文化創造を目指した新しいサービスのデザイン

参加者：炭谷翔悟（京都大学大学院 情報学研究科）
藤井将大（京都大学大学院 情報学研究科）
山戸友佑（京都大学大学院 経営管理教育部）
村谷理沙（科目履修生）

実施責任者：山内裕（京都大学大学院 経営管理大学院 ）
実施協力者：辰巳明久、舟越一郎（京都市立芸術大学 ）
渕野信也、寺崎幸子（株式会社ハセラボ）
橋本憲一（株式会社ハセラボ 兼 有限会社梁山泊）

1. はじめに

文化をデザインするための理論と方法論を考えるために、株式会社ハセラボ協力の元、文化的な社会の変化を理解した上で、新しい社会を現前化させる活動を試行する。

文化のデザインでは、社会的条件の変化の中に投げ込まれた人々が、自分に対する不安を感じている中で、新しい自己の獲得に関連した新しい社会を構築することを目指す。成功したデザインは単に意味を創出するだけではなく、社会の変化を捉え、新しい社会を現前させなければならない。これに成功した活動が、今後社会をリードしていくと考えられる。

本ポスターでは、「食べ方」、「パッケージ」、「シンボルマーク」の3つの観点からデザインした結果について報告する。

2. 泉殿とは

料亭、梁山泊＊で長年愛されている京のお水菓子（図1参照）。主成分はこんにゃくであり、くず餅やわらび餅に比較的近い。

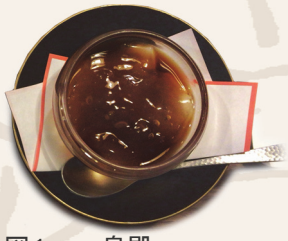


図1　泉殿

＊ ミシュランガイド京都・大阪で６年連続２つ星を獲得している京料理屋

3. 日本人の特徴を生かした食べ方デザイン（炭谷）

点心として肉や野菜を詰めた饅頭が来日し、後に日本独自に小豆餡を入れた「饅頭」に変化したように、我々日本人は歴史的に考えると、自分のスタイルに合うようにあらゆるものをフィットさせる能力があると考えられる。

本節では、この食べ物はこうやって食べるのが定石だけど、こんな食べ方はどう？こんなシチュエーションで食べるのはどう？を泉殿を通じて、こちら側が半意図的にヒントを与えることはできないのか？ということを考察した結果について報告する。

図2　酒を連想させるポストカード

例えば、図2に示すような酒を連想させるポストカードを泉殿に添付すると、泉殿をあてにワインを飲んだりする人が出てくる。すると、お酒のおつまみには美肌に効果のある「こんにゃく」がおすすめ？的な意味づけをしたくなる人が現れる。そして、この噂を知った人が続々と試す。これは、泉殿に新たな価値が生まれている状態と言えるという塩梅である。

この際、いかにして噂化させるかが今後考えていくべき問題であると考えている。

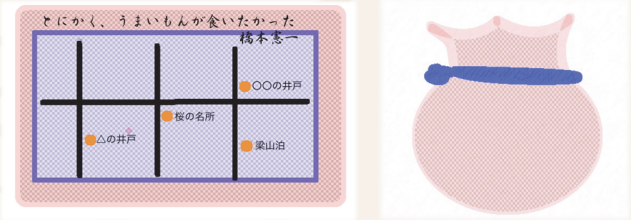
4. 秘密を紐解くパッケージデザイン（藤井）

本節では、泉殿のパッケージデザインを通して、このパッケージを開く際、京都の秘密や料亭の秘密、さらには女性の美しさの秘密を紐解くという表現で価値を見出すことを考察した。この方法について報告する。

京都の秘密については、パッケージの内側に図3ー(a)に示すような京都の地元の方しか知らない情報の載った古地図を書く。大文字の地図とか季節によって変える。

料亭の秘密については、梁山泊の亭主、橋本憲一の言葉を入れることによって、料亭の味を手軽に楽しめるだけでなく、料亭の雰囲気も楽しむこともできる。ここで、料亭の秘密には、料亭は普通は手が届かないものなため、その秘密を手に届くように、という意図を込めて表現している。

女性の美しさの秘密については、図3ー(b)に示すような巾着でパッケージ化することにより、巾着を開くという表現と女性の内面からの美しさを紐解くという表現をリンクさせている。さらに泉殿のコンセプトの一つである「京の水を食べる」という概念を利用して、巾着をペットボトルケースに転用することで日常の水を特別なものに変化できると考えられる。



（a） パッケージの内側　（b） 巾着のパッケージ

図3　秘密を紐解くパッケージ

5. シンボルマークのデザイン（山戸）

シンボルマークの目的は、消費者からの認知度向上のためのアイキャッチや企業・製品（サービス）のコンセプトを理解してもらうための糸口となるものである。

今回取り扱った泉殿のコンセプトは、「京の水を使用していること。嚥下食やダイエット食品という枠組みでなく、うまいを前面に出し、これまでうまいにアクセスできなかった人も含め、多くの人にうまいを提供すること。こんにゃくを主成分にし、低カロリー化を実現できたこと。梁山泊がプロデュースしていること。」である。

今回、作成したマークでは、図4に示すように梁山泊のイメージカラーである赤、こんにゃくの花の色である紫、食欲を引き出す色である橙、女性を象徴するピンクそれぞれの輪を用い、黒で描いた水のイメージ上でそれぞれが調和する様を描いた。

図4　泉殿のシンボルマーク

6. まとめ

本FBL/PBLでは、ビジネス目線ではなく文化を作ることに着目して、泉殿の「食べ方」、「パッケージ」、「シンボルマーク」の3つの観点からデザインを行った。本ポスターはそれをまとめたものである。