

【地域活性化フォーラム】

留学生の視点による岡崎市観光協会業務用テントデザインの検証

愛知産業大学 木村光

要 旨

愛知産業大学(以下、本学と称す)は一般社団法人 岡崎市観光協会(以下、岡崎市観光協会と称す)と連携協力に関する包括協定を締結し、地域の課題に適切に対応し、活力のある地域社会の形成と発展に寄与する目的で、岡崎市観光協会が使用するテントのプロダクトグラフィックデザインを行った。学内コンペ形式とし、留学生の眼で捉え岡崎市を表現したカラフルなデザイン案が採用され、実物が制作された。その後、実際の使用開始後における感想・意見のまとめを行ない、作品の完成度や今後の課題点をまとめた。

1. 背景と目的

(1) 背景

本学は岡崎市役所、岡崎市観光協会、岡崎市民病院、岡崎市の図書館、道の駅「藤川宿」などをはじめ、岡崎市の各種団体へイベント、物品開発などの提案や活動を長年に渡って行ってきた。しかしながら、学内における受け入れ窓口が不明瞭であったために、活動開始後に様々な問題が生じた。本学の建築学科、スマートデザイン学科、総合経営学科、大学院、あるいはサークルが個別に扱う事象なのか、まとめた部署で対応するのか、そのまとめ役は誰なのかなど、明確ではなかった。

(2) 目的

これらに関連する事柄として、本学の学校法人・学園の事業計画においては「コロナ禍においても可能な限り、地元・地域に愛され共に発展する学校として認知されるよう努めます」と定められた。その過程から 2021 年 6 月に本学は岡崎市観光協会と連携協力に関する包括協定を締結することとなった。

一方、岡崎市観光協会側は、「これらの価値ある財産を広く内外に発信して、観光客を誘致するとともに、観光事業による地域経済の活性化を推進していきます」と述べており、今回はこれに合致するものとして、デザインの提案を行うこととした。

制作にあたっては本学の研究・制作の一環として大学の営利性を求めるものではなく、学生の勉学の一環として行なっていく。

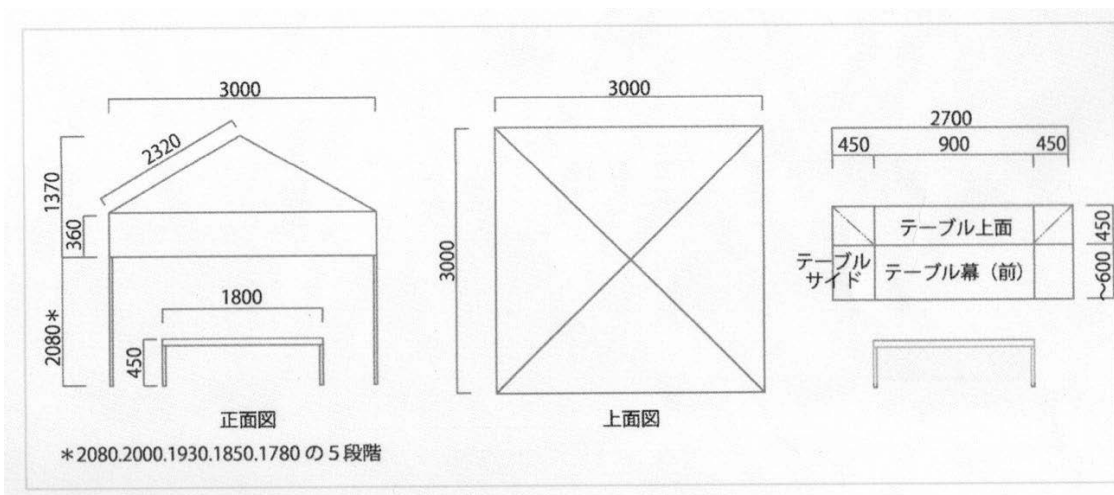
2. 制作工程

(1) 伝達手順

包括協定の締結後の第一号となった今回は学内コンペ形式とし、今回学部建築学科と大学院留学生に制作を依頼した。「岡崎おもてなし」ブースの提案というタイトルを学内で定め、在学生へ制作図面を提示した。(図表 1)

政策上の注意点として、提示した図面では上面図の面積が大きいですが、実際には上方向から図

柄を見ることはほとんどなく、正面図の方向から見るのが大半であるので、作画に際しては縦横比を調整する必要があることを学生に伝えた。すなわち、正面図で見える状態をそのまま上下方向のみ伸ばした状態を上面図に描く必要がある。



図表 1 制作図面

制作の開始にあたって学生に向けて下記の文章を提示した。

愛知産業大学は岡崎市観光協会と包括提携を結んでおります。この度、岡崎市観光協会より「岡崎おもてなしブース」のデザイン提案をしていただけるように依頼がありました。「岡崎おもてなしブース」は岡崎市観光協会の皆さんがイベント会場などで岡崎を PR する活動を行う際に使用します。そこで、デザインコンペを実施することにしました。岡崎らしく、親しみやすく、ユニークで素敵なデザインのブースをデザインしてください。

デザインの対象は、テント、テーブル、テーブルを囲む宣伝幕(テーブルに置く飾り物的なものもデザイン可)などです。岡崎市観光協会のホームページなどを見て、岡崎の特徴や名物などを知っていただき、可能であれば岡崎の街歩きもしていただいて、デザイン提案にチャレンジしてみてください。

デザインの対象物となっているテントとは、テントの外形のデザインではなく、屋根部分に相当する箇所グラフィック的な処理を施すデザインである。これらはプロダクトグラフィックと呼ばれる領域のデザインである。通常のグラフィックデザインとは異なり工業製品に色彩、文字、イラストなどを施す。そのために平面的な処理だけでなく、立体物の把握能力が求められる。今回のテントに反映させるためには後工程のことを考え、イラストレータで作図したデータの提出が求められる。

留学生は本学大学院に入学してから半年経っていたが、あまり大学構内以外を知らなかったため、岡崎城周辺を教員と共に見学した。これにより、岡崎公園内の岡崎城、大手門、桜の木、藤棚、三河武士の館家康館、乙川、桜茶屋、お土産品などを見学することができた。

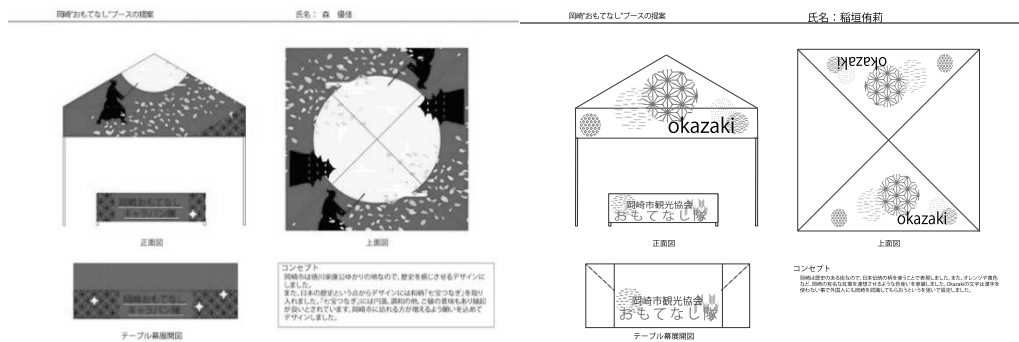
(2) デザイン工程

当初の予定では2021年6月に開始し9月にデザイン案決定の予定であったが、開始が遅れ、最終デザイン案の決定が約2ヶ月遅れた。

12作品がエントリーし、建築学科、スマートデザイン学科教員4名からなる選考委員が入賞作品5作品を選出した。(図表2~6)

これらをスマートデザイン学科学生77名に公開し、一番気に入った作品に無記名投票を行った結果、圧倒的にE案が支持を得た。(図表7)

この結果を参考に選考委員、岡崎市観光協会によってE案を最優秀賞とした。その後、岡崎市観光協会から数カ所の修正依頼が入った。従来使用していた名称の「岡崎キャラバン隊」から「岡崎市観光協会」への変更、オカザえもんの顔のイラストは学生がテントにマッチするよう動きのある表情としたが、オカザえもん氏自身の描かれた原画への変更が生じた。(図表8)



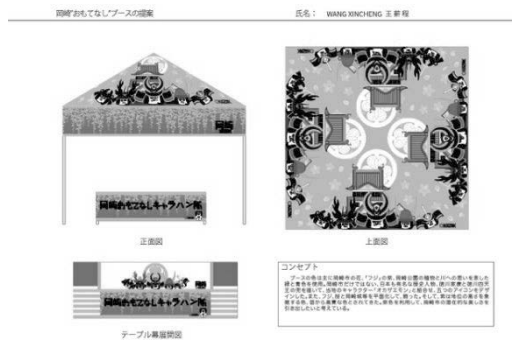
図表2 A案

図表3 B案

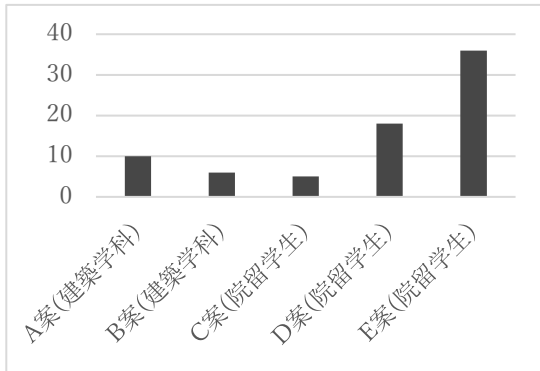


図表4 C案

図表5 D案



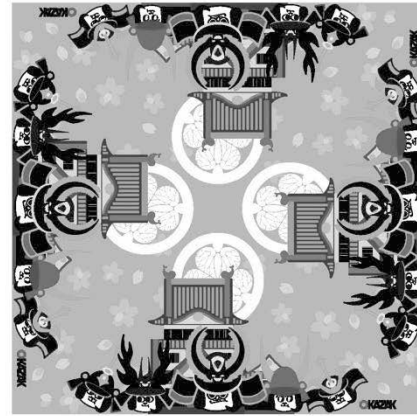
図表6 E案



図表7 投票結果(77名)



正面図



上面図



テーブル幕展開図

図表8 修正後の最終作品

採用となったE案を担当したオウシンテイさんの作品意図は下記のとおりである。

テントの色は主に岡崎市の市の花である藤の紫色、さらに岡崎公園の植物と乙川への思いを表した緑色と青色を使用した。岡崎市だけではなく日本で有名な歴史人物の徳川家康と徳川四天王の兜を用いてご当地キャラクターであるオカザえもと組み合わせ、五つのアイコンをデザインした。また、藤、桜、岡崎城を平面化して飾った。紫色は地位の高さを象徴するものとして、昔から高貴な色とされてきた。この紫色から岡崎市の潜在的な美しさを表現したい。

本人は岡崎公園内の藤棚の咲いた様子を見ることはできなかったが、現地に出かけた際、その様子が鮮明であったために紫色を主要な色と定めた。藤棚は藤のつるを這わせて観賞できるようにした棚であり、今回のデザインのもチーフとなった。これを上面図の部分ではなく、正面図の箇所へ横長でわかりやすく表現したところが特徴である。

(3) 実物制作工程

変更時間に時間を要したため、実物制作の開始が大幅に遅れた。制作メーカーからは指定色ではないために色の変更ができないかという問い合わせがあったが、制作メーカー側で解決していただいた。制作メーカーは前面が紫色であることから、一工程の塗装では発色や耐光性がよくないため、まず紫色を一度塗った後に今回のイラスト画を印刷した。今回のテントは屋外での使用を前提としており、雨風にさらされることも多く、また5年間ほどの使用を考えているために、イラスト画の高い定着が要求された。完成品はほぼこちらの指定した色で再現することができた。それ故、時間を要し当初の2022年1月末の完成予定が2022年4月末まで伸びた。

3. 使用実績

岡崎市観光協会は春のイベントに間に合うように計画を進めていたが、岡崎公園で開催された4月2日の桜まつりの観光PR・来場者アンケートブースにテントが間に合わず、先に完成していたテーブル幕のお披露目が先行した。

籠田公園で開催された5月13日の連合愛知ファミリーイベント おかざきカレーパン販売において、テントが初めてお披露目された。テントとテーブル幕がセットで揃った。(図表9、10)

出店していた団体のテントは市販の白色もしくは単色のカラーのものが多く、一部分に文字が入っているものが見受けられた。



図表9 本テントとテーブル幕1



図表10 本テントとテーブル幕2

11月13日には12年ぶりに日本で開催されたWRCラリーJAPAN岡崎SS会場でもテントが設営された。レースの話題性が高く、当日は多くの観客の場での設営であった。

岡崎東公園で開催された11月27日の岡崎紅葉まつり会場では多くのテントが設営されていたが、その大半は他の会場にも増して白色のものであった。色々なイベントの団体が使うことを考慮すると白色が適しているのかもしれないが、無味乾燥な印象は免れない。(図表11)

本テントは小ぶりであるが、他の出店が長方形であるのに対して正方形であること、施した色彩とイラストが広場の中で目立つ存在であった。(図表12)

企画したイベントの人気があり来客が多かった。テントが小ぶりであるので、さらに大型のテントの用意も必要であろう。(図表 13)



図表 11 岡崎紅葉まつりでの展示風景



図表 12 岡崎紅葉まつりでの本テント 1



図表 13 岡崎紅葉まつりでの本テント 2

4. 調査

(1) 個人からの聞き取り

コロナ禍であり、屋外のため、筆記具などによるアンケートは断念し、14名から口頭での聞き取りを行った。

- ・無色ではなくカラーなのが良い。(3名)
- ・オカザえもんなので馴染みがある。
- ・楽しい感じですよ。
- ・面白いです。(3名)
- ・東海オンエアのほうがよかったのに。
- ・デザインの良し悪しは私にはよくわからない。
- ・はっきりした解答なし。(4名)

(2) 岡崎市観光協会職員が使用した感想

岡崎市観光協会職員の4名の方々に、インターネットにて完成したテントを使用した感想を伺った。藤の色はインパクトがあることは確かであるが、年間を通して使用するものなので、季節感が難しいことを改めて実感した。

- ・岡崎市観光協会として、一般市民に向けてテントに関するアンケートやヒヤリングは行っていないため、一般市民の声は確認していません。
- ・桜の中の「藤」になりましたが(笑)、とても目立ちました。これでテントとセットになると、さらにインパクトが出ると思います。(4/2 桜まつりではテント本体が完成間に合わず)
- ・大きくて色が目立つので、観光PRとしては目を引きやすく、人が集まる。(5/30 花しょうぶまつり)
- ・藤がメインのデザインなので、春以外は季節に合わない。この秋も使用させていただきます！(5/30 花しょうぶまつり)
- ・とにかく色合いが目立つので、観光PRとしてはお客様の目をひきやすく、これからも観光PRがありますので、どんどん活用いたします。(11/13 岡崎SS会場)
- ・岡崎の武将や城、藤を上手に取り入れていただき、配色も藤の紫色がベースで目を惹きますし、綺麗にまとまっていると思います。(11/27 岡崎紅葉まつり)

(3) 制作した留学生たちの感想

今回入賞作品を手がけた5名の留学生からの感想を、デザイン終了後に行った。言葉の問題など留学生特有の悩みが生じた。

- ・授業課題以外で大変である。
- ・東京のイベントに関心があったがコロナ禍でなかなか行けなかった。しかし、今回岡崎の良さを知ることができた。
- ・コンペは初めて行ったが良い経験となった。
- ・イラストレータの操作は時間がかかった。
- ・知らない土地で難しかった。
- ・日本語でのやりとりは難しい。

(4) 指導教員の感想

指導教員が感じた点は以下の通り。

- ・制作物が完成すると、思っていたより小さかった。
- ・ランドマークの役割を果たすものが完成した。
- ・小ぶりのテントながら、徳川家康、家紋、四天王、兜、岡崎城、藤、桜、オカザえもと、てんこ盛りで皆が楽しめるものとなった。
- ・岡崎市観光協会スタッフの方々も高揚した。
- ・制作にあたっては事前に知っておくと良かった情報がこちらに伝わっていなかった。それ故、デザイン案選出後の変更があったが、学生も定期試験と重なり日程調整が難しかった。
- ・本学学生達はあくまで教育・研究の一環として制作しているので、他の授業との関係もあり、進行上の問題、日程上の問題に対しては理解を示してほしい。

5. 効果

聞き取りの結果から総合して、下記のような効果があったと言える。

- ・岡崎市観光協会案内所のランドマークとしての役割を果たし、来客が一目で発見できるデザイン。
- ・季節物のデザインでありながらも様々な催しに対応できるデザイン。
- ・年齢にとらわれず人気が出るデザイン。
- ・岡崎市観光協会の皆様の高揚となるデザイン。

6. まとめ

本研究室ではデザイン完成後の追跡調査を深く行ったことが無かった。学生が制作することに満足せずにその都度検証を行うべきであった。本研究の課題として、サンプル数が少なかつたことに伴い、一般化には限界があることが挙げられる。今回定量的な検証に至らなかったが、半年かけて各展示を見学することができ、大いに参考となった。また、岡崎市の活性化に携わったという点で貢献した。

本研究によって従来のデザインプロセスでは気づけなかったことも数多く判明した。次回の制作テーマに反映させていきたいと考える。

謝辞

本研究の実施にあたり、岡崎大学懇話会による令和4年度産学官共同研究助成を受けて行い、成果の一部は第22回地域活性化フォーラムにて発表した。デザイン制作を進めるにあたり、岡崎市観光協会の皆様にご協力をいただき、感謝の意を表す。