

株式会社札幌教材製作所では、学校や工事現場で使われる黒板や表示・掲示板などを製造。
工事記録の撮影に使用する黒板では道内シェア80%を占めているが、
学校や公共工事の減少が続ぎ、黒板業界自体はここ20年ほどで斜陽化。
多くの同業者が廃業していくなか、将来に向けた製品開発や事業展開が急がれていた。

使う人の想像力がふくらむ新しいデザインを提案 「壁からの脱出?! ころがる黒円板」

「目新しい形」とらわれ、製品開発が進まない

株式会社札幌教材製作所では、新製品の開発については20年前から必要性を認識し、社内でも話が出ていた。しかし、新製品＝目新しい形という枠から抜け出すことができず、起爆剤となるような製品開発には至っていなかった。その間にも主力である工事現場用の黒板でさえ、毎年のように前年比で5～10%減。3年ほど前に販売を開始し人気を得ていた、一人でも撮影可能な工事用の手持ちボードで売上を保っているというのが現状だった。

「少しでも余力があるうちに新たな製品や事業展開をしたい」。平成12年に父の後を継いだ上田邦秀社長は、創業から45期目を迎えた平成28年に、就任以来初めてとなる事業方針説明会を社員に向けて開き、商品開発部門を立ち上げることを宣言。同時期に開催された「『伝わる』ものづくりセミナー」への参加をきっかけに本支援事業に応募し、専門家チームの支援のもとに製品開発を進めることとなった。その第一歩として、以前から出展を予定していた「ビジネスEXPO」での展示内容を検討。開発の方向性を見出すため、単なる製品展示ではなく、来場者の反響がより身近に感じ取れる、体験も交えた「黒板ラボ」に決まった。

使う人の想像力がふくらむ円形黒板

「黒板ラボ」では専門家チームのアドバイスを受け、「札幌教材の取り組みの姿勢や思いを伝えること」をコンセプトに、既製の自社製品を一切置かない展示を実施。来場者が落書きできる黒板の壁をはじめ、端材で作った展示物のすべてに黒板塗装をほどこした。中でも、B5サイズほどの黒板にプロが似顔絵を描いてプレゼントする企画は大当たり。来場者が展示物やサンプルを手し、自由に発想をめぐらせる姿から、デザインとは形や色ではなく、ユーザーに押し付けるものでもないことを体感。使う人の想像力がふくらむ提案がデザインになるということを実感する「ビジネスEXPO」の2日間となった。

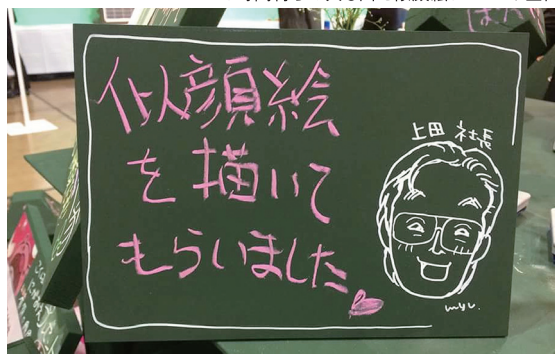
この経験を踏まえて専門家チームと検討し、開発に着手したのが丸い黒板だ。移動時にガタつき、キャスターが壊れやすいホワイトボードなどに対して、コロコロとスマートに動き、形もシンプル。試作では移動時と設置時の安定性が課題となったが、最終的には2枚の円板をボールジョイントでつなぐ形態にたどり着いた。

2枚の板を平行に保って車輪のように転がし、板同士を立て掛け合う状態で設置。固定観念を覆す「ころがる黒円板」を足がかりに、今後の展開と反響に期待が募る。

「ビジネスEXPO」では黒板の楽しさをアピール



1時間待ちの人も出た似顔絵プレゼント企画



試作の数々。成果発表会では直径1.2mの右のタイプを出品



主力商品は工事記録を一人で撮影できる手持ちボード



業界に波及できる
提案力のある
会社を目指して



代表取締役社長
上田 邦秀

「デザインとは何か」という根源的なテーマから始まり、専門家の方々には目からウロコが落ちるアドバイスをたくさん頂戴しました。黒板について真面目に考え、いい仕事をしていくことで、価格競争に負けない企業体質を築き、業界に波及するような提案力を持った会社に成長していきたい。そのステップとして、今回の事業を生かしたいと思います。