第　3　章

地域イベントにおけるグラフィックデザインについての検討

吉羽　一之

目　次

1．はじめに

2．グラフィックデザインの役割

3．本プロジェクトにおける制作事例
　3．1　ドクメンタ＆ミュンスター彫刻プロジェクト報告会
　3．2　『Dennis Muraguri / Patti Endo Emerging Artist from Kenya』展
　3．3　真間あんどん祭り

4．デザインにおける地域性についての事例
　4．1　祖師堂プロジェクションマッピング、タイトルデザイン
　4．2　一路会の施設紹介パンフレットデザイン
　4．3　卒業研究としての学生作品
　4．4　都市フォントプロジェクト

5．事例の検証と今後の課題

1. はじめに

現代社会において、人が活動する際には必ず個人もしくは不特定多数を対象とした情報発信という行為が伴い、1960年代以前は印刷媒体が主流であったが、最近ではインターネットメディアが情報発信メディアの主流のように認識されている。インターネットメディアは短文のメールの送受信から始まり、今では高画質な写真に留まらず、動画がアップロードされたウェブサイトや専門知識を必要としないソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）にて情報が発信されている。一方で、印刷メディアは活用される場面が減少しているようにも見えるが、高度な専門知識や技能が求められないアプリケーションやそのデータ形式に対応した印刷業者の対応状況により、印刷に費用がかかるとは言え、情報発信メディアとしての役割を十分に担っていると言える。本来、専門知識や技能を必要とするグラフィックデザインの領域が、そうではないPCユーザーに開放されたことによるデザインクオリティの低下の問題はさておき、任意のUniform Resource Locator（以下、URL）に誘導しなければ情報が受信されることのないウェブサイトや常に最新情報によって情報が流動してしまうSNS、そもそも電力を必要とするインターネットメディアに比べると、掲示されてさえいれば、通りすがりの人の目にも入り、インターネットにアクセスできない人をターゲットにすることも可能であることをふまえると印刷メディアのメリットは十分に大きいと言える。また、印刷物にURLやスマートフォンから簡単にアクセスするためのQRコードを表記し、ウェブサイトに誘導する手法も定着している。

グラフィックデザインにおいて、発信しなければならない情報を視覚化する際には情報の内容やターゲットをふまえた誘目性や可読性を考慮することが必須となるが、情報が発信、受信される地域の特色をふまえられた事例を見ることは少ない（目にしていたとしても読み取れていない可能性が高い）。本プロジェクトは、千葉県市川市、千葉商科大学近隣の地域を対象としたアートプロジェクトを実施することで、持続可能な、地域の活性化のモデルを導出することを目的としているが、その取り組みの中で、情報発信メディアとしての印刷物、グラフィックデザインがどのように地域との繋がりを持つことができるか、また、その繋がりを探究する過程がデザイン教育に対してどのような効果をもたらすかについての考察を試みたい。加えて、アートに着目した本プロジェクトにおいて、アートの役割と並行してデザインの役割についても検証したい。

2. グラフィックデザインの役割

グラフィックデザインについて『新版 graphic design』の中で新島実は「グラフィックデザインは視覚言語と呼ばれる〈写真〉〈イラストレーション〉〈文字・活字〉〈色彩〉〈形〉などを単独であるいは組み合わせて、解決すべき問題の視覚化を行ない、社会生活や経済活動を間接的に支援する。」と述べている。この記述で着目したい点は「問題の視覚化」という文言と、視覚化された問題が定着される素材についての言及がない点である。素材については後の項で考察するとして、「問題の視覚化」は情報の視覚化と言い換えることができる。人が素早く情報を発信する際は声という音を使用する。目の前の他者に情報を発信する場合、音声は簡便な方法ではあるが、伝達される範囲が音の届く範囲に限られてしまう。情報の発信元が自分自身であれ他者(クライアント)であれ、より多くの他者(ターゲット）に、より長い期間、情報を発信し続けることが望まれる場合、それらの情報を任意の要素（文字、写真、図など）を用いて視覚化し、定着（印刷、ディスプレイ表示）させることで、それが可能となる。が、グラフィックデザインには単に情報を視覚化する技術だけではなく、視覚化された形状や印象の美しさが求められる。グラフィックデザインにおける美しさとは、活字をはじめとする写真や色彩など、様々なデザイン要素の組み合わせによって醸し出されるものではあるが、一方で、誘目性や可読性が実現された結果だとも言える。1992 年、モノタイプ社（イギリス）にタイポグラフィカル・アドバイザーとして迎えられたスタンリー・モリスンの「特定の目的に従って印刷材料を適切に配置する技であり（中略）それによる結果が美しくても、それはまったく偶然の産物である。なぜなら、読者の真の目的はレイアウトを楽しむことではないからである。」という言葉がまさにそのことを的確に語っている。

グラフィックデザインにおける技と美については、情報やクライアントの意向を再現する技術、美を演出するための表現という二項で議論されることがあり、河野三男（タイポグラフィ研究者）と山本太郎（アドビシステムズ株式会社）著『デザイン対話　再現か表現か』に興味深い対話が記述されているため参照されたい。筆者が取り組むデザイン教育の現場での再現と表現について、筆者が用いている「現代的、繊細をコンセプトとしたイタリア料理店のロゴタイプにふさわしい書体」という教材を例として挙げる。[図 1 ／上] はイタリアの活字製造者ジャンバティスタ・ボドニが 19 世紀初期に制作した活字、[図 1 ／下] はフランスの活字製造者ファルマン・ディドが 18 世紀末から 19 世紀初期に制作した活字である。書体研究分野では、どちらも、セリフ（画線の端にある飾り）が細く横画

Spaghetti alla carbonara

Spaghetti alla carbonara

図１　　書体の由来と見た目の印象

線と縦画線のコントラストの高いといった特長を持つモダンローマン体に分類される書体で、制作された時代も近く形状も似ているが、字面を観察すると［図１／下］の方が横画線と縦画線の交差がシャープで現代的で繊細という印象を受ける。どちらの書体を選定するかという問いにイタリア料理店、イタリアを再現するためには［図１／上］を選択する学生と、店のコンセプトと自らの感性や書体の持つ印象をふまえ［図１／下］を選択する学生とに二分される。この問いに正解はなく、書体の由来も理解しつつ、字面の細部を形状からそれぞれの書体の印象を分析した結果をふまえ、書体の選定の理由を明確に説明できるかがポイントとなる。次に再現と表現を図式化したものが［図２］である。クライアントと記載した太線が再現で、デザイナーと記載した太線が表現の度合いを表している。クライアントが想定している再現（この依頼内容であれば、こんなデザインが提示されるであろうという予測）のレベル３とするならば、レベル１は単にクオリティが低く、デザイナーとしてクライアントに提示できるものではない。レベル２ではアプリケーションの簡便化によりクライアント本人でも制作できそうなものという段階である。レベル３になると前述の通り、クライアントの想定していたものが提示されたという段階で、レベル４になるとクライアントの意識下にはあったが、クライアント自身それをどのように視覚化するまでは具体的なイメージに至らなかったというものが提示されたことになる。レベル４以上からはデザイナーによる表現が再現よりも強くなるという段階に入るが、一方でクライアントの意向をふまえずに突然レベル４からスタートすると、クライアントには全く理解できないものとなる。クライアントの意向をふまえ、下位レベルから順を追ってレベル５に到達するとクライアント自身には想像できなかった情報の視覚化というものが演出され、レベル６にまで到達するとデザイナーの存在意義が証明されるものとなる。大学生を対象とした授業資料のため、口頭での追加説明なしでは理解がやや困難な資料ではあるが、表現は単にデザイナーの主観や趣意だけで行うものではなく、デザインにおいては必

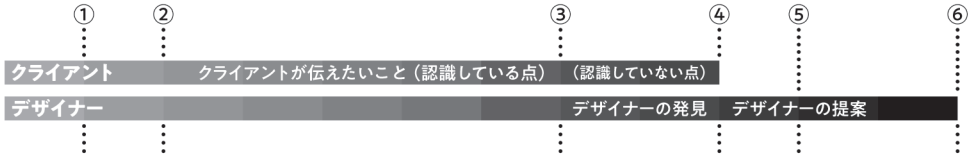


図 2

デザインにおける再現と表現

ずクライアントの意向をふまえなければ、クライアントに感動をもたらすデザインにはならない。グラフィックデザインにおけるこれらの課題を、本プロジェクトにおいて考察することにより、制作者自身の地域との繋がり方や地域への理解といった地域性がポイントになるのではないかと考える。

3. 本プロジェクトにおける制作事例

本プロジェクトでは地域に密着した形で実施している芸術祭やアート作品についての研究会を 2 回開催、また、真間あんどん祭りに関連した取り組みを 2018 年と 2019 年、それぞれに実施した。本項では、それらの取り組みに対して、制作した広報物の事例を報告する。

3.1 ドクメンタ＆ミュンスター彫刻プロジェクト報告会

2017 年 11 月 24 日に山内舞子（キュレーター、千葉商科大学／非常勤講師）の企画により 2017 年に同時開催された国際展、ドクメンタとミュンスター彫刻プロジェクトにおける報告会が実施された。ドクメンタはドイツで開催される 4 年もしくは 5 年に一度の開催される国際美術展である。一方、ミュンスター彫刻プロジェクトは同じくドイツで 10 年に一度開催される彫刻展で、2017 年はこの 2 つの美術展が同時に開催される年でもあり美術界では大きな話題となっていた。報告会のフライヤー［図 3］はドイツで開催された芸術祭について報告される研究会であることをふまえ、主たる文字を欧文表記とし、その書体にヘルベチカを選定し

図 3

た。ヘルベチカは1950年代にスイスのハース活字鋳造所にて、エドアード・ホフマンとマックス・アルフォンス・ミーディンガーによって制作された書体だが、制作過程で参考された書体がドイツのベルトルド社から発売されたアクツィデンツ・グロテスクである。諸説あるが、この書体が登場する前は前述したローマン体が主流であり、セリフのない書体は異様で気味の悪い書体ということでグロテスクという名称となっている。芸術祭の開催国ということを第一義にした場合、アクツィデンツ・グロテスクを選定するということにも検討の余地があったが、アクツィデンツ・グロテスクの細部が検証され、それをさらに洗練した書体としてデザインされ、また世界的にも使用頻度が高いという理由からヘルベチカを選定した。金属活字の時代に制作され、洗練されたデザインに加えて力強さを持つヘルベチカのタイプフェイスをより効果的に見せるため、印刷色はスミのみとし、用紙は片艶クラフト紙 86 kg（片面に艶のある晒クラフト紙）を使用した。

図４

3.2 『Dennis Muraguri / Patti Endo Emerging Artist from Kenya』展

前項と同じく山内の企画により本学において2018年11月27日から30日にナイロビを拠点に活動している２名の若手現代作家の作品を展示した『Dennis Muraguri / Patti Endo Emerging Artist from Kenya』展及び11月30日にトークセッションを開催したことで、日本とアフリカにおける、ヒト、モノ、場の現状を知り、アートと場との関係性を探る機会を得ることができた。この取り組みではトークセッションだけではなく２名のアーティスト作品が展示されることもあり、トークセッションについての情報を主に伝えるためのフライヤー［図４］と作品展示についての情報を主に伝えるためのダイレクトメール（以下、DM）［図５］の２種類の広報物を制作し

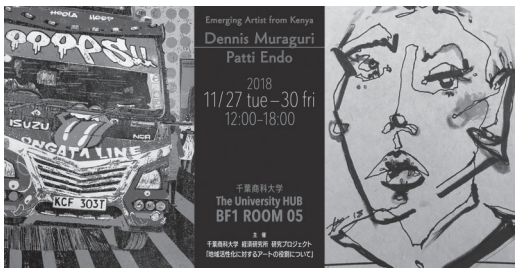


図 5

た。この取り組みにおいては、日本とアフリカという二つの場をデザインに盛り込むことを検討し、展覧会名に筑紫オールドゴシックを選定した。この書体は販売元であるフォントワークス株式会社のウェブサイトに「金属活字時代に存在していたかのようなゴシック体をイメージしながら、全く新しく設計した書体です。（中略）縦画横画ともに有機的抑揚をつけ、さらにタイトなふところの文字がゴシック体の中で、最も風情を感じさせます。」と説明されていることから日本語の文字の筆脈がやや強調されていることがわかる。この書体の従属欧文は和文同様にその書風が反映されており、前述したセリフのない書体、サンセリフ体でありながら、起筆や終筆部分に抑揚があることから、日本を感じる欧文書体として選定に至った。紙面の配色はそれぞれの作家の作品より引用し、マゼンタ、グリーン、スミの 3 色をメインに使用した。用紙は安価なコート紙を選定したが、作品の力強さを活かすため、一般的にフライヤーや DM で選択される紙厚（フライヤーの場合は 90 kg から 110 kg、DM の場合は 195 kg から 225 kg）より厚い用紙（フライヤーに 135 kg、DM に 265 kg）を使用した。

3.3　真間あんどん祭り

前述の通り、本プロジェクトは、千葉県市川市、千葉商科大学近隣の地域を対象としたアートプロジェクトの実施を目的としていたが、新たなイベントを構築する前段階の検証として、すでに同地域で 2015 年より実施されていた真間あんどん祭りにおいて、アーティストが関わる関連イベントを実施することとした。具体的な実施内容としては、アーティストの誘致、アーティスト主催のワークショップ、アーティストによる作品制作及び展示、祭りの広報物と記録映像、そして関連イベントしてのプロジェクションマッピング上映作品の制作である。真間あんどん祭りは毎年 7 月下旬に千葉県市川市の真間山弘法寺と参道周辺の商店街、弘法寺へと続く石段を手作りの行灯でライトアップするイベントで、千葉商科大学・人間社会学部の地域活性化を目的としたアクティブラーニングとして実施されてきた。この祭りの運営において、その大半が人間社会学部の教員や学生の活動によるものだが、大学はあくまでも地域住民で結成された真間行灯ライトアップ企画実行委員会の

図６

一員となっており、地域を主体とした祭りとなっている。筆者が在籍する千葉商科大学・政策情報学部がこの祭りに関わったきっかけは棚沢順教授（千葉商科大学・政策情報学部）が記録映像の制作の依頼を受けたことにあり、筆者は2018年より本プロジェクトの一環として参加することになる。筆者が主に担当した内容は、アーティスト関連イベントと広報物制作である。アーティスト関連イベントはアートと地域の関わり方を検証することを目的とし、広報物制作は地域イベントにおけるデザインというテーマをゼミナールのデザイン教育として取り組むことを目的とした。

2018年には祭りの二ヶ月前より東京近郊の芸術・美術系大学及び市川市を対象として、真間山弘法寺近辺を活動拠点とできるアーティスト志望の学生を募集したが、募集内容の不明瞭さ、募集期間の短さから応募がなかったため、すでにアーティストとして、茨城県ひたちなか市を拠点に活動している臼田那智を招聘した。臼田は自身が制作した作品を地域の中に展示するだけなく、地域にあるものを素材に、地域住民とともに作り上げることを手法した作品を発表している。2016年以前の祭りで展示された行灯は千葉商科大学近隣の小学生を対象としたワークショップで制作されたもののみだったが、2018年の祭りでは臼田発案のアーティストワークショップを開催し、小学生とともに制作した行灯が加わった。アーティストワークショップは５メートル四方の紙の上で、参加した子供たちが掃除道具（モップやホウキなど）に絵具をつけ、自由に絵を描くというもので、カラフルに着色された巨大な用紙から、参加者が気に入っ

図７

図 8

た模様を行灯サイズに切り出し、木枠に貼り、行灯を制作した。この行灯は 2018 年 11 月に木内ギャラリー（千葉県市川市）にて『あんどん屋』と称した展覧会で展示された。その展覧会の開催確定前の告知フライヤーが［図 6］である。展覧会の名称は開催確定前の告知の時点（祭り開催時の 7 月）では仮称として『アーティストワークショップ展』としている。選定した書体は文字の画線の交差した部分に現れる滲み、いわゆる墨だまりが再現された書体 A1 明朝の骨格を踏襲した A1 ゴシック（株式会社モリサワ）である。アーティストと共にものづくりを体験した子供たちとカラフルな行灯、絵具の滲みを想起させる書体として選定した。紙面の配色はアーティストワークショップで制作された用紙のイメージであり、きめの細かい画用紙のような風合いを持つ印刷用紙のアラベールを用いた。

次に、筆者のゼミナールの学生とともに制作したものがワークショップと祭りのフライヤーと当日配布のプログラムである。小学生を対象とした行灯作りワークショップのフライヤーデザイン［図 7］は 2017 年版［図 8］のデザインを踏襲する方向で制作に取り組んだが、制作を担当した学生グループ内では、2017 年版はこのフライヤーを受け取るターゲットが曖昧であるという意見があり、その解決方法として、表面は小学生向けに、裏面をその保護者をターゲットとし、掲載情報を改めて整理し直した。制作を依頼するクライアントからは掲載を希望する情報全てが一律に提供されるが、それらの情報をまずは制作者が理解し、その情報を誰に伝えれば良いかを精査し、さらには情報の重要度によって順位を設定し、見出しや本文といった階層に分けることが広報物制作において重要なポイントとなる。学生たちはデザインというと見た目だけに意識が向いてしまう傾向にあるが、情報を視覚化する、伝達する際の情報整理や順位付けというものをこの案件で学ぶことができた。祭りのフライヤー［図 9］において、2017 年版［図 10］では斜めに区切られた紙面は誘目性があるが、その他の情報は見る側の視線を誘導するという点で不明瞭なものとなっていた。そこで、担当学生とともに行ったデザインの検討として、祭りの当日

図９

図 10

に開催されるイベントが多くそれぞれの開始時刻が異なることに着目した。その結果として、2018 年度版ではイベントの開催時間が明確になるよう時間を強調したデザインを施した。全体のイメージとしては日没後に点灯する行灯がイメージできるようや暗めの配色を用いた。裏面の地図は 2017 年版をベースに、祭りに関連する場所以外の情報は削除し、また、小学生が見ても会場に辿り着くことができるようなデザインとした。当日配布のプログラム［図 11］は、フライヤーのように表裏だけではなく、単に用紙を二つ折りにしただけとは言え、4 ページの台割りも検討すべき重要なポイントとなるものであった。2017 年版［図 12］の問題として、掲載されている情報のそれぞれのページ構成の妥当性が検討の対象となり、具体的には開催時間やイベントは表紙で整理されているもののそれらの情報と場所が一致しないという問題点が制作担当の学生から挙げられた。また、裏表紙に掲載されている会場マップの用紙の方向がそれ以外の 3 ページとは違う点も問題として指摘されていた。それらの問題をふまえ、2018 年版では台割りを変更し、中面に会場マップを配置し、それぞれの開催場所にイベント情報と開催時間を記載した。そのことにより来場者はプログラムを閉じたり開いたりすることなく、中面だけを見ていれば大半の情報

図 11

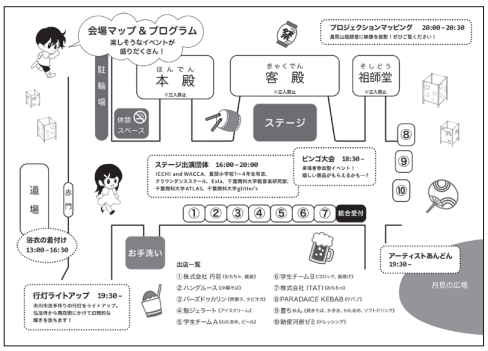
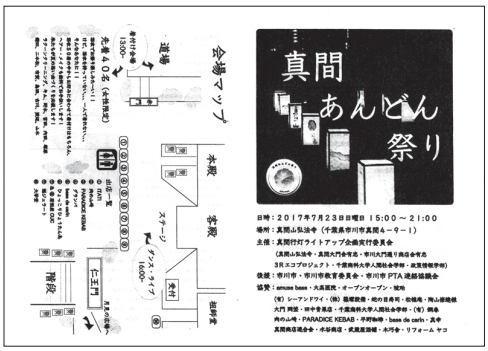
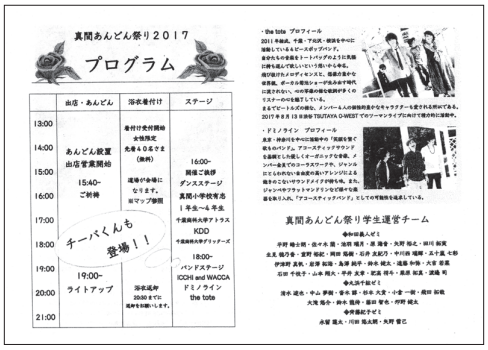


図 12





を得ることができるようになった。

2018 年版のワークショップや祭りのフライヤー、プログラムはそれぞれに参加者や関係者より高い評価を受けたが、筆者としては情報の整理や順位付けによって情報への理解度は向上したものの、市川市、真間山弘法寺で開催される祭りという地域性が反映されていなかったことが次への課題ではないかと考えた。

本プロジェクトの実施期間は終了していたが、2018 年取り組んだことで明らかとなった課題をふまえた結果として、2019 年開催の真間あんどん祭りにおける実施内容について報告する。2019 年の真間あんどん祭りの参加アーティストとしては、市川市を拠点とした活動を希望するアーティストを公募ではなく、以前、千葉商科大学に在学しており、現在若手アーティストとして活動している藤代玲を招聘した。藤代は国内外で活躍する著名なアーティストのアシスタントと並行して、現在、個人でもアーティストとして東京近郊で作品を発表している。在学中には茨城県ひたちなか市で開催されているみなとメディアミュージアムで作品を発表している。また、大学近辺の地域でのプロジェクトにも参加していたため、今回の参加は全く知識のない地域でのイベントということではなかった。2018 年の臼田と同様にアーティストが提案するワークショップを開催し、祭り当日にその作品を弘法寺の境内に展示した。具体的な内容として、ワークショップでは行灯という

図 13

モチーフを想起させるよう、透過性の高いフィルムや装飾品を用いて、シート状のフィルムに、参加者それぞれが思い思いの絵を描き、用意された装飾品の中から様々なパーツを使って作品を制作するというものである。ワークショップで制作されたシート上の作品を繋ぎ合わせ大きなシートを作成し、建築で足場として使用される単管パイプを用いた高さ３メートル、幅と奥行きが２メートルの骨組みにそのシートを吊り下げ、透過性の高い巨大な行灯を作り上げた。祭りの当日は境内にその巨大な行灯を展示し、日中は日の光を通して見ることで作品に自然光を加え、日没後はライトアップすることで、人工的な光で作品にきらめきを与え、行灯と光を織り交ぜた作品を制作した。作品の観覧者は境内に展示された巨大な行灯を楽しむとともに、ワークショップの参加者にとっては自分自身が制作した作品に光が加わったことへの変化を楽しむことができた。

このアーティスト関連イベントの報告展を広報するためのフライヤーが［図 13］である。ワークショップでは透過性の高いフィルムを作品のベースとしていたことをイメージに盛り込むため、タイトルの書体は、文字の右側の線を太くデザインされたロウディ（フォントワークス株式会社）を選定した。ロウディはポップ体に分類され視認性や可読性よりも誘目性を重視してデザインされた書体である。画線の太さを利用し文字の中にワークショップの作品同様に装飾を施した。また、使用用紙は前述のドクメンタ＆ミュンスター彫刻プロジェクト報告会のフライヤーと同じく片艶クラフトを使用した。片艶クラフトは

図 14

片艶クラフトは

図 15

一般的な印刷用紙よりも透過性がやや高いため、書体と同様の理由で用いることとした。

2019 年開催の小学生を対象とした行灯作りワークショップのフライヤーデザイン［図 14］について、表面は 2018 年版を踏襲する形となったが、裏面はワークショップ参加の申し込みがメールからウェブサイトに変更されたことで情報量が削減されたため、アーティスト関連イベントの情報を追加し、アーティスト企画のワークショップの広報を加えた。

2019 年はこれまでの祭りでは開催されていなかった写真コンテストというイベントが企画され、そのフライヤーが［図 15］である。これはインスタ映えという言葉で周知の通り、スマートフォンアプリ／インスタグラムのインターフェイスデザインを踏襲しつつ、ワークショップでの行灯制作風景の写真を枠の中に入れることで、何気ないシーンを撮影することでも写真作品になることを暗示させるデザインとなっている。インスタグラムはアプリケーション名に billabong（ビラボン）という書体が使用されているため、その書体データを入手し、真間あんどん祭りにちなみ、タイトルを「Mamagram」とした。

図 16

祭りのフライヤー［図 16］では、2018 年版よりもイベント数が削減されたため、制作

図 17

担当の学生は、時間よりもどのようなイベントが開催されるかを重視して、イベント名に視線を誘導できるよう文字サイズのバランスを意識したようである。また 2018 年版はフライヤーのイメージとしてやや暗い印象を受けるとの指摘があったため、なるべく明るいデザインにという要望があったが、担当学生との検討の結果、行灯がメインとなる祭りで、日中のような明るいイメージは適していないという意見から行灯が点灯されてからの光をなるべく多く見せることができる写真を選定し、さらに光をイメージさせる円を配置することで、この要望に対応した。裏面の地図は 2018 年版のデザインを踏襲したが、写真コンテストの開催をふまえてスマートフォンで撮影しているシーンをイラスト化したものを追加するなど、2019 年版としてデザインを更新した。2019 年版のフライヤーを制作にあたっては 2018 年版で明らかとなった課題、地域性について、社会学を専門とするゼミナールに大学近辺の地域分析について協力が求められるよう検討を進めていたが、フライヤー掲載の情報提供から納品までの日数が短く、実行には至らなかった。当日配布のプログラム［図 17］も 2018 年版のデザインを踏襲するものだが、中面のマップの建物を単なる四角形ではなく、実際の建物の形がイメージできるようなイラストを用いるなど、イベントの楽しさを演出するための装飾用の要素を追加することで、小学生に向けた絵本のようなデザインとした。

4.　デザインにおける地域性についての事例

これまでは本プロジェクトとして実施した活動と、その延長線上にある活動を報告してきたが、比較分析のため、本項では本プロジェクト以外の事例を報告する。

4.1　祖師堂プロジェクションマッピング、タイトルデザイン

図 18

まずは筆者が学部のプロジェクトとして制作した事例を取り上げる。2018 年 7 月の真間あんどん祭りでのプロジェクションマッピングのテストイベントが真間山弘法寺の祖師堂を投影対象として同年 4 月に実施された。筆者はその際に投影された映像のタイトル［図 18］のデザインに取り組んだ。タイトルデザインで使用した書体は嵯峨本フォントプロジェクトで制作されたものである。嵯峨本は永原康史著『日本語のデザイン』によると「慶長年間（1596–1615）に角倉素庵と本阿弥光悦が中心になって制作、出版したといわれる書籍の総称である。」と記述されている。嵯峨本フォントプロジェクトついては、鳥海修（有限会社字游工房）のウェブサイト上の記述を以下に引用する。「「嵯峨本フォントプロトタイプ」は、2012 年に嵯峨本フォントプロジェクトが発表した試作書体です。嵯峨本フォントプロジェクトとは、古活字のデジタルフォント化を通して、日本語タイポグラフィの未来を考察するプロジェクトです。『嵯峨本の印刷技術の解明とビジュアル的復元による仮想組版の試み』（平成 16 年度・17 年度 文部科学省科学研究費補助金、特定領域研究「江戸の物作り」、器物資料の保存・修復・復元再生研究　研究成果報告書。研究代表者　鈴木広光（奈良女子大学））に掲載された印字標本集をもとに、連綿活字などの使われ方にも意識を向けながら、嵯峨本『伊勢物語（慶長十三年初刊本）』の古活字をデジタルフォント化する試みを続けてきました。このプロトタイプフォントは、伊勢物語の一段と九段の全文を組むために必要と考えられる文字を選抜し、字游工房の協力を得て試作したものです。」この書体を選定した理由としては、直接的な弘法寺との関係性はないが、本阿弥光悦と市川とのつながりを枡岡らの研究（2018）より見出すことができたからである。デジタル化されたこの書体は他の和文書体とは大きく違う点がある。デジタル化された和文書体は金属活字時代の活字と同じく正方形の中に字面が設計されることが一般的だが、印字標本表に記載された 2 文字がつづいているものを正方形の二つ分を使用して設計されている。つまり連綿体、いわゆるつづけ字が再現されている。タイトルの「さくら」の 3 文字にはそれぞれ 2 種類の字形が制作されており、加えて「くら」は 2 文字がつながった連綿体が制作されている。これらの組み合わせの中から字形の組み合わせのバランスや字間を検討しながら制作したものがこの映像作品のタイトルである。

4.2　一路会の施設紹介パンフレットデザイン

次に、筆者のゼミナールで取り組んだ事例として、社会福祉法人／一路会（以下、一路会）の施設紹介パンフレット制作を取り上げたい。一路会は千葉県市川市柏井町に拠点を置き、軽度から重度まで様々な障害を抱える障害者に対応した介護事業所である。2018年３月に一路会よりパンフレット制作の依頼が大学事務課を経由して筆者のゼミナールにあった。そこで、ゼミナールの学生にどのようなことが体験させられるか、どのような学びを得ることができるかを検討するため、まずは筆者が当該施設に行き、どのような施設であるかを視察し、どのような情報を発信する必要性があるかについて関係者からヒアリングを行った。その際に検討が必要とされた課題は、筆者も含めてゼミナールの学生にもこのような施設や障害者に対する知識が全くないこと、提案したデザインが今後想定するターゲットに訴求できるかの２点である。知識を得ることができ、ある程度、体裁を整えたデザインが提案できたとしても後者の課題が解決できるかが懸念されたため、千葉商科大学・人間社会学部で高齢者介護や障害者支援をゼミナールの活動の一環としている和田義人教授に協力を要請した。和田ゼミナールの学生は卒業後、障害者施設で働くことを視野に入れている学生も多かったため、この案件に参加し、デザインに対する意見や要望を求めることとした。その後、筆者のゼミナールと和田ゼミナール合同で、2018年５月に施設関係者による学内説明会を実施、同年９月には施設見学会を行った。説明会や見学会では筆者のゼミナールの学生からは施設の情報を視覚化することを前提とした、全く知識のないところからの質問（例：施設利用に至るまでの手続きや他の施設と比較した時の特長など）があり、和田ゼミナールの学生からはある程度の知識が持ち合わせているところからの質問（例：介護体制のためのスタッフの配置や育成など）がされた。これらの意見の聴取や交換をふまえ、筆者のゼミナール内でディスカッションを行ったところ、パンフレットのターゲットは利用者ではなく、こういった施設で働くことを希望する就労前の学生などではないかという意見が出た。それはこれまでのヒアリングの中で、利用者やその保護者はパンフレットで施設の探すのではなく行政等の支援課を通して施設を知るということ、また一路会では介護を仕事とする人材がより多く求められていることを知ったためである。提供された情報を単に見やすく視覚化するだけの案件として捉えてしまい、他分野専門とするゼミナールや関係者への協力が求めなければ、提示されなかったと推測される方向性を見出すことができた。

ターゲットを変更したことで、パンフレットのデザインコンセプトを、施設や事業内容を紹介するだけではなく、利用者や介護に従事するスタッフがいかに楽しく前向きに過ごすことができる施設なのかが第一義に伝達できるよう、建物や設備ではなく利用者やス

図 19

タッフの活動中の写真を多く使用することとし、和田ゼミナールにもどのような写真が掲載されていれば楽しく過ごせる施設が紙面より理解できるかについて意見を求めた。パンフレットの仕様としては、情報量が多いため 8 ページ構成とし、他の施設のパンフレットとの差別化を図るため観音折りを採用した。また、使用書体は施設の障害者への意識の高さを伝えるため、株式会社モリサワより販売されている UD（ユニバーサルデザイン）フォントを使用することとした。これらの計画を元に具体的なデザイン制作に取り組み、2020 年 1 月現在、作業は最終段階に進んでいる。前項までに取り上げてきた地域性という問題を、この案件では施設固有の特長という点に置き換えて検討し、その提案として、パンフレットに利用者が施設の活動の一環で制作したグッズを添付するという案が提示されたが、施設を見学した際に利用者が牛乳パックを再利用し、季節をイメージさせるための着色を施し制作されたコースターを見ることができたことが理由である。[図 19]。コースターは千葉県市川市／生涯学習センター（メディアパーク市川）内のカフェテラス／ぴっころに提供されており、他の施設では実施されていないこの取り組みを紹介できるよう利用者が制作したコースターをパンフレットに添付する案も検討している。2018 年から始まったこの案件は 2020 年 1 月になってようやく最終的な形となってきているが、2 年近くの時間が経過している理由は、施設の調査のための見学会や知識を得るための説明会に多くの時間を費やしたことに加えて、2019 年に台風がもたらした台風被害により、施設からの情報提供が遅れてしまったことが挙げられる。

4.3　卒業研究としての学生作品

筆者のゼミナールはグラフィックデザインを専門としているが、写真やアニメーション、イラストレーション、立体造形など、様々な作品に取り組む学生が在籍している。デザイン思考を基本に指導を行っているため、どのような手法でもあってもそれが各自のテーマに適しているものであれば否定せずに何を伝えるのかを明確になるよう表現研究に取り組ませている。ここでは地域性を盛り込んだ作品として二つの事例を報告する。

まず一点目は [図 20] である。これは日本地図の中にそれぞれの地域の特産物や観光地、その地域にゆかりのあるものなどを細かく描き込んだイラストレーションである。この作品を制作した学生は普段イベントの広報物の制作に取り組んでいたが、一方で身近で目

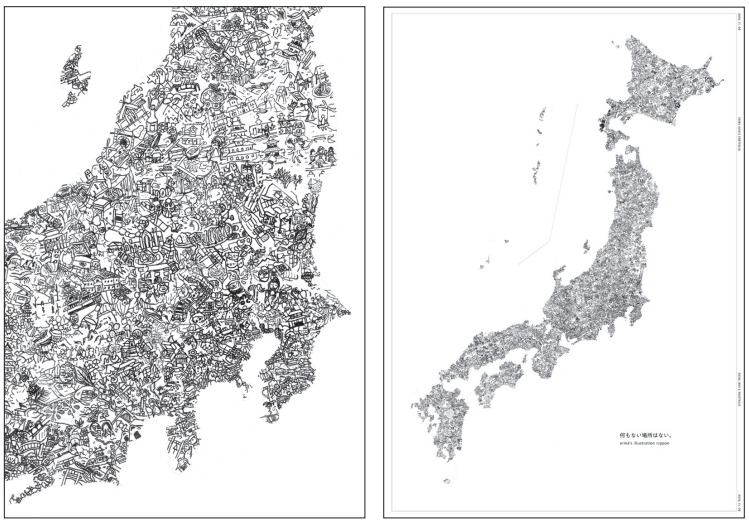


図 20

につくものを小さな画面にボールペンを使って落書きのように描いている様子がうかがえた。この作品に着手する前は授業中の目にするノートや筆記具、机や椅子といった教室にあるものや大学の敷地内の建物や学生の持ち物など、遠目で見ればただ黒い四角に見えてしまうような小さな画面に描き込んでいた。そのような作業が繰り返され、イラストレーションの対象となる要素が身の回りのものから学生自身が住んでいる街で目にするものへと変化していった。ちょうどその頃、卒業研究に着手する時期と重なったため、筆者からイラスト化する対象を地元周辺だけでなく、東京近郊、果ては日本全国までその範囲を広げてはという提案をしたところ、本人も同様のことを考えていたらしく、この作品の制作に取り組むこととなった。当然のことながら、特産品や観光名所のある地域は問題なく描き進められたが、特筆すべきそのようなものがない場所のイラスト化は難航した。近隣の地域は実際に現地に足を運んだようだが、全国を対象として調査することは制作期間を考慮すると現実的ではなかったため、ウェブサイトや書籍を用いて調査を行った。調査の結果、特産品や観光名所がないと思われた場合でも、認知度が低いが特産品などの存在が確認できたり、有名人の出生地であったりと必ず何かを発見するに至った。それらの調査をふまえ、最終作品の形態を新聞に掲載される公共広告とし、そのキャッチコピーとして用いたテキストが「何もない場所はない」である。様々

図 21

な地域の調査に取り組んだ結果、率直に感じた思いが言葉となった端的で印象深いキャッチコピーであると評価できる。日本全国を対象としたイラストレーション作品だったため、特定の地域に限定した調査ではなかったため、広く浅い調査だったかもしれないが、何も発見できなかった場所はないという結論を導き出せた意義のある研究だったと言える。

二点目の作品［図 21］は千葉商科大学の所在地でもあり、作品を制作した学生の地元でもある千葉県をモチーフとした郷土かるたである。この作品を制作した学生は、行政のシンボルマークにどのような意図が盛り込まれているのかに関心を持ち、自身が所属する部活のマークのデザインなどに取り組んできた。それらの取り組みに加えて、同じゼミナールの学生の、地域の特徴を書体に盛り込むフォントデザイン（既存の参考事例として「ひたちなか海浜鉄道の駅名標」）に取り組んでいた作品に触発され、地域に関わる作品の制作を検討していた。そこで地域性のあるモノとして郷土かるたに着目し、全国の様々な地域で制作された郷土かるたの調査と自分自身の企画との差別化を検討するところから、この作品の制作が始まった。千葉県には 54 の市町村があり、それぞれの市町村の特産物や観光名所を調査し、かるたデザインの要素として用いた。特産品や観光名所をイラスト化するだけでなく読み札のテキストを作成した。最終的には絵札と読み札を合わせて 102 枚を制作し、かるたの裏面のデザインには対象となった地域が千葉県のどこにあるのかを示す概略図を用いた。この作品は各地域の特産品や観光名所を知ることができるだけなく、裏面の概略図から千葉県内の所在場所を理解することができ、知育への応用が期待できる作品である。絵札には物だけが描かれた札と風景が描かれた札があり、印象の強さに差が出てしまったところは改善の余地がある。

筆者のゼミナールでは単にデザイン的なクオリティの向上だけはなく、結果として、表面的には理解されない可能性は否定できないが、いかにコンセプトとして伝えたい情報や地域性を盛り込み独自の表現とするかといった点に重点を置いており、これらの成果物より本プロジェクトに学生とともに関わることでその成果が現れているものと考える。

4.4　都市フォントプロジェクト

事例の最後に、企業での地域性をふまえたデザインの事例として、フォントメーカーのタイププロジェクト株式会社が取り組んでいる都市フォントについて報告する。都市フォントとは公式サイトに「都市フォント構想は、都市が独自に持っている個性や魅力をフォントのデザインに取り入れることで、都市らしさを具現化するための構想です。都市オリジナルのフォントをあらゆる媒体に統一的に使用することで、都市アイデンティティの形成を助け、市民の一体感を醸成し、都市景観に貢献するツールとなります。」との記述が

ある。地域性、都市の個性を活かすという項目には「方言との結びつきが感じられる」、「地方の味を彷彿とさせる」、「土地の人の気質が感じられる」、「風土や気候を表現」、「地方独自のモニュメントや動植物をモチーフに」という６項目が挙げられている。海外の事例としてブリストル（イギリス）、サウサンプトン（イギリス）、ローマ（イタリア）、ソウル（韓国）、ベルリン（ドイツ）、ベルファスト（アイルランド）、トゥールーズ（フランス）の都市フォントが挙げられている。詳細は公式サイトを参照されたい。

国内では、名古屋文化を取り入れた書体「金シャチフォント」が2009年６月に発表されている。鯱鉾の反りを取り入れられた明朝体の起筆部分や、明朝体の特徴とも言える横画終筆部に見られるウロコという三角形の形に、名古屋城の破風や屋根の先端の反りを反映しているなどの点が金シャチフォントの特徴である。土産袋（大須おみやげカンパニー株式会社）や株式会社浜乙女が販売するレトルトカレーの商品名の書体として使用されている。

金シャチフォントと同年、「濱明朝」も発表されている。横浜市の地域性を盛り込んだ「濱明朝」は公式サイトの概要に「濱明朝は、横浜という都市のスケールや特徴を取り入れ、縦画と横画の対比を際立たせた明朝体で、（中略）フィールドワークを通じて得られた横浜のイメージや、開港150周年を機に行われた、市民参加のブランディング事業で出された2000件以上の言葉を参考に、「おしゃれな街」、「歴史とともにある港」、「伝統と新しいものとの共存」といったキーワードを抽出しました。開港以来、新しい風が港を通してまちに運ばれ、横浜の地と交じり合って育まれてきた風土を、現代まで続く横浜のアイデンティティのひとつと捉え、かつて船乗りが目印としたキング、クイーン、ジャックの横浜三塔をはじめ、大さん橋、赤レンガ倉庫、ランドマークタワーなど、海上から見る「港のまち並み」をデザインに取り入れました。」とある。明朝体の横画には山下公園に係留されている氷川丸のラインを参考に、縦画は対岸から眺めたみなとみらいエリアの建築群が参考にされている。この書体は小説家／大佛次郎の記念館の看板など敷地内のサインデザインやNPO法人BankART1929・新港ピア活用協議会の共同事業体が運営する期間限定のクリエイターの活動拠点／新・港区ハンマーヘッドスタジオのパンフレットで使用されている。

2015年８月には「東京シティフォント」と名付けられた東京の街区表示用の書体が発表された。様々な印象が持たれるであろう東京というイメージを「東京と江戸を結ぶ概念を「意気／粋」に求め、歴史の連続性と地域の独自性をそなえた書体を目指すことにしました。予想以上に共通項が多いのにおどろくと同時に東京に残る江戸の粋というテーマにデザインの可能性を感じています。さらに、東京と江戸に共通する性質を、書体の属性に

置き換えてみました。」と述べられている。銀座地区の公共サインを用いて実証実験が行われ検証が進められている。

本項ではゼミナールの教育の一環として、また、企業の事例を取り上げたが、次項ではこれらの事例をふまえた考察を試みる。

5. 事例の検証と今後の課題

本論のまとめとして、デザイン制作における費用、制作期間そして継続という 3 点の問題を提示しつつ、これまでの事例を考察する。

地域イベントのような地域と関わるデザインワークは、それらを請け負う大学教員や学生にとっては実際のデザインの現場で行われる打ち合わせやプレゼンテーション、校正や修正などを体験できる貴重な機会と言える。また、イベントの広報物制作を依頼する地域住民としても、若者らしいアイデアが提案されることへの期待があるのではないだろうか。加えて、大学のプロジェクトは教育を第一義とし営利目的ではないため、学外から現場体験の機会の提供ということで、制作費を請求しないケースが多い。筆者のゼミナールでは 2019 年 6 月に市川写真家協会（千葉県市川市）より「第 15 回市川フォトフェスティバル」の広報物制作の依頼を受け、学生それぞれにデザイン案を制作し 7 案を提出した。フォトフェスティバルということで、どの案も写真をメインに、紙面を矩形で分割したものや漫画のコマ割りをイメージしたもの、前回の受賞作品をメインビジュアルとしたものなど、様々なデザイン案を制作したが、唯一写真ではなくイラストをメインにしたデザイン案が採用された。デザイン案に対するクライアントのフィードバックとして「写真を使用しないアイデアは自分たちの想定にはなかった」や「写真を使ったデザインはプロっぽく完成度が高かったが目新しさがない」という意見があった。このことからもプロのデザイナーのクオリティよりも、多少の荒さがあっても経験の少なさ故に発案される奇抜なアイデアが求められた結果ではないだろうか。このような活動は大学や地域住民にとっては相互利益のあるものだと言えるが、デザインを受注する制作会社やデザイン事務所からすれば、クオリティはさておき安価もしくは無償で仕事を請けてしまう教育の現場を楽観視できることではない。

筆者の所属する意匠学会、2018 年に開催された大会にて、大学に依頼された案件に対するデザイン費について参加された全国各地の教員数名に対してヒアリングしたところ、大半が無償での活動だとの回答だったが、制作会社へ依頼するよりも高額な制作費を請求

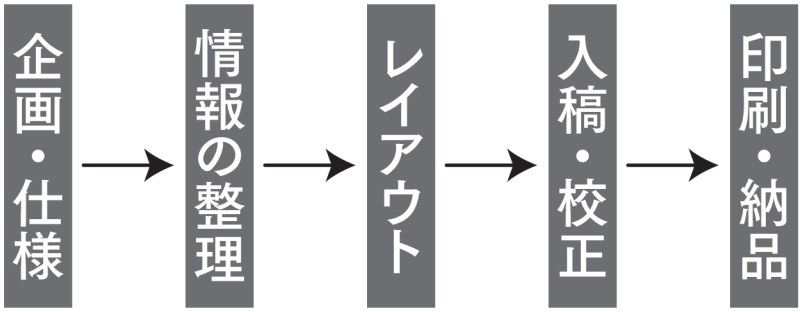


図 22　　デザインのワークフロー

する大学もあった。担当者の考えは「安価でデザインワークを請け負ってしまうとその地域の制作会社が疲弊し、地域の活性化の一端を阻害することになる」とのことだった。イベントに関わるデザイン費について、小規模な地域イベントで多額の予算が投じられているものは少ないと推測されるため、誰がそれを請け負うかは必ず検討しなければならない問題である。

一方でデザイン費はデザイナー個人や制作会社によって、その設定は様々であり一定の目安が存在しない。ウェブサイト上で検索結果として多く表示される料金表（作者不明）では、A4 フライヤー両面の場合 32,000 円から 100,000 円の制作費となっている。また、1994 年改訂版のため現在の制作費算出に適しているかはやや疑問が残るものの目安とするデザイナーが多いため、公益社団法人／日本グラフィックデザイナー協会が定める料金表を用いると、約 100,000 円程度が算出される。地域の小規模なイベントで広報物制作に対して、これだけの広報費を計上しているイベントは少ないのではないだろうか。デザイン教育を担う筆者としては現場の経験が提供される機会は貴重なものではあるが、広報活動とその予算については今後の課題として継続的に検討したい。

制作期間においては、予算とは別に作業内容への理解度という問題がある。具体的にはデジタル環境の進展とデザインワークへの理解である。本来、専門知識や技能を要するデザインワークはデジタル環境での作業が可能となったことで、必要とされる技能は徐々に減少してきた。さらに、クオリティの高い素材が安価で入手することが可能となったことや入力されたキーワードから任意のテンプレートが自動で選択されるオートデザインといった機能によって、デザインワークは簡単に行えるものと思われる傾向にある。概略ではあるが［図 22］がワークフローである。クライアントから依頼を受け、企画内容や、最終的な印刷仕様を確認もしくはその提案を検討する。次に提供された情報を整理し、過不足を精査し、デザインの検討に入る。提供もしくは準備した素材を用いて配置作業を進

め、クライアントに提示する。数回のデザイン案の確認、文字校正を経て、印刷業者への入稿となる。デザイン費の例で挙げたA4フライヤーを制作する場合の制作期間（[図23]の左の2項目分）は、筆者の個人デザイン事務所で請け負った場合、最初のデザイン案（1案もしくは2案）を提示するまでに一週間から10日間を必要としている。ゼミナールで取り組む場合は少なくとも一ヶ月（授業4回分）、できることであればそれ以上の期間を設定したい。2018年の真間あんどん祭りにおいては約一ヶ月程度の制作期間が与えられていたが、この期間では情報を整理するだけで大半の時間を費やしてしまい、地域性を盛り込むための調査までに着手できなかった。デザインに地域性を盛り込むための時間を確保するためには、デザインワークの実態に対するクライアントの理解を求めなければならないことも今後の課題として挙げられる。

デザインワークに限らず、地域イベントを継続するという点において、メディアアーティストの田島悠史は博士論文の中で「「地域と小規模地域アートイベントの両方に当事者意識を持った人たちによる、地域のつながりを広げる意識」が小規模地域アートイベントの持続性に密接に結びついている」と記述している。田島の研究ではイベントを運営するスタッフや参加するアーティスト、地域住民とのコミュニケーションやつながりについて言及されているが、マネジメントについては今後の展望されている。真間あんどん祭りのように大学が大きく関わっている場合、学生の進級や卒業とともに学生が入れ替わっていくことが地域イベントの継続の問題として挙げられる。学生の入れ替わりは毎年検討していかなければならないが、地域住民や参加アーティストにおいても同様の問題を抱えている。イベントが持続されればされるほど、開催毎に蓄積された成果や課題への理解が困難となる。デザインワークを担当する学生も同じく、前例があれば、そのイメージを踏襲しようとする傾向があるため、本プロジェクトをきっかけに地域イベントの継続という点においても新たな検討が必要となる。

最後に、デザインにおける地域性について、これまで報告してきた事例、ゼミナールで取り組んでものと企業の事例を比較すると、地域性の取り入れ方として、ゼミナールで取り組む場合は授業の開講スケジュールを考慮するとかなりの時間を要するが、ヒアリングやフィールドワークによって、それぞれの地域の知見が得られることは企業の事例と大きな差はない。グラフィックデザインは一見、平面的なものとして認識されているが、紙を用いる、紙に印刷するという点において立体的なものとなる。ファインペーパー（主に「印刷情報用紙」の一分類の中の「特殊印刷用紙」に属す／竹尾）を取り扱う株式会社竹尾は約9,000種類を販売している。多種多様なそれらの紙を精査し、そこに地域性を盛り込むことの可能ではないだろうか。都市フォントプロジェクトに見られた風景や概念だけでな

く、一路会パンフレットデザインで学生から提案された牛乳パック再生コースターの案のように、紙や物という物理的な素材にも地域性に対する検討の余地がある。

筆者が所属する政策情報学部では、他の専門領域のゼミナールが繋がり、多角的な視点で問題解決を試みることを学部の学びとしている。本プロジェクトにおいても、共同研究者の社会学やマーケティング、芸術の観点からのアプローチが試みられたことからもアートと地域という研究においては政策情報学的な視点が必要となることは明らかである。マネジメントを含めたデザインにおける諸問題を今後の課題としつつ、グラフィックデザイナーとして、デザイン専門のゼミナールの教員として、引き続き同テーマでの研究を取り組んでいきたい。

—

参考文献

新島実監修　2004『新版 graphic design　視覚伝達デザイン基礎』株式会社武蔵野美術大学出版局　P.10

京都造形芸術大学編　情報デザインシリーズ Vol.1　1998 『イラストレーションの展開とタイポグラフィの領域』株式会社角川書店

河野三男・山本太郎　2000『デザイン対話　再現か　表現か』朗文堂

ヴィクトール・マルシー／ラース・ミューラー編集　2009『タイプフェイスをこえて Helvetica forever』株式会社ビー・エヌ・エヌ新社

フォントワークス株式会社／書体見本／筑紫オールドゴシックＢ　2018　https://fontworks.co.jp/fontsearch/item?TsukuOldGothicStd-B&word= 文字がおりなす
%0A 新しいデザインの世界

臼田那智ウェブサイト　2018　http://www.nachiusuda.jp

永原康史　2002『日本語のデザイン』株式会社美術出版社　P.60
嵯峨本フォントプロトタイプ　2018　http://epublishing.jp/sagabon/

「市川と本阿弥光悦―なぜ光悦は中山法華経寺に分骨されたのか―」 2018　https://www.cuc.ac.jp/social_contribution/kenkyujosei/hokoku/mstsps0000007g4z-att/kyodo2018.pdf

タイププロジェクト公式サイト　2019　https://typeproject.com

cityfont.com voice of a city.　2019　http://www.cityfont.com

JAGDA：デザイン料金表　2019　https://www.jagda.or.jp/designfee/cf_fee.html

田島悠史　2018「小規模地域アートイベントの有用性と持続性に関する研究―みなとメディアミュージアムを事例として―」慶應義塾大学博士論文