

〈報告〉

北海道江別市における歴史的建造物の活用に関する研究

デザイン思考に基づく江別市を盛り上げる二次元アイドル創成事業

斎藤 一*

A Study of Effective Use of Historic Buildings in Ebetsu City

Two-Dimensional Idol Creation Work Project for Ebetsu City Promotion
Based on Design Thinking

Hajime Saito*

要旨

本研究では、江別市における歴史的建造物の活用を検討している。本稿では、その一環として行った学生プロジェクト活動である、デザイン思考に基づく江別市を盛り上げる二次元アイドル創成事業について報告する。

Abstract

This report is described about a student's project to create two-dimensional idol for Ebetsu city promotion based on design thinking. The project is a part of study of effective use of historic buildings in Ebetsu city.

キーワード

地域振興 (City Promotion) 歴史的建造物 (Historical Buildings)
デザイン思考 (Design Method) 二次元アイドル (Two-Dimensional Idol)

1. はじめに

江別市には、旧ヒダ工場(EBRI) [1]、北海道林木育種場旧庁舎、旧岡田倉庫など、歴史的価値のある建造物が存在する。本研究は、このような歴史的建造物を生かし、江別市の魅力を宣伝する新たな方法を提案することを目指している。本稿では、特に学生世代の若者をター

ゲットに、地域を PR する上で重要な役割を担いつつある『二次元アイドル』に着目し、『デザイン思考』に基づいて、江別市を盛り上げるアイドルを創成する学生プロジェクトの活動について報告する。デザイン思考とは、人間中心のデザインに基づいた、イノベーションを起こすための発想法である [2][3]。学生プロジェクトは、平成 27 年 10 月から平成 28 年 2 月までの 5 ヶ月間、情報メディア学科斎藤一ゼミナ

*北海道情報大学情報メディア学部 准教授, Associate Professor, Department of Information Media, HIU

ール所属の学生，黒島慧，佐藤鈴奈，江美優緯の3名により行われた。

2. デザイン思考の5つのステップ

デザイン思考は，「共感」，「問題定義」，「創造」，「プロトタイプ」，「テスト」の5つのステップで構成されている。以下では，プロジェクトの活動をデザイン思考のステップに沿って説明する。

2-1 ステップ1：共感

「共感」では，人々がどのように，なぜ行動するのかについて，観察する。また，インタビューで実際に関わることで中心となる人々にとって重要な物とは何かを理解する。学生プロジェクトでは，江別市の魅力を再認識するために，Webの調査や江別市の街歩きを行った。

2-2 ステップ2：問題定義

「問題定義」は，ユーザ（顧客）に問いかけ，それらが求めるニーズ（必要性）を導きだし，インサイト（見識・洞察）を深めるステップである。学生プロジェクトでは，「共感」で得られた江別市の事項を，以下のように整理した。

ネガティブ要因

- 他の市町村から江別に通っている学生が，江別で買い物をしていない。
- あそぶところが少ない。
- 若者（学生世代）が，江別を楽しんでいない。
- 現実空間（三次元）に興味をもてない人たちもいる。

ポジティブ要因

- 江別市内には素敵なお店（スイーツ，やきもの等々）が沢山ある。
- 旧ヒダ工場が商業施設化される。
- 二次元を楽しむ若者が増えている。

2-3 ステップ3：創造

「創造」は，アイデア創出に焦点を合わせたデザインプロセスの一段階である。このステッ

プでは，ブレインストーミングやマインドマップ，KJ法を用いて「プロトタイプ」に進むための準備を行う。学生プロジェクトでは，これまでのステップを踏まえ，ブレインストーミングを行った。その結果，学生世代を中心とした若者が，江別市内での消費行動を促すシンボルとして，若者世代で着目されている二次元アイドルを創成し，活用することを提案した。

2-4 ステップ4：プロトタイプ

このステップでは，実際に作成したプロトタイプに関してのユーザからのフィードバックを求める。プロジェクトでは，二次元アイドルのプロトタイプを作成し，フィードバックとして，第三者からコメントをもらうことにした。プロトタイプ（初期版）を図1に示す。



図1 プロトタイプ（初期版）

2-5 ステップ5：テスト

「テスト」では，課題の解決に近づくために，繰り返しプロトタイプを作成する。作成には常

にユーザの目線で考え、何を、どんなことを期待しているのか、創造と問題解決を行う。プロジェクトでは、平成 27 年 10 月、本学大学祭において、二次元アイドルのパネルを設置し、来場者にコメントをしてもらった (図 2)。



図 2 プロトタイプ (初期版) のテストの様子

主なコメントは下記の通りである。

- ・ キャラクターについては、元気ちゃんの方が見た目(メリハリがあるとか)の特徴があるが、クールちゃんについては一目見てどういうキャラクターなのかわからない。
- ・ 設定上はクールなのに見た目がクールに見えない。
- ・ キャラクターを見てヒダ工場や野幌との関連がわからない。
- ・ 情報大学でやっている企画なのだから AR, 3DCG などを使ってみてはどうか。アイドルならやはり、歌ったり踊ったりしてほしい。

3. 二次元アイドルの洗練化

デザイン思考は、繰り返しのプロセスで、洗練化を行うことが多い。本プロジェクトにおいても、上述したデザイン思考の各ステップの一回目結果を基に、さらに、二回目を行うことで、デザインの洗練化をはかった。

3-1 フィールドワーク (地域取材)

二次元アイドルの洗練化のため、デザインを担当するメンバーが、以下の江別市各所の地域取材を行った。

- ・ セラミックアートセンター

- ・ 千古園 (図 3)
- ・ 郷土資料館
- ・ ガラス工芸館
- ・ 江別市屯田資料館



図 3 フィールドワーク (千古園)

3-2 アンケート

平成 27 年 11 月から 12 月にかけて、酪農学園大学や北海道情報大学など、江別市内に通っている大学生 160 名 (男性 104 名, 女性 56 名) を対象に、『江別市における学生の消費行動調査』と題した、アンケート調査を行った。調査では、江別市の歴史的観光資源の活用について調査をしていること、旧ヒダ工場を改修した商業施設、EBRI がオープンするにあたり、江別市に関わる方々の消費行動を調査していることを前書きし、調査を行った。

質問 1 江別市内で訪れたことがある場所 (複数回答可)

当初 EBRI は平成 27 年 12 月にオープンする予定であった。そのため、オープン前後に同じ消費行動のアンケートを採ることで、学生の消費行動の違いを調査するために考えた項目である。オープンが平成 28 年の 3 月末となったため、現状の消費行動をみるためのアンケートとして、目的を改めて実施した。図 4 はアンケートの集計結果のグラフであり、グラフの横軸は、訪問者数を示している。一カ所で様々な用途に対応できる買い物のスポットの訪問者数が多かった。その一方で、歴史的建造物の訪

問者数は少なかった。

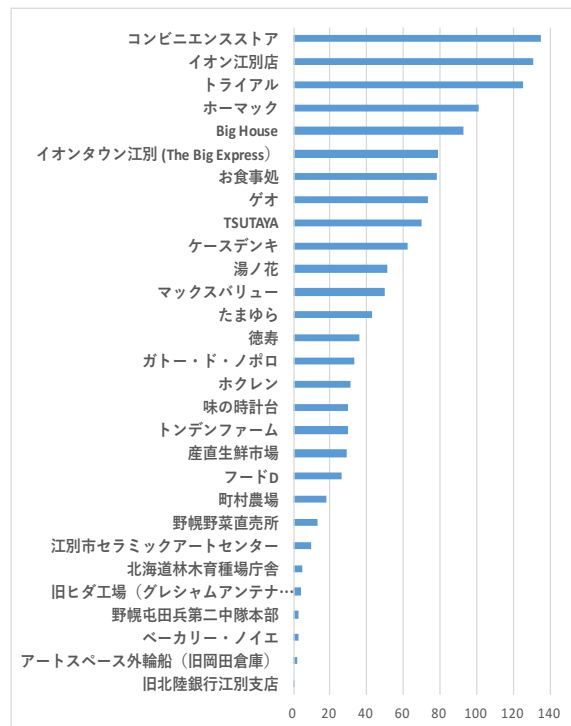


図 4 江別市内で訪れたことのある場所

質問 2 質問 1 の場所以外で、訪れたことのある江別市内のお勧めのお店や観光スポット (自由記述)

以下に、質問 2 で回答頂いた、全ての内容を転記する (順不同)。

わか竹(そば屋), アースドリーム角山農場, Book Net One, ブタキング, ブックオフ, ヴィクトリア, 虎鉄, 野幌森林公園, 小林珈琲店, 江別河川防災ステーション(特産品が買える), ヤマダ電機, 旧町村農場, 駅が近いので串鳥, チュッタ, 歌屋, 12 号線沿いにある井もののお食事処(名前分からない), スローステップ, ベイクドアルル, 舞居都, 江別防災センター, モルフォ (旧カリブー), 藤 (食事処), 牛角, ガトー・ド・ノポロ, ミュージックハウス蜚, たけ味, スシロー, 馳走亭, サンタクリーム, ニコスイーツガーデン, スリーエッグス, アールグレイ, ベーカーキッチンみらい店, フード D はお魚がおいしい., 酪農学園大学がオススメです., 森林公園, とっぴー江別店, トリトン厚別店, じかん

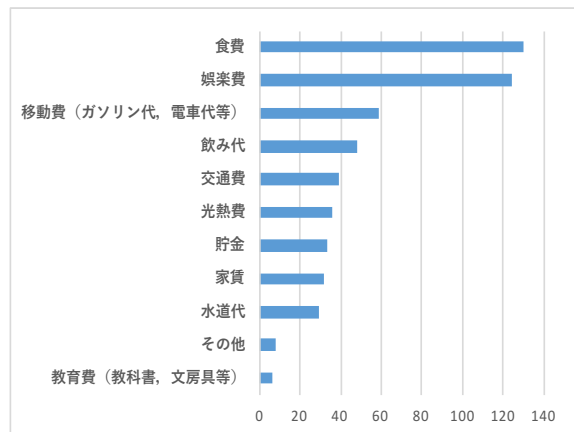


図 5 主なお金の使い道

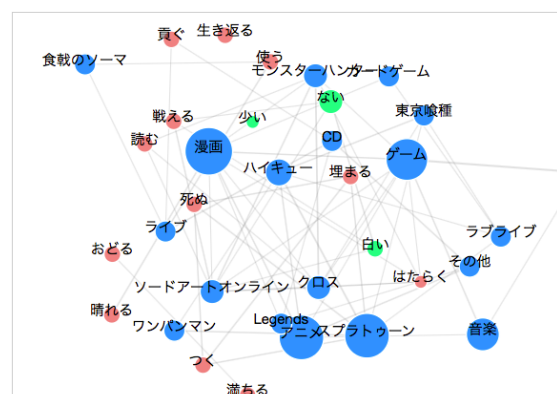


図 6 作品タイトルの共起ネットワーク

質問 3 主なお金の使い道 (複数回答可)

図 5 に示すとおり、食費などの生活必需品に関する回答が多い一方で、娯楽費との回答も多かった。二次元アイドルの創成のための参考として、購入する「アニメ」、「音楽」、「ゲーム」、「小説」「漫画」について、それらの作品のタイトルなどを記述してもらった。自由記述の内容を整理するために、テキストマイニングサイト[4]を利用し、共起ネットワーク (図 6) として出力した。共起ネットワークとは、文章中の出現パターンが似た単語同士に線を引いた図である。図 6 では、共起する単語同士が線で結ばれており、出現数が多い単語が大きく表示されている。共起ネットワークにより江別の学生が購入している作品のタイトルや傾向を知ることができた。



図7 再デザインされた二次元アイドル

3-3 改善されたアイドル

以上のステップを通して、大学祭でのプロトタイプ（初期版）の修正を行った。改善を行った二人のアイドルを図7に示す。主な改善点は以下の通りである。

テストで得た意見1：キャラクターを見てヒダ工場や野幌との関連がわからない。

改善点：元気ちゃん（仮）の名前を、江別の特産品が小麦であることから、ハルユタカ（品種）から連想し、『ハルカ』に変更した。小麦をイメージした編み込み&三つ編み・ナナカマドの髪飾りを追加した。酪農家→牛→カウベルを連想し、編み込み部分お飾りとしてカウベルとリボンを追加した。クールちゃん（仮）を、江別は陶芸が盛んであることから陶芸家から連想し、『トウカ』に変更した。ヤツメウナギ型のヘアピンを追加した。

テストで得た意見2：クールちゃんの設定上はクールなのに見た目がかoolに見えない。

改善点：目の大きさは小さめでキリッとしたつり目にし、表情を変更することでクールな雰囲気表現した。



図8 パンフレット



図9 缶バッジとキーホルダー

3-4 PRグッズの試作

二次元アイドルを用いた江別市のパンフレット(図8)やPRグッズ(缶バッジ、キーホルダー、パンフレット)を試作した。図9は、完成した缶バッジとキーホルダーである。

3-5 等身大パネル制作と展示

平成28年2月23日(火)～28日(日)に大丸藤井セントラル7F展示場で開催された北海道情報大学メディアデザイン展で本プロジェクトの展示を行った(図10)。展示では、プロトタイプ(初期版)のテストで頂いた「等身大パネルであるのに、等身ではない」という意見を反映し、二人のアイドルの設定サイズを正確に反映させた。

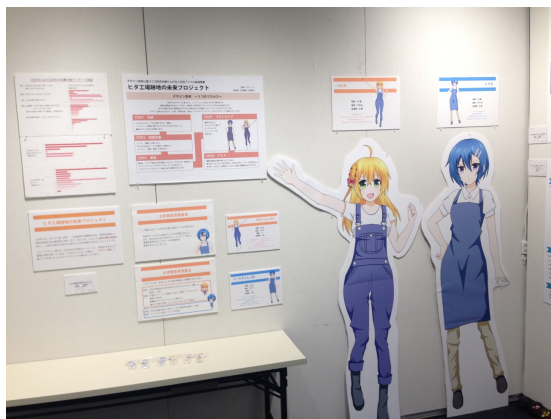


図10 展示ブース

4. まとめ

本プロジェクトでは、デザイン思考による二次元アイドルおよびそれを使用した江別市のPRグッズを試作した。二次元アイドルは、現在、各地域で様々な取り組みが行われており、地域をPRする上で重要な役割を担いつつある[5][6]。本プロジェクトで制作した二次元アイドルも、そのような地域貢献ができるよう、今後もデザイン思考により共有や改良を繰り返し行っていきたい。

参考文献

- [1] 旧ヒダ工場,
<http://www.city.ebetsu.hokkaido.jp/soshiki/shoko/2240.html>
(2015年11月9日アクセス)。
- [2] ハッソ・プラットナーデザイン研究所
(柏野, 中村訳) (2012), 「デザイン思考5つのステップ」, スタンフォード大学。
- [3] 沢田史子・吉田武稔 (2014), 「ツアー開発におけるデザイン思考の適用」, 『観光情報学会第9回研究発表会講演論文集』, pp.1-3。
- [4] User Log 「テキストマイニングツール」
<http://textmining.userlocal.jp>
(2016年2月19日アクセス)。
- [5] まろに☆えーる, <http://www.tochigi-tv-anime.com>
(2015年11月9日アクセス)。
- [6] 北乃カムイ, <http://kitanokamui.com>
(2015年11月9日アクセス)。

謝辞

本研究は、平成27年度江別市大学連携学生地域活動支援事業の補助により行われました。