

ファッションの感性を用いたグラフィックデザインの可能性 —アイウェアのビジュアル提案を中心に—

The Potential of Fashion Inspired Graphic Design:

The Utilization of Eyewear Visuals

森澤 詩穂里

Shihori Morisawa

要旨

ファッションイラストレーションは、ファッションのイメージを他者に伝達するために表現されたもので、人物画のみならずその周辺の表現も重要とされ、雑誌や書籍をはじめ広告、パッケージや店舗装飾など様々な業界の商材に幅広く活用されている。筆者は社会におけるファッションイラストレーションの可能性を広げることを研究テーマとし、「アイウェア」に着目した。

元来、アイウェアは視力矯正を目的とした製品であり実用性が重視されていた。しかし近年では低価格化やファストファッション化の影響により、季節やその日の気分によって洋服を替えるように気軽にアイウェアを替える消費行動が浸透し、ファッション用途としての需要が高まっている。そこでファッションイラストレーションを表現する上で培ってきた感性を生かしてアイウェアフレームにおけるグラフィックデザインを提案することを試みた。具体的には、産学協同プロジェクトとして行ったアイウェアの製品開発におけるデザインの過程を報告する。

●キーワード：ファッション (Fashion) / グラフィックデザイン (Graphic Design) / イラストレーション (Illustration)

I. 研究動機

筆者が研究テーマとしているファッションイラストレーションは、ファッション画の中でも、設計図としてののみならずファッションのイメージを他者に伝達するために二次元で表現されたもので、書籍の挿絵やパッケージなど様々な業界の商材に幅広く活用されており、人物画を中心として表現されている。

筆者はこれまでファッションイラストレーションの様々な可能性を模索するために、ファッションをイメージとして捉えたグラフィック表現(図1)や、静止画を動的に表現する動画表現(図2)など様々な作品を制作してきた。しかし近年ではファッションブランド“Jean Paul Gaultier”がファッションイラストレーションを用いたコカ・コーラボトルのグラフィックデザインを手掛けるなど、プロダクトそのものにファッションイラストレーションの要素を用いたグラフィックデザインが施されるなど、人物画ではない表現も見られ、筆者はそのファッション表現に新しい可能性を感じ、特にアイウェアに注目した。



図1 文化学園大学服装学部×LAZONA川崎プラザ
産学協同プロジェクトにおけるポスター製作(2013年)



図2 第32回文化学園大学教員作品展に出展した動画『Live2Dによるファッションイラストレーション』（2017年）

アイウェアに注目した理由として、自己表現の方法の変化が挙げられる。且つては好みのファッションを全身コーディネートし、街を闊歩することで自己表現を行い、自己承認欲求を満たしていたが、最近ではSNSの普及によって気軽に自己を世界に発信できるようになったことから自撮り写真によって自己承認欲求を満たすようになっていった。これにより自己表現のポイントは、全身からバストアップに移動してきたと感じられる。特に顔、中でも目を中心としたアピールが強調されるようになり、アイメイクのみならずアイウェアも注目されるようになった。もともとアイウェアは視力矯正のための道具として紀元前に開発されたものであり実用性が重視されていたが、現在ではファッションアクセサリーとしての役割も担うようになり、人物の個性を演出する重要なアイテムになった。アイウェアフレームの変遷（図3）をみると、特に20世紀以降めまぐるしい発展を遂げており、至ってシンプルなフレームから、季節やその日の気分でアイウェアを替えるまでにデザイン性が発展したことが分かる。

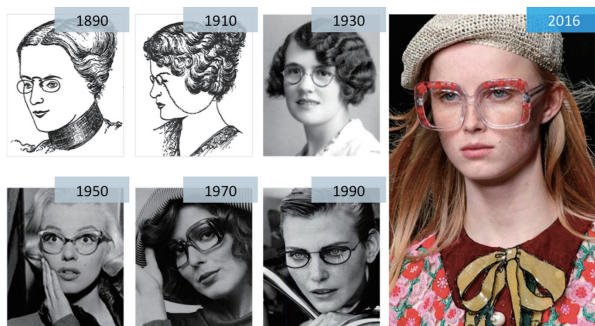


図3 アイウェアフレームの変遷¹⁾

私自身アイウェアには以前から注目しており、ファッションイラストレーションに取り入れていた（図4～5）。

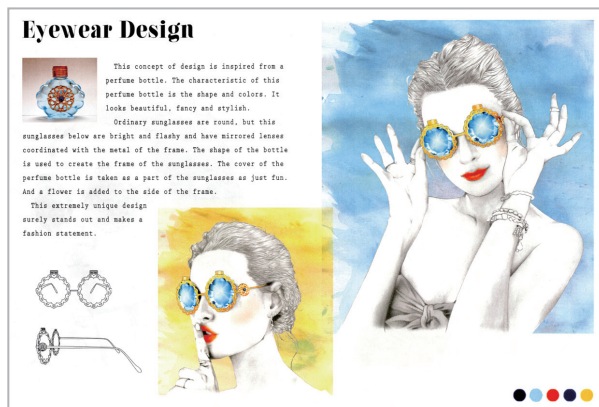


図4 香水瓶から発想したアイウェアのデザインをした際のファッションイラストレーション（2012年）



図5 ファッションイラストレーション合同展示“Spring Girl”で発表した作品（2013年）

アイウェアの持つファッション性に強い関心を持っていたところ、アイウェアブランドのZoffから『眼鏡を着用した女性』をテーマとしたビジュアル制作としてファッションイラストレーションを描く機会を得た（図6～8）。

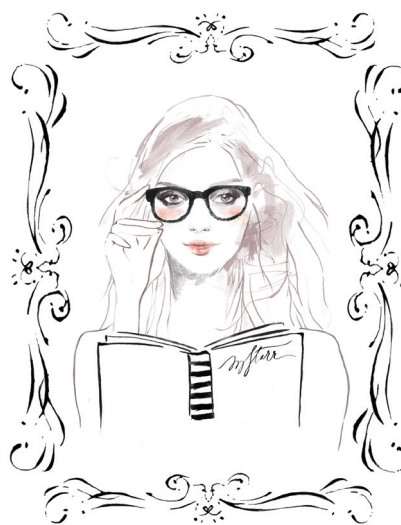


図6 Zoff プレゼンテーション用イラスト①

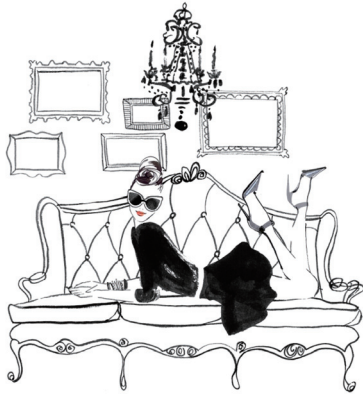


図7 Zoff プレゼンテーション用イラスト②



図8 Zoff プレゼンテーション用イラスト③

ファッションイラストレーションを制作した結果、自らのイメージを自由に主張するのではなくクライアントが求めているイメージを具現化していく過程でターゲットの消費行動についてリサーチを行い購買意欲に直結するクリエイションを心掛けるなど「作品の持つ社会性」について学び、続くフレームの柄のグラフィックデザインのプロジェクトに参画するなかでそれらの学びを生かすこととした。企業のオーダーを受けてデザインをすることで、今までにないファッションイラストレーションの新しい可能性を発見できるのではないかと考え取り組んだ。

II. 研究方法

本研究は株式会社インターメスティックが展開するアイウェアブランド「Zoff（ゾフ）」と共同で商品企画を行った。Zoffにおける商品企画のプロセスは、コンセプトの決定、社内外へのデザイナーへ発注、デザイナーから提案されたデザインを社内を選定し商品化するデザインを決定。その後、サンプル試作、生産という流れであ

る。筆者は社外デザイナーという立場でデザイン提案を行った。商品企画の概要は下記の通りである。

- ・商材…『CLASSIC』（時代を超えて定番とされてきた型にトレンド要素を取り入れたアイウェアのシリーズ）
- ・シーズン…2017年秋冬
- ・メインターゲット…20代～30代の女性（学生・OL層）
- ・フレームの型…スクエア型、ウェリントン型の2型
- ・柄のテーマ…秋から冬にかけて流行する定番の“Animal”柄で、犬・猫・鳥・鹿4種類の動物柄のデザインを担当
- ・提案する柄の数…各型につき4柄ずつ、計8柄

このように主なコンセプトなどに関しては既に社内決定されたものを題材としてグラフィックデザインを行った。

III. 研究結果

まず、4種類の動物のテーマから各4柄ずつ、計16柄の提案を行った。筆者は、グラフィックデザインを行うにあたって、ビジュアルボードの製作を行う。ビジュアルボードの製作は企業からの依頼には含まれないが、設定されたコンセプトを自身の中で噛み砕き、その世界観を具現化するために自主的に製作している。其々の動物をテーマにしたビジュアルボードを図9～12に示す。ターゲットのイメージは20～30代の、気取らず自分らしく、それでいて柔らかく優しい雰囲気を持った女性。シンプルなファッションを基調としてアクセントをどこかに取り入れることで自己表現する女性。ピンクを中心とした淡い配色のコーディネート好みつつ、ポイントにメリハリを効かせた配色を楽しむ女性とした。

このようにビジュアルボードを製作したことで、ターゲットの女性像や好みのファッションや配色などが筆者の中で具体的になり、これらを踏まえてグラフィックデザインに取りかかった。



図9 犬をテーマにしたビジュアルボード

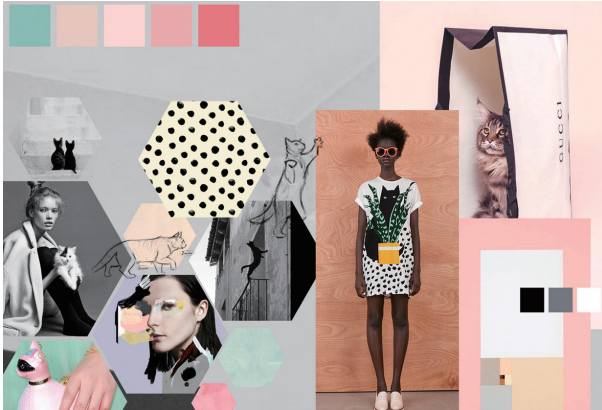


図 10 猫をテーマにしたビジュアルボード



図 11 鳥をテーマにしたビジュアルボード



図 12 鹿をテーマにしたビジュアルボード

次に実際のグラフィックデザインについて述べる。設定されたテーマが“Animal”ということから『柄』の表現に特に拘ることにした。ファッションイラストレーションにおいて柄・素材表現はとても重要であり、コンテストのデザイン画などにおいても柄・素材表現の技術を活かしてきた(図13~14)。そこで動物柄を単なる柄・パターンとしてではなく、「素材」として捉えることで、動物の持つあたたかさや柔らかさまで意識したデザインをすることを心掛けた。また、ファッション業界

における近年のテキスタイルデザインの傾向を調査したところ、2016年は悪趣味なスタイルを意味する「タッキー」や、2017年はヲタク、ちょっとダサいスタイルを意味する「ギーク」といったトレンドが続いており、それらのファッションには異なる柄を組み合わせた『柄オン柄』が多く見られることが分かった。その手法を用いてグラフィックデザインを行うこととした。

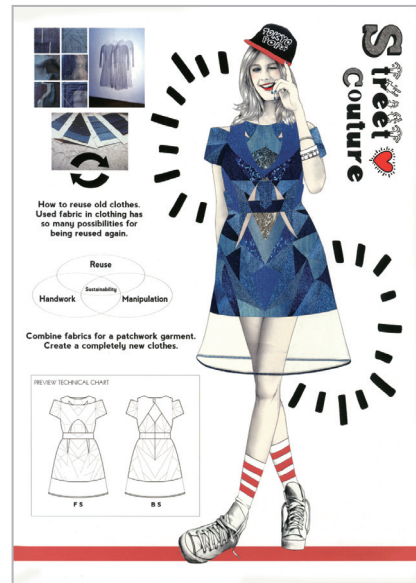


図 13 在シンガポール日本大使館
ジャパンクリエイティブセンター主催
第3回 持続可能なファッションデザインコンクールにおいて
第3位を受賞したデザイン画(2013年)



図 14 在シンガポール日本大使館
ジャパンクリエイティブセンター主催
第4回 持続可能なファッションデザインコンクールにおいて
第2位を受賞したデザイン画(2014年)

デザインはペンタブレットを用いて画像編集・加工ソフトの Adobe Photoshop で行った。Adobe Photoshop を使用するメリットとしては、デジタル特有のリピート機能から手描きのようなタッチなど表現の幅が多岐に渡り、機能が非常に多く使い易い点などが挙げられる。手描きの質感を失わないようブラシや筆圧設定を微調整し、ペンタブレットを使用することでデジタル特有の無機質な線にならないよう工夫をした。

デザインの作成方法は、先程リサーチした結果を踏まえ柄に柄を重ねるデザイン展開を行った。作成した柄のデザイン一覧は図 15 の通り。その中からクライアントによって8つのデザインが選定され、選ばれたデザインに合わせてフレームの型や眼鏡のフロントカラーとの組み合わせなど実際の商品構成を検討することになった。ウェリントン型及びスクエア型の商品構成は図 16～17 に示す。

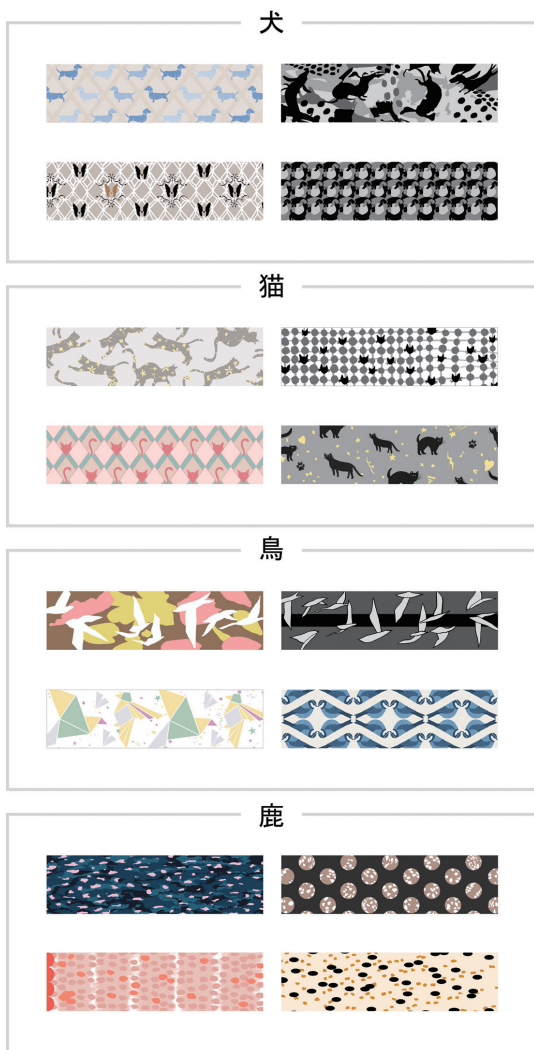
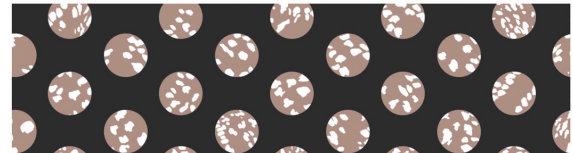


図 15 作成したデザイン一覧

ウェリントン型

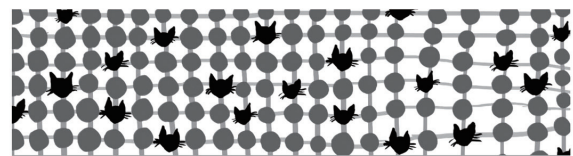
col1.Khaki



col2.Demi



col3.Gray



col4.Brown



図 16 ウェリントン型の商品構成一覧

スクエア型

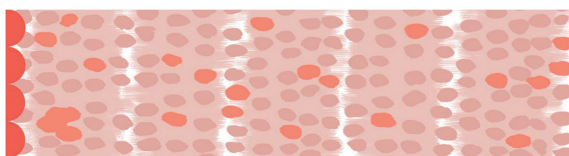
col1.Navy



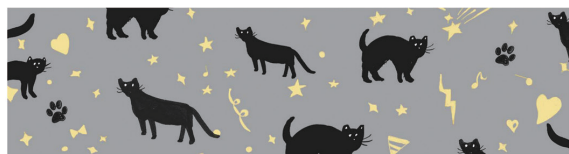
col2.Black



col3.Demi



col4.Red



デザインの商品構成を検討した後、最終的にプレゼンテーションを行うためのビジュアル制作を行った。通常アイウェアのプレゼンテーション方法は、製品図のみで提示することが多く実際に人物が着用した姿は想像しにくい。そこで、考案したアイウェアのデザインを立体的に表現し、人物に着用させてプレゼンテーションを行うこととした。これにより具体的にクライアントにデザインの有用性を伝えることができると考えたからである。

完成した8つのデザインについて説明する。制作したビジュアルボードはフレームの種類・フロントカラー・グラフィックデザイン・着用状態のイメージイラストで構成されている。

ウェリントン型、スクエア型のビジュアル提案及び実際に商品化されHPに掲載された製品について図18～33に示す。実際に商品化するにあたっては企業側で微調整がなされている。

ウェリントンタイプは20代の可愛い女性を特にターゲットにしており、冬に向けて色数が減っていくスタイリングの中で色彩豊かで温かいデザインを目指し暖色系のカラーコーディネートとした。スクエアタイプは30代の知的な女性を特にターゲットにしており、ダークカラーを中心とした同系色の配色を多用しクールな佇まいの中にも遊び心を宿したデザインを目指した。

図17 スクエア型の商品構成一覧

Wellington

col1.Khaki

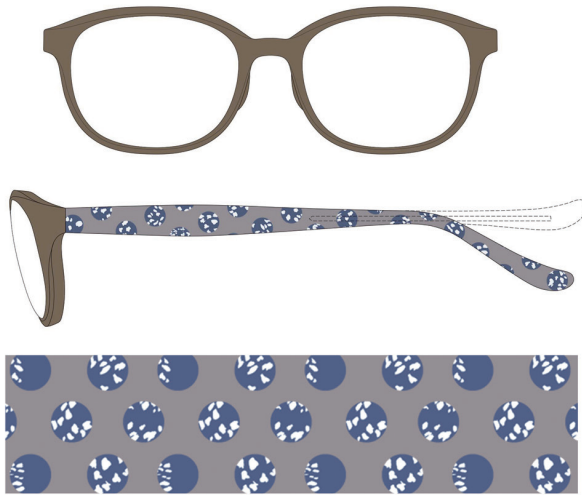


図 18 鹿が野原を駆け回る躍動感をリズムカルな水玉と組み合わせてデザインした鹿柄



図 19 実際に商品化された製品 ウェリントン型の鹿柄²⁾

Wellington

col2.Demi



図 20 格子柄を柵に見立て、向こう側から猫が顔を除かしているような愛らしい様子をデザインした猫柄



図 21 実際に商品化された製品 ウェリントン型の猫柄①³⁾

Wellington

col3.Gray

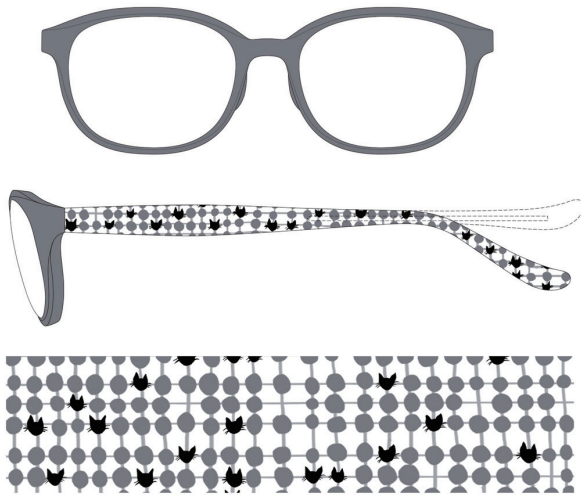


図 22 タイプの違う8匹の猫の顔のシルエットを描き分け、ランダムに配置した猫柄

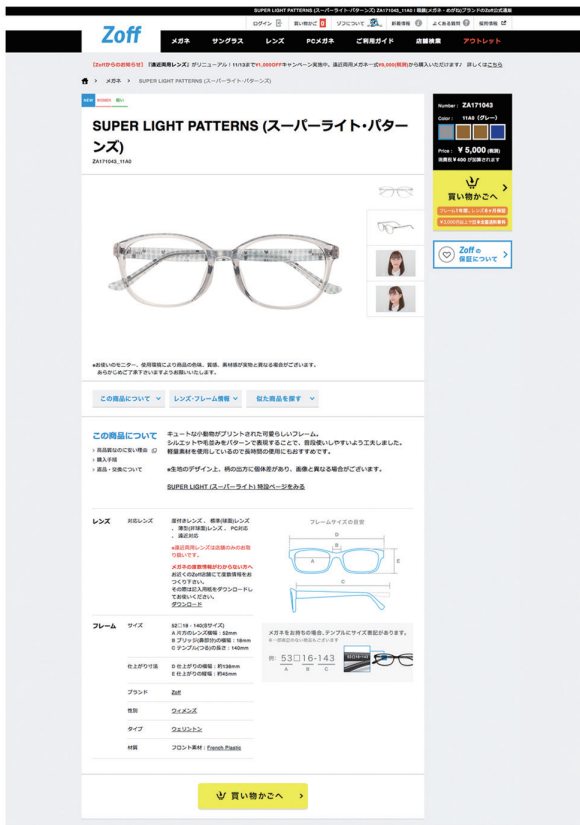


図 23 実際に商品化された製品 ウェリントン型の猫柄^④

Wellington

col4.Brown



図 24 鳥が生き生きとはばたいている様子を幾何学化しデザインとして配置した鳥柄

Zoff

Number: ZA171603
Color: 茶色 (ブラウン)
Price: ¥5,000 (税別)
在庫限りです

SUPER LIGHT PATTERNS (スーパーライト・パターンス)
ZA171603_030

この商品について
モールド加工がプリントされた可愛らしいフレーム。多彩な色合いの幾何学模様を施したことで、個性がいっそう工夫しました。軽量素材を使用しているのが長時間の使用にもおすすめです。

レンズ
両面1.67 非球面レンズ、超薄型非球面レンズ、PMD付、UVカット

フレーム
サイズ
総幅: 140mm
A: 52mm
B: 18mm
C: 14mm
D: 14mm
E: 14mm
F: 14mm
G: 14mm
H: 14mm
I: 14mm
J: 14mm
K: 14mm
L: 14mm
M: 14mm
N: 14mm
O: 14mm
P: 14mm
Q: 14mm
R: 14mm
S: 14mm
T: 14mm
U: 14mm
V: 14mm
W: 14mm
X: 14mm
Y: 14mm
Z: 14mm

フレームサイズ目安
A: 52mm
B: 18mm
C: 14mm
D: 14mm
E: 14mm
F: 14mm
G: 14mm
H: 14mm
I: 14mm
J: 14mm
K: 14mm
L: 14mm
M: 14mm
N: 14mm
O: 14mm
P: 14mm
Q: 14mm
R: 14mm
S: 14mm
T: 14mm
U: 14mm
V: 14mm
W: 14mm
X: 14mm
Y: 14mm
Z: 14mm

50 16-143

素材: プラント
タイプ: カラフル
カラー: 茶色



図 25 実際に商品化された製品 ウェリントン型の鳥柄⁵⁾

Square

col1.Navy



図 26 鹿を立体でスケッチしたときに出来る陰影のグラデーションを3色に分解して柄に取り入れ組み合わせた鹿柄

フレーム	サイズ
総幅	142mm
鼻幅	52mm
耳幅	135mm
レンズ幅	58mm
レンズ間幅	18mm
レンズ厚み	14mm



図 27 実際に商品化された製品 スクエア型の鹿柄①⁶⁾

Square

col2.Black



図 28 犬の愛らしい表情をアップで取り入れ、周りに配したトリムは飼い主を見て気付いた時の喜びを表現している犬柄

Zoff

メガネ サングラス レンズ PCメガネ ご用意ガイド 店舗検索 アフィリエイト

目次

商品名 SUPER LIGHT PATTERNS (スーパーライト・パターンズ) 型番 ZC171410

Color 1469 (ブラック)

Price ¥5,000 (税込)

この商品について

レンズ

フレーム

ブランド

種類

タイプ

材質

フロント素材



図 29 実際に商品化された製品 スクエア型の犬柄⁷⁾

Square

col3.Demi



図 30 鹿の持つ温かい柄の配色を、絞り染め・タイダイに見立てて色彩豊かに仕上げた鹿柄

The screenshot shows the Zoff website's product page for 'SUPER LIGHT PATTERNS (スーパーライト・パターンズ)'. The page features a large image of the glasses, a detailed description of the 'SUPER LIGHT PATTERNS' technology, and technical specifications. The specifications include:

- Frame Size: 53□16-143 (A, B, C)
- Weight: 10.2g (without lenses)
- Material: Acrylic resin (Acrylic Resin)
- Color: Brown (Brown)
- Price: ¥5,000 (including tax)

The page also includes a 'Color Lens Guide' section and a 'Buy Now' button.

図 31 実際に商品化された製品 スクエア型の鹿柄②^{B)}

Square

col4.Red



図 32 4匹の猫が夜徘徊してじゃれている様子をデザインに取り入れた猫柄



図 33 実際に商品化された製品 スクエア型の猫柄⁹⁾

最終的なビジュアルプレゼンテーションにおける企業の反応は、「ファッションイラストレーションを軸に研究をしているからこそ生まれたデザインである」というもので結果として猫3柄、鹿3柄、鳥1柄、犬1柄の合計8柄が商品化されることになった。

現在は、2018年春に発売予定のデザイン提案を行っており、その結果22型が採用され商品化されることになっている。今後は商品の販売結果などを踏まえ、デザイン提案に活かしていきたいと考える。

IV. 考察

今回グラフィックデザインを行うにあたりファッションイラストレーションを用いたプレゼンテーションや、そのテクニックを利用した平面構成など様々な表現方法に取り組んだことで多くのことを学ぶ機会を得た。特に、常日頃から関心を深めているファッショントレンドの調査及び日常生活における実践が流行を捉えたグラフィックデザインを行う上で有効であることを感じた。またファッションイラストレーションの技術を用いることで動物柄を単なる「柄」でなく素材として有機的に表現することができることやデザインの着用イメージを具体的にビジュアルで提示することができることも学ぶことができた。テンプレの柄だけでなく、それを纏った全体の雰囲気まで考えてデザインができるのは、ファッションイラストレーションを学び、スタイリングやコーディネート表現について研究を深めたことによって意識できたことだといえる。

今後の課題として、今回は企業のコンペティションに参画し商品化が実現するということをもって外部評価を得たが、次回は外部評価を得る方法を更に検討し、SD評価など客観的視点を取り入れつつデザインを行っていきたいと考える。

今回はアイウェアのデザインに取り組んだが、筆者の

大きな研究テーマは『ファッションイラストレーションの可能性を広げていくこと』である。従来のファッションイラストレーションにはない新しいファッション表現を見出し、社会に働きかけていくために、これからも学びを深めていきたい。

図版出展

- 1) 1890年：リチャード・コーソン、八坂書房、メガネの文化史—ファッションとデザイン—、1999年、p.180
1910年：リチャード・コーソン、八坂書房、メガネの文化史—ファッションとデザイン—、1999年、p.239
1930年：<http://www.photodetective.co.uk/Specs30s-A.html> 2017年9月5日閲覧
1950年：<https://www.selectspecs.com/fashion-lifestyle/the-history-of-cat-eye-glasses/> 2017年9月5日閲覧
1970年：<https://www.pinterest.se/midwestlens/vintage-eyewear/> 2017年9月5日閲覧
1990年：<https://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1259-view-1980s-profile-giorgio-armani-4.html> 2017年9月5日閲覧
2016年：<https://theimpression.com/gucci-spring-2016-runway-beauty/gucci-beauty-spring-2016-fashion-show-the-impression-050/> 2017年9月5日閲覧
- 2) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZA171043_64A0/、2017年11月10日閲覧
- 3) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZA171043_49A0/、2017年11月10日閲覧
- 4) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZA171043_11A0/、2017年11月10日閲覧
- 5) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZA171043_43A0/、2017年11月10日閲覧
- 6) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZC171010_72A0/、2017年11月10日閲覧
- 7) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZC171010_14E0/、2017年11月10日閲覧
- 8) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZC171010_49A0/、2017年11月10日閲覧
- 9) http://www.zoff.co.jp/store/detail/ZC171010_24A0/、2017年11月10日閲覧