

報告

プロジェクト型教育

「CKK シンボルマークデザインプロジェクト」報告

“CKK symbol mark design project” report

P21-27

石崎 幸

Sachi Ishizaki

造形芸術学科

1.はじめに

九州産業大学造形短期大学部では、社会の中で実践的な教育を行う「KSUプロジェクト型教育」に積極的に取り組んでいる。本稿は、筆者が2019年よりデザイン業務に関わっているダンスカンパニー「CKK」の、プロジェクト型教育「CKKシンボルマークデザインプロジェクト」(2020年～)の実施報告を行うものである。

産) CKK + 福岡市科学館

学) 九州産業大学造形短期大学部 石崎研究室

2.背景

文部科学省が掲げる「学術研究体制の整備に係る論点」の中に、「(1) 大学における学術研究の多様性の確保」がある。『我が国の高等教育の将来像』(平成17年中央教育審議会答申)では、大学は、全体として1.世界的研究・教育拠点、2.高度専門職業人養成、3.幅広い職業人養成、4.総合的教養教育、5.特定の専門的分野(芸術、体育等)の教育・研究、6.地域の生涯学習機会の拠点、7.社会貢献機能(地域貢献、産学官連携、国際交流等)等の各種の機能を併有するが、各大学ごとの選択による比重の置き方が各機関の個性・特色の表れとなり機能別に分化していくことを提言している』(文部科学省公式サイトより)。というもので、本学は九州では唯一の芸術短大として「特定の専門的分野」である上に、社会貢献機能(地域貢献、産学官連携、国際交流等)等に力を入れた類稀なる教育機関として存在している。また、将来的に必要な取り組みの一つとして挙げられている、「領域の創成に向けた共同研究、隣接領域も含めた研究領域の将来構想の企画・立案・推進等」は、筆者が目指す研究や教育と一致することから、3年間継続してきたこのプロジェクトについて一旦まとめ、今後の研究材料とすることにした。

3.研究の目的

人によっては、何かの音楽を聴いたり何かの香りを嗅ぐと、記憶が蘇ってくることはよくあることで、それは広く一般に知られている感覚である。そのようなことは視覚についても起こる。人が「見る」というのは、あくまでも、脳が処理した後の「像」を認識して、それに対して「見る」と表現している。通常、人は「像」を機械に保存するようには記憶出来ない。脳内での記録は、自分自身の経験や記憶、想像、などを含めていて、それらも全て含めて「見る」ということをしていることになる。舞台芸術は、今その時の一瞬一瞬の演者の表現を、観客側も五感全てを使って「見る」。そして、今見たものは時間の経過と共に、観客それぞれの中での記憶へと変化していく。その記憶を鮮やかに思い起こさせたり、舞台当日までの時間をより楽しい時間にするのは、広報としてのペーパーアイテムであったり映像であったりする。ブランディングの手法によって舞台の記憶をより濃いものにし、その舞台の印象をグレードアップさせたり、価値を高めたりすることが可能なのである。

舞台芸術は、本質的には表現者と観客が同じ時間と空間を共有し、その場で作品の実体が生み出されていく中で、表現者が作品実体を提示していく場所が「舞台」とであると定義されている。舞台芸術ではよく「なまもの」といった表現がなされるが、その場に居合わせた者だけが体感出来る価値があるからであろう。そのような舞台芸術に、デザインの力でさらなる付加価値をつけようという目的でこのプロジェクトは始まった。

4.実施までの流れと体制

「CKKシンボルマークデザインプロジェクト」は、筆者の担当授業の中でも研究と教育の両方について貴重な機会であると位置付けている。地域や企業といった産官とコラボレーションして舞台芸術に係るものづくりに挑戦し、社会と芸術・デザインの関係性を肌で感じる事が出来るからである。プロジェクトメンバーの一員になった学生は、メンバー内での1年生と2年生の縦の繋がりも意識しつつ、先輩後輩の垣根を越えて意見し合いお互いに切磋琢磨しながら、グラフィックデザインのスキルを磨いていくことが出来る。

本学では毎年数多くの産学官連携のプロジェクトが行われていることは、先述した通りであるが、これらのプロジェクトの多くは、「学外アートプロジェクト」という授業として実施される。「学外アートプロジェクト」は必修科目として位置付けられていて、それぞれのプロジェクトを履修した学生は、一定の成果をあげることが出来れば、規定に則り評価され単位として認められる。実施までの流れは次の通りである。①例年5月上旬に「学外アートプロジェクト」の説明会を開催し、各教員が受け持っているプロジェクトの紹介と解説、メンバーに求める要素を含めプレゼンテーションを行う。②学生はそれぞれの興味とスキルに照らし合わせた上で希望するプロジェクトにエントリーすることが出来る。③その後、担当教員は、人数の調整や場合によっては面談を行い、可能な限りそれぞれの学生の興味に合わせてプロジェクトメンバーを決定する。④そしてその後は、プロジェクト実施期間に合わせて招集され、詳細が伝達され実施スタートとなる。

「CKKシンボルマークデザインプロジェクト」は1年生3名、2年生3名の合計6名体制をベースに毎回のチーム作りを行っている。

5.研究について

5-1.研究方法と環境、プロジェクトの流れ

企業のイメージデザインについては、企業理念を含むCI(コーポレートアイデンティティ)と企業の実状に合わせてグラフィックデザインをメインに展開していくVI(ビジュアルアイデンティティ)があるが、舞台芸術のイメージデザインについても、基本的には企業イメージデザインと同様の考え方で制作を進めた。プロジェクトの簡単な流れは以下の通りである。

[プロジェクトの流れ]

- 01-顔合わせ, ガイダンス
- 02-情報収集, 整理
- 03-計画
- 04-サムネイル, ラフスケッチなど
- 05-チーム内プレゼン
- 06-データ化
- 07-意見交換
- 08-修正
- 09-プレゼンテーション
- 10-調整
- 11-完成
- 12-振り返り
- 13-プロジェクト完了

このステップのなかで、もっとも大切なのは「情報収集、整理」である。打ち出したいコンセプトを明確に出来るかどうか、第三者に伝わるかどうかが大きく影響する問題になってくる為、クライアントからのヒアリングや相互に質疑を繰り返し、お互いの意思疎通にしっかり時間をかける必要がある。

コロナ禍まった直中にスタートした本プロジェクトは、まさに、遠隔と対面でのプロジェクト実施が可能であることを示すことが出来た例であるが、Zoomを使用したミーティングなどの遠隔でも充分可能である面と、そうではなく対面でないと難しい面、その両方の必要性を再確認したことも確かであり、今後も（コロナ禍とは関係なく）オンラインと対面を上手く組み合わせた良いところ取りのハイブリッド形式で実施していくことが考えられる。従って、プロジェクトメンバーはインターネット環境が充分な中、Google クラウドルームやLINEを活用して作業を進められることが求められる。

5-2. プロジェクトの実施

舞台のシンボルマークを中心としたデザイン制作は、2020年以降継続している。

採用されたシンボルマークは以下の通りである。

[採用されたシンボルマーク]

- ・2020年「CKK Dance Performance 2020」“ハジマリ”（図01）
- ・2021年「CKK Dance Performance 2021」“4Boxes”-蘇る記憶と思考は次へと繋がる-（図02）
- ・2022年「CKK Dance Performance in Winter 2022」“Resonance”（図03）



図01 「ハジマリ」

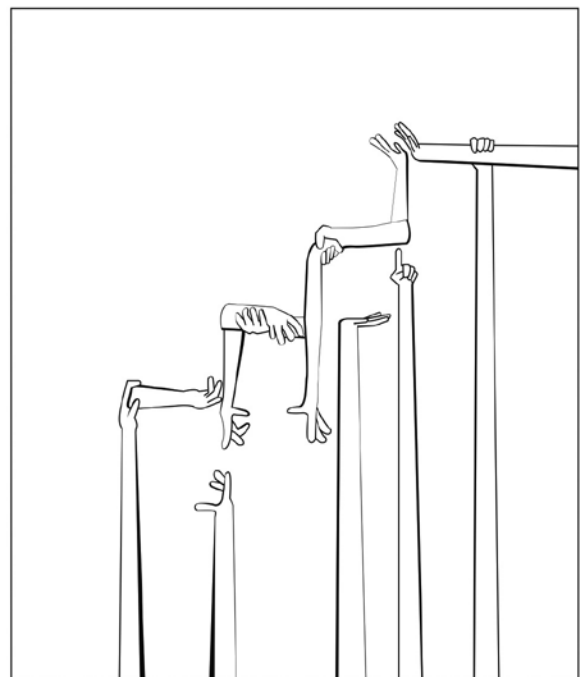


図02 「4Boxes」

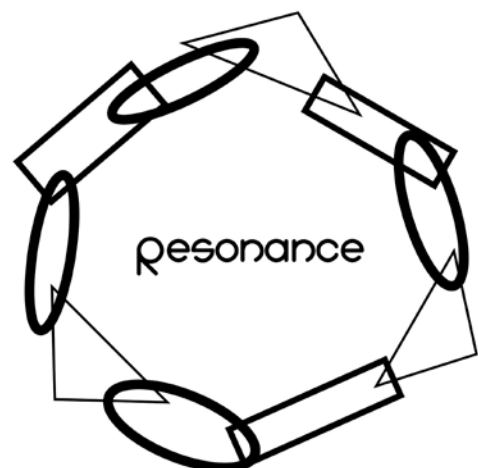


図03 「Resonance」

[デザイン制作の様子]

・2020年「CKK Dance Performance 2020」“ハジマリ”(図04-図12)



図04 印刷



図05 定着



図06 印刷後



図07 タグ作成



図08 梱包



図09 グッズの完成

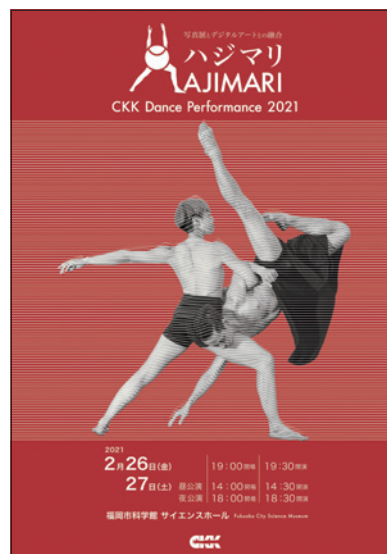


図10 フライヤー(表)



図11 フライヤー(裏)



図12

・2021年「CKK Dance Performance 2021」“4Boxes”-蘇
る記憶と思考は次へと繋がる- (図13-図17)



図13 Zoom ミーティング



図14 グッズ製作の様子



図15 ハンカチ印刷



図16 バッジ



図17 エコバッグ

・2022年「CKK Dance Performance 2022」“4Boxes
Plus” (図18-図21)



図18 意見交換



図19 ダンサーの足の形について説明いただいている様子



図20 モックアップ画像



図21 販売会場でのサンプル品

プロジェクトが決定すると、CKKの公演やリハーサルを見学することから始める。すると、プロダンサーのよく鍛錬された身体で表現される人間離れした動きに、メンバーの全員が驚き感動する。総合芸術といわれるバレエをベースとしてクリエイティブされる、コンテンポラリーな舞台の美しさに圧倒されながらも、大きな枠組みでは同じ芸術に携わる学生らの創作意欲に火がつくようだ。その後、公演のテーマや趣旨など詳しい話を聞くことが出来る場を設け、その公演のシンボルとなるキーワードやビジュアルを探っていく。

デザインは良くも悪くも、対象とされるものの第一印象を左右する。その上、一度受けた印象は、簡単に拭えるものではなく、後々まで影響を及ぼすので、基本となるベーシックデザインがクライアントのパーソナリティに合致しているかを検証する必要がある。その後、それに沿って、ビジュアルイメージ、フォントデザイン、カラーなどを考察する。ラフができた段階で、クライアント側とデザイナー側に齟齬が無いか、イメージが伝わるかを検討する。それらの作業を繰り返し、学生は「オーダー→デザイン制作→販売」までの一連の流れの中で「デザインする」ことに対しより深く考えるようになる。

5-3. 研究の成果

2020年度から始まった「CKKプロジェクト」では、CKKスタートの時点より参画し、プロジェクトのロゴタイプ、ロゴマーク、フライヤー、プログラム、チケット、グッズ展開（Tシャツ、巾着袋）など、CKK創設のVIの役割を果たした。2020年度、2021年度はコロナ禍により、かなり制限された中での活動となったが、2022年度は過去2年間の経験を活かし、対面、遠隔のハイブリッドな実施形態にもより慣れ、スムーズにプロジェクトの進行をすることが出来た。

VIにより、CKKのイメージが定着することは、観客などの消費者に安心感をもたらす。また、VIが影響を及ぼすのは、対外的なイメージだけにはとどまらない。CKK内の活性化にも有効な施策となる。シンボルマークが入ったユニフォームなど、同じシンボルやデザインを共有することで、チームに一体感が生まれ、帰属意識を高める効果が期待できる。コンセプトが込められたロゴやシンボルを見るたびに、理念等を再確認する機会にもなる。

また、2022年度は学園として初めて取り組んだ「KSU VISION DAY」で、このプロジェクトを発表する機会が与えられ、学生やCKKの活動を報告・アピールすることが出来た。多数の観覧者から好意的に受け入れられ多くの感想を得ることが出来たことは、筆者も含め、関わった学生諸君のモチベーション向上に繋がった。（図22, 23, 24）



図22 展示ブース



図23 説明パネル

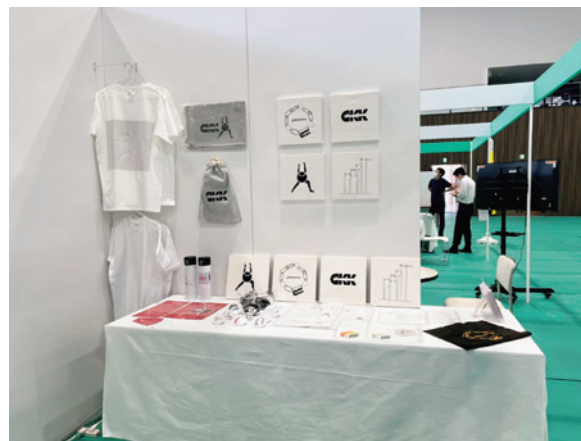


図24 シンボルマークやグッズの紹介

6. 今後の課題とまとめ

「デザイン」は「アート」とは違い、目的を達成するための手段である。特定の専門的分野を学ぶために入学してきた学生たちには、せめてこのことを理解して欲しいと常々思っている。ただ、そうは言っても「デザイン」も「アート」もどちらもクリエイトすることであるし、本校は「デザイン」も「アート」も学ぶことが出来る一学科制の芸術短大であることもあって、学生達にとっては混同しやすい問題であるといえる。普段、担当する授業でも「デザイン」と「アート」の違いについてはよく触れるが、このようなプロジェクト型教育の中での学びの方が数倍理解度が深まるし、教育的有効性を充分感じている。問題は時間的に少々無理があるところだ。プロジェクト型教育を「学外アートプロジェクト」とする場合、通常授業と同様時間数で100分×14回分の1,400分を満たしつつ、プロジェクトを完結させるスケジューリングが必要になってくる。学生のデザイン物を販売に至らせるまでには、1,400分では時間が足りず、かなりの時間を追加している現状がある。このあたりのマネージメントをどうするか、今後の重要な課題と考えている。

舞台芸術に、デザイン力でさらなる付加価値をつけようという目的は部分的には果たしつつあるが、今後求められるであろうより効果の高い芸術表現の活用方法の確立を目指し、今後もデザイン教育と研究を継続していきたい。