2020年)” プレスリリース No.2490.2020-09-08. https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2490
 - * 3 みずほスマートポータル. “少子化でも成長が続く「こども産業」について”. 業界動向. 2019-05-20. https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/mizuhosmartportal/gyoukaidoukou/topic_10.html