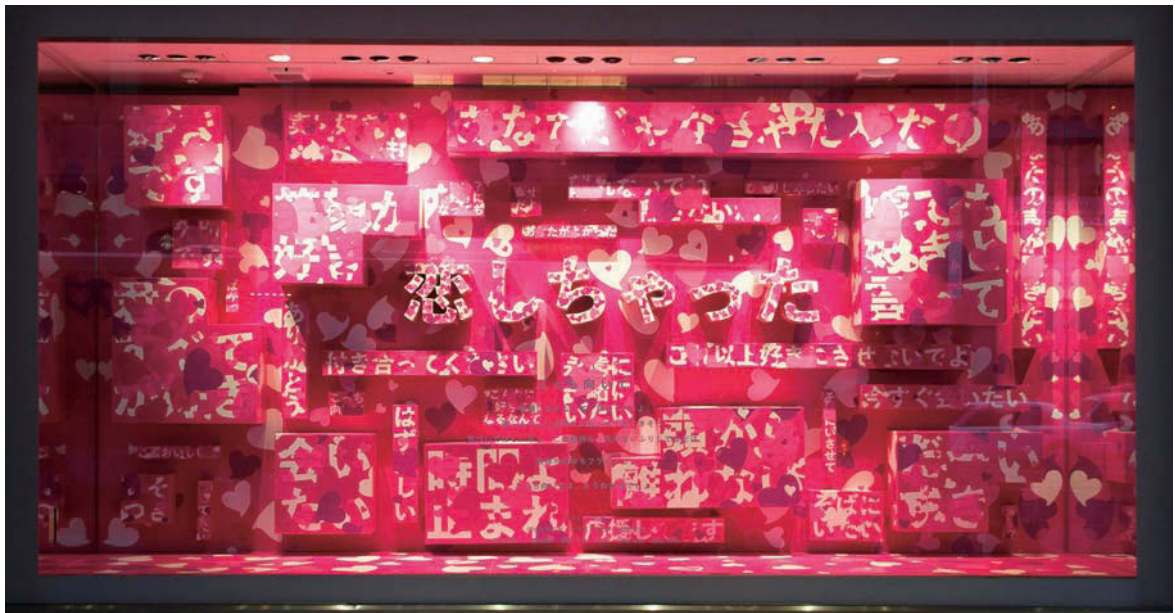




森野晶人 「はじめてのプレゼント」 (鶴屋百貨店ウィンドウ・ディスプレイ、クリスマス、2012)



森野晶人 「こっち向いて」 (鶴屋百貨店ウィンドウ・ディスプレイ、バレンタインデー、2014)

# 産学連携によるディスプレイ空間の デザインプロジェクト

鶴屋百貨店ウィンドウ・ディスプレイのデザイン (2012~2017)

Design project of display space through industry-university cooperation

Window display design at Tsuruya Department Store (2012-2017)

森野 晶人

Akihito MORINO

崇城大学芸術学部デザイン学科教授

Professor, Department of Design, Faculty of Art, Sojo University

Keywords: industry-university cooperation, display window, Christmas, Valentine's Day

## Abstract

This writing is to report a series of window display design projects by Design Department of Sojo University and Tsuruya Department Store as industry-university cooperation. Students designed window display for Christmas and St. Valentine's Day campaign to present seasonal messages for the audiences. 6 design projects have resulted in highly educational opportunities for design students.

## 1. はじめに

商業施設のウィンドウ・ディスプレイは、季節商品やキャンペーンなどの商業的なメッセージ伝達の空間として役割を担っている。

ウィンドウ・ディスプレイを学生の発表の場として提供することで、地場産業が地元教育機関との連携活動をアピールすることを意図に始められた。

本稿は、崇城大学芸術学部デザイン学科が2012年より継続的に取り組んでいる鶴屋

百貨店（熊本市中央区）のウィンドウ・ディスプレイのデザインプロジェクトの活動報告と考察をするものである。

## 2. 鶴屋百貨店のディスプレイ

鶴屋百貨店は1951年（昭和26年）に創業以来、広く熊本市民に親しまれている総合商業施設であり、売場面積約7万5千平方メートルを有する熊本唯一の百貨店である（2017年現在）。2012年、鶴屋百貨店が掲げる「県・市はもとより種々の文化団体や

大学との連携により地域文化や人材の育成に努める」を基本方針として実施・構築する様々な施策の中の一つとして、クリスマスキャンペーン期におけるウィンドウ・ディスプレイの企画制作が同社販売促進部より本学に依頼された。同店舗には、地上1階の外壁に沿って大小合わせて6か所のウィンドウ・ディスプレイが設置されており、ビジュアルマーチャンダイジング（VMD）の重要な要素としての空間利用を目的として、各種の催事に合わせた空間演出が定期的に創出されている。これまでも新年、卒業・入学、母の日、ブライダル、クリスマスなどの行事と販売品を関連付けた空間デザインが多く施されてきたが、店舗で販売されている商品を使った空間演出が主であり、商業的な意味合いが大きいと言える。

一般的に、商環境におけるウィンドウ・ディスプレイは、商業空間とその外部を媒介するコミュニケーションメディアの一つと考えられている。販売促進、情報伝達、教育啓蒙などを目的として、コンテンツを一定期間、特定の空間において展示することによって、公衆とのコミュニケーションをとる手段である。空間を通して興味を喚起し、話題性・集客性・快適性などを伴いながら、購買の動機づけ・送り手のメッセージなどを伝達する機能を果たしている<sup>(1)</sup>。

本学が企画の依頼を受けるにあたり、商業的な目的よりも学生の感性を発信することに重点をおいた作品の要望を受けた。作品を設置するウィンドウ・ディスプレイは、通町筋に面した側の横4460 mm 縦2130 mm 奥行900 mm のウィンドウ・ディスプレイ

（全2か所）のうちの一つである。路線バス・市電の多くが通るだけでなく、バス停の正面に位置しているため人の往来も頻繁に見られる場所となっている。

プロジェクトの進行にあたり、学生の提案した企画を鶴屋百貨店が随時フィードバックしながら制作に取り組み、設置に関しては、ディスプレイ施工業者（株式会社大洋工芸）の協力も得ながら進められた。

2012年のクリスマスのディスプレイが好評を得たため、引き続き2013年のバレンタイン・デーのディスプレイのデザインを依頼され、以降2017年まで毎年バレンタインデーのディスプレイを制作している。

次項に2012年から2017年までに取り組んだ6作品について各概要を記載した。

### 3. プロジェクト概要

#### 3-1. 2012年クリスマス用ディスプレイ

鶴屋百貨店からの要望で、「往来の子どもが足を止めて笑顔になってもらえるディスプレイ空間の創出」が提示された。学生7名からなるチームで取り組み始めたが、プロジェクト始動時には、クリスマス向けということに縛られすぎ、トナカイやサンタクロースなど一般的なモチーフを用いたアイデアが多く出てきた。そこで自由な発想を促すためクリスマスらしいものから離れて、子どもにとってわくわくするようなモノは何かを考えることから企画を立ち上げていった。「クリスマスといえば何を思い出す?」「子どもが好きなものは?」の二つを軸にし、アイデアを出していき、菓子、おもちゃ、幻想的なもの、イルミネー

ションの4案を鶴屋百貨店にプレゼンした。

その結果、「親と子のコミュニケーションが取れる場をつくる」をコンセプトとした案が選定された。これは、普段はサンタクロースや親からプレゼントを貰っているが、日頃の感謝の気持ちを込めて、子どもから親へプレゼントを贈って欲しいという願いから、子どもでも買える菓子をウィンドウに敷き詰める案である。(図1)

設計図の作成、菓子問屋における菓子のリサーチ、シャーレの設置、木製パネル制作などのプロセスの中で、パッケージと実物の色が違う、数や種類が足りないなどの問題に対応しながら菓子の色分け作業に膨大な時間を費やした。色別にシャーレに梱包され、「クリスマスの奇跡」を象徴するイメージとして「虹」を構成するようにシャーレを並べた。また幾つかのシャーレには実際に子どもから親へのメッセージを書き込んだものも用意した。(図2)

鶴屋百貨店へのプレゼンテーションの様子から制作現場、設営および公開当日のインタビュー等などは、テレビ熊本および熊本日日新聞に取り上げられた。なお本作品は、2013年度日本デザイン学会第5支部学生デザイン展において優秀賞を受賞した。

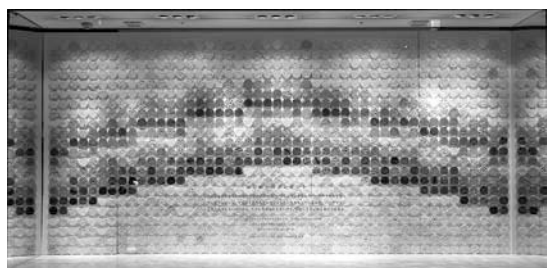


図1 完成作品「はじめてのプレゼント」



図2 「はじめてのプレゼント」(詳細)

作品概要：

【作品タイトル】 はじめてのプレゼント

【展示期間】 2012年11月14日～12月25日

【学生数】 9名

【作品形態】 菓子で作られた虹のイメージ

【仕様・材料】 菓子(大量)、シャーレ1034個、木、塗料など

【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

はじめてのプレゼント

こどももおとなもわくわくするクリスマス。いつもはサンタさんやパパやママからもらっているプレゼント。でもぼくたちもプレゼントしたいと思っているんだ。パパやママによるこんでもらいたいから。たかいものはかえないけど、おかしくらいならあげられるよ。そんな子どものメッセージを虹にのせて伝えます。

雪の中にかけられた虹の橋。クリスマスの奇跡。初めてのプレゼント。親子のつながりが一段と輝く時。

### 3-2. 2013年バレンタイン・デー用ディスプレイ

#### プレイ

2012年クリスマスのディスプレイが好評を得たことから、継続して2013年バレンタイン・デーのディスプレイのデザインを依頼され取り組んだ。上記クリスマスのディスプレイ同様、「バレンタイン・デー＝チョコレート」の一般的なイメージから脱却し、バレンタインの持つ意味やメッセージの発信を目的として自由な発想によるコンセプト作りを目指した。

本作品のコンセプトは「好き」と「ありがとう」である。バレンタイン・デーはチョコレートに思いを込め気持ちを伝える日であるが、込める気持ちは「好き」だけでなく、友達に渡すチョコや上司に渡すチョコ、家族に渡すチョコなど感謝の気持ちを伝える日でもあると考えた。「好き」は恋愛での「好き」だけでなく、様々な年齢層を考慮して家族や友達への「好き」を表し、「ありがとう」は世界各国の言語での「ありがとう」を表した。

それぞれシルクスクリーン印刷によって手刷りしたディスプレイ用のTシャツは、背景パネルに設置された長さの異なる木棒に面ファスナー（マジックテープ）を用いて接着された。（図3・4）



図3 完成作品「気・飾る」



図4 「気・飾る ver. 1」(詳細)

作品概要：

【作品タイトル】気・飾る ver. 1、ver. 2

【展示期間】2013年1月9日～2月14日

【学生数】5名

【作品形態】メッセージの書かれたTシャツで作られた二つのハート

【仕様・材料】ディスプレイ用Tシャツ7色  
ディスプレイ用Tシャツ140枚、木棒140本、  
面ファスナー、アルミ複合パネル、リノリウムシートなど

【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

大切な人を想う気持ちはさまざま。そんな「気持ちの言葉」を着飾って思いを伝える特別な日。ST. VALENTINE'S DAY 2013 (気・飾る日 ver. 1)

異国でも感謝の気持ちは同じはず。「ありがとう」をその地の言葉で着飾る特別な日。ST. VALENTINE'S DAY 2013 (気・飾る日 ver. 2)

### 3-3. 2014年バレンタイン・デー用ディスプレイ

前年に引き続き、文字を使った空間表現を試みた。コンセプトは「バレンタイン・デーが近づくと、思いを伝えたい。けれども恥ずかしくてなかなか声に出して言えない気持ちがあちこちで募っているはず。気持ちの大きさを表す様々な大きさの箱に詰め込んで、ハートシェープで見え隠れする愛の言葉の視覚化」である。(図5・6)

気持ちを表す言葉やハートシェープの切り出し以外は、箱制作からスタイロフォームによる文字の切り出しまですべて手作業にこだわった。気持ちを伝えるという作品のコンセプトは制作プロセスの途中にも存在しており、設営当日には、箱の設置後、ハートの貼付け作業を公開することで、徐々に箱の表面に施した「気持ち」を表す文字の部分をカモフラージュしていった。設営当日も含め、道行く人たちが足を止め、写真を撮影したり、カップルが寄り添いながら見え隠れする言葉を声に出して読んでいた。特に立ち止まるまで少し距離感のあったカップルが、ディスプレイの前で手をつなぐシーンは印象的であった。まさに、気持ちを動かすインタラクティブな作品となったことを実感した。

なお本作品は、2014年度日本デザイン学会第5支部学生デザイン展において優秀賞および第18回 CS デザイン賞（株式会社中川ケミカル主催）において一般部門優秀賞を受賞した。



図5 完成作品「こっち向いて」



図6 「こっち向いて」(詳細)

#### 作品概要：

【作品タイトル】 こっち向いて

【展示期間】 2014年1月15日～2月14日

【学生数】 6名

【作品形態】 立体タイポグラフィ

【仕様・材料】 スチレンボード、スタイロフォーム、カッティングシート、塗料、アルミ複合パネル、リノリウムシートなど

【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

言葉に出すなんて、照れてくさいよ。  
膨らんでいく気持ちがあふれて出てきそう。  
気づいてほしいなあ、この気持ち。  
言わないふりしてるだけ。  
気持ちのカモフラージュ。  
こっち向いてよ。 もうわかるでしょ。

### 3-4. 2015年バレンタイン・デー用ディスプレイ

#### プレイ

2015年のディスプレイ・デザインでは、鶴屋百貨店からの要望でもあったインタラクティブ性に重点を置いた表現に挑戦した。プロジェクトが開始して初めて映像表現による空間デザインでもある。

コンセプトは「人との繋がりを表す赤い糸を使ったヴィジュアル表現を通して、一人一人が好きな人のことや、甘酸っぱい恋の思い出を思い浮かべながら観る赤い糸のアニメーション」である。

ハッピーエンドなストーリーからユーモアのあるものまで、様々な趣向を凝らしたアニメーションは、1本約10~20秒の90本が制作された。それらのアニメーションは、ディスプレイ内に配置した60インチから5インチまで、様々な大きさのモニター10台にて展示した。(図7・8)

また、ディスプレイを見に来た人がガラス面にある2つの手形に2人で同時に触ることで、中央のモニターにランダムにアニメーションが再生される仕組みにすることでインタラクティブ性の持つ楽しみを加えた。これは、カッティングシートで形取った手形の背後(ディスプレイ内)にウェブカメラを設置し、手形の中央にある小さな穴を手でふさぐことで、RGB値の変化をもとにアニメーションがランダムに選択されるようにプログラミングされているものである。

なお本作品は、2015年度日本デザイン学会第5支部学生デザイン展において優秀賞を受賞した。

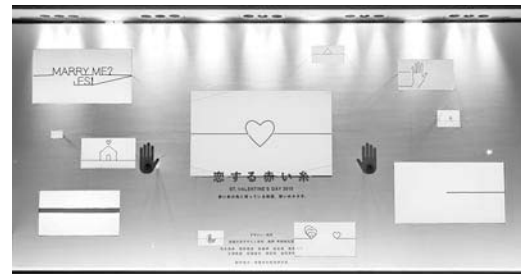


図7 完成作品「恋する赤い糸」

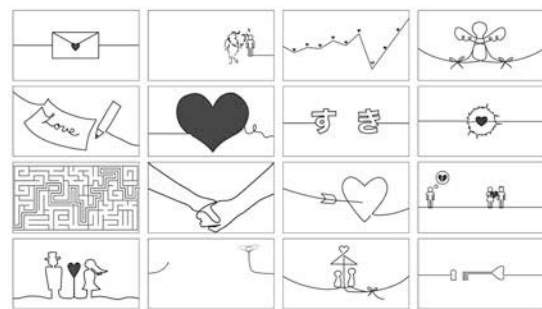


図8 「恋する赤い糸」の映像作品(一部)

作品概要:

【作品タイトル】恋する赤い糸

【展示期間】2015年1月14日~2月14日

【学生数】9名

【作品形態】モニター10台における映像作品90点、インタラクティブ映像(プログラミング協力:情報学科和泉研究室)

【仕様・材料】

モニター10台、ウェブカメラ、カッティングシート、PCなど

【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

ST. VALENTINE'S DAY 2015

赤い糸の先に待っている物語。想いのカタチ。



### 3-5. 2016年バレンタイン・デー用ディスプレイ

本作品では、デジタル的な表現から脱し、アナログ的な手作り感を意識した作品作りを試みた。

コンセプトは「恋をした時の気持ちの変化の視覚化」。恋をすると、いつもの景色が輝いて見えたり、魅力に目が眩んだり、何気ない毎日に不思議な力が宿る。その何にも替えがたい強いエネルギーを、恋をしている人にも、恋から遠ざかっている人にも感じてほしい。その想いを実現するため、熱く甘美な世界をつくることで恋する世界観の創造を目指した。(図9)

ディスプレイの大半を占める大小の立体的なハートは、直径3cmと5cmのハートをそれぞれ3枚ずつ手で折り合わせ制作した。濃い赤、赤、薄い赤、ピンク、ミラー、玉虫、ホログラムのカッティングシートからハートの形を切り出し、ひとつひとつ手で折り、3つのハートを貼り合わせて制作した立体ハートの数は6000個を超えた。(図10)

中央の大きなハートは、カッティングシートでできた1mm幅スリットのスキャニメーションになっており、恋の成就を表現した。これは、「キラキラときらめき募り積もった想いは、やがて恋が叶うと同時に彩りはじける」というストーリーを可視化するための仕掛けである。使用したカッティングシートのハートは2万個以上になった。

また、新たな試みとして、ウィンドウ・ディスプレイの30秒ティーザー映像を制作し、外部マルチビジョン、外部縦型ビジョ

ン、店舗内マルチビジョンの3か所に映像を流し、ウィンドウ・ディスプレイの告知および誘導喚起を行った。

なお本作品は、第19回CSデザイン賞(株式会社中川ケミカル主催)において一般部門優秀賞を受賞した。

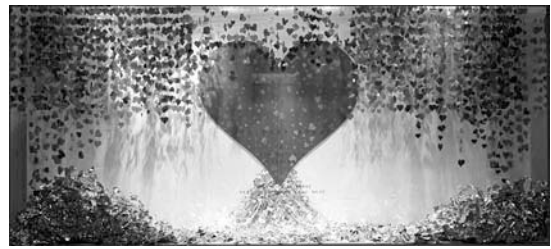


図9 完成作品「クラム・キラメク・メクルメク」



図10 「クラム・キラメク・メクルメク」(一部)

#### 作品概要：

【作品タイトル】クラム・キラメク・メクルメク

【展示期間】2016年1月12日～2月14日

【学生数】5名

【作品形態】ユニットによる立体造形+インタラクティブ

【仕様・材料】カッティングシート7種、アクリル板、アクリル棒、針金、電動スポット照明、サーキュレータなど



【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

恋。それは、熱くて、甘みなめくるめく世界。

### 3-6. 2017年バレンタイン・デー用ディスプレイ

これまでのプロジェクトは3年次ゼミ生によって取り組んでいたが、初めての試みとして本学デザイン学科の必修授業「地域プロジェクト」においてグラフィックデザインコースの1年生から3年生の23名による混成チームによって取り組まれ、平成28年熊本地震の約2か月後から企画を練り始めた。10のグループに分かれて、多数の案を出し、2回の鶴屋百貨店へのプレゼンを経て、一つの案に絞り込まれた。その後、5つのグループに再編成され、様々な「思いが動き出す瞬間」のシチュエーションを10個のストーリー（親友、カップル、幼なじみ、母親、祖父、恩師、同僚などが題材）に展開し、台本や絵コンテ作り、撮影・演出・編集に取り組んだ。家族や友人に出演を依頼したり、企画した学生も数多く出演した。幅9mのグリーンバックが設置され、照明に工夫しながら、絵コンテに沿って各カットを撮影していった。

大切な家族・友人に感謝の気持ちを届ける瞬間、大好きなあの人に自分の思いを伝える瞬間、きっと貴方の思いはあの人へ、今、動き出す。思いが動き出す瞬間を伝えるために、人と人とのつながりを表現したシルエットによって作り出された10個のストーリーを映し出した。(図11)

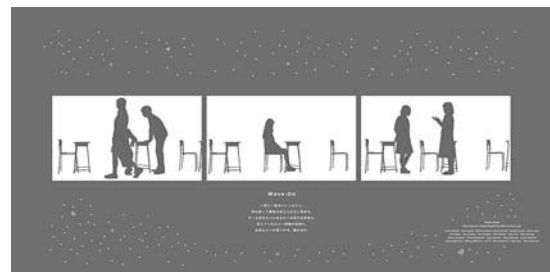


図11 完成作品「Move On」

作品概要：

【作品タイトル】 Move On

【学生数】 23名

【展示期間】 2017年1月10日～2月14日

【作品形態】 モニター3台のマルチビジョンによる映像作品

【ウィンドウ面貼付用メッセージ】

Move-On

一年に一度のバレンタイン。

照れ臭くて普段は伝えられない気持ち。

ずっと好きだったあなたへの恋する気持ち。

支えてくれた人へ感謝の気持ち。

大切な人への思いが今、動き出す。

【仕様・材料】 モニター3台、カッティングシート、光拡散シート、LEDイルミネーションなど

## 4. まとめ

前述の各プロジェクトは、これまで6年にわたり産学連携事業として取り組まれてきた。関わった多くの学生は、グラフィックデザインを専門的に学んでいるが、二次元的な表現にとどまらず、立体造形、映像、インタラクティブを駆使して、空間の中でイメージを演出することに挑戦してきた。

一貫して学生に伝えてきたことは、新しいことへの取り組み、労を惜しまない姿勢、細部にわたるこだわりである。

本プロジェクトを通して明らかになった産学連携事業の利点および課題をまとめてみる。プロジェクト発足当初の目的である地域文化や人材の育成は、ある程度達成されていると考える。商業空間の一部を作品発信の場として提供することでクリエイターを目指す学生に多大な機会が与えられた。

また学生にとって、百貨店やディスプレイ施工業者の担当者とコミュニケーションをとりながら制作を進めることは、ディスプレイ制作現場の理解に大いに役立ち、プロジェクトに関わった各学生の将来の方向性を決定するきっかけになったと言える。また、コスト感覚やスケジュール管理などのプロジェクト運用のための知識や技術を習得する必要性の認識にも有用なプロジェクトとなったと考える。

一方で、今後の課題として挙げられるのは、本プロジェクトが通常授業時間外で進行する場合のスケジュール管理についての対応、各学生メンバーの役割分担の明確化、作業効率アップのための施策などが挙げられる。いずれも、各学生にとってどのような教育的成果がもたらされるかを視野に入れながらプロジェクトを進めていく必要がある。

地域活性化を目的とした地元企業と大学間の連携事業は、今後も活発に行われていくべきであるが、教育活動の視点から提示すべき課題は明らかにしながら進められなければならない。

[参考文献]

- 1) 一般社団法人日本ディスプレイ業団体連合会のウィンドウ・ディスプレイの定義による。

<http://www.display.or.jp/zdspd/index.html>

