

---

## デザイン専攻

グラフィックデザイン領域

プロダクトデザイン領域

テキスタイルデザイン領域

環境デザイン領域

情報デザイン領域

---

## Design Course

Graphic Design

Product Design

Textile Design

Environmental Design

Information Design

---

# 有佐 真夏

ARISA, Madoka

## 水引の形態と利用方法の現代的展開

Study on the form and usage of “mizuhiki knots” today

### 1.概要

本研究は、生産量が減少している水引の問題の改善と歴史、背景、機能を踏まえて伝統工芸をデザインすることで、伝統工芸とデザインのコラボレーションを単に「形」と「素材」を残すための手段にとしてだけでなく、その機能を含めた現代的展開を目標にしたものである。

### 2.研究背景

筆者が水引を研究テーマにしたきっかけは、水引の結納店を営んでいる祖母の「以前より、水引の需要が減った」という言葉による。その言葉の通り、最盛期だった1990年と2014年の生産量を比較すると半分以上に減少している。その中でも特に結納品は最盛期の4分の1以下の生産量になっている。これは、少子化による人口の減少や経済的理由により、結婚や結納の簡略化、省略化が行われているのが原因である。

水引は、時代によって使われ方が変化していたが、今の「金封」「結納」「水引工芸品」へと姿を変えたのは、明治維新の断髪令がきっかけだと言われている。断髪令が公布されたのは1871年、そう考えると水引は、約150年近く姿を変えていないことになる。

時代によって生活は変わり、それに合わせて需要も変化する。結婚や結納も生活環境の変化によって需要が減ったと言える。生活環境が変わった以上、水引も従来の姿のままだと需要が減る一方である。水引は、昔のように再び使われ方を変える必要がある。これが、私がこのテーマで研究をした背景である。

### 3.水引の仮説

水引が、シンボルになることができるのは、水引が縁起物を結びの形に取り入れているからである。鶴、亀、松竹梅など、古くから縁起がいいと言われている普遍的なモチーフを使っていることで共感を得ることができ、シンボル化できるのだ。

私は、この水引の機能である「意味の添加」を水引の使われ方を変えることに活かすことができるのではないかと考えた。水引が取り入れているモチーフの持つ意味は、基本的に冠婚葬祭にまつわるものがほとんどで偏りが多く、使える

場面も限定的になっているのが現状である。そこで、別の意味を持つモチーフを組み合わせる新しい水引の形を作る。そうすることで、水引の持つ意味を増やすことが出来、水引を使う場面を増やすことが出来るだろう。

### 4.願いを表した結び

水引の「意味の添加」を活かせる場面のひとつが贈答の場面である。現代でも私たちは、機会があると物を贈る習慣がある。そして、人は物を贈る時に、「相手に～になってほしい」「相手と～になりたい」と、何かしら「願い」を込めている。この思いを水引によって視覚化し、相手に伝えることが出来ないか。人々が物を贈る場面とその際に込める「願い」を考え、それを想起するモチーフを選び、制作した。

### 5.日本の文様のモチーフを使った結び

「願い」をモチーフにした結びでは、「意味」に重点をおいていたため、西洋などのシンボルを取り入れていた。しかし、水引は日本の伝統工芸のため、日本で親しまれてきたモチーフのみを使う考え方もあり得るだろう。そこで、日本の文様で見られたモチーフから、吉祥の意味のあるモチーフを選択し、制作した。これらは、前述した結びとは違い、具体的な使用例を記述していない。結びの名と意味のみ載せることで、使い方を限定させないようにした。

### 6.人の状態を表した結び

「願いを表した結び」と「日本の文様のモチーフを使った結び」では、水引の「モノに意味を添加する」機能を元に、新しい意味を持った結びを制作した。しかし、どちらも贈答品など「物」にかけることを前提とした結びであり、従来と変わらないままである。そこで、意味を添加する対象を「物」から「人」にすることで、水引の可能性と使い道をさらに増やせないか制作をした。人に添加する意味として「人の状態」を表すものを中心に選んだ。これらの結びは、留め具と組み合わせでカバンや衣服などに身につけて使う。水引をシンボルとして扱うことで人にも水引の「意味を添加する」機能を活かすことができる。

## 7. 研究結果

私は、水引の歴史の研究を通して、水引の機能とは「モノに意味を添加すること」であると考え、「意味」を持つが、使われ方に縛りのない新しい水引の結びをデザインした。そして、物だけではなく人に「意味」を与える水引まで展開した。

意味性と機能性を踏まえたデザインである点で、本研究目的の1つである「伝統工芸の機能性を含んだデザイン」は出来たと考える。しかし、出来た作品の水引の生産量に直接繋がる力はまだ弱い。しかし、まず水引の文化的価値を引き上げることによってはじめて「生産量」という経済的価値について検討できると言うことも出来るだろう。

伝統文化は長い年月の積み重ねが前提とされる。だから、伝統文化には愛着や守らなければいけないという既成概念など、主観的な思いが強い。それに対し、デザインとは目的に対して何が必要なのかの分析をし、無駄な部分を削っていく客観的なものである。伝統文化とは異なる価値観を備えているからこそ、デザインは、伝統文化の価値を大きく変えることができる。

デザインとして行った本研究も、現状で少なくとも水引の可能性を広げ、水引の価値観を変えることには繋がっていると思う。



図1段目：願いを表した結び

図2.3段目：日本の文様のモチーフを取り入れた結び

図4段目：人の状態を表した結び

# 石井 慎一郎

ISHII, Shinichiro

## 大量情報時代におけるインフォグラフィクスによる情報可視化の可能性と実践

The role of infographics in the information age

### はじめに

日々の街の光景を想像してもらいたい。あなたにはどのような光景が頭の中に広がるだろうか。様々な風景が連想できる中で共通して見られることは、幅広い年代の人々がスマートフォンを持ち歩き、いとも簡単に必要な情報を手元で探している光景だ。これが意味するのは、「日本のみならず、世界中が技術の可能性に気付き、電子テクノロジーに移行している」と言うことだ。その中でもインターネットの誕生は我々の生活において情報と接する様々な可能性を提案し続けている。このように日常的に触れる情報の多量化することを現代では「大量情報時代」と呼ぶ。

### 現代のメディア体制

インターネットの定着によるコミュニケーション方法の拡大は、メディアへの価値観を大きく変えている。スマホをはじめとした電子メディアは柔軟な機能性、情報伝達力、コンパクトさを生かし、情報に触れる可能性を常に提案し続けている中、古くから伝わる本などの物理的メディアの必要性は徐々に低下し、以前までの必要性を失いつつある。

### 複雑化する情報社会

テクノロジーを通じて、容易に情報アクセスが可能になったことによって、我々は以前とは比べ物にならない情報量に触れることが可能になった。これは情報と触れ合う回数・手段・方法などが増える事を意味する反面、膨大な情報量の中から重要なものを見極める必要があるということだ。

### 大量情報時代における課題

複雑化する情報社会の中で我々に求められる課題とは、日々の生活の中で必要な情報を把握し、情報をどう集め、活用するかという対応力だ。これに応える形で、デザインとメディアの力を通してどのような提案ができるか問われる。

### 課題に対する提案

近年ではデジタルテクノロジーの注目により、アナログとデジタルメディアを別々のものと考えてしまうが、デジタル

メディアはアナログの延長線であり、アナログで実現できなかったことを実現するために存在している。この点を踏まえて、2つのメディアを別と捉えるのではなく、連携性を持たせることで、互いに足りない部分を補い合うミックスメディアコミュニケーションの確立ができないかと考えた。

また、情報を表現する点においてはインフォグラフィクスに着目し、情報を可視化することによって複雑化する情報を整理できないか試みた。

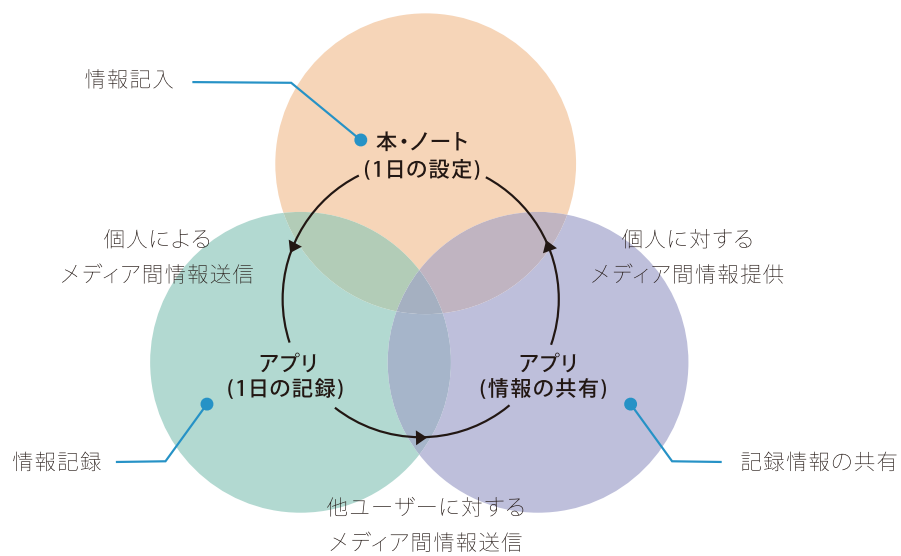
### 実践

上記で述べた点を元に、本とアプリケーションの2つのメディアで成り立つ情報記録サービス「プリパブ」を制作した。手帳を用いたスケジューリングツールからヒントを得、慣れ親しみのある紙媒体に1日の予定を記入し、多彩な情報を扱えるアプリに記入内容を送信することにより、スマホで1日の情報を蓄積するモニタリングシステムを考案した。アプリ上では情報の保存に加え、情報を共有することもでき、様々なユーザーに必要とされている可能性のある情報のシェアや新しい情報の発見も可能とする。このように1つのメディアに囚われず、複数のメディア連携による互いや特性を生かしたアプローチにより、多くのユーザーに適した快適な情報体験を提案できるだろう。

### まとめ

情報社会における情報との触れ合い方を探っていく中で明確になったのは、我々は常に新しい提案を要求しているということだ。時代の変化に対して、我々は生活を快適に過ごす為の対応策を常に必要としている。今まではこの新しさはデジタルだという思考が強く滲みでていたが、本研究を通して確認できたのは、全てのメディアには何らかの長所と短所が存在するという事だ。我々は新しさを求める際に一つのメディアに偏った提案をしてしまうことが多々あるが、これからはメディアを分析した上でお互いの得意・不得意分野を補い合う「時代に適したコミュニケーション法」をデザインしていく必要がある。





## 1. メディア・システム構成



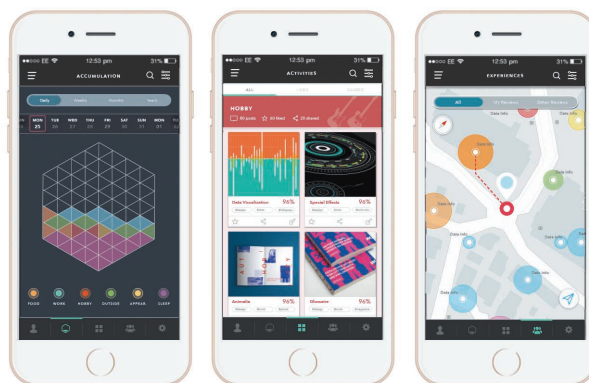
2. プリバプノート/ 書籍 / 18.2 × 25.7 × 2.5 cm



3. プリバプノート (見開き) / 書籍 / 18.2 × 25.7 × 2.5 cm



4. プリバプバイnder/ バイnder / 19.2 × 29.8 × 4.5 cm



5. プリバプアプリ/ アプリケーションデザイン

# 石黒 芽生

ISHIGURO, Meo

## 悲しみを包含するイラストレーション

Illustration sympathizing with hidden sorrow

### 1. 理論研究の要約

社会の中で人は「いつも笑顔」を求められる。しかし、心からの喜びを伴う笑顔は心のそこにある悲しみを受け入れることでしか生まれない。悲しみを包含するイラストレーションは人が心の底に隠してしまった悲しみを受け入れる作業を助ける役割を持っている。

悲しみを包含する芸術作品には2つのコミュニケーションが含まれている。1つ目は、悲しみに深く共感するコミュニケーション、2つ目はその悲しみをありのままに許すコミュニケーションである。本研究では、この二つの方向性を軸に研究創作を進めた。まず、悲しみに深く共感するイラストレーションの研究では、親子や恋人の人間関係における悲しみを心理学における先行研究を参考に分析した。研究作家として松井冬子の日本画作品をあげ、松井の作品が持つ感情のカタルシス効果について考察を加えた。そして、考察の結果としてデートDVの悲しみに共感したイラストレーションポスターを制作した。

しかし、悲しみに共感するイラストレーションは直接的に心の痛みを伝えるために、拒絶反応をしめす人も多く見られた。この実感から、悲しみを包含するためには悲しみを許す温もりの表現の必要性が明らかとなった。悲しみを許すコミュニケーションに代表される人間関係は母子関係である。母子写真を収集し、そのスキンシップの分析から、母から子どもへの愛情の本質は子供の自由を許し見守る愛情であることがわかった。スキンシップの重要性から、身体構造的な皮膚の温もりが表現された作品の技法と、心理構造的な皮膚の温もりが表現された作品を比較し、自身の創作表現へと繋げた。

しかし、実際に制作を始めると、悲しみを共感的に描かずに許しの温もりだけを表現することはできなかった。この結果から、悲しみを包含するイラストレーションには共感と許しという2つのメッセージが同時に伝達される必要があることがわかった。

### 2. 修了作品「心に棲むいきもの」

このシリーズは欠点を持つ人々の持つ悲しみを「心に棲むいきもの」として描いた作品だ。本作は18個のイラストレーションから構成されており、その一つ一つにその欠点を持つ人

の根底にある悲しみを表現した詩を添えた。作品によって人の欠点や欠点を持つ人の心の底にある悲しみに対して親しみや愛情を持ってもらえればと考え、制作した。

### 3. イラストレーションと詩の紹介

#### ●作品1:「空気が読めない」

獣は走る 夜闇が黒く轟いた  
「お前はなぜ走るのか」  
獣は走る 空に散った金平糖たちが  
草原にただ一頭の獣を ケラケラと笑った  
獣は走る 枯色の草たちが絡みつき  
獣の足を朱色に染めた  
孤高の獣は走る どこまでも

#### ●作品2:「冷たい」

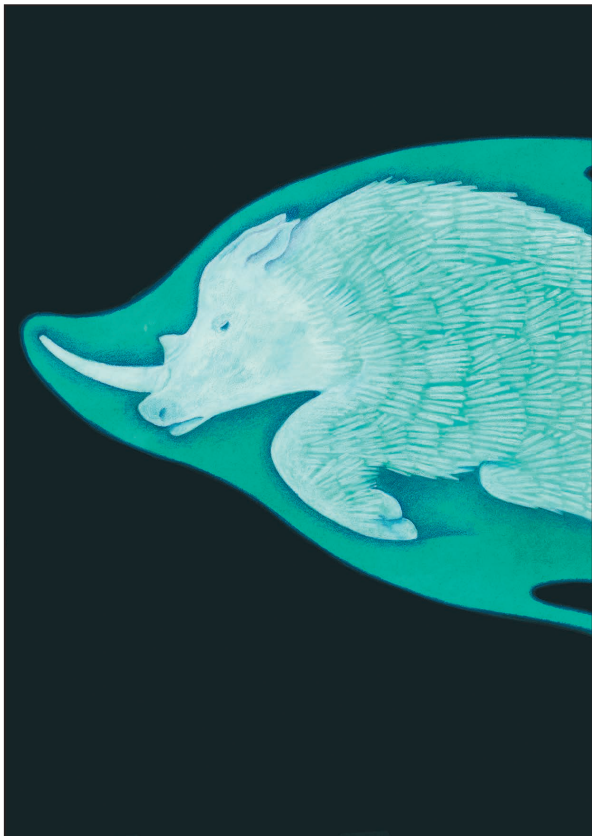
みなもをはじく かわいたくうき  
さむいね と わらいあうこえ  
ちらちら ゆらぐ ゆめうつつな ひかりとともに  
なまあたたかい うみへ とけていった

#### ●作品3:「頑固な」

いつかの冬は雨だった つめたい雨が白い煙をたいた  
軽い土は流されて 重たい土だけが残った  
次の冬は寒かった 霜が降りて  
いい加減な風が吹き荒れた 土はまた強くなった  
冬の恒例はたくさんの子どもたち  
大きな足で土を踏みつけた 土はさらに硬くなった  
そうして土はいくつの冬を超えたのか

#### ●作品4:「嫌味っぽい」

きみのぬくもりを感じるたび ぼくは不安になる  
眠るきみを可愛いとおもうたび  
ぼくはたまらなくなってきたきみを試してしまう  
今日 きみは ぼくにひとつ言った  
ぼくに届かない声で  
ぼくのいちばん欲しい言葉を



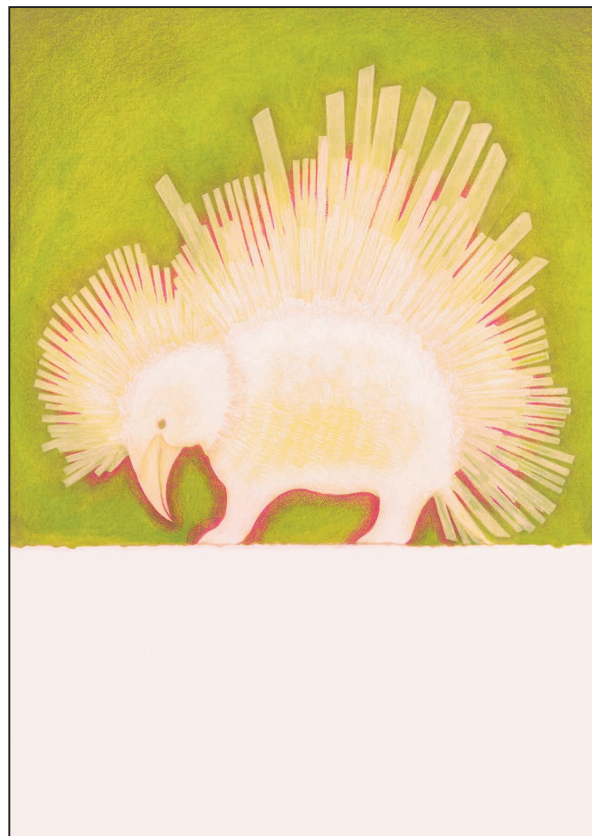
作品1:「空気が読めない」/ 2017 年 / 72.8 × 103 cm / インクジェット



作品3:「頑固な」/ 2017 年 / 72.8 × 103 cm / インクジェット



作品2:「冷たい」/ 2017 年 / 72.8 × 103 cm / インクジェット



作品4:「嫌味っぽい」/ 2017 年 / 72.8 × 103 cm / インクジェット



# 王一帆

WANG, Yifan

## 外国人観光客のためのサイン計画の研究

高尾山を事例として

A sign system for foreign tourists : Mt.Takao as a case study

日本を訪れる外国人観光客は年々増加しており、2015年には1974万人に達しており、国の政策としても観光立国をうたっている。また、サインは環境を形成する重要な要素と捉えることができる。特に観光地の場合は、当地の雰囲気と合わないサインの設置が環境の破壊になる恐れがある。観光地の特性に適した魅力を伝えるサインシステムを計画することは、観光地管理の重要な要件と考えられる。

本研究では高尾山をケーススタディとする。高尾山は2009年にミシュランの三ツ星に認定されたことにより、国際的な観光地へ成長している。外国人観光客にも優しい観光地のサインシステムについて提案することを研究の目的としている。

まず、東京の代表的な4つの観光地である高尾山、新宿御苑、浅草、東京国立博物館の歴史、現状のサイン計画について調査を行った。資料を整理、図表化し、多言語表記やピクトグラムなどサインシステムの要素について分析した。

サインの表示面スペースには限りがあり、可読性を保つために多量な情報を表示することは難しい。多言語の表記の増加に伴って、さらに情報量が多く感じられた。

調査した観光スポットのサインのうち、86.9%が全て漢字での表記であった。観光地の歴史が長いほど漢字が多く表記されている。使用されている漢字のうち、9割以上は中国語の漢字と同じである。わずかな和製漢字は中国人に対して難しいものであるが、和製漢字を分解したり、類似の漢字へ変換して覚えたり、記号のようなものにすることができる。以上のような点から日本の観光地のサインでは、一部分の中国語の省略ができると考えられる。

調査結果を踏まえて新たなサインシステムを検討、提案した。特に外国人観光客のためのサイン計画への配慮要件として4点に留意した。

### 1. ピクトグラムやシンボルマークの使用



図1. ピクトグラム・シンボルマークの事例

高尾山の特徴的な建物をモチーフにして、シンボルマークを制作した。海拔の数値と合わせ、目印として活かせると考えた。また登山路や交通機関なども記号化して表示した。

### 2. カラーシステムの活用

登山路にシンボルカラーを設定し、サインシステムの色彩計画を行った。視覚的な統一感を維持すると共に、複数の登山ルートを明瞭に示すことに活用した。

### 3. 地図と登山ルートのダイヤグラムを組み合わせ使用

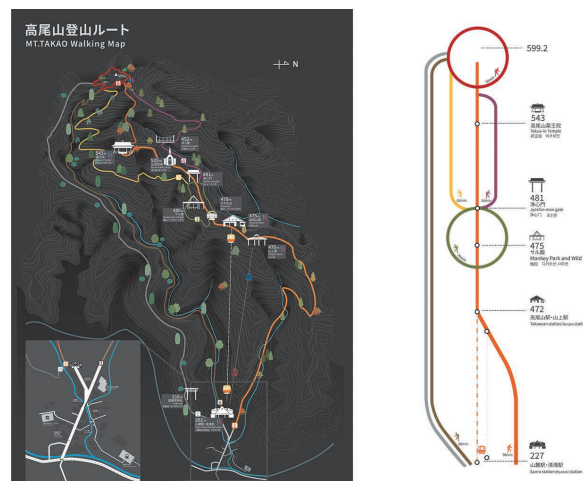


図2. 地図(左)と登山ルートのダイヤグラム(右)の組み合わせ

地図の補助として、ダイヤグラムを導入し、地図をよりわかりやすくすることを意図した。

### 4. 多言語表示の提案



図3. 多言語表記の例 記名サイン(左)誘導サイン(右)

高尾山は漢字表記できない観光スポットが多く、中国語の省略のメリットは少ない。誘導と記名サインでは、多言語表記のデザインを計画した。八王子観光協会でのインタビュー調査の結果により、観光客の割合に応じ、日本語と英語の表示以外に、中国語と韓国語の4ヶ国語を表示した。

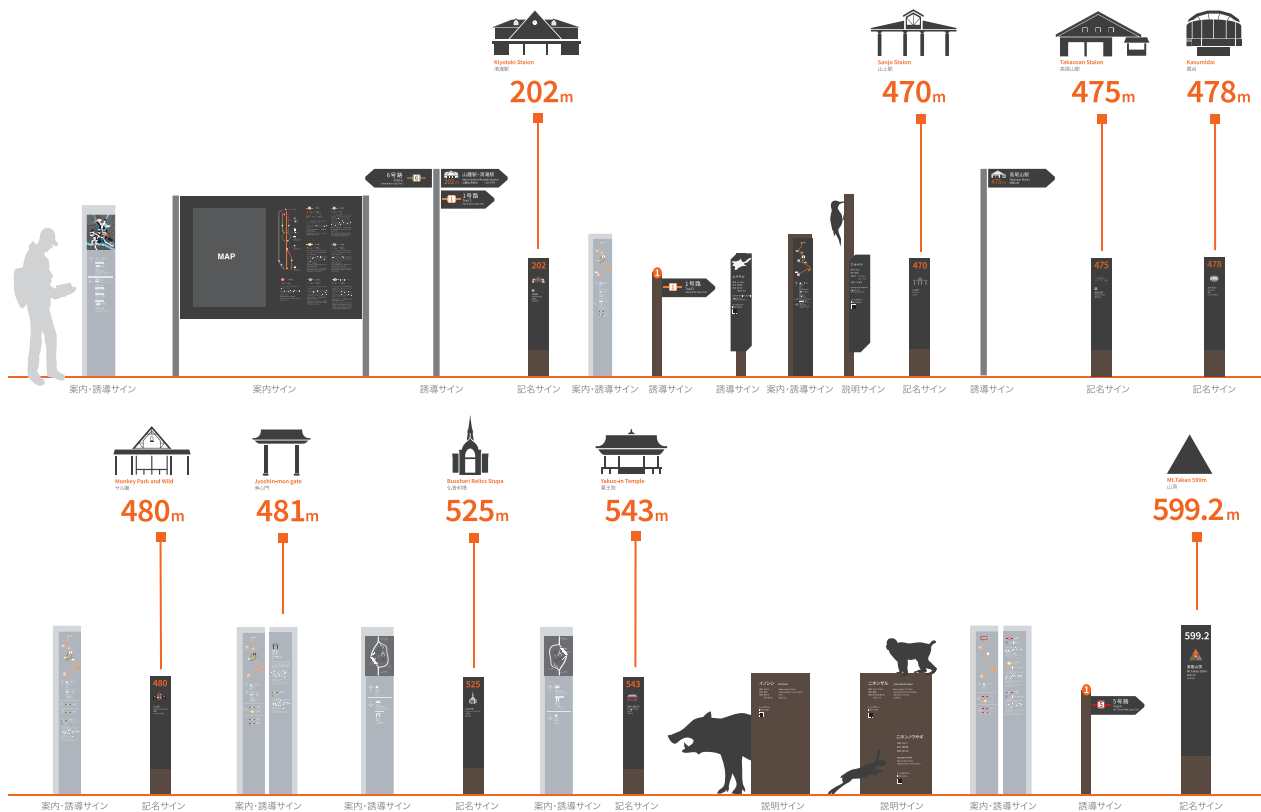


図4. 高尾山1号路のサイン配置計画

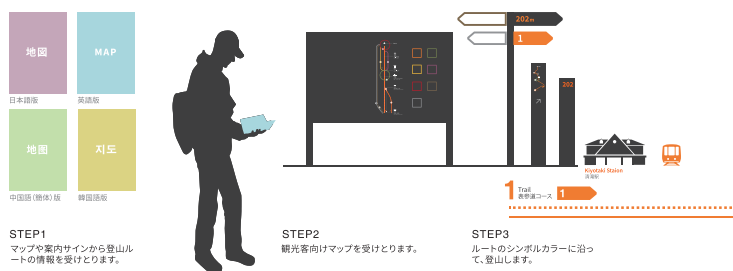


図5. 外国人観光客誘導のためのフロー図

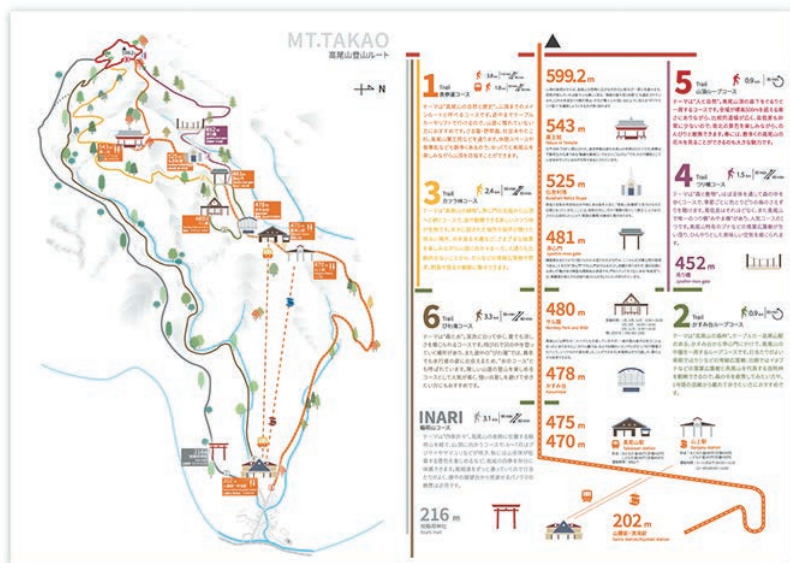


図6. 手持ちの地図

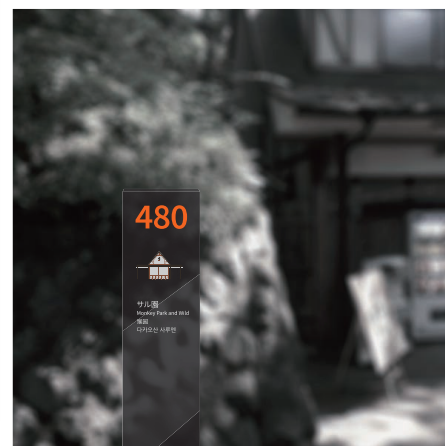
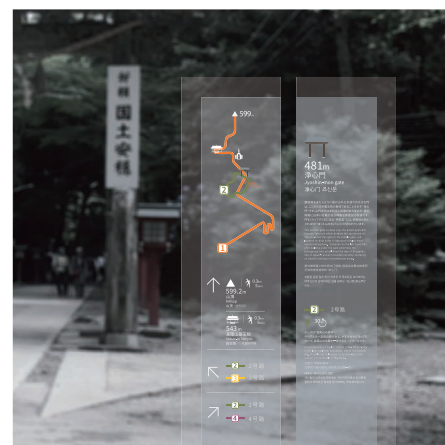


図7. サインのイメージ図



# 王思凡

WANG, Szu Fan

## 教育絵本におけるビジュアル表現の研究

個人行動から社会への影響をモチーフとした絵本表現

A study of visual expression in educational children's books : The of individual actions on society

個人の行動は社会へどのような影響を与えるか、その出発点からこの研究テーマは考えられた。世界各地で様々な事件が起き、喜びや切ないこともある。その中で反省し、自分は社会にどのような貢献ができるのか、自分の行為も世界にどのような影響を与えるのかと考える。一方で、我々が事件と関係ないと思うにもかかわらず、実際には強く繋がっていることがある。ここではバタフライ効果と割れ窓理論という二つの有名な理論を例として挙げる。バタフライ効果とは非常に小さなことが様々な要因を引き起こし、だんだんと大きな現象へと変化することである。割れ窓理論とは建物の窓が壊れているのを放置すると、誰も注意を払っていないという象徴になり、やがて他の窓もまもなく全て壊されることである。小さな一つの行動が回り回って大きな効果を生む。自らの小さな行動が人々に大きな影響を与えることもあるだろう。しかし、自分の小さな行動が何にどのような効果を与えるのなかなか分からない。

個人の小さい行動が社会へ繋って影響を与えていく、バタフライ効果と割れ窓理論に深く興味をもっている。個人行動から社会への影響をモチーフとした絵本の制作を研究のテーマとしている。ストーリーの良い例と悪い例を両方とも挙げて創作し、物事をマイナスだけではなく角度から見せることができれば、違う結果が得られるはずだろう。本研究は、教育絵本とバタフライ効果や割れ窓理論について調べ、制作の一助となる資料を作成することを目的とした。さらに、このような理論を絵本のストーリーやイラストレーションによって、興味をもって理解できるようにするための手法や事例を検証してきた。自身の制作研究と合わせて新たな教育絵本のジャンルの開拓を試みた。

現代社会の科学技術の発達によって様々なデジタルメディアが現われ、そのおかげで情報も収集しやすい。電子書籍やインターネットの文章は探しやすいものの、実際に本に触れる際の色々な情感を得ることはできない。本の匂いや触る感じなど、五感の刺激で記憶をもっと深めていくと、物事に対して興味を深く抱きやすい。絵本と読み手のインタラクティブな関係で、見ることと考えることだけではなく、その本の内容に集中し、作りの訴えたいことに近づいていく。

絵本の中心となるテーマは日常の生活の例を挙げ、自分か

ら始まったことが大きな出来事や事件になっていき、事件は自身と遠く離れておこるが、最後までその始めた人々に繋がってくるものになりたい。文字よりイラストレーションの方が人々の視線を捉えやすいし、複雑で分かりにくい事物についても視覚的な表現で伝われば印象はもっと強くなるだろう。絵本はユーモアや想像力、連想を広げ、自己投影させることで、他の視点から考えさせることができる力を持っている。

教育絵本という言葉から、最初に思い出すのは言葉やアルファベットや数など理性的なジャンルであろう。一方、それと比べたら死生観や情緒など感性的なジャンルはほとんど思い出さないだろう。しかし、この時代の中で、理性と感性は共に成長していくべきであろう。だからこそ、筆者は見えるものより心の中に注目したい。つまり、理性の科学と感性の創作を組み合わせ、新たな教育絵本のジャンルの開拓を試みたい。その上で、色彩と文字などをどのように使うことで子どもの目に入りやすく身につけることができるのかも研究の必要がある。

絵本は目に見えないことを見えるようにする無限な想像力の世界である。子供たちは絵本の登場人物の心情に共感、同情したりすることで、相手の気持ちを理解する力もつける。情緒安定、犯罪予防に役立つ一面もあるかもしれない。絵本を繰り返し読んでいると考え方の視野も広がり、想像力、感受性が豊かになる。本を読むということは「言葉」を通して想像力を育んだり、本の中の世界に想いを巡らせたりするため、抽象的な思考能力を高めることができる。読書を通して、さまざまな知識を生かす想像力を身につけて、応用していく力を育むことができるのであろう。

目に見えない世界を心の中に見えるようにする力が十分に発達していない子どもは、絵を手がかりにして心の中に世界を描いていく。これからも教育絵本の制作研究を続けたい。



「みかんの木」絵本



「みかんの木」- 1



「みかんの木」- 2

# 郭 奕然

GUO, Yiran

## 俳句のイラストレーション表現研究

小林一茶の俳句を描く

A study on illustration expression in Haiku  
Illustrations of Kobayashi Issa's Haiku

### 研究の背景と目的

俳句は日本において代表的な詩である。極度に限られたスペースで何かの詩的意味を伝えるため、俳句の作者は感情を直接的にいわずに、なるべく具象的なものを借りて語る。俳句の最大の特徴と魅力は十七文字という極端的な短さと、この短い枠組の中で、伝える内容や感情がその枠組をはるかに超えることである。

イラストレーションは「ことば」、「メッセージ」、「文字」、「文学」と緊密な関係を持っている。言葉と図像の関係から見ると、両方は同じく、見て、読み取ったり、理解するもので、情報を伝達できる。言葉は韻律や文字記号で情報を記入する。図像は色や形や構成などの要素に情報を含める。情報を伝達する時、言葉と図像はそれぞれ違う道のりであるが、イラストレーションを研究するとき、単なる技法面で「どう描くか」より、メッセージ性のあるイラストレーションを制作するために「なにを描くか」ということを考えなければならない。

一枚のイラストレーションは限られた面積に何かのメッセージを含め、価値のある内容を伝えることが役目であり、俳句と似ている。俳句に使うことばは長い歴史の間、東洋の風土と文化に根付き、独特な美的感覚が秘められている。私は東洋文化に根付いた詩的なイラストレーションを制作したいと考えたことが本研究の動機である。

本研究の目的は、俳句の言葉とイラストレーション制作において用いる表現手法を結びつけ、俳句の詩的意味をイラストレーションで表現することを試み、イラストレーションの詩的表現の可能性を探究することである。よって俳句をイラストレーションで表現する可能性を広げるために、俳句は小林一茶の作品に絞り、読者の立場から俳句と対峙し、イラストレーションを制作した。

### 作品制作について

本研究において制作する作品は小林一茶の俳句を原文とし、イラストレーションを描く。小林一茶の俳句をもとにイメージを発想する。まずは作者の背景と意図を踏まえて俳句の言葉の意味を理解する。それから自分が俳句を読んだ後に浮かんだイメージをスケッチし、両者を合わせてイラストレーショ

ンを構想する。小林一茶の俳句の「素朴」「慈愛」という特徴に絞り、彼の作品の中から、動物に関する俳句を選ぶ。制作時にモチーフは俳句に使う季語を意識し、構成上は平面的、抽象的にし、描く対象をなるべく点、線、面に純化して表現する。

### まとめ

俳句は使う詩語と韻律に一定の約束がある。読む人に想像空間を与え、感情を喚起するために、季語と五・七・五の形が大切な役割を果たしている。また季語は日本の自然風物や文化に根付き、長い歴史の中で発展をとげ、特徴的なことばを使うことになる。俳句が十七文字の短い枠で詩的意味や何かのメッセージを伝えるために、大切なことばと韻律の「余白」、自然に対する客観的な「即物性」、構造の性質によって「簡潔性」と「抽象性」の特徴にまとめられる。こういう特徴は日本の伝統的な絵画や近現代のデザインにも見られ、つまり日本文化に根付いている文学と視覚表現の各ジャンルは相通じる特徴でつなげることができる。これは俳句をイラストレーションに描く可能性を肯定していると思える。

俳句とイラストレーションの関係は言葉と図像の関係として考えられ、俳句の言葉とイラストレーションの図像には対話のような関係がある。言葉への理解と図像に加える個性が両方ともあると、対話が成立する。よってイラストレーションが俳句のイメージを表現し、俳句はイラストレーションに詩的な精神を加え、イラストレーターの作家性も形成できるようになる。そして俳句をイラストレーションで表現する可能性は、言葉を図像に変換するだけでなく、俳句のイメージをより視覚的に広げ、イラストレーション作品にも詩的な意味を持たせることになることが見出せた。

本研究の原点は、詩とイラストレーションの関係を探究することであった。さらに追求すると、言葉と図像の関係を繋げたり、研究することが出発点である。それはイラストレーションを描き続けると共に考え続けなければならない問題である。詩とイラストレーションの関係、言葉と図像の関係を研究し続けたい。





夕不二に尻を並べてなく蛙  
728 × 1030 mm



うかれ舟や山には鹿の妻をよぶ  
728 × 1030 mm



並んだぞ豆つぶ程な蝸牛  
728 × 1030 mm



猫の子のちよいと押へる木の葉かな  
728 × 1030 mm

# 川戸 理紗

KAWATO, Risa

## 視覚情報における「静けさ」と時間感覚

グラフィックデザインが時間と空間に果たす役割

Stillness and a sense of time in graphic design

本研究は、植物を描くことで、「静けさ」という質の「時間」を表現することが可能である、という一つの仮説に基づき、表現とコミュニケーションツールという両側面からデザイン制作を行う試みである。

それらの試行錯誤によって生み出された表現が、現代社会に流れる多忙さや、慌ただしさ、混沌といった、個人の手を離れて流れる時間感覚・空間世界とは異なる時間（一年）を生活者に提供することを最終目標としている。

「静けさ」の表現でなく、「静けさ」を感じる「時間」を出現させることを研究目的としたのは、グラフィックデザインにおいてはデザインというものが、「空間」（空間性）に影響を及ぼすことで人間の「時間」への価値感覚に相対的に寄与する知恵であると考えているからである。空間性は何も「空間デザイン」と呼ばれるインテリアデザインや建築デザインだけが生み出すわけではなく、用意されたもの全ての存在感によって構成され生み出されている。グラフィックデザインの役割の一つは、そのような中で視覚を通じて得られるあらゆる情報（ここでは漠然とした「雰囲気」のような非常に感覚的な情報も含む、感知されるもの全てを「情報」と呼ぶ）によって、空間性・時間性をしつらえる事なのではないだろうか。

「静けさ」の表現を模索する際に、明治初期の日本画壇である日本美術院に所属した日本画家の菱田春草を中心に、植物を描く際の表現方法についてその眼差しと表現を学ぶこととした。同時に同時代の儒教家でもある柳宗悦の思想などを参考に、自然から生まれるものづくりの精神性を学び、表現への昇華を試みた。彼らを研究対象として選んだ理由は、明治という大きな時代の転換点（日本における時間感覚の大きな転換点）において、「静けさ」を表現するような精神性・信念を彼らがもっていたのではないかと考えたからである。

特に春草の表現を通じては、空気の揺れを描くこと、それがどのような揺れであるかによって、人の心情の在りようや、瞬間的な時間と空間を同時に描くことを可能にしていたのではないかと考えた。アウトラインを排除した朦朧体は、新たな空間性を生み出しただけでなく、存在そのものが生み出す動きによる微かな揺れ、空気の微かな揺れを表現していたのではないだろうか。

また制作を進めるにあたって、日本の暦を歴史的に紐解き、日本人の意識の根底に流れている時間感覚がどのような文化背景の元、形成されてきたかを探った。暦の中でも「自然暦」や「民間暦」といった人間の感覚の経験に基づく暦は、まだ科学などが存在しない時代において、自然の摂理を暮らしの中での体験や観察によって読み解き、物事にふさわしい時期とタイミングを知り得る術であった。現代のような、社会拡張に伴った暦による支配以前の、地域に根差した独特の暦感覚は、当時と異なる時間管理状況の現代において共通ルール・公の暦として用いられることはない。しかし個人の「静けさ」を感じる時間を出現させるのには、気候風土のような身体感覚に基づいた時間感覚を基盤に取り込むことが必要なのではないか。

更に、暦というものは時間を正確に区切る、知るだけでなく、本来とりとめのない時間というものに、意味やとりとめを与える行為でもあった。そのようなとりとめを、現代にどのように生み出すか設計することによって、時間の質や量のような価値感覚が変化するのでないだろうか。

今回、季節に関する風景描写を含んだ近代の抒情詩を中心に選定、引用し、「静けさ」を表現したヴィジュアルとともに、読むグラフィックを制作。一年を通じて隔週、郵便で届くことによって、一つの文章に句読点を打つように、時間にある「静けさ」の経験を与える仕組みとグラフィックを提案する。

本研究はあくまでも、人の持つ時間感覚とグラフィックデザインの関係性について、視覚的表現の影響を中心に研究することが主な目的であり、暦そのものの研究ではない。人間の時間に対する感覚は何によって決定されているのかと考える時に、グラフィックデザインがその一端を担っているのではないかという仮説に基づく研究である。

今後は、時間感覚・空間感覚とグラフィックデザインの関係性について、引き続き研究するとともに、提案するメディアとしての整合性についても検討していきたい。





# 江 亭儀

CHIANG, Tingyi

## 日本における公共広告のグラフィック表現の研究

性の低年齢化についてのポスター

The use of graphic design in Japanese advertisements

Poster series concerning the decreasing age of the sexually active in Japan

### 論文概要

18世紀半ばから19世紀にかけてイギリスで産業革命が発生し、世界の社会・経済が大きく変化した。生産活動の中心も農業から工業の時代を迎え、工場で働くために多くの労働者が都市に集まった。経済の発達、都市人口の増加に伴い、演劇やミュージカルという生活者にとって不可欠な娯楽も多く求められ、広告のニーズがかつてないほど高まった。この時代は印刷技術の発達によって、広告メディアとしてのポスターが街中の壁面を覆いつくし、都市空間の視覚文化を醸成する

メディアとして成立した。また、かつての「芸術」がサロンから新しい場所——街頭に移り、ポスターの形で大衆も鑑賞できるようになり、芸術の新時代の幕開けを飾った重要な時期であった。時代に応じ、商品広告や各種イベントの告知、社会的・文化的キャンペーンのPRなど、ポスターは、メッセージを伝達するという機能のもとに、それぞれの時代の社会状況を色濃く反映しながら、ビジュアルを通じて人々に共有され、その時代の視覚文化を形成してきた。

21世紀の現在では、科学技術の発達による高知能、高経



『性の低年齢化ポスター』 / 728 × 1030 mm / 半光沢紙インクジェット印刷

済の社会になっている。時代変遷にともなって、新たな社会問題・課題が次々と出てくるために広告の形態・メディアも変わらざるをえない。かつて商業や娯楽などを中心としていた広告ポスターも同様である。多くの企業、アーティスト・デザイナーがより良い社会を作ろうという意識を高めながら、社会向けの公共芸術やソーシャルデザインなどの作品が続々と生まれてきた。

社会の進歩、多様性の高まり、複雑化によって多くの課題を抱えた現在、公共広告の重要性が高まっている。国の背景、文化、国民性によって公共広告の表現も異なる。公共広告の目的は社会問題を広告の力で解決することである。そのため、訴えたメッセージを明確に伝えることが重要である。そうした公共広告は商業広告より直接的な表現が多く、メディアにはポスターに限らず、CMもよく使われている。しかし、時代の進歩、メディアの多元化、携帯・インターネットの普及によって生まれている今日の状況は、まさに「情報氾濫」の時代と言ってもよいのではないかと。多元化する広告メディアの中において、ポスターは一枚刷りの印刷物である点で、これ以上ないほど簡潔な形態を持ち、絵画のように芸術性が高く、グラフィックデザイン全領域を見渡しても、ポスターほどビジュアルでコミュニケーションするメディアはないと言えるだろう。ポスターは単なる情報伝達媒体ではない。優れたポスター、その中に宿ったメッセージを通じて世代を超えて人々の心に働きかけ、感動を与え、時に時代を変えるほどの力を放つ。

本研究は、ポスターを媒体とし、日本における公共広告のグラフィック表現を検討し、コミュニケーションすることを通じて、グラフィック表現の今日的な可能性を探り、考察することを目的としている。具体的には、今日、大きな社会問題になっている「性の低年齢化」をテーマに、ポスターをデザインす

る。表現スタイルとして、リアリズムのイラストレーションを選択した。そして、花とつぼみを擬人化した未熟な少女のイメージを表現することを基本的な方針とし、試作を重ねた。

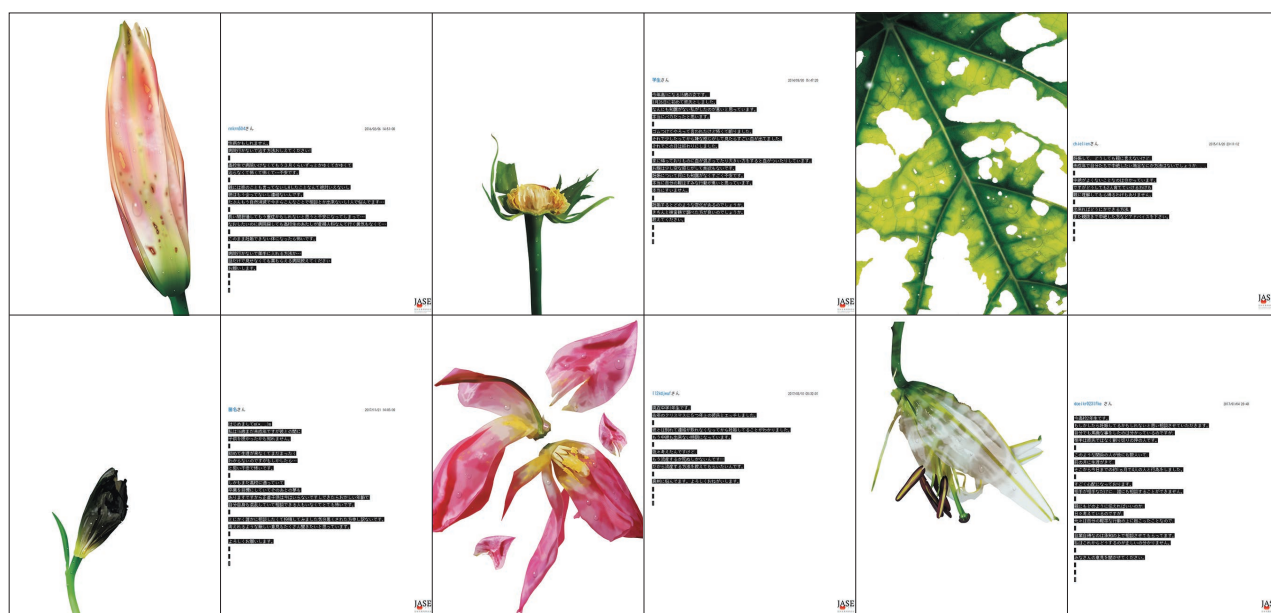
## 作品概要

一連の作品は女子中高生を対象し、社会問題になっている「性の低年齢化」をテーマにしたポスターである。

表現としては、清潔感、エロティシズム、若さ、痛み、美的を中心としている。ビジュアルとしては、植物を擬人化し、「性の低年齢化」がもたらした未成年の妊娠、中絶、性病などを表現し、また、痛みを強く感じてもらうため、多種類（虫に食べられ、蜘蛛の線に絡まれ、折られ、踏まれ、切られ、病んでいるなど）の傷を花につけて表現した。さらに、「性の低年齢化」の警鐘を鳴らすという目的を強く訴えたいため、ポスターを二枚B1で一つセットにした。一枚の花が描かれたビジュアルと一枚のインターネット上に書き込まれた少女たちの言葉を使ったキャッチコピーという二枚を一セットにするポスターである。一枚のビジュアルと一枚のキャッチコピーの展示する仕組みが本研究にとって一番有効なコミュニケーションする方法だと考える。

## 研究結果

試作過程を通じ、「性の低年齢化」である性に関する議題を公共広告とする価値があるとわかった。美的、高級な公共広告ポスターを作るのは難しいが不可能ではないことを確認した。一枚のビジュアルと一枚の文字というポスターの二つの強力な武器の展示形で「若い性は危険だ」というメッセージを伝達ができ、ポスターという媒体の機能を最大限に生かせることを確認した。



『性の低年齢化ポスター』/ 728 × 1030 mm / 半光沢紙インクジェット印刷

## 伍 梵

WU, Fan

### ユーモア絵本におけるイラストレーションの表現

Illustration in humorous picture books

本研究目的としては、日本で販売されている絵本のストーリーの構成から、イラストレーションの表現、言葉の使い方、絵本の装丁デザインまでを研究し、人を楽しませる絵本の要素を明確にすることである。その事を通じて、ユーモア絵本におけるイラストレーションの役割を明確にし、絵本の大切さへの認識を高めることを目的とする。

絵本はテキスト（ことば・文章）とイラストレーション（画像・絵）でさまざまな「情報」を伝達する表現媒体である。

日本と比べると母国の中国では、絵本の発展は1930年代からはじまり、現在絵本に注目する人が多くなって来た。しかし、中国では絵本の内容は教育面が強いもの、あるいは伝統的な物語の絵本、また海外の絵本が多い。そして、人々の絵本の重要性に対する認識がまだ気薄である。

ユーモアを絵本の形で表現することで、より多くの人が楽しむ事が出来ると考えている。少ないページ数で、まずイラストレーションから視覚の刺激を受け、洗練された言葉や文章を読み、さらに巧妙にデザインをされた絵本で短時間に楽しむことが得られると考えている。ユーモア絵本を読むことによって、読者がリラックスする時間が出る。そして、子どもにとっては親や先生が読み聞かせをする場合、みんなと一緒に楽しい時間を過ごす事が出来る。絵本のなかの話も生活の中で、友達と会話する話題になるかもしれない。この事によって、人間関係を円滑にする事もできるであろう。

私は日本での留学を通じて様々なユーモア絵本について研究し、ユーモア絵本を作る要素から分析した。分析した結果と自分の表現を考えながら、絵本制作を行った。

修士課程一年次に制作した絵本『郵便局のブーブーくん』に引き続き、たこブーブーくんのシリーズ絵本の第二冊『ブーブーくんとみみちゃんのなつまつり』という作品を制作した。ストーリーの展開では主人公ブーブーくんとみみちゃんが初めて祭りに参加する。祭りは新鮮に感じられ、知らないものが多くて、ワクワクする気持ちを持つ。

祭りという日常を題材に、人間とたこや他の動物と一緒に生活している世界を設定した。身近なテーマを用いて不思議な世界を作った。

ユーモア絵本においてイラストレーションは重要な役割を果たす。絵本の物語をもっと面白くして、ある時には作者が絵本の文章に書いていない内容を描く場合もある。その内容は読者が絵本を読む時、新しい発見ができたような気持ちを抱かせ、絵本を読む時にさらに楽しさを与えると考ええる。

子どもに対しては、楽しく絵本を読むことで、大きい声で笑い、楽しい気持ちや幸せな感覚や記憶が心に残されと考えている。想像力が豊かになるうちに子どもの成長にも良い影響が与えられると思う。

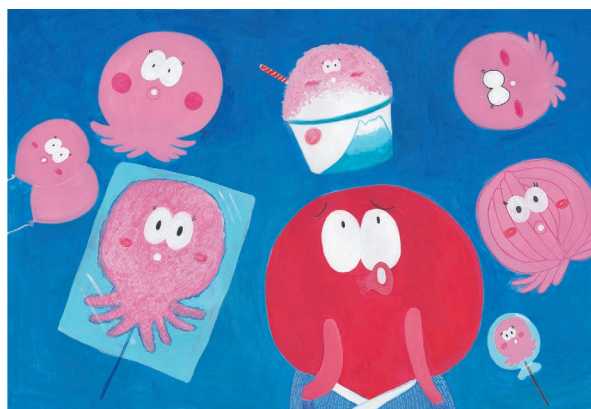
大人に対しては、世間に対して持っている固有な考え方が、ユーモア絵本を読む事を通じて、変わってくると思う。ユーモア絵本を読むことで、楽しい気持ちになる事ができ、そして楽しい気持は他の人にも移すことができる。そうすることでより多くの人が楽しい気持ちに染められると筆者は考えている。つまり、ユーモア絵本を読む度に得た楽しむ気持は一時的ではなく、持続的な物だと考えている。

本研究と絵本制作によって、ユーモア絵本におけるイラストレーション表現の一部を確認する事が出来た。これから研究を続けながら読む人を楽しめる絵本制作を目指して行く。



『ブーブーくんとみみちゃんのなつまつり』表紙





『プープーくんとみみちゃんのなつまつり』原画



## 柴 禾

CHAI, He

### 和文タイポグラフィにおける伝統的な肉筆文字表現の研究

Study on traditional handwriting representation in Japanese typography

言語は感情と意味を伝えるものであるが、文字造形によって伝わる効果が違う。つまり、文字の形、サイズ、組み合わせ、マージン設定などの条件の組み合わせによって、様々な視覚的効果が生じ、異なった審美的感情が生まれる。

周りの生活を見ると、様々なデザインが種々のメディアを通じて目の前に現れており、現代デザインにとって多元化やそれに伴う可能性が認識されている。社会が急速に発展していくことに伴って、デザインの進歩と美意識の更新は驚くほどのスピードで進んでおり、和文タイポグラフィも同じく発展していく。日本文字の一連の発展に従って、文字の作り方や組み方などが改善している。人々の生活のために、文字デザインはもともとの書道やレタリングからデジタルフォントにいたるまで、ますます多様化しつつある。

確かに、文字のデザインは様々な専門ソフトの発達もあり、現代のグラフィック方法に加えて、どんな様子でも達成できるようになっており、人々の視線はほとんど未来に向けられている。しかし、この急速な状態に、淘汰すべきことと淘汰すべきではないことをはっきりさせると同時に捨ててはいけなことを考える必要がある。文字は時代とともに少しずつ変化するが、昔と今との間に不変な本質的なものが存在していると考え。先端的なタイポグラフィの可能性を探索するときにも、伝統的な表現の可能性を放棄してはいけな。タイポグラフィは他の技術と違い、文字の起源から現代のデジタルフォントの表現まで、密接な関係がある。

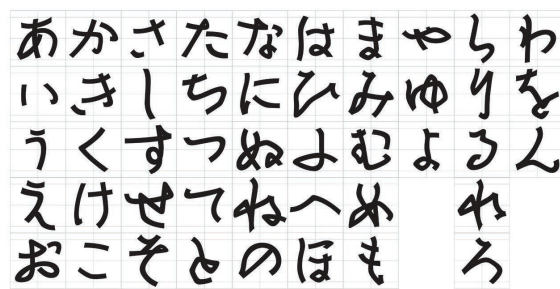
そこで、本研究は古と今という問題点に注目しつつ、手書きの文字やデジタルフォント、文字組版などを検討・展開した。つまり、タイポグラフィを通じて、伝統性と現代性の関係を検討し、新たな表現の可能性を探りたいと考えた。たとえば、毛筆や書道は最も伝統的な技術だが、現代のグラフィックのデザインに応用することで、様々な表現、新しい火花が生まれる可能性がある。

#### 作品1

日本の伝統的な仮名文字の再解釈とデジタルフォント「定家ゴシック体」のデザイン。日本の仮名文字は毛筆手書きによる連綿体を通じて成立した。そのため、本来の意味で仮名は、活字書体のそれとは大きく異なる。現在の日本語活字書体は、全部グリットに揃えている、デジタル文字になっても状況は変わらず、手書きのような文字の感性はすべて消え去ってしまった。

このプロジェクトはアドビシステムズから発表されたデジタルフォント「かつらぎ」を参考に、現代のグラフィックデザインにも適用可能なデジタルフォント、「定家ゴシック体」を制作・展開するものである。

新しい文字はゴシック体としてデザインされているが、手書きによる肉筆の連綿性を意識している。日本の伝統的な毛筆手書き文字の特色を取り込むことで、ゴシック体のうちに手書き文字のニュアンスを無駄なく取り込むことを目指した。



「定家ゴシック体」一覧

#### 作品2

「蘭亭序」のり・デザインは、中国の有名な文書と日本の伝統的な手書き文字を組み合わせ、現代的な制作理念と斬新な表現形式を通じて、和文タイポグラフィ手書きフォント表現の可能性を見つけようとした。一般的かつ伝統的なテキスト組版の手法を拡張しに固有な組み方を突き破れて、ヨコ組とタテ組の共存の可能性を試みた。

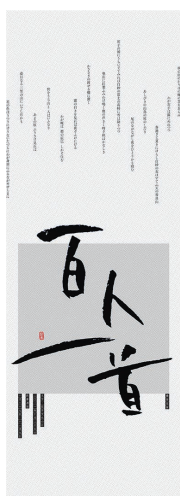
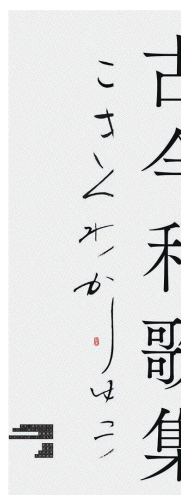
蘭亭序  
永和九年暮春之初會稽山陰之蘭亭脩禊事也群賢畢至少長咸集此地有崇山峻嶺茂林脩竹又有清流激湍映帶左右引以為流觴曲水一觴一詠亦足以暢敘幽情是日天朗氣清惠風和暢仰觀宇宙之大俯視品類之盛所以遊目騁懷足以極視聽之娛取之無盡所以興懷足以極陳之盛也每覽昔之興懷後之興懷其致一也後之興懷其致一也後之興懷其致一也

蘭亭序  
永和九年暮春之初會稽山陰之蘭亭脩禊事也群賢畢至少長咸集此地有崇山峻嶺茂林脩竹又有清流激湍映帶左右引以為流觴曲水一觴一詠亦足以暢敘幽情是日天朗氣清惠風和暢仰觀宇宙之大俯視品類之盛所以遊目騁懷足以極視聽之娛取之無盡所以興懷足以極陳之盛也每覽昔之興懷後之興懷其致一也後之興懷其致一也後之興懷其致一也

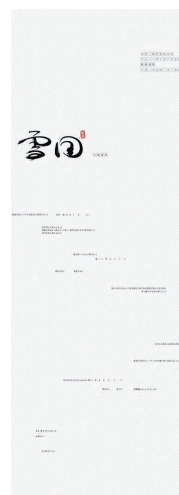
「定家ゴシック体」一覽

### 作品3

奈良時代、平安時代、鎌倉時代、江戸時代、明治時代、大正時代、昭和時代の間のいくつかの古典的な文学作品のタイトルをモチーフとして、現代のグラフィックデザイン方法によって、シリーズポスターを製作した。全体は手書きの形をメインとして、時代による文字の特徴を付与することで、文字の時代性と時間の流れをはっきり伝えることができる。



「文字・活字文化の日」連作ポスター / 1456 × 515 mm



「文字・活字文化の日」連作ポスター / 1456 × 515 mm

### 作品4

タイポグラフィは一字一字の形、サイズなどのデザインだけではなく、全体としての組み方・字間・行間・ gutter・スパーシング・マージン設定・ユニット設定などが画面の構成のための要因となる。異なる文字システムを同じ紙面にレイアウトし、心地良い空間をつくるためには、すべての要素を同じ方法で捉えることが必要だと考える。

筆者は、「空間をつくる」という言葉に注目して、作品を展開した。様々な雑誌や本を参考にして、日本のタイポグラフィを検討した。テキストは読者に読ませると同時に、内容と外観両方とも美しいと思わせたい。文字の組み方に注目して、テキストを視覚化し、手書き文字とデジタルフォントの組版を組み合わせ、アナログテクスチャーを入れて、種々な表現の可能性を探ることで、紙面に言葉が満ちている状態を目指した。



タイポグラフィの言葉と表現の展開 / 594 × 420 mm



# 邵 怡穎

SHAO, Yiyang

## 「不思議の国のアリス」のイラストレーション表現

シュルレアリスムによる「アリス」のイメージ

Illustration of Alice's Adventures in Wonderland : the image of Alice dependent on surrealism

本研究では「不思議の国のアリス」の新たなイラストレーション表現について探求した。

「不思議の国のアリス」はイギリスの作家ルイス・キャロル (Lewis Carroll 1832-1898) により書かれた児童小説である。主人公アリスはウサギを追いかけて穴に落ちて、不思議の国で冒険をしながら、しゃべる動物やトランプなど様々なキャラクターと出会い、最後に夢から目覚める物語である。ジョン・テニエルに続き、様々なイラストレーターが「アリス」を表現した。

私は子供時代に映画「ふしぎの国のアリス」をきっかけにアリスに接した。改めて「不思議の国のアリス」の原作を読み込むと、その中にあるナンセンスな遊び表現にインスピレーションを受けて、原作の奥深さを感じた。また、2016年に行われた「ダリ」展では、サルバトル・ダリによる「不思議の国のアリス」の挿し絵から衝撃を受けて、「不思議の国のアリス」とシュルレアリスムの繋がりに興味を持った。「アリス」に含まれた夢のような要素はシュルレアリスムに共通していると考えられる。かつてシュルレアリスト達も「アリス」からインスピレーションを受けて、魅力的な作品を作りあげた。

本研究ではルイス・キャロルの生涯をはじめ、キャロルとアリス・リデルの関係、「地下の国のアリス」から「不思議の国のアリス」まで、その誕生をまとめた。そしてジョン・テニエルなどのイラストレーターが表現してきた「アリス」の表現を辿り、その視点と特徴を分析してきた。また、シュルレアリストによる「アリス」の挿絵を事例として上げて、シュルレアリスム表現と「アリス」の繋がりを論述した。作品ではシュルレアリスム表現の探索から「不思議の国のアリス」の挿し絵に展開した。シュルレアリスムの手法である自動記述などを実践し、「アリス」のイメージを表現した。そしてアリスの挿し絵にとりこみ、12章の挿し絵を完成させた。

### 1. シュルレアリスムによる「アリス」のイメージ

シュルレアリスム (surréalisme) はジークムント・フロイトの精神分析理論などの影響を受けて、夢や無意識、偶然などに着目して活動した。「アリス」はシュルレアリスムのインスピレーションの源泉にもなった。シュルレアリスムと「不思議

の国のアリス」の繋がりを探るために、自動記述とコラージュの手法でアリスのイメージ表現を探索した。無意識の角度から「アリス」の世界観を表した。

### 2. 十二章の挿絵

自作では「不思議の国のアリス」の挿絵制作へ展開し、抽象的なアリスから具体的な特徴を有するアリスのイラストレーション表現を経て、アリスと登場するキャラクターのイメージを明確に描いた。「不思議の国のアリス」は結果的に主人公アリスの夢から考え、夢を見る視点からアリスと「不思議の国」を表した。幻想的な世界観をビジュアルで強調するために、明るい色彩を使用した。

### 3. 挿絵の説明

「夢見るアリス」：フロイトは、夢とは抑圧されていた願望を幻覚的に充足することによって睡眠を保護する精神の機能であると考えた。夢を見る「不思議の国のアリス」を表現した。画面全体の雰囲気拡大する想像の空間のように意識して描いた。また、無意識の要素の“引き出し”を取り入れ、夢の無意識世界のアリスを表現した。

「ウサギの穴に落ちる」：「不思議の国のアリス」の第一章を描いた。夢を見る視点でアリスがウサギの穴に落ちるシーンを表現した。釘に掛けた絵、空のオレンジジャムの瓶、本棚など原作に描写された要素を取り込んで、夢で未知の物に囲まれたように描いた。

「長い尾話」：第三章でアリスが辿り着いた岸で不思議な生き物と出会ったシーンを描いた。原作を読んだ時の白昼夢のような感覚をインスピレーションとして、岸全体を浮かぶ島のように表現した。

「ブタとコショウ」：第六章ではアリスは公爵夫人の家からいじめられている赤ちゃんを連れ出した。しかし道の途中で赤ちゃんは泣き止まず、だんだんブタのように変化した。アリスの困る表情を細かく描いて、霧深い森のような背景で不思議な世界観を強調した。

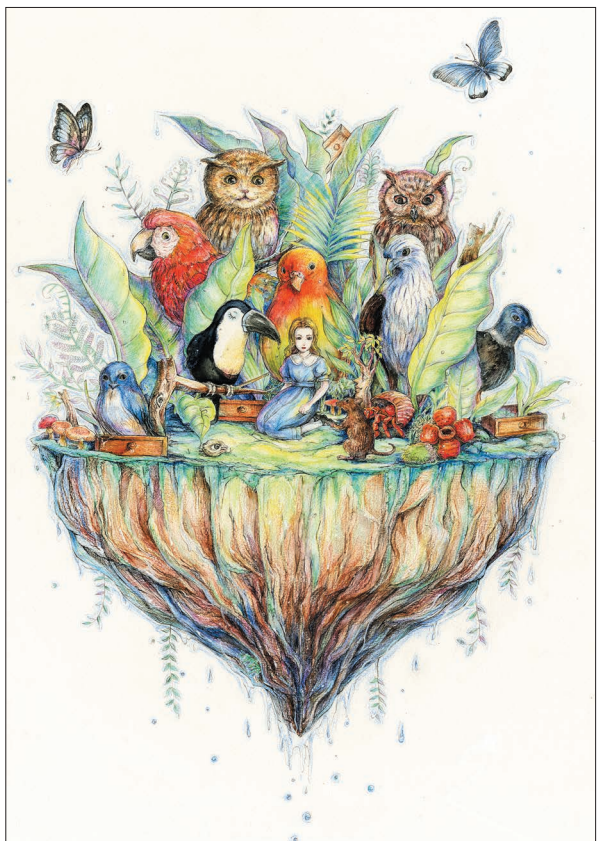




夢見るアリス / 728 × 1030 mm



ウサギの穴に落ちる / 728 × 1030 mm



長い尾話 / 728 × 1030 mm



ブタとコショウ / 728 × 1030 mm



# 宋 済達

SONG, Jida

## 「写真」の「メディア」特徴の分析と「写真」の時代性について

写真集「植物」

The characteristics of the photograph and the future of photography : “Plants” photobook

### 論文概要

「メディア」、英語「media」の語源はラテン語の「medium」であり「中間」の意味がある。漢字では「媒体」、「媒」は「仲立ちをする、橋渡し」の意味がある。情報がある人から別の人へ伝達され、その情報が載せられ、他人に共有できるものは「メディア」と呼ばれる。文字、音、画像、映像などは「メディア」の基本の分類であり、そして作る方法によって、形も違う。例えば、映像は映画、アニメーションなどに分類される。「メディア」は載せた内容によって、成る形も違う。簡単に言えば、個人的な「感情」や「自己表現」などを載せたら、その「メディア」は「芸術品」に成る。もし「事実」や「実話」を記載すると、それは「報道」に成る。「メディア」の表現力は様々だ。

「写真」と「映画」は産業革命と共に生れた「メディア」の形式という点で、産業革命以後の誕生の「メディア」は殆ど機械を使って作る物だ。最初の「写真」は「絵画」から派生し、「photograph」という英単語の意味は「光の描く物」である。しかし、「写真」の本質は「絵画」と違う。「写真」は一つの独特な「メディア」と認められる。「写真」は「撮影者」「カメラ（フィルム又はデジタル）」そして「被写体」とで共同で作る物だと思う。その体系の中に「カメラ」を使うことが差異を生み出した原因であると考える。

「写真」は「客観性」と「真実性」を持っており、その原因は、「カメラ」が「現実をそのまま記録する機械」と言うことだ。簡単に言えば、「カメラ」で撮った物は必ず現実の一部分、「写真」の中に映された物事は現実の何処かに発生したもので、それは「絵画」が持っていない特徴だ。人々が「写真」を見た時、意識の中でこの写真を信じている。その特徴のお陰で、「写真」という「メディア」は「新聞」と「報道」などの「事実」が伝わる領域の中で活躍している。

しかし、「写真」中の「真実」は本当の「真実」ではない。まず、「カメラ」を使えるのは「撮影者」であり、何を撮るのかは「撮影者」次第だ。「客観的」に撮るか?又は少し「修飾する」か?これは全部「撮影者」が決める。「客観性」も「撮影者」の選択だ。そして、「写真」の中に記録したのは現実の一部分で、「全貌」が見えないので、本当の「真実」も見えない。

1959年にロバート・フランクの写真集『アメリカ人』が発表され、その中で83枚のアメリカの写真が収録された。その83枚の写真は、凄く鋭い視点で、当時のアメリカ社会を反映した。撮影者は近代写真に影響を与えた、最も重要な人物ーロバート・フランクである。ロバート・フランクの写真を見ると、冷静な目線と自制的である撮り方を感じられる。事件を撮らず、変化の思考を持ち、変化の時代を撮った。「一人の人間がこの国を初めて見る姿を思いつくまま記録する」、これは多分ロバート・フランクが写真集『アメリカ人』を撮りそして編集する時の「立場」であったと思う。

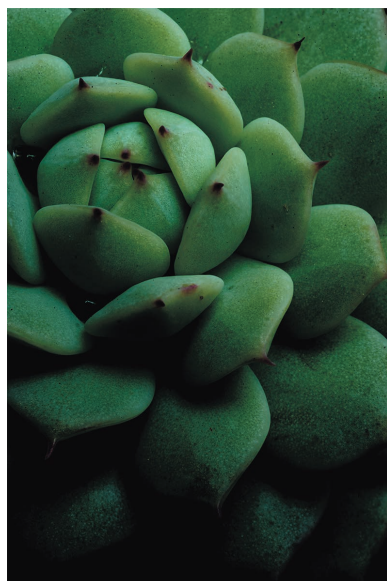
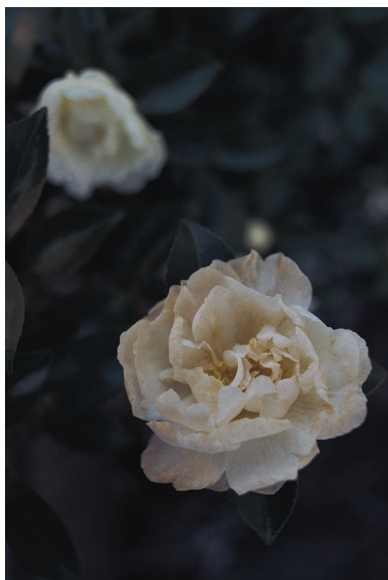
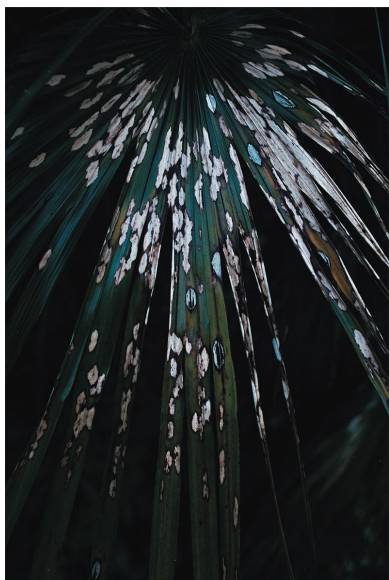
### 作品概要

「植物」をゆっくり観察して、光を感じて、時間も忘れ、それはまるで子供の時に戻るようだ。そして、知らない環境にいても不安を感じない。

最初、写真を勉強した時、自分は何を写真の中に「置く」かそのことを沢山考えた。自分の感情や、思考などを「写真」という「メディア」で表現する。しかし、その三年間は「写真」から貰える事が多かったと思う。「写真」は「気持ち」や「思想」などを作るメディアではない、何かを「発見」する「メディア」だと思う。世界の片隅に咲いた小さな花も、自分の心の中に埋めて隠す気持ちも、素直に「写真」を撮れば、新たな自分（世界）を再発見することが出来る。

写真「植物」は私が大学院の二年間で撮った物であり、修了作品集の形で集成した。その中の「植物」写真は、私の一部分と世界の一部分とを一緒に組み立てた物である。その綺麗な光の中に生長する美しい植物達と私の記憶の中に残っている子供の時の「安心感」を、この写真集を見る人に、少しでも伝えられたら、多分それが私の写真集を作る意味だと考える。





植物 / Plants

# 唐子茵

TANG, TzuYin

## イラストレーションによる台湾のイメージポスター研究

Application of illustration in posters containing images of Taiwan

### 研究動機・背景

大学時代に旅行会社で働いた経験がある。修学旅行で台湾へ来た日本の高校生たちに台北市内を案内したりしながら、彼女らと接したところ、台湾と日本の間には文化の違いが多数あるということがわかった。また、日本の大学へ短期研修で訪れたこともある。留学先の交流会で母国について紹介する機会があり、そこで外国人の台湾に対するイメージが確立されていないということに気づいた。中国語が分からない外国人に対しても台湾の文化やイメージをポスターにすることで理解が深まるのではないかと考えた。

ポスター作品の中で、筆者は錯視技術に優れた福田繁雄がデザインしたポスターが非常に興味深いと感じた。福田繁雄の表現技術を調査するために、筆者は台湾・高雄にある福田繁雄設計芸術館へ調査に行った。福田繁雄のデザインへの意欲、および反戦とエコ推進の信念が、作品を通じて伝わってきた。福田繁雄のデザインは、どのような国や職業の人でも福田の独特なユーモアが感じられ楽しめると思われる。福田繁雄の作品にはメッセージ性もあり、ユーモアを活かした表現により印象に残らせられると思われる。福田繁雄の作品により、ポスターの可能性をより強く考えることとなった。

台湾に対する認識を深めるために、台湾のイメージ、また日本との違いを図案や色などでポスターにすれば、お互いの文化をより深く知ることができるのではないだろうか。そこで、台湾のイメージを客観的に認識するため、外国人から見た台湾のイメージをまとめたい。また、日本の文化に直接触れることで、改めて母国台湾のイメージの特異点を認識することができると考えた。したがって、本研究では、イラストレーションの表現を研究し、台湾のイメージや特徴点などを図案化したポスターにすることを制作の目標とする。

### 研究目的

本研究では自国台湾人と外国人（日本人）それぞれのもつ台湾のイメージを収集、分類し、台湾に対するイメージを明らかにする。その上で、台湾のイメージを中心にポスターを創作し、台湾についてより認識することができるイラストレーション表現を試行することを目的とする。

### まとめ

本研究では、まず、イラストレーションを使用した日本の観光ポスターの資料を調査し、分類することによって日本のイメージを表現する手法を研究し参考にした。そのうえで、台湾のイメージに適用する表現を検討した。また、台湾人により書かれた文献により、台湾のイメージを整理したが、データ数が不足しているため、台湾のイメージについての資料を収集することは今後の研究課題の一つだろう。

また、アンケート調査やインタビュー調査により、台湾人及び日本人の持つ台湾のイメージを比較した。調査により、普段気づいていなかった点を改めて認識することができた。今回行ったアンケート調査とインタビュー調査は、主に20代の回答者を対象としたため、全ての世代の意見ではない。台湾人と日本人の若者たちの意見を集めたので、若者たちなりの考えがより発信できると考えられる。

本研究では、台湾に対するイメージを明らかにすることが研究の目的であった。今回行ったアンケート調査とインタビュー調査により、現在の台湾人及び日本人の20代の若者の持つ台湾のイメージは、美味しい料理と台湾人の親切さという回答が多かった。しかし、台湾のイメージに基づいてイラストレーションの創作を行うためには、他のイメージも大事にしなければならない。調査による結果を参考にしながら、実は台湾の特有なことなのに、普段は知られていない、または気づかれていないことも台湾のイメージの一つとして取り上げて作品の創作を試みた。自作品を通じ、多様なイメージを認識してもらえればと考えている。

今後の研究課題として、年代ごとにアンケート調査とインタビュー調査を行うことができれば、各年齢層の持つ台湾のイメージについて更に明確に把握できると考えられる。また、この情報をイラストレーションにより、どのように活用するのかさらに研究する価値があると考えている。





マンゴーかき氷 / 728 × 1030 mm



臭豆腐 / 728 × 1030 mm



台湾ツキノワグマ / 728 × 1030 mm



台湾式シャンプー / 728 × 1030 mm



春節 / 728 × 1030 mm



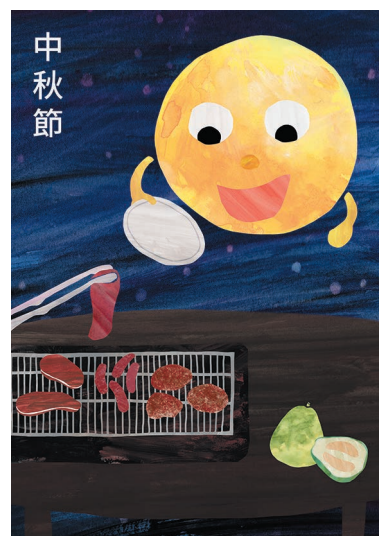
元宵節 / 728 × 1030 mm



端午節 / 728 × 1030 mm



中元節 / 728 × 1030 mm



中秋節 / 728 × 1030 mm



# 陳 子姍

CHEN, Zishan

## 中国の美意識によるブランディング研究

漢方化粧品ブランド「HERBORIST佰草集」の再構築

Chinese aesthetic sense for branding

本研究は、日本の化粧品ブランド「資生堂」を研究対象として、主に「資生堂」創業初期のブランドイメージを構築するプロセスと広告の「美意識」の表現を中国の漢方化粧品ブランド「佰草集」に活用し、ブランドイメージを強化するものである。その上で、中国の書体、刺繍、磁器などの伝統芸術から中医学の薬理までデザイン要素を精錬し、漢文化中の「美意識」と現代生活を結び、オリジナルの方法で「中国の美」を表現する。

美意識を宣伝する企業はその社会責任を負う必要がある。広告を通して社会の審美眼に良い影響を与えることは中国ブランドの発展の重要な要素である。

### 漢文化の美意識とブランドイメージの融合

近年、中国のブランド事業が起き、「中国製造」から「中国創造」に転換する機運が高まった結果、民族企業はブランド力を重視している。但し、長期的に製造力を発展した中国企業はデザインと文化宣伝の双方に力が足りず、ブランド基盤が弱い。

中国には古代文明から5000年の歴史があり、深い文化がある。戦争年代に政局が揺れ動く、国民によって文化より満腹することは更に大事だ。このプラグマティズムの概念は祖父の輩から今の30代まで貫かれ、「美」と言う意識は無用な物と理解する人もある。

しかし、現在の中国経済発展の趨勢により、単純な実用はもはや消費者に満足できない。経済条件が良い人はオリジナルの商品を求め、実用の上に特別な外観も欲しい。そして、民族のブランドとして、中国人好きな要素をデザインに入れ、伝統文化から中国の「美意識」を精錬し、現代美学を融合する。

### 「HERBORIST佰草集」の再構築（作品）

ブランドは「佰草集」をネーミングして、オリジナルの漢方ブレンドをベースとして中国伝統文化の「ナチュラル」と「バランス」を求める。漢方医の理論で肌の問題を診断すると同時に、現代科学で漢方処方調合し、中国の高品質のナチュラル化粧品を目指している。

### ①ロゴタイプのデザイン

ロゴタイプはブランドのマークとして宣伝広告での使用率が一番多い要素である。ロゴマークより、ロゴタイプの方は文字の可読性を確保した上で、ブランドイメージにも合わせ、オリジナルのデザインをする。欧文、和文、漢字などの文字間の距離や空白と書体の特徴、ブランドに関する特別な要素を入れて、文字だけと図形のような見た人に印象を残す。

「HERBORIST佰草集」ロゴタイプは中国国内市場と国際市場の為、漢字と欧文漢字二つの部分がある。漢字タイプは水平線の両端を撥ねる、細い筆画で古典と優雅な感覚を表す、漢代視覚美学の特徴を融合した。そして、英文タイプの「S」が中国画中の雲と川の形で、中国伝統文化の自然と平衡二つの要素を伝える為にデザインした。

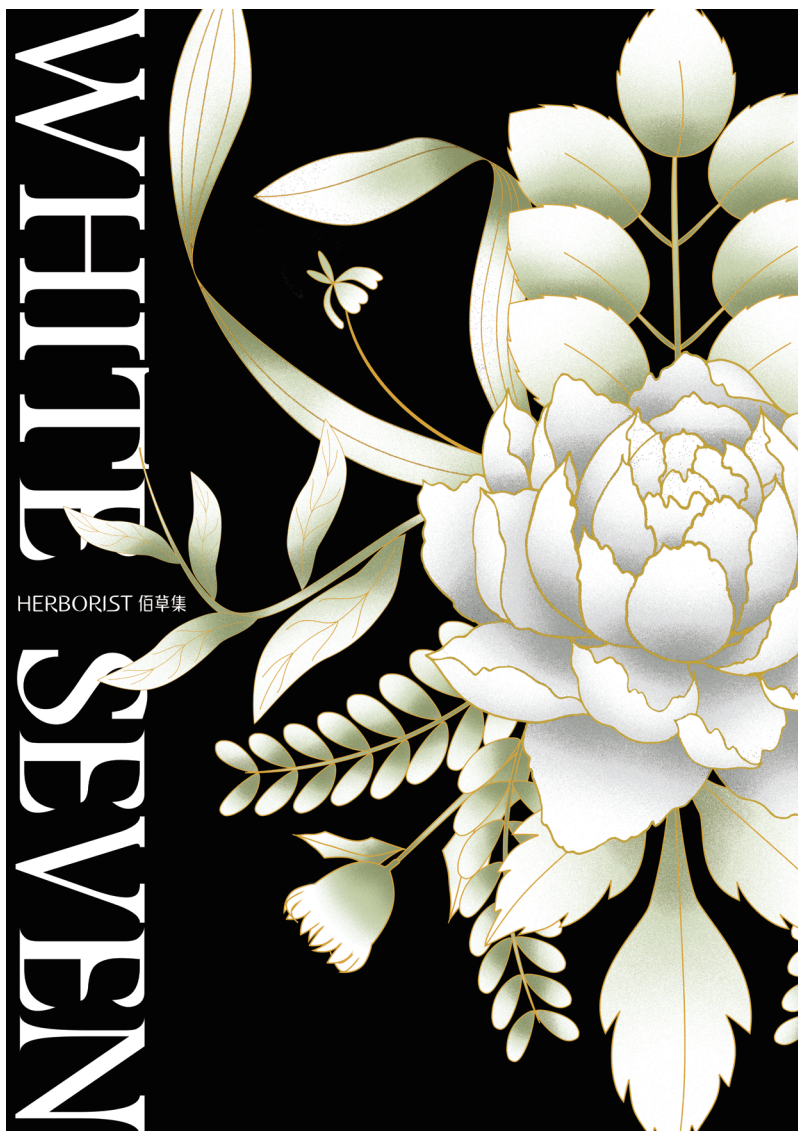
# HERBORIST 佰草集

# HERBORIST 佰草集

### ②美白シリーズ「WHITE SEVEN」のイメージパターン

「佰草集」は漢方化粧品ブランドなので、植物と中医学の特徴からデザイン要素を提練し、中国と西洋の文様を参考して、オリジナルの葉草文様をデザインする。「佰草集」の美白シリーズは7種名前が「白」を付ける葉草を組み合わせた「七白」と言う処方から改良したスキンケアである。そして、現代グローバル化の為「WHITE SEVEN」の名前を与えた。

イメージパターンはウィリアム・モリスの唐草を参考に、7種の葉草を巻きつけ、左右対称の描き方で漢方葉二つの特徴、「組み合わせ」と「バランス」を表現した。植物の描き方と配色は中国の伝統描き方を参考し、西洋の描き方と組み合わせ、中国伝統の美の感覚を保存する同時に新しいブランドのイメージを作った。



「HERBORIST 佰草集」 WHITE SEVEN  
ポスター / B1( 1030 × 728 mm) / デジタル出力



「HERBORIST 佰草集」 WHITE SEVEN  
パッケージデザイン

# 寺田 祥治

TERADA, Shoji

## 現代の日本「平成」という時代を象徴する文字の制作

Producing Japanese characters that symbolize the Heisei era (1989~)

### 制作内容

平成を象徴する言葉を文字で表現する。

平成元年（1989年）から現在発表されているまでの流行語を各年につき一語ずつ文字で表現する。

### 制作意図・目的

IT革命をはじめとするテクノロジーの進歩によって人々の生活は便利になり瞬時に大量の情報をえることができるようになった。一方でバブルは崩壊し経済状況は悪化していった。時代の急速な変化に加え、大量の情報を得られるようになった現代では、あらゆる局面での課題や問題を理解したり意思決定する際の質が低下する情報オーバーロードという状態に陥っている人々も少なくはない。

そのような現代社会において、自分たちがどのような時代の変化の中で生きてきたのかを知ることがまずは必要だと私は考えた。それを示すことは現在自分たちがどのような状況にあるのかを理解し、この複雑な社会であらゆる情報の中から自らに必要な情報を見極め、適切な判断をすることの補助となり得る。平成も終わろうとしている今だからこそ、それを明確に示すことで次の時代のためにどのような選択をするべきか考えるきっかけを作ることが目的である。

### 表現方法

その時代を象徴する文字によりその時代を象徴する言葉を表すということは、単にその言葉が本来持つ意味だけを示すのではなく、その時代ならではの使われ方やなぜその言葉がその時代を象徴しているのかなどの細かいニュアンスまで表すことが可能であり、その時代を象徴する物事の本質を明確に表現するということを実現することができる。日本には数々の魅力的な文字の表現がある。それらは日本の文字のかたちの美しさをいかし、文字を象徴的次元に高めている。その表現を研究し、現代にふさわしく新しい文字の表現を考察する。

### 「平成」を象徴する言葉の選定、分類分け、分析

この研究で私は平成に入った1989年から発表されているまでの流行語を各年につき一語選びそれをその言葉にあった

かたちと平成らしい表現を検討しそれらの要素をふまえた形の文字を制作する。

また平成の特徴、時代性とはなにかを検討するため、選定した言葉をそれぞれの属性に分類分けする。分類分けにより全ての言葉を「経済」、「技術」、「人間（平成）」、「政治」、「人間（普遍）」の五つの属性に分けることができた。さらにその五つの属性を時代の変化により変わっていくものと変わらないものがあるということが見えてきた。

本研究では五つの属性に分けた言葉の中から「経済」、「技術」、「人間（平成）」の三つの分類の言葉は時代の変化により変わったものとし、「政治」、「人間（普遍）」の二つの分類の言葉は時代の変化によって変わり辛いものであると分析した。

### 「平成」を文字で象徴させた作品の制作

本研究では何度かの文字造形の検討とその反省点を考慮し、ある一定の可読性と文字を組んだ時の美しさを保つため、既存のフォントをベースにし、言葉の分類ごとにその特徴に沿った文字造形の検討を試みた。

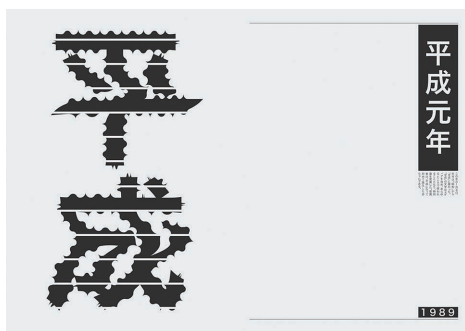
平成の複雑さと曖昧さを表現するため、ベースにするフォントにはフラットで整理されたものの中から選定し、ヒラギノ角ゴを選んだ。

### 編集とレイアウト

平成を象徴する言葉を、その言葉に相応しい文字造形によって表現することで、「平成」とはどのような時代だったのかを視覚表現によって効果的に伝える。

時代のことを伝える上で自治的な内容が含まれるので最終的なアウトプットとして新聞のような形式を用いて、本来の新聞ほどの情報量があるわけではないため、全15段ではなく全12段の形式でレイアウトし製本の方法も新聞と同様に、紙を二つ折りにしたものを重ね合わせるスクラム製本で冊子としてまとめた。





### 分類ごとの文字造形

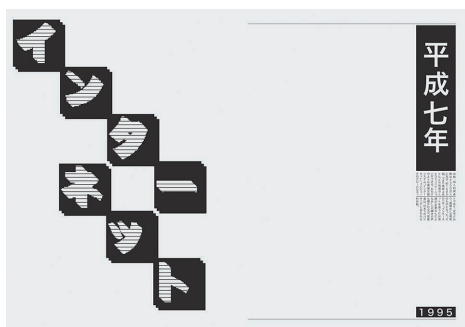
「人間 (平成)」

平成を表す文字は、他の4つの分類の文字の形が合わさった文字造形にすることでそれらの4つの要素が平成という時代に大きく影響していることを表現した。



「経済」

バブル経済の崩壊に始まり、平成の崩壊していく経済状況をバブルが破裂するイメージの文字造形。



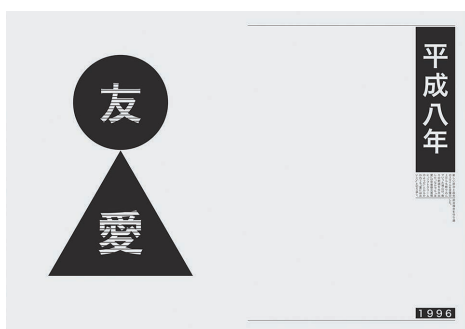
「技術」

平成に入って急速に発展したデジタル技術は2次元から3次元になり、リアルとアンリアルの境が曖昧なイメージの文字造形。



「政治」

時代が変わっても変わらない政治の曖昧さや不明確ではっきりとしないイメージの文字表現。



「人間 (普遍)」

時代の変化に関わらず、人間の心に常にあるもの。平成の人々も困難があると求めた願いだが、その重要性は普段の生活ではほとんど意識されることのない言葉のイメージの文字造形。

## 橋爪 伸弥

HASHIZUME, Shinya

### 実在の場所をモチーフにした物語の持つ特徴と可能性について

The characteristics and possibilities of stories based on real places



霊柩魚のララバイ / Lullaby of Reikyu-gyo / アニメーション / 5'37"





キャラクターが、創作の世界で現実性にとらわれず振る舞うことで、作品に現実世界では味わうことのできない刺激や新鮮さが生まれる。その作品世界を構成する要素として、キャラクターたちが過ごす空間の様相もまた重要だ。架空のなかに成立する作品は、ノンフィクションと呼ばれるような現実 に即した作品たちよりもはるかに解放され、自由である。しかし、自由である代わりに、見る人にとってつかみどころがなく、共感しづらいものとなりやすい。そこでキャラクターの心情を深く掘り込んだり、展開の矛盾を減らし整合性に気を配ったり、作品の世界に設けたルールを徹底したりといった努力が行われる。その中で、作品内のキャラクターたちが過ごす場所を、現実にあるどこかに設定するという方法もある。モチーフとした空間の固有の要素（イベント、言語、文化や建造物など）を取り込むことで、見る人の共感や理解を促す具体的な目的や立ち位置が生まれ、空想であるキャラクターや展開に説得力がつけられる。そして、そのような具体性や現実らしさの中にある、奇妙だったり不条理である特殊な部分が強調され、見る人の印象に残りやすい。これは作品の重要な部分を整理し、見る人への伝わり方をコントロールする手段につながる。

また、作品を見た人が、ふとした日常の中で風景、天気、音や色などの作品世界に通じるものによって、鏡合わせのように存在する作品世界を味わうことも容易になる。作品内のキャラクターや空気感などがどんなに奇妙で突飛なものであっても、その現実と直結した空間が、見る人と作品の世界をつなげるひとつの窓となり、作品そのものを深く味わう手がかりとなる。作品内にモチーフとなった場所の固有の要素をしっかりと取り込むには、その場所に関する詳細な知識が必要である。そのためにモチーフとする場所を綿密に取材することもできるし、あるいは作者自身が元々深い関わりを持っている場所をモチーフとして利用することも有効な手段だ。

本研究の最後に、私は故郷である富山県南砺市を舞台としたアニメーション「霊柩魚のララバイ」を制作した。この作品においても、実際の富山県南砺市という土地の風景、建物、文化といった情報を基礎に置きつつ、そこに私自身の個人的な体験を膨らませることによる様々な主観的な表現を加えている。このことで、以前の作品ではあやふやだった物語の舞台に一定の具体性をもった描写が加えられた。こういった現実の世界と共通した描写が増えることで見る人の共感を誘いつつ、その一方で私自身が最も描きたい空想の主観的な部分をより際立たせる構造も生まれた。

実在の土地をモチーフにした作品制作を行うことは、キャラクターの持つ説得力を強め、現実の部分と混合された、不条理で奇妙な部分をより印象深く見る人に伝える効果を持っている。さらに、モチーフとする場所を表面的な知識や数値で捉えるのではなく、そこで多くの時間と体験を重ねた人間ならではの主観を通した描き方を加えていくことで、それらが反映された作品に、他の人間には決して真似ることのできない独自性や深みが生まれるのである。



# 胡 藝航

Hu, Yihang

## 中国貴州省の伝統文化を活かしたデザインによる地域宣伝の研究

Research regarding regional advertisement using traditional elements from Guizhou, China

### 論文概要

グローバル化の拡大につれて、各国の科学技術と文化の関係はますます密接なものとなり、それに応じてコミュニケーションの社会的重要性も高まっている。この状況のもとで新しい技術や新しい理念が生まれ、様々なことが姿を変え、生活を変化させている。そうした中、自治体やそこに暮らす生活者にとって、自分たちの地域文化、地域魅力を外部に発信する必要性が高まっている。本研究は、まず地域宣伝を研究した上で、中国貴州省の伝統文化を活かしたデザインによる地域宣伝の研究をテーマに、どうやって貴州の地域魅力を日本人に伝えるかを実践を通じて研究するものである。貴州の伝統資源「水書」と民族手工芸資源「染め技法」という二つ文化を通じて様々な人々に、その地域の魅力を伝えることができる可能性を探る。本研究は伝統文化に新しい生命力を吹き込むことを通じて、自分の故郷貴州省を宣伝することを研究し、現代社会におけるグラフィックデザインの伝統性と現代性の融合の重要性を提示したい。

貴州省は中国の西南雲貴高原の東北部に位置し、中国全土の中でも少数民族の人口が最も多い省の一つであり、少数民族が全省人口の3分の1を占める。そのため、民族の生活習慣と伝統は日本と違うところも多い。その異文化は貴州内容として、大衆の視点で客観的に貴州省のことを紹介した。中国における民族の概念は1954年以降に実施された少数民族の「風俗習慣」を重するという基本方針に従って、中国政府は少数民族異文化の観光による地域経済の発展を目指して観光戦略を構築している。貴州の独特な文化もまた地域ブランドとして宣伝する対象である。

本研究は地域ごとに異なる気候や風土、環境から多種多様な技と伝統が残る貴州。その土地で受け継がれてきた文化風習を現代のグラフィックデザインに引き寄せ取り入れ、貴州の代表的な地域ブランドを構築することを目指す。

今、世界中の人々が、自らがルーツを持つ文化以外の、グローバルな異文化に高い関心を持つようになっている。地域宣伝によって、その地域の持つ固有の魅力をブランド化できれば、その価値は必ず世界中の人々の心に届くだろう。

一般的に手工芸は、国内のいろいろな地域で発展してきた

高度な技術を要する伝統的な表現形態を意味する。基本的には、周りの環境と歴史的な変化を捉えて表現する方向性を持つ。今日、手工芸にはいまだ未開拓のさまざまな可能性が秘められている。たとえば、技術力を軸にしてきた手工芸を、技術の高さだけでなく、「個性」や「表現」などを加味して、展開することで、手工芸に新たな魅力を与えることができるだろう。その際、グラフィックデザインならではの「自由」で、個性的な表現が有効である。結果として、手工芸とデザインの両方の特徴を兼ね備えた新しい魅力が生まれるだろう。

以上の見解に基づいて、本研究は表現方法として手工芸的で実在感のある造形美と豊かな感受を蓄えた「水書」「染め技法」という伝統的な文化をモチーフとして、そこにグラフィックデザインの力を活かして、中国貴州を宣伝する。地域宣伝を行う時、その地域の風土や文化を反映した伝統的な手工芸は、宣伝内容の核になり得る。しかし、伝統的な手工芸をそのまま利用しても、望むような結果は得られないだろう。問題はむしろ、伝統的な手工芸の魅力をいかに伝えるかという点にある。ここに、グラフィックデザインの領域が存在している。グラフィックデザインを通じた「自由」「個性」を、伝統的な手工芸に付与することで、手工芸の魅力を浮き上がらせることができる。また、その結果として、その地域の伝統文化を後世に残すこともできる。なので、地域宣伝は、グラフィックデザインと伝統工芸という新旧文化を融合させる舞台になり得るのである。

### 作品概要

本作品は貴州の地域魅力を日本人に伝えるため、「水書」と「染め技法」という伝統的な文化をモチーフとして、グラフィックデザインに活かす。「貴州の」という作品を作った。具体的に展開すると、直接的に貴州の生活の紹介を突入しないで、水書文字を通じて、背後にある貴州生活とのつながりを示すことで、間接的に貴州の生活を表現する。貴州にしか味わえない衣食住の文化を10個目に紹介した。本を読み進みながらイメージを膨らませ、本の中に入っていくと、その裏に隠されている意味を紹介することで、貴州の独特の地域魅力を伝えていきたい。





「貴州の」/ 594 × 1682 mm / プルーフペーパー



# 本多 陽一

HONDA, Yoichi

## 体験的なOOHについて

Experiential OOH

### 1. 論文について

私は大学院に入学する以前からOOH(主に屋外広告、out of home mediaの略称)に興味を持っていた。きっかけは、学部時代にインターネットサイトで、あるOOHに出会ったことだ。そのOOHは2009年のクリスマスにミニクーパーがオランダのアムステルダムで実施した広告で、クリスマスの翌朝に、プレゼントの包み紙や箱で溢れているごみ捨て場の中に実際のミニクーパーのサイズの空き箱と一緒に捨てられているというものである。ミニクーパーの持つ遊び心やサイズ感がユーモラスかつ衝撃的に伝わってくる。見た人は、写真を撮ってSNSにアップしたり、友人に話したり、あるいは日記をつけている人であれば必ずその日の出来事として書き留めることだろう。このような広告自体が体験的な出来事として捉えられるOOHのことを私はExperiential OOHと名付けた。OOHは、家の中以外でコミュニケーションする広告全般であり、中には交通広告やアンビエント広告（世の中にすでにあるものや環境や機能を損なわずに利用している広告）やイベント広告と言われるものもある。私はOOHの中でこれらのくくりとは異なり、場所や形式などに縛られず、体験的な出来事として感じるかどうかという視点でOOHをまとめ、新たなカテゴリーをExperiential OOHとして修士論文にて提案した。

まず、どのような経緯で生まれたのかということについて考えた。私は二つの流れがあると推測した。一つは、従来のポスター広告からの進化だ。近年は情報が溢れており、通常のポスター広告はなかなか注目されにくい。さらに社会問題にもなっている歩きスマホが蔓延し、ますます広告に目がいかなくなってきている。2016年のジェイアール東日本企画の調べによるとB全サイズの駅貼りポスターにおける広告到達率は約1割で、9割の人には見られていないという。そうしたことから、どのようにしたら多くの人の目を引けるのか、どのようにしたら印象に残るのかを必然的に以前より強く考えなくてはならなかった。そして、よりインパクトのある、Experiential OOHに進化したと考えられる。ポスター広告の流れを汲んでいるため、Experiential OOHはわかりやすく、インパクトのある表現が多く見られるのが特徴だ。

二つ目はインターネット広告からの派生だ。インターネット

広告というものはただ見せることしかできなかった一方通行の広告コミュニケーションからユーザーのアクションで変化が起きるインタラクティブ性、つまり双方向のコミュニケーションの可能性を世に提示した。それによって濃厚なコミュニケーションが可能になり、クイズになっていたり、ゲームのように遊べたり、様々な新しい広告の手法や表現が生まれてきた。しかし、インターネット広告には欠点がある。このような魅力的なコンテンツを制作しても、多くのユーザーに見られているものはごく一部だ。コンテンツだけ作っても、そのページにユーザーが来なければ見られることはない。つまり、インターネット広告のコンテンツは、そこへさらに誘導する広告や仕掛けが必要になるという面倒な事態になっている。こうした問題からインターネット広告単体では行き詰まり始め、インターネット広告で培ったインタラクティブ性を活かして現実世界で面白いことをしようという流れが生まれ、Experiential OOHが誕生したのだと私は考えた。このようなインターネット広告のDNAを受け継いだExperiential OOHは容易にその場に居合わせた人の注目を集め、メディアやインターネット上で拡散されて話題になり、その場で直接見ていない人にまで知ってもらうことが可能なのだ。SNSやスマートフォンが普及しているからこそ効果が局地的にならない非常に現代的な広告手法と言える。以上のようにExperiential OOHには、ポスター広告からの進化という側面と、インターネット広告からの派生という側面の二つの流れがあると私は分析した。

次にどんな特徴があるのかというと、インパクト、わかりやすさ、楽しさ、場所・物を活用するなどが挙げられ、それらは主にポスターから進化したものに多く見られる特徴だと判明した。そして、インタラクティブ性、イベント・ゲーム性、非広告性などが、主にインターネットから派生したものに共通して見られる性質であることが分かった。

このように私はExperiential OOHについて、大学院で研究していくなかで、メディアが異なっても変わらない広告の本質的な部分や、Experiential OOHが広告を制作する際に重要な広告の基本が詰まっていることを発見した。このことをメディアこそ異なるが、大学院の制作にも意識して積極的に活かそうと試みた。



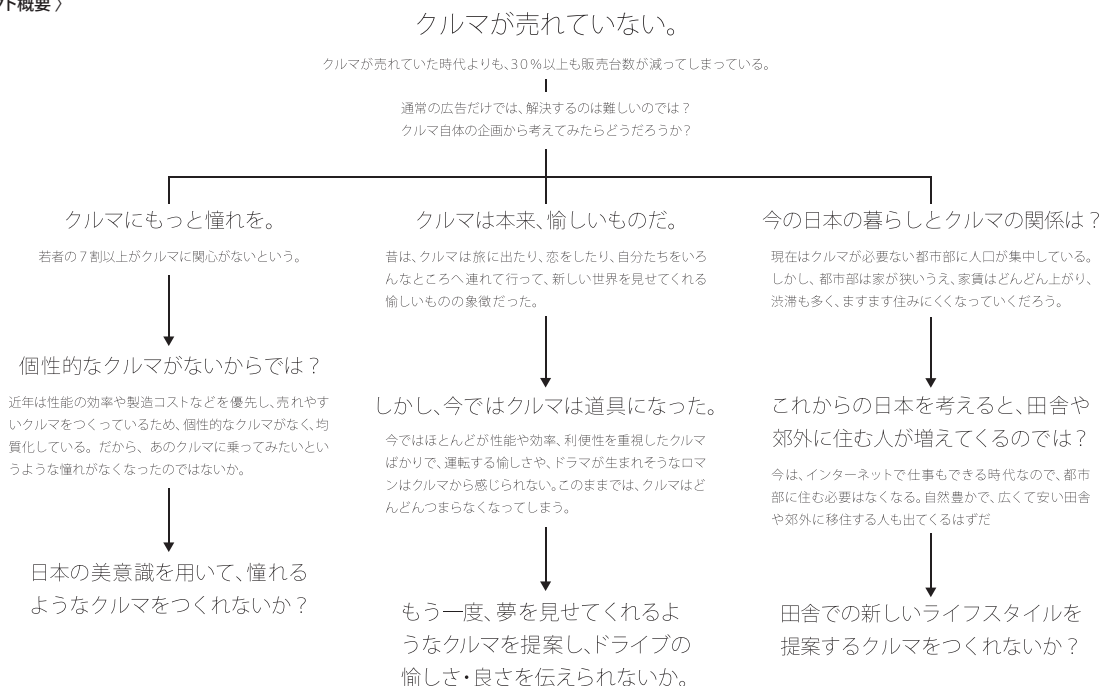
## 2. 制作について

私が大学院で広告コミュニケーションの研究を通してメインで行なってきたことは、問題解決だ。制作したTOYOTAの広告シリーズでは、TOYOTAだけではなく、クルマというものがなぜ今売れていないのかを探り、問題を解決できるコミュニケーションを教授の指導のもと、検討していった。今回制作したものは、クルマが売れない現状を根本的に問題を解決するために、通常の広告の枠を越えて商品のクルマの企画・

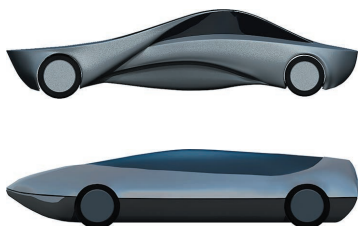
デザインから考案し、ポスターや新聞・雑誌広告などを制作した。

この作品では三つのプロジェクトを展開し、クルマが売れない問題に挑んだ。一つ目は、クルマ自体の魅力が薄くなっているのを、憧れを取り戻すプロジェクト。二つ目は、若者を中心にドライブやクルマの愉しさ・良さを伝えるプロジェクト。三つ目はクルマとこれからの日本の暮らしの関係について考えたプロジェクトだ。

### 〈プロジェクト概要〉



### 〈各プロジェクトのために企画・デザインしたクルマ〉



プロジェクト1 /クルマへの憧れを取り戻す



プロジェクト2 / 若者にクルマの愉しさを伝える



プロジェクト3 / これからの日本の暮らしとクルマの関係を考える



プロジェクト1 / ポスター

※著作権の都合上、広告作品の画像は一つ目のプロジェクトのみの掲載になります。



プロジェクト1 / 新聞広告

# 前田 柚綺

MAEDA, Yuki

## アニメーションにおけるキャラクターの表情研究

能面による表情の研究を中心として

A study of characters' facial expressions in animation

Focusing on a study of facial expressions in Noh



心相阿亀 / アニメーション / 7分18秒

### 研究目的

生活の中で、能面に触れる機会はどれほどあるだろうか。おそらく自ら美術館などに足を運ばない限り、多くの人は能面という芸術自体と触れ合う機会はほぼ無いに等しいのではないだろうか。

本研究は、自身のアニメーション制作にて能面を素材として使用するために、能面の表情の変移を調査し、喜・怒・悲の表情3つに分類分けをする。その際に調査に使用する能面は、筆者の祖父が生前に制作し、保管している77点の能面である。

本研究の目的は、能面の表情の新たな分類分け表を制作することで、能面の角度や種類による表情の傾向を明らかにすること、また制作した分類分け表を参考にして能面を利用したアニメーションを制作し、作品の中で登場人物の感情を表現することで、能面の表情の豊かさを証明することである。

制作したアニメーション作品を上映することで、人々が能面に触れ合う機会を少しでも増やすことも目的の一つである。

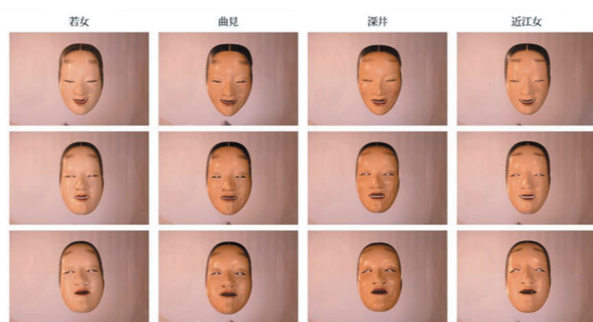
### 研究の背景

2015年に亡くなった私の祖父・前田忠夫は、能面を彫るのが趣味であった。私たち家族が京都に住んでいたころ(2005年以前)には、師範として、週に一度、生徒数人に面の打ち方を教えていた。当時私はそれほど能面に興味はなく、能面に触れるということは日常の一部であった。玄関には祖父の彫った小面や阿亀が飾られており、日々それを目にするので能面という芸術にたいしてさほど特別な感情は持ち合わせていなかった。

能面に対する意識が変わったのは、祖父が亡くなったことがきっかけである。2005年以降、家族揃って東京に引っ越したのと同時に祖父は能面打ちの師範をやめた。それ以降亡くなるまでの約10年間は、一人、趣味として面を彫り続けていた。そんな祖父が亡くなった折、かつて祖父のもとで能面打ちを教わっていた生徒の方がひとり訪ねてきてくれた。祖父が作り貯めていた能面を見たいということだった。私自身、祖父が彫った能面すべてを広げて、ひとつひとつ丁寧に見て

いくのはそれが初めてだった。その際にその方が、能面を彫る人が減っているということ、祖父の打つ能面がいかに出来のいいものであるかということ、そしてこの能面を展示などすることなく、納屋で寝かせておくのがどれほど勿体ないことかなどを話してくれたことが私の中で能面に対する意識を変えた。祖父が作った能面は、祖父本人が展覧会などに出品していた2005年以前のもの以外、人目に触れていない。こんなに美しい面なのにもったいない、とその時感じた。どうにか祖父の能面を、世に出すことはできないだろうか。また、その方の言うように能面を彫る人口が減る一方であるならば、能に興味がない人は特に、人生において能面と触れ合う機会はとても少ないだろう。どうにか世の中に少しでも、この素晴らしい伝統芸能を披露する機会はないか考え、自身のアニメーション作品の中に能面の要素を入れ、制作することにした。

制作にあたり、能を改めて観察すると、角度により表情が変わることが分かった。この、角度により変化する表情を制作で利用するため、本研究にて表情研究を試みた。



『女面』の表情研究例



『般若』の表情研究例

## 表情研究の結果

論文内での調査結果から、角度により表情が変わる面は、主に女面に多いということが判明した。男面をはじめとする翁面、尉面、鬼神面、霊面は、年齢や霊的な表現による表情表現があるほか、特定の人物の専用面もあり、その種類は多岐にわたる。一方女面は、男面などに比べて特に個性的な造形表現は見られず、特定の人物の専用面が発達することもなかったという。特定の人物を演じるのではなく、曲目内の場面に応じた感情表現を実現するため、このような結果になったのではないかと考察する。

また、本研究の検証では能『鐘巻』・川本喜八郎アニメーション作品『道成寺』を例にとり、能面の表情の分類分けをもとに表情の比較を行った。今後の研究課題として、他の能の演目についても、制作した能面の表情分類分け表をもとに表情の比較、研究を行うことで、さらなる能の演目への理解が深まるのではないだろうか。そのことを通じて、アニメーションのキャラクターの表情へのさらなる応用も試みていきたいと考えている。

## 修了制作『心相阿亀(しんそうおかめ)』

本研究で、能面の表情について調査し、喜・怒・哀の表情3つに分類を行ったのは、自身のアニメーション制作にて能面を素材として使用するためである。制作したアニメーション『心相阿亀』では、登場キャラクターの狸の心情を、能面をつかって表す試みを行った。

論文内で行った能面の表情分類表を元に、アニメーションで使用する面選びを行い実制作に取り入れた。実際の面を写真に撮り、キャラクターが面を被っているかのような表現をするため、本作は切り紙という手法を取り入れ、写真素材と切り紙アニメーションの融合に挑戦した。

また、今回は大和絵を意識し、建造物などの背景も西洋的なパースではなく、平面的な要素を多く取り入れ、和の雰囲気を出せるよう工夫した。



心相阿亀 / アニメーション / 7分18秒





# RAMIREZ BUITRAGO, Camilo Andres

## ユーモアのある絵本を通したコロンビア文化の表現

Colombian culture expressed in humorous picture books

この研究の目的はコロンビアの文化を表現するユーモラスな絵本の創作方法を発見させることだ。この目的を達成するために、研究を二つの章に分けている。第1章は、絵本の様々な要素はどのようにユーモアを引き出しているかを分析した。第1章の結果としては絵本「I lost my head」(図1-2)を作った。第2章ではコロンビアの文化の一つである「お手伝いさんサービス」の研究である。絵本は子どもに様々な価値観や知識を教えてあげる一般的な方法である。また、基本的な知識や価値観だけではなく、絵本は様々な国の多様な文化を伝える方法である。自分の絵本を通して、読者に私の生まれ育ったコロンビアのリアルな日常生活や文化を紹介したい。私は三年前日本に来た時から常に料理、日常生活、宗教、人間関係などの日本文化の様々な部分を体験し、自分の国の文化と比較してきた。日本へ来たばかりの頃は日本の文化に驚いたが、慣れいくと同時にコロンビアで当たり前だったことが少しずつ当たり前ではないと気づき始めた。遠い日本から母国の文化を振り返るとコロンビアにいた頃には気づけなかった面白さを発見することができた。その中の一つがコロンビアの文化の「お手伝いサービス」であり、そのテーマに興味を持ち、絵本を通じて表現することにきめた。絵本のタイトルは「Minerva」(図3-6)だ。この絵本はボゴタの中流家庭の子どもの視点から見たボゴタにお手伝いさんとして働きに来た「Minerva」というお婆さんの話だ。このお婆さんはコロンビアの遠い村の出身である。

### 作品制作の背景と目的

「Minerva」という絵本には二つの目的がある。一つ目は「コロンビア文化」の表現だ。Minervaの仕事を紹介することでコロンビアの様々な文化を紹介できると考えた。一般家庭の家事や日常生活には、その国の文化の大切にしている部分が存在し、全ての家事を負担しているMinervaの仕事の1日を通してコロンビアの文化とリアリティを伝えたい。例えば、Minervaに作ってもらうコロンビアの伝統的な料理と食材として見た目、コロンビア特有の八百屋、スラムなどのリアリティといったコロンビアの文化と現状を紹介したい。二つ目はコロンビアの社会的な遺産、政治、経済の状況が



図1 《I lost my head》絵本の中身 / 2017 / A4 (210 × 297 mm)



図2 《I lost my head》絵本の中身 / 2017 / A4 (210 × 297 mm)

ら生まれる人間関係と社会的格差の問題について、人々が考えられるきっかけを作ることだ。私はこの絵本を制作するにあたり「コロンビアのお手伝いさんサービス」歴史、社会的な原因、そしてコロンビアの現状を研究した。





図3 《Minerva》絵本の中身 / 2017 / A4 (210 × 297 mm)



図4 Minerva

## 作品コメント

### 《Minerva》

(図4) 2017 / インクジェット / 1030×728mm

この作品は絵本「Minerva」の表紙です。お手伝いさんの仕事はコロンビアの家庭にはとても大事な要素なのに、ほとんど認められない。そのため「見えざる労働」と言われている。この作品には、そのお手伝いさんの「見えざる状況」、または「隠されていること」を表現した。

### 《Home sweet home》

(図5) 2017 / インクジェット / 1030×728mm

この作品は絵本「Minerva」のワンシーンを表現したものだ。Minervaが住んでいるボゴタ町の外れにあるスラムについて描いた。この作品には、ボゴタのスラムの貧状態のリアリティを表現した。ボゴタのスラムの様子は、絵本やイラストレーションにはあんまり表現されてこなかったものだ。

### 《Good Morning!》

(図6) 2017 / インクジェット / 1030×728mm

この作品は「Minerva」という絵本のシーンだ。コロンビアでは、朝ご飯はとても大事な時間である。その時時間家族は、「Changua」（チャングア）、「Tamal」（タマル）などのコロンビアの伝統的な朝ご飯を食べながら、仕事、学校などの皆の生活状況について話し合う。

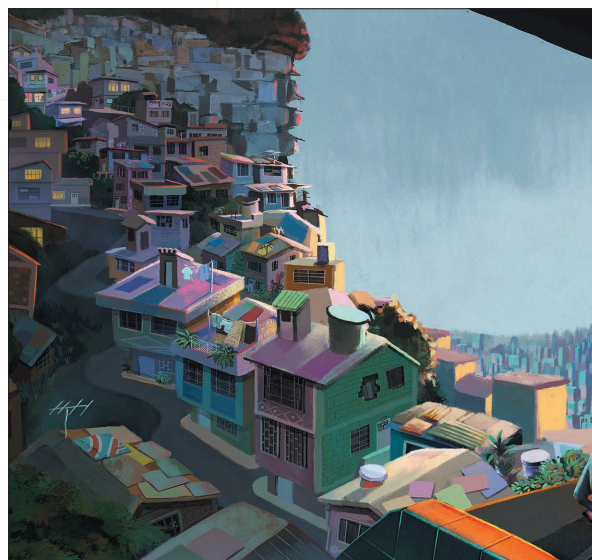


図5 Home sweet home



図6 Good Morning!



# 李 倩

Li, Qian

## 人間の食物に対する依存関係についてのイラストレーション表現の可能性

The possibilities of illustration on human beings' dependence on food

人は色々な食物を得て、活力を維持することが必要だ。人が死ぬとその栄養で植物を育て、動物がその植物を食べ、人はその動物を食べる、これが生命の循環である。この考えを切り口として、人と植物、人と自然の間の共存関係を理解したい。

昨今、菜食主義者がどんどん増えているが、人はその主義に関わらず、生命を栄養源とする。この点において、肉食菜食に関わらず、食べ物を尊重すべきではないだろうか。人の食べ物への依存性を出発点として、それらの不可分な融合関係を目を向ける一助としたい。

本研究はイラストレーションを切り口とする。本研究の目的は、シュルレアリスムの手法を使って、人間と食の融和と共存関係をビジュアル化する可能性を見つけることである。制作作品においては、人と食べ物の外見を直接結合するといった具体的な表現を用いて、人を植物の栄養として比喻する。

菜食主義が広がるにつれ、肉食を批判するポスターや広告が出現している。私は非菜食主義者の立場から食物に対する尊重を表現したい。私は中国北京の出身であるが、冷蔵設備や季節外れの栽培技術が整っていなかった時代、冬には肉しか食べられるものがなかった。そのため北京の人々は、冬に羊肉の鍋を食べる習慣がある。肉食が生命を尊重していないわけではなく、菜食、非菜食共に食べられる者の犠牲の上に自らの生命を維持している。

前述の融和とは、互いにうちとけて仲のよい状態になることであるが、比喻表現によって、食す者と食される者の心地よい融和を表現し、ビジュアルから生命のエネルギーを体現したい。例えば、自分の作品は、食す者と食される者の共存関係を表現しようとした。具体的には、マグリットとダリのシュルレアリスムのイラストレーションを分析研究することで、これら著名な作家の思想を掘り下げ、その審美眼や思考が、現代のイラストレーション芸術に与える影響を理解したいと考えている。

シュルレアリスムの手法を用いた絵画においては、異なる「元素」の融合によって現実ではない世界を表現する。これらの元素は、そのそれぞれが意味をもつが、例えば、ルネ・マグリットの絵における鳩は「平和」の暗喩であり、青空は「自

由」の暗喩である。このような異なる意味をもった元素が組み合わされて、面白く、また現実世界に見られない画面が構成されるのである。これは先にも述べたように、その他の表現方法では代替することのできない特徴である。

本稿における元素は、イラストレーション中の図形や記号を指す。即ち、画面の図形や記号の起源とそれらが含む文化的背景である。異なる文化背景、特徴が鮮明である元素を一緒にすると、本来の単一的な環境は打破されてしまう。多くの異なる元素の融合により、新たな状況を作り出すことができるが、これがイラストレーションを見る際、目新しいと思う原因である。

私は創作の中で、明喩と暗喩を組み合わせた手法を頻繁に用いている。私の作品を例にとると、体内の肉類を以って非菜食主義者を比喻し、菜類を以って菜食主義者を比喻している。これら二枚の絵は人を直接的に解剖しており、内部に食物が見られる。これは菜食非菜食に関わらず、他の生命に依存して生命を依存していることを暗喩している。

食物と人の関係を分析することを通して、表現そのものの内容と、比喻方法に関して確定させる。人物や食物が表す内容により、その大小や比率は実際とは異なっている。したがって、下絵の段階で描きたい比率の正確なデッサンを描き出す必要がある。

21世紀となり、食べるという行為は儀式と似てきている。人は他の動物に比べ、この儀式的感覚を追求しているように思える。人が動物を食べるという「儀式」を、絵を通して感覚的に対比させ、食べ物を尊重すべきという考えを伝えている。

この作品では、対比の手法を使って人と食べ物の関係を表現した。経済の発展に伴い、食べるという行為は、腹を満たすという本質から離れつつあるが、これは他の動物では見られない。日本の女体盛りのように、ただ食べるという行為ではなく、一種の儀式のようである。これにインスピレーションを受け、人と魚の立場を逆転させた「魚体盛り(ぎょたいもり)」を描いてみた。この絵では魚の上に人が並べられている。

作者は自らの創作活動を通じて、鑑賞者に美しさと、人と植物の融和関係を伝え得る作品を制作することを目指す。私の作品と研究内容を通じて、人々が食物を尊重すると同時に、

人類と食物が実は一種の循環関係にあるという点に気づかせ、より生命を尊重し大切にすべきという考えを表現したい。

人類は食物から栄養を得て、死ぬことでまた自分が食べる食物の栄養となり、それが自分を育てる食物となる。このように考えれば、死ぬことは恐怖ではなく、人類が一種の新しい生命の形態で、この循環関係を続けていくだけのことであり、死がもたらす苦痛が、人に死亡そのものを恐れさせるだけなのだ。



スイカ



光合成



花火



# 劉 怡蘭

LIU, Yilan

## ポスターにおけるタイポグラフィの視覚表現

タイポグラフィの絵画的な側面について

Visual expression of typography in poster design

文字は情報を伝えるツールとして、デザインにおける不可欠な要素である。文字を使って、タイポグラフィは、ポスター、雑誌、本、チラシなど、様々なメディアに乗せられ、人に情報を伝える。伝える内容やメディアによってタイポグラフィの活用方法も異なってくる。たとえば、ポスターデザインでは、デザイナーは情報、内容をまとめ、画面における他の素材の状態に合わせてフォントを選択してデザインし、さらにフォントの大きさや画面における位置によって読まれる文字の優先順位をつける。これで、情報を選択的に提供する役割を果たし、読者が最短時間で最重要な情報を確実に獲得することを保証する。書籍設計では、フォントの選択や組版で読者の内容を読むスピードや読むことで得る印象を変えることができる。そのため、文字はデザイン次第で、その内容以上に多くのことを伝えられる。

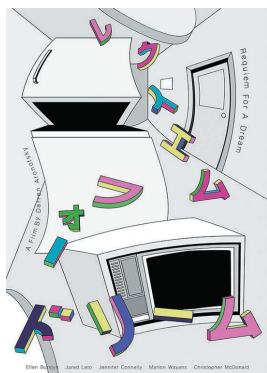
日本は漢字、ひらがな、カタカナ、欧文という四つの文字を使っている国である。その中で、欧文は漢字やひらがな、カタカナよりも幾何図形の形に近いが、甲骨文字から変わってきた漢字は象形という特徴により、構造的により複雑である。異なる文字には異なる歴史やそれなりの表情がある。これらの符合の組合せによってできた文字そのものがデザインだと言っても過言ではない。そのため、同じ画面に置かれることは面白味があることで、チャレンジの一つでもある。

ポスターは、人の集まる場所、刺激が飛び交うその空間で人の視線を無意識のうちに奪い、情報を伝達する一枚の紙による仕事である。

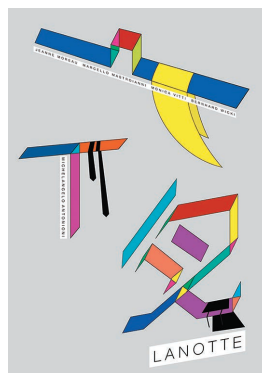
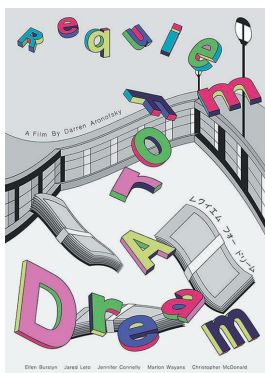
だから、ポスターの要諦は、目につき、分かりやすいことである。しかし、情報技術の発展により、現在、デザインを表現する媒体は単なる紙媒体ではなくなっている。人々は毎日情報が溢れる世界で生活しているため、情報を受け取ることに関心を感じなくなっている。そのため、斬新な表現方式、手法を生かしたポスターが生まれる。ポスターデザインでは、文字は情報を伝える主体として最も重要な構成部分である。しかし、現代ポスターデザインでは、規則通りのフォントや組版に満足しなくなる。ルールを破る想定外のフォントデザインが求められる。同時に、ポスターにおける文字の役割は文字という言葉だけではなくなり、さまざまな視覚表現で新しい図形の言葉になる。文字の視覚表現を試し、探すポスターが時代に応じて現れてくる。デザイナーにとって、文字そのもののルールを尊重する上に、文字という既存概念を超える文字デザインに対する研究を進めることが必要である。

本研究は、文字の造形的興味のもとに、ポスターにおける文字自体の形とバランスなど一つの画面を成立させる絵画的な側面を研究する試みである。

本研究では、タイポグラフィデザインの作品を例にして研究する。グラフィックデザインにおいてタイポグラフィと図形、つまりタイポグラフィックの視覚表現の類型を二つの角度から分析と分類し、それらをまとめ、書体と絵と融合させるタイポグラフィ中心の視覚表現の可能性を探索し、好きな映画と文学作品をテーマに、ポスターを制作する。



レクイエム・フォー・ドリーム / B1 / 映画ポスター



夜 / B1 / 映画ポスター



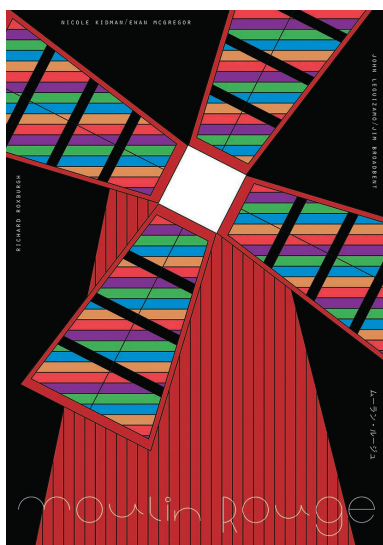
エイズ・オブ・イノセンス / B1 / 文学ポスター



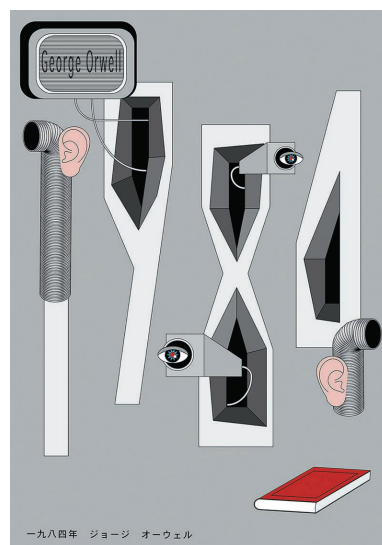
動物農場 / B1 / 文学ポスター



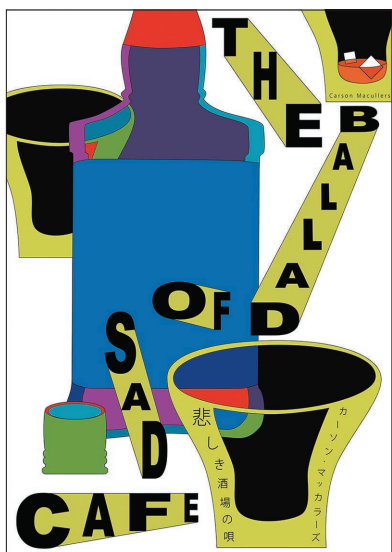
ムーラン・ルージュ / B1 / 映画ポスター



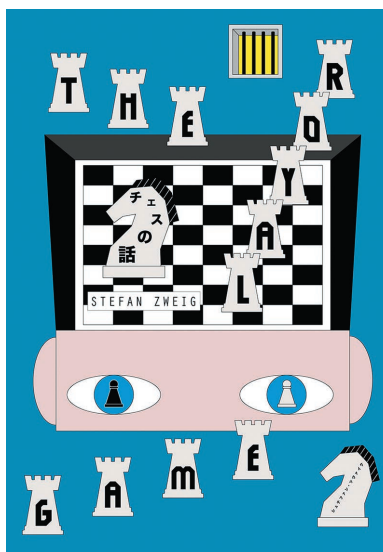
ムーラン・ルージュ / B1 / 映画ポスター



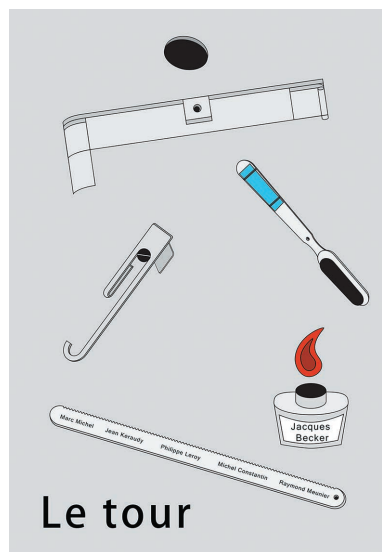
1984 / B1 / 映画ポスター



悲しき酒場の唄 / B1 / 文学ポスター



チェスの話 / B1 / 文学ポスター



穴 / B1 / 映画ポスター



# 渡邊 夏子

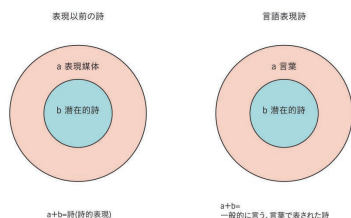
WATANABE, Natsuko

## 詩とグラフィックデザイン

Poetry and graphic design

「詩とは感情の神経を掴んだものである。生きて働く心理学である。」と萩原朔太郎は言っている。詩とは、その人が何かを五感で感じ取ったことをその人の感覚で言葉を選び、表したものの、端的に言えば、その人が感じとったこと「そのもの」、ナマモノの様な感情のことであると筆者は考える。また、詩を読んだ時、何か感じ取ったことがあるとする。それをまた言い表した場合、それは詩になりうるということが考えられる。つまり詩を読んで、詩を生むことができるということが言える。それでは、詩の形とは、つまり詩を形成するものとは一体なんであるのか。「詩は人間の言葉では説明することのできないものまでも説明する。詩は言葉以上の言葉である。」と萩原朔太郎が言う様に、つまり、世の中にある一般的な詩と呼ばれるものは、言葉の姿を借りた、別のものであると言えるだろう。今までその形だと認識していた「あるもの」が、その形の皮を取られてしまっても、「そのもの」としての認識がなくなる。しかし、「そのもの」を再び言い表すことが出来たとしても、その言い表したものは与えられた形に過ぎず、またしかし、確かに私たちが認識するもの。この概念的な「そのもの」、筆者はそれが詩のイメージなのだと考える。本稿では、一般的な詩(言葉の姿を借りた詩)を「言語表現詩」と呼ぶことにする。下にイメージ図として表した。

(詩の構造)

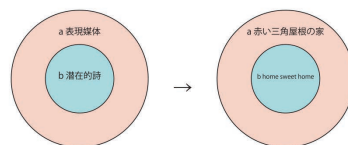


また、この「詩」を二つの層に分けたときの核となっている青い部分の詩のイメージbのことを、本文では「潜在的詩」と呼ぶことにする。前述の通り言語表現詩は、本来的に詩と呼ばれる概念的な「なんらか」の「表れ」であり、それは言語以前にある(潜在している)ものであると考えるためである。潜在的詩は詩本来の姿である。「言葉では解明できないよう

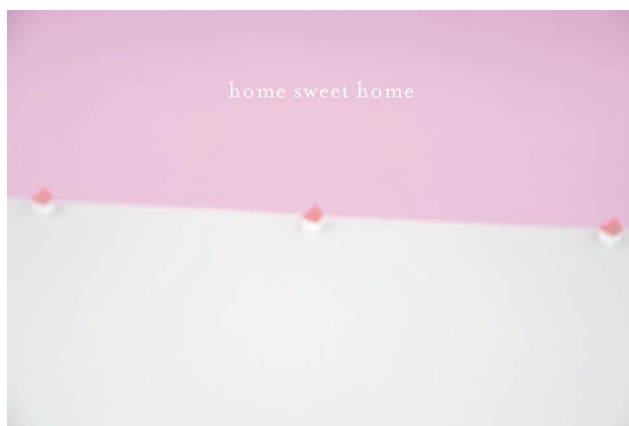
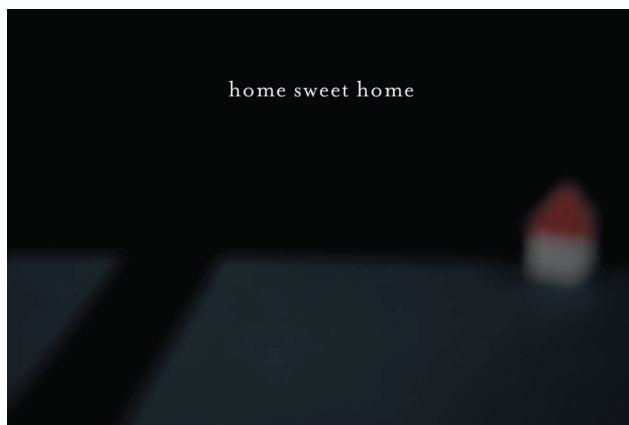
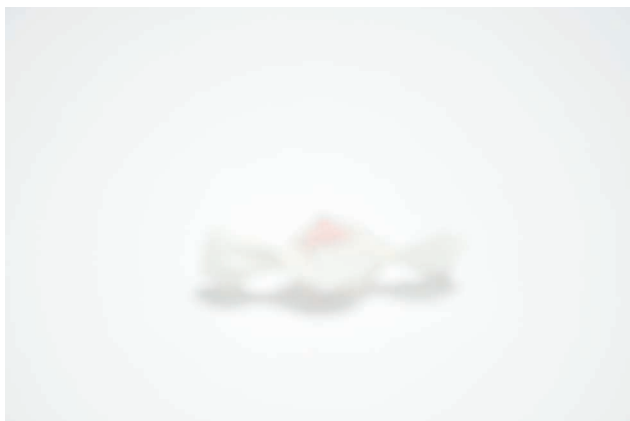
な不思議な魅力を持ったものを見ると、これは詩だって思うでしょう。ということは、〈詩〉という言葉は言語の世界に深く潜んでいるけれども、同時に言葉で解明できないようなものを指す最も有力な一つの記号でもあるわけだね。」と谷川俊太郎は言っている。このことは、世の中に一般的に知られている詩(言語表現詩)のことを記号的なものであるとし、つまり、詩という言葉は詩の潜在的詩を含んだ記号であるということを行っている。本質は記号(言葉)の奥の潜在的なものであると解釈ができる。「詩とグラフィックデザインには似た側面があるのではないだろうか。」両者は大きな特徴として、コンセプトや情報を制作者の意図で表現するという性格を持っている。筆者は本研究でこの仮説をたて、詩の2層構造のイメージを元に、詩を解釈する行為を経て、グラフィックデザインとの類似性を発見し、両者についての考察、理解を深め実際にデザインに応用した。すなわち「詩」そのものを方法論とし、実際に実験的に作品の制作を行うことで視覚的な詩として定着を図った。

先輩が海外旅行のお土産にくれたお菓子の包み紙が捨てられず、折りたたんで財布にしまっている。私をそうさせるのは、その包み紙の日本では見慣れない美しい意匠、そのお菓子の持つ独特の甘さ、異国への羨望、くれた先輩との見えない関係性、口にした時の教室の光が異様に綺麗だったこと。生活の中で拾い上げることのないような些細な出来事や感情を、拾い上げてみては捉え直す。俯瞰したり、近寄って見つめたりする。すると違う味がすることもある。home sweet home は、思い返したくなるような、小さいけれど甘い出来事のこと。

(「home sweet home」の構造)



引用) 三野雄造『詩とグラフィックデザイン』、岩波書店、44頁(1992)  
引用) 岡本浩、大塚明彦『詩とグラフィックデザイン』、岩波書店、34頁(1992)



「home sweet home」の作品画像



# VAARA, Jari Veikko Mikael

## アニメーション制作におけるオリジナルスタイルの重要性について

The importance of visual expression in storytelling

研究のテーマはアニメーション制作におけるオリジナルスタイルの重要性について。

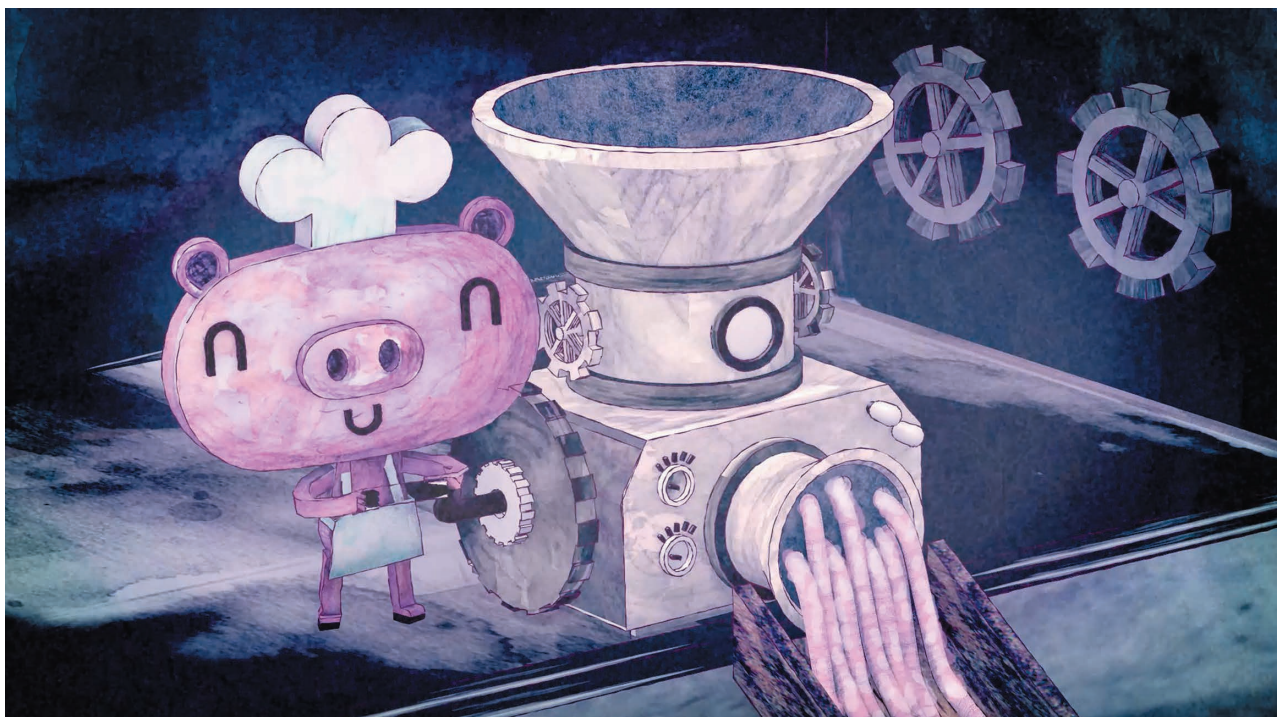
芸術形態としてのアニメーションは、実際映画や美術の影響を受けていました。

歴史上のアニメーション制作には二つの異なるアプローチがあります。ストーリー的なものと美術的なアプローチです。

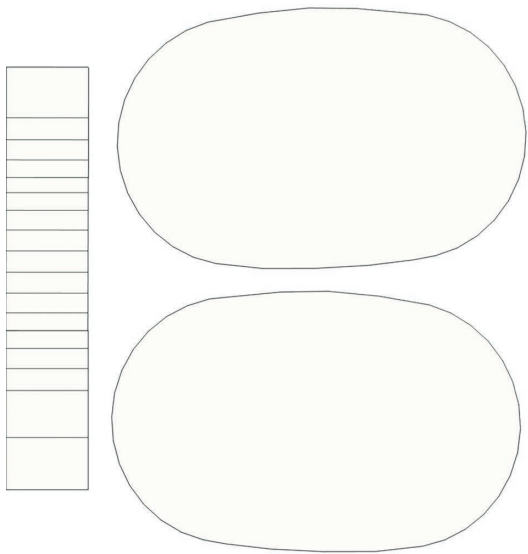
この研究は美術的なアプローチを中心にしています。研究の目標は新しいスタイルとテクニックを見つけることです。そ

のために私は3Dと伝統的な技術、たとえば水彩と色ペンを混ぜました。これまでになかった画材、手法を組み合わせることで、誰も見たことがない作品を制作するようにしました。

ストーリーのテーマは精肉に関する倫理問題とそのプロダクトの広告のイメージです。作品が描くストーリーは人間と動物の立場が変わって、動物が人間から料理を作るといったものです。



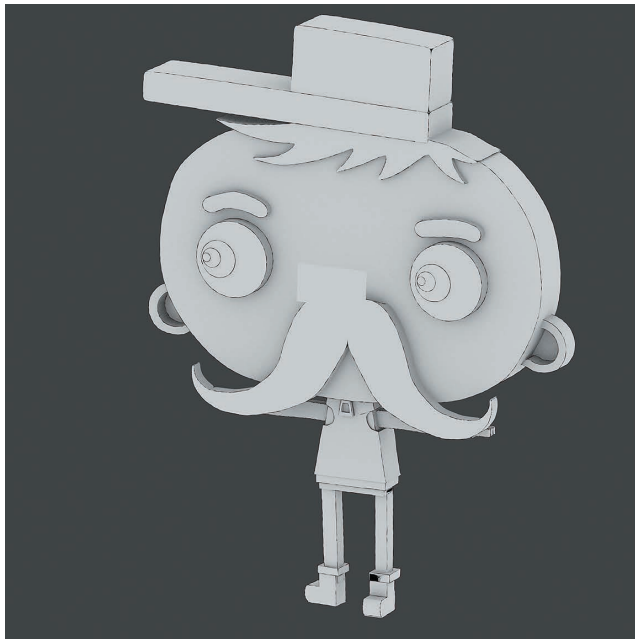
The hunter / アニメーション / 5分27秒



頭のuvwマップ



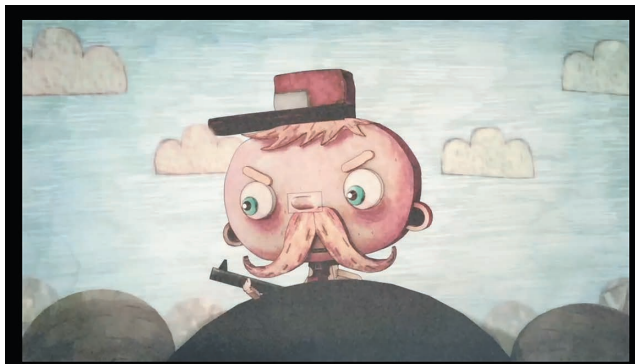
頭のテクスチャ



3Dモデル



テクスチャと3Dモデル



3Dレンダリング





# 伊藤 真之

ITO, Saneyuki

## 自身における線の意義についての考察

Consideration on the significance of the line in oneself

### はじめに

筆者は、様々な絵を描くうちに「描く」という行為はどういう事だろうかと興味を持ち始め、描く為の「線」とは何かという疑問をもった。

線を観察する事を意識すると、描かれている全ての線に意味があり描かれている線や、描かれてはいないが構成によって感じ取れる線を発見した。その事から汲み取れるアーティスト自身が考える「線」の意義や、線と画面内に配置される面や点の位置関係から見えるアーティストからのメッセージを受け取る事ができた。

自身がメッセージを発信する際、明確に自身の描く線の意義を理解する事が必要であろうと考えた。本研究における線の意義とは、描くことによって構築されるメッセージにおいて、線の含む内容の意味である。

本研究は、自己の表現における描く線の意義を明確にすることが目的である。

### 線の定義

本研究における線の定義は、ユークリッド幾何学を根拠としている。本書によれば「点」とは位置を指し示す幅も長さも無いものとされ「線」は点の連続体であり、幅は持たないが長さが生まれる。そして「面」は線の連続体で、幅と長さの両方を持ち合わせる。以上の事を踏まえると面は長さとも幅をもつ事から面は面積を持つ。しかし点と線は面積を持たないものとする。2次元的世界である「面」から3次元的世界である「立体」に次元が上昇する時、面の持つ長さとも幅に、高さの概念が加わる。そうなる事により、立体は体積の概念が生まれる。物の体積が求める事が可能な時、それは存在が可能になる。

この理論に基づいて何かを描こうとすると、作図が不可能となる。架空でしか存在が不可能な物になってしまう。点にいたっては幅も大きさもないので、認識することも出来ない。

### 点と線と面の生まれ方

点は面積がないのではなく無限に広がる小さな面的な要素である。点は要素として無限の可能性を持つ。点が動いた時点で一本の線が生まれる。最初は線的であり、点の動きから生まれるが、面のような印象で終わる。そういう中間

的な線は、周りに存在する線から生まれる面的な効果を持ったものである。線としてみれば始めも終わりもなく手の動きを基本的な観点としてみればあくまで線であるがそれが完結したときにはそれはすでに線的な印象はなくなり、面的な印象にすりかわる。そうして「面」が出来上がる。このとき、「線」の存在を認知することは可能であるが、その線はこの線的な行為の中にあるのではなく、面の動きから生まれた線的な効果である。線を動かすことで線は次第に面へとグラデーション状に近づき、面の完成に近づいていく。実際に描かれた線には、線という意識を持ちながら面の要素を持つが、見た物の印象は、線である。つまり、点が動いたとき、線の完成に向けて進み出し、線が動いたときに面の完成へと進み出し、面が動くと、立体の完成に徐々に近づいていく。このように全ての状態をはっきりと区別することは不可能であり、実際に描かれた物は与える印象としてのみ、「点」「線」「面」「立体」となっていると考えられる。

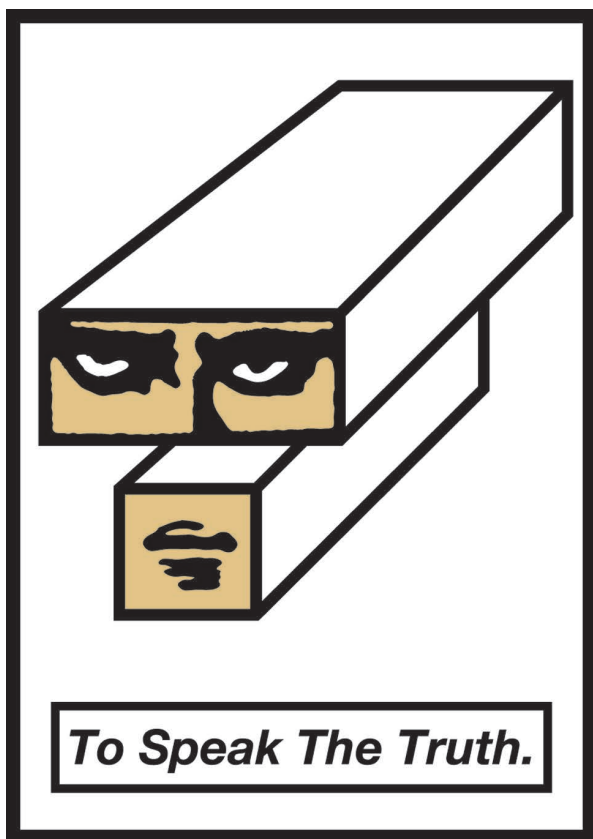
### 筆者における線の意義

描くという行為は線を産む事だと考えられる。しかし人がこの世の中に生み出せるのは、面と立体のみである。線は概念としてのみの存在と考えた。線を実際に描くためにはその概念に作者の考える線の「意味」を付与する事で、描かれた「線」としての様相を持つ「面」は、「線」として成り立つ事とした。

「意味」は、存在はするが実在はしない。その「意味」を描く事こそ線描の本質であり、この考察によって筆者が描く「線」とは「存在はするが実在はしない物を描く手段」と考えた。

### 筆者の線をテーマとするイラストレーション作品について

こうして考察された「線」の意義を元に研究成果として、「存在はするが目には見えない事」をテーマにポスター作品を描き、それぞれの作品に違った意味のメッセージを込め制作した。線という概念は広義であり、各々が持つ線の考え方がある。筆者の考える線の意義は未だ不十分であり、改善の余地が多にあるので今後も研究を続けていきたいと思う。



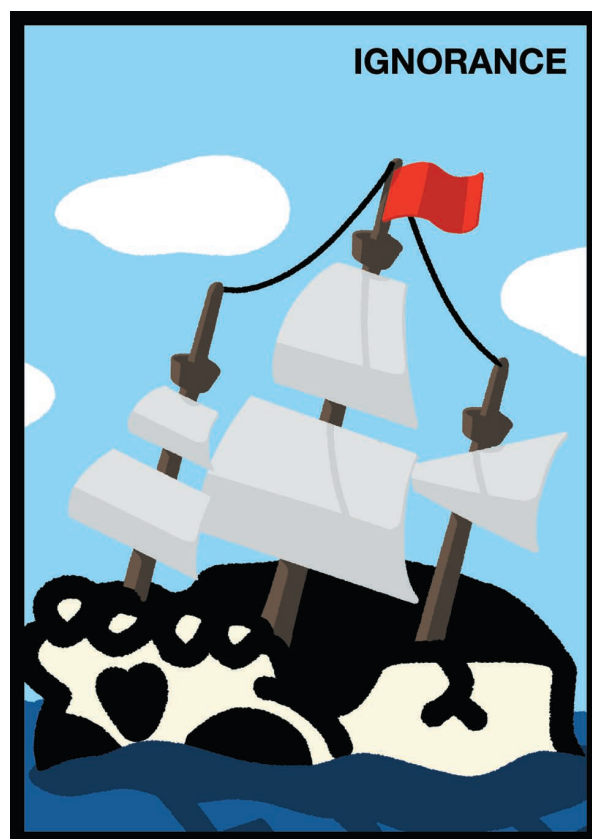
To speak the truth / B1 / Poster / CG / 2016



Jail / B1 / Poster / CG / 2017



Tomb / B1 / Poster / CG / 2017



Ignorance / B1 / Poster / CG / 2017