

アップサイクル製品ガイドラインの開発

Development of Upcycled Product Guideline

ものづくり支援センター 大久保 京子

■研究の背景

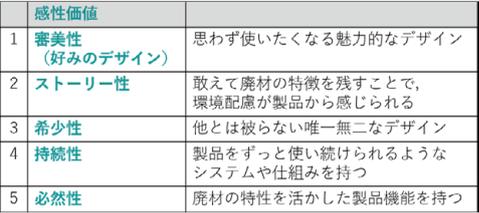
持続可能な循環型社会の実現のために不可欠である資源リサイクルの推進には、廃材を経済的により価値の高いものに生まれ変わらせるアップサイクルが有効です。一方、環境に配慮した製品開発には、経済価値、環境価値、製品価値の3つの要素が重要ですが、製品価値の中でも製品購入に大きな影響を及ぼす「感性価値」については十分な研究が行われておらず、アップサイクル製品の開発に取り組む道内企業においても、効果的な製品開発の推進や開発製品の顧客満足度向上などに課題を抱えています。

そこで、北海道の地域資源や産業廃棄物を活用したアップサイクル製品開発を支援するために、アップサイクル製品に対する顧客の感性価値や、これに対応したアップサイクル製品の特性などを解明し、「アップサイクル製品ガイドライン」の開発に取り組みました。

■研究の要点

1. アップサイクル製品特有の感性価値の抽出・整理
2. 購買態度による消費者セグメントごとのアップサイクル製品に求められる感性価値の解析
3. 「アップサイクル製品ガイドライン」の開発

感性価値	
1	審美性 (好みのデザイン) 思わず使いたくなる魅力的なデザイン
2	ストーリー性 取って廃材の特徴を残すことで、環境配慮が製品から感じられる
3	希少性 他とは被らない唯一無二なデザイン
4	持続性 製品をずっと使い続けられるようなシステムや仕組みを持つ
5	必然性 廃材の特性を活かした製品機能を持つ



アップサイクル製品の感性価値



アップサイクル製品ガイドライン (抜粋)

■研究の成果

1. アップサイクル製品の感性価値要素を5つに分類できました。
2. 購買態度による消費者セグメントによって、アップサイクル製品購入に影響を及ぼす感性価値が異なることがわかりました。
3. ターゲットとなる消費者セグメントと活用する廃材の組み合わせから、製品企画段階で考慮すべき感性価値と廃材の具体的な活用例がわかる「アップサイクル製品ガイドライン」を取りまとめました。