

peta*peta

—シール付き透明付箋のデザインプロセス—

peta*peta

The Design Process of Clear Sticky Note Sheets

辰巳幸世 武庫川女子大学 助手
黒田智子 武庫川女子大学 教授

Sachiyo Tatsumi Assistant,
Mukogawa Women's University
Tomoko Kuroda Professor,
Mukogawa Women's University

概要

本稿では、生活者に環境問題に目を向けてもらうためのメッセージの発信を意図した透明付箋シールのデザインプロセスを報告している。付箋、シール印刷の歴史を概観し、既製付箋の現状に触れ、課題を挙げるとともにコミュニケーションツールとしての役割を見直した。ここでいう、コミュニケーションツールとは、本来の機能に加えてモノに付加価値を与え、生活者になんらかのメッセージを訴える機能をもつという意味である。

これらをふまえて、シール付き透明付箋「peta*peta」とそのパッケージのセットを提案する。森に生息する動物からキャラクターを設定し、それらになくはならないものの組み合わせを4種類考案した。透明付箋を使用するたびに、それらの組み合わせが多様に広がり、同時にストーリー性をもった森が手帳などの頁の端に成長するというコンセプトである。透明付箋を使用することによって、生活者の日常生活にエコメッセージを浸透させるねらいである。このエコメッセージが、より効果的に伝わるようにパッケージをデザインしている。「peta*peta」のデザインアプローチは、様々な応用が可能である。

Summary

This study reports the design process of transparent sticky note sheets which were prepared to make consumers aware of environmental issues. The history and current status of sticky note sheet production are described focusing on their role as a communication tool. Here, communication tool is defined as something that has an added value and can send a clear message to those who use them.

With these ideas in mind, we designed “peta*peta” as a set of clear sticky note sheets and its package. Four forest animals were selected as the design motifs of the sticky notes which can be combined in various ways to create stories of the forest. This approach can be applied to various sets and their packages.

1. はじめに

本稿は、2009年11月から2010年3月までに行ったシール印刷大阪府協同組合（以下、シール組合）からの受託研究により製品化された、透明付箋のデザインプロセスの一部を報告する。同時に、筆者ら提案者側から、これを使用する生活者へのコミュニケーションツールとしてのねらいも併せて明記する。ここでいうコミュニケーションツールとは、シール本来の機能を「貼る」「留める」とするならば、その機能に加えて、生活者になんらかのメッセージを訴える機能を持つことを意味する。筆者らは、生活者が、それぞれの日常生活の中で、付箋を使用するという行為そのものを重視している。そして付箋を使用することによって、日常生活にメッセージを浸透させていくような仕組みを付箋自体のデザインにもたせることを試みた。

近年の環境問題の深刻化を受けて、日常生活の中で少しでも自然環境に意識を向けてもらう為に、「自然を大切にしよう」というメッセージを込め、森・海・空をテーマにした3種の透明付箋をパッケージとあわせて提案した。本稿では、特に森をテーマにした透明付箋とそのパッケージのデザインプロセスについて報告する。シール組合と武庫川女子大学の産学連携の組織構成は図1の通りである。デザインコンセプトが決定してからは、研究活性支援課を通さずに、シール組合と筆者ら研究室が直接コミュニケーションを取ることが多くなった。

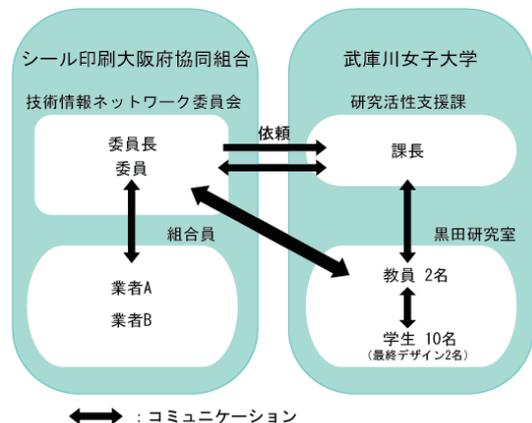


図1 武庫川女子大学とシール印刷大阪府協同組合との関係図

2. 付箋について

2-1 付箋とシール印刷の関係性

付箋とは、『広辞苑』¹⁾によると「疑問や注意すべき事柄などを書いてはりつける小さな紙片。また、目印にはる紙。付け紙。」とされている。一部に糊のついた現在の付箋は、米国3M社によって試作品が1977年に制作され、一般に流通しはじめたのは1980年以降とされている。3M社中央研究所の研究者スペンサー・シルバー氏が、1968年に強力接着剤の実験をしていたところ、接着力が弱いために貼ってもすぐにはがれてしまう失敗作が出来上がった。通常は棄てられてしまうものであったが、すぐに剥がれる現象自体に積極的に着目し、研究を重ねた結果出来上がったものが、今でいう付箋である²⁾。

一方、1912年から1988年までのシールの歴史を記録した『シール印刷のあゆみ77年』³⁾には、付箋についての記述は見当たらない。シール印刷と付箋は別ものという認識のもとで編纂されたと思われる。

日本のシール印刷は、明治45年(大正元年)に当時の東京・四ツ谷大番町にあった「尚山堂」が、ドイツのケーゼ社よりシール印刷機を輸入して製造したことが始まりだとされている。天皇陛下の御名代として伏見宮殿下が渡英する際、宮内省から菊の御紋章を浮出しにした贈物用の貼付シールの注文を受けたためであった。その後のデパートの封緘紙、第二次世界大戦後のマッチペーパー、高度経済成長期のNHKの受信章などは、生活者にシールの普及を知らしめるものであった⁴⁾。日本のシール印刷は、初期においてすでに菊の御紋章やデパートの封緘紙にみられるように、ステータスを示すコミュニケーションツールとしての役割があったといえる。そして日本人の生活の変化に応じて、コミュニケーションの内容を変えながら、生活に浸透したととらえられる。

本来、封印する機能をもつシール⁵⁾とは役割が異なる付箋だが、シールの役割が多様化し、印刷^{6,7)}、接着、裁断などの従来の技術を活かしやすいことから、現在はシール印刷業者も付箋の製造販売している。筆者らが関わったシール組合所属の業者も積極的に取り組んでいた。

2-2 既製付箋の現状と課題

生活者に最も馴染みのある付箋は、図2のような紙製・無地で四角形のものであろう。使用目的に応じて、形状、サイズ、色彩を選択し、主として、ちょっとしたメモの記入、資料等の目印などに用いる機能性重視のものが一般的である。

一方、ここ2、3年、文具店、ロフトなどに代表されるバラエティー雑貨の販売店などの付箋コーナーには、前述の四角形タイプ以外にも、図3のような様々な色・柄のもの、自由な形態に型取りされたもの、図4のような紙製ではなく素材がプラスチック製のもの、「あかずきん」、「不思議の国のアリス」のような既存の物語をイメージさせるものなど、多様化が顕著である。

ここで注目すべき点は、付箋の使用方法である。これまでの紙製付箋は、いわば事務的な作業に使われてきた。しかし、最近では視覚的な魅力から、付箋を貼ること自体や、コレクションすることへと拡大している。本研究に取り組んだ女子学生らは、このようなシールをつい買ってしまふのは、幼い頃にシールをコレクションするという体験を共通にもっているせいだろうと述べている。過去の楽しい体験が現在の嗜好に影響を与えるということかもしれない。特に、図4のようなプラスチック製の付箋は、図3の付箋同様の楽しさあり、背景が透明であるという目新しさが好評であった。加えて、紙製のものよりも強度に優れており、手帳に貼付けてもしばらくは耐える。しかしながら、堅固である一方で、柔軟さを欠くため、受けた衝撃を吸収できず、糊が外れて移動してしまう、つまり、目印にはなりにくいという欠点があった。

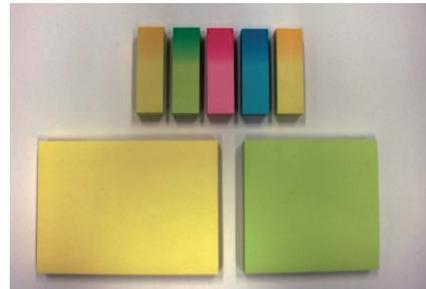


図2 機能性重視の付箋

製造元 住友スリーエム株式会社 素材 紙
サイズ 上)W15×H50/100sheets×5 左下)W100×H75/100sheets
右下)W75×H75/100sheets 購入年月 2011年8月



図3 楽しさ重視の付箋

左) 製造元 株式会社マインドウェイブ 素材 紙
サイズ W15×H48/15sheets×8 購入年月 2011年8月
右) 製造元 株式会社デコレ 素材 紙
サイズ W15×H62/25sheets×4 購入年月 2011年8月



図4 プラスチック製の強度の高い付箋

製造元 株式会社PlasticArts 素材 プラスチック
パッケージサイズ 左)W92×H92/5sheets×6 右)W92×H92/5sheets×7
購入年月 2011年8月

以上のことから、視覚的な魅力、素材の特質等を工夫すれば、付箋はエコメッセージを伝えるコミュニケーションツールとして、特に若い女性を中心とした生活者に十分に受け入れられるのではないかと考えた。

3. peta*petaの制作

3-1 コンセプト

日常生活の中で自然環境に意識を向けてもらうために、「自然を大切にしよう」というメッセージを込めるに際して、森林伐採、珊瑚礁破壊など、否定的な表現を避けた。森・海・空をテーマに肯定的・積極的な表現をとることで人が本来もっている環境への優しさ、温かさと呼び起こそうと考えた。そこで3つのバリエーションとして「豊かな森」、「豊かな海」、「美しい夜空」を設定した。本稿では「豊かな森」のデザインプロセスを報告する。他の2つは、それに基づいて後から作成された。

当初、筆者らは、図5のような森の動植物のイラストを輪郭に沿って裁断（以下、型取り）した紙製の付箋を提案していた。これらを手帳等のノート類に貼っていくことによって、その一辺に付箋による木立ができ、次第に森が形成されるというコンセプトである。つまり、透明付箋を使用するという行為そのものを重視し、透明付箋を使用することによって生活者の日常生活にエコメッセージを浸透させていくことをねらった。しかし、型取りには予算がかかり、四角い場合より強度が弱いという欠点があった。



図5 輪郭に沿って型取りした初期案の紙製付箋

それに対して、シール組合側から透明フィルムにイラストを印刷するというアイデアが提示された。透明フィルムに印刷することは、シール業界では一般的に行われており、シール組合にとっては自然な提案だったと思われる。それによって、イラストの背景が透明となり、型取りの必要が無くなり経費が削減される。しかも四角形でくびれが無く強度も安定する。したがって、筆者らの提案の予算、強度についての欠点は解消した。また、このアイデアによって、後述するようにデザインの自由度が増し豊かになる方向性が見えてきた。一方、付箋のために、透明シールの印刷技術をそのまま用いる試みは、シール組合側も初めてで、興味と関心が高まった。「peta*peta」⁸⁾は、楽しくシールを貼る行為を連想させることからシール組合側の好感度が高く、商品名として採用さ

れた。

3-2 透明付箋のコンセプト

(1) ストーリー まずは、森に生息する動物のキャラクターづくりを行った。メインキャラクターは「くま」である。図6の①は、「くま」が蜜をとって「はち」に追いかけられるところ、②は、蜜は取ってしまったけれど、お礼に「はち」にお花をプレゼントしている「くま」の、「はち」への感謝が表現されている。この「くま」と「はち」の関係は、制作の中心となった学生が、生態系に対して、次第に持つことになった強い思いが込められている。

③は、「りす」と「どんぐり」、④は、「とり」と「おうち」、⑤は、「うさぎ」と「りんご」、など、森の中の動物と、彼らに取って無くてはならない、森の中にあるものとの関係を通じて、森の命のつながりの大切さを、使う人の心に訴えようと考えた。「どんぐりがほしいうさぎ」、「おうちに帰りたいとり」、「りんごが食べたいうさぎ」など、4種の動物と、各動物にとって森の中にある、無くてはならないものの関係を四季に対応させて4種類設定した。

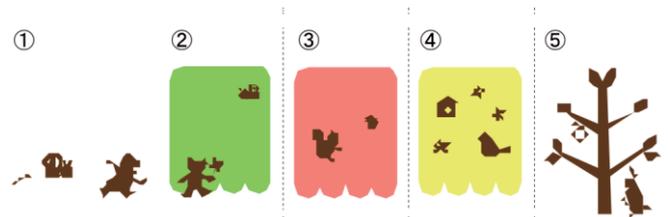


図6 キャラクターとストーリーの設定

(2) 透明度 当初は透明付箋を重ねて貼ることによる色の濁り、特にピンクと緑が重なったときの濁りを警戒し、シール業界で使用される様々な透明度のサンプル（図7）で検討した。そして、透明度 60%、70%、90%で各試案の作成を依頼した。その結果、透明度が低くても、色の濁りは、意外に気にならないことが分かった。そこで、透明度 60%を採用した。



図7 シール業界で使用される透明度検討用のサンプル

また重ねることによって、奥行きと立体感を感じ取ることが可能になったため、誰の手帳にも一つとして同じではない森が広がる。このことを効果的に生かし、森の多様なあり方を表現する方向が開けた。また、透明フィルムの印刷によって、動植物のイラストの位置、背景の色柄は、紙製の場合（図5）と違い自由に選択できるようになった。

（3）柄 各キャラクターに、「縞つき無地」、「横ストライプ」、「縦ストライプ」、「ドット」、「白抜きドット」の5種類の背景柄を配した。色は、四季のイメージから出発したが、最終的には親しみやすさを考慮しピンク、黄、緑、無地を選定した。図8の全16種を自由に組み合わせ、重ねることで色と柄の組み合わせによる変化が楽しめる。色、柄とそれらの重ね合わせの順序を加味すると、論理的には組み合わせは16！通りにのぼる。

図9は重ね合わせの事例である。①では、緑・横ストライプと緑・縦ストライプを組み合わせるとチェック柄になる。②では、無地と桃・縦ストライプと黄・横ストライプを組み合わせると「りす」が木の上に、木から「どんぐり」がぶら下がる。さらには、「とり」が木にとまり、「おうち」が木の上に現れる。このように、組み合わせ次第で、それらが重なり、木立に葉が付き、花が咲き、鳥がとまり、森の豊かさ、循環性をイメージする仕組みである。このようなストーリー設定には、使用者である生活者の想像力を控えめに刺激して、適度に引き出す、という筆者ら提案者側のねらいがあった。図10は実際に使用した例である。



図8 16種の透明付箋デザインバリエーション

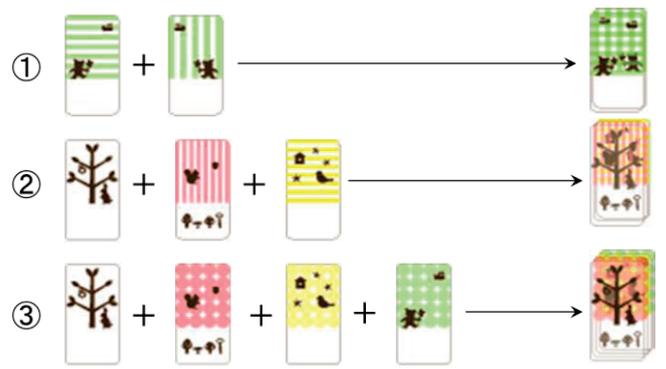


図9 透明付箋の重ね合わせの事例⁹⁾

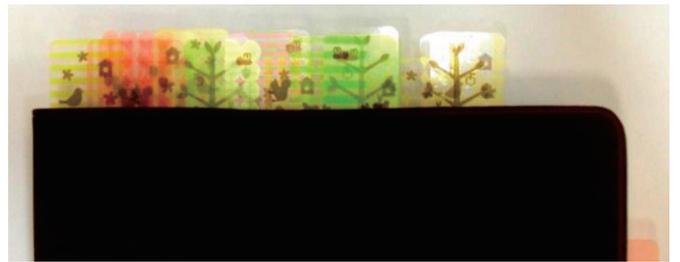


図10 透明付箋の使用例

（4）付属シール さらに、（1）で記した「りす」に対して「どんぐり」、「とり」に対して「おうち」、「うさぎ」に対して「りんご」等、各キャラクターとそれらに無くてはならないものの組み合わせを透明シール（図11）でも表現して加えた。スケジュール帳等に透明付箋と組み合わせて用いることで、見出しマークの役割だけでなく、開いた頁にも森のイメージが広がることを意図した（図12）。

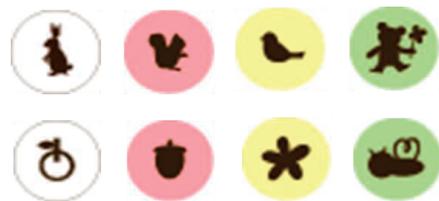


図11 付属のシール



図12 透明付箋とシールの使用例⁹⁾

3-3 パッケージのコンセプト

(1) **サイズ** 販売時のパッケージは、台紙を兼ね、使用時には携帯に便利なケースとなるように名刺と同じカードケースサイズ(86mm×53mm)とした。筆者らは、使う楽しさをアピールするための使用方法を掲載しようと考えたため、初期案では裏面の情報量は過剰気味となった(図13)。しかし、店頭に並んだ際に、カードケースサイズでは、商品として目立たない。そこで、台紙を2倍の大きさとし、店内で目を惹きつけ、手にとってもらいやすくした(図14)。使用する時には、折り込んで携帯しやすいカードケースサイズにすることで初期案を引き継いでいる。

一方、台紙サイズが2倍になったことに見合った視認性の高いデザインが要求されるようになった。



表 裏
図13 カードケースサイズのパッケージ初期案

(2) **紙面構成** 最終案の紙面構成を図14の「a」～「f」に示した。点線で折り込むため、販売時の表面は「a」「b」「f」、使用時の表面は「a」「b」「c」となる。

「a」では、パッケージのサイズを2倍にしたことを受けて、メインキャラクターである「くま」の形を大きく描き、より目立つようにした。そのくまの耳もとに、はちを配置した。背景色の透明度を上げることによって、シール印刷ならではの透明感をパッケージにも表現しようと考えた。

「b」のメッセージは、透明付箋の使用時には見えないが、全て使い終わったときに筆者らの感謝の気持ちが読める。

「c」では、使用時に、台紙を広げるとくまが付箋を抱きかかえているように見えるように「くま」の前脚を描いた。

「d」では、「蜜をとってはちに追いかけるくま」以外の設定(3-2, 図6)を絵と文字で説明した。

「e」では、「あなただけの森をつくりませんか」と透明付箋ならではの推奨使用例を示した。

「f」では、ストーリーの出発点でもある「蜜をとってはちに追いかけるくま」を描き、文字での説明はしていない。生活者にストーリーを想像させる工夫のひとつである。

(3) **付属シールの配置** 前述の付属シール(図11)は、パッケージの折り返し部分に配置し、開いた時にはじめて目にする意外性のある演出である(図15)。筆者らは、ここで



表 裏
図14 カードケースサイズのパッケージ最終案(台紙を2倍の大きさにしている)

も、透明シールを使用するという行為そのものを重視し、折り返しを開いて透明シールを選ぶ際にも、生活者の日常生活にエコメッセージを浸透させることをねらった。



図 15 パッケージに入った透明付箋と付属シール

4. 結び

今回の産学連携による透明付箋「peta*peta」は、透明フィルムという素材を使用することで、シールとも付箋ともいえるような、両者の架け橋的な存在として製品化した。シールと付箋は別ものとして扱ってきたシール印刷業界にとっては、その点で新しい試みである。「豊かな森」完成後、それをもとにして別バージョン「豊かな海」「美しい夜空」のデザインをおこなった。これら3つのバリエーションは、2010年6月から神戸の文具店で販売が開始された。シール組合によれば、2013年3月現在、商品として3つのバリエーションを1部と数えた場合、約150部が販売されている。また、シール組合の「お使いのもの」としても配られており、製品開発の実績をステータスとして伝えるコミュニケーションツールの役割をも、になっているようだ。

基本キャラクターを設定することで、使用するたびに多様にストーリーが展開するシール付き透明付箋は、2009年に制作依頼を受けた当時、販売店ではほとんど見られなかった。しかし「peta*peta」が販売されて3ヶ月後には、影響を受けたと思われる製品が文具店に並ぶようになった。その台紙のキャッチコピーも「貼って広げるストーリー」で、筆者らの「貼って楽しいストーリー」からの展開と思われる。また、今回のテーマと同様のエコメッセージを扱う透明付箋もみられるようになった。つまり、筆者らのデザインコンセプトが他業者の商品の速やかな新展開を可能にしたことが伺える。シール印刷業界における新しいアイデアが普及する速さを感じ取ることができる。

「peta*peta」のデザインコンセプトは、それ以降の製品になんらかの影響を与えたと思う。しかし、製品の更新を重視するため、デザインプロセスに時間をかける事が難しいシール業界において、奥行きのあるコンセプトを構築することは難しいようである。その意味では、楽しさ・豊かさ・メッ

セージ性を併せもつことに丁寧に対応したデザインプロセスを組み立てること自体、産学連携による社会貢献として大切だと考える。同時に、筆者らが込めたエコメッセージが、「peta*peta」を使用する生活者に、どの程度届いているのかについての検証は、今後の課題である。

なお本稿は、小田久美子（武庫川女子大学 生活環境学部 生活環境学科 生活デザインコース 平成21年度卒業）が平成21年度 生活環境学科 黒田研究室で取り組んだ産学連携プロジェクトにおいて、シール付き透明付箋「peta*peta」の提案（平成22年 芸術工学会発表）に中心となり関わった成果に基づいている。また、筆者らが平成24年生活学会で発表したものに、加筆、まとめたものである。

注及び参考文献

- 1)新村出: 広辞苑, 第六版, 岩波書店, 2008
- 2)3M社, <http://www.3m.com> [cited:2013.2.28]
- 3)全日本シール印刷協同組合連合会, シール印刷のあゆみ 77年(非売品), 全日本シール印刷協同組合連合, 1989
- 4)中谷幸世: 近代におけるシール印刷の変遷 —コミュニケーションツールとしての視点より—, 武庫川女子大学紀要, 58, 107-111, 2010
- 5)参考文献3, p.56~58によると, 現在, 日本でシール印刷と呼ばれているものは, 当初はシーリング・スタンプと呼ばれていた。ドイツ語の「Siegelmarke」や英国では「Printing Embossing」と呼ばれていたことからシーリング・スタンプは, もともと浮出し印刷であったといえる。また, シーリング・スタンプは貴族たちが遺産相続などの重要書類や手紙を入れた封筒にロウを垂らして家紋を刻印するためのもので, 封滅の意味を持っている。現在封筒にシールを貼るのはこの名残ともいえる。
- 6)中村正明: 草双紙研究資行書 第八巻 草双紙・草双紙評判記, 株式会社クレス出版, 2006
p.95~118によると, 十返舎一九の的中地本間屋に, はんもと(板元), はんぎや(板木屋), はんすり(板刷り), はんぎょう(板行)という言葉は見当たすが, 印刷という言葉は見当たらなかった。このことから, 享和2年(1802年)に刊行された当時, 印刷という言葉は使われていなかったと推察される。
- 7)中原雄太郎, 他5名:『印刷雑誌』とその時代: 実況・印刷の近現代史, 印刷学会出版部, 2007
一方, 本文献によれば, 明治初期の西周の百学連環の中で, 初めて, 英語の「printing」や「press」を「印刷」と翻訳したとされる。
- 8)小田久美子が命名
- 9)小田久美子が作成した図をもとに, 辰巳幸世が作成
- 10)小池正胤: 「むだ」と「うがち」の江戸絵本 —黄表紙名作選, 有限会社笠間書院, 2011