



スイーツ×トゥイーディー (入山彩音)
Sweets x Tweety Bird (Ayane Iriyama)

昨今メディアで取り上げられることの多いさまざまなスイーツとトゥイーディーをコラボさせることで新たな「カワイイ」を表現した。
Expresses a new kind of *kawaii* that combines Tweety Bird with various sweets being introduced in the media lately.



プロジェクト 20 : 武蔵野美術大学と ワーナー・ブラザースコンシューマープロダクツの 「キャラクターグッズ開発」

Project 20: Character goods development
by Musashino Art University and Warner Bros. Consumer Products

Doing 「産学共同の正しいやり方」
industry-academia
collaborations right

企業・団体と教育機関による産学共同を、毎号1プロジェクトずつ紹介。
In each issue we will introduce a project representative of industry-academia collaboration between companies, organizations, and educational institutions.

「ルーニー・テューンズ」「トゥイーディー」「トムとジェリー」「スーパーマン」「バットマン」「ハリーポッター」——。米国ハリウッドの映画会社ワーナー・ブラザースが生み出したこれらのキャラクターは今も世界中の人気者だ。現在同社が管理するキャラクターは3,000種類にも及ぶという。今回、ワーナー・ブラザースの日本法人であるワーナーエンターテインメント ジャパンに属しキャラクターや映像の商品化ビジネスを担うワーナー・ブラザースコンシューマープロダクツ (以下、ワーナー) は「これらのキャラクターを使って学生たちに新しい“コンセプトアート”をつくってもらいたい」と武蔵野美術大学に産学プロジェクトの企画を持ち込んだ。コンセプトアートとは一般的に聞き慣れない言葉だが、要はキャラクターを使って新しいコンセプトのプロダクト (グッズ) をデザインするというものだ。

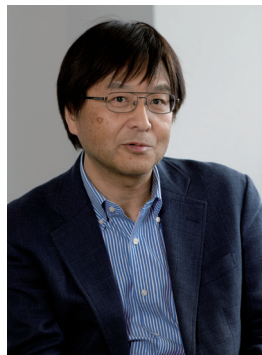
キャラクターライセンスの分野は以前はひじょうに伸びていたが、近年各社とも世に出すものが均一化しており、そこから脱するためにデザインのガイドラインを刷新し、新たなアプローチを模索する傾向にあるという。例えばシルエットだけでシンボリックにキャラクターを表現したものなどが世にあふれている。しかしワーナーとしては、本来の意味でキャラクターとはどうあるべきか、一般の人が何を欲しているのか、実際のターゲット層でもある学生との協働を通してそうした課題に直接アプローチしたいという狙いがあった。

2009年12月にワーナーからの依頼を受け、武蔵野美術大学の研究支援センターが窓口となり、産官学共同研究推進委員会が検討。委員長を務める井口博美教授は、「委員会では企業の希望や目的を確認したうえで大学としてどういう取り組みの体制をとるかを学科横断的に議論します。場合によっては具体的なプロジェクト内容を逆提案することもあります」と説明する。

その結果、白羽の矢が立ったのが芸術文化学科だ。「当学科は芸術学系に属し、美術史や現代アート、マネジメントなどについて学びます。自分がモノづくりをするよりは、デザイナーや作家をサポート、マネジメントする立場を目指します」と話すのは楢 義明主任教授だ。「日本には独特の“カワイイ”文化や経済があり、卒論でもそれをテーマにしたものが多い。そこで一度、今の社会や文化の様相をベースにしながらキャラクタービジネスについて取り組んでみたいという思いがありました」。こうして楢教授が担当する4年生のゼミを中心に、それ以外の学科も含めた1〜3年生は有志で参加することになった。

未知の体験に戸惑った学生たち

プロジェクトは2010年4月にスタート。学生はワーナー・ブラザースのクリエイティブ部門の責任者であるトルシン敬子氏からライセンスビジネスなどのレクチャーを受けた後、生活におけるキャラクターのあり方を調べ、いくつかの指定されたテーマに沿ってコンセプトを策定した。とこ



産官学共同研究推進委員会委員長の井口博美教授。
Professor Hiromi Inokuchi



芸術文化学科 楢 義明主任教授
Professor Yoshiaki Kaji



今回話を聞いた学生の皆さん。右から大池陽子さん、山下春菜さん、大幡佳代さん、ジョウツトムさん。
Students who assembled for the coverage for this article.
Photos by Makoto Mizota

ろが具体的な提案に入る以前に、コンセプトの段階で彼らはいきなり頭を悩ませることになった。「まず“言葉”の違いに戸惑ったようです」と楢教授は振り返る。「われわれが『デザインする』と言うところをワーナー側は『コンセプトアートをつくってほしい』と表現する。『コンセプトアート』とはキャラクターを使って絵を描くことなのか、モノをデザインすることなのかを読み取るのに時間がかかりました。デザイン科の学生であれば、もっとイメージに偏った違う表現になったかもしれない。しかし芸術文化学科の学生として単に絵柄の面白さではなく、社会や文化という視点で取り組んでほしいと考えました」。井口教授も「ポイントはキャラクターの世界観をどう生かすか、ということなのですが、学生にとっても未知の体験であり個々の中で発見し、やり方を獲得していくしかなかった」と語る。

当時2年生だった大池陽子さんと山下春菜さん、金山未来さんはグループでキッチングッズと掃除グッズを発表。バッグス・パニーやロード・ランナーなどをモチーフに、ちりとりや靴磨きブラシなど30点以上の案を展開した。提案数が多いようにも感じられるが、ワーナーでは通常のやり方だという。楢教授は、「例えば飲酒に関連する製品にはキャラクターを使えないとか、ここのデザインをいじってはいけないといった細かいガイドラインがあり、それにし



キッチングッズと掃除グッズの企画 (大池陽子、金山未来、山下春菜)
Proposals for kitchen and cleaning goods (Yoko Ohike, Miki Kanayama and Haruna Yamashita)

ルーニー・テューンズのキャラクターたちがアニメの中で繰り広げるドタバタ劇の楽しさを取り入れた。
Incorporates the fun slapstick drama of Looney Tunes characters in animation.



「森ガール」テイストのアウトドアグッズ (大幅佳代)
Outdoor goods with a "forest" flavor for young women (Kayo Ohbata)

自然志向・アウトドア志向の若い女性のナチュラルな雰囲気と、機能性を重視した考え方にトワイティーを組み合わせた。
Combines the natural presence of nature and outdoor oriented young women, a way of thinking that prioritizes functionality, and Tweety Bird.



カワイイ (大神田彩、田中 瞳)
Kawaii (Aya Ohkanda and Hitomi Tanaka)

ワーナーのキャラクターを日本人向けにシンボライズ。キャラクターを花や花びらでコラージュしつつ、日本人好みの体型に近づけた。
Warner characters are transformed to suit the Japanese taste. The characters are depicted in collage of flowers and flower petals in forms preferred by the Japanese.



雨の中で口笛を (ジョウットム)
Whistling in the rain (Jo Euteum)

キャラクターを使ったレインシューズの提案。鮮明な色を使い、キャラクターのパワフルなポーズを採用するとともに、雨でも楽しくなるようなストーリー性を表現。
A proposal for rain shoes with the characters. Employing bright colors and powerful character poses, the shoes express a narrative quality that uplifts the wearer even on a rainy day.



レッシュな発想で自由に考えてほしいため、最初はとにかく数を出すように指示されていました」と説明する。逆に、キャラクターという“生きもの”のような相手にすっかり煮詰まってしまった4年生に対して、ワーナーからは「2年生を見習いなさい」とカツを入れる場面も。楯教授は「形を描くという技術が直接関係ない。プロダクトデザインの授業ではなかなかないことです」と苦笑する。その代わりスタッフによるメールでのきめ細やかなフォローや軌道修正も丁寧に行われ、社内プレゼン前までにはどの提案も飛躍的に洗練されていった。

新しい領域の開拓につながるか

当初の参加者が25組ほどだったのに対し、社内の最終プレゼンに提出できたのは16組とそれなりに厳しいプロジェクトだった。しかしそれぞれに得るものも大きかったようだ。ワーナーからは「キャラクターの使い方にまだまだ可能性があることを教えてもらった」との感想が寄せられた。また学生の熱心な取り組み姿勢にも感銘を受け、スタッフ自身のモチベーションアップにもつながったそう。現在、提案の一部は製品化の検討を進めており、またクライアント向けの営業ツールとしてビジネスの第一線で活用されているという。井口教授は「今回のプロジェクトはアートとデザインがオーバーラップしてくる新しいアプローチ方法でもありました。デザイン領域をどう広げていくかを検討するうえでもよい実験材料になるのではないか」と今後の展開にも期待を寄せる。(文／今村玲子) †

Looney Tunes, Tweety Bird, Tom & Jerry, Superman, Batman, Harry Potter.... These characters depicted in productions by Warner Bros. in Hollywood Ca. are still popular throughout the world today. The number of characters managed by the company today reaches 3,000. This time, Warner Bros. Consumer Products (hereafter Warner), which handles development of character goods and visual products under Warner Entertainment Japan that is the Japanese arm of Warner Bros., brought an industry-academia collaboration project to Musashino Art University to have its students "create new concept art using these characters." Concept art here means designing products with new concepts using the characters.

In the field of character licensing, the trend is to drastically revise the design guidelines and explore new approaches in order to get out of the present rut in which characters produced by each company are becoming more homogeneous. Warner's aim, however, was to explore what the nature of the characters should be as well as what people in general actually want, and chose to approach these issues head on through collaborating with students who are also one of the actual target groups.

Receiving the request from Warner in December 2009, the Research Promotion Center at Musashino Art University took on the role of liaison, and the Industry-Government-Academia Joint Research Promotion Committee examined the project. Committee head Professor Hiromi Inokuchi explains, "The committee clarifies the requests and objectives of the

corporation, and debates, in a cross-disciplinary manner, what kind of approach and formation the school should take. Depending on the case, we might even make counter proposals regarding specific content of the project."

As the result, the Department of Arts Policy and Management was chosen for the project. It's head professor Yoshiaki Kaji says, "Our department belongs to the school's fine arts division, and our students learn such subjects as art history, modern art and art management. They aim for positions that support or manage designers and artists, rather than making things by themselves. Japan has unique *kawaii* culture and economy, and many students take up that theme for their graduation theses, so I had always wanted to explore the character business in the context of today's society and culture."

Students bewilderment facing a new experience

The project started in April 2010. After the students attended lectures on such subjects as character licensing by Keiko Troughine of Warner's Creative Services, they drew up some concepts based on several specific themes that had been provided. In the concept stage, before they proceeded to making concrete proposals, however, they seemed to be up a blind alley. Professor Kaji reflects, "It took them a long time to figure out whether concept art meant drawing pictures using the characters or designing things. I wanted them, as students in the Department of Arts Policy and Management, to tackle the project from the viewpoint of society and culture rather than just visual appeal." Professor Inokuchi adds, "The point was how to make use of the characters' image around the world, but since it was a new experience for the students, they just had to discover things and methods on their own."

As a group, Yoko Ohike, Haruna Yamashita and Miki Kanayama, who were all second-year students at the time, proposed kitchen and cleaning goods. They presented proposals for over 30 items including a dustpan, shoeshine cloth, and brushes using using such characters as Bugs Bunny and the Roadrunner as motifs. It seems like a lot of items, but they say it's normal at Warner. Professor Kaji explains, "There's a detailed guideline regarding the design of characters, and if you're bound by it, the breadth of your idea will narrow. Since we wanted our students to take a freer, more imaginative approach, I instructed them to come up with a number of proposals." Meanwhile, when the fourth year students were at a loss as to how to deal with characters that are almost "living beings," Warner gave them a pep talk and told them to learn from what the second year students were doing. With a bitter smile, Professor Kaji says, "Their task wasn't directly related to drawing skills, and that's rare in a product design class."

Will it lead to opening up a new domain?

The project turned out to be a tough one as only 16 of the initial 25 groups of participants were able to submit proposals for the final presentation. Nevertheless, both sides seems to have made a substantial gain. The Warner side said they learned that there are still many possibilities in how to use the characters. They were also impressed by the students' diligent attitude, which motivated the staff. Some of the proposals are now being studied for commercialization, and they will also be used at the front line of their business as management tools for the clients. In expectation of further development from the project, Professor Inokuchi says, "The project this time involved a new approach where art and design overlapped. It will serve as good experimental data for examining how to expand the design domain in the future." (Text by Reiko Imamura) †