

かまみ<mark>る</mark>(仮)

いただきますプロジェクト

イイネじゃなく

"おいしそう"で選ぼう!!

私たちが提案するのは、イイネじゃなくて"おいしそう"で選ぼう!『いただきますプロジェクト』」です。競技場と競技場の間に広い通路を設けて、道の両端に食品サンプルを並べます。カツ丼、うどん、カレーなど日本食のサンプルを50m以上続く出店のように展示します。ときどき食品サンプルのガチャガチャを設置します。いくつかのサンプルには匂いを発生させて、嗅覚での選択を促します。また、実際に味わってもらうために、試食のためのブースもいくつか設けます。



プロジェクトメンバー

芝浦工業大学建築学部1年

芝浦工業大学デザイン工学部1年

香川大学創造工学部1年

香川大学農学部3年

齋藤 奏那 前田 瑠 中村 実典 坪井 昌宏

Insight

「匂い」の経験から

私たちは今回、いろんなところを 視察する中で、ひとつの意外な発見 をしました。それは「国立新美術館 の卒業制作にあったかつ丼」です。 その日の企画展は東京五美術大学 の卒業制作展示で、絵画や造形物 などたくさんの個性豊かな作品がな らんでいたのですが、日本大学芸術 学部大久保さんによる「re building」というかつ丼の造形物がぽつんとおいてありました。みんな「かつ丼がある笑」と観ていたら、ほんのりかつ丼のいい香りがした気がして、不思議だねと言い合っていました。そして、この日の昼食はかつ丼になりました。

この時、ふと思いついたのです。 何か食べる場所を探す時に「つられる」という行為が大きく影響し、そしてそれが満足度にも繋がり、さらには「それは訪日する外国人においても同じである」ということを。そこで、この点にフォーカスしました。







Outcomes

匂い+日本文化

私たちは、この発見をベースに 様々なアイデアを考えました。「1. 迷っている人を自発的にご飯屋さん に誘導するためのシステムをつくる」 「2.従業員の国籍が分かるように して、観光客と住民を繋ぐ」「3.オ リンピックの選手の好みなどがわか るようにする」「4.隠れミッキーの ような感じで、見つけたら何か別の ものになるものを隠す」「5.会場の 並ぶ列のポールなどに退屈しない仕 掛けを設ける」など。ですが、考えれ ば考える程、もともとの発見である 「匂いに惹かれた」という点が薄れ ていくことに気が付きました。

そこで、ただ単純に「匂いのする 食品サンプルを並べる」という案に たどり着きました。外国人であれば 少しは試食したいであろうことを鑑みてガチャガチャで「ちょっとだけ試食できるようにした」のもポイントです。もしかすると、こうしたトライアルをキッカケに「新たな食品パッケージ」という可能性が広がるかもしれない。それが私たちの狙いです。

25