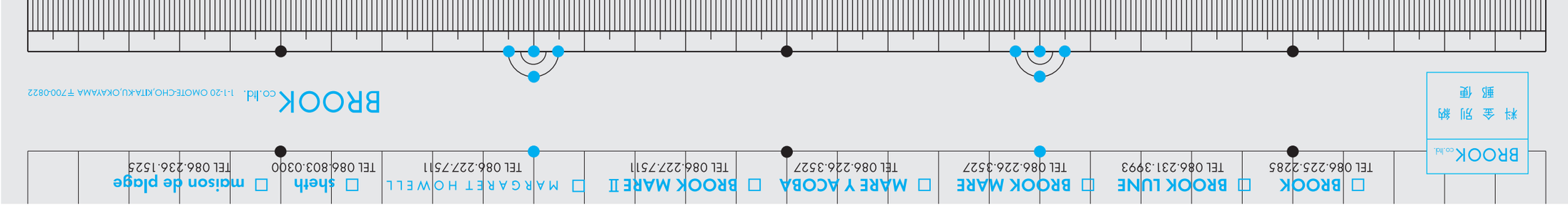
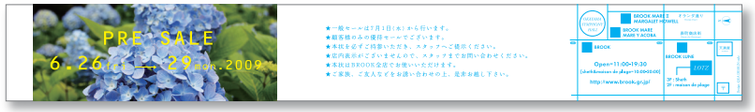


←VIP SALE DM
↓フリーカタログ「BROOK,SCENE」
&SALE DM

DESIGN WORKS

アパレルショップ BROOK ／コミュニケーションデザイン

美意識とユーモア
── 心に響くデザイン ──



田中雄一郎／ブランディングディレクター、グラフィックデザイナー

「美人は三日で飽きる」という言葉があるように、何事もきれいなだけじゃつまらない。美しさだけでは物足りないように思う。それはデザインについても同じことが言える。「きれいで美しい」だけのデザインは見過ごされやすい。
普段は企業や店舗のロゴマークやパンフレット、チラシ、広告などのデザインをしている。そのデザインを制作する過程の中でもちろん「美」の視点は最も大切にしているひとつであるが、私はそれに加え「ユーモア」の観点を同じくらい大切にしている。

以前岡山の老舗アパレルショップBROOK（敬称略）のフリーカタログや夏・冬セールDMのデザインを担当させてもらったことがある。制作の要望としては「とにかくお客様の心に留まり、かつ他にはないもの」。数ある郵便物、印刷物の中から手に取ってもらわないことには始まらない。
そんな依頼を粋に感じつつも半ばためらいながら、インパクトの強い写真を用いてユーモアあるデザインを提案してみた。老舗で格式あるBROOKにとってはややもするとイメージダウンにつながりかねない。それがそんな心配をよそに「これは何だか気になるね。わかりやすいデザインよりいろいろなシーンを想像しやすい。これで行きましょう！」という担当者のご英断により、このデザインが世に出ることになった。
これらのユーモアあるデザインは、お客様に正直様々な反応があったようだが、結果的にそうしたやりとりを含め、スタッフとお客様の間でコミュニケーションの機会が増えたそうだ。

こうしてデザインの中に「ユーモア」を交えることにより、お客様を楽しませる、驚かせると言ったコミュニケーションの場が創造できる。発信側だけが満足する情報提供だけのデザインでは決してお客様の心はつかめない。受け取り側にとっても何か期待できるもの、楽しめるものでなければ本当の意味では伝わらない。

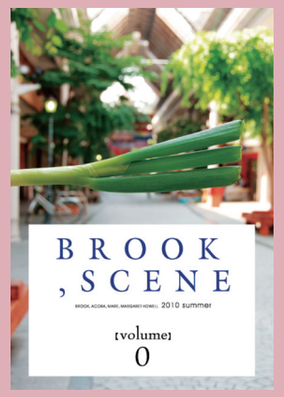
「美」は視覚的効果を高め、「ユーモア」はコミュニケーション効果を高める。その二つが両立してこそ人の心に届くデザインになる。わかりやすく言えば、学生時代に一番人気があった奴はたいていが格好良くて、面白かったはず。

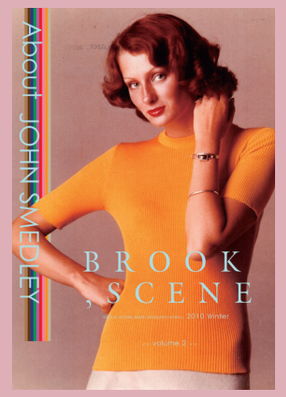
「美」とともに「ユーモア」を大切にしているBROOKの企業姿勢は、つまりはお客様を本当に大切に思っている現れであるように思う。

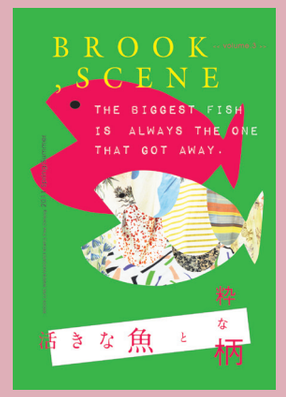
←PRE SALE DM ↑リニューアル案内 DM

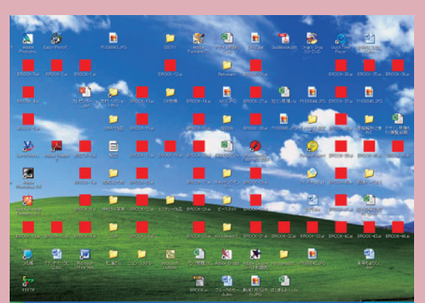
Yuichiro Tanaka
QUADESIGNstyle（クオデザインスタイル）代表

1975年岡山市生まれ。立命館大学理工学部卒業後、都市計画コンサルタントを経て、2004年妻・園子と共にQUA DESIGN styleを設立。同時にデザインを独学。現在岡山を拠点に活動し、企業、店舗、医療施設、美術展などのブランディングを中心に手掛けるほか、書籍の装丁や写真集の自費出版なども行う。主な仕事に岡山大学のコミュニケーションシンボルデザイン、福武教育文化振興財団のCI、岡山芸術回廊のトータルデザイン、丸亀市猪熊弦一郎現代美術館「昭和展」「猪熊弦一郎展」のポスター・チラシ等デザイン、地中美術館、李禹煥美術館、豊島横尾館のパンフレットデザインなど。JAGDA正会員。
Graphic Design in Japan 2014／JAGDA賞ノミネート、東京TDC賞2014／TDC賞ノミネート、東京ADC2013入選、中国国際ポスタービエンナーレ2013ファイナリストなど。
http://www.quadesign-style.com









AD・D／田中雄一郎　P／田中園子　DF／QUA DESIGN style