

---

## 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

---

# 王佳煒

Wang, Jiawei

## 娯楽領域における妖怪イラストレーションの表現

Representations of yokai monsters in entertainment

自身が妖怪を描き始めた動機は、幼い頃触れた中国神話「西遊記」や「封神演義」や日本のアニメーションに登場した妖怪達の影響による。その奇妙な造形と異質な世界観に魅了された。そして絵を学ぶ中で、自分の妖怪とモンスターの世界を作りたいと思うようになった。「幻想的な生き物を表現したい」というその原動力になる気持ちから現代の妖怪イラストレーションの研究を始めた。また、大学時代に夢中になったカードゲームの経験を思い出し、それぞれのキャラクターに必ず根源があり、それを理解したいと考えた。

本研究では、妖怪の歴史を辿り、絵巻物によりルーツを分析する。妖怪は元々の姿から時代の変遷によって、現代人の美意識に合わせてながら娯楽領域に登場する妖怪の姿に変化していくことを分析する。漫画、アニメーション、カードゲームといった娯楽領域を中心に妖怪イラストレーションの表現を研究し、実制作とともに娯楽領域の妖怪達の特徴と魅力を明らかにすることを目的とする。

大学院2年から妖怪をテーマとするイラストレーション研究を始めた。テーマの範囲は中国の各時代に登場する有名な妖怪と神獣に絞って設定した。最初は特定の目標をもたずに自分が好きな妖怪から着目し試作した。調査での分析を経て、妖怪の持つ「親しみ」を柱として展開して制作した。それぞれの妖怪達は世界で唯一の存在と考えている。「唯一性」とは、つまり妖怪の「個性」であり、もしその「個性」が出なければその妖怪の魅力が失われたり、分かりづらくなったりすると考えている。そこで私は作品に対して色使いを工夫して対応した。従来の妖怪の形を参考にしながら、様々な点を調整し、現代人の美意識に合う妖怪を描くことを試みた。

作品コメント：

図1：饕餮の「饕」は財産を望む、「餮」は食物を貪るという意味である。体は牛で、曲がった角と虎の爪が生えていて、何でも食べる霊獣である。そのイメージは、古くから中国人達に「欲張り」な人を使って表現されている。また、饕餮は渾沌、窮奇、檮杌とともに「四凶」ともされる。

図2：九尾狐は9本の尻尾を持つ狐の霊獣または妖怪である。『山海経』の『南山経』には、「北には、獣がいる。その状は狐の如くで九つの尻尾、その声はえい児のよう、これを食べたものは邪気に恐れぬ」とされている。また一方では、殷の妲己や日本の玉藻前のように美女に化身して人を惑わす悪しき存在としても語られてきた。

図3：蛟は中国伝説の竜の属種である。その姿は伝説の竜と似ているが、角がそれより短くて、生えていないこともある。いわゆる竜の下級生物である。いつも水底に潜っていて「潜蛟」と呼ばれている。水にすむ虺（き）は五百年で蛟となり、蛟は千年で竜となり、五千年で応竜となると言われている。湖で長い時間をかけて竜に進化して、空に飛んでいくのは「走蛟」と呼ばれている。

図4：何羅魚は奇怪な姿で、一つの首に十の体が生えている。声は犬のように吠える。『山海経』の『北山経』には、「北へ四百里、礁明の山といい、礁水流れ西流して河に注ぐ。水中に何羅の魚多く、一つの首に十の身、その声は犬の吠えるよう、これを食うと癩をいやす」と記されている。

参考文献：

高馬三良訳 『山海経』 平凡社 1994年

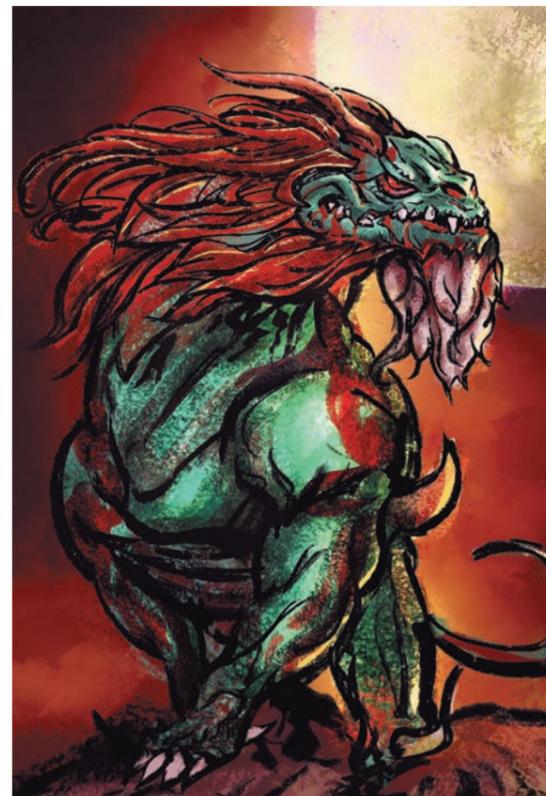


図1:饕餮(トウテツ)



図2:九尾狐(キュウビコ)



図3:蛟(ミズチ)



図4:何羅魚(ハラウオ)

# 王 顥珏

WANG, Haojue

## 中・日モダニズム図案文字の分析に基づいた、新たな描き文字の研究と制作

Analysis of Chinese and Japanese modernism-lettering  
And original lettering design development made with new media

日本も中国も、漢字を使う国として、長く漢字文化を育んできたがこの伝統は20世紀に入っても続いた。とりわけ近代の書体、特に図案文字には類似したものが数多く存在する。しかし、今までの研究では、日本でも、中国でも、両国の描き文字を比較する研究がほとんどなされてこなかった。

今日、デザインはよりシンプルで、能率的になっており、グラフィックデザイン、特にタイポグラフィは、より硬くて、冷静になっている。しかし、どんな変化を経たとしても、正確な情報の伝達や、書体の美観は変わっていない。現代タイポグラフィの源流として、広く使われたモダニズム図案文字の美しさは今のデザイナー達にも参考になるだろう。

本研究は中国と日本の近代の描き文字の分析を通じて、両国のモダニズム図案文字の特徴と異同を要約する。そして、現代のグラフィックの将来を見据えて、両国のモダニズムタイポグラフィ作品の美しさを再認識し、伝達に利用することを試みる。過去の個性的、表現的な描き文字のスタイルと新しいメディアを結ぶ描き文字を研究し、制作を通じて、その有効性を考察する。また、表現力に富んだ、様々な個人の風格を持つ描き文字を深く研究することで、新たな表現手段を実制作を通じて検討したい。より将来的な視点から、モダニズムタイポグラフィ作品の美しさの再認識と伝達のために、昔の優秀な描き文字の意匠と新しいメディアの組み合わせを探究したい。

日本と中国の描き文字は総合的に類似しているが、細かい部分が異なる。また、書体の分析は使われた言葉を考えなければならぬ。特に日本語は漢字だけではなく、平仮名と片仮名も使っているため、日本の描き文字より、大小の差や、線の抑揚などに、両国の描き文字の明らかな差異がある。

日本の描き文字は書道や、毛筆の感じなどの特徴を参考する機会が多いので、よりさっぱりして、洗練的な書体を作るのが上手である。そして、日本の描き文字は個人作の場合が多いので、個人の風格がはっきりと認識できるし、作品が区別しやすい。

中国の書き文字は当然に全て漢字で構成され、単字でも、

組あわせでもより正方感を持って、筆画や、レイアウトなども幾何感を参考し、より硬くて、統一的な印象を伝える。そして、中国の描き文字に関しては、書体のこだわりもあるけれど、総合的に認識度が日本の描き文字より低い。要するに個性より、設計の統一性が高い。



1920～1970年代までの50年間の日本と中国のモダニズムタイポデザインの発展状況

以上の比較・分析によって、両国の図案文字の魅力を確認できた。同時に、制作年代、作品の特徴、デザインスタイルなどの分析から、1920 から1970年代までの50年間の日本と中国のモダニズムタイポデザインの発展状況を要約できた。

もちろん、日本と中国の間に歴史と文化の違いがあるし、

当時の政治と経済からの影響を強く受けた場合がある。けれども、漢字を使っている東アジアの両国は、独特の図案文字の作品を数多く制作してきた点で共通している。

過去の描き文字作品(主に雑誌、小説などの表紙、商業ポスター、宣伝ポスター)を研究することで、日本でも、中国でも、描き文字の魅力は既に明らかである。しかしこれを別のエレメント(イラスト、組版、装飾模様)と組み合わせる方法論はまだ十分に明らかに出来ていない。そこで、日本と中国よく知られた昔話を互いに紹介する絵本の制作を展開する。それによって、描き文字を通じた両国の文化交流の実現を目指したい。

そこで日本と中国の昔話をそれぞれ一つずつ取りあげた二冊一組の絵本集を制作した。そして、取り出した昔話のテーマは「月」として、日本が「かぐや姫」、中国が「嫦娥」である。いずれも各国で広く知られている物語である。



「かぐや姫」の本の一部分

上は描き文字と簡潔なイラスト、レイアウトを自由に合わせた「かぐや姫」の絵本である。作品は描き文字(日本語)と印刷書体(中国語)二種類で構成しており、過去の描き文字の魅力を引き出すと同時にストーリーの内容を中国の読者に伝えることを企図している。当然、利用した描き文字が、昔話の内容と登場人物の印象を考慮することで、最適な書体を活用した。各描き文字の独特なスタイルによって、昔話の内容とその外観が、読者に新しいインパクトを伝

達することを目指した。また、昔の印刷物の様に、簡潔な幾何と細い黒線でイメージを構成する絵本を目指した。つまり、赤、緑、黄、黒に使用色抑え、内容とキャラクターを区別しながら、より統一的、連続的な感じを追い求めた。



「嫦娥(じょうが)」の本の一部分

上は第2冊目として制作した「かぐや姫」のストーリーよりも厳しい内容の、中国の「嫦娥」を絵本セットである。より暗く、成人的な内容である「嫦娥」のストーリーに対して、赤、白、黒、残酷で、強烈的な印象を表現しようとした。「かぐや姫」と異なり、「嫦娥」では人物の会話がなく、叙述的なストーリーである。そこで、25種類の中国の描き文字の中から、4種類の書体を選び各画面の中国語を構成した。そして、構成主義作品を参考に、より鮮明で統一的印象を伝えようとした。多数のスタイル書体をせず、全て構成的な4種類の書体と抽象的な幾何で表現し、構成主義のオマージュとした。登場人物の形や装飾エレメントによって、ストーリー内容を説明し、より簡潔的な画像を追い求めた。

# 王澤

WANG, Ze

## 生物形象化により人の欠点をポテンシャルに転換するグラフィックの研究

Study on graphic design converting personal flaws to unlimited potential by visualizing bio-metaphoric personality

「人の欠点も潜在能力をもたらす可能性がある」ということに関連する昔の諺の文化を研究した。

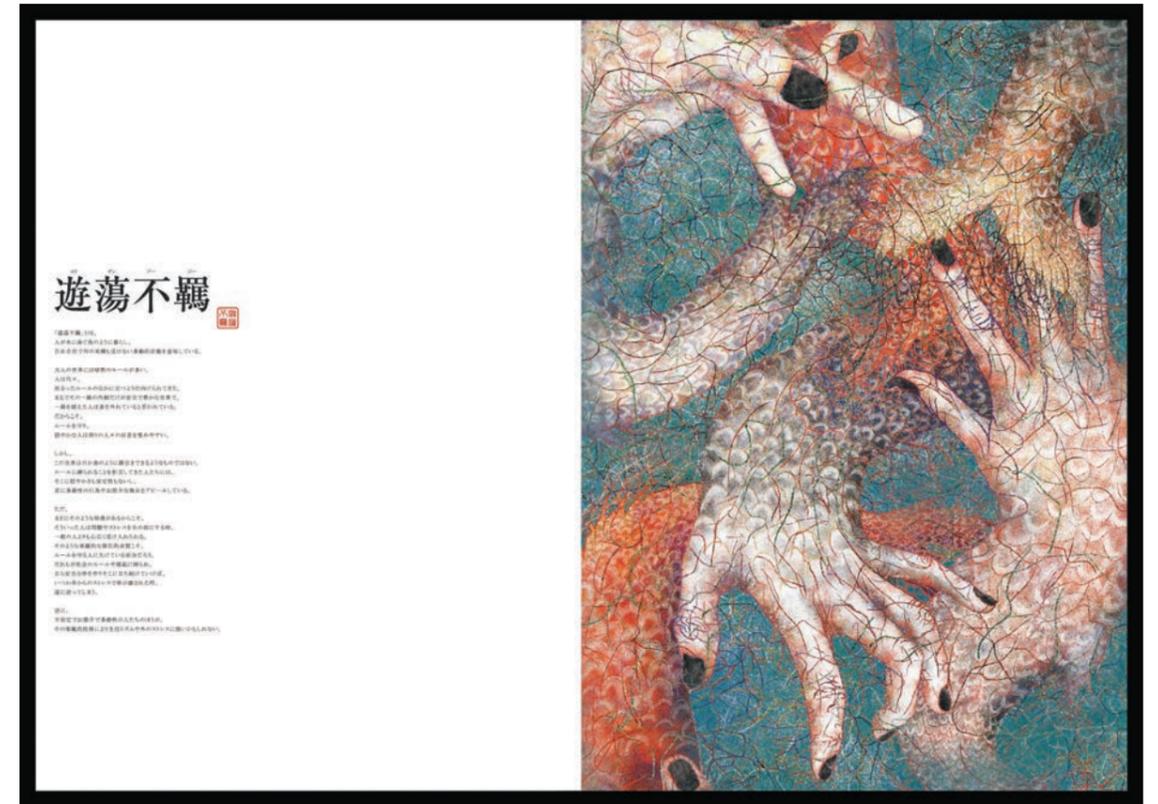
アジアの古代社会制度は今よりも簡単であるため、古代の教育モードはより単一であった。しかし、古代の比較的簡単な社会形態においては、反逆的であるが、偉大な思想家がよく現れる。例えば、中国の道家学派の代表者である老子が提出した学説は、物事を裏と表という二つの面から見つめている。この二つの面は互いにつながっており、互いに依存している。老子は、物事がそれぞれの反対側に向かって転化し、その発展が頂点に達すると必ず反対の方向に転じるという認識を直観的な認識を持っている。現代の教育にも、このような弁証法的思考によって教育上の突破口を求める必要があるのではないかと。人の欠点をどのように捉えればよいのかという問題について、人間の欠点は必ずしも悪いものとは限らない。道家の角度から欠点を解釈すると、さまざまな欠点には、潜在的な能力も多く含まれている。

古代アジアでは、基礎教育は通常、詩詞や民間の諺を暗唱することを中心にしている。しかし、中国でも日本でも、現代のアジアの若者たちは、一般的な分かりやすい言語や流行語でコミュニケーションをすることが多い。筆者は本研究の立場として、今の若者教育には確かに古語のことわざによるコミュニケーションが欠けていると考えている。これは古典的な教育の流失だけではなく、多くの古代の優秀な思想も徐々に忘れられてしまうことになる。現代において、多くのことわざはまだ人々に覚えられている。ことわざの中で、四字熟語の内容は最も簡素化されており、形も整っている。多くの人々は多かれ少なかれいくつかの四字熟語を知っているが、これらの四字熟語の意味をはっきりと知らないことが多い。その原因は、四字熟語は何百年か何千年も前の文化言語だからである。数千年前の言葉を現代の社会環境に持ってくると理解できなくなるのも無理がない。そこで本研究は、欠点教育に関する四字熟語を議論する同時に、これらの四字熟語を現代社会の環境に置くと、どのような新たな解釈と定義を与えればよいのかという研究に尽力したい。それによって、これらの四字熟語はより良く現代社会の

中で伝播し、利用されることができ、道家の矛盾弁証法の哲学が現代においても伝播できる目的を実現させることができる。

研究の表現部分で、欠点のきつさや激しさ、不気味な自然性と原始性のイメージを表す。そして、自然性と原始性を表現するために、植物と動物、昆虫など、人以外の有機生命体の生体器官をモチーフにし、自然と原始のモチーフを使ったほうが良いと思われる。人体の器官例えば口、手、血管などと植物から抽出する茎、葉、根など、または蜘蛛の糸、魚の鱗など動物の器官を組み合わせ、人々の欠点を象徴するようにイラストを制作する。研究の文字部分で、人間の表裏を表す四字熟語とイラストレーションをブックデザインに整理し、人のポテンシャルをアピールする。そして、本研究で今の社会環境に基づいて、四字熟語を一新し、現代人に新たなイメージを伝える説明を探してみたい。

現代のグラフィックデザインは商業の運営に広く使われているが、筆者は、グラフィックデザインの手段によって教育と文化の伝播についての問題を解決することは、単純な文字という手段に比べて、より面白くて効率的だと思う。グラフィックデザインは、機能性のある情報を、美術の形でグラフィックメディアに訴える過程である。だから、グラフィックデザインにとって最も重要なのは、機能性、表現力、最後の伝達力にほかならない。本研究は、さまざまな四字熟語に関連する画像や、この四字熟語を現代社会環境の中での再解釈を研究方法として、グラフィックデザインの絵本をメディアとして「人の欠点も潜在能力をもたらす可能性がある」ということを伝え、四字熟語に関連する文化を宣伝したい。これによって、現代社会において多くの人は四字熟語を使えないか、あるいは四字熟語の表面上の意味を理解しているだけで、身近な環境と結びつけてそれを利用しようとする問題を解決したい。そして、グラフィックデザインという手段を利用して、現代社会における古語文化は勉強や利用されない問題を解決したい。その後の社会発展の中で、グラフィックデザインは教育と文化の伝播により多く利用され、教育と文化の発展をより良い段階に推し進める可能性が大きいと思われる。



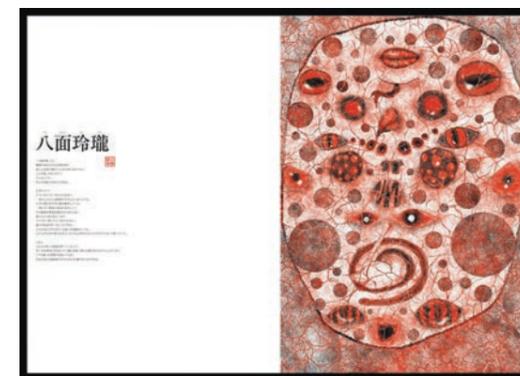
01「遊蕩不羈 ヨウダンブジー」/ 1030 × 728 mm



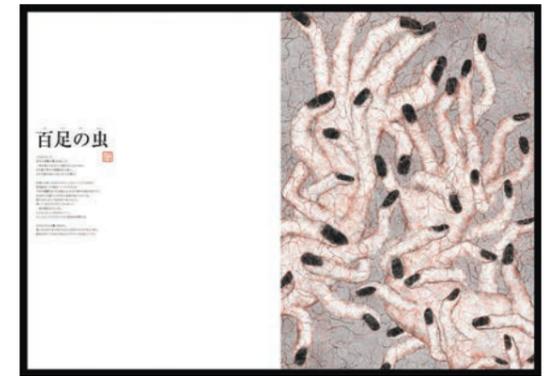
02「逆来順受 ニーライシュンショウ」/ 1030 × 728 mm



03「狡兔三窟 ジャウ トウ サンクー」/ 1030 × 728 mm



04「八面玲瓏 パー ミエン リン ロン」/ 1030 × 728 mm



05「百足の虫 バイズー チョン」/ 1030 × 728 mm

# 大平 桃子

ODAIRA, Momoko

## ノスタルジックな表現で描く駄菓子屋イラストレーション

Nostalgically drawn illustrations of candy shops

### 研究要約

駄菓子屋は、私にとって子供の頃の大切な居場所であり無くしたくないものである。駄菓子屋は減少の一途を辿っているが少しでも残すために自分ができる事は駄菓子屋のイラストレーションを描くことだと思い、制作している。

駄菓子屋の数は、1972年では140,000件あったが、2007年には25,000件、そして、2017年では14,000件に減りこの約45年で9割も減少してしまった。そのため近年では、今までターゲットとしてきた子供ではなく、大人向けに駄菓子屋バーを経営をしているところもある。駄菓子屋の減少理由には、少子化問題や子供の生活の変化、遊び場の減少、そして、後継問題や経営難が理由である。数は減っているが、駄菓子屋は、現代の子供の生活に合わせ経営の工夫を工夫して残っている。駄菓子屋の歴史を見ても、時代ごとに店主が工夫をして経営してきた。確かに駄菓子屋の数はこれからも減っていくとは思いますが、時代に合わせ経営をしていく駄菓子屋と駄菓子に魅力を感じる人がいれば無くなることはないと思っている。では、駄菓子屋を残すためにイラストレーションで何ができるのか。駄菓子屋の数が減っていることは多くの人に知られている。だが、駄菓子屋を続けている人の情熱や減っていることに対し興味を持つ人が多いとなると別である。そういった駄菓子屋や人に興味を持ってもらえるような媒体が必要になると考える。子供や大人に駄菓子屋に興味を持ってもらうための、本やポスターだけでなく、インターネットを利用して、駄菓子屋のイラストレーションを誰でも見られるようにしたい。駄菓子屋をただ懐かしいノスタルジックなもので終わらせたくないよう発信していくべきだと考えている。

### 作品制作について

駄菓子屋をイラストレーションで描くために、駄菓子屋の歴史や問題を文献から調べた。そして、実際の駄菓子屋を知るために、駄菓子屋を見に行き、店主の話を聞いた。

駄菓子屋を描くには、子供の頃の思い出や、今は得がたく失われたものなどに対して、心惹かれ、思いを馳せ、憧れや恋しさを抱けるようなノスタルジックな表現が必要で

ある。それを表現するためには、強い光やグラデーション、太陽の位置や空の色で、駄菓子屋での一瞬や時間の流れを表現できる。駄菓子屋で過ごした時間を一瞬でなくゆっくりと表現することができ、駄菓子屋の背景に動きを生むように、グラデーションの光の効果を描いている。そして、どの媒体になっても感情移入しやすく親しみやすい絵柄やノスタルジックな光の表現が必要であると考え制作している。

### 作品の説明

#### 作品1：駄菓子屋へ行こう

私が子供の頃よく遊びに行っていた駄菓子屋きんとらを描いた。今でも地元の子供が遊びに来ている。時代の変化や駄菓子屋が消えて行く原因をうねうねした手で描き、夕焼けで懐かしさを表現した。

#### 作品2：駄菓子屋の航海

駄菓子屋は地域や周りにあるお店との協力や助け合いが、経営を続けていく鍵になると考える。駄菓子屋がこれからも残っていくことを願って駄菓子屋の航海を描いた。

#### 作品3：番太郎小屋

江戸時代に駄菓子屋は「四文菓子」や「番太郎菓子」、駄菓子も「雑菓子」と呼ばれていた。その頃の駄菓子屋を資料を元に描いた。

#### 作品4：駄菓子屋と祭り

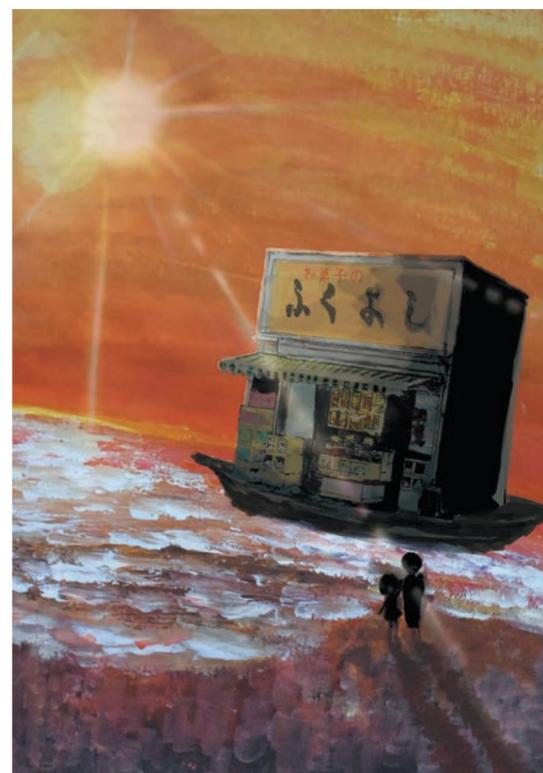
私が子供の頃によく行っていた駄菓子屋きんとらで行った祭りの様子を描いた。駄菓子屋は子供の社交場であることを表現するために、駄菓子屋で様々な遊びをする子供達との姿を中心にして駄菓子屋の店主のおばあさんを描いた。



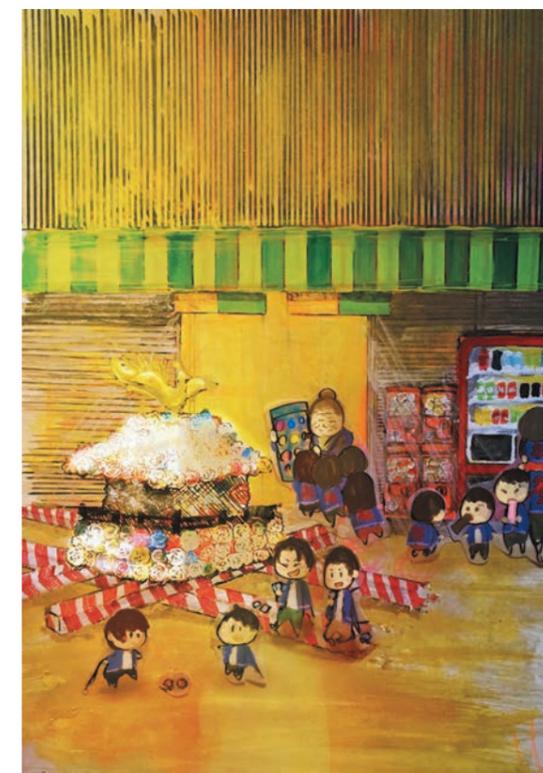
作品1: 駄菓子屋へ行こう / 728 × 1030 mm  
水彩絵の具、デジタルペイント、インクジェット / 2018



作品3: 番太郎小屋 / 728 × 1030 mm  
水彩絵の具、デジタルペイント、インクジェット / 2018



作品2: 駄菓子屋の航海 / 728 × 1030 mm  
水彩絵の具、デジタルペイント、インクジェット / 2018



作品4: 駄菓子屋と祭り / 728 × 1030 mm  
水彩絵の具、デジタルペイント、インクジェット / 2018

# 韓奕

HAN, Yi

## 融合的な表現のイラストレーション

Fusion in illustration

私は、動物の擬人化とものとの間の融合を通じて、動物や人類と自然の間にある問題点を表現しようと思う。これは人類や動物、無生命物などを単に融合するという意味ではなく、現実の社会問題の意味を深く表現することである。それではイラストレーションにおける現実社会や問題表現の意味とは何なのか。研究目的は、動物の融合的な表現が意味を伝達することの社会的な役割を明らかにすることである。動物は自然の一部であり、人間もまた、動物である。人間は他の動物と進化のレベルが異なるが類似点もあるので、動物の体か示す言語は、人間の言語同様に様々なことを示す。動物と人間の感情や行為などの類似点の特徴を通じて擬人化した融合を表現したい。そして、制作を通じて社会問題の表現としてのイラストレーションとはどのようなものなのかを明らかにし、イラストレーションにおける融合表現の役割と魅力を考察したい。

イラストレーションの表現方法の中でも、私は特に諷刺、ユーモア、暗喩、擬人などに深い興味を感じている。これらを用いてメッセージをイラストレーションの融合的な表現によって伝達すれば、人々はそのメッセージに興味をもって理解することができるだろう。また、作品を見て理解しやすいというイラストレーションの利点を生かすことができる。

そして、動物とモノを組み合わせることによって、より大きな、広く深い世界を表現することができる。私はこのような融合的な表現をするポスターを通して、その伝達特性について研究していく。

私は、動物と人類の類似点や相違点を深く表現しようと思う。動物は人間のように話すことができない。動物と人間との類似点から考えれば、動物と人間たちは、同じ感情を話すことができなくても、お互いの感受性は理解できるだろう。そして私の作品では、動物と人間の感情や行為などの類似点の特徴に関する融合を表現したいと思う。

### 作品について

図1, 図2: 魚とサンゴ

作品の中で、白化したサンゴの魚鱗をつけた深海魚たちの姿とその表情を、融合的表現によって直観的に表現しようとした。白化は単なる病気ではなく、サンゴが生きるためのプロセスでもあることがわかってきている。海の生態系を支えるサンゴ礁をテーマに創作した。

図3: ガゼルと回転式銃

この作品のテーマは、「人間たちによって殺される動物の気持ちと反抗」である。人間たちは、自分の欲望を満足させるために動物を殺す。回転式銃がそれを表現している。ガゼルは殺される動物たちである。ガゼルと回転式銃を融合させた姿によって、自分の思いを伝えたい弱者である動物たちの気持ち、人間たちへの反抗を表現した。それによって、「人間たちは、動物を殺しても罪にはなる」というメッセージを人々に伝えたいと思う。

図4: カエルとクルマ

「カエルとクルマ」は融合的な作品を創作しはじめた初期の作品である。その時には、自分が何を意味しようとしているのか深く考えることもせずに、ただ描きたいように描いていた。生活環境を破壊された人間たちへの怒りから、自分の体を車と融合させたカエルの姿で表現している。人類の作ったクルマと融合するカエルたちの姿は、反抗を意味している。カエルたちは、人類の言語を言わない。しかし、カエルたちの体は、自分の身体的特徴も別の言語の一つとする、無音の言となっている。ここでは、融合という一つの表現方法を用いている。動物と人間の作った物とを融合させることによって、動物たちの反抗というテーマを表現している。

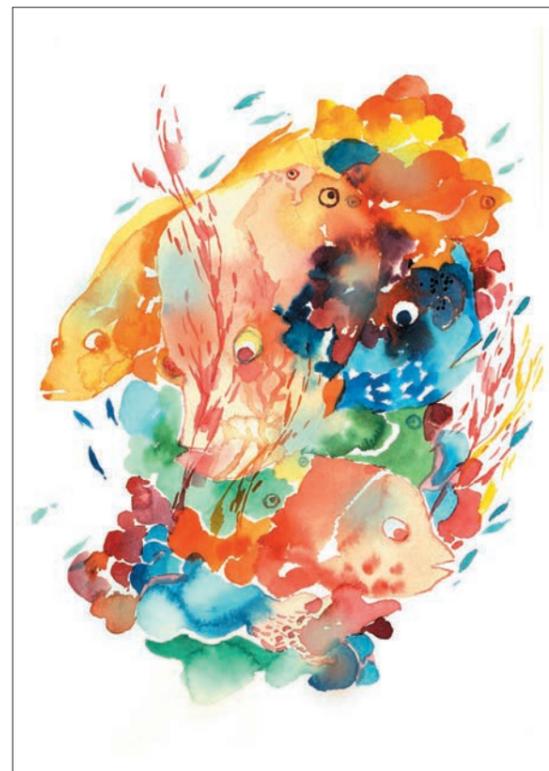


図1: 魚とサンゴ  
B1(728 × 1030 mm)



図2: 魚とサンゴ  
B1(728 × 1030 mm)

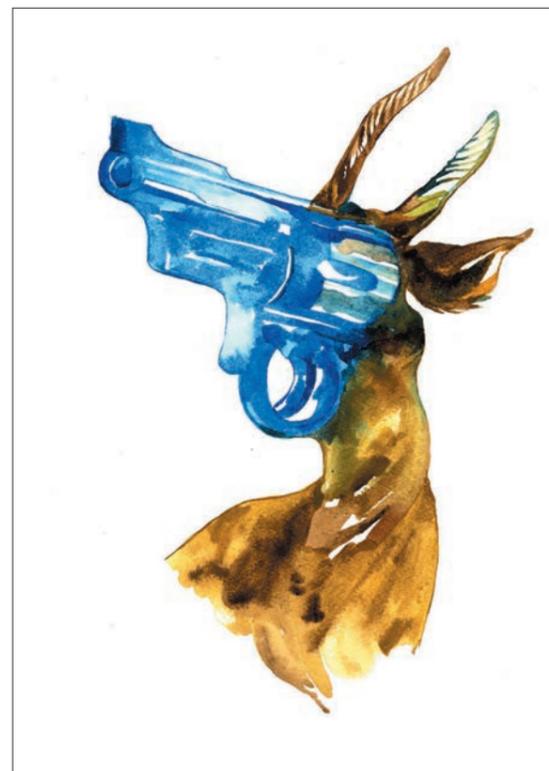


図3: ガゼルと回転式銃  
B1(728 × 1030 mm)



図4: カエルとクルマ  
B1(728 × 1030 mm)

## 韓建文

HAN, Jianwen

### 子どもをテーマとしたイラストレーション

日本における童画と社会環境の関連について

Illustration under the theme of children

The connection between social environment and children's illustration in Japan



風のささやき  
The breeze whispered  
Photoshop、デジタル出力 / 紙  
Digital output on paper  
728 × 1030 mm

子どもをテーマとした絵は、違う時代、違う地域や文化の影響の下で、どのように描かれるのか。子どもを描く絵は、いつ子どものために描かれるようになり、どのような内容の童画が子どものためのものなのか。現代の童画の内容はどのように社会環境に繋がっているのか、そして今後どの方向に進んでいくのかを考えてきた。

日本では、1925年に武井武雄が「童画」という言葉を定着させた。「童画」という言葉が誕生する前に、子どものために描いた本の挿絵、表紙などは、単なる作家の子どもを題材とした作品、本の付属品と考えられていた。童画が誕生して以来、童画は「大人が子どものために描いた絵」と定義された。その中で、子どもを題材とした絵は少なくない。日本の子どもを題材とした絵画は、初期に浮世絵の風俗画のように子供と当時の作品と社会環境を客観的に記録し、描写してきた。その後、子供を重視し、その特性に着目して大人と違う純真無垢の子供たちを描写するようになり、また客観的な目によるリアリズムの童画に戻った。

私はそのリアルな子どもたちの生活状態を題材とし、研究や制作を続けている。制作には、登下校の間に穏やかに帰り道を歩く子ども、豊かな暮らしを送る子ども、伝統に触れる子ども、祝日を楽しそうに祝う子ども、寂しいといった負の感情を持っている子どもなど、たくさんの子どもの姿を描いている。私は「学校での生徒」と「家庭での子ども」だけではなく、1人の個として大きな世界にいる子どもたちの姿をととても美しく思う。純真、可愛いだけではなく、誰かの付属品ではなく、大人と同様に様々な社会関係と感情を持っている生命体である。

私は、八王子市周辺に生活している子どもたちを描き、この地域の子どもの姿を現実のままに伝えたいと考え制作を行った。

#### 作品について

「風のささやき」

電車がホームに入り、風とともに女の子の髪がなびいてスカートも膨らんでいる。電車の音が大きく、話は聞きづらいうちであるのに、何故か二人は囁き合っている。

「紫陽花の咲いている帰り道」

梅雨の午後に、家へ帰る坂を登る女の子3人を題材にした。紫陽花と大きい積乱雲は季節を表している。子どもたちのランドセルに交通安全を示すカバーが被さり、交通安全と書かれた黄色いバッグを持っている。小さな町が子どもを守っていることを思うと、平和を感じられる。

「夕暮れ」

現代の子どもたちにとって、携帯できるゲームは欠かせない遊びである。冬の夕方に、放課後家に帰らずに階段に座って、ゲームを楽しんでいる子どもたちを描いている。



紫陽花の咲いている帰り道 / The way home with hydrangea  
Photoshop、デジタル出力 / 紙 / Digital output on paper  
728 × 1030 mm



夕暮れ / Gloaming dusk  
Photoshop、デジタル出力 / 紙 / Digital output on paper  
728 × 1030 mm

# 魏立雲

WEI, Liyun

## 写真の心象表現力の研究

Study on the power of Impressionism in photography

私は研究生から、ずっと心象写真をやりたいと思ってきた。日本に来てから、一人暮らし生活の孤独さを写真の形で表現したいと思って、日常生活の中で、聞いたり見たりしたことが基になって、心の中に現れてくるイメージを再現したいと思って来た。二年前彼氏に出会って、結婚してから、自分内面の気持ちも多少に写真に映っているという感じがする。寂しくて悲しいという感じが少しづつ変わって行って、静かでちょっと明るくなっていると思う。そういう自分内面の変化が写真の形で見る人に届けば嬉しいと思っている。

「心象」とは何か。

私にとって、心象は日常生活に聞いたり見たりしたことが基になり、意識の中に現れてくる姿である。他人の言動から受ける印象に対して、心象は自ら経験した感覚や印象によって、心の中から現れてくるイメージだと思う。みる人の記憶の一部を私の写真と重ね合わせるなら、実物に接して起きることができると思う。実際に経験しているような生き生きとした感じがする。心象は自分の心に潜む風景の中に現れる瞬間である。それは雨上がりの後だったり、夏の暑い午後だったり見慣れた記憶の風景が一変する。見慣れた風景が何か違う違和感、不可思議な錯覚感、どんどん離れて行く高い木、囲まれている海の匂い、風の音と北国の空。自分の奥に潜む、不思議な体験はいくらでもあり、記憶をたどり徘徊することも楽しいものである。

日常的なところで写真を撮る。知らない人、恋人、気持ちは一瞬の物だと思っているので、正直に感動とか、好きとか、悲しいとか、そういう様々な気持ちを写真の形に表現したい。光を大事にして、光の雰囲気やうまく表したい。硬い光と柔らかい光の比較、色温度を研究して、光をもっと深く考えて撮って行きたい。そして、被写体と環境の色の調和感もすごく重要だと思う。

私の心象というか、写真的価値をいかに自分の内面の感動的価値と結び付けてコミュニケーションするという部分を重要視して、心象写真の美しさを発見したい。

画面外を意識する

写真は画面に映っている物を見せるだけではなく、画面外の物語を意識させるのは共感ということである。つまり心象を自分の意識と努力で伸ばしていく。画面外を意識させるような切り取り方をすると、写真に写っている以上に広く感じることができる。私は自分の生きている世界の影響の中で、敏感で静かな視覚から、作品を創造している。人により、写真を撮る理由と美に対して自分のこだわりが違うと思う。私にとって、特に重要なのは旅行である。町と人間、老人と子供、花と少女。被写体は普通だが、ちょっと変わったところと気持ちで、何気ない日常の写真より、心の風景がもっと感じられる。旅行するときの気分が自分の神経を興奮させて、心の中に、そういう感じを残す。そして、もう一段階の既視感を超えたいと感じる。

この研究によって、心象写真の美しさを探して、自分の感情を含めて、見る人に届けることは重要な研究目的の一つだと思っている。私は「見る人が自分自身の記憶の中から思い出す場所とか、特別な人と一緒に過ごす時間を呼び戻す」という共感させる写真を撮りたい、言いたいことを言葉で表現するのは上手ではないので、写真の形で表したい。美しい気持ちで写真を撮り続けたいが、世界はそんなに美しくないで、写真の形で、美しい世界を作ってみたく考えている。

心象写真の可能性から言うと、それは風景を撮る写真だけではなく、心を動かす写真である。私の心象写真について、新たな定義は「自己」を見つめこと。自分の意識から世界を解釈する。認識の中心は自己の外部にある世界ではなく、自分の心の中に存在しているという自覚を強く持って、自分の内部と外の世界は周りの人と風景を橋として繋がって、意識を表現できると思う。



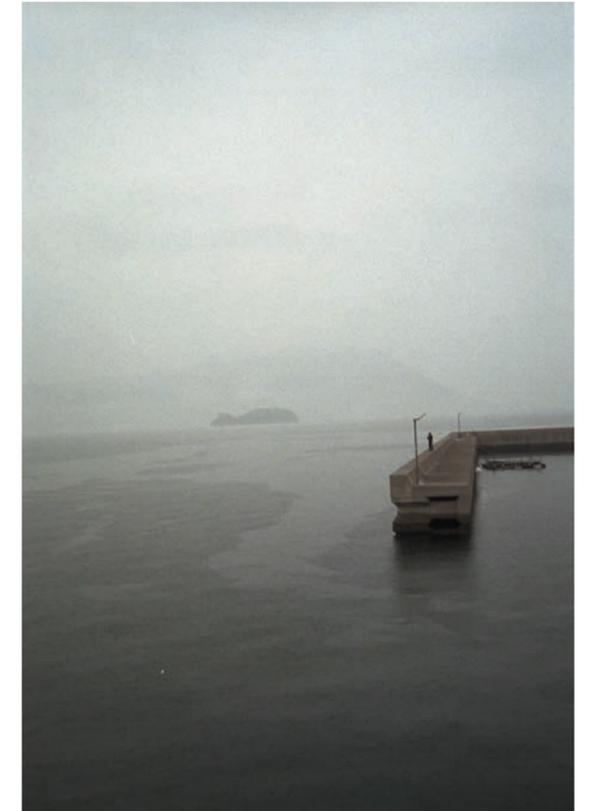
釣り  
大理、中国 / 2017



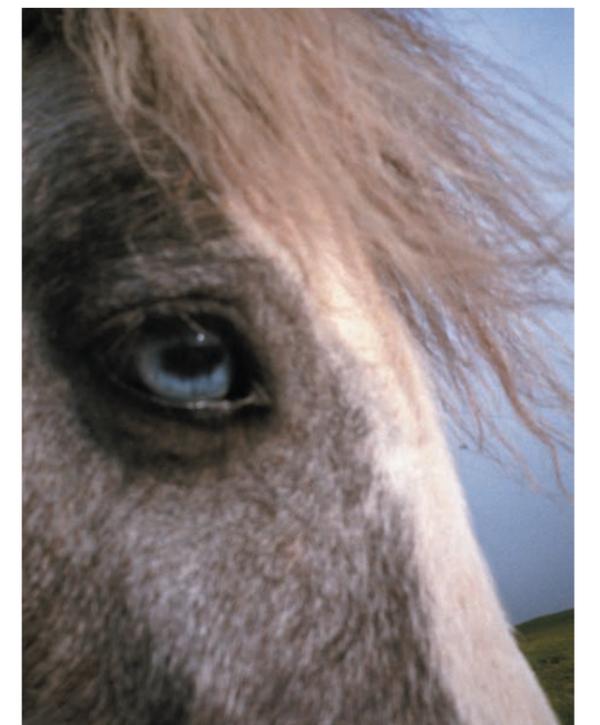
中学生たち  
八王子 / 2017



引越し日  
国分寺 / 2018



港  
瀬戸内海 / 2016



目  
美ヶ原、長野 / 2017

# 邱 璋

QIU, Wei

## 女性に対するステレオタイプの視覚表現の研究

Study on visual representation of stereotypes of women

### 概要

ステレオタイプとは、多くの人に浸透している先入観、思い込み、認識、固定観念やレッテル、偏見、差別などの観念である。ジェンダースtereotypeとは、性別に対して、男らしさ・女らしさや性別役割分業など、性別に関する社会的・文化的な、決まったイメージを指す。ステレオタイプは過度に単純化し、固定化されたイメージであり、絶対的な真実とは言えず、実態とズレる可能性がある。結果、社会と個人の発展に悪い影響を及ぼしうる。

本研究を通して、ブックデザインで女性の美しさを表現し、ジェンダースtereotypeと対抗する。見る人に性別についての考えを揺るがし、広げ、勇気づけてあげられるアートブックを作成して、「性差についてもう一度考えてみよう」というアドバイスを提出する。同時に、グラフィック設計で社会問題を表現し、社会問題を解決する可能性を証明し、グラフィック設計が商業、公益、宣伝にしかサービスできない観点を打ち破る。

### 作品

今、時代の変遷を経て、女性地位の上昇と自己意識の覚醒によって、女性のイメージが大きく変わった。女らしさという言葉はもう伝統的な印象ではなく、より多様なコンテンツを追加する必要がある。(優しく、綺麗、感情的のように単純な印象だけでなく、優れた、博学な、正義感があるなどの意味も含まれるだろう。)この事実に基づいて、作品を制作した。

アートブックに左側の褒め言葉と右側の女性を象徴する赤い物品のイラストを組み合わせる。文字とイラストをセットにして、モンタージュの現象が生じて、見る人に連想と発想をさせる。

表現はハイパーリアリズムの上で発展している。イラスト創作の過程に写真が絵画の参考として創作している。だが、創作が写真にこだわっていないはずだと思っている。細部と対象を関心するだけでなく、代わりに、微妙な技法と要素を使って、感情的、社会的、文化的、政治的な内容を含め、実際には存在しない、または人間の目で見る見えない内容

や雰囲気を作り出す。また、ハイパーリアリズムは日常生活を描写する芸術だから、ほかの形式より感情がもっと直観的に伝え、画面と現実を繋いで共鳴にさせやすいと考える。

アートブックの雰囲気を通して、「女らしさの魅力」を感じさせる。画像と文案のレイアウトというグラフィック設計の2つの武器を利用することによって、グラフィック設計で社会的観点を表すことの実現可能性を証明する試みを行う。

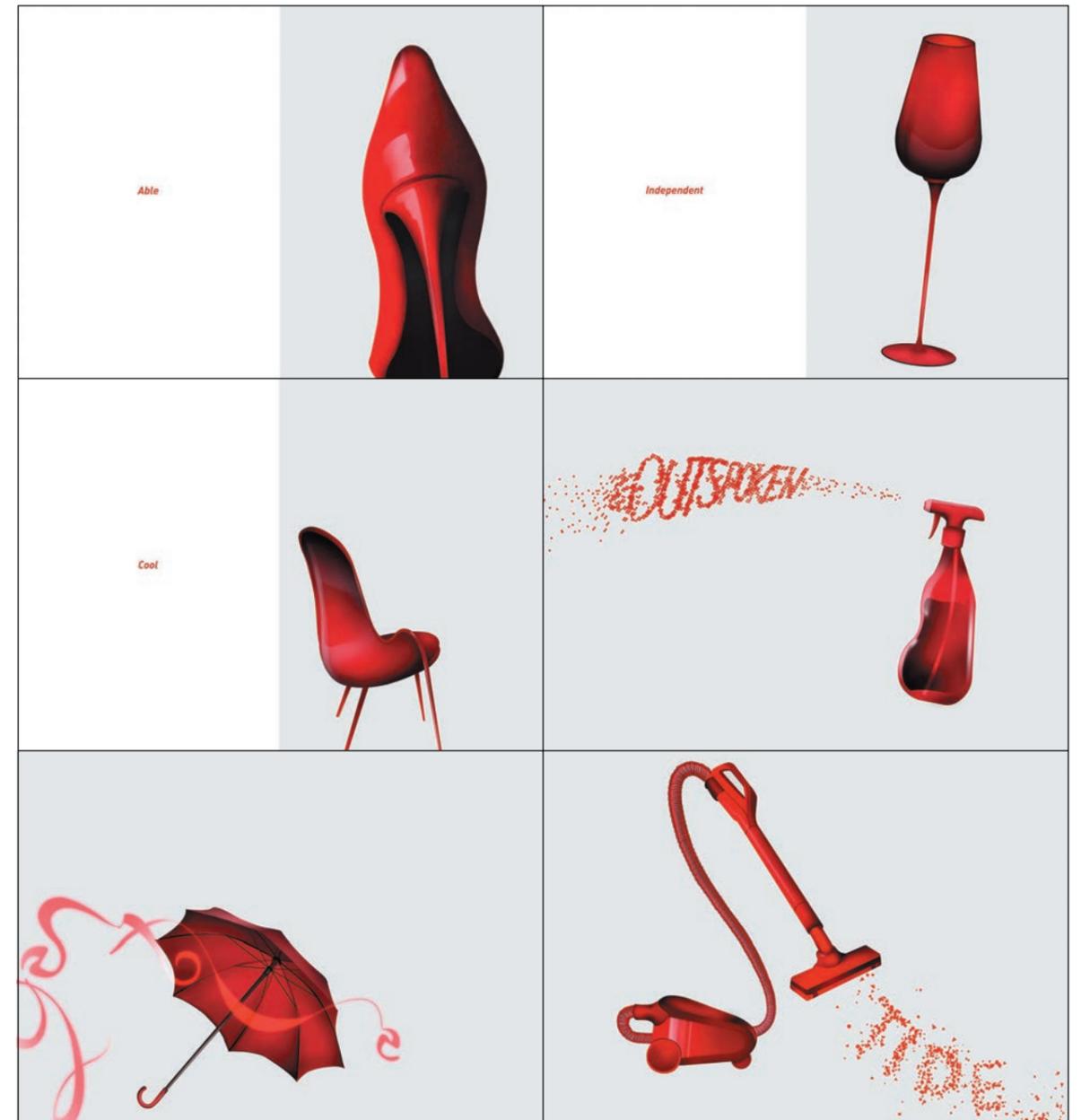
### 結論

今まで、女性に対するステレオタイプに関する理論、及び女性美を表現する作品を研究することを通じて、社会問題を中心に創作するグラフィックデザインはどんな魅力と価値があることを探してきた。

上記の研究と創作を通じて、「社会問題」と「グラフィックデザイン」の関係を検討した。グラフィック設計は現存する問題を解決する機能があり、商業、公益、宣伝などの問題を解決できるだけでなく、政見の表現や社会問題の解決にも応用できることを証明した。それによって、グラフィックデザインを利用して、社会メッセージを伝播することの研究意義を明らかにした。



【Feminine Charm】594 × 420 mm



【Feminine Charm】中身 594 × 420 mm

# 許迎辰

XU, Yingchen

## 味覚デザインの視覚デザインへの転換

お菓子の断面の視覚化

The conversion of taste design into visual design

「味わい」は、食べ物の味覚情報が口中の味蕾・味細胞・味神経を経て脳に伝えられ、視覚や触覚、聴覚などの感覚・知覚情報と統合され、様々な認識的情報と出会い、その味の全貌を認識していく過程をさすと考えられている。つまり、単なる「味」に比べ時間的で多層的な広がりをもった過程と考えられる。

私たちがスーパーマーケットでお菓子を購入するとき、あるいは店舗や食品売場で注文するとき、お菓子をどのように選んでいるのか考えてみよう。匂いにつられて注文することもあれば、見た目を使ってのお菓子選択が始まっていることもある。そのため、スーパーマーケットや店舗など、お菓子を扱っている多くの店では、食品をより魅力的に見せるために照明や背景に多くの工夫を凝らしている。さらに、視覚情報は、味わう前のお菓子の判断だけではなく、味わっているときの味嗅覚の経験までも変化させる。本研究では、このような視覚情報が食の認識に及ぼす影響を研究対象としていない。お菓子の内部構造だけ分析する。人間の五感の中でも嗅覚と並び、メカニズムの解明や定量的な評価手法の確立が遅れてきた味覚の領域。味は個人的な嗜好や文化・宗教など相対的な要素によって大きく左右されるため、グルメサイトのランキングのようにこれを画一的・数値的に評価する試みには、主観性を問う声や心理的な拒絶感が絶えなかった。こうしたなか、味覚を平面図案化によって「可視化」することを試みる。

味の組み合わせには法則性があり、味の種類は異なるもの同士のほうがよく、味の強さは強弱が同じ程度同士が良いとされている。「両者のレーダーチャートを重ね合わせたときに、ある一点が突出するよりも、同じ振幅の項目が複数存在し、均衡が取れている形が望ましいのだ。例えば、うま味と甘味の強いステーキ肉を食べた後に苦味の強い赤ワインを飲むとバランスが取れるだけでなく、先にうま味、後からは苦味という時間的なコントラストも作用し、味を引き立てる。」スイーツの場合、日本では先味はしっかり甘いけれど、後味はスッと消えて残らないものが支持される。これはアメリカなどとの大きな違いである。また、四方を海に囲まれ、海流が交わる豊かな漁場に恵まれた日本では、海

産物のだしによるうま味の感覚が発達した。味を足していく感覚が発達した。味を足していく大陸型の食文化では酸味とうま味が未分化なケースも見られるが、素材の風味を研ぎ澄まし、繊細なうま味を追求する日本の食文化は、世界的に見ても異色のものだ。

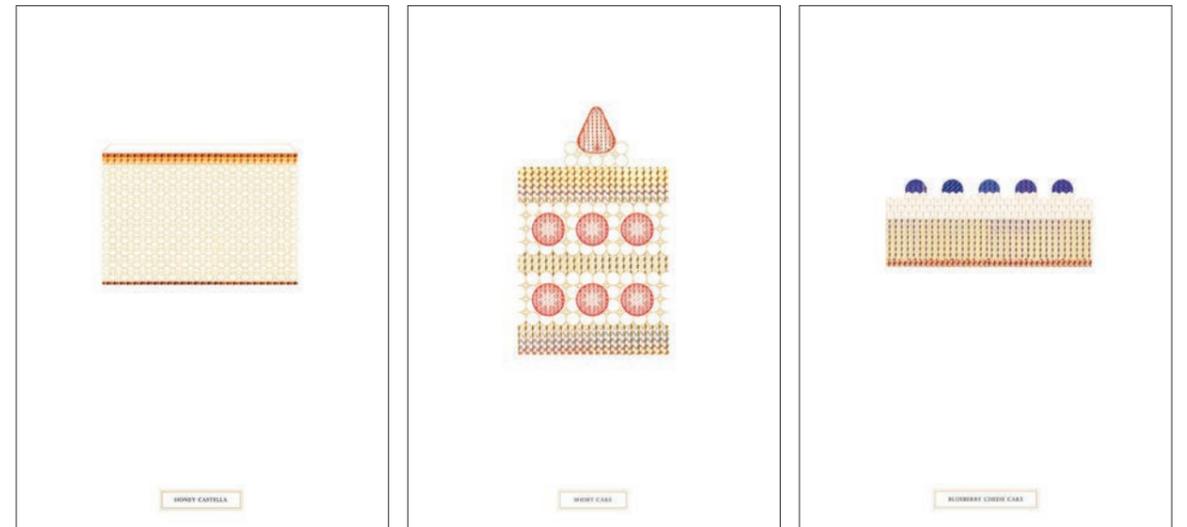
こうしたなか、大量のお菓子の味覚データ解析によって、新しい平面デザインの思考の出発点を見い出せるのだろうか。甘さや渋味、舌触りや歯応えなど、味を構成する触覚的要素を解剖し、視力のように、一人ひとりが美味さを感じる「味覚力」を視覚化することで、味覚を保ちながら視覚的なものを美しいと感じられるようになる。

今回作った作品はお菓子の断面を視覚デザインに転換する。お菓子の断面を図形化し、平面デザインすることによって、視覚における点線面の形とか、配列とか、色の組み合わせとか、線と面の関係などを考え直す。各お菓子を採集し、味覚の角度から分析した。最初、お菓子の外形、内部の構造、生地特性、それぞれ種類の違う食感を感じながら、最後に、口で一体になって、お菓子の味を十分に感じられる。これは平面デザインで点と線の組合せや、元素のサイズや、色の「黒」、「白」、「灰」の使用などは、お菓子の構造デザインのように。お菓子の外形、中身、各元素はその存在意味を持っている、最後に、目の前に現れた作品は人に完全な視覚の体験を与える。

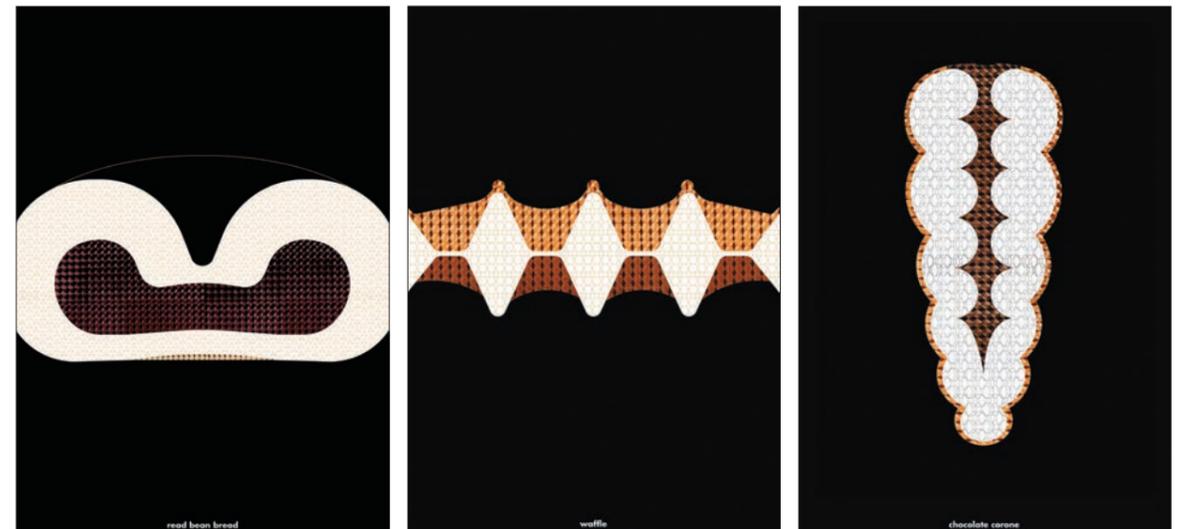
味覚のデザインを出発点として、食べ物人が人へ与える感覚を視覚画像に変えることが本研究の目的である。見えないデザインを見えるようにすることを試みる。視覚以外の角度より情報を取り入れて、視覚デザインにすることを研究する。お菓子の断面を図形化し、再設計することによって、視覚における点と線の配列、色の組み合わせなどを考え直す。また、お菓子は食材と自然観や時間などの連結を特に重視している。四季折々の自然風物の変化に合わせて、違う食料を使用し、特別な餡が入る菓子を作る。人の食用体験と周りの環境の連結を重視している。平面デザインもこの微妙なデザインの差異を重視しているはずであり、異なる環境で異なる表現言語を使用することで、人に異なる視覚感を与えることができる。



《 CUT : WAGASHI 》



《 CUT : CAKE 》



《 CUT : BREAD 》

# 呉 譯棋

WU, Yiqi

## ライフカルチャー雑誌における都市生活を表現するイラストレーションの考察

東京をテーマとするイラストレーション

A study of expression of urban life in the illustrations of life-style magazines  
Illustrations of the lifestyles in Tokyo

### 研究の背景と目的

普通の街と比べて都市という環境は特別である。とりわけ、東京のようなメトロポリスにきた後では、日々そのように感じる事が多い。ビルの合間を走りぬけるタクシー、ショッピングに急ぐ人たち、独身者のためのワンルーム、通勤電車を待つ人の行列…そこに暮らす人々も都市ならではの特殊なパターンに従って生活を送っている。また、都市も人を変える。もっとよいチャンスに恵まれるため、ますます多くの人たちが都市に集まる。こういう複雑で、ストレスが重い環境は、おそらく人の精神状態に深く影響を与えている。チャンス的一方、負の影響も多い。それによって様々な社会問題に至ることを考えられるだろう。

このような都会の現状や社会問題を俯瞰しようとしたら、新聞、書物、映像、テレビ、インターネット、多種多様なメディアを使わなければならない。メディアは時代を反映している。例えば広告はその時代の人々に向けて、その時代の物事を宣伝するため作られ、時代の社会背景や情報環境に大きな影響を受ける。こういうメディアにおいて、「光を当てる」というラテン語が語源であり、視覚を通してノンバーバル・コミュニケーションで情報を伝えることができるイラストレーションは、現在ではメディアを問わず、幅広く用いられている。メディアが持っている時代を表現する能力において、自由度が高く、独特なビジュアル伝達能力を持つイラストレーションは、より役割を果たせるのではないだろうか。それについて再検討が必要であると考え。

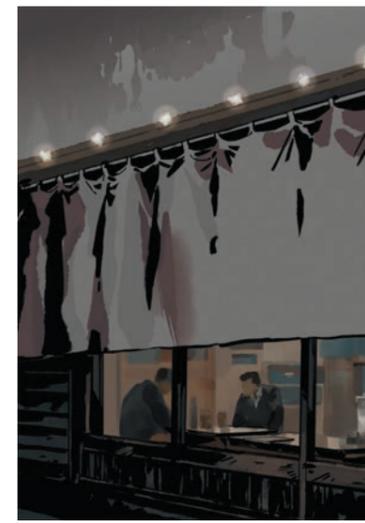
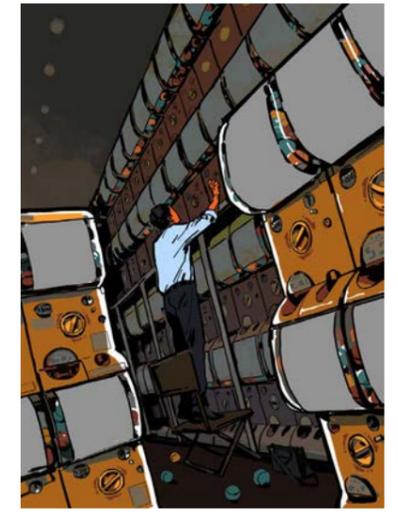
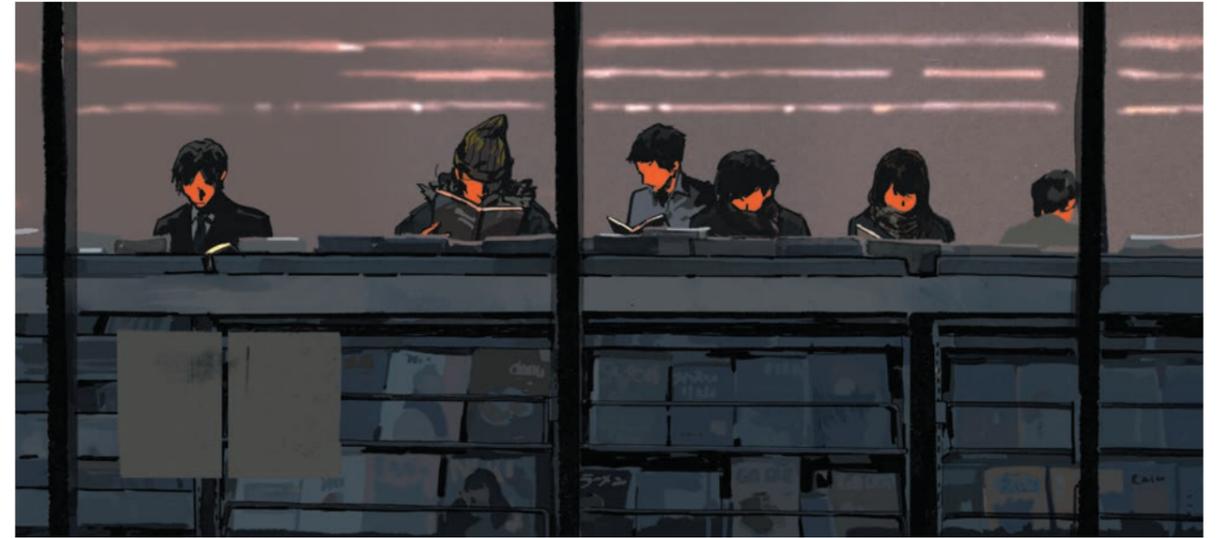
本稿ではまず、具体的な事例を挙げることで、出版、広告、雑誌におけるイラストレーションの表現、様式を比較する。テクノロジーが高度に発展している今日に、写真が絵より再現性が高い一方、なぜイラストレーションが欠かせない存在であるかという、イラストレーション表現の強みを分析する。そして雑誌(特にライフカルチャー誌)の中でイラストレーションをデザインの主要要素とする二つの雑誌『ニューヨーカー』と『ポパイ』を例として、イラストレーションがどのような役割を果たしているかを考察する。たとえば、表紙イラストレーションに表現されるテーマや対象、表現手法などである。雑誌のアーカイブから、各項目の例を挙げ、どのよう

に時代と都市を反映しているかをまとめる。分析することで、イラストレーションが都市生活と時代を反映できることを論じ、また自分の創作における都市生活を表現することについて、テーマやモチーフ、技法などの観点から考察する。

### 作品制作について

「Tokyo Snap」は、東京を舞台とするイラストレーション作品である。イラストレーションで都会という巨大で、複雑な舞台に生きる人々の生き様を観察、記録し、またはスナップ写真のような手法で表現することを意図した。なぜ東京を舞台に取り上げたかという、まず、東京のユニークさに魅了されたからである。そして日々この町と接して、空論ではなく、自分が確実に感じたことを伝えられると考えた。

そして都市における有機的な物事こそが時代を表現できるだろうと考え、自分は「人」と「生活」を中心とする作品を制作し始めた。このような自分が感じた東京をテーマとしたイラストレーションの制作を通し、都会人に共鳴を喚起するアプローチを試みたい。これからも時代と都市生活を伝達するイラストレーションの研究を続けたい。



「Tokyo Snap」  
デジタル出力 / 1030 × 728 mm

# 黄宛蓁

HUANG, Wan Cheng

## 学齡期児童のための教育絵本

Picture books for children of school age

### 1. 研究の目的

幼い頃、誰もが絵本を読む。大好きな絵本は繰り返して読み、大人になっても忘れられない一冊になるかもしれない。成長するたびに、年齢にふさわしい題材を選ぶことは、子どもにとって大切なことである。私は、現代の児童問題を調べ、子どもにとって何が適した題材なのか、深く考えてみようと思う。

現代社会では、生活のテンポが速く、何事にも効率求められる。昔と現代の社会の仕組みと生活環境を比べてみると、あらゆるものが著しく変わった。経済と科学技術は、めまぐるしく発達しているが、同時に新しい問題も生まれている。たとえば、子どもの数が減少しているのが高齢化社会になっている。さらに、受験戦争を乗り切るために、学習や塾通いに子どもは多くの時間を使っている。

かつて、子どもにとって大切なものは、手に取れる玩具や近所の遊び友だちであった。それが、テクノロジーの発達にともない、タブレットやスマホなどのデジタル機器に代わった。時間があれば、一人でオンラインゲームをしている今の子どもたちは、人との関わりや真の生活経験から、だんだん離れつつある。

現代の児童問題を調査しつつ、学齡期児童について書かれたエリクソンの心理社会的発達理論を参考に、人と接する経験を通して成長する子どもを軸にした絵本を創作したいと考えた。

学齡期児童向けの教育絵本は数多く出版されている。また、絵本作家によってイラストレーションの表現は様々である。学齡期児童向け絵本の作品事例を研究するために、学齡期の児童に適した愛と価値観について描かれた、『小さいおうち』、『おおきな木』、『かいじゅうたちのいるところ』などの教育絵本を題材に取り上げ、絵本作家、物語、イラストレーションを表現する方法、キャラクターなどを研究した。さらに、教育絵本を主題としたイラストレーションについても考察した。絵本は学齡期児童の問題を解決する方法を提示する。絵本はストーリーがあり、それに沿ってイラストレーションが伴っていく。この絵本の連続性のあるイラストレーションに必要な要件や、表現の手法の効果についても明らか

かにする。

### 2. 絵本『大好きなケーキ』の制作

学齡期児童のための絵本『大好きなケーキ』を制作した。

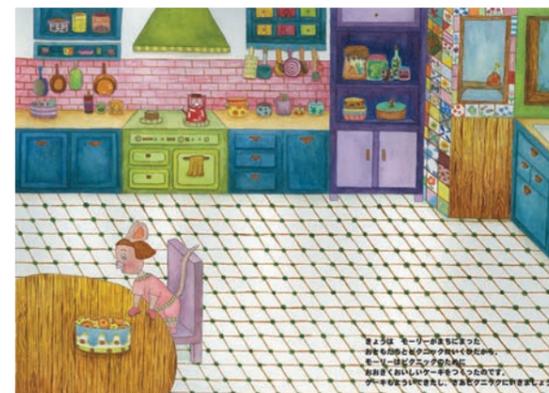
#### ストーリー

今日はピクニックの日。ジャスミンは友人たちと一緒に食べようと、大きなケーキを用意しました。みんなは大喜びでピクニックに出発しました。さあケーキを食べようという時、どうやってケーキを分けたいかみんな考え込んでしまいました。ピピが体の大きさによってケーキを分けようという提案をしました。ケーキを分け終えると、ジャスミンは自分のケーキがとても小さいことに気づき、不公平だと思いました。そしてケーキを食べずに帰ってしまいました。ジャスミンの友人たちは、自分たちのどこが悪かったのかを反省し、ジャスミンに謝りました。ジャスミンもみんなを許し、またみんなで楽しくピクニックに出かけました。

絵本の世界では見えないことが伝わるように創作する。物語と共にイラストレーションによって見えないことを具体的に表現するのは、子どもにとってより分かりやすい方法である。子どもたちは絵本を通じて生活経験や知識を学ぶ。想像力で絵本の深い世界に遊ぶ。良い絵本は忘れずに心に残るだろう。絵本『大好きなケーキ』は物語とイラストレーションが相互に助けあって完成した作品である。物語の題材は日常の経験とエリクソンの理論を参考にした。低学年の児童は団体生活に適応することと人間関係が課題である。絵本のための年齢に適した題材を選び、その観点から絵本『大好きなケーキ』を制作した。

### 3. 終わりに

絵本では連続性のあるイラストレーションを編集し、その物語を全面に表現する。『大好きなケーキ』を読む時、学齡期児童にとって生活経験の共感を呼べるだろう。人間関係について問題があった時に解決する方法を示している。



『大好きなケーキ』 絵本 / A2 / 2019.01

## 向首居

XIANG, Shouju

### ファッション写真と室内撮影

Fashion photography in indoor spaces

子供の頃から服などのファッショングッズに深い興味を持っていました。大学時代で撮影に触れ、撮影活動も始めました。撮影は人の意志を磨くものだと感じました。視線を一瞬撮影の対象に集中しなければならないからです。一方、ファッションには人が落ち着かない面があります。それはファッションは絶えず更新しているからです。人間は気が変わりやすいもので、ファッションの撮影は人の心を衝突させる時もあります。

美しい瞬間を真面目に捕まえようと思うと、ファッションへの情熱で心が落ち着かない。これは私にとって、大きなチャレンジだと言っても過言ではありません。多摩美術大学に通っているうち、ファッションに関わる撮影をずっとやってきました。撮影に全力を注ぎました。

自分のアパートで撮影する際、まず背景を用意し、一日中各時間の自然光線を試しました。撮影の前にvintageというお店で適切な服装や変わった玩具を探して、創作に使いました。東京には面白いものがたくさんあることを実感しました。新しいものが見つかるのが驚いたりします。撮影モデルと交流し、お互いに納得できるショットに達します。この世界は多元なもので、不可能だと思うことも可能だかもしれません。撮影において、私は時々止まって、モデルさんと見つめ合いますが、何も言いません。ただバランスを見つけようとします。わざと作り出した視覚ではなく、細部を通じて写真を見る人をで衝撃を与える。それが私がやりたいことです。

今後の勉強にこの撮影計画を続けます。より熟練に自然光を活かし、より多くの撮影方法を試します。ファッションは多元化なもので、まだ探求すべきものがたくさんあります。勉強の間に最初の志を見つけたいです。何も考えずに、繊細な美を見つけるのも修行だと思えます。

とにかく、ファッションの撮影は大学時代からやってきたことで、好きです。撮影の過程で自分も成長しました。その過程も楽しめます。この研究を通じて原点に戻り、ファッション撮影がもたらす衝突を体験したいと思います。

私の研究の目的は、「ファッション写真」と「室内撮影」を探り、作品制作を通じて、この二つを明らかにすることである。

ファッション写真は、写真アートより派生したもので、画像という形式で時下の流行っているファッションスタイルを表現することを最初の目的とする。私は幼い頃より、ファッションに興味を持っているので、大学に入り、撮影活動を再開し始めた。

私は、自分の寝室でのファッション写真撮影という、新しい表現形式を提案したい。モデルの採用から、服装のデザイン、メイクまで全部を担当することで、自分を鍛え、能力を向上させたい。

私は、服装デザインに関する専門知識を学んでいないのみならず、ミシン、針、糸なども使いこなしていない。しかし、ファッションに興味を持っているので、服装のデザインに熱心に努力している。また、針と糸がないと、服装が作れないと思わない。自分の知らない分野で、物事を達成させようとする時、様々な方法があり、試行錯誤を重ねなければならない。新しいことにチャレンジし続けると、きっと面白く成長していく。

自分の手で服装をデザイン・制作し、写真という表現形式で、自分の綺麗な空間を描き出したい。

撮影を始めたのは、大学在学中である。当時、撮影に関する基礎知識を少し覚えたが、ファッション写真は、華々しいスタジオや、スポットライト、撮影機材がないとできないものと思い込んでいたため、スタジオで様々な機材を使って撮影に没頭していた。しかし、今になって、ようやくあの頃の自分は何も分かっていなかったと気付いた。

自分の寝室で撮影を開始してから、自然光は撮影にとって最もいい光であると分かった。自然光には様々な変化があり、時間帯によって、被写体で異なるビジュアル的效果を与えられる。自然光の変化がもたらす効果は奇妙である。

前述したように、幼い頃より、ファッションに興味を持っている。テレビを見る時も、ファッションショーや、ファッションに関する番組ばかりを見ていた。また、他の男の子と違い、銃や車などに興味湧かなく、バービー人形で遊んでいた。バービーに服を作ったり、髪型を変えたり、一日中やっても飽きなかった。後に大学に入り、ファッション写真の勉強を始めた。



「男・子」

# 周小琳

ZHOU, Xiaolin

## アニメーション作品における詩の表現について

詩作からアニメーションへの構築を中心として

The expression of modern poetry through animation  
Focusing on building animation from poetry

### はじめに

大学院1年で、中国現代詩人任航(レン・ハン)の三編の詩をモチーフとしたアニメーションの創作を試みた。主に詩の隠喩手法を分析し、詩をアニメーションで表現した。修了制作では自分が書いた散文詩を脚本として、隠喩手法、時間の叙述方法、想像の世界の描画からアニメーション作品における詩の表現について研究を続けることを計画した。

### 研究の目的

本研究では、自分の体験を書いた散文詩による瞬間的な感覚と雰囲気から、アニメーション作品を組み立てる各々の要素について考察する。散文詩からの感覚の描写が、人に伝える色々な違う意味の隠喩を分析し、詩をモチーフにしたアニメーションの芸術性と叙述手法などの面から表現を実験する。修了制作において選んだ散文詩の中で、描写方法と文学叙述の特徴を分析し、アニメーションから想像の空間、作品の構成を考察する。参考としてロシアのアニメーション作家ユーリー・ノルシュテインが監督した作品『霧に包まれたハリネズミ』と『話の話』の二作品から、詩の雰囲気を表現する素材を使う方法と物語の構造を探究する。詩における文学の表現とアニメーションを詩の角度から叙述する方法を通じて、詩とアニメーションを融合させることで生まれる新しい表現の可能性の意味を発掘することが研究の目的である。

### 詩の原文

『四月の大風』

毎年の春/風が吹く時があり/あなたと私は/ラバーバンドで固定された/波打つ白いキャップをかぶる/ピンクのサンダル/中にすべて砂だ/いつも私の前を歩いているあなたは/振り返らない/私と手も握り合わない/空の上のビニール袋はいつも見ている/私たちにも追いついていた/狼狽したそれを見つづけて/しばらく目が眩んだ/あなたはもう消えてしまった

### 詩的なアニメーションの叙述

具体的な事件の経緯よりも想像や感情など抽象的なことを重視する詩の視点から考えると、叙情的に進行する状態を語るという叙述方法は詩の特質をよく表現できる。詩的な

アニメーションの叙述は「状態を語る」という物語によって、観客に共感を与える。特に重要なのは作者自らの心境を正しく伝えることである。この世界で見たものや体験した事などは人によって違う。全ての記憶を共有することが不可能なので、他人に個人的な感覚を伝えるのは難しいと思う。出来るだけ記憶に存在するありふれた物事のよい再現は心境を正しく伝えるために必要とされる。『四月の大風』という詩によって、記憶からのリアリティと抽象的な内在の気持ちを描写していることが私の最も表現したいものである。そのためアニメーション作品のシナリオをデザインするとき、客観的な環境の描写と抽象的な感覚を重視することを決めた。

人が無意識的な思想感情を起こすのは論理的な考えと根本的な違いがある。詩想の展開は無意識的な思想感情の発展法則に近づいていて、自然な生活の状態にも近づく。詩の叙述における感情の表現から読む人に想像力を与え、自分の生活に対する様々な反響をもたらせる。『四月の大風』という詩篇は記憶の断片から生まれたもので、文字から出て来た詩的なイメージの展開は頭の中に記憶を再現する過程である。そのため、アニメーションの流れは詩的なイメージの展開に従うことに決めた。

私の考えでは、「個人的な」時間を想起するものはアニメーションの作者の「時間」に対する「個人的な」感覚である。そこで、違う感覚によってアニメーションに様々な時間の描写の可能性がある。つまり、アニメーション作品からユニークな時間の感覚を見ることが出来る。『四月の大風』という詩篇は「瞬間」を感じられる、「瞬間」に関する記憶だった。一年次の作品『星々』に関する、三つのエピソードから複数の時空を交錯するという時間の描写を実験した。今回の作品において、「緩慢」という感覚の表現から「瞬間」という時間の描写を実験した。

### 結論

実験した『四月』というアニメーションのエピソードは私の日常生活に由来する。同じ日常生活を題材とした文学と映像の間の転換は面白い見方がうかがえる。ユーリー・ノルシュテインの作品『話の話』の画面は、個人的な雰囲気をめぐり、「詩」の構造を感じ、映像の新たな表現となっていた。芸

術作品は芸術家の一つの「言葉」として、自分の経験、感情、思想や生活を伝える。そのために個人的な角度から違う世界が見える。今回の作品ももちろん私の一つの「言葉」として自身の気持ちと物語を伝える。

私はいつも詩とアニメーションを融合させることで生まれる新しい表現の可能性の意味を考えている。今まで詩を再現する芸術作品は非常に多く、絵画や彫刻また映画など、

詩の角度から表現した作品により、人々に色々な感覚が生まれている。人の想像空間は無限大のものであって、詩をテーマとしたアニメーション作品の中で連続的な画面に詩の雰囲気を感じられることは、格別な詩の感覚の表現であると言える。



星々 / Twinkle twinkle / アニメーション / 4分40秒



四月 / Pieces of April / アニメーション / 3分40秒

# 宋晨

SONG, Chen

## 日常写真について

つづく日々、撮り続ける

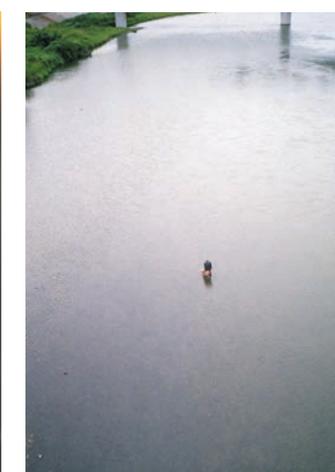
Study on the daily photograph  
Day after day, taking a photo every day

写真は、私にとって一番好きな道具であり、日常生活には欠かせないものである。私は中国の大学を卒業後、日本に来た。慣れない街で生活にして、不安や孤独、様々な感情を抱えて過ごす日々の中で「自分が見えたこと」、「自分が考えたこと」生活の中に感じた物全て写真の形で伝えたい。写真は私にとって話し相手のような存在である。何でもない日々を縫うように撮ったフィルムの中には、あの頃の空気や見えていた光、流れていた感情までも焼き付けて、二度と戻らない日々を写真の中に閉じ込めている。写真がこの世に形として残っている限り永遠に。カメラが動かなくなって、シャッターを切った私たちが消えてしまっても、フィルムが残っている限りはずっと、懐かしい日々を記録し続ける。同じような日々は、そのひとつひとつが特別な瞬間である。フィルムに焼き付けてはじめて気づいた事だ。誰かといいた日々、ひとりで過ごした日々。

笑顔の日、涙の日。想いを伝えあつた日、想いを伝えられなかった日。一年の中には特別な日があつて、その何倍も同じような日々があつて、同じような日を繰り返して季節は過ぎていくけど、本当は同じ日は二度と戻って来なくて。日々が過ぎていってしまった後では、写真を眺めて懐かしむことしか出来ない、写真が教えてくれるのは「戻って来ない日々がある」という事実だ。

写真が数かぎりなく再現するのはただ一度しか起こらなかったことである、日々も同じで、二度と繰り返されることはない。戻らない日々を記録したい。自分の記憶は一枚一枚の写真を組み立てたものと思う。

日本に来て7年になり、思い返すと自分の日常は毎日ほぼ同じルーティンです。すべてのこと、見た風景、あつた人、正直いうとはっきり覚えてない、でも日々を重ねて、物に対する親近感と意があるから、日々の生活の中に感じたものも深くなってゆく。私の日常写真は、まず自分生活の環境を撮っていく、自分住む街はどんなまちなのか、よく観察して、気になることを記録する。周りの人達、例えば、家族、友たち、恋人の日常生活も記録する。誰もがカメラを向けられ、シャッターを切られていることをまるで意識していないような、生々しく、パーソナルな表情を浮かべ、写真の中に流れる時間や温度、匂いなどを、リアルで質感あるもの撮っていく。



## 張昊

ZHANG, Hao

### 時間における撮影の研究

写真集「Here i am」

Photographic study on the sense of time: "Here i am" photobook



「Here i am」

#### 研究概要

撮影の歴史を通して、撮影自体が時間との切りはなせない関係が分かった。撮影から現像まで、すべては時間の産物である。時間はずっと撮影から離れることができないテーマで、それは普通に見えるが、表現するのはそんなに容易ではないことである。

私にとって、撮影は一種の時間軸変化による光と影の芸術だと考える。どのような撮影手法でも、時間軸にある点と線あるいは両者が重ねたものである。瞬間撮影は時間軸上の点、長時間露光撮影は時間軸上の線、多重露出は時間軸上の点と線を重ねたものもある。撮影が時間の別の存在であれば、撮影にはいろいろな方法で、そして時間の存在はきっと違うと思う。普段な生活からの超現実的な表現は私が研究している方向である。

被写体を客観的に冷静に描くことを強調し、中性・冷静・客観的な態度で被写体に対応することを主張している。客観的な表現手法で「時間」を発見した。

撮影表現で、絶対的な客観性を追求することは不可能だと思っていた。私はこのような客観的な方法で冷徹な表現をもたらすことができることを知った。私はこのようなより相対的で客観的な観察方法を追求して、孤独感と距離感を表現し、写真の物語性を弱めて、多くの主観的な誘導も付かないで、観客に最も率直な観察から自分に属する感じを与えて、固有の考えを写真から引き離せるだろう。

#### 作品概要

私の写真を「Here i am」と命名した。表現した内容は自分が感じた世界である。私は、自分の行動速度、思考速度、体の代謝速度を変更できる。私は自分の思考速度を変えてみると、時間が空気の中で固まっているのを感じる。時間お流れは微妙に変化している。私がそこに静かに立っているときだけ、その存在を見ることができる。私の時間は重苦しいスローなものである。



「Here i am」

# 張 斯妤

ZHANG, Siyu

## 時間と空間における情報の可視化

Visualization of information in time and space

### 1. 研究目的

ビッグデータ時代の今日、コンピュータやインターネットをつかうことにより、大量のデータを積んで、分析することが簡単になってきた。情報を手に入れることが易しくなる一方で、多すぎるデータを理解しにくい場合もある。データの「見せ方」については、データを人の目で知覚可能な形へと「可視化」することが重要なのだ。「可視化」とは、視覚的な表現を使用し、人に情報を理解しやすく伝達することである。可視化は、コンピュータの登場するはるか以前から、人間が情報を直感的に理解するための手段として活用されてきた。本研究ではこのような背景から、インフォグラフィックスという情報可視化の手段について、多角的な視点から人に快適で理解しやすい環境になるように、新しい情報の表現方法を見つけていく。

### 2. 空間の視覚化

地図は地理情報を分かりやすく伝える手段である。今から2万年前の時代に、獲物が取れる場所を共有した壁画は最古の地図である。地図は文字より遥かに古いコミュニケーション手段と言える。各時代の地図製作者により、利用者の使う目的のために、技術が継続的に発達、変化している。初期の地図は繊維と羊皮紙を用いて手作りされ、一枚ごとに品質が異なり、配布も限られたものとなっていた。20世紀半ば以降の電子技術の進歩は、デジタル地図を普及させている。地図は文字よりも昔から存在した情報を表現しているダイアグラムである。技術が進歩ながら地図の情報量を増加させる。地理的情報を正しく伝えるだけでなく、様々な角度から地図の形で複雑な情報が現れた。

### 3. 時間の視覚化

「時間が存在するかどうか」は哲学者や物理学者の間で長きにわたり議論が続けられる難解な命題である。時間は世の中に不可視の存在である。日常生活の中に時間を視覚化する手段は時計である。時計という時間を視覚化した道具はただ1日中の24時間だけを現わし、過去の時間もしくは未来の時間が表現できない。時計が表現しづらい未来と過去

の時間は、時間軸というダイアグラムにより表現できる。

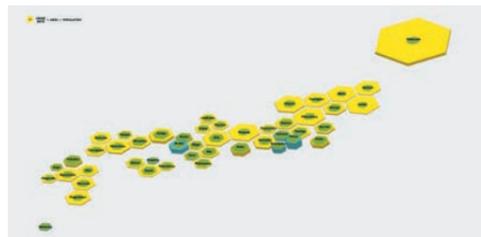
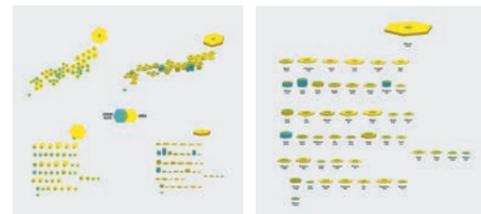
### 4. 制作

#### 4.1 「中国歴史地図」(2017)

『中国歴史温度変化』という本より、温度の変化と遷都のデータを整理して、この2つの関係を直感的に現せるように1つのマップにした。中国では歴史上4回の温暖期と4回の寒冷期が交互に出現していた。急激で短期間の気候変化が、時代の滅亡の主な原因かもしれない。そして同じ時点に発生した歴史事件とこの時代の皇帝をダイアグラムにまとめ、中国の長い歴史を新しい形式で表現した。

#### 4.2 「EPIC x JAPAN」(2017)

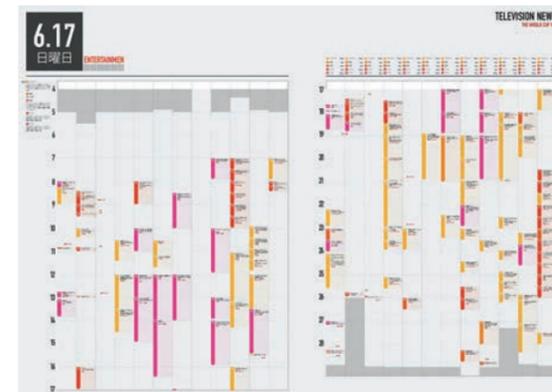
日本の各機関が公開している人口(population)、平均収入(income)、犯罪率(crime rate)、地震回数(earthquake time)のデータを基に、都道府県別のデータを六角形の大きさや色で視覚化する新しい日本列島マップを制作した。分かりづらいデータを、直感的に把握できるよう可視化することで、文字情報や棒グラフでは気づきにくい差異や地域的な特徴を見つけてもらうことを狙いとしている。そして六角形の面積だけでなく、厚さにも人口のデータを入れている。3つの情報を1つのグラフの中に表現したことで、その形は1つより情報がより読み取りやすくなるだろう。



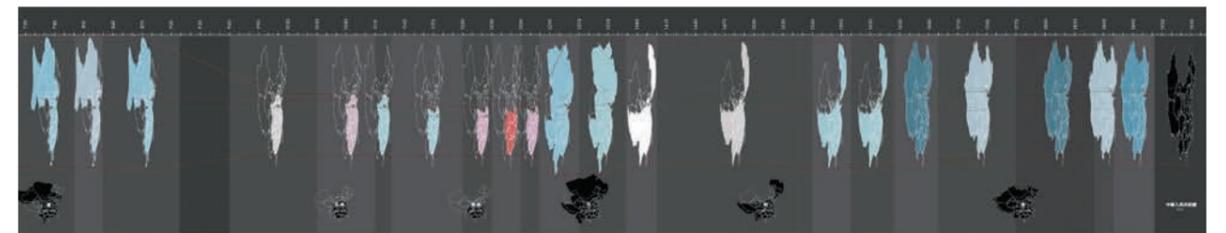
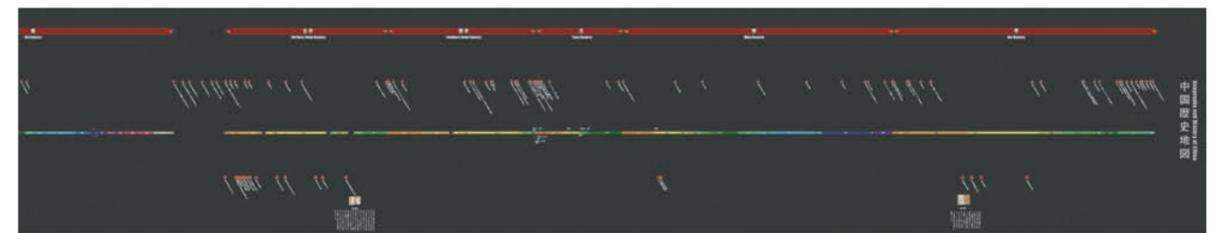
「EPIC x JAPAN」

#### 4.3 「TELEVISION NEWS」(2018)

「TELEVISION NEWS」は一週間の日本国内の地上波テレビ、BS放送のチャンネルの番組を載せている新聞である。番組のジャンルから考えて、報道・情報・娯楽の3つのジャンル別の番組表もデザインした。既存の番組表の形の上に、情報を詳しく分類して、ビジュアルも理解しやすくデザインした。そしてテレビ局が放送した番組表の時間の長さも研究して、ダイアグラムにした。



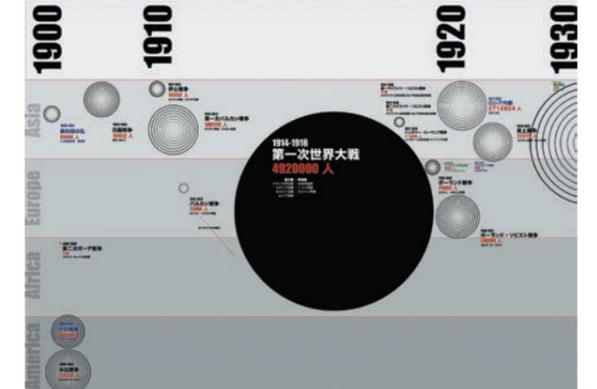
「TELEVISION NEWS」



「中国歴史地図」

#### 4.4 「世界戦争地図」(2018)

近代には100位の多くの戦争があり、特に世界戦争(世界大戦)は2つある。世界戦争中に、1つの戦争とその後の戦争には何かの関連性があるだろう。戦争と戦争の関連性や各戦争の死亡人数を研究して、ある博物館の戦争展示室の展示用インフォグラフィックスを制作した。インフォグラフィックスで戦争の怖さを観覧者に伝えるように、世界平和を守ることの重要性を伝えることを目的にした。



「世界戦争地図」

# 沈奕

SHEN, Yi

## 地域文化表現のパターングラフィック

オリジナル台湾パターングラフィックとお土産デザインの開発

Localized pattern graphics

Development of original Taiwanese pattern design graphics and souvenir design

### 1. 概要

本研究では、人間の脳が対称性や規則性を好む特性を利用して、個性的で可愛いパターングラフィックを、台湾文化を表現するお土産デザインの分野に利用すれば、失われつつある台湾の文化を日常生活に馴染ませ、現代に蘇らせる可能性を見つけることを試みた。

### 2. パターングラフィックについて

パターングラフィックは「柄」、「模様」、「図案」とも言われて、ファッションでは、生地に用いられる柄(模様、図案)を指す。一般的に、デザインした絵を何度も繰り返し並べて、装飾に利用するものである。ファッションで使われるだけでなく、様々な分野のデザインでも使われている。実際、パターングラフィックを加えたデザインはユニークな視覚表現を実現できて、商品などに個性を与えている。近年、パターングラフィックはよくお土産デザインの分野で利用されている。大幅の模様で飾られたお土産は、個性的で目立つので、消費者に人気がある。

また、心理学の一派、1910年から始まったゲシュタルト心理学(Gestalt Psychology)によれば、人間の脳は対称性や規則性を好むという。

パッケージデザイン、ブランディングデザインをする時に一つ重要なポイントは「セルフ・インパクト」である。実際の棚に置かれた時の商品の際立ち感やアピール力は、小売店が「セルフ・インパクト」と呼ぶもので、売上に大きく影響する。目立っていればいるほど、売れ行きも良くなる。

そのため、対称性や規則性があるパターングラフィックをお土産のデザインに利用すれば、商品に「セルフ・インパクト」を与えて、今までの市場にあるものと区別し、良い効果を達成することができるだろう。

### 3. オリジナル台湾パターングラフィックとお土産デザインの開発

私が選んで描いたテーマは、台湾日常生活の中でよく現れている縁起物である。それぞれが表の意味だけではなく、裏にも良い縁起がある。

例えば、台湾語(閩南語)で「オンライン」というパイナップルは、福が来て縁起が良く子孫が栄えるという意味の「旺來」(オンライン)と発音が同じなので、年越しや季節の節句のお供え物や親戚・友人への贈り物に最適なフルーツとなっている。

また、「發糕」というお菓子を食すると、お金が来る、お金持ちになるという縁起のいい話があるから、台湾の新年の時、みんな「發糕」を買って、家に置くとか、神様に祈りする時に供え物として使っている。

成功した地域文化を表現するお土産デザインの例を参考して、お土産の開発を行ってみて、デザインしたパターングラフィックを、オリジナルの台湾縁起物カードゲームを作った。それは40枚のカードで構成したゲーム。

台湾縁起物カードゲームは40枚のカードで構成したゲーム。その40枚のカードの中で、2枚ずつセットで、合計20セットがある。毎セットはパターングラフィックのカード1枚と、名前と説明のカード1枚。

遊び方は簡単で、いくつかある。一つ目の遊び方は、日本の百人一首というゲームのルールと似ている。まず、読み手が読札(名前と説明が書いてあるカード)を読み上げる。次、他のプレイヤーが読まれた縁起物にマッチしている取札(パターングラフィックのカード)を探して取る。一番早い方がそのカードをもらえて、最終に一番多くのカードを持っているプレイヤーが勝ちとなる。

もう一つの遊び方は、トランプの神経衰弱というゲーム(台湾で魚釣りやばれている)と似ている。まず、カードが伏せた状態でよく混ぜ、重ならないように、テーブルや床に広げる。次、プレイヤーは任意のカード2枚をその場で表に向ける。2枚がマッチしている縁起物であればそれらを得る。2枚が異なる場合、カードを元通りに伏せて、次のプレイヤーの順番となる。最終に一番多くのカードを持っているプレイヤーが勝ちとなる。

ゲームとして遊ぶことだけではなく、単純に絵本が教科書として、子供たちや外国人に縁起物のことを教える時にも役に立つ。

誰でもスマートフォンを使っている現代に、カードゲーム

で遊ぶ人が少なくなった。昔のように友達と一緒に丸くなって座って、紙製のトランプを遊ぶより、スマートフォンでも、2019年の現在流行っているNintendo Switchというゲーム機でも、大富豪などのゲームをみんなで楽しめる。しかし、紙製のゲームの独特な楽しさは、デジタル製品がかわりになれないと考えるので、失われつつある台湾の縁起物文化と組み合わせて、パターングラフィックがよく覚えらるる特性を利用して、オリジナルの台湾縁起物カードゲームを作った。

パターングラフィックの絵が描いてあるカードを通じて、誰でもデジタル製品を使っている現代に、珍しくなっているカードゲームを遊びながら、紙製のゲームの独特な楽しさを楽しめて、なくなっている台湾の縁起物を認識したり、台湾地域独特なライフスタイルを感じたりすることができる。

また、カードゲームが自宅用としても、贈り物としても使うことができ、台湾の地域文化を日常生活に入れ込むことができるし、子供に縁起に関する知識を教育する時にも使えるし、プレゼントとして海外の友達に差し上げる時にも、台湾の縁起物文化を広める効果をもたらす。



図1-4: オリジナル台湾縁起物カードゲーム

# 童心情

TONG, Xinqian

## コミュニケーションデザインの付加価値の維持・強化における「誤認の抑制」と「意外性の増大」の共存について

On the coexistence of controlling misunderstanding and increasing the element of surprise in maintaining the added value in communication design

私は生活の中で各種のデザインを観察し、その制作意図を掘り下げてきた。そうすることで、デザインの本質は「誤認の抑制」と「意外性の増大」だというオリジナルな概念を提出することができた。

コミュニケーションデザインのデザインは、問題(例えばプロダクト、グラフィック、情報などの面における問題)を解決するために、計画や枠組みを構想し、伝えようとする内容をしっかり受け手に伝えること。これこそがコミュニケーションデザインの完全な流れで、本稿では、「誤認の抑制」と呼ぶこととする。

日本では、多くのデザイン作品の中でもう一つの思想が重要とされている。その思想とは、デザイナーはメッセージを伝えると同時にそのメッセージの一部を隠すことで、受け手に疑問を与え、新たな体験を感じてもらおうということである。デザイナーの表現方法を含蓄のあるものとした。デザインの中にサプライズの要素を加え、受け手に思考させ、それで、より多くのフィードバックを得て、新しい問題を引き出す。ここでは「意外性の増大」と呼ぶこととする。

デザインの基本的な流れは下図(図1)のように「問題が現れる→デザイナーが計画を作る→問題が解決される」と図示できる。だが、問題を解決すると同時に「意外性」の要素を加えれば(図2)、また新たな問題が出現する。このような流れを繰り返すことで、デザインの価値を徐々に上げることができる。

デザインの基本機能「誤認の抑制」とデザインの新発想「意外性の増大」の実際の例を分析すると、この二つの要素は単独で存在することはできず、互いに影響を与え存在することに気づくだろう。しかし同時に、デザイナーたちは企業の需要やユーザーの感じ方を分析したうえで、「誤認の抑制」と「意外性の増大」との二つの要素の比率を調整し、最大限にデザインの付加価値を増すのである。



図1: デザインの基本的な流れ

デザイナーがユーザーに十分な自由空間を与えながら、デザインの元々の目的も把握し、基本機能をうまく果たすことを発見できる。両方の比率、企業の要望、市場の需給により、合理的に計画が立てられたものこそ、良いデザインと呼ばれる。

デザイナーは二つの要素を共存させる必要性に気づき、二つの要素の比率を調整することが一番難しい課題だと考えられる。デザイナーはプロジェクトを受けると、以下幾つかの段階にそって考え始める。

- ①オリエンテーションと基本調査：企業からの依頼を出発点として、関係する市場と目指すユーザーを分析する。
- ②基本的な価値を分析する：企業とユーザーの両方から分析し、今回のデザインの基本的な価値を整理する。
- ③付加価値を考える：今回のデザインが企業とユーザーに付加価値を生み出す可能性を考える。
- ④「誤認の抑制」と「意外性の増大」の比率を調整する：基本的な価値に基づき、付加価値を参考としてデザインを始める。
- ⑤実施する。

「誤認の抑制」という要素がデザインの中で、「品物が識別できる」「品物は機能を持つ」「ユーザーに悪い感を与えない」という三つのポイントを満たせば、役目を果たすと言えるだろう。「誤認の抑制」に反して、「意外性の増大」という要素は、なるべく多くの方面にそれを加えて、人々にサプライズを与え、考えを引き出すことが考えられる。まとめて言えば「最小限の誤認の抑制」と「最大限の意外性の増大」と述べることもできる。

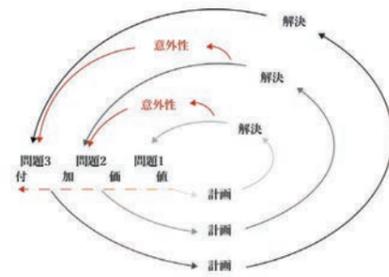


図2: デザインに「意外性」を加える流れ

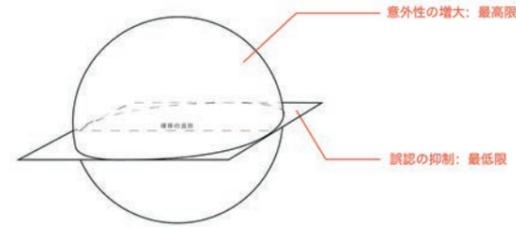


図3: 二つ要素の共存の理想化モデル

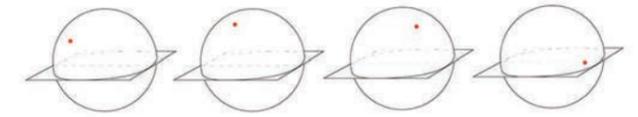
三次元にモデルを据えてみると、図3のようにモデルで表示することができる。正方形の部分を「誤認の抑制」として、球体の部分を「意外性の増大」として、球体の直径の長さや正方形の端の長さが一致すると、球体はその正方形の中で一番大きい球体になっていることが判明するだろう。さらに想像し、正方形を固定させ、球体を正方形という範囲内で360度自由に回転させることができると、「最小限の誤認の抑制」と「最大限の意外性の増大」という方法をリアルに表している。

現代社会において、品物の見かけは、顧客がその商品を選択する理由の中でとても重要な一つだと考えられる。時々、商品は中身・機能・質が全部見過ごされ、見かけだけで選ばれる。それならば、人は見かけで判断され、全く違う態度で対応されることもきっとあるだろう。以上の考えに基づき、今回は「隠し花」という花のパッケージデザインを作ってみた。(図4)

私たちは花屋に花を買いに行く時、常に花の見かけに心



図4: 「隠し花」



を引かれ、花言葉を知らないまま、好きな見かけで選ぶことになる。花を白い箱に包み隠し、すべての花の見かけを同じにすると、顧客は選択肢が広がり、より平等に花を扱うことができるのではないだろうか。そして、箱が開かれる瞬間に、花の見かけと花言葉が同時に表われ、二種類のメッセージが同時に顧客に届くようにした。

世の中では、大人になることに伴い、見たものを新鮮だと思ふ比率が減っていく。毎日周りの同じ品物に囲まれて、なにも考えずに経験を頼って生活することができる。ただし、そういうように生きていったら、問題を解決する勇気をひとまずほって置いて、問題を発見する能力すらもなくなるだろう。そうなったら、社会は前に向かって進むことができなくなるのではないだろうか。デザイナーたちは今の生活方式を創造したけれども、未来で新たな問題が発生する可能性も考えるべきであろう。だから、私は今の時に立って、「意外性」がデザインされることを期待している。そうすることで、未来も期待できるのではないだろうか。



# 鄧如茵

DENG, Ju yin

## 呪符における文字

The typography of incantations

漢字は言語を写すためではなく、古代の人々が神や仏と交感し、それを記録するために生まれた。神仏の意志を人間に伝えられる手段としての文字は、よく亀の背に書かれたが、人間から神仏に願いや祈りなどを伝える場合は、口頭で呪文をとえながら、呪符を文字や記号で記録した。白川静の学説によると、呪術の表記形式に定着したものが文字だったということである。さらに「呪能」と称して文字が持つ本来の「力」というものを推論している。しかも、その当時呪術をする上で、多くの文字や記号などが使われており、書かれた呪符は、漢字の発展の歴史においても、文字の呪能の研究においても重要な役割を果たしていると言える。

そのため、私は呪能を表す要素がタイポグラフィを強調することに有効だと想定し、それをグラフィックデザインに運用し、文字の機能を再認識するために作品を作りたいと考えた。また具体的な事例を通じて、文字の力が適切に発揮するかどうか証明できるだろう。事例の結果によって、その力が表した文字は言語の壁を超え、漢字が分からなくても、呪能を感じられることで意味を理解できると予測している。いわゆる、文字の力が人種や国にも関わらず伝えるものである。

実際に身延山久遠寺のイメージポスターを制作した際に、研究結果を踏まえ、文字の呪能を表す要因を運用した。文字は意味だけでなく、形や元々の美しさを重視すべきである。素人にとって身延山の各施設の名前は読めないや理解しにくいだろう。それで各施設のストーリー性や背景などを合わせ、文字の形を変化したり、筆画を共有したり、大きさを激しくしたりすると、見る人の文字に対する既定印象を破り、文字の意味でなく形態を注目してもらえらる。



身延山のイメージポスターシリーズ

筆触という筆の流れと墨の痕跡を加えることを通し、文字を書くことを見る人と共感できる。こういう手段で作ったグラフィックデザインはより伝達でき、見る人の関心を注げる。読めないが文字の内容が分かるようになり、それは白川静が述べた文字の呪能の働きだと考えている。身延山久遠寺のプロジェクトから得た方法論を分析した上で、文字を変形する事と手書きによる筆触の関連性を意識した。

身延山久遠寺のプロジェクトから得た方法論を分析した上で、文字を変形する事と手書きによる筆触の関連性を意識した。二年前期には筆触を深く探究するため、文字の人間性を引き出す目標とした。

文字を書く際のスピードや気持ちを文字に反映したものは、文字の人間らしさを代表できると思っている。それを三次元化することで、見る人に共感させるのみならず、文字の力強さもより見えてきた。それによって、筆触という要素が文字の力を表す不可欠な条件と考えるに至った。



人間性のある文字の試みシリーズ

二年後期には以上の方法を運用し、谷川俊太郎の四つの詩を題材にし、『筆触による変奏』という文字を感じさせる詩集を制作した。詩とは、文字を超え、言語の表面的な意味だけではなく美学的な性質を用いて表現される文学の一形式だと思われる。それにより、普通の活字は詩の中身、または詩の感情とも言えるものを表現しにくく、伝えにくいと考えられる。なので、詩に含まれている思いをかな書道特有の連綿と筆触に合わせて表現することによって、感情を共有でき、活字で書かれた現代詩よりも読み手に思いを伝える事が出来ると考えた。



『ここ』(見開きの一部)



『たいこ』(見開きの一部)



『ふくらはぎ』(見開きの一部)



『かなしみ』(見開きの一部)

つまり、タイポグラフィは可読性や、視認性だけでなく、雰囲気などを感じ取り、文字以外の行間を読める体裁として位置づけられる。このようなタイポグラフィの位置づけは視覚コミュニケーションの本質に根ざすものである。実際、グラフィックデザインの歴史を振り返ってみれば特に新しいことではない。だが、これを「筆触」という観点を通じて捉えようとした研究はこれまでに存在しなかった。「呪能」に関してにも同様である。

これは東アジアのグラフィックデザイン、そしてタイポグラフィが西洋文化の影響のもとに発達してきたことと関係しているだろう。それによって得たものもあったが「筆触」、そして「呪能」という漢字文化圏特有の文化が失われてしまったのである。

本研究は、視覚コミュニケーションの本質に従って、漢字文化圏特有の文化である「筆触」、「呪能」を現代のグラフィックデザイン/タイポグラフィに回復させようとしたものであるが、以上の理由から、呪能は現代のグラフィックデザインに有効であると言える。

## HEADY-CARROLL, Faye Sita

### 画面の外のアニメーション

ハイブリッドアニメーション: アニメーション、舞台芸術と最新技術

Animation beyond the screen

Animation, technology & live performance: hybrid animation

「ヲタクボーイ」はアニメーション、チップチューン音楽、演奏者や人形を組み合わせるライブショー。小さなアパートで、ヲタクボーイはゲームをして、頭の中の悪魔と戦っている。「たまご: Instant Friend」と呼ばれる製品が、彼を助けてくれる。

現代のアーティスト(例えば、姫田真武、谷口暁彦、Sin Sin CollectiveやThe Doppelgangers)は、アニメーション、舞台芸術、最新技術を組み合わせた新しいメディアを創り上げている。革新的なアーティストが数多く活躍しているにも関わらず、この領域を取り上げた研究は極めて少ない。したがって、「Animation Beyond The Screen」という本を書くことにした。

日本のアーティストに感銘を受け、多摩美術大学院修士課程に入学した私はアニメーションを他の分野の芸術と組み合わせた、「Hybrid Animation」の制作を行っている。作品「ヲタクボーイ」は、音楽的なパフォーマンスとアニメーションを組み合わせたものである。「オタク」をテーマとして取り上げることで、ポップアート、近代的消費者社会、人間が人間であるための条件とは何か、について探求することを目的としている。現在まで、「Free Fringe Festival Amsterdam」、「Badhuis 劇場」や「Warp Zone Video-Game Art Show」(オランダ)、「ICAF 金沢アニメーション映画祭」、「多摩美術大学芸術祭」、「鬼の玉クラブナイト」、「Tokyo Demo Fest」、「無力無善寺」や「UPLINK 渋谷 Cinema」(東京)でパフォーマンスを行ってきた。今後、「なかのZero」、「SQUARE SOUNDS TOKYO」、「イマジネーションピカスペース大阪」や他の会場でも公演を行う予定である。

アニメーションと舞台芸術には豊かな歴史がある。ウィンザー・マッケイは1914年に「恐竜パーティ」を作った。パフォーマンスとアニメの合成という点で、この作品はアニメーションの歴史における先駆的作品である。私は2015年に来日し、アニメスタジオ・トーチカで働いて、日本のインディペンデントアニメーターにビデオインタビューした。例えば、

田名網敬一さん、水江未来さん、トーチカさんや井上涼さんにインタビューを行った。特に日本の現代のインディペンデントアニメーターが新技術を使って、アニメーションとライブパフォーマンスを融合させた作品を作っていることに感銘を受けた。新しい技術と組み合わせることで、アニメーションは将来的にさらに刺激的で新しい表現媒体になる可能性を秘めている。部分的にはあるが、すでにアニメーションはテレビや映画のスクリーンに限定されるものではなくなってきている。

現代の日本のアニメーターについて本とドキュメンタリーを作ること、また、自分のアニメーションとパフォーマンス作品を作り続けることで、アニメーション満ちた日本の現代アートの一部になりたいと考えている。この夢が実現するよう精一杯努力する。



OTAKU BOI, Hybrid animation, Fay Heady, 2019



OTAKU BOI, Hybrid animation, Fay Heady, 2019

# 熊 昕玥

XIONG, Xinyue

## イラストレーションにおけるメタファー表現

SNSを通して見た現代の若者に起きている問題

Metaphoric expression in illustration

The problems of the young generation observed through social networks

### 研究目的

比喩(メタファー)は修辞技法の一つであり、これを上手く使うことはイラストレーターが身に付けるべき能力である。特にスピードの速い現代において、情報をより効率的に伝えるために、比喩は表現者にとって重要なキーワードと考える。

本研究では、イラストレーションとして表現することの意味を自らに問い、イラストレーターが自分の思想や比喩、暗喩をビジュアルにする実例を分析する。各国の成語や昔話などを調べ、それをイラストレーションにいかに応用するのかを研究した。

### 修了制作「ドキュメンタリー」

大学で中国画を履修した私はアール・ヌーヴォーに興味があり、自ら水彩画を制作してみた。アール・ヌーヴォー様式の影響で、曲線を重視する装飾的な表現に関心を持っていたが、大学院に入ってからの制作は、おとぎ話についての感想と気持ちを描くイラストレーションが多くを占めていた。院1年の時はハンス・クリスチャン・アンデルセンのおとぎ話に基づくイラストレーションの制作に力を注いでいた。そして院2年生になり、現代の生活の中で、身の回りに起きている出来事を表現する欲望が次第に強くなってきた。特に今の若者に関する様々な問題について自分なりの感想を表現したく、「SNSを通して見た現代の若者に起きている問題」をテーマにして制作することとした。イラストレーションはメッセージを伝達する役目と考え、その目的は見る人に共感させることと考えた。より自分独自の世界を客観的に示すため、比喩表現ができる言葉を取り上げ、そのイメージをモチーフとして制作してきた。

SNSは人が交流を図るサイトとして、現代の若者の間で人気を博している。お互いにコミュニケーションを取るだけでなく、日々の出来ごとをシェアするのもその人気の理由の一つである。私はSNSを通して見ることが出来る現代の若者に起きている問題を記録したいと思い、これらの行為をコンセプトとして「ドキュメンタリー」というシリーズを制作した。

### 作品1:「寶貝」—未成年の母親

中国語の「寶貝」は「宝、大切なもの」を表し、特に親が自分の可愛がっている子供のことを「寶貝」と呼ぶ。「寶貝」という言葉から連想し、比喩の技法を使って貝殻のモチーフで胎児を育てる子宮のことを表した。中心として妊娠している女の子が貝の中に寝ている。お腹にいる胎児のことだけでなく、そういう未成年の母親たち自身もまだ保護されるべき子供で、自分の親にとっても「寶貝」という存在であることを伝えたい。

### 作品2:「ウサギ」—神経性食欲不振症

「痩せたい」という美的願望から、病気にかかってしまう人もいる。神経性食欲不振症(anorexia nervosa)は摂食障害の一つとして認識され、その症例は繰り返される過食や、嘔吐などの特徴がある。中国のある電子掲示板は、自己誘発性嘔吐をする神経性食欲不振を持つ人が集まって交流していた。そして中国語で「吐く」と「兎」の読み方は一緒のため、彼らはお互いのことを「兎」で呼び、自分の食事や嘔吐の経験をシェアしていた。

### 作品3:「蝶」—整形

人は見た目によって評価されており、より良い外見を持つために、整形がリスクがあっても人気を博している。整形アプリは、若い女の子がユーザーの8割を占め、お互いに経験をシェアしたり交流している。そういうアプリに揃った投稿を観て、少女たちが注射や手術を受け、そして美しくなるという流れは、まるで蝶の脱皮のようであると思った。

### 作品4:「噂」—ネット上のいじめ

学校や集団生活におけるいじめは、昔から問題になっている。現代に入り、ネットの普及と共に、ネット上に起こるいじめも益々酷くなってきた。ネットいじめは、まずは肉体の強弱と関係なく、ネットがあれば誰でも誹謗中傷によって相手を傷つけることができる。そして場所、活動時間に捉われずに24時間いじめが継続できることで、ネットいじめから抜け出すことも難しいのである。



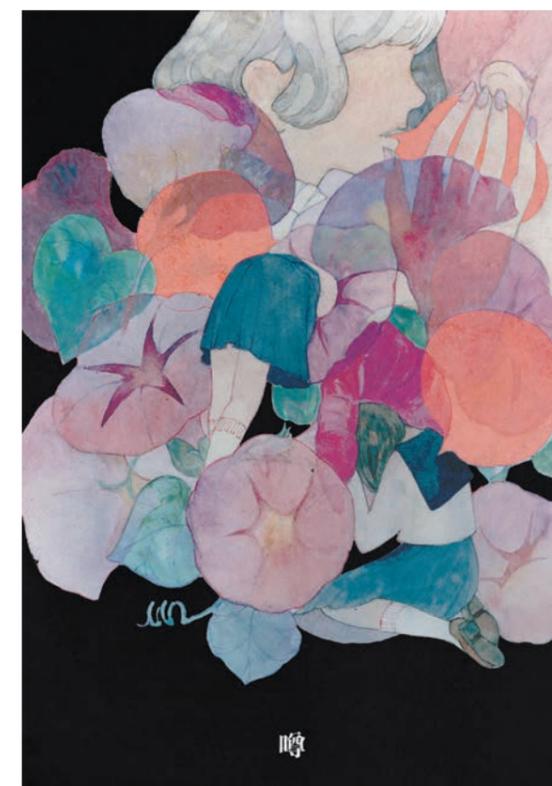
作品1:「寶貝」



作品2:「ウサギ」



作品3:「蝶」



作品4:「噂」

# 楊宜

YANG, Yi

## 日本の産業博物館におけるサインシステムに関する研究

「紙の博物館」を事例として

The research of sign systems in the museum industry in Japan  
Case study of the Paper Museum

### 1. はじめに

産業技術の資料を収集・保存・展示する産業博物館は、日本社会にとって重要な存在になっている。しかし、産業博物館におけるサインシステムの整備については機能面だけ重視したり、博物館の特徴や魅力を考慮していない等の問題が見られる。本研究では、産業博物館のサインシステムの現地調査を行い、サインシステムの現状と問題点を明らかにする。そして、調査資料を基にサインデザインの要件を導き、デザインを提案すると共に、今後の方向性について考察する。

### 2. 産業博物館のサインシステムの調査

現状の産業博物館を調査してみると、サインシステムにはいろいろ問題点がある。例えば、表記情報の混乱、サインの設置場所が不適切、外国人観光客に対する整備不足などが挙げられよう。また、サインシステムとして、的確な情報伝達はもちろん、博物館の魅力を演出する、より豊かなサインシステムが求められている。

日本は、世界でも有数の博物館の多い国であり、デザインの優れた博物館も少なくない。しかし、産業博物館の研究や調査は少なく、「産業博物館」というカテゴリーがまだ十分に認知されていないことが一因となっている。そのため、産業博物館のサインシステムもまだ重視されていなかった。近年の技術の発展による新しい展示方法の誕生やグローバル化が進む中で、サインシステムのデザインも変わっていく。調査を行い系統的に研究する必要があると考えた。

### 3. 「紙の博物館」のサインデザインの提案

現地調査を行った「紙の博物館」(東京都北区王子)を事例として、最適なサインシステムを提案したい。提案を通じて、産業博物館のサインシステムのあり方を模索していきたいと考えた。

まず、紙の博物館について、「専門性がある」「親しみやすい」「オープンな」「体験感がある」の4つのイメージクライテリアを抽出した。イメージクライテリアに従って、体系化した新しいサインシステムの提案を試みた。

### ・サインシステム

紙の繊細さをイメージさせる、ホワイトとグレーを基調としたラインのグラフィックでサインシステムを作り、「紙の世界」を構築することを意図した。各フロアカラーをテーマに応じて4色を設定した。そして、紙片の人のようなキャラクターを作って、サインシステムに活かした。

### ・展示計画

紙の博物館らしさを演出する展示室として、サインのために制作したキャラクター「Paperman」を活用する。「Paperman」を展示内容に取り入れて、親しみやすさや面白さを感じられる展示計画を提案した。

### ・紙の本

「Paperman」を関連グッズに活かして新たな可能性を試みたいと考え、「紙の本」を紙の博物館の公式ブックとして作成した。読みやすさを重視して、文字内容を編集し、ダイアグラムなど情報を視覚化する方法を使ってデザインした。

### 4. まとめ

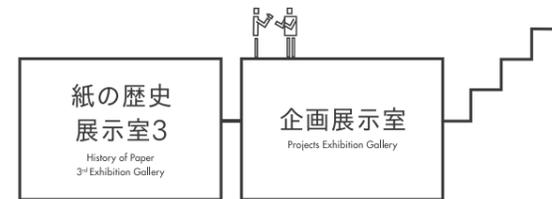
産業博物館の調査により、産業のイメージを伝えるサインが少ないことが明らかになった。「紙の博物館」を事例として、「統一感」と「体系化」を重視しながら、新しいサインシステムを提案した。キャラクター「Paperman」で「紙の世界」を作り、利便性と安全性を図りながら、来館者がより一層楽しんでもらえるサイン計画を試みた。

現在、日本の博物館の数は飽和状態になり、そのデザインは世界中でも優れたものがある。産業遺産の保存・展示などの機能を持つ産業博物館は、地域活性化や観光産業の推進に重要な役割を持つ。しかし、サインシステムの整備がまだ不十分であることを感じ、今後の研究がさらに必要であることを見出した。

今後、情報化社会が進む一方、人々はサインに慣れていくだろう。目で情報を確かめるサインシステムより、直感で行動できるサインが求められよう。そして、産業のイメージをテーマにした、テーマパークのような空間が作れると考えられる。新技術・材料を活用するサイン、五感を活用するサイン、環境や建築と一体的なサイン…多彩なサインデザインに期待する。



サインシステムの提案



壁面誘導サイン



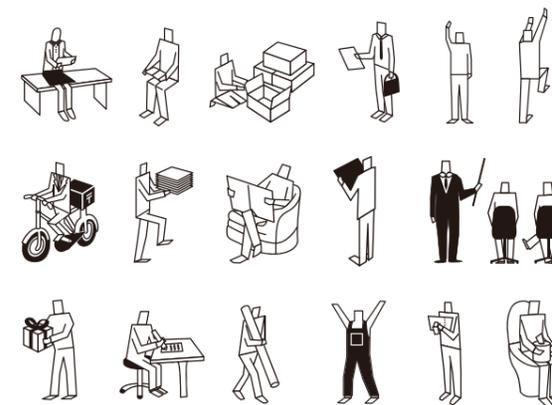
フロア案内サインの設置イメージ



壁面誘導サインの設置イメージ



螺旋階段に設置する年表



「Paperman」



「紙の本」

# 楊 荃蔚

YANG, Quanwei

## マイナスの感情を妖怪化するグラフィックスの研究

A graphic study on negative emotions as monsters

### 1. 研究概要と目的

現代社会における、「マイナスの感情」は様々な社会問題を引き起こしている。だからこそ、合理的な方法によって、人々の困惑を解決することが大切である。本研究は、「マイナスの感情」と妖怪の関係の研究を考察し、「マイナスの感情」の妖怪の図鑑をデザインする。それによって、人々に「病は気から。」という認識を呼び起こし、「マイナスの感情」を客観的に見つめ、自分の心と向き合い、「マイナスの感情」からの解脱を促すことを試みる。本研究は、そのための具体的手段として、抽象的な感情を具体的なイラストレーション表現を書籍メディアで展開する方法をとる。それによって、折本とイラストに新たな表現方法を探す。グラフィックデザインで、複雑な心理学の現象を単純化することはグラフィックデザインの応用分野を広げる。それによって、デザインに新たな文化的役割を与えることができるだろう。

本研究の目的は、二つある。第一が、「マイナスの感情」に困惑する人々に「病は気から。」と言う一言を深く認識させる。それによって、「マイナスの感情」を客観的に見つめ、自分の心と向き合い、「マイナスの感情」から解脱することを促すことである。第二が、そのために必要となるイラストレーション、グラフィックデザインを明らかにすることである。

### 2. マイナスの感情

心が疲弊する最大の原因が、「マイナスの感情」である。今回の研究によると、「マイナスの感情」と言うことは現代社会の妖怪だと思う。しかし、人々がそれらの感情を無視し、簡単にぶちまけるので、「マイナスの感情」から引き起こした健康問題と社会問題が益々多くなっている。

人々の感情は、大きく「喜」「怒」「哀」「怖」に分類することができる。「喜」は喜びであり、積極的な感情に分類できる。「怒」「哀」「怖」は、消極的感情、つまり「マイナスの感情」に分類できる。「怒」という感情は、人間の原初な感情のひとつで、例えば目的を達成できない時、身体を傷つけられた時などに起きるものだ。「哀」という感情は、何かを失うことによって引き起こされる。「怖」という感情は、典型的な情動のひとつで、有害な事態や危険な事態に対して有効に対処することが難しいような場合に生じる。しかし、

個々の感情は必ずしもこの分類に当てまるわけではない。例えば、「後悔」という気持ちは、「怒」の特徴も含む、「哀」の特徴も含む。したがって、マイナスの感情は四種類に分類できる、「怒」「哀」「怖」「乱」である。

### 3. 制作方法

本研究は大きく以下の、3つのステップをとる。

「マイナスの感情」は無数にあるから、第一に、「マイナスの感情」を分類する。同じ種類の「マイナスの感情」には、強さとか表現とか近くの気持ちが多い。それで、第二に、それぞれの分類から、強い特徴を持っている感情を選ぶ。その上で、選択した「マイナスの感情」に応じて独自の妖怪のキャラクターを設計する。そのように、伝達しにくい抽象的な「マイナスの感情」は、具象化になった。第三に、それらのイラストレーションと「病は気から。」というメッセージを込める文章と一緒に折本をデザインする。

その研究方法は、主に抽象的なものを具象化する表現である。理性的な分類と選択方法は、そのような抽象的なものを具象化する研究にとって意味があるだろう。

### 4. 作品概要

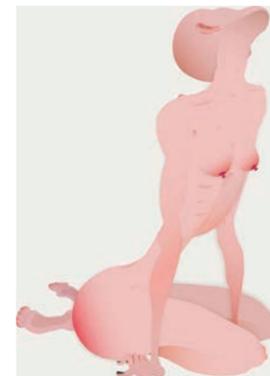
本作品は、人々に「病は気から。」と言う一言を深く認識するため、「マイナスの感情の妖怪」をモチーフとして、東洋的な折本のデザインに活かす。図鑑の中の30個の「妖怪」は、全部顔が見えなく、しぐさや全体の姿によって感情を表現するキャラクターである。というのも、そのような表現する方法をとることによって、独自性とインパクトをキャラクターを与えることができるからである。

ところで、この本に、「マイナスの感情」の四つ分類も表現したいから、「怒」「哀」「怖」「乱」というデリミタのページが必要だ。折本を全部展開する時の首尾一貫の感じを保留したい。だから、デリミタのページは、他のページより小さい紙を選び、デザインした。

図鑑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「病は気から。」と言う一言を深く認識することで、人々に「マイナスの感情」を客観的に見つめ、自分の心と向き合い、「マイナスの感情」から解脱する可能性が高くなるはずだろう。



「怖」/ 297 × 515 mm



「心許ない」/ 728 × 515 mm



「屈辱」/ 728 × 515 mm



「憎悪」/ 728 × 515 mm



「哀」/ 297 × 515 mm



「劣等感」/ 728 × 1030 mm



「絶望」/ 728 × 515 mm



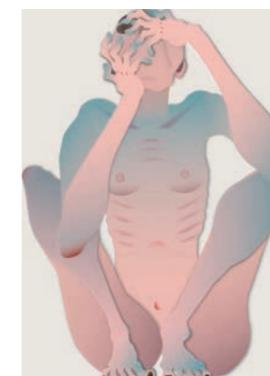
「怒」/ 297 × 515 mm



「警戒」/ 728 × 515 mm



「心配」/ 728 × 515 mm



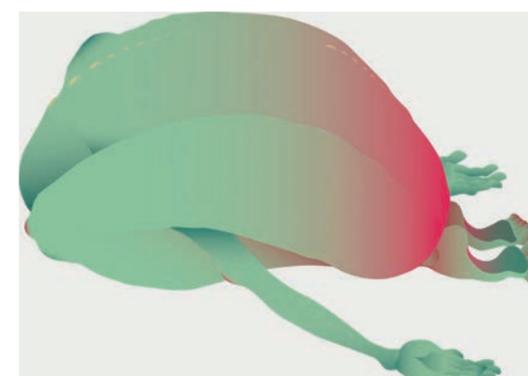
「焦慮」/ 728 × 515 mm



「乱」/ 297 × 515 mm



「困惑」/ 728 × 515 mm



「後悔」/ 728 × 1030 mm

# 吉岡 峻

YOSHIOKA, Shun

## 現代における機能する広告の研究

Research on the function of advertisements in modern times

私が本大学院の博士前期課程の2年間を通して研究してきたのは、「現代において機能する広告とは何か」についてである。これは「現代社会において消費者にしっかりと伝わり、また記憶に残る広告が少なくなっているのではないか」という私が学部生時代に感じた漠然とした疑問から始まっており、その疑問を論文と作品制作の双方からより具体的に追求し、その答えを見つけるべく研究に取り組んだ。

### ①論文

論文では佐藤達郎教授指導の元、現代における「機能する広告」について研究を進めた。その中で近年アメリカで絶大な影響力を持つヒップホップ・カルチャー、そしてその中でも1980年代に活躍したヒップホップグループである「パブリック・エネミー」に着目、そしてヒップホップ・カルチャーと「パブリック・エネミー」の影響力を分析することで、「社会への過剰な警戒心が生み出した表現の自由の縮小」といった現代の日本が抱える問題点に対しての一つの広告のカタチとして「非消費社会型広告」という広告像を提示できるのではないかと考えた。

その研究の成果は「現代において機能する広告とは何か」という疑問への一つ答えであると考え、『非消費社会型広告論——ヒップホップグループ「パブリック・エネミー」の分析を通して考える広告のあり方』として論文にまとめ、自身の作品の制作に活かしていった。

「非消費社会型広告」とは「REAL」、「ANTI」、「RIGHT」の3つの要素から成る広告のことである。「パブリック・エネミー」の研究と分析から、世の中に大きな影響を与えるためには、「現実世界のリアリティの追求」、「慣習や流行、常識への反抗」、「社会的な意義の追求」の3つが不可欠であると考えた。そしてそれらを「REAL」、「ANTI」、「RIGHT」とし、この3つの要素を全て兼ね備えた広告を「非消費社会型広告」とした。

また「非消費社会型広告論」では、「非消費社会型広告」の理想的な例としてオリビエーロ・トスカーニによるベネトンの広告キャンペーンを取り上げ、その他にも国内外の近年の事例をいくつか取り上げることで効果の実証を試みた。

### ②作品

作品では大貫卓也教授指導の元、現在売上が下がっている様々な企業の中からアイスクリームショップの「サーティワン」を選び、新しくデザインし直していくことで「機能する広告」とは何かを研究した。そして制作過程では、対象企業である「サーティワン」や現在のアイス市場の調査、調査結果から売上が下がっている問題点を発見、その問題点を整理しどのように解決していくかを様々な方向性から検証、そして解決策を提示していくという実際の広告の仕事に近い方法で教授とチェックを重ねながら制作を進めていった。

また「世の中全てが広告である。」という教授の考えの元、サーティワンのロゴから店舗設計、パッケージ、キャンペーン、マスコットキャラクターなど全てのデザインを「広告」と捉え、新しくデザインし直していく中で現代社会において「機能する広告」とは何かを追求した。

サーティワンのリデザインでは様々なところで「非消費社会型広告論」が活かされている。例えばロゴや店舗設計、キャラクターでは世間の人々が考えるサーティワン、ひいてはアイスクリームショップのイメージから「ANTI」の姿勢をとった、デザインを目指した。パッケージも同様で、アイスクリームショップの主流である反復されたパターンや小さくロゴを入れるパッケージデザインではなく、あえてロゴを大きく使い、そこから生まれる不規則な色面構成をメインとしたデザインに変更、パッケージによってアイスクリームが新鮮に見えるようにした。また企画の一つでは、サーティワンに「オーガニックアイス」を新たにラインナップに加えるという提案も行った。これは世間の人々が現在最も食品に求める「健康志向」を取り入れようという「REAL」な観点と、体に悪いアイスクリームだけではなく、すべての人が安心して食べられるアイスクリームを提供していこうという「RIGHT」な観点から考えた企画である。

このように様々なところで「非消費社会型広告論」を活用し、サーティワンアイスクリームが「REAL」、「ANTI」、「RIGHT」の3つを兼ね備えたブランドになるようにデザイン設計を行っていった。



図1:サーティワン広告



図2:サーティワンショップ外観

図3:サーティワンショップ内装1

図4:サーティワンショップ内装2



図5:サーティワンパッケージ1

図6:サーティワンパッケージ2

図7:サーティワンパッケージ3



図8:サーティワンキャンペーン1

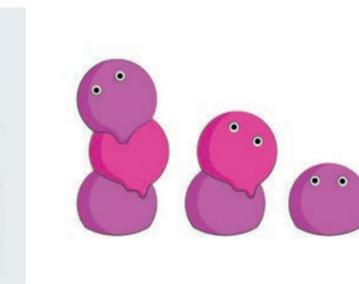


図9:サーティワンマスコットキャラクター



図10:サーティワンキャンペーン2

# 李璐

Li, Lu

## 文字の視覚属性による表現的なレイアウトデザイン

Expressive layout design based on the visual attributes of the characters

### 論文概要

グラフィックデザインにおいて、文字は情報伝達の最も基本的な符号で、機能性を持つ創意工夫の表現手段の一つでもある。文字が情報伝達をすると同時に芸術の表現力を持つべきで、見ると読むだけでなく、感知し体験することも必要で、「リズム」と「フロー」であると筆者は考える。文字のレイアウトデザインと文字書式はタイポグラフィデザインの内容であり、本文はこの二つの面に注目して、文字の情報伝達を基に表現の可能性を研究することがその目的である。

レイアウトで出現する全ての具体的な内容は点、線、面にまとめることができる。「行」にとって文字は「点」であり、段落にとって一行文字は「線」となる。そして複数行の文字は「面」になり、さらには行の距離、文字の距離、大きさを操ることでレイアウトデザインは速さ、緩急を持つ視覚的なリズム感が出てくる。文字を造形要素として捉えるならば、その構成方法は非常に多くのものとして考えられる。

面は空間を占め、デザインにおける割合が大きくなるにつれその役割はより明らかになる。そこで注目すべきなのは「余白」も特殊な「面」ということだ。心理学的検討では、知覚的余白領域はこのような定義とは必ずしも一致しないことが示唆されている。オブジェクトと知覚的余白の成す構成を「視覚的リズム」と表現し、そこにはオブジェクトの配置の条件が大きく作用している。つまりオブジェクトとその他の領域との空間的関係性が知覚的余白領域を生み出していると考えられる。ここでの「余白」はタイポグラフィやレイアウトにおいて何も書かれていない空間、もしくは何も配置されていない空白部分である。近年注目されているのは、余白がもたらす高級感やプレミアム感などの効果についてである。高級ブランドが有する高級感の伝達において、空白部分が大きな役割を担っている。空白部分の形、位置、割合などはデザインスタイルとセンスを体現することができる。空白部分をうまく使うことは様々な視覚の雰囲気を作り出し、芸術効果を上げることができる。

背景色(文字色)は「面」の処理方法であり、全体的に同一された利点がある。文字情報を一つの四角にまとめ、画

面中の文字をそれぞれのカラーで異なる陣営に分割し、横組みと縦組みの両方を併存させた場合には、「面」の全体が鮮明で立って一体感に富んでいる。漢字とアルファベットの大文字によく適用される。彩度の高い背景色を使って、少しの文字を背景に当ていくと、壁の小さな広告ポスターや旧商業地区の店の看板のように目立つ。また、情報が豊かな新聞雑誌では、大量の図文情報が個別に扱われ目立つようにレイアウトされており、囲み枠や背景色で強調された情報も用いられている。

### 作品概要

「六合彩」は、中国の「非合法的六合彩」のチラシから言語による情報の部分を取り除き、視覚的な「面」だけを残す実験的な作品である。通常の言語解釈によらないまったく新しい意味内容を得ることができた。「残したシール」は、枠組みを用いて図形構成を行った実験的な作品である。これらの要素で、文字組のレイアウトの「リズム」を会得できる。



図1 「六合彩」のチラシ

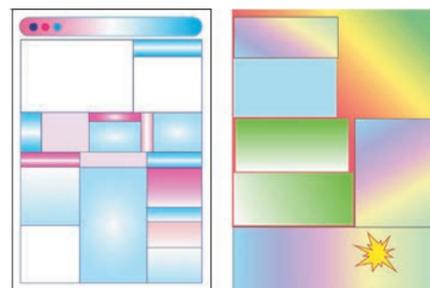


図2 実験的な作品「六合彩」

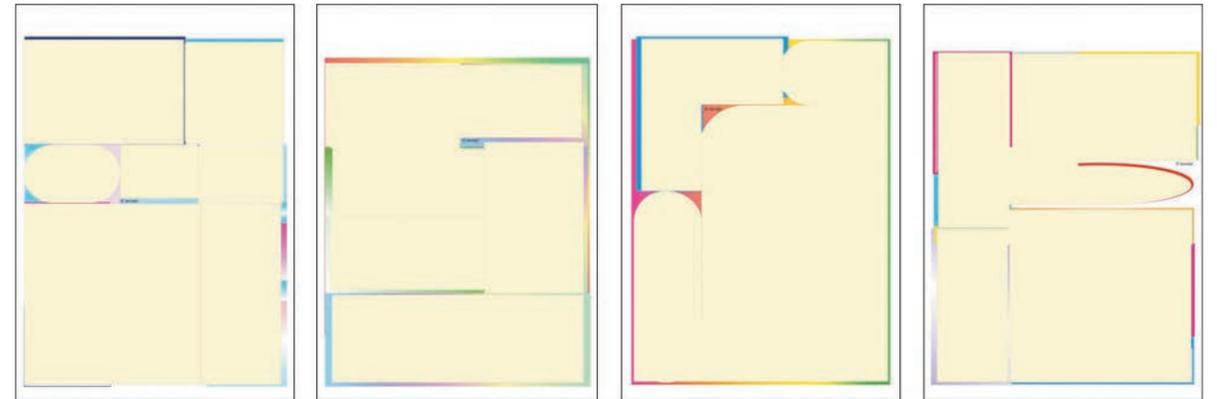


図3 実験的な作品「残したシール」

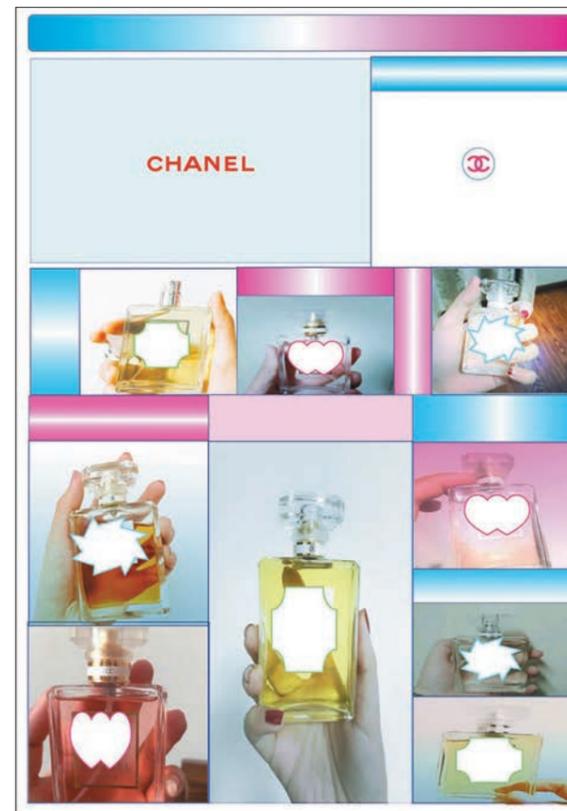
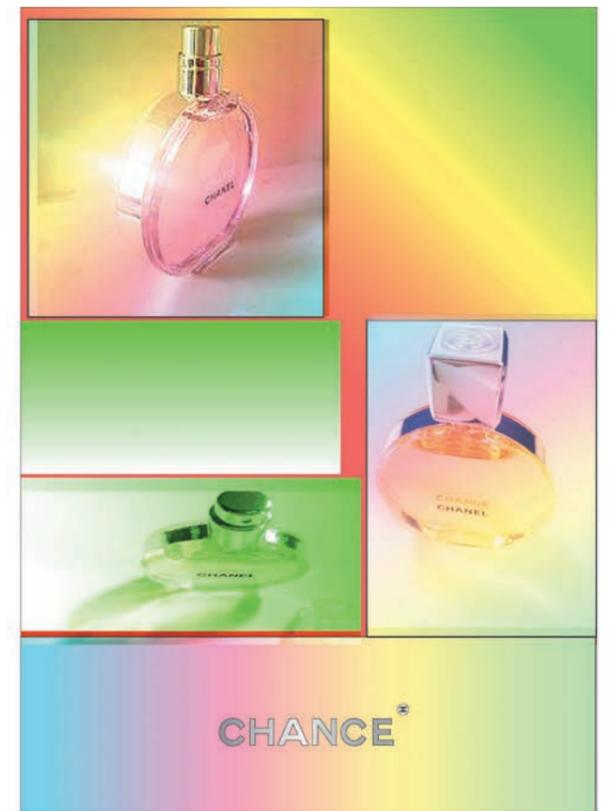


図4 広告作品「シャネル」



# 陸 珮瑜

LU, Peiyu

## ポスターデザインにおける「ワーピング」表現の可能性

「ワーピング」表現が広告にもたらす効果

The possibilities of "warping" visual expression in poster design  
The effects of "warping" in advertising

### 論文概要

本研究は90パーセント以上をデジタル表現が占めている現在のグラフィックデザインにおいて、アナログ手法を使った「ワーピング」というオリジナルの表現の可能性に対する探求から始まった。デジタル時代になってから、表現方法が徐々に同様に見えるようになってきた今日、アナログからデジタルへの変化及びテクノロジーの進化に伴い、デザインの温度や体感が流失している。特に広告表現がテクノロジーの影響で写真表現に変化してから、世の中の多数派の広告がほぼ同じ形式で作られているようになったこの現状に疑問を持ち始めた。

その枠を壊そうとした私は、この大波の中で、逆にデジタル方法以外にもアナログ方法も使い、様々な方法でエレメントを変形させ、一回印刷し丸くちぎった紙を撮影して再編集したり、水の入ったコップやペットボトルを利用し、何十回、何百回も歪ませ文字と図形の写真を撮ったりして、毎回そのエレメントの歪みが微妙に違ったりするため、その中に最も自分の理想に近い一枚を選び、最終の作品に仕上げた。

本研究を終えて得た結論として、アナログ手法を利用した「ワーピング」のビジュアル表現は広告ポスターにおいて、二つの効果があることが分かった。

一つ目は、ワーピングによる感情の揺さぶりである。日常生活の中には、広告は数え切れない程ある。人の視線を奪う、人の足を止めさせる広告を作るにはビジュアルの驚きは不可欠である。広告はロジックで出来上がった物だと思いが、私は理性より、今まで自分が重視してきた感性を広告表現に入れた。広告に対する疑問を思い切り自分の作品で表現しようとした。最終的に、文字や写真の歪みの変化によって、見る人の感情を揺さぶることができるという結論に至った。少しでも見る人の好奇心と興味を呼び起こさせる広告表現に挑戦した。

二つ目は、アナログ手法を取り入れた表現である。デジタルと異なって、アナログのプロセスの中の意外性や偶然性があり、手の痕跡も残っている。これはまた、デザインの魅力だと考えている。それによって、手から生まれたデザインの温度は広告にとっても重要なことで、人の心を響かせる

ビジュアルデザインを制作するには感情から訴えなければならぬ。また、デジタル表現より、アナログ表現ならではの親近感があるためより一層見る人に親しい気持ちを感じさせることができ、商品と生活者の距離も縮まっただろう。

無論このような表現は実際の広告の仕事になると、完全に成立することは難しいだろう。だが、あえて研究テーマを優先し、その可能性を探ることに努めた。今後はこの研究で得た自分なりの表現方法「ワーピング」とこの結論を生かし、実際の広告制作に取り入れようと考えている。

### 作品概要

#### 1. 水とガラスを利用した実験

自然からの要素をメイン素材とし、中でも水とガラスを利用して、エレメント、主に文字を変形させる実験を行なった。

#### 2. 紙の皺を利用した実験

一度エレメントを印刷し、その紙をアナログ方法で様々な変形をかけた。例えば自分で想定した展覧会のタイトルや詳細など情報を印刷し、そしてその丸くちぎった皺くちの紙を撮影した。それを素材としてポスターを制作した。

#### 3. 広告での運用①「友樹飲料」商品ポスター

実験したガラスのコップと水などでエレメントを変形させた手法を使用し、炭酸飲料ならではの質感や爆発感を表現しようとした。友樹の原点であり起点となるスワンサイダーの商品ポスターは文字をメインとしたラベルとガラスの質感や水滴の形などを使用し、今までのスワンサイダーと全く違うイメージのある商品ポスターを制作した。また、CLUB SODAは強炭酸ということで、コンセプトは宇宙まで広がっていく炭酸水である。力の強さをメインとして表現したい為、変形した瓶の形とそこから出たきた文字組みの表現にした。

#### 4. 広告での運用②「ポカリスエット」商品ポスター

本研究は主に表現の研究だが、ビジュアル表現を開発するだけでなく、広告ポスターのシズル感と商品のことをデザインを通じて生活者に伝えることも目指している。

今までの制作方法と同様、水とペットボトルを使い、ペットボトル表面の凹凸具合により、様々な変形ができる。色使いに関しては、代表的な青をメインカラーとし、体液に近

い為人体が吸収しやすいこの商品の特徴を肌色で表現しようとした。この二色に変形をかけ、融合させ、水分補給と人体吸収を表現した。また、商品名を主体としたポスターは、世間が知られているポカリスエットのラベルをわざとモヤモヤした、はっきり全ての文字が見えない表現にした。広く知られているからこそ、通常の状態だと見てくれない可能性

があると考え、このようなインパクトのある仕掛けを利用し、人の視線を奪いたい。

このように、商品と企業の詳しい情報を伝えるより、私は今まで研究してきたこの「ワーピング」表現を使い、感覚的な物を広告表現の中に入れることでこれらの視覚的なインパクトを一番重視した実験を行なってきた。



水とガラスを利用した実験「水中展」/ B1



紙の皺を利用した実験「DESTRUCTION展」/ B1



「友樹飲料」スワンサイダー 商品ポスター / B1



「友樹飲料」CLUB SODA 商品ポスター / B1



「ポカリスエット」商品ポスター / B1

## 婁 暁寧

LOU, Xiaoning

### 東京少女のライフスタイルを表現するイラストレーション研究

竹久夢二のイラストレーションから読み解く東京少女のライフスタイル表現の魅力

A study on illustration of the Tokyo girl lifestyle

Attractive factors of a Tokyo girl's lifestyle illustrated by Yumeji Takehisa

#### 1. 研究目的

本研究は「イラストレーションにおける東京少女のライフスタイル表現の魅力とは何か」という観点から、竹久夢二が描いた少女のライフスタイルを対象として、分析、研究する。竹久夢二が描いたイラストレーションはその時代の少女のライフスタイルにどう影響したのか、当時の少女のライフスタイルを作品の中の要素から見出し、どのように魅力的に表現しているかを明らかにする。さらに、イラストレーションにおける東京少女のライフスタイル表現の魅力を明らかにしたい。

#### 2. 研究動機

私は長年、「細身の女性が美しい」と考えていた。しかし、年を重ねるにつれ、様々なライフスタイルを持つ少女と出会うようになった。例えば、怒りやすい人でも冷静な面もある。一見、冷たそうな人でも優しい面もある。「美しさ」に対して単一的だった意識が少しずつ変わってきた。特に来日後、原宿の様々な少女（例えば、ロリータファッションに身をつんだ少女や、彼女と同年代のギャルファッションを着た少女や、着物を着た少女）を初めて見た。それらの経験が、中国の少女と比べ、東京少女のライフスタイルの魅力に触れるきっかけとなり外国人の私にとって興味がわいた。そして、東京の少女について調べ、ライフスタイルを表現するイラストレーションを描きたいと考えるようになった。東京少女のライフスタイルの魅力を発見し、それをイラストレーションで表現して、多くの人々にわかりやすく伝えたい。東京少女のライフスタイルを伝えることだけでなく、東京だからこそ生み出される生活文化も人々に伝えたいと思う。

#### 3. 研究内容

本研究でいう「東京少女」とは、東京という若者が集まる町で見かける10代の少女たちという意味で用いることばである。また、本稿の「ライフスタイル」とは人々の社会・経済・文化・心理的な相違が反映される生活様式といった日常生活の仕方を表現した言葉である。その少女たちの生活（日常生活・仕事・娯楽・余暇の時、どのように過ごして、どのような服を着ているのか、どのようなメイクをしているのか、どのような食べ物がはやっているのかなど）に注目してイラ

ストレーションで表現したものである。コンピューターやインターネットが急速に発展する現代において、イラストレーションは原画を作るだけではない。ビジュアルコミュニケーションを実現するための印刷技術、映像、通信などのメディア技術を利用して、社会を観察し、それをイラストレーション表現を通して、自分が伝えたいことを多くの人々に伝えるものだと考えている。イラストレーション以外にも、東京少女たちはどのようなライフスタイルをもっているのかを観察して、イラストレーションで服装や化粧という外見を描くことだけではなく、ライフスタイルから東京少女の内面的な魅力を見出したい。印刷技術を通して国や場所を問わず、東京少女のライフスタイルを伝えたいと考えている。

#### 4. まとめ

本研究ではイラストレーションにおける東京少女のライフスタイル表現の魅力とは何かを研究目的として、少女の定義、誕生、変遷について、時系列で分析し、竹久夢二の作品から夢二の表現の特徴や魅力を明らかにしながら、最後は自作による東京少女の顔の特徴を具体例として、夢二の作品と比較して述べた。イラストレーションにおける東京少女のライフスタイル表現の魅力について、以下の2点にまとめる。

1：イラストレーションによって、その時代の「東京少女のライフスタイル」の情報・特徴・魅力を記録する。さらに、時代・国・言葉の枠を超えて、それをメッセージとして発信することである。筆者は図鑑の形でそれを行いたいと考えている。

2：「東京少女のライフスタイル」の「カワイイ」などの特徴を表現するだけでなく、少女の日常生活の中で生み出された物思い・考え・悩みを聞いて、真実感のある精神行動に理解、共感し、メッセージを与えることである。



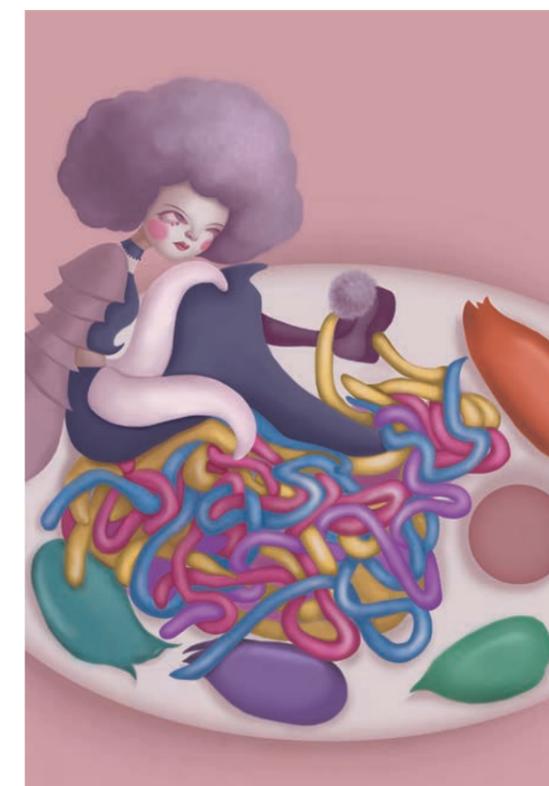
作品1:「セクシー兎」/ 2019年 / 728 × 1030 mm



作品2:「ミニスカート」/ 2019年 / 728 × 1030 mm



作品3:「メイドコーヒー」/ 2019年 / 728 × 1030 mm



作品4:「レインボーパスタ」/ 2019年 / 728 × 1030 mm

## 赤木 志帆

AKAGI, Shiho

### The News & Coffee

新聞を読む体験をしてもらう事でもう一度新聞を売り直す

A new approach to selling newspapers by offering the experience of newspaper reading

#### はじめに

まず私がこの研究内容に決めたのは、新聞が読まれていないという現実をどうにかして引き止めることはできないだろうかと考えたからである。新聞はどのような場所で、どのように読まれていたのかを考察した。そして新聞は昔コーヒーと一緒に朝食の時に読まれていたのではないかという結論を出した。朝起きて新聞を読みながらコーヒーを飲むのがどの家庭でも当たり前の光景であったはずなのだ、という事から新聞とコーヒーがメインのカフェを作る事が人々にもう一度新聞を受け入れてもらう事に繋がるのではないかと考えた。

## The News & Coffee

The News & Coffeeとは朝起きて、入れたてのコーヒーを片手にまだ折りたたまれたままの新聞を広げる。そんな昔からの何気ない習慣こそが、上質な生活を作り出していたのではないだろうか。液晶で世の中の動きを知るのも悪くない、でもコーヒーの匂いと味、新聞の紙の質感を肌で感じながら今を知る。昔から皆に愛されてきたこの習慣はきつとなくしてはならない大切なものであるはず。そんな新聞とコーヒーを提供するカフェ、それがThe news & coffee.

The News & Coffeeとは新聞とコーヒーをメインに扱う、東京の丸の内を一号店に展開されていくカフェである。店内には随所に新聞を身近に感じられる工夫が施されている。例えば店内のテーブルクロスには新聞が使用されていたり、店内のいたるところに新聞が置かれているので新聞を誰でも気軽に読めるようになっている。そして取り揃えてある新聞も日本のものから始まり世界中の新聞が置かれている。コーヒー豆も様々な物が置いてあり、オススメのメニューは

毎日日替わりの本日のコーヒーで、コーヒーにもニュース性をもたせている。ロゴマークは世界的に1番認知度の高いThe New York Timesのロゴを参考に1番に新聞を感じるものになっている。ロゴのまわりを少しかすれさせることで新聞に印刷された文字独特のかすれた温かみや、風合を出した。また、ショップツールは新聞という古いイメージそのままではなく真新しくスタイリッシュなイメージに仕上げるために白を基調にした。ロゴマークが上部に配置されているのは新聞のロゴマークは上部に配置されているものがほとんどだからであり、配置する場所にも意図を持たせ、全体を通して無駄な意味のないデザインを施さないように務めた。

#### 終わりに

新聞が人々に読まれなくなった理由の一つにスマートフォンがあげられる。スマートフォンの利点は娯楽要素が強く、どこでも扱える便利な機械であるという点である。私はこれを逆に欠点として捉えた。スマートフォンは場所を選ばずそして娯楽要素が強いため、何も考えずにどこでも気軽に扱ってしまう。＝特別感がない機械なのである。

しかし新聞は勉強としての要素が強く、読もうと思える環境がなくては読めない媒体である。その事を踏まえるとスマートフォンにはない特別感を、新聞を読むための特別な場所を提供する事で、感じる事ができるのではないかと考えた。どこでも扱ってしまうスマートフォンと違って新聞には読む場所を提供する事で特別感を感じる事ができるはずである。その事を踏まえてThe News & Coffeeというカフェを考えた。便利な機械の登場によって、なくしてはならない古き良き行動はあるはずなのである。

# The News & Coffee

ロゴマーク



ショップツール



新聞広告

店内の様子に関しては著作権の関係で省略しています。

# 花岡 紗季

HANAOKA, Saki

## 積極的な感情を誘起する食料品パッケージデザインの研究

A study on positive experience through food package design

### 研究概要

本研究はスーパーマーケット等で販売される食料品パッケージデザインにおける、日常の楽しさといった積極的な生活感情を人に生じさせるグラフィック表現を、現状の分析とそれに基づく実作を通じて提案するものである。またパッケージデザインを通じて「生活を豊かにする」というデザインの本質的な意義を現代に再興させる試みである。

食料品のパッケージデザインは日常の中で目にする機会の多いグラフィックである。商品販売を促進するという目的のため、そのビジュアルは店頭に並んだ際、競合他社より目立つことや商品内容を文字情報や写真などを用い理解しやすく示すことに重点が置かれている。それらは食料品パッケージデザインにとって本質的な要素だが、消費者にとってパッケージのビジュアルを目にする時間は購買時よりもその後の使用時の方が長い。そのため食料品パッケージデザインは日常空間の中にあるものとして、心地よいビジュアル効果を同時に持っている必要があると考える。

食料品パッケージが、生活者としての消費者を踏まえたデザインを持つことは、生活上に魅力的なデザインが増えることに繋がり、それは直接的に生活を豊かにすると言えるのではないだろうか。また今後は、販売促進効果と生活上での見え方の両方のバランスが取れた、生産者と消費者の両者にとって効果をもたらすデザインが成立していくべきではないだろうか。

### 研究背景

現在のような食料品パッケージは、高度経済成長期に伴いスーパーマーケットが商品販売方法の主流となったことから始まった。それ以前は小売店による対面販売であったが、スーパーマーケットのセルフサービス販売へと移行したことによりパッケージが商品唯一の情報源となった。80年代から現代に至るまで、食料品パッケージは理解しやすさに重点が置かれ、商品名やビジュアルには直接的な表現が多く行われてきた。そこに競合商品との差別化を示すためのセールスポイントやキャッチコピー、法律上の記載マークなどが追加され、また表一面に情報を詰め込むこ

とが必要とされるなどの事情が絡み合うことにより現状のような情報過多なデザインが通例になったと考えられる。

### 研究作品

食料品パッケージデザインには、主として内容物を保護、運搬、情報表示するといった役割があるが、本研究で着目するのはグラフィックに関する部分である。小売業態のためのパッケージはマーケティングとしての役割を強く持っている。しかし本研究ではマーケティングではなく消費者の日常空間に目を向け、こういったデザインが台所や食卓といった生活現場においてふさわしいかを考慮した。

写真表現が主体である現状に対し、イラストレーションをメインビジュアルとした。パッケージ上のイラストレーションとして内容物を表すことは必須であるが、そこに付加価値を与えることが本研究の重要な点である。このテーマについて先進性を持つ北欧諸国のパッケージデザインに散見される点として、色使いやイラストレーションにユーモアを感じさせる要素が含まれていることが挙げられる。そこでユーモア表現のため独自のキャラクターをアイコンとして用い、内容物と関連した表現を行った。イラストレーションを全面に続けることで、どのような角度から見ても楽しさが感じられるようにした。また商品名等の表記に関しては、アルファベットと異なり日本語は天地が揃わずまどめにくいという特徴がある。そのため商品名に囲いを付け規則的に画面に組み込んだ。ロゴマークは企業名として設定した「kukka(フィンランド語で花を意味する)」と「家庭内でのパッケージの在り方」を問う本研究のテーマを家という形で組み合わせた。内容表示に関しては、現状では法律上の規則により多様な情報が記載されるが「商品名、賞味期限、原材料名、内容量、保存方法、アレルギー表示、問い合わせ先」を必要な情報として絞った。

イラストレーションを主軸としながらも、商品名やロゴマーク、内容表示といったような必要不可欠な要素を同様に重要なものとして捉え、単体としての在り方と全体感との兼ね合いなど、要素の優先順位の決定やバランス感を整えることに注力し、最終的な作品のまとめを行った。



パッケージ一覧



パッケージ写真



ロゴマーク