

2008年度受託研究概要報告

NHK土曜ドラマ「ジャッジII」広報ツールのデザイン制作による産学協同プロジェクト

研究メンバー

- 長濱伸貴 デザイン学部環境・建築デザイン学科准教授
- 荒木優子 デザイン学部ビジュアルデザイン学科准教授
- 金子照之 デザイン学部ビジュアルデザイン学科准教授

委託者

日本放送協会大阪放送局
観光かごしま大キャンペーン推進協議会

1 メディア媒体による地域活性化の試み

NHK大阪放送局より、昨年度の土曜ドラマ「ジャッジ」の小道具等の製作協力に引き続き、本年度は、その続編である「ジャッジII」の広報媒体(番組宣伝ポスター、DMはがき、公式ホームページ等)の製作協力の依頼があった。NHK側の目的としては、本学との産学協同によって、定型的になりがちな広報媒体のデザインの刷新と未知の可能性への試みであった。それらへの解答として、広報媒体を通じて、ロケ地(鹿児島県・奄美諸島)の魅力紹介と番組宣伝が密接につながり、さらには外部(県の観光関連など)とリンクさせることによって、番組放映終了後も「観光」という視点による地域活性化が継続するような仕組みづくり「メディア媒体による地域活性化」を提案し、その実現を目指した。具体的には、「メディア媒体による地域活性化」をテ



図1 ドラマ公式ホームページ



写真1 NHK大阪放送局での審査会風景

マとして、大学院生とビジュアルデザイン学科学部生を対象に、担当教員によるディスカッションを踏まえたコンペ形式とし、斬新なデザイン案や広報戦略を求めることとした。広報媒体を通じて、ロケ地の魅力紹介と番組宣伝をすることで番組放映終了後も「観光」という視点による地域活性化が継続するようなメディア媒体の制作を目指した。

2 スケジュール

- 6月上旬 NHK大阪放送局による学内説明会
- 6月中旬 履修大学院生及び学部生と担当教員のディスカッション(学内中間発表会)
- 6月下旬 審査会(審査員: NHK大阪放送局担当者、担当教員ほか)
- 7月下旬 ポスター及びホームページ制作開始
- 9月下旬 ポスター・DMハガキ配布開始
- 10月上旬 ホームページ運用開始
- 10月下旬 「ジャッジII」放送開始
- 11月下旬 「ジャッジII」放送終了

3 メディア媒体による地域活性化の展開

最終的には、16作品のポスター案を製作し、NHK大阪放送局関係者及び担当教員による審査会を開催し、白熱した議論を経て、最優秀案1点、優秀案2点を選定した。

その後、ポスター最優秀案は、ほぼ当初のデザイン案通りで調整を経て、番組の公式ポスター、DM

はがきとして、全国のNHK各局やロケ地官公庁、裁判所、地下鉄構内・車内などに配信されることとなった。また、ポスターの奄美らしいデザイン画を活用した公式ホームページは、番組宣伝の他、ロケ地観光ガイドや学生による奄美大島紹介などを充実させることによって、「観光」という視点による地域活性化の可能性を試みている。

4 ポスター最優秀案のデザインコンセプト

島の人々とうちとけなければならないという人間性の部である親しみ、優しさ、島での裁判官は最終的にはすべて一人で判断を下さなければならないという孤独感、この裁判官の二面性を表現した。もうすぐ裁判員制度が始まり、裁判に市民が参加ようになるため、親しみやすさというものを意識し、法服姿で砂浜に立っていることの違和感を感じさせないために花や鳥を配置した。(ビジュアルデザイン学科3年生・前田健人)



図2 ポスター最優秀案

5 外部(鹿児島県観光連盟)とのリンク

「ジャッジ」は、2年連続の全国ドラマであること、ならびに、奄美諸島を「再生の島(家族、仕事、人生、魂)」と位置づけて、風光明媚なロケーションを多用していることにより、視聴者の意識の中に「奄美諸島への興味関心」を沸くドラマとなっている。本学ではそこに着目し、本来鹿児島県への旅行を予定していなかった層にも、ドラマを入り口とした観光旅行の仕方(ロケ地めぐりなど)を提案し、鹿児島県(奄美諸島)への観光誘致へつなげたいと考えた。そして外部リンク先として、鹿児島県版のロケ地観光ガイドホームページを制作し、より継続性のある「メディア媒体による地域活性化」仕組みづくりを進めた。ドラマの設定を基本とする情報に、鹿児島県が待っている土地情報を促すことにより、従来の旅行会社等の情報とは違った、「ジャッジの視聴者が楽しめる鹿児島(奄美)」情報の発信を目指した。



図3 鹿児島県版ロケ地観光HP



図4 鹿児島県版ロケ地観光HP