

### 金沢湯涌夢二館「ユメジバッジ」

金沢美術工芸大学 | 工芸科・デザイン科

金沢湯涌夢二館(石川県金沢市)のミュージアムショップでは、竹久夢二の作品をモチーフにした「ユメジバッジ」を販売している。企画・デザインしたのは金沢美術工芸大学の学生だ。同大学は近年、地域や企業との連携活動に力を入れており、「ユメジバッジ」はこれらの活動の成果といえる。

#### 2つの学科の特長を 商品提案に生かす

以前からオリジナル商品の販売を考えていた金沢湯涌夢二館の太田昌子館長は、かつて金沢美術工芸大学の教授だった。そこで、大学に学生の視点を取り入れた商品開発を依頼した。

工芸科とデザイン科は、デザインやものづくりの現場への就職を希望する学生が多い。そのため授業とは別に、実践的な企画提案の場に参加して経験を積んでもらいたいという考えから、両学科から計6人が選ばれた。

1学科だけにしなかったのは、「デザイン科の学生は素材としてイラストをうまく扱い、コンピュータソフトを扱うスキルもある。工芸科はものづくりの技術が高く、材料の質感を追求する。視点が異なる学生同士が一緒に取り組んだほうが刺激になり、魅力的な作品ができるはず」とデザイン科の寺井剛敏教授は言う。

初回の企画会議では、太田館長から夢二作品の世界観と使用可能なデザインモチーフの説明があり、学生は個別にアイデアを考えることになった。

#### 購入者を意識して 商品企画を検討

視覚デザインを専攻していた荒木あゆみさん(当時4年)は、美術館を訪れる観光客が気軽に手にとれるサイズ

や価格帯を想定するところから検討を始めた。その結果、バッジをつくるアイデアが浮かんだという。美人画で有名な夢二だが、本の装丁や挿絵なども数多く手がけているため、「夢二のグラフィックデザイナーとしての魅力を表現してほしい」という美術館の要望を考慮し、モチーフには雑誌『婦人グラフ』の挿絵や、夢二がデザインした千代紙、『きのこ(写真手前のパッケージ表面)』などを選んだと話す。

最初の企画発表では、工芸科の学生から和傘や手鏡などが、デザイン科からはバッジや温泉のもとなどが案として出された。その後の企画会議では、ラフスケッチや試作を元に課題・改善点について館長、教員らとディスカッションを重ねた。既存商品との比較やコスト面での実現性を考慮して商品案が絞りこまれ、最終的にバッジに決定。『ユメジバッジ』と名付けた。

荒木さんは大正ロマンのレトロな雰囲気を出すためにマッチ箱をイメージしたパッケージを考案した。原画の世界観を壊さない、書体や配色選びを心がけたという。



館長や教員を交えたディスカッションの様子。



その後の製造業者との打合わせは、寺井教授の指導の下で進められた。商品として、細部の造形やパッケージの紙の質感を追求し、妥協せず試作を重ねて完成にこぎつけた。

#### 厳しい条件の克服が 貴重な経験に

寺井教授は、この取り組みを通して企画提案の場や制作現場での厳しい要求を学生に経験してほしいと話す。「この共同商品開発は、お金のやり取りが発生するビジネス。自分なりの解釈でも通用する授業の課題と違って、厳しい条件をクリアしなければならない。依頼者の要求や業者の説明に耳を傾け、それに対して自分の考えを伝えるという経験は、将来の仕事でも生かされると思う」。

荒木さんが最も苦労したのは、美術館が提示する夢二の世界観や色の条件を守りつつ、自分がつくりたいイメージを伝えることだった。企業勤務の経験を持つ寺井教授が、館長や製造業者に自分の考えを理解してもらうためにやり取りする様子は、そばにいても学ぶことが多かったと言う。

荒木さんは卒業後、大手日用品メーカーでデザイナーとして働いている。学生時代、厳しい条件の下での企画提案を行い、それが実際に商品となって多くの人に受け入れられたことは、就職後、大きな自信になっている。