



(一社)発明学会 平井 工

## デザインで差をつける

新製品開発には2つの方法がある。1つは、今までにない新たな技術を凝らすこと。もう1つは、今までにないデザインを凝らすこと。前の方法は、技術のブレイクスルーだ。いわゆる技術革新の新製品である。後の方法は、技術は従来と変わらないが、外観が革新的でフレッシュな感覚の新製品になる。

技術が成熟化してくると、競合商品はいずれも大差がなくなる。機能は大して変わらない。値段もほぼ同じだ。そんなとき新たなデザインの新製品が、新鮮な感覚でユーザーの目を惹き、他の競合製品と差別化されて売れる製品となる。デザインの差がものを言うのである。

### デザイン化で商品価値を高める

私たちの周囲には、従来から変化がないものがたくさんある。そこに、新たなデザインを工夫してみよう。いままでのイメージが変わり、新鮮な商品に生まれ変わる。

電気洗濯機の必需品、洗濯物を入れて洗う洗濯ネット。従来から四角形やボール状のネットで、どこの家庭でもおなじみだ。メッシュの材質、使い勝手の改良、用途に合わせた製品づくりなど、メーカーは細かい工夫を施しているものの、ユーザーから見れば、特に革新性は認められない。

そんないわゆる機能本位の洗濯ネットの中で、このほど(株)ダイヤコーポレーションが商品化した新製品(商品名「ダイヤあにまるぼーちねっと」)が注目されている。

#### 見た目は動物のぬいぐるみ

写真1のように、見た目は、ネコ、クマ、ウサギの可愛い動物のぬいぐるみだ。リビングやソファで転がしておいても、ソフトな手触りでクッションのよう。

ところが写真2のように背面のファスナーを開けると、内部に洗濯物を入れる洗濯ネットである。材質は厚みのあるクッションメッシュでつくられていて、女性の柔らかい衣類や下着類も生地を保護して洗うことができる。外観は可愛い動物だから、居間に置いたままでも違和感がない。

もう1つの利用法は、ポーチとして使うこと。旅行や出張では、衣類などを入れて携帯する。衣



写真1、2  
新鮮なイメージ「あにまるぼーちねっと」

類を使用した後は洗濯物入れとなり、帰宅後はポーチのまま洗濯機に放り込んで洗濯するのである。

従来から四角形状やボール状の洗濯ネットという機能本位の生活必需品に、動物のデザインを施したところがポイントだ。デザインを変えただけで地味な洗濯ネットのイメージを変えて、まったく新感覚の製品になったのである。

このついでに説明すると、洗濯ネットは当初、扁平状の四角形だった。立体的な球体に工夫したのは、主婦の笹沼喜美賀さんである。

笹沼夫人は、硬式野球ボールをヒントに、ひょうたん型のネット布2枚を交差させて縫い合わせ、球体型を考案した。その実用新案の権利を採用したのがダイヤコーポレーションである。笹沼夫人は「洗濯機の糸くずとり具」の発明者でもあり、いずれも大ヒット。特許料は総計で3億円にもなる。主婦発明家のレジェンドだ。