

# 「たびとしよCafe」 を 開催



市角壮玄（いちずみ そうげん）

1980年千葉県生まれ。アートディレクター、デザイナー。ビジネスブレイクスルー大学経営学部講師、デジタルハリウッドバンク校講師。伊勢志摩サミット関連のデザインや那智勝浦町の多言語AR観光ガイドなどを始め、C1やパッケージなどのグラフィックデザイン、Webデザイン、イラストレーションなどを多数手がける。2016年度に開講した「地方創生カレッジ」（内閣府）では「魅力ある観光地域デザイン・デザインの視点から問題を解決する」を担当。著書に『VEGETUSHER パリが恋した、野菜を使ったケーキのようなお寿司』（2017）がある。

2017年6月28日（水）、第9回たびとしよCafe「観光地づくりに必要なデザイナーの視点」を開催しました。デザイナーやコンサルタント、研究者、図書館職員など25名の方にご参加いただきました。観光地では、Webやパンフレットなど、地域の魅力や情報を発信するためにさまざまなツールを作成しますが、多様な関係者が関わる中で、どのよう

に形にしていけばよいかを悩んでいる例が多く見られます。

## 【第1部】 ゲストスピーカーによる 話題提供

今回は、観光地のWebやポスターなどのグラフィックデザインを多数手がける市角壮玄氏をお招きし、デザイ

ンの思考・形成プロセスや観光地におけるデザインの問題・展望等についてお話いただきました。

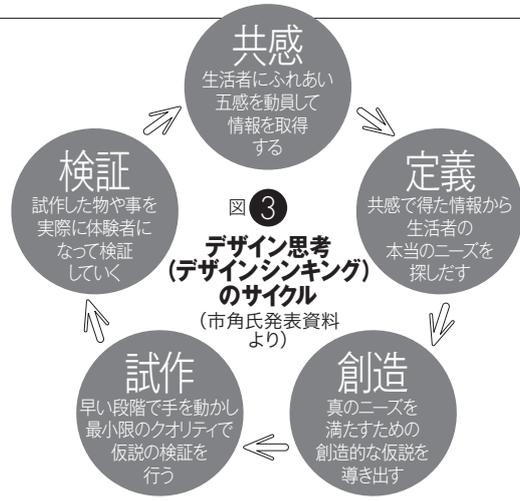
## お話のポイント

●デザインはアートとは異なる。デザインの仕事の本質は、作ることを通じて人の気持ちをおかすことであり、理性と感性の両方を用いた問題の解決法である。

●ロジカルな思考だけではイノベーションが起きづらくなっていると言われており、芸術の分野にヒントを求め人も増えている。イノベーションを生み出すための「デザイン思考」は企業や自治体でも採用されている。

●デザイン思考は、「共感」「問題定義」「創造」「試作」「検証」という5段階のステップとサイクルを繰り返しておこなうものである。また、右脳を使って自

由なアイデアを出す「発散思考」と、左脳を使って客観的かつ論理的に判断する「収束思考」を相互に働かせることが重要となる。



●アピールしたい情報を全て盛り込みたがる観光地が多いが、いったんこれまで大事にしてきたことを捨てるとうなるかを考えてみてほしい。今まで見えてこなかった地域の魅力を発見することができ、他地域との差別化につながる可能性がある。例えば、船便の関係で受け入れられる観光客数が限られる小笠原村では、興味本位で訪れてゴミを落として帰って行く人を増やすのではなく、小笠原のファンになってくれる人を増やしたいという想いから、

世界遺産を全面にアピールすることをやめた。小笠原村観光局のサイトは利用者によりやすいように選択肢を絞り込み、シンプルに情報提供をおこなっている。

●地域の関係者と一緒にパンフレットやマップを作成する例も多くみられるが、作成の過程を通して地域の魅力を再発見することができ、地域愛やモチベーションの向上にもつながるとい意味で効果的である。

●観光地でデザインを考える際は、旅行者と住民の両方に寄り添うこと、試作と検証を繰り返すこと、削ぎ落とすことの3点が重要である。こうした要素を養うためには、自らも移動(旅行)をして地域側と旅行者側の視点を持つこと、そして、デザインの目とデザイン思考を養っておくこと、デザイナー任せにせず協創すること、長く付き合えるデザイナー(パートナー)を選ぶことが効果的である。

## 【第2部】意見交換

**参加者**：市角さんがこれまで手がけられたデザインの事例で特徴的なものを

教えていただきたい。また、デザインも効果を求められると思うが、どのように評価されているのか。

**市角氏**：丸の内のユビキタスミュージアム「Earth Literacy Program」のグラフィックデザインを担当したことがある。その一環で、歴史や周辺情報を仕込んだQRコードをプレートに表示し、それを丸の内のあるところに配置してお客様にめぐってもらおうという試みをおこなった。当時、QRコードが出始めたばかりの頃であったが、その後、こうした活用方法が全国に波及したという意味では効果があったのではないかと思っている。

デザイナーとしては、提案した手法や視点がどう評価されるか、他の地域にも採用されるかどうか気になる。

**参加者**：街並みのデザインについてはどのように捉えているのか。

**市角氏**：「デザイン表現」と「デザイン思考」の2つのレイヤーがあると思っている。デザイン表現でいうと、余計なもの(ノイズ)が乱立しておらず、デザインに統一感があるかどうかが必要であるし、デザイン思考でいうと、その地域のイメージが反映された景観が存在しているかどうかが重要になる。

例えば、秋葉原や築地はごちゃごちゃしている雰囲気が良いであり、これがきれいに整理整頓されてしまうと魅力がなくなってしまうと思う。外からどう見られているかをいかに地元の方が意識できているかがポイントになる。自分さえよければいいという考え方もとで創られるものはノイズになるが、地域全体の中でどういったポジションになるのかを考えた上で創られているものは1つのパーツとして機能するのだと思う。

**参加者**：1つのものをデザインする際に多様な関係者が関わると、要望や想いが集まりすぎてしまい、余計なものを削ぎ落としていくという作業が困難になると思う。こういった際にデザイナーはどのように対応しているのか。

**市角氏**：最終決定をするのは地域側になるため、地域に関係者の調整やコントロールができるプロデューサーがいるかどうかが重要になる。デザイナーは、あくまでも誘導する立場であるが、地域に納得していただけない言葉を選んで意見を述べるようにしている。

**参加者**：クライアントが問題点や課題を把握できておらず、どうしたいかが見えない場合も多いが、そういった時

に心がけていることはあるか。

**市角氏**：問題の本質を捉えることができれば、その案件はほぼ解決できたと思っっている。問題の本質を捉えるためには、クライアントの中に飛び込んで課題を共有し、クライアントが求めていることや困っていることを徹底的に探ることが重要だと思う。クライアントが幸せにしたい人、つまりクライアントにもクライアントがいるので、そういう人々をいかに幸せにするかを意識するようにしている。

**参加者**：最近、モノよりコトだと言われる場面が多いが、デザインとしての成功事例などはあるか。

**市角氏**：デザイナーとしては画面の中で完結する世界から抜け出して、いかにモノを通してコトを作る方向にいかかを考えている。その地域の野菜を使って作るVEGETUSHIのワークショップはまさにその一環で始めたものである。地域の野菜の価値を地元の方や観光客に知ってもらいたいということ、多くの地域から依頼をいただいている。

また、鹿児島県垂水市の企業から飲料水がなかなか売れないという相談をいただいたことがある。先方からは、

高いPH値をアピールしたデザインにしてほしいと言われたが、ユーザーの視点で考えると家の中に主張の激しいパッケージデザインがあると疲れてしまう。店に置くのであれば目立つ必要があるのはわかるが、購入した後は、家具のように生活に溶け込むデザインが望ましいのではないかと考えた。そこで、水の入っている段ボールがそのまま家具調のファイルボックスになるようにデザインしたところ、置いても邪魔にならないので買いたいという声を多くいただいた。水というモノを通して、その先にどういった生活空間や風景があるかというコトを考えることも重要であると思う。

**参加者**：なかなかその地域に行けない場合や納品までの時間が短い場合もあると思うが、地域の特色や良さをどのように探っているのか。また、地域と長く付き合っていくためにデザイナー側としてはどういった心がけをしているのか。

**市角氏**：休日ではできるだけ旅行をするようにしている。色々なタイプの地域を見てみると、「共感」としての情報が自分の中にストックされ、地域が抱える課題などもイメージしやすくなる。

デザイナーとしては、デザインを好き嫌いで話されることが多い現場において、感情や感覚ではなく論理的に話をするように心がけている。その際に、相手が使う言葉に言い換えて説明をするということも意識している。

## おわりに

参加者の皆さんからは、「デザイナーの話を普段聞く機会がないため、大変参考になった」「デザインの基本的な考え方はさまざまな仕事に応用ができる」「デザインをする立場、発注する地域の立場など、多様な立場からの質問が飛び交う質疑応答が勉強になった」といった感想をいただきました。

今回はデザインプロセスに重点を置いてお話をいただきましたが、デザインとして形になる前の問題定義を丁寧にこなすこと、盛り込みたい情報の絞り込みをおこなうこと、クライアントのクライアントをいかに幸せにするかを意識することについては、我々のようにコンサルティングをする立場とも通じる面があり、改めて重要性を認識することができました。



また、デザイン思考は観光地づくりそのものにとっても必要な要素であり、デザイナーのみならず、地域側もその考え方をいかに共有できるかが今後の課題であると言えそうです。

（観光文化情報センター）

旅の図書館長 企画室長 福永香織