



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Ⅲ —製品化を目指して—

教育学部 准教授 平川和明・名誉教授 中野良寿・名誉教授 田中和広

【プロジェクトの背景と目的】

近年の円安傾向やコロナ禍後における旅行需要の回復を背景に、美祢市においても観光の活性化が本格化している。美祢市の観光振興における課題の1つとして観光消費額の拡大がある。同市による訪問客の満足度調査では「お土産商品」が最も低い評価を示した結果もでている。また、我々の調査においても、秋吉台・秋芳洞周辺地域の魅力は、長い年月をかけて形成された独特な自然環境や景観そのものにあることが改めて確認されたが、既存のお土産品においてはその魅力が十分に表現されていない可能性が明らかになった。そこで、地域貢献およびデザイン教育を目的として、秋吉台・秋芳洞周辺地域におけるお土産商品の開発に取り組んでいる。山口大学の学生を中心として山口県立大学と山口芸術短期大学の学生とも連携して進めている。

【プロジェクトの概要】

2023年度より活動を始め、初年度はお土産品開発のための調査を中心とした。2024年度より「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」というデザインコンセプトを設定し、本格的なお土産品の開発を進めた。2025年度は商品開発を継続するとともに、製品化までのフローを想定して、課題となる知的財産権の整理や製品化・流通体制の整備を行った。

【商品開発の方針】

近年、インターネットを介した発注システムの普及により、多様な分野の商品を比較的容易に生産することが可能となっている。とりわけ、デジタルデータを作成することで、オリジナルデザインのグッズやノベルティを少量から制作できる生産環境が整備されつつある。このような生産形態は、大学教育における活動のように時間的制約を伴う取り組みにおいて、アイデアの具現化から試作、製品化に至るまでの過程を効率的に進める手法として有効である。また、試作品の完成度を高められる点や、生産方法を明確化できる点においても、製品化を目指す上で有用である。そのため、本プロジェクトでは「デジタルデータの活用」を商品開発の基本方針として位置づけ、この方針に基づき開発を進めた。

【著作権の整理と生産流通体制の整備】

試作品の制作後、事業者とのやり取りを進める過程で、学生がデザインした著作権の取り扱いに関する問題が顕在化した。そのため、事業者と学生との間で契約書を締結し、権利帰属を明確化する方法を採用した。具体的には、事業者が学生からデザインを買い取り、著作権譲渡契約を締結することで、当該デザインの著作権を学生から事業者へ譲渡する形態とした。一方で、学生はデザインを譲渡するだけの立場であるため、製品化にあたっては事業者が生産業者へ発注し、商品として製造する必要がある。事業者が自ら生産業者を選定し発注できる場合は問題ないが、その体制を整えることが困難な場合も少なくない。そこで、事業者と学生の契約締結から、デザイン譲渡後の生産発注に至るまでの工程を統括する中間流通業者（コーディネーター）を介在させる体制を構築した。これにより、契約手続きおよび製品化工程を円滑に進行させる仕組みを整備（図3）し、大学における商品開発活動に伴う知的財産権および生産体制上の課題解決を図った。

【今後の取り組み】

これまでに開発した商品（表1）について製品化に向けた活動（図1）を行っていく。まず、事業者への営業ツールとして商品カタログの作成を行い、次に事業者への情報発信と市場調査の目的で開発した商品の展示会を開催する。最後に、カタログと市場調査の結果を活用して事業者への製品化のための営業活動を行っていく。開発商品が1つでも多く製品化につながるように活動していきたい。

図1 プロジェクトの全体像

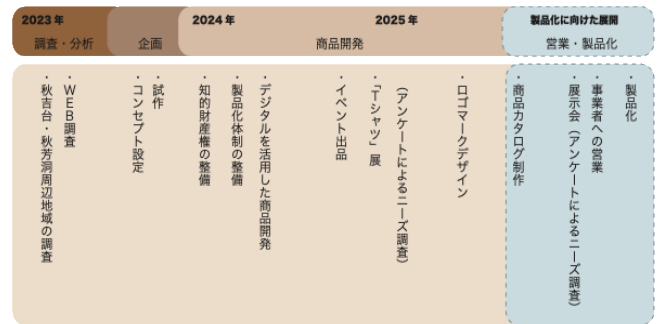


表1 開発したお土産商品の種類・点数および製造分野

商品分野	商品	点数	製造分野	生産先
衣料品	Tシャツ	61点	印刷	○
	靴下	3点 (1種)	印刷または縫製	○
日用品	タオル	5点 (3種)	印刷	○
	インテリア用品、文具具類	マスキングテープ	1点	印刷
文具具類	スマホスタンド	1点	木工	+
	一輪挿し	1点	陶芸	+
	キーホルダー	7点	印刷	○
	クリアファイル	2点	印刷	○
	巾着	3点 (1種)	印刷	○
	アロマストーン	1点	木工・陶芸	+
	小物スタンド	1点	木工	+
	箸	1点	木工	+
	手拭い	2点 (1セット)	印刷	○
	ランチョンマット	1点	印刷	○
その他	トートバック	1点	印刷	○
	バスボム	1点	不明	+
	ピアス	1点	金工	+
			合計94点	*○は生産先が明確に示しているもの

図3 生産と流通の体制

