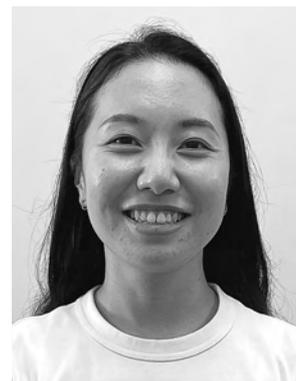


「株式会社デザインココ」の取組み事例 ～等身大フィギュア界のトップランナー～

株式会社デザインココ
ディレクター 大内 さくら



はじめに

我々株式会社デザインココは、仙台・登米・東京に拠点を置き主にフィギュアを制作しているデザイン会社です。事業内容や当社の強み、今後の展望等をお伝えしたいと思います。

1. デザインココの事業内容

1.1 創業と沿革

2000年に代表の千賀が出身地である志津川町で看板制作とデザインの会社を立ち上げたのが始まりです。当初は、主に地元のお店の看板やチラシ等のデザインを行っていました。今では、登米に35名程度、仙台に35名程度、東京に10名程度、合計で約80名の体制となり、立ち上げ当時からの看板・チラシ等のデザインも



工場の様子

続けつつ、現在の売上はフィギュア制作が大半を占めるようになりました。

仙台北社では本社機能、東京では営業機能や大量生産時の品質管理、登米工場では等身大フィギュアの制作等、事業所ごとに特化した機能があるものの、企画・制作・品質管理の基本的な機能は各事業所が持ち、それぞれの事業所が連携しながら仕事を進めています。

1.2 フィギュア業界の動向

昔は、フィギュアという「オタクの人たちだけが見るもの」という認識が一般的だったかもしれませんが、今は全く変わりました。例えば、昔は街で2次元のイラストを見ることができるのは秋葉原くらいでしたが、近年では渋谷や新宿等でもフィギュアの広告を目にすることが多く、世の中に広く受け入れられるコンテンツになったと感じています。世界最大級の造形・フィギュアの祭典「ワンダーフェスティバル」は、1984年から東京で開催されてきましたが、徐々に参加者の年齢層が幅広くなり、集客規模が拡大して、2018年からは上海でも開催されるようになりました。元来、著作権元やメーカーは日本の企業がほとんどでしたが、少しずつ中国企業の参入も増えています。また、ファン層も特に中国やアメリカで厚くなりつつあるの

で、商品の販売先が日本から世界に広がっています。このように、フィギュア業界は、広く一般に認知度が向上してファン層が厚くなるとともに、世界ともつながり市場が拡大し、成長産業となっていくと考えています。

1.3 当社のビジネスモデル・特長

基本的には OEM 生産で、漫画・アニメ制作会社等の著作権元とフィギュアメーカーが企画したものを受託するケースと、当社で企画し提案するケースがあります。いずれも、著作権元やメーカーの手によるイラストをもとに、当社で3Dデータを作りフィギュアを作る、という流れになります。当社が作成したフィギュアは、メーカーのHPで小売販売されるケースがほとんどで、当社の名前が出るとすれば「制作協力」や「原型制作」といった形となります。

当社では、企画から量産までを一貫して進めることができ、イラスト1枚からでもワンストップでフィギュアを作ることが可能ですが、業界で同じことができる会社は少ないため、この点が当社の特長と考えています。また、アニメ・漫画関連の商品の中でも、キャラクターのクリアファイルやボールペンといったグッズ類は単価が安いので、なかなか大きな収益を上げることは難しいのですが、当社は2～3万円の価格帯のフィギュアを得意としているため、業界内でも有利なポジションにあると考えています。

漫画・アニメ制作会社と直接つながり、それら制作会社のプロモーション活動の一環として共同でフィギュアを販売していくことで、お互いの利益を確保でき、これは大きな意味を持つと考えています。アニメ業界は「仕事が終わらない」「賃金が安い」ブラック企業が多いと一般

に言われていますが、当社がフィギュアを漫画・アニメ制作会社と協力して売るといった事を通じて、そこを変えていくことができると考えています。



当社の制作物一覧

1.4 フィギュアに注力するきっかけ

看板等のデザイン業をしていた当時、ある看板職人が休憩時間に発泡スチロール等を削って人形を造形していたのを社長が見て、新事業の可能性を感じたのがフィギュア制作のきっかけでした。今では、アニメや映画の宣伝、販売促進のために等身大フィギュアを作ることが多いのですが、それを目玉としつつ、その縮小版(スケールフィギュア)も相乗効果で買ってもらう戦略でフィギュアを売っています。なお、当社では、コロナ禍で巣ごもり需要が増加したこともあり、フィギュアの売上は伸びています。さらに、コロナ禍が終息した暁には、海外からより多くの人々が来日するため、さらに需要は伸びていくと考えています。

1.5 3Dプリンターの活用と等身大フィギュア

スケールフィギュアは我々が参入する前も一般的にデジタル技術を活用して作られていまし



3Dプリンター

たが、職人の世界ですので3割程は手作業でした。我々は、3Dプリンターの特許が切れるタイミングで、既存の実機を分解し構造を研究、東北大学や宮城県産業技術総合センター等の力も借りながら自社で開発してそこに切り込み、世界初の3Dプリンターによる等身大フィギュアを作製するに至り、当社の3Dプリンターは「第8回みやぎ優れ MONO 認定製品」に選ばれました。また、大型立体像形制作における3Dプリンターを作ったプロセスが評価されて「第7回ものづくり日本大賞特別賞」を受賞しました。

1.6 社員のメンバー構成・採用方法

社員は男女半々ほどで、20代が多いですが、80歳近い職人も元気に働いています。東北出身者が大部分を占めますが、関西、関東出身者もいますし、1割程は中国等の海外出身です。中国で日本のフィギュアの人気の高いことが背景にあると思いますが、コンテンツ産業は、親しみやすく、世界のどんな人にも訴えて、将来日本に来てくれるという動きを生み出す力を持っていることの表れだと思います。それから、仙台は比較的學生が多く集まっているため、人材面でも都合が良いと感じています。出身校では地元のデジタルアーツ仙台や、美術系大学出



社員の様子

身者が多く、東北大出身者もいます。当社の「等身大フィギュアで日本一」という魅力や、これまで作ってきた企業イメージ・ブランドで入ってくれます。また、当社は、社員を一から教育して育てることに力を入れていますので、そういった点も含めて、フィギュア業界のトップランナーである当社に魅力を感じてやってきてくれているのだと思っています。

2. 当社の強み・課題

2.1 デジタルによる効率化と一貫体制

当社は、業界の中でもいち早く「粘土をこねて原型を作って」進める従来の職人氣質の世界から、造形制作のデジタル化や3Dプリンターを導入したことで、大きく効率化が図られました。例えば、1つフィギュアのデータを作っておけば、それを拡大すれば等身大フィギュアになりますし、「頭が小さいから直したい」という場合にも、粘土だと全部作り直しとなるところを、データだと簡単に修正できるため、様々な場面で効率化が図られ、原型制作期間が短縮されます。職人氣質が悪いわけではありませんが、フィギュア制作を「産業として成り立たせる」ためには、このような効率化が必要だと考えています。

また、デジタルでの制作には、作品の精度向上というメリットもあります。原型を送って、その後鋳造を作り、金型完成までのプロセスで何度も形状の確認が必要になります。この修正のやり取りが非常に多く、コロナ禍もあって現地にも行くことが難しく、品質管理が非常に大変です。一方でデジタルによる機械加工型だと、データとほとんど同じ、精度の高いものを作ることができると考え、デジタル化の幅を広げ、

さらなる効率化、高精度を実現できるよう、地元宮城県の金型屋と連携して研究中です。

2.2 宮城県に拠点を構えることのメリット

宮城県に拠点を構え続ける理由は、社長の出身地ということもありますが、首都圏に比べると立地コストが安く済むこと、競合他社がないというメリットもあるためです。また、東北の地に居ても、当社は等身大フィギュアで日本一のクオリティ・実力を持っていると自負しています。それを求めて全国から仕事の依頼をいただき、また優秀な人材も集まってきます。

2.3 当社の課題認識

当社では、量産のプロセスは中国の関連会社で実施していますが、近年中国では人件費が高騰し、円安も進んでいることから、コスト面のメリットが減少しています。また、いわゆるチャイナリスクも懸念されるため、量産を中国に依存し続けることは当社にとって大きな課題と認識しています。なぜ量産を中国に頼っているかというと、日本の成型技術はフィギュアのような3次曲面の金型には向かないことや、精密なモノづくりにこだわるあまり、フィギュア制作側のニーズに合致しないといったことがあるためです。その点中国では、3次曲面の複雑な形状でも「無理抜き」ができる等、柔軟な鋳型作りが可能です。フィギュアは髪の毛の角度等の細かい部分はある程度誤差が許容され、工業製品のような精度は必要ありません。日本の金型屋さんはその「ゆるさ」が受け入れ難いという面も大きく、その点でメーカーとの齟齬が非常に大きいと感じています。この課題を解決するために、我々は日本国内で量産体制を実現するための検討や、金型メーカーへの働きかけを今進

めているところです。とはいえ、そういう取り組みを既に進めている他の企業はなく、当社がフロンティアですので、なかなか良いコラボレーション先を見つけるのが大変でした。

3. 今後の展望

3.1 自社一貫体制の拡充と量産の国内回帰

当社はこの8月から、量産と販売についても自社で実施する体制を整備しました。今後は、権利元と直接つながり、当社が制作し、小売まで一貫して行うことで、ブランド力向上や、版権元も含めた収益力向上に資すると期待しています。また、先述のとおり、国内で量産するための取り組みも進めており、今後はこれら2つが大きな路線となると展望しています。

3.2 東北の皆様ともしっかりコラボレーションを

フィギュア業界というと、一般の経済・産業界からは縁遠い世界と思われるかもしれませんが、例えば喜久福さんとのコラボで地域おこしをした事例もあり、決して無関係ではありません。コンテンツ産業のすそ野は広がっており、また世界的にも認知度が向上しつつある業界です。したがって、今後ますます産業界とのコラボレーションのポテンシャルを持ってくるコンテンツですので、是非皆様には、東北にもこのようなトップランナー企業があること、東北から世界に向けてモノづくりができるということを知っていただくとともに、様々なコラボレーションをして行けたら有難いと考えています。