サンガク2

情デの産学共同授業

多摩美術大学情報デザインコース

2019

もくじ

はじめに..... 06

メディアデザイン

新しいニュースメディアのデザイン..... 06

社会デザイン

日常のデザイン「食」..... 18

経験デザイン

フリーペーパ「Bridge」のデザイン..... 12

映像リンク集..... 12

はじめに

多摩美術大学情報デザインコースには、経験デザイン、社会デザイン、メディアデザインという三つの専門領域があり、それぞれが、企業やNPO、公共施設などとの産学共同研究に取り組んでいます。

昨年2018年度に、デジタルアーカイヴとして、私たちが行なってきた共同研究を紹介する電子冊子とオンデマンド印刷冊子を刊行し、反響をいただきました。

今期もそれぞれに興味深い共同研究が行なわれましたので、引き続き刊行を計画しました。

共同研究には、二つの方法があります。

一つめはいわゆる「産学共同研究」で、大学と共同研究者が契約を結び、それを授業やプロジェクトといったかたちで実行するもの。掲載分では、朝日新聞社との《新しいニュースメディアのデザイン》と橋本商店街協同組合との《フリーペーパー「Bridge」のデザイン》がそれにあたります。

二つめは「授業協力」で、オイシックス・ラ・大地にご協力いただいた《日常のデザイン「食」》のように共同研究者との信頼のもと、学部授業を協働で進めていく方法です。

いずれも産学共同研究として成果を上げ、学内での講評会はもちろん、学外発表でも高い評価をいただいているものです。

この小さな冊子で、現在、本学デザイン情報コースと企業や団体が、どのような問題にどう取り組んでいるのかの一端をお知らせできれば幸甚です。

多摩美術大学情報デザイン学科
情報デザインコース

朝日新聞
北朝鮮、3米国人解放
訪朝の国務長官と帰途
日中韓 非核化手
米、核特別査の移住要求

メディアデザイン

メディア（media）はメディウム（medium）の複数形で
「媒（なかだち）」を意味し、その手法や機関のことを指します。
私たちはヴィジュアライズを主技術として複数のメディアの特性や環境を考察し、
それらの境界を越えるようなさまざまな実験を行なっています。

新しいニュースメディアのデザイン

産学共同研究　ニュースメディアにおける視覚化と物語化の研究
共同研究者　朝日新聞社
担当教員　永原康史、清水淳子
参加学生　情報デザインコース「メディアデザインⅠ」履修生
実施年度　2018年度

はじめに

今回の朝日新聞社との共同研究は、私が2016年に『インフォグラフィックスの潮流』(誠文堂新光社)という本を上梓していた関係で、2017年に取材していただいたことがきっかけになっている。

ご存じの方も多いと思うが、朝日新聞社はニュースにおける日本のインフォグラフィックスをリードする企業である。『日本タイポグラフィ年鑑2012』でグランプリを受賞した「震災グラフィック」など新聞紙上のニュースグラフィックはもちろん、インターネットで閲覧する「朝日デジタル」でもいくつものリッチなインフォグラフィック・コンテンツを発表している。取材を受けた内容は、デジタルメディアにおけるモーションを伴うインフォグラフィックスについてだったと記憶する。

その後、朝日新聞社東京2020総合本部をご紹介いただき、それが今回の共同研究に発展することになった。東京2020総合本部はその名のとおり、2020年の東京オリンピック・パラリンピックのための部署である。そのため、スタート時は2020年東京オリ・パラのヴィジュアライズをテーマとしていた。しかし、2020年の課題はオリンピックだけではない。ジャーナリズムの視点から、2020年をキーワードとして変わりゆく東京を対象としたプロジェクトにしたいという意見もあって、もう少し広く構えて研究内容を提案することにし、3年次の演習授業として展開することになった。

プロジェクトの視座——課題設定

プロジェクトを検討中の2016〜7年当時、「post-trues(次の真実)」や「alternative fact(別の事実)」という言葉が話題になっており、「fake news(捏造記事)」についても問題になっていた。背景にはSNSの隆盛があり、エコーチェンバーと呼ばれる同質社会があった。残響音のように自分と同じ意見が繰り返され響き渡る閉じた仮想空間では、オピニオンを装っ

新聞記事の切り抜きとスクラップの授業。授業のない日も毎日この作業を行なった

たフェイクが簡単にファクトに転じて人びとの行動に影響を与えているようにみえた。大統領がTwitterで政策を発表する時代に、ニュースメディアはどのように機能すればいいのか。これが最初に私たちが立てた命題であった。

改めて見渡すと、ニュースに触れるきっかけ、ニュースと読者とのタッチポイント、ニュースの見せ方・伝え方、ニュースを読んだあとの行動変化など、ニュースメディアにおいてデザインが機能する場所はたくさんあり、これらを包括的に考え直してみる機会とした。

授業のタイトルとして「ポストニュースメディア」という言葉を思いついたのだが、「Post――」を「――以後」と訳せば、ニュースメディアそのものを対象とする研究にはふさわしくない。そこで、“次への視点”と言う意味合いを残して、「新しいニュースメディアのデザイン」とした。

読者として接する――新聞講読とスクラップ

共同研究を演習授業として取り組むにあたり、まず紙の新聞の講読からはじめた。購読期間は2018年4月から5月にかけての3週間。履修生人数分の朝刊を研究室に配達してもらい、各人が取りにくるようにした。ピックアップした新聞から、それぞれの興味に従って切り抜いてスクラップする。スクラップブックは全員に同じものを用意した。

同時にウェブで公開している「朝日デジタル」の講読もはじめたが、ここでの記事もプリントアウトしてスクラップブックに貼るようにした。まずは身体的な情報としてニュースを感じ取ろうという試みである。

とにかく新聞のサイズは大きいので、昔の大人が畳の上でやっていたように、床に広げてあぐらをかいて読む学生も出てくる。細かく折りたたんで机の上で処理しようとする学生もいる。結果としてメディアと人間のインタラクションを考える格好の材料となった。

朝日新聞東京本社見学会

ニュースのデザインについて、
卒業生のデザイナーから解説を受ける

記事のスクラップは授業の課題なので、無理にでも読んで切り抜いて貼る。この作業を3週間続けるうちに、自分の興味のフォーカスが定まってくる。スクラップブックが2冊目に入る学生も現われ、文書に手で触れる効果が感じられた。

つくる側を学ぶ――新聞社見学とレクチャー

新聞紙面に読者の立場から接するだけではなく、新聞をつくる現場も知らなくてはならない。5月18日、東京築地の朝日新聞東京本社を見学した。

新聞社はニュースの発信所だけあって、毎分ごとの細かな情報の集積と、それをアウトプットする巨大なシステムとが同居している。たとえば、たった今読まれたデジタルメディアの記事がカウントされ表示されているディスプレイの地下では巨大な輪転機が今日の夕刊を印刷している。そういった情報生成のダイナミズムが実際に目に見える場所は、意外と少ないのではないか。

学生は編集部やデザイン部、デジタルメディアの部署を巡り、そこに仕込まれている情報デザインの細やかさを現実のものとして見てから、地下の印刷室へと進む。そこには巨大な輪転印刷機が稼働しており、これまで見てきたそれぞれの部署でつくられたニュースが文字や写真となって大量に複製される現場を目撃することになる。そこは、毎日無自覚に受け取っていたニュースの生成現場である。

同じ見学の日に、記者の方やデザイン部デスク、また、多摩美卒のデザイナーの方から、記事が作られる工程や思い、それを報じる紙面のデザインについて、レクチャーを受けた。また翌週、朝日新聞のデジタル部門のひとつ「withnews」の編集長から「ニュースはメディアによってどのように表現をかえるか」と題して、ニュースがデジタルメディアに流通する仕組みやその問題点についてレクチャーしていただいた。ひとつのニュースがフィジカルメディアとデジタルメディアにどのように展開されて

巨大輪転機で新聞は刷られる。
印刷工場は新聞社の地下にある

朝日新聞のデジタル部門のうちの一つ「withnews」編集長によるレクチャー

いくのか、そこで起きている問題は何なのかといったリアルな課題を知った。

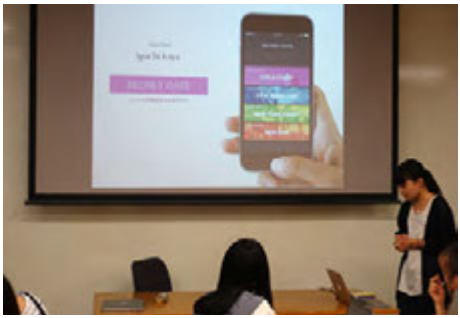
これらの講義の体験が学生たちの制作に大きく影響を与えたことは、いくつかの課題作品からも明らかである。

中間発表——新しいニュースメディアの提案

こうして読者側と制作者側、双方の視点を得て、演習は企画段階に入る。

授業は学生と教員のマンツーマン形式で進み、3回に1度ぐらい全員の前でプレゼンテーションを行なう。自分の考えをまとめるためとアイデアを共有する機会である。

企画の着眼点として目立ったのがニュース体験をつくるという発想だ。たとえば、コーヒーショップの紙コップにその日のニュースが刷り込まれていれば、ちょっとした隙間時間の話題づくりになるだろう。あるいは、デジタルサイネージを昔の壁新聞のように利用し、そこにTwitterなどから取得した読者のオピニオンを



中間講評会風景。学生の発表にも熱が入る

オープンキャンパス・前期末展。公開講評会風景

掲示できれば、これまでとは違ったニュースの読み方ができる。そういったアイデアである。

また、ニュースを読むことを通じてファッションイベントに参加できるプロモーションや、コンビニで販売するプリペイド型のニュースカードなど、ニュースへの導線を考えたものも多かった。

全部で19のアイデアが出たが、朝日新聞社の共同研究者から全てにコメントをいただいた。

最終講評会――オープンキャンパス

アイデアが生まれたばかりの早いうちからモックアップやプロトタイプをつくり、それを繰り返すことで考えを深め、単なる思いつきが企画としてまとまるころには、おおよそのかたちもできている。それが私のゼミの演習の進め方だ。企画を練ってゴールを決めて、それに向かって制作することもないとは言わないが、あまり推薦はしていない。つくることで考えるという姿勢を大切にしているからだ。このプロジェクトもやはり同じように進められた。

それぞれのアイデアはつくることで練り直され、提出期限には仕上がってくる。仕上がれば講評が行なわれる。

例年、前期演習科目はオープンキャンパスで公開講評会を開く。本プロジェクトも、多摩美術大学八王子キャンパス情報デザイン棟1階ギャラリーにおいて公開講評会を行なった。

参加は、情報デザインコース3年「メディアデザイン Ⅰ」履修生22名、担当教員2名、朝日新聞社から共同研究者1名。教員も本プロジェクトの共同研究者である。加えて、他企業からも見学希望があり、株式会社サイバーエージェントから3名、株式会社ライフルから2名が参加。本学広報の取材もあり、関心の高さが伺われた。

学外発表会――朝日新聞社

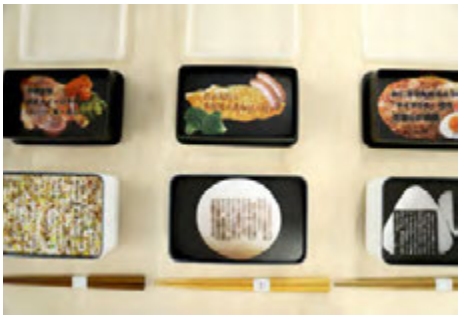
7月27日、朝日新聞社東京本社で学外発表を行なった。全員の作品を朝日新聞社に搬入し、展示。30名を超える新聞社社員の方々に集ま

街なかで見られる行列に着目し、行列対象の商品を
実際に“浮かす”ことで、その行列が“浮いてる”ことを批評的に
取り上げた作品。行列ロープにニュースが書かれている。

コンビニでニュースを買う提案。
ニュースはカードで売られており、
それを買うことでニュースが読める。

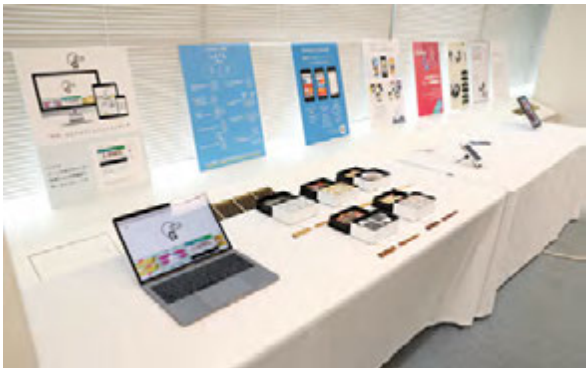
カジノ法案を、トランプカードで表現した作品。
カジノで使用するトランプでゲームしながら、
カジノ法案の議論や問題点を知ることができる。

朝日新聞の書評が世論に与える影響力は誰もが知るところだが、
それを書店で配るブックカバーに刷ることで、
次の本への興味をいざなう仕組み。



デザインフィクション手法による、
ニュースを子どもに読ませたい母親がその日のニュースを
お弁当にして子どもに伝える架空のストーリー。

コーヒーカップにニュースを刷って、
コーヒーを飲む隙間時間にニュースを話題にする仕組み。
インスタ映えする飲み物にもニュースを施して拡散を狙う。



朝日新聞東京本社での展示とプレゼンテーション

っていただいた。
最初に、口頭発表向きの作品のプレゼンテーションを行なった。作品名と概要を記しておく。

「**Fashue**」
ニュースを読むことを通じてファッションイベントに参加できるプロジェクトの企画
「**mini news**」
SNSに15秒程度のニュースアニメーションを投稿して、ニュースへの興味を喚起する
「**Let's talk about ...**」
コーヒーカップなどカフェのアイテムにニュースをプリントし、隙間時間の話題を提供
「**コンプレックス広告**」
現在多くを占める薄毛や頻尿などの老人向け広告を、かつての華やかだったころの新聞広告のように作り直す
「**しんべん**」
息子にニュースを知ってほしい母親がニュースのお弁当をつくる架空のストーリー。タイトルは新聞弁当の略

発表後、展示作品を自由に観ていただき、学生からのプレゼンテーションだけではなく、質疑応答などのやりとりも活発に行なわれた。

社会実装── KANTAN NEWS

学外発表にご参加いただいた朝日新聞社の方々からの意見を集約した結果、実際にメディアとして制作してみようということになった。これは、最初からの目標でもあったのだが、発足当時このプロジェクトは2020年までの3年計画だったので、1年目から実装することはあまり考えていなかった。

いくつかの候補が挙がり、検討を重ねた結果、もっとも大学生世代（新聞の購読から一番遠いと考えられている世代）にリーチできるプランとして「mini news」が選ばれた。前述のとおり、「mini news」はSNSにショートアニメーション（課題作品時はGIFアニメ）を投稿して、ニュースを手短に流し見するシステムである。閲

実際に実装した「KANTAN NEWS」の画面

覧者が何気なくタイムラインをスクロールしている間にニュースに触れることができる。

演習時から実際にインスタグラムにニュースを投稿しており、そういった意味ではすでに実装済みの作品ではあったが、課題ではなく現実の朝日新聞社のニュースメディアとして実行するためには、いくつかのハードルがあった。

まずネーミングである。「mini news」は、ほかの新聞でコーナータイトルとして使われており、変更の必要があった。担当学生はいくつかの案を出し、タイトルアニメなども制作して検討。それをふたつに絞って朝日新聞社に提案し、「KANTAN NEWS」に決まった。次に尺(動画の長さ)についても検討された。学生と年齢の近いデザイン部スタッフの意見を参考に、インスタグラムのストーリーで採用されている15秒を基準にすることになった。内容は、学生目線で選んだ記事が良いとなったが、配信前のチェックを受ける仕組みを設けた。誤字脱字などを確認する校正はもちろん、内容によっては無駄な炎上を避ける意味合いもある。

朝日新聞デジタルに掲載された
「KANTAN NEWS」の記事。
紙の新聞にも掲載された。

授業風景

技術的なところでは動画フォーマットを、GIFアニメからMP3に変更した。複数のSNSに投稿するためである。

2018年12月からスタートし、メインの実行期間を19年2月〜3月とした。これは後期の課題制作の追い込みと重なる1月を避ける措置であるが、最終的には4月末まで更新を続けた。目標本数を20〜25本としたが、公開できたのは17本だった。それらは公式アカウントからツイッターとインスタグラムに投稿され、朝日新聞デジタルのページにまとめられた（https://www.asahi.com/special/kantannews/）。

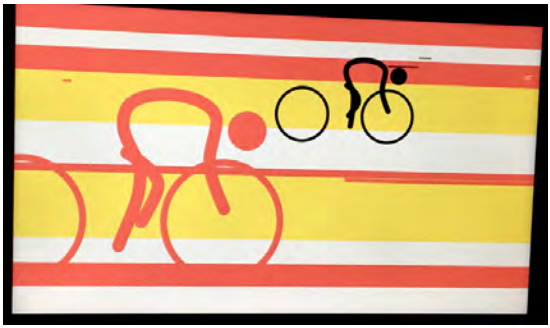
制作・公開にあたって、朝日新聞社と当該学生とで契約を結んで取り組んだが、教員がどこまで関与するのかが難しかった。意見を言うとディレクションのようになってしまうのではないかと言う恐れから極力指導することを避けたが、それがかえって学生の負担になってしまったのかも知れない。産学共同研究の難しいところだ。今後の課題としたい。

後期の活動——祝祭のデザイン

冒頭でも述べたが、本プロジェクトは、2020年の東京オリンピック・パラリンピック報道に取り組むことが目標のひとつとしてあった。それを展開するかたちで広報や関連プロジェクトの企画にまで対象を広げることになり、後期は「祝祭のデザイン」をテーマとした。しかし、2018年秋の時点ではまだオリンピックへの関心は薄かったので、誕生日など個人的な祝祭、お祭りやフェスティバルなど地域や同好の集団の祝祭、国家や世界レベルの祝祭の三つから考えることとし、国家レベルの祝祭として東京オリンピック・パラリンピックを指定した。

結果、オリ・パラを対象にした作品は4作品となった。記録として概要を記しておく。

- 三六合板に描いた3点のイラストに公式スポンサーのロゴマークを映像として投影する作品。イラストはスポーツウエアを着た少女で、大量のロゴマークが服の模様として写し



2020東京オリンピック・パラリンピックのトレーラー映像

スポーツ嫌いの人のためのウェブアプリケーション。
スマホやラップトップのカメラを使って、
ボールを打ち返す楽しさを知ってもらう

出される。コマーシャリズムに傾いたオリンピックへの批評とも取れる。

- オリンピックのトレーラー映像。シンプルなイラストによる日本紹介から始まり、ピクトグラムによる競技の動画（このときはまだ公式ピクトグラムは発表されていない）からエンブレムのモーショングラフィックへとシームレスに繋がっていく。
- キャスター付きスーツケースを利用した広告企画。旅行者が町で引っ張って歩くキャスター付スーツケースにオリンピック広告のシールを貼ってもらうキャンペーン。清涼飲料水の公式スポンサーとタイアップする。また、電車のデジタルサイネージなど移動体広告とも連動する。
- スポーツ嫌いの人にスポーツの楽しさを知ってもらうためのウェブアプリ。PCやタブレット、スマホのカメラを利用してユーザの動きを感知。ユーザは画面上のボールを打って遊ぶことができる。日常の道具で身体を動かす楽しみを提供する。

まとめ

3年計画でスタートしたプロジェクトの1年目ということもあって、枠組みを大きくしてスタートした。前期はそれが功を奏し、ニュースをテーマに「新聞」というメディアの考察まで行なうことができた。

ニューヨークタイムスの発行人であるアーサー・グレッグ・サルツバーガー氏は、朝日新聞のインタビューに答えて次のように述べている。

> 我々のような伝統的メディアは大きな変革のときを迎えています。重要なことは、いずれデジタルだけの報道機関になるときが来る、という事実を受け止めなければならないということです。すぐにそのときが来るのか、まだ先かと聞かれれば、まだ先だと思います。紙で新聞を読むために多くのお金を払っている熱心な読者が100万人いるのですから。ただ、ずっと

> そうだというわけではないのです。私たちはデジタル優先のメディアにならなければならないということを受け入れました。

そして、―― NYTはデジタル展開をする新聞社なのか、新聞も出すデジタルメディアなのか。どちらだと思いますか。――という質問にこう答えた。

> すでに後者になったのだと思います。我々の取り組んだ重要な成果はまずデジタルで発表され、追って新聞でも掲載されます。オンラインの音声番組であるポッドキャストやVR（仮想現実）、動きのあるグラフィックなどに力を入れていますが、これらは紙媒体では展開できません。
> （朝日新聞デジタル『民主主義と新聞、NYタイムズ発行人が語る「危険な力」』2018年10月12日07時46分配信）

このように新聞は古くて新しいメディアであり、フェイスブックやツイッターといったプラットフォームとの共存を強いられながらも、ジャーナリズムという根幹を揺るがしてはいない。新しいニュースメディアにチャレンジすることで、それを感じ続けた1年だったように思う。

本プロジェクトは2020年まで続ける予定だったが、さまざまな事情が重なり、1年で幕を閉じることになった。後期の「祝祭のデザイン」は、2020年まで研究が続けば活かすことができたテーマだっただけに、心残りはある。しかし、情報デザイン学科の「メディアデザイン」という領域のなかで、これまでの取り組みにはなかった「新聞」という大きな、そして伝統的なメディアを研究対象にできたことはこの上ない幸運であった。機会を提供していただいた朝日新聞社のみなさまに、深く感謝の意を捧げたい。

（永原康史）

社会デザイン

私たちは「社会」を人々の営み、
「デザイン」を何かと何かをより良いかたちでつなぐ行為と捉えて、
日常の身近なできごとから世界をとらえる大きな問題までを対象に、
「考え」「つくり」「伝える」デザインとして実践しています。

日常のデザイン「食」

授業協力　オイシックス・ラ・大地 株式会社
担当教員　宮崎光弘
参加学生　情報デザインコース社会デザインⅠ履修生
実施年度　2018年度前期

授業概要

情報デザインコース3年前期 社会デザインの演習授業では、2018年度から新たなプロジェクトをスタートさせた。タイトルは「日常のデザイン」。正しくは「日常と〇〇の関係をより良くする体験のデザイン」で、毎年〇〇の中に入れるテーマとなる言葉をひとつ選ぶ。2018年度は「食」を選び、「日常と『食』の関係をより良くする体験のデザイン」に取り組んだ。

「食」という漢字に「物」と「事」を足すと「食物」と「食事」になり、その範囲の広さに気づく。「食」について俯瞰的に捉えれば、世界中にはさまざまな問題があり、日本においても食料自給率、食料廃棄、農業問題など多くの問題が存在する。個人に目を向ければ孤食やエシカル消費など数多くの問題に直面する。それらはすべて我々の日常の「食」と無関係ではない。このプロジェクトでは、「日常」における「食」に着目し、それらが社会における「食」の問題とどうつながっているのかを調べ、その関係をより良くするために、デザインには何ができるのか？ という課題に取りんだ。

授業の流れ

1.「食」についての探索

自分自身の食生活を調べる。例えば、毎日何をいつ、どこで、だれと、どれくらいの量、何時間かけて食べているのか？ その成分は？ その原産国は？ どれくらいの食べものを残しているか？ どんな要素で食欲が喚起されるのか？ など、個人の「食」について自分自身で調査項目を設定し自身の記録を残してインフォグラフィックスとしてまとめる。

次に、その要素の中から興味を持った項目について、社会における「食」の諸問題と照らし合わせ、どんな関係があるのかを調べていく。自身の問題を出発点に環境や社会という視点で世界の食料事情などを調べていくと、それらが日常の「食」とつながっていることに気づく。その関係をデータとともに授業内でプレゼ

〔図1〕生産地でのフィールドワーク

ンテーションして全員がどんな問題を発見したのかを共有する。この時点で学生たちからいくつかの問題が浮かび上がった。

2. フィールドワーク

今回の演習授業では、オイシックス・ラ・大地株式会社のみなさまに協力いただいた。同社は「よい食を作る全国の生産者と家庭の食卓を繋ぎ、より多くの人が幸せな毎日を送れる食の未来をつくる」という理念のもと、食材の宅配サービスなどのビジネスを展開している。同社が契約する農業生産者と物流工場へ伺いフィールドワークを実施させていただいた。

茨城にある生産地では、学生たちは各自のリサーチから現場の方たちに質問をした。廃棄野菜の問題などについては、現場で話を聞いてみると、すでにできる限りの方策は取られていることを知り、逆にそのようなことが消費者に伝わっていないことが問題なのかもしれないと言う新たな気づきを得る〔図1〕。

農場に行くとフェラーリを手がけた奥山清行

〔図2〕フェラーリをデザインした
奥村清行氏デザインのトラクター

〔図3〕物流センターのフィールドワーク

氏がデザインしたトラクターがあった〔図2〕。ある学生が自分がイメージしていた農家とは全く違っていたと話していた。現場に行って初めて知ることは本当に多い。

海老名にある製造物流センターでは、食品物流の現場を見学。普段は見られない場所で、安心や安全への様々な工夫をしていることを知った。ここでも新たなデザインアイデアを得ることができた〔図3〕。

3. グループワークとHMW

これまでの個人のリサーチやフィールドワークでの気づきをもとに学生たちの興味の方向性を集約し、7つのグループに別れて最終課題に取り組むことにした。

グループワークでは、デザインシンキングのHMW（How Might We）の手法を用いて、それぞれのグループの課題を設定していく。How Might We（私たちは、どうしたら○○できだろう？）は、問題意識や着眼点を明確にする手法で、アイディア創出の種として機能する。良いアイディアを創出するには、ある程度の制限を加える事が有効で、How Might Weによってこの制限を与える。ただし、How Might Weは広すぎても狭すぎてもうまく機能しない。

ここで、学生たちのHMWとそれがどんな作品に結びついたかをいくつか紹介しよう。

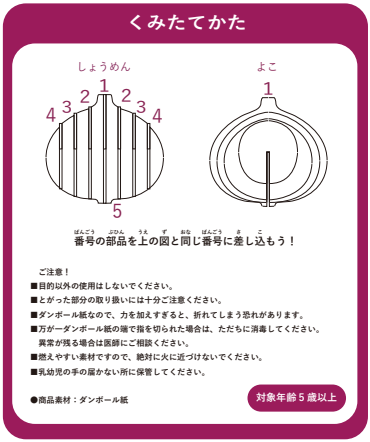
「どうしたら、捨てられるダンボールを活用できるだろう？」

この問いは物流工場の見学で多量なダンボール見たことからから生まれた。

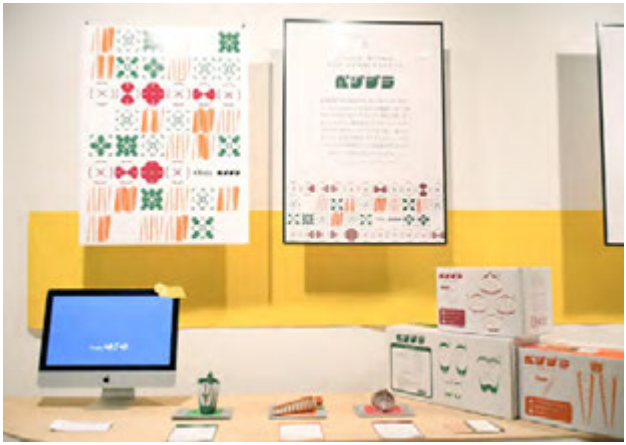
食品配達の際に毎回送られ捨てられてしまう段ボール。それらの段ボールを利用し消費者が「食」に触れることがより楽しくなるようなデザインアイデアとなった。最終的には「ベジプラ」〔図4〕というタイトルで、食品配達のダンボールについている切り取り線に沿ってパーツを切り離し組み立てることで「あなたの野菜」を作り上げるツールとして完成させた。

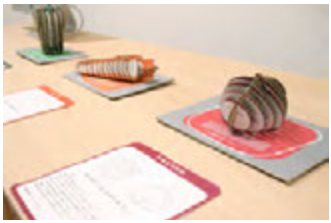
パーツにはその野菜についての知識が印字されていて、遊びながら知識を得ることができ

〔図4〕ベジプラ


くみたてかた
しょうめん
よこ
1
2
3
4
5
番号の部品を上の図と同じ番号に差し込もう！
ご注意！
■目的以外の使用はしないでください。
■とがった部分の取り扱いには十分ご注意ください。
■ダンボール紙なので、力を加えすぎると、折れてしまう恐れがあります。
■万が一ダンボール紙の端で指を切られた場合は、ただちに消毒してください。
異常が残る場合は医師にご相談ください。
■燃えやすい素材ですので、絶対に火に近づけないでください。
■乳幼児の手の届かない所に保管してください。
●商品素材：ダンボール紙
対象年齢５歳以上

くみたてかた
5
4
3
2
1
2
3
4
5
6
番号の部品を上の図と同じ番号に差し込もう！
ご注意！
■目的以外の使用はしないでください。
■とがった部分の取り扱いには十分ご注意ください。
■ダンボール紙なので、力を加えすぎると、折れてしまう恐れがあります。
■万が一ダンボール紙の端で指を切られた場合は、ただちに消毒してください。
異常が残る場合は医師にご相談ください。
■燃えやすい素材ですので、絶対に火に近づけないでください。
■乳幼児の手の届かない所に保管してください。
●商品素材：ダンボール紙
対象年齢５歳以上





〔図5〕食生活カード

る作品となった。

「どうしたら、人それぞれの食の違いを認め合うことができるのだろう？」

このHMWからは「食生活カード」〔図5〕が生まれた。彼女たちのメッセージは以下である。

私たちは、人それぞれにある食生活の違いを笑わずカジュアルに認め合うことのできる社会が理想だと考えました。そこで、さまざまな理由で食べられないものを抱えている人たちが、それを言い出しづらい状況に着目し、「食生活カード」を提案します。食べられないものを可視化することで任意の意思表示がスムーズになることはもちろん、カードの普及によって日頃から食の違いへの意識をしやすくなる環境が作れるのではないかと考えました。

「どうしたら、家庭での日々の食卓を豊かにできるだろう？」

グループのメンバーの日常からこのHMWは生まれ「食めくりカレンダー」〔図6〕という作品として完成した。

毎日が「食」にまつわる記念日だと言うことに着目し、淡々と偏りがちな日々の食卓にちょっとしたサプライズをもたらす。子どものいる家庭をターゲットにして、記念日「食」のカレンダーを制作した。

この食めくりカレンダーは、表面に記念日「食」の提示、裏面にその食にまつわるレシピ、袋とじの中には子どもと一緒に楽しめる豆知識が記載されている。親が食事を作り、親子で食事をし、食について学ぶことで食に対しての関心が高まる。日々の食卓が楽しく、ワクワクしたものになっていく様子を実際に子供のいる家庭で使ってもらい、映像にも納めた。

その他にも「どうしたら、食事をする人と生産者をつなげられるだろう？」という問いから食事をスマートフォンで撮影する行為を逆に利用した「おべんとうAR」という作品や、一人暮らしの食事を豊かにするためのスマートフォンを使ったゲームやアプリのデザインが生まれた。

〔図6〕食めくりカレンダー

〔図7〕オープンキャンパスでの公開講評会

〔図8〕オイシックス社での最終発表会

最終発表会

7月14日、15日に行われたオープンキャンパスでは学内で展示〔図7〕。すべてのグループがプレゼンテーション映像も制作して、それぞれの展示空間を作って臨んだ。14日には高校生を含め会場に入りきれないほどの聴講者がいるなか、各グループの発表を行った。

その後7月20日にオイシックス社において最終発表会を行った〔図8〕。同社の現役デザイナーを含む10名以上の社員の前でプレゼンテーションを行い、「もう少し深く内容を聞いてみたい」、「こんなサービスがあったら、利用者の方がワクワクすると思う」といった評価を受けるなど、大きな手応えを得ることができた。

まとめ

日常の観察や調査から始め、自分たちで課題を発見・設定し、それをHMWの問いとして、そこから導き出した体験のデザイン。今回は「食」というテーマで取り組んだが、人の意識を変え、行動を促す、この体験のデザインは、今後、様々な分野で活用できるだろう。学生たちにはここで学んだ経験を自身のデザインに活かしてもらえたらと思う。

最後になったが、今回のプロジェクトにご協力いただいた、オイシックス・ラ・大地株式会社のみなさまに感謝の意を表したい。

（宮崎光弘）

経験デザイン

多摩美術大学情報デザイン学科は
長年にわたってこの分野をリードしてきました。
私たちはユーザーや顧客について考え、共感し、デザインによって
豊かな経験を提供することが「経験デザイン」の本質と考え、
人々と共に新しい経験価値を探求すべく活動を続けています。

フリーペーパ「Bridge」のデザイン

産学共同研究　橋本商店街協同組合広報に関する研究
共同研究者　橋本商店街協同組合
担当教員　矢野英樹
参加学生　情報デザインコース「経験デザインII」矢野ゼミ履修生
実施年度　2016－19年度

三年次「ワークショップとインタラクションゼミ（矢野ゼミ）」では、2016年より3年に渡って「橋本商店街協同組合」のフリーペーパ「Bridge／橋本に暮らすひとの、いいとこ、いいこと通信」の制作に取り組んでいます。この共同研究の相手先は橋本商店街協同組合（昭和40年に相模原市で法人化した橋本駅周辺を中心にした商店などの組合）です。

フリーペーパでは、この商店街の店舗やサービス、あるいは組合が実施している七夕祭りなどのイベントなどで活躍している人を紹介しています。この取材から印刷原稿の制作までのデザインに関わる全ての過程を、学生が教員の指導を受けながら実施しています。取材先のアポイントの取り方はもちろん、質問の作り方、対話による内容の深め方トレーニング、インタビュー、写真撮影、文字起こし、記事の編集、紙面レイアウト、イラストや地図制作、印刷入稿データの作成までを行います。商店街組合は、主に取材先の紹介と毎号6000部程印刷しているフリーペーパを橋本駅周辺の店舗や図書館などの公共施設へ配布しています。各号の取材テーマは指導教員（矢野）と組合の関係者で相談して決めています。

Bridge Vol.1からVol.10まで

2019年4月までに、Vol.10までを発行し、このうちVol.2、Vol.4、Vol.6、Vol.8、Vol.10の偶数番号が、情報デザイン学科の産学共同研究の成果です。そのほかの奇数番号（Vol.1,3,5,7,9）は、本学の新聞部が商店街協同組合と一緒に制作を行なっています。これは、本学の情報デザイン学科の卒業生が、橋本商店街協同組合の広報担当理事になった時に、情報デザイン学科と新聞部にフリーペーパの制作を依頼した経緯があるためです。フリーペーパの発行のためには取材などの準備期間が必要なため、毎号交代で制作することにより通年の発行が可能になっています。

〔図1〕Bridge Vol.2

インタビューから最終デザインまで

このフリーペーパでは登場人物に焦点を当てた記事を中心にまとめており、インタビューがとても重要です。しかし、本番のインタビューは一度限りで、やり直すことができません。このため、事前に学生へ事例に合わせた質問の仕方や聞き手としての振る舞いを指導しています。インタビューでは、相手の話に耳を傾け、全体の流れをつかみながら大事なところについては深く話してもらえるようにトレーニングする必要があります。対話のコツと技術を理解し、本番で実践できるようにワークショップ形式でロールプレイを含んだ練習を繰り返し行っています。学生各自が「聴き上手」になるように上達することを目指しています。

これらのトレーニングは、指導教員の矢野が2003年から2014年まで上野毛校舎で非常勤講師として指導していた授業の「卒業生インタビュー」が基になっており、今までの15年間に断続的に試行錯誤しながら改善をしているものです。

また、デザイン研究としてこのようなインタビューと記事の編集を対象にするのは、現在ではデザイナーの仕事が多様になっており、対象物を作り上げることに加えて、対象の利害関係者の話を聴いて合意形成を促すことも仕事の中に含まれるからです。さらに、最近の雑誌記事では、取材にカメラマンが同行していないこともあり、取材者一人で写真から制作までをこなすことも珍しくありません。このことから、レイアウトなど、デザインの仕事だけを行なうのではなく、一人でマルチに活躍する時代が到来しつつあると考えるからです。

掲載記事のあらまし

Bridge Vol.2〔図1〕

真砂豆富店主の岡田敏平さんに豆腐の行商時代からのお店の成り立ちと店主としての考え方、ネイルサロンのM's nail店長の福島陽子さんにネイリストのこだわりと安全な材料につい

〔図2〕Bridge Vol.4

〔図3〕Bridge Vol.6

て、@AfTeR BEatギター講師の瀧澤克成さんの多芸多才ぶりとギターについて、鉄板焼志野オーナーの海老根耕一さんに料理のこだわりとお勧めのメニューについてお話を伺い、インタビュー記事四本を作成してデザインしました。

Bridge Vol.4〔図2〕

昭和27年から続いている橋本七夕まつりについて、実行委員長の江成藤吉郎さんと統括本部長の工藤元さんに、お祭りが一年を通じて準備されているというお話を伺い特集記事を作成しデザインしました。他に、AnotherBar店長の工藤満氏のバーテンダーの長い経験とこだわりについてお話を伺い記事を作成してデザインしました。

Bridge Vol.6〔図3〕

橋本駅周辺の店舗や事務所の店長や代表の方4名にそれぞれお話を伺い、駅前探検特集記事を作成しデザインしました。内容は、炭火やきとり福徳橋本本店店長の大貫真吾さんのレストランでの経歴やこだわりの焼き鳥について、NakajimaCycle代表の三浦茂雄さんから地域の自転車屋さんとしての考えと経歴のほかスポーツサイクルの社会的展望、そして、高瀬総合法律事務所代表高瀬芳明さんの相模原で開業するに至った考えや、さらにコスメティックおおぬきの大貫弘子さんのお店の歴史と美容知識についてです。

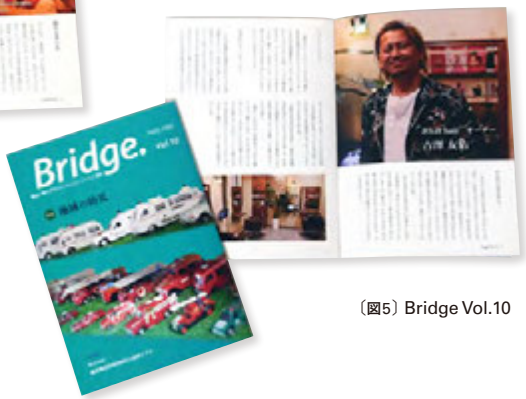
Bridge Vol.8〔図4〕

フリーペーパの発行時期の夏に合わせて、橋本七夕まつりで5ヶ所もあるステージについての特集記事を制作してデザインしました。実行委員会行事部長の前山善憲さんと次長の清水功次さんにお話を伺いました。他に創業94年の和菓子処やまもとの比留間栄一さんに経歴と季節のお菓子と地域名産の酒饅頭のお話を伺い記事を制作してデザインしました。

Bridge Vol.10〔図5〕

地域の防災特集記事として、相模原市北消防

〔図4〕Bridge Vol.8



〔図5〕Bridge Vol.10

署警備課本署消防司令補の小坂貴紀さんと相模原市緑区役所地域振興課主査の坂本学さんによる対策や避難訓練についてお話を伺いました。他に、JO-JIhair オーナーの吉澤友佑さんの経験やヘアーサロンのこだわりについてお話を伺いました。さらに、橋本商店街組合の情報提供を行っている橋本アプリについて、開発をしたグッドビー（株）企画営業部取締役部長の難波裕一さんと橋本商店街組合事務員の上田聡さんに特徴や狙いについてお話しを伺いました。以上の記事を制作してデザインしました。

10号までの発行を終えて

フリーペーパの制作を、学生に指導をしながら行なうのは技術の習得に差があって簡単にはいきません。例えば、締め切りが迫るなか、仕上がりが遅れたがために夜中にメールで届く学生の原稿を寝る間を削って目を通すことや、そのような状況で早めに学生に戻そうと赤ペンで原稿にチェックを入れて夜が明けたりで、意外と根気と体力が必要だったりもします。赤字の修正指示で原稿が真っ赤になることもよくあり、教員が構成も含めて全面的に書き直しているレベルの訂正もあります。このような状況で学生に直させるのはとても時間がかかるので、効率を求めるなら指導教員一人で制作した方が早いのですが、教育的には直すことを通じて成長するので、制作している背中を見せながら一緒に作り上げることが学びにつながると考えて根気強く指導をしています。社会で流通する様々なフリーペーパのデザインのひとつが、このような手間をかけて制作されていることに気がついてもらえれば嬉しい限りです。

（矢野英樹）

「サンガク2　情デの産学共同研究」
2019年3月31日　発行

著者
永原康史、宮崎光弘、矢野英樹（掲載順）

デザイン
松川祐子

編集・発行
多摩美術大学情報デザインコース研究室
http://www.idd.tamabi.ac.jp/design/

© 2019 Interaction Design Course, Information Design Department of Tama Art University
All rights reserved.

多摩美術大学