

芦ノ牧グランドホテルを若年層に発信する広告

グラフィック分野 北本ゼミ A2201713 酒井幸希

研究の背景

芦ノ牧グランドホテルは福島県会津若松市の南に位置する温泉ホテルで、長年利用客に愛され続けている。しかし、長年愛され続けているがゆえに利用客のほとんどは地元の年配客や団体客であり、20～30代の客層が少ないということが取材でわかった。支配人からは、年齢問わず訪れてほしい(若年層の集客にも力を入れたい)とのことだったため、グラフィックツールを用いて若者の利用者数を増やせないだろうか考えた。来客数の少ない若年層に向けた広告ツールを制作し、芦ノ牧グランドホテルを発信するためのポスターとパンフレットを用いて、芦ノ牧グランドホテルの自慢である料理や温泉、また親しみやすさ、楽しさなどを若者に向けて宣伝する広告デザインの提案をしたい。

研究の目的

本研究では、ポスター、パンフレットの2つを提案する。若年層をターゲットとした広告をデザインするにあたり温泉をイメージさせる淡い色彩と、遠くからでも認識できるような強めのカラーを組み合わせ、両作品を構成し制作している。また、温泉の揺らめきや湯気を連想させる曲線を用いたデザインを用いた。ポスターでは写真をモノクロにし、切り抜いて使用することによって、ホテルの広告ではあまり見られないインパクトのあるデザインが若者の目を引きつけると考え、これを念頭に置き制作にあたった。このような点から、個別で見ると芦ノ牧グランドホテルのポスターだと認識させることができるのではと考える。パンフレットでは芦ノ牧グランドホテルが自慢とする料理、温泉に重きを置き、また、実際に人が楽しんでいる様子をあえて見せることによって、手に取った人たちに興味や親しみやすさといった点を感じ取ってもらえるのではないかと考え制作している。芦ノ牧グランドホテルの品位を保ちつつ、若者にも利用しやすいデザイン提案を行いたい。

研究のプロセス

[前期]

- ・芦ノ牧観光協会に方たちへ芦ノ牧温泉の現状調査取
- ・旅館・ホテルへ取材、アンケート調査(各1回)

[夏季休業中]

- ・各旅館・ホテルで、アンケート調査(各1回)、
現地取材、撮影(合計12回)
- ・芦ノ牧観光協会に取材(3回)
- ・テーマの変更、芦ノ牧グランドホテルのみを取り上げる制作へ変更、
若者を対象としたデザイン制作



観光協会事務局長へ取材

[後期]

- ・芦ノ牧グランドホテル支配人へ取材、館内の撮影(6回)
- ・撮影、ポスター制作、パンフレット制作

成果物(完成作品)

・ポスター

芦ノ牧グランドホテルの品位を崩さず、若者も訪れやすいような紙面構成を考案し、モノクロにして切り取った素材を使用することで、見た人がそれぞれの色を思い浮かべることができ、想像を膨らませ、興味を持ってもらえるのではないかと考えカラー制作を試みた。また、線などの曲線を用いたイラストは温泉の揺らめきや湯気を連想させるために使用している。温泉をイメージさせる淡い色彩と、モノクロ素材、遠くからでも認識できるように強めのカラーを組み合わせることで興味を持ってもらおうと考えた。ポスター全体の構成として、芦ノ牧グランドホテルの特徴を表せるポスターを制作するため、温泉3点、料理3点、風景2点、客室1点、温泉街1点で構成。



※現在制作途中のもの

・パンフレット

ポスターとの一貫性を持たせるため、温泉の揺らめきや湯気を連想させる曲線を用いて統一感のあるデザイン制作を心掛けている。展開した際の表紙、裏表紙を除いた背面のデザインは芦ノ牧グランドホテルから眺めることができる溪谷の素材を大胆に使用することで溪谷の自然の中に点在するホテルと認識させるとともに、複数人で使用する際、表面裏面どちらから見ても楽しめるよう制作した。

考察

今回、若者に向けたデザイン制作を行っていく際に、自身の視野が狭くなることが多くあったが、イメージに捕らわれない制作ができたのではないかと感じる。今回、写真を用いての制作を行ったため、カメラの操作方法画面作りなどに時間がかかってしまい撮影時間が増えてしまったという点で、練習期間をあまり設けなかったことが反省点である。また、制作するにあたり、夏季休業を終えてからのホテル側とのスケジュール、繁忙期などの把握ができなかったことで、思うような取材が行えなかった自身の計画性、現状把握など、力の無さを改めて痛感した。効率の悪さを改めて実感したため、今回の制作の流れの反省点を、今後のあらゆる取り組みに生かされるよう心の中に留めておきたい。