



秋吉台・秋芳洞地域の唯一性・独自性のある お土産商品開発 —コンセプト確立と試作品開発まで—

山口大学教育学部 准教授 平川和明・教授 中野良寿

【はじめに】

アフターコロナを迎え世界的な観光旅行者数の増大に伴い、秋吉台や秋芳洞などの豊富な地域観光資源を持つ美祢市においても観光の活性化が本格的になり、海外からの旅行者はもちろん、国内旅行者の増加も見込まれている。観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると新型コロナウイルス感染拡大以前の2019年時点では、日本滞在中の旅行消費額のうち、お土産等の買い物代が全体の34.7%（1兆6,690億円）を占めて最も多くなっており、一人当たりの買い物代は約5.3万円消費されていると推計されている。このことから観光振興においてお土産消費の市場は無視できない規模となっていることがわかる。

そこで、本プロジェクトでは、「秋吉台・秋芳洞地域の唯一性・独自性のあるお土産の開発」をデザイン目標として商品開発を進めている。実践的な商品開発のプロセス（図1）を体験することで、学生のデザイン教育を行い、実際に商品化が可能なお土産商品の開発を目指している。

商品開発のプロセス	
デザイン企画	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン目標 ・デザイン情報収集・整理・共有 ・デザインコンセプトの設定 ・アイデアの視覚化 ・デザイン評価
デザイン開発	<ul style="list-style-type: none"> ・試作モデル製作 ・デザイン評価 ・試作商品製作
デザインフォロー	<ul style="list-style-type: none"> ・生産方法の検討 ・商品関連デザイン（パッケージ等） ・ユーザ調査・分析

図1 商品開発のデザインプロセス

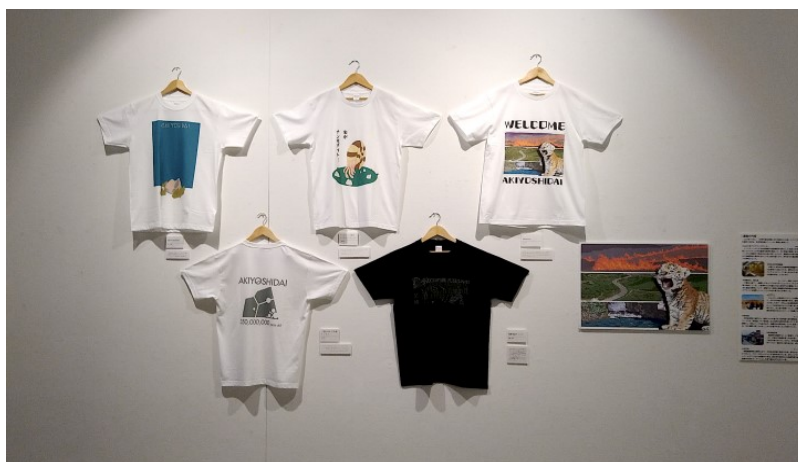
【活動内容】

お土産商品開発にてデザイン情報獲得の目的で、web上でのお土産調査（用途、価格など）を全国の12地域でおこなった。また、秋吉台周辺地域でのフィールド調査、インタビュー調査、大理石工房の見学なども実施した。それらで得たデザイン情報を整理・共有し、「秋吉台・秋芳洞地域の長い歴史の中で育まれた自然環境の素晴らしさ、美しさ、おもしろさを感じることができる商品」及び、「人に伝えたくなる、人にプレゼントしたくなる商品」というデザインコンセプトを設定した。ターゲットは商品開発ごとに詳細な設定を行うが、「若年層のインバウンドを含めた観光客」とした。2023年度はデザイン情報の収集活動が中心であったが、調査結果から需要が高いと推測できる「Tシャツ」を中心に試作商品も製作した。その成果の情報発信として山口県立美術館で美術教育選修の卒業制作展の一部スペースを使用してポスター発表および試作商品の展示を行った。

今後（2024年度）の活動は、試作商品の開発を引き続き進める予定にしている。デザイン評価を行い、商品を完成させ、その成果を展示会やワークショップ形式で発表する。実際の販売につながる商品開発を最終的な目標としている。

（参考文献）“2019年の訪日外国人旅行消費額（確報）” 国土交通省観光庁,2020.3.31

https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/con tent/001335741.pdf



展示の様子 会期：2/10-2/12 会場：山口県立美術館