

七日町通りの紙袋デザイン

A2201628 門前 彰太

研究の背景

七日町通りはおおよそ400年前に越後街道の玄関口として栄え、会津の商業の中心地として繁栄した場所である。現在は観光地として利用されているが、鶴ヶ城や飯盛山に比べて観光地としての特徴が少なく、観光客に認知されにくいというのが現状だ。通りで働く人々の間でも、景観の統一を図る計画や「おもてなしカード」を利用した店同士の繋がりを可視化する活動はあったようだが、計画は実践に至らず、活動は内容が不十分で自然消滅した。観光地としての統一感を出し、通りの繋がりを可視化するツールとして、七日町通りの各店舗の紙袋を制作する。紙袋は観光地で多く利用され、また持ち歩く広告として店の宣伝効果も高い。現在各店舗で使われている袋は、一部店舗を除いて既製品やビニール袋などのこだわりの感じられないものとなっている。この研究で制作する紙袋で、通りに視覚的な統一感をもたらし、かつ観光客が楽しく通りを観光できるようにする。

研究の目的

現状、ビニール袋でも紙袋でも、七日町通りで統一されたものは存在していない。デザインの方向性を統一した「七日町通りの店舗」としての紙袋を制作し、視覚的な統一感を生み出して通りを会津若松市内の他の観光地にも引けを取らないものにすることを目的とする。各店舗の商品などの特徴を盛り込み、色使いやモチーフから七日町通りの大正浪漫の雰囲気表現して通りらしさを損なわないデザインにまとめる。

研究のプロセス

●前期

・初期取材 七日町通りの特徴や現状、今通りに欲しいものや必要としているものなどを数店舗に調査
⇒様々な業種の店舗が集まっていて、統一感の無い部分も通りの魅力
⇒あまり観光地らしさが無く、観光地として認知されていない
⇒統一のツールができるなら、通りらしく、かつ各店舗のものだとわかるデザインがいい

・テーマ決定とデザイン考案

⇒大正期らしさを出すために当時の印刷物やデザイナー、同時期に海外で流行したアールデコの調査

●夏季休業中

・各店舗への取材 店舗の特徴やデザインに関する要望の調査

⇒派手すぎず、素朴でやさしいデザイン

⇒統一感よりも、個々の店舗がよく分かるデザイン

・デザイン考案2

⇒各店舗でそれぞれデザインの要望が異なったため、大正期らしさを踏まえた上でデザイン案の再考

●後期

・デザイン制作

・各店舗取材 制作物の持ち込みと意見交換

成果物(完成作品)

40 店舗分 各サイズ3種 計 120 点 素材:クラフト紙

① 185×92×230 ②243×122×300 ③300×150×370 (幅×マチ×高さ 単位:mm)

今回参考にしたアールデコは、日本の大正時代とおおよそ同時期に欧米を中心に流行、発展し、日本のデザインにも影響を与えた様式である。特徴として直線や円、それらを連続させた幾何学模様や、原色による対比表現が挙げられる。店舗の商品を単純な図形に変換し、大正時代特有の色彩を使いつつ、通りから感じ取った素朴な暖かさと合致するようにアレンジを加え表現した。

例)会津漆器ぬりー 七日町店

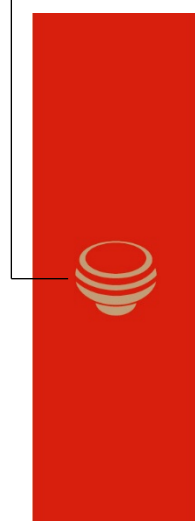
楕円と正円を連続させた幾何学的要素で満月と漆器を表現

正面の図形の一部を配置

店舗情報



正面



側面



背面

兎が描かれた商品が多く入れてほしいとの店舗の希望

店舗のイメージカラーの朱色と満月を想起させる黄色の2色で構成

(1月17日現在のデザイン案)

考察

店舗ごとに通りに対する思いやデザインの要望に違いがあり、観光客と店舗の双方に受け入れられるデザインを制作するという点で苦戦した。アールデコの型にはめて店舗や通りの特徴を盛り込むことに意識が行きがちだったが、観光客が持ち歩いても違和感なく、かつ持ちたいと思わせるようなものを制作するために「利用者の視点」に気付き追求できた点は、今後の制作にも生かせると感じた。情報収集のために多くの店舗を訪ね調査したことも良い経験になったと思う。

ただ、取材やアンケートを予定通りに行うことが出来ず、適切な情報収集が出来ていなかったため、表現や構成の幅が狭くなってしまった。また、制作物を踏まえた意見交換を行う期間を十分に確保できなかった。多くの店舗を扱う内容に対する自分の計画性の無さを痛感し、反省点とする。

今回の研究の中で、題材の規模が広範囲に及ぶほど考え方や意見の幅も広く、また個々の店舗にも様々な事情があるということを理解した。観光地に関する仕事や、同系統の複数のデザインを制作する機会は社会に出てからもあると思う。この多くの失敗を繰り返さぬよう、今回の経験は今後も心の中に留めておきたい。