

シューズショップの販売促進

a2200411 佐藤絵里子

【制作意図】

身近にあるグラフィックツールは何があるかと考えたときに、広告、包装等が上げられ、私はそれらをトータルに研究してみたいと考えた。身近でデザインの宝庫と言えは様々な販売店である。宣伝ちらしはもちろん、店内に陳列されている商品の包装からポップ、天井から吊された案内表示板に至るまで、制作者の意図や工夫が込められている。

また、現在ではどの店舗でもショップバックと呼ばれるその店オリジナルの買い物袋があり、スーパーマーケットや個人商店でもオリジナルデザインのレジ袋を使用している。昭和40年頃から普及してきたと言われるそれらは店の広告の役目も果たしている。私はこのショップデザインに興味を持ち、ひとつのブランドを統合的にデザインしたいと考えた。

スーパーなど多種多様な商品を扱っている店舗より認識しやすく、制作物のサイズの検討面等、コンセプトも絞りやすいと考え「シューズショップ」の販売促進を研究テーマとした。

【方法・過程】

- 1 事例を探しながらシューズショップのイメージを固める
- 2 制作物の寸法の検討
- 3 ラフスケッチ
- 4 デザインの決定、色の検討
- 5 素材の検討
- 6 制作

【ショップイメージ】

主に20代女性をターゲットとしたシューズショップ。清潔感のある女性らしさ・可愛らしさをイメージした。

【制作物】

ショップバック
紙袋
箱
シール
ポイントカード
社員名刺
商品タグ
カタログDM

【考察】

素材となる紙には膨大な種類があり、流行があるため廃番も多く、その中からイメージ通りの紙を見つけ出すのに苦労した。

グラフィックツールの事例を追っていく内、普段目にしているはずのものでもしっかりとデザインされていることに気がついた。研究を始めてからより周りの風景にとけこんでいるグラフィックツールに目がいくようになった。

この研究で得た経験や知識を今後仕事の中で活かしていきたい。

ロゴ



ショップバック



【ヘリオトロープ】

ペルー原産の花の名前。春から夏にかけて強い芳香のある紫または白色の小花を総状につける。ギリシャ語で「太陽に向かう」を意味する。