

## 創造都市におけるコミュニケーションデザイン

神戸・モダニズムの視点から

### COMMUNICATION DESIGN IN CREATIVE CITY

From the point of view of KOBE Modernism

---

荒木 優子	芸術工学部ビジュアルデザイン学科 教授
見寺 貞子	芸術工学部ファッションデザイン学科 教授
萩原 こまき	芸術工学部ビジュアルデザイン学科 助教
森下 千春	元・デザイン学部ファッションデザイン学科 実習助手
スモラフスキ ピョトル	芸術工学部映像表現学科 実習助手

Yuko ARAKI	Department of Visual Design, School of Arts & Design, Professor
Sadako MITERA	Department of Fashion & Textile Design, School of Arts & Design, Professor
Komaki HAGIWARA	Department of Visual Design, School of Arts & Design, Associate Professor
Chiharu MORISHITA	Department of Fashion & Textile Design, School of Design, Former Assistant
Piotr SMORAWSKI	Department of Image Arts, School of Arts & Design, Assistant

---

#### 要旨

本研究では、現在の神戸のイメージ形成に大きく影響を与えていると考える、1920年代に花開いたモダニズムの都市文化に着目し、当時の生活スタイルや精神性を探求し、そこからコミュニケーションデザインの観点で新たな地域イメージを発信する二つの試みを行った。

一つ目は、ビジュアルデザイン学科とファッションデザイン学科の学生とともに行ったプロジェクトで、神戸のパン食文化とモダニズムの関連性をひもとき、グラフィック、ファッション、映像により表現した。それらの成果を、神戸市中央区が地域創造を目的に全国発信するイベントである「KOBE パンのまち散歩」の関連事業として、神戸を代表する観光地である北野町のスペースで発表した。

二つ目は、「神戸の食とモダニズム」をテーマに、近代以降、西洋文化の影響を受けて神戸に根付いた食に注目し、それらの食べ物のパッケージを調査した。そして、パッケージが地域イメージを伝達するメディアであるという観点に立ち、新たに神戸にゆかりの食べ物のパッケージデザインをおこない、都市のアイデンティティを模索した。

#### Summary

In this study, we focused on the urban culture of modernism that blossomed in the 1920s in Kobe, and its great influence on the formation of the current image of the city. We explored the life style and spirit of those times, and using means of communication design we attempted to create a new regional image.

First part. Participating students from Visual design department and Fashion design department, through means of graphics, fashion or video, expressed the relevance of bread culture and modernization of Kobe. The resulting works, were presented in a famous Kobe tourist spot - Kitano-cho as a part of "KOBE PAN NO MACHI SANPO (bread town walk)", during an event meant to promote regional art nationwide, organized by Kobe City Central District.

Second part. We focused on the subject of "Kobe food and modernism" as well as post modernization and investigated the influence of Western culture on Kobe foods, and its packaging. Treating package as media for communicating the regional image, we sought the identity of the city in packaging design of food related to Kobe.

1. パンと神戸モダニズム - 「KOBE パンのある暮らし展」から

神戸は開港以来パン食が根付き、現在もパンの消費量・金額では全国で一位の土地柄である。これを背景に、神戸市中央区は平成 25 年度から、神戸のパンの魅力を全国発信し活力と魅力に満ちたまちの創造を目的とした「KOBE パンのまち散歩」を展開し、本研究代表者は、その実行委員を務めている。この経緯から、ビジュアルデザイン学科とファッションデザイン学科の学生 30 名が参加する「KOBE パンのある暮らし展」の企画が実現した。

プロジェクトの参加者全員で、パン食文化とモダニズムの関連性について考察を行い、それぞれが専門性を活かし、神戸のパン食文化にまつわるライフスタイルをグラフィック、ファッション、映像により表現する作品を制作した。以下が作品概要である。

- ① おしゃれなパンガールの一週間を、神戸のパンとまちの魅力とともに紹介する、イラストレーションによるタブロイドペーパーを制作。iPhone ケースやネイルシール、レターセットのグッズにも展開した。
- ② 上記の実写展開として、神戸のパンとファッションをテーマに、ファッション写真によるプレゼンテーションを行った。神戸の街中で撮影を行ない、『KOBE PAN GIRL』のポスターを制作した。(図 2 : 右)
- ③ 1920 年代の神戸をイメージした架空のペーカリー、『港やパン』のブランディングデザイン。テイクアウトパッケージやユニフォーム、ポスターを制作した。
- ④ パンと神戸モダニズムをテーマに、シルク印刷、インクジェット、手描き、それぞれの手法によるタペストリーをデザインした。
- ⑤ パンを包むフードクロスをデザインした。
- ⑥ 実写と CG 合成による映像、『KOBE The amazing bread city!』(03:26)を制作した。(図 3)

展覧会期間：2014 年 11 月 13 日(木)～18 日(火)

展覧会会場：ダルビッシュコート・シラズクラブ(神戸市中央区北野町)

神戸のパンをテーマにした学生ならではのユニークな展示は、概ね好評であった。6 日間の会期中、約 200 名の

来場者があった。また、本プロジェクトの制作期間中には、NHK 神戸放送局から取材が入り、会期直前に関西版ニュースで紹介された。

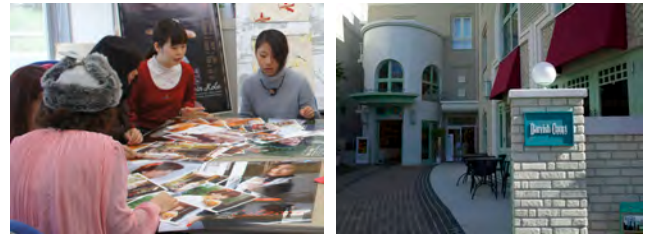


図 1 学生メンバーによるミーティング風景(左)、神戸北野町ダルビッシュコート(右)



図 2 告知ポスター(左)、展示作品『KOBE PAN GIRL』(右)



図 3 映像作品『KOBE The amazing bread city!』03:26)



図 4 展示風景

## 2. 神戸の食とモダニズム —神戸の食のパッケージデザインとカタログ制作

明治開国以来、横浜や長崎とともに、日本と世界を結ぶ港湾都市として発展した神戸では、西洋文化の影響を受けた独自の開放的でモダンなライフスタイルが生まれ、パンをはじめ、洋菓子やチーズなどの乳製品、牛肉、ワインなど、西洋文化の影響を受けた食文化が発達した。それにもないパッケージデザインも進化し、神戸の生活文化に浸透していった。

本項では、一世紀前の都市の記憶を手繰り寄せ、当時の食べ物のパッケージを調査し、グローバル化により固有の都市イメージが薄れていく現代において、地域固有のデザインとして新たなパッケージデザインとして提示することで都市のアイデンティティを模索する試みを行った。

ケーキ(図5:①)、ビール、コーヒー豆(図5:②)、チョコレート(図5:③)、ワイン、デリカテッセンの持ち帰り箱、チーズ、バウムクーヘン、オリーブオイル(図5:④)、ジャム(図5:⑤)、プラリネ、生花のギフト箱、パン袋の、計13アイテム23種のパッケージをデザインした。これらは全て架空のパッケージであるが、デザインに際しては、それぞれの物の背景にあるストーリーを組み立てて、ネーミングやかたち、色彩で神戸の都市と関連付けを行い、パッケージからモダニズムテイストの新しい神戸のイメージを発信することを狙った。

パッケージデザインは本来、地域の食文化と密接に関係した磁力のあるデザインであり、都市のイメージを伝達するメディアにも成りえる重要度を合わせ持つ。企業各社がその時々市場ニーズに合わせて対処療法的に製品やパッケージをデザインする現状は、地域文化への悪影響や持続可能性の観点から、決して望ましいものではない。本項で示した成果は、都市の未来を見据えて、今、在るべきパッケージのかたちを模索した結果である。地球環境問題が叫ばれる一方で、ものが溢れる現代に、企業やデザイナーの責任は重大で、課題解決に向けての取り組みが望まれる。本項のまとめとして、制作したパッケージから地域文化を紹介するカタログ(図6)(タイトル:『KOBE MODERNISM NEO』)を制作した。



図5 パッケージ(左上①、右上②、中③、左下④、右下⑤)



図6 冊子『KOBE MODERNISM NEO』(A5・32P・平綴じ)