

2022 東京タワーの新しい表現

New expression of the Tokyo tower

AD 25 田中 大
指導教員 井上 謙

1.研究目的

東京タワーが今どんどん廃れてきている。現在東京タワーに来ている客は、若い客か子連れの親子であるが、第二の東京タワー（仮名）ができると客はそちらに流れ、現在の東京タワーは客足が減ってしまうことが予想される。

東京タワーは昭和33年にできた日本を象徴するシンボルで、当時の日本人にとっては、希望そのものであった。

本卒業研究は東京タワーが昔のように、人々に希望や勇気を与えられる塔になるためのデザインを提案することを目的としている。

2.調査と分析

東京タワーにまつわる話しや付近に住む人々の暮らしなどを調べた。

東京タワーは2008年12月23日で開業50周年を迎えるが、現在東京タワーのホームページでは、50周年という事で東京タワーの思い出などを募集している。

パッケージは覚えにくく中途半端なデザインであるため、皆に覚えてもらっていない。

東京タワー自体の話しでは、東京タワーという名前を決めるにあたって、事前に名称を公募していたら86,260通寄せられたが、東京タワーという名前はたった223通しか来なかったそうである。

他にも、東京タワーの特徴である赤と白のカラーは、東京都の建築における法律上の色指定とのことである。

このように、あまり一般人の意見をとりいれる訳でもなく、デザイン的にみてもパリのエッフェル塔と比べると周りに色々なビルが建っていたりと、かなり劣る点が多い。

3.コンセプトの立案

①思い出を呼び起こすデザイン

東京タワーができた当時に住んでいた人が来たくなるようなもの

②覚えやすいデザイン

誰もが親しみやすいもの

4.デザイン展開

まず東京タワーという建物を具体的に表現するものとして、ロゴマークを作った。覚えやすいデザインとは何かを考え、最も適していると思ったものに決定した。

「思い出を呼び起こす」ことを人々に伝える媒体としてポスター、パッケージ、リーフレットを作った。

ポスターは人々の心に訴えかけ、東京タワーに足を運びたいくなるようなもの、リーフレットはもっとわかりやすいもの、パッケージは東京タワーを思い出させるようなものを考えた。

5.完成図



6.結論

ロゴから始まり、それを使って色々なものに展開していくことができた。

写真を使用したものが多いが、色の調節などなかなか上手くいかず、また自分のデジカメで撮ったためか、A2のポスターはあまり綺麗な画像にならなかった。

しかし、すべてに一貫性を持たせて作ったので、一つの事からポスター等に発展することができるようになり、自分が学生で作る最後の作品としてはとても良かったと思う。

7.参考文献

- ・東京タワーホームページ
<http://www.tokyotower.co.jp/333/>
- ・Tokyo Disney Sea
GUIDE MAP