

CLIMATS Project

フランス国立工芸学校ブール校とのワークショップ

Participants

Product design teacher
Product design teacher
Project teaching consultant
Product design teacher
Design Workshop Translator
Product design assistant

PARIS ÉCOLE BOULLE
PARIS ÉCOLE BOULLE
PARIS ÉCOLE BOULLE
TOKYO ZOKEI UNIVERSITY
TOKYO ZOKEI UNIVERSITY

Antoine FERMEY
Vincent ROSSIN
Dominique ROBERT
玉田俊郎
Kaoru URATA
下出翔太

エドゥウィジ・ブイエ アナ・ノタリアニ エリーズ・リゴ フロリアン・ピノ ポリーヌ・アウリオン
ベランジェール・アムラン アヌク・ドロンヴァル クララ・アセンツィオ ジュリアンヌ・ル・タンテ
ディアンヌ・バルビエ リラ・デュノワエル フラヴィアン・デルベルグ リュシール・ヴィオ
フレデリック・ドマン
高野 洸 吉成久美子 大塚航生 上遠野香苗 加賀美郁絵 田畑未紅 塚田宏美 若島美希 渡来なつみ
吉見千里 大川絵里菜

Project HP

www.zokei-boulle.org



東京造形大学
Tokyo Zokei University

ACCESS: 〒192-0992 東京都八王子市宇津真町 1556
TEL:042-637-8111
URL:<http://www.zokei.ac.jp/>



Tokyo Zokei University

CLIMATS Project

2013年のフランス国立工芸学校プール校とのワークショップはフランス、ブルゴーニュを舞台に行いました。ブルゴーニュのクリマ(Climats)をテーマにデザイン提案を行いました。プール校から14名、東京造形大学から11名が参加し、6チーム編成でワークショップを実施しました。クリマとはブルゴーニュのワイン畑を表現する言葉ですが、同時にクリマ共同組合(ワイン醸造組合)によって定義、格付けされたワインを示すものです。二つの国の学生の交流ワークショップから新たなクリマ像が浮かび上がってきました。

インダストリアルデザイン専攻領域教授 玉田 俊郎



TEAM-1

大塚航生 エドゥイジ・ブイエ アナ・ノタリアニ エリーズ・リゴ 吉成久美子

ブルゴーニュのクリマを一般の人々にどのように理解してもらおうのか、気候や土壌、栽培区画、歴史性、気候風土など複雑なクリマの要素をパッケージで表現しました。異なるそれぞれのパッケージはクリマの特質を表現しており、クリマ全体のアイデンティティを表現しながら、それぞれのドメイン(区画)の特徴づけを行っています。パッケージはテキスタイルで出来ていますが、これを広げるとそれぞれのクリマの土壌や地形の特質が表現されています。



TEAM-3

ベランジェール・アムラン アヌク・ドロンヴァル 吉見千里 大川絵里菜

クリマの理解をどうすればよいのか、分かりやすい表現は何かを探求し、クリマを訪問するゲストに対するシナリオを明確にした提案です。「開放感」、「大自然」、「原点回帰」、「時間旅行」をコンセプトにアイデアを展開し、クリマのぶどう畑の中でワインを楽しむというものです。ワインは様々な楽しみ方、テスティングがありますが、光にかざしてグラス越しに色合いを見る事も重要なテスティングの一つです。ボトルを陽にかざすとボトルの底がクリマのグラフィック表現となっています。



TEAM-5

クララ・アセンツィオ ジュリアンヌ・ル・タンテ ディアンヌ・バルビエ

ブルゴーニュ地方はワインの産地ですが同時に石材の産地です。今回のワークショップでは石材の産出の様子やブルゴーニュの石材を用いてデザインを行っている作家のアトリエも訪問しました。クリマの特質の一つが土壌にあります。本チームの提案ではブルゴーニュの石材とワインを重ね、ユニークなボトル提案とパッケージ提案を行いました。クリマを特徴付けるボトルのデザインは斬新です。



TEAM-2

上遠野香苗 フロリアン・ピノ 高野洸 ポリーヌ・アヴリヨン

クリマの特質とぶどう畑のランドスケープから立体的にアイデアを展開しています。クリマを理解する手がかりを様々なオブジェに置き換えている点がユニークです。ウィングラスやボトル、ワインを飲む行為に直接用いるのではなく、小学校の工作の教材や遊具、ワインショップの中のオブジェに展開するなど、クリマを立体的なバリエーションに展開しています。クリマの理解を体感できる提案はデザインの可能性を広げています。



TEAM-4

加賀美郁絵 田畑未紅 塚田宏美 若島美希 渡来なつみ

このチームは日本の観光客をターゲットにした提案です。シナリオは日本の若い女性とクリマのワインとの出会いから始まります。シナリオではクリマに行く事が最終目的になりますが、そのきっかけを一口で飲めるパッケージとしてデザインしました。お酒は強くないがワインを楽しみたい、味わいたい若い女性にプチワインボトルの提案です。この日本的とも言える発想がプレゼンテーションではフランスにはない発想ということで参考にしたいという感想がありました。



TEAM-6

リラ・デュノワエル フラヴィアン・デルベルグ リュシール・ヴィオ フレデリック・ドマン

ブルゴーニュのワインを日本へ。そして日本からクリマを理解するシナリオを描きました。ブルゴーニュ、クリマのワインがテーブルに置いてあります。そのテーブルにはクリマ紹介のためのQRコードが置いてあります。これをタブレットのスクリーンで見るとワインボトルがクリマのぶどう畑と重なります。バーチャルですがクリマを理解する上で分かりやすく楽しめる仕組みです。このシステムにはコミュニケーションの在り方も考えられており、情報のデザインとも言えるでしょう。

