

■ 概要

静岡県伊豆・修善寺のデザイン振興と地域活性化を最終的な目標に据え、新規事業を立ち上げた。事業計画の立案から、それに伴うグラフィックツールのデザイン制作、実店舗の運営までを一貫して取り組んだ。また、事業の一環として、地域産業と結びつけた商品開発や観光 PR のためのマップ制作などを手がけた。



■ 背景と目的

修善寺は、県内有数の温泉地として知られ、国内外から多くの観光客が訪れる。近年は、都内からのアクセスが向上したことや、日本の伝統文化に関心を持つ若年層が増加傾向にあることなどを背景に、これまで中高年が中心だった客層の幅が広がりつつある。また、東京五輪の開催を控え、インバウンド観光客の更なる増加が見込まれる中、地域の魅力を積極的に地域内外の人々に向けて発信していくことが望まれる。

一方で、地元の人々がアイデアをカタチにする、発信していくことに多くの課題を抱えている実情や、観光資源を活用しきれていない不足感を、当地域の観光事業に携わる中で感じていた。そこで、大学で学んだデザインの視点から地方創生に携わり、地域のデザイン振興、そして、結果的に地域の社会と経済の活性化に貢献することができるのではないかと考え、今回の制作に取り組んだ。

[伊豆・修善寺地域の現状]



[抱えている課題 / 問題]

- ・地域の魅力を PR したい
 - ・観光客を増やしたい
 - ・お土産物を新しくしたい
 - ・一次産業を盛り上げたい
- でも、
どうしたら良いかわからない
- ・県外へのデザイン外注
 - ・お土産物の OEM 製作
- 助成金や補助金などを含む
財源が地域の外へ流出

地域密着型のデザイン支援への 必要性 & 確かなニーズ

デザイン × 地域

「地域の課題」を整理し、どのように解決していくのか、プロセスを包括的に考えてマネジメントする。
「地域の特色や魅力」を多方面から整理し、その特色や魅力の活用法を考え、地域内外へと伝えていく。

■ プロセス

00 テーマ決定

01 事業計画の立案

- ・事業構想
- ・コンセプト立案
- ・物件探し / 契約

02 ベーシックデザイン

- ・ネーミング開発
- ・シンボルマーク
- ・ロゴタイプ
- ・ブランドカラー
- ・ロゴガイドライン

03 アプリケーションデザイン

- ・ステーションナリー
- ・パッケージ
- ・店舗看板
- ・ウェブサイト
- ・ユニフォーム

04 店舗開店準備

- ・開業届の提出
- ・商品棚運び入れ
- ・商品仕入れ
- ・レジなど設備準備
- ・看板制作 / 設置

05 店舗オープン

06 新規商品企画

- ・生産者へのヒアリング
- ・商品企画立案

07 デザイン展開

- ・各商品ロゴ
- ・各商品パッケージ

08 卒業制作まとめ

- ・展示ブースデザイン
- ・パネル制作

■ 事業内容

デザインスタジオと、それを母体とする実店舗の運営を通して、企画から制作、情報発信まで、一貫した体制で取り組む。

企画・地域おこし：

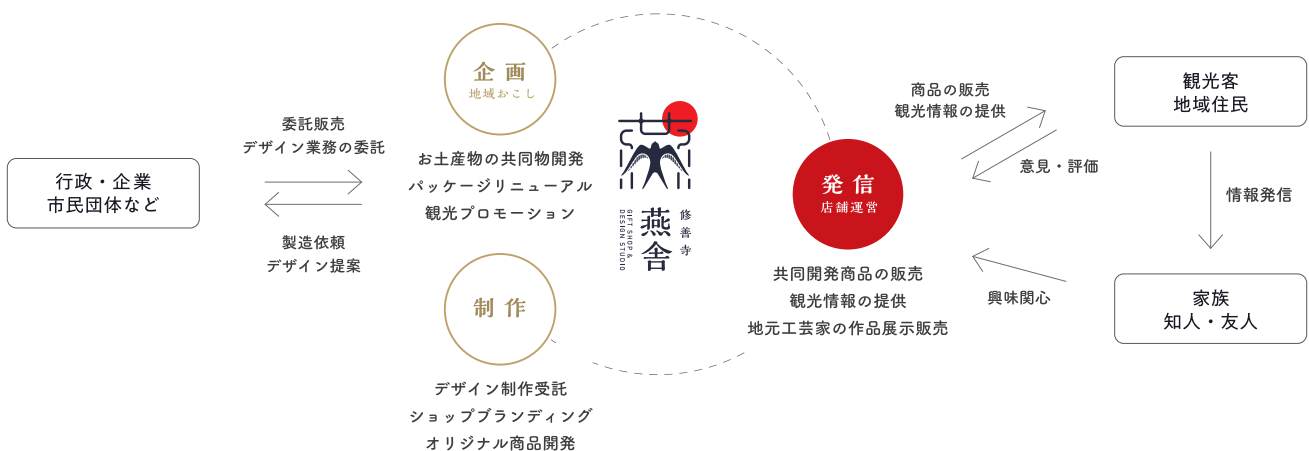
地場産品を活かしたお土産物の開発や、既存の商品のリニューアル、地域の魅力を効果的に PR するサイトの製作・運営を行う。また、行政や市民団体と連携し、新たなイベントの企画などにも取り組む。

発信・店舗運営：

共同開発したお土産物の売り場として修善寺温泉場の中心に構えた実店舗を利用する。また、店舗内に地元工芸作家の作品展示・販売ブースを設ける他、ギャラリーとして期間限定で貸し出すなど発表の場を提供する。

制作：

上記の 2 点に伴うデザイン業務の受託や、実店舗を魅力的にするためのショップブランディングなどを行う。



■ 事業の有用性

デザイン業務を委託する場を地域内に設けることで、デザインの知識を持ち客観的に判断する人材やデザイナーの人材不足に起因する課題への手助けや、中途半端なデザインでの実装に至ってしまうことを防ぐことができる。また、店舗を持たない企業も、委託販売という形で自社商品を販売する場を確保でき、地域の情報発信・情報収集の基地としても活用することが可能である。これまで県外に流れていた資金も地域内で循環させることも可能になる。

地域の雰囲気やイメージと合致するように地域全体のイメージを整えたり、地場産品を用いた思わず買いたくなるようなお土産物を増やしたりすることで、街を訪れる観光客の満足度や地域住民の地元への愛着が上がるが見込める。ひいては、リピーターの増加や新規観光客の獲得などにも繋がっていくことと考える。

■ 事業所の概要

屋 号：修善寺 燕舎

住 所：〒410-2416 静岡県伊豆市修善寺 825-2

面 積：28 m² (ウッドデッキ部込み)

交 通：修善寺温泉バス停から徒歩 1 分 / 修善寺から徒歩 1 分

■ ベーシックデザイン

- ・ネーミング：プロジェクトの想いをツバメの性質になぞらえて命名。

[プロジェクトの想い]

- ・地域の人々の想いを運びたい
- ・沢山の人に立ち寄ってほしい
- ・また来たくなる場所にしたい



[ツバメの性質]

- ・春を告げる、幸せを運ぶ
- ・人の集まるところに巣を作る
- ・毎年同じところに戻ってくる

- ・ロゴ：修善寺の趣ある土地柄に馴染むようなデザインを展開。ロゴマークは、篆書体の「燕」の文字をベースに、メインモチーフの燕と太陽をイメージした円形で構成。ロゴタイプは、和文には「A-OTF 解ミン 宙 Std」にアレンジを加えたものを、欧文には「DIN」と「Brandon Grotesque」を用いることで、伝統ある雰囲気の中にも新しさを感じるようなデザインとした。



< エLEMENT >



< カラー >

- ・紫紺燕色



Pantone: 5185
Process : C89/M9/Y74/K57/
RGB : R27/G23/B35

- ・紅色



Pantone: 1797
Process : M100/Y100/
RGB : R225/G16/B32

< アイディアスケッチ >



< 検討段階のロゴマーク / ロゴタイプ >



■ アプリケーションデザイン

店舗運営のためのショップツールを含め、アプリケーションデザインを展開した。

・ショップカード / ラッピング用品他



・ウェブサイト



・ユニフォーム / バッジ



・店舗看板 / 暖簾他



店舗外観写真

スタンドカラー…既成品 (綿)
ワンピース…オリジナル (ウール着物)

■ 新規商品の開発 / 提案

現在販売されている商品のリニューアルや、地域産業と結びつけた商品開発、観光PRのためのマップ制作などを手がけた。

1) 入浴剤 / 煎茶 25g

既存の商品のリニューアル。昭和期を連想させるような手書きのイラストでレトロなグラフィックで制作。



4) 荘康園 / 煎茶 40g

修善寺の夫婦が営む小さな茶畑「荘康園」の茶葉を使用。20代～30代前半の若年層をターゲットにした展開。



2) 修善寺梅 梅シロップ / 250g

小さな農園の「Zat Hijau」の自家製梅シロップ。原材料は、修善寺梅と氷砂糖のたった二つで丁寧に作り上げていることから、シンプルな構成で優しさを感じるグラフィックとした。



5) ポストカード (3種 / 春・秋・夏)

修善寺の土産屋を回ってもポストカードがほとんど販売されていない、もしくは数十年変わっていないという現状から自主企画で制作。現在駅や旅館で販売も行なっている。



3) 修善寺温泉 恋の橋めぐり案内マップ / HP

旅館組合の依頼で、地域活性化プロジェクトの一つである、「修善寺恋の橋めぐり」の案内マップとウェブサイトを制作した。大学生～の女性をターゲットに、修善寺のイメージを壊さない程度に可愛らしさで展開



■ 展示について

店舗で実際に使用しているツールを用いた、簡易ショップのような形で展示ブースを構成した。
展示物の概要は以下のとおり。



- ①: 燕舎 ブランディングツール
(ショップカード / ラッピング用品 他)
- ②: ユニフォーム
(オリジナルワンピース / バッジ)
- ③: 看板 _1
- ④: 看板 _2
- ⑤: ポスター _1
- ⑥: ポスター _2
- ⑦: 新規商品の開発 / 提案
(入浴剤 / 梅シロップ 他) ※ブースの構成上、一部展示していない商品あり

< 検討段階 >

