

報道機関各位

2023年7月27日(木)

学校法人 塚本学院

大阪芸術大学

## 【イベントレポート】ユニクロ×大阪観光地×大阪芸術大学 産学連携プロジェクト ユニクロ「大阪祭」で大阪芸術大学の学生がコラボTシャツをデザイン！

■開催場所：大阪府内のユニクロ店舗（一部企画は63店舗のみ）

■開催期間：2023年7月21日(金)～27日(木)

大阪芸術大学（学校法人塚本学院／所在地：大阪府南河内郡／学長：塚本 邦彦）は、株式会社ユニクロ（本社：山口県山口市佐山、代表取締役社長：柳井 正）と、大阪を代表する観光地である海遊館、NIFREL、通天閣、大阪城といった大阪の主要な観光地とコラボレーションした産学連携プロジェクトを実施しました。

今回開催されたユニクロ「大阪祭」のテーマは『おでかけ』。コロナ禍も明けつつある中で、観光客数も増えたいま、世界の方々と触れ合う機会が増えています。「大阪という場所をもっともっと楽しみ尽くしてほしい」という想いから、今年の夏は大阪の観光地を再び盛り上げるべく、各観光地とコラボレーションし、その観光地をモチーフにしたコラボTシャツのデザインを大阪芸術大学デザイン学科の学生が担当しました。

7月20日(木)にユニクロ LINKS UMEDA 店で行われたメディア取材会イベントの様子と、大阪芸術大学デザイン学科生が生出演した株式会社ユニクロの生配信「LIVE STATION」の様子をご紹介します。



## ユニクロ「大阪祭」にて、

### ユニクロ×大阪観光地×大阪芸術大学との UTme!コラボレーション T シャツを販売！

本プロジェクトでは大阪芸術大学と大阪観光地企業 4 社とのコラボレーションし、大阪芸術大学の学生が、大阪を代表する観光地「海遊館」「NIFREL」「通天閣」「大阪城」をモチーフに T シャツのオリジナルデザインを提案しました。

大阪芸術大学では「大学は夢を実現させるための手がかりを見つけ、自らの力によってその夢をつかみ取る場所でありたい」といった理念を掲げています。過去にも様々な企業・自治体とコラボレーションを実施し、学生が経験を積めるようなカリキュラムを提供してきました。そしてこの度のコラボレーションもデザイン学科の授業の一環として、自分の作品として表現するだけでなく、企業から求められるデザインを考えて提案する機会として提供しております。

本企画ではその作品の中から、大阪観光地企業と大阪エリアのユニクロ販売員約 500 名の投票により、各観光地の 1 位デザイン 4 柄と「インバウンド賞」3 柄が商品化されました。

各観光地厳選のデザインの T シャツは「大阪祭」を開催している、大阪府内ユニクロ 63 店舗にて数量限定で 27（木）まで販売中です。

#### 【取材会当日の様子】

##### ■株式会社ユニクロ 統括部 高松様 コメント

大阪を代表する地元の企業と共に大阪を盛り上げようという本企画は、今年で第 3 回目の開催となります。今年は、T シャツのデザインを地元の大阪芸術大学の学生に手掛けていただき初の 3 者間コラボレーションとなりました。

今回の経験を通じて、学生の皆様にとってもよい経験になれば幸いです。素晴らしいデザインを皆様ありがとうございました。



##### ■大阪芸術大学 就職部 川村 コメント

今回の T シャツデザインは授業の一環として行わせていただきました。本プロジェクトを通じて、沢山の企業様とコラボレーションを通じて、デザイン学科の学生 1 人 1 人の成長に繋がったと思います。

今回の「おでかけ」というテーマの通り、沢山の人の大阪を楽しんでいただき大阪を共に盛り上げる一助となればと思います。



#### 【生配信当日の様子】

ユニクロ様の注目商品を紹介する生配信「LIVE STATION」では、今回制作した T シャツデザインが選ばれた大阪芸術大学デザイン学科 3 年生の 5 名とデザイン学科教授が生出演いたしました。

生配信の中では、各学生がデザインした T シャツの紹介や、そのデザインに込めた想いを語りました。



### ■NIFREL デザイン制作学生 デザイン学科3年生 古橋 緋夏 (ふるはし ひな) さん コメント



NIFREL の「感性にふれる」というコンセプトからインスピレーションを受けました。

多種多様な感性をイソギンチャクで表現し、その中をカクレクマノミが泳いでいき、その感性に触れていくところをイメージしたデザインにしました。



### ■通天閣 デザイン制作学生 デザイン学科3年生 平田 圭亮 (ひらた けいすけ) さん コメント



ヴィンテージから発想したデザインにし、海外の方にも人気のデザインとなるように、空の模様のキャンパスから通天閣が突き出る事で、通天閣の壮大さを表現しました。

カラーは、これからの夏の暑い時期でも暑苦しさを思わせないように、明るい色で統一した配色にしています。



### ■大阪城、海遊館デザイン制作学生 デザイン学科3年生 木村 哉太 (きむら かなた) さん コメント



大阪城のTシャツは1位デザインとインバウンド賞の2つデザインし、1つ目はエレガント・カラフル・力強さをイメージしています。「おでかけ」がテーマということでカラフルにすることで気分も高まり「Let's go Osakajo」と書いてある通り、まさにお出かけしたくなるような雰囲気デザインにしました。



海遊館の柄はSDGsを意識していて、海遊館に居る生物たちを描いています。これをSDGsのカラーリングにして最後の17個目の目標である「パートナーシップで目標を達成しよう」を1つの大きいジンベイザメで形作っているというモチーフで作成しました。

### ■通天閣デザイン制作学生 デザイン学科3年生 笹田 鈴乃 (ささだ りの) さん コメント

大阪府の花である梅の花を通して通天閣がそびえ立っている様子が見えるデザインにしました。

背景には日本の象徴である日の丸を置いて、外国の方にも伝わりやすいデザインにすることを心掛けました。また、大阪のにぎやかで明るい雰囲気を天狗で表現しています。



### ■大阪城デザイン制作学生 デザイン学科3年生 古川 晃輝（ふるかわ こうき）さん コメント

大阪城の漢字を用いて大阪城の形を作りました。大阪城の堂々とした雰囲気デザインとして表現し、海外の方へ向けて作成しました。日本特有の漢字を海外の方にお土産として買っていただきたいなと思いデザインしています。

文字のカラーを赤にしたのには、大阪をイメージしたときに赤色が思い浮かんだので、赤を基調とした作りにしました。

