

Practical Report of Regional Collaboration Project
in Design Education 3 : A Case Study of The
Poster project of "Youth and Tea" in Fujinokuni
Tea Museum

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2022-03-15 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 伊藤, 文彦 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00028711

教育実践報告

デザイン教育における地域連携プロジェクトの実践と考察3

-ふじのくに茶の都ミュージアム『若者とお茶』ポスタープロジェクトを事例として-

伊藤文彦

(静岡大学教育学部)

Practical Report of Regional Collaboration Project in Design Education 3

- A Case Study of The Poster project of "Youth and Tea" in Fujinokuni Tea Museum -

Fumihiko ITO

要旨

近年ますます大学と地域が連携するプロジェクトは増加傾向にあるが、美術教育においても、とりわけデザイン分野は社会的ニーズと密接な関係があり、その傾向は顕著である。

本報告では、デジタル社会となった今日においてもなお、デザイン教育における主要な題材の一つである「ポスター制作」を通して、それらが地域課題の解決につながる媒体となるためのあり方について、先行事例の成果を踏まえながら考察した。本プロジェクトの結果、デザインプロセス研究からの「ポスター制作」の有効性については、1. 自由な創作のために「デザインプロセスの多様性」を保障。2. デザイン実践力の向上のために「デザイン成果のプレゼンテーションとその振り返り」の実施。3. インパクトのある作品制作とプレゼンテーションのために「驚きと共感から感動を生み出す」視点などの重要なポイントが見出された。

キーワード：デザインプロセス 地域連携 ポスター プレゼンテーション

1 地域連携プロジェクトの背景

本報告は、大学と地域の連携プロジェクトについて、「ポスター制作」を通じて、その効果と可能性を明らかにしながら、教育・研究的意義について考察するものである。

事例となったものは、ふじのくに茶の都ミュージアム主催、静岡大学教育学部・地域創造学環伊藤デザイン研究室協力、株式会社静鉄アド・パートナーズ企画実施の体制で行われた「若者とお茶」ポスタープロジェクトである。

本プロジェクトは、2021年度ふじのくに茶の都ミュージアムが主催する講座の一つであり、「時代とともに、『お茶』に対する価値観やイメージが変化している中、これからの未来を担う若者は、お茶に対してどんな価値観、イメージを持っているのか」をテーマとして企画されたものである。

こうした地域連携プロジェクトは、これまでも静岡大学のデザイン研究室には、ポスター、ロゴマーク、ラッピング、プロダクト、建築など様々なデザイン依頼が続いている。中でも「ポスター制作」は専門教育に限らず、普通教育のデザイン教育題材としても古くから取り上げられてきているものである。近年に依頼を受けてきたポスタープロジェクトを列挙すると、

・焼津市「焼津さかなセンター『笑顔でつなぐポスター展』、2014年7月。¹⁾

・清水市「清水グルメ通り逸品メニュー選手権応援ポ

スタープロジェクト」2014年10月。¹⁾

・焼津市「焼津市55選『笑顔でつなぐポスター展』、2015年7月。²⁾

・静岡市「JR静岡駅『お茶のまち静岡市シティプロモーションポスタープロジェクト』2019年4月。³⁾

以上のように、各自治体の商業施設や観光、産業のイメージアップ事業に関するものがほとんどであり、地域の現状を伝え、それらをPRすることによって地域を活性化させるために、「ポスター」という媒体が活用されるケースが多いことがわかる。

こうしたプロジェクト自体の教育的効果については、過去の報告においても一定の評価が得られていることから、今回も本ポスタープロジェクトへの協力要請に、学生たちとも参加の諾否を協議することになった。

今日においては、地域におけるフィールドワークやデザイン思考をベースにおいたグループワークなど、自らが積極的に参加し協力し合いながら、能動的に知識を獲得するような実際の現場に即した問題発見と解決能力の養成が必要となってきた。

こうした中であっては、今回の事例が、地域連携プロジェクトを今後の授業に組み込む際の問題点や可能性についてのノウハウを蓄積していくものとなりうる。さらには、社会的ニーズとの密接な関わりを持つデザイン分野の知見として、実際の現場で通用するデザインの手法が獲得できること。そして将来的には、デザイン教育における新たな遂行性の高い知識の獲得

といった多くのメリットをあげられることから、本プロジェクトへの参画を正式に了承することになった。

2 プロジェクトの概要

企画実施者となる株式会社アド・パートナーズよりプロジェクトの概要説明は、以下の通りであった。⁵⁾

プロジェクト名等

□プロジェクト名：「ふじのくに茶の都ミュージアム『若者とお茶』ポスタープロジェクト」

□公開場所：島田市(ふじのくに茶の都ミュージアム)

・開館／2018年

・所在地／島田市金谷富士見町 3053-2

・施設構成／3階建て博物館

・来場者層／中高年層、観光客、ファミリー

□プロジェクト期間：2020年11月～2021年3月(展示期間：2月～3月)

主催：ふじのくに茶の都ミュージアム

協力：静岡大学教育学部伊藤デザイン研究室

企画実施：株式会社静岡アド・パートナーズ

開催主旨

ふじのくに茶の都ミュージアムは、「お茶の産業・歴史・文化を紹介する展示のほか、茶摘み・手もみ体験や、五感で感じる講座を充実させ、子どもから大人まで楽しくお茶について学べる機会を提供します。さらに、国内外の茶業関係者やお茶愛好者を対象に研修会等を開催し、情報集積・発信を行っている。(ミュージアムHP⁴⁾より)」施設である。

今回は、お茶に関する教室・体験講座の一環として「若者がイメージするお茶とは～ポスターデザインに見るお茶のイメージ考察～」について、若者たちのお茶イメージを知るとともに、新たなお茶イメージアップ戦略のヒントとすることが狙いである。

企画趣旨

＜「お茶」は日本人の暮らしに欠かせないものであり、静岡県の代表的な農産物です。またお茶は単なる農産物ではなく、文化的にも深い関わりのある大切な資源です。時代とともに「お茶」に対する価値観、イメージも変化している中、これからの未来を担う若い人は、お茶に対してどんな価値観、イメージを持っているのか？今回、未来を担う若者を対象に、様々な角度から自由に「お茶」に対峙していただき、若者が持つ、お茶に対する価値観、イメージを探っていきます。我々日本人の生活に欠かせない、愛される「お茶」で有り続ける為のヒントを探っていきたいと考えます。＞

(＜＞内は主催者の原文のまま)

企画概要

□企画目的

＜今の若者のお茶に対するイメージを探り、今後、お茶がもっと親しまれ飲まれるためにはどのようなイメージ訴求及び要素が必要か……そのヒントを探る。＞

(＜＞内は企画実施者の原文のまま)

□テーマ：「思わずお茶が飲みたくなるポスターデザイン」の作成。

＜学生の皆さんに学生の視点で「思わずお茶が飲みたくなる」をテーマに自由な発想でポスターデザインを考えていただきます。＞

・後日、ポスターデザインをミュージアム関係者に対してプレゼンしていただきます。

・制作していただいたポスターは、ミュージアムにて展示する予定です。＞

(＜＞内は企画実施者の原文のまま)

□制作規定

・ポスターデザインとキャッチコピーの企画制作。

・写真、イラストどちらでも可。

・サイズ：B2サイズ(728mm × 515mm):150dpi

・制作後、茶の都ミュージアムにて展示予定。

・「ふじのくに茶の都ミュージアム」ロゴマークの掲載。

□参考とするポスター事例

「焼津さかなセンター 笑顔でつなぐポスター」展

□スケジュール

2020年11/2～11/30 参加学生募集

12/8 オリエンテーション

12/2～1/20 制作

2021年 1/21 データ納品・確認

1/22～1/29 修正・手直し

2/1～2/19 データ確認・出力

2/21 完成お披露目 プレゼンテーション

2/22～3/31 ミュージアムに展示

オリエンテーション

2020年12月8日、株式会社アド・パートナーズの関係者より Zoom による学生たちへのオリエンテーションが行われた。

参考ポスターの制作と説明は、同社に勤務する本学部の卒業生A氏によるもので、以下のような参考ポスターとそのコンセプトが紹介された。今回の企画が、「現代の若者たちの考えるお茶に対するイメージを、本音で自由に表現してもらいたい」ものであることが強調され、従来のお茶に対する一般的なイメージからの脱却も求められた。

□「人もお茶も十人十色」

＜コンセプト：お茶の色というと緑や茶色をイメージしがちだが、実際は青やピンクなどバリエーション豊かで魅力的である事に着目した。カラーバリエーションの豊かさを、飲料とファッションという異なるジャ

ソールの組み合わせで表現することにより、より強く印象に持ってもらえるよう意図した。>⁶⁾



図1 参考ポスター



写真1 Zoomによるオリエンテーションと質疑応答

プロジェクトのメンバー等構成

本プロジェクトは、ふじのくに茶の都ミュージアムから、教育学部美術教育系列及び地域創造学環アート&マネジメントコースの伊藤デザイン研究室に特に協力依頼があったものである。事前の打ち合わせにより、10～15名規模の学生の参加が必要とされることから、デザインを専攻する学生を中心に選出を行った。その結果、大学院生1名、4年生1名、3年生12名計14名の参加者を募ることができた。このうち3年生12名は、地域創造学環で開講されている「デザイン実践研究Ⅲ・3年次・前期」を全員が受講しており、産学連携プロジェクトを含んだ授業科目としての効果や意義について検討できる絶好の機会となった。

ポスターの数については6～10種類程度を依頼されたため、前述した過去の産学連携プロジェクトの実績を踏まえ、チームでの活動を採用することにした。これは、実社会で行われるデザインワークと同様に、チームでデザインワークを担当する方が、より現実の仕事に即した実践的な能力が身につけられると同時に、

作品レベルの向上も期待されるためである。ただし、14名の学生で6～10種類のポスター作成を行うことになったため、個人で担当するものと、2名1組で担当するものを混在させることになり、結果として個人が6名、2名1組が4チームといった編成とし、総計で10種類のポスターを制作することになった。

デザインワーク開始

2020年12月9日より、オリエンテーションを終えた各個人・チームは、それぞれのスケジュールを組み立て、デザインワークに入った。

デザインワークに関する条件等のディレクションについては、これまでのポスタープロジェクトでも基本的に同様であるが、教員側からあまり限定せず、学生たちの自由な発想による展開に任せた。関連する先行事例である「焼津さかなセンター」「お茶のまち静岡市」などのポスタープロジェクトの内容が、本学のデザイン研究室が発行している冊子「デザイン・アトリエ Vol12. Vol17」でも詳しく参照することが出来るため、それを参考にすることのみを伝えた。

先のオリエンテーションでも示されたが、今回のポスター展の目的は、商品の販売促進ではなく、「お茶」に関する若い世代の意識調査、そこから派生する話題性の創出、さらにはファンや新規顧客の開拓につなげていくなどである。これまでのデザイン実践研究Ⅲなどで実施したポスター課題などと同様に、学生らしい独自の発想に基づいたインパクトのあるものであることを前提条件とした。

デザインワークは各個人・チームごとにそれぞれの進め方で始められ、構想段階のものや第1次のデザイン案ができたものを含めて、随時、デザイン担当教員とのディスカッションの時間を設けた。

今回のポスターデザインのプロセス対応で注意した点は、なるべく「多様なデザインプロセス」を認めていくことであった。この点については、以前のポスタープロジェクト（例えば、焼津さかなセンターの事例の場合）が多数の店舗に対して、一定の水準達成を狙うために、ある程度共通したデザインプロセスを経るものであったこととは異なった観点である。

この理由は、今回のように「若者とお茶」をテーマに多様なコンセプトや表現が求められるようなケースでは、デザインプロセスそのものにある程度の幅を持たせることが有効であると考えたためである。

例えばデザインプロセスのスタートの仕方にも、1. コンセプトやテーマといった抽象概念からスタートするパターン。2. 具体的なビジュアルイメージからコンセプトを導き出すパターンなどの違いがある。

また、デザインプロセスの進行のさせ方についても、1. アブダクション（当て推量）された思いつきの1案に固執し続けるパターン。2. 数多くのバリエーション

に富んだ複数案をその有効性やインパクトに基づいて徐々に絞っていくパターン。3. 複数のアイデアの拡散と収斂を繰り返しながらゴールを目指すパターン。さらにこれらを複合的に活用するパターンなど、さまざまなプロセス進行方法が考えられる。このように最終的には1枚のポスターに収斂させるプロジェクトではあるが、それを進行させるプロセスは多様である。そして、そうした「デザインプロセスの多様性」それ自体を保障することで、よりダイナミックでオリジナリティが発揮された作品が生まれることが、経験的にも、これまでの事例研究からも想定できるからである。

随時行われた教員との検討会では、デザインプロセスの評価やそこから生まれたインスピレーション、アイデアの確認が行われた。そしてそこから再びデザインワークを展開するといったフィードバックプロセスが、各個人・チームとも何度も繰り返された。

デザイン案中間評価会

2021年1月12日・13日、各個人・チームが作成した第1次ポスターデザイン案について、研究室内で中間評価会が開催された。

評価会は、各チームの発表後に、コンセプト、表現方法の独自性などの相互評価を行いながら、次のステップにつなげるための活動を目的とした。

特にこのステップでは、ポスター評価における「驚き×共感=感動のプロセス」について共通理解を深めた。このプロセスについては、デザイン研究者の松岡由幸が、「人の心を動かすデザインのあり方は「感動」がその鍵を握っている⁷⁾と指摘した。初めて知る「驚き」と常識として納得できる「共感」といった、ある意味二律背反する関係のわずかな共通部分に、人の心が動く「感動」がある。これからのデザインは、そこをいかに見つけ出し、具現化していくかがポイントとなることを彼は述べた。このプロセスをより具体的に示すと次のようになるだろう。

人はまず、初めて遭遇した場面に對し、“それは、おそらくこういうもので、こうなるだろう”といった“暗黙のシナリオ”を描く。そしてその結果が予想通りであれば納得する。ところがそれが突然、予想とは違った状況に急転した場合に、人は「驚き」を感じるようになる。さらに、その予想と不一致を起こした原因が、以前からもっていた常識に照らして解消できた段階で「笑い」が起こる。いわば、認識のズレとその解消によってユーモアを理解することになるというわけである。ここに示されたプロセスの中の、「笑い」の段階を「感動」につなげる段階とみることは十分可能であろう。そして最終的な結果として、そのプロセスからより深い意味や価値を汲み取ることが出来た場合に、人は新たな「洞察」や真の「感動」に至るプロセスを経

験できると言えるのである。⁸⁾

このように考えてみると、「驚き×共感=感動のプロセス」のしくみは、「笑い」と同じくらい人間が日常的に抱く心的な作用であり、モノやコトやコミュニティや社会との人間的で豊かな関わり合いにおいて、欠くことのできないプロセスといえるだろう。

今回のようなポスタープロジェクトにおいては、まさにこうした視点が最も重要であることを指摘し、次のステップではその面からブラッシュアップして最終成果を導いていくことが全員に共有された。

ポスターデザインの完成とプレゼンテーション資料の作成

各チームは、ポスターデザインの構成要素である、コピー、イラスト、写真、画面構成、配色計画などについて複数回のデザイン修正を経て最終デザイン案を完成させ、同時にプレゼンテーション用の言語表現（説明）についてのまとめも進めた。

制作プロセスにおいては、各チームで様々な取り組みがなされた。インパクトのある写真をメインに使用するチームは、百数十カットにも及ぶ写真撮影を繰り返した。イラストをメインに使用するチームは、ベースとなるイラストに様々なバリエーションを加えて検討を重ねたり、ラフなイラストの精度を繰り返してリファインしたりしながら完成度を高めていくような違いが見られた。キャッチコピーに関しては、最初にコピーを決定して進めるチームやビジュアルに合わせてコピーを最終段階に修正するなどの違いがあった。作業面では、プロジェクターで投影しながら検討するチームや実物大に試し刷りをしながら色と形のバランスを修正していくなど様々な工夫が見られた。

以上のように、チームごとの「デザインプロセスの多様性」は十分に発揮された展開となった。(本稿では実際の制作プロセスの報告については割愛する。)

なお、ミュージアムでのプレゼンテーションは、「奨励賞」授与などのコンテストを含む方式に変更された。そのため、審査の公平性を保てるよう、予め指定された共通フォーマット(1氏名、2提案ポスター画像、3画像+コンセプト+詳細説明の3枚のパネル)を用いたプレゼンテーションを行うことになった。

ポスターデザインの成果⁹⁾

A~Jまでの10チームによるポスターデザイン案は、下図のように完成された。それぞれの作品タイトルとテーマ、コンセプトは以下の通りである。

A「たった一杯、効果いっぱい。」

テーマ:「お茶の多様な効果」

くお茶にはカテキンをはじめとする体に良い様々な成分が含まれているために、多様な効果があることを広

める目的で制作しました。

たった一杯飲むだけでも病気の予防から美容まで、幅広い効果が得られることを、シャンパンタワーならぬお茶タワーによって表現しています。>

B 「いっぷくするが勝ち」

テーマ：「お茶のリラックス効果」

<童話「うさぎとかめ」で、競争している二匹がお茶畑の中でホッと一息ついている姿を描くことで、一旦競争をやめてリラックスすることの大切さを表現しています。お茶が持っているリラックス効果が競争社会の緩衝材になるというメッセージを込めています。お茶畑と富士山で静岡県らしさを表しました。>

C 「もういいかい？まあだだよ」

テーマ：「正しいお茶の淹れ方」

<多忙を極める現代人の中では、ゆっくりと正しくお茶を淹れる機会がなかなかないのではないかという点に着目して制作した。

お茶を早く飲みたくて待ちきれないシーンをかくれんぼに見立てつつ、正しいお茶の淹れ方をピクトグラムで解説する構成とし、実用的な情報も得ることができるポスターに仕上げた。>

D 「あったかい が あった。」

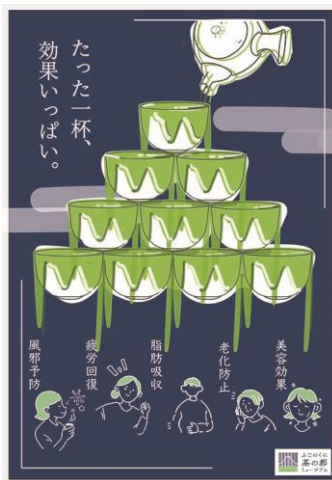
テーマ：「お茶の温もりと安心感」

<日本人が慣れ親しんだお茶だからこそもっている、温もりや安心感に着目した。実家を出て初めての一人暮らしをする若者だからこそ、家族の暖かさを求めていると考え、実家の情景が思い浮かぶようなポスターに仕上げた。「(家族に) 会った甲斐があった」と「暖かかった」をかけたキャッチコピーと写真によってお茶の温もりを強く印象付けられるよう意図した。>

E 「コロナ禍版 三種の神器」

テーマ：「コロナ対策としてのお茶」

<お茶に含まれるカテキンは新型コロナウイルスを不活性化させる効果がある」という点にという点から、



A 「たった一杯、効果いっぱい。」



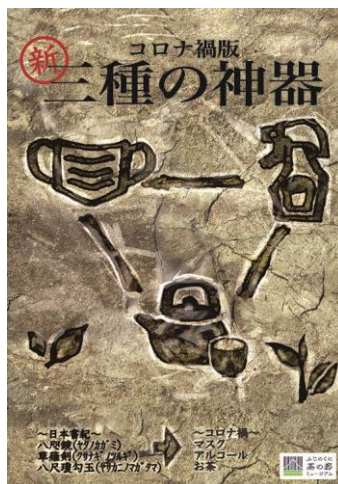
B 「いっぷくするが勝ち」



C 「もういいかい？まあだだよ」



D 「あったかい が あった。」



E 「コロナ禍版 三種の神器」



F 「お茶で、終止符を打て。」

従来のコロナ対策アイテムの定番であるマスク、アルコールとお茶の三つを合わせて新三種の神器とした。石版を模すことにより、これらの概念が、この先何年にも渡って受け継がれ、定着してほしいという想いを込めた。>

F「お茶で、終止符を打て。」

テーマ：「コロナ対策としてのお茶」

<「お茶に含まれるカテキンは新型コロナウイルスを不活性化させる効果がある」という点に着目してポスターを考えた。画面構成は、カテキンを兵士に例えてコロナウイルスを撃っている直喩表現にした。キャッチコピーも「撃つ」と「打つ」にかけてこの状況をお茶によって打開しようという想いを込めている。>

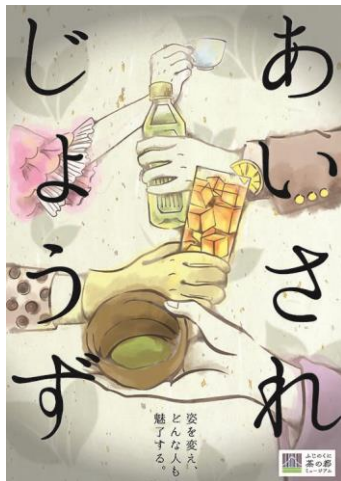
G「お茶しか勝たん」

テーマ：「若者はお茶をたくさん飲んでいる」

<近年、お茶の若者離れということが騒がれている。しかし、20代・30代もお茶を常に飲んでおり、「お茶が一番好き」ということをSNSで流行している若者ことば用いて「お茶しか勝たん」と表現した。ビジュアル



G「お茶しか勝たん」



H「あいされじょうず」

には緑色の若い女性の顔を大きく配置し、ポスターとして目を引くようなインパクトを意図した。>

H「あいされじょうず」

テーマ：「様々な人に愛されるお茶」

<世界には多くの種類のお茶があるが、そのもとは1つのお茶の葉である。どの時代、どんな人にも愛されてきたのは、彼らに合わせてその姿を様々に変えてきたからだ。それはまさに、「あいされじょうず」だったのである。様々な人を表す服を着た手に、それぞれに合った種類の茶を持たせることで、姿を変えて愛されている様子象徴的に表した。また、もとは一つの茶葉ということの背景の葉が暗示している。>

I「cha-nge of the mind」

テーマ：「お茶で切り替える」

<お茶を飲んで「ほっ」と和んだり「よし」と気合を入れたり…お茶は「気持ちを切り替えることができる」ということを再認識してもらいたい。「気分転換」や「気持ちを切り替える」という意味がある「change of the mind.」の中には「茶(cha)」があり、お茶のポスターに相応しいと思い採用した。明るく晴れやかな印象を与える写真を用いることで、暗い気持ちでも前向きになれるようなデザインを目指した。>

J「お茶に流してあげよ。」

テーマ：「お茶の癒し効果」

<コロナ禍で、不安やストレスを抱えている人は多い。自粛によって家族との喧嘩が増えたり、友人との価値観の違いにいらだちを覚えることが増えたという調査がある。この、喧嘩や不安、ストレスというキーワードに注目した。「水に流す」という言葉があるが、水では流せないような不安やいらだちも、お茶の癒し効果で癒すことができるのではないかと提案。>



I「cha-nge of the mind」



J「お茶に流してあげよ。」

プレゼンテーション

2021年2月21日 13:00~15:00 ふじのくに茶の都ミュージアムにおいて、プレゼンテーションが行われた。プレゼンテーションに先立ち、同ミュージアムの白井満副館長より、今回の講座の趣旨説明があった。

学生たちは1チーム約3分間の持ち時間の中で、ポスターデザインにおけるテーマ設定、コンセプト作り、デザインプロセスおよび生み出された成果のPR(価値づけ)および今後の改善点(反省点)などをプレゼンテーションした。

特に、「若者とお茶」という全体テーマに対して、自らが日常的な経験の中で感じてきた「お茶のイメージや可能性」について、それぞれの観点から言及し、今後の若者へのお茶普及にあたっての訴求要素のヒントになるようなコメントも加えられた。

デザインを学ぶ学生たちのプレゼンテーションは、制作プロセスにおいても重要視していた「驚き・共感・感動」の仕掛けが功を奏し、参加者からは笑いが起きたり、大きく頷くポーズが見られたり、大きな拍手が巻き起こったりと大変盛り上がったプレゼンテーションとなった。またそうした反応は、クライアントである主催者側からだけでなく、同じプロジェクトと一緒に実施してきた学生同志からも発生することになった。まさに会場全体が、イベントの場であり、教育の場でもあるような雰囲気となり、無事成功裡に終了することができた。

最後の賞の選考に当たっては、副館長ほか公益財団法人静岡県茶業会議所、同ミュージアム学芸課からの参加者を含む3名で奨励賞の審査が行われ、以下の4点が受賞した。

G「お茶しか勝たん」

E「コロナ禍版 三種の神器」

F「お茶で、終止符を打て。」

J「お茶に流してあげよ。」

総評として、「若い感性溢れる作品ばかりで、従来のお茶のイメージを変えてくれるものが多く、大変貴重な提言を得た」とのコメントがそれぞれの審査員から報告された。筆者は審査員には入っていなかったため、これら審査基準については推測の域を出ないが、いずれも「時流を得た若者視点」に高い評価が集まったと見ることができた。

Gについては、まさにコピーと写真の双方から「驚き」を受けるとともに、「実は若者はお茶を支持している」といった意外な安心感を伴う「共感」が得られ、これからのお茶需要に対してポジティブな「感動」が得られる点が評価されたものと推測された。

E・Fについては、コロナ禍において「お茶効果」に目をつけたタイムリーな作品であった。どちらの作品も巧みなビジュアル表現力に「驚き」と「共感」を感

じさせることに成功していた。

Jについては、若者においても「ストレス社会」が忍び寄ってきている現代にあって「お茶の癒し効果」をテーマとしたもので、ホッとするようなコピーとイラストで大きな「共感」を生み出していた。

以上の4点が選出されたことは、ポスターという媒体に「時流に合ったメッセージを送る」役割が求められていること。また、デザインプロセスに組み込んだ「驚き×共感=感動のプロセス」が極めて効果的であること。それぞれの重要性を再確認することにもなり、大変有意義な審査結果となった。



写真2 プレゼンテーションの様子

展示

学生たちのポスター作品10点は、ミュージアム2Fの展示スペースに、2021年2月21日~3月31日の期間展示されることになった。プレゼンテーション当日にも、来場者たちが、笑顔で頷きながらポスターを鑑賞する様子を見ることができ、「若者とお茶」をテーマにしたメッセージに「共感」していることがうかがえた。



写真3 ポスター展示風景

3 プロジェクトのまとめ

学生たちは今回のプロジェクトにおいて、以下のよ

うなデザインプロセスを経験した。

- 1 オリエンテーション（趣旨・条件確認）
- 2 ポスターデザイン制作（コンセプト・ラフ案作成）
- 3 中間評価（学内・相互評価・ブラッシュアップ）
- 4 ポスターデザイン完成・プレゼンパネル制作
- 5 ポスターデザインの施設内プレゼンテーション
- 6 ポスターデザインの施設内展示

以上は、本プロジェクトを実現させるためのプロセスであったが、プロジェクトを通じてどのような経験や知識を得ることができたかを振り返ることは、教育的な視点からも実務の遂行以上に大切なことである。

学生たちには、終了後に「ポスタープロジェクトを終えて」のレポートを書いてもらった。その中の質問項目「プレゼンテーション後の感想」および「産学連携ポスタープロジェクトの意義をどう感じたか」について、いくつかを抜粋しながら、こうした学内の授業にとどまらない地域連携プロジェクトの意義について検討した。

プレゼンテーションの価値について

プレゼンテーション後のコメントシートに表された10チームのプレゼンテーションの価値（抜粋）については、以下の通りであった。（Fは未発表のため、回答無し）

A プレゼンを終えた後、周りの人の発表を聞き、作品を比べてみることで、初めて自分たちの作品に足りないところに気がつくことができました。

B 作品を見ることに加えて説明があることで、作品の意図が補強されることを強く感じました。いい作品を作ることはもちろん、言葉で伝える技術もこれから培っていく必要があると思います。

C プレゼンを聞いていても、聞くことでより深くデザインの内容を理解することができたり、プレゼンまでもがパフォーマンスになっているグループもあったり、今後の参考になりました。

D 「依頼側が求めていること」「ポスターを見る人が感じて欲しいこと」という二つの視点から作品を作れたことがとても大きな経験になった

E 「説明を聞いてから、なるほどと納得した」という意見もいただけたため、口頭でのプレゼンの重要性という点に関して身をもって知ることができたのでよかったです。

G エビデンスについての話をしている最中、前の席に座られていた官庁の方に聞いていただき、ポスターの意図が伝わっていることを実感しました。

H しっかり意図を伝えられたのかは不安だった。

しかし、講評を聞くと、お茶の『歴史』に対し、若者がどのような良さを感じているのか、ポスタービジュアルで伝えられたのではないだろうか。

I 久しぶりのオフラインプレゼンを通して、聞き手の顔を見ながらプレゼンできることの喜びを改めて実感しました。

J コンセプトを中心に、聞く人が共感できる説明や情報の整理を意識して用意することができたと考える。講評の際には「プレゼンを聞いて初めて理解ができた」という言葉もあり、自分の意図やコンセプトが街角で作品を見た人にも伝えることができているのか、考えながら設計することを忘れずにいたいと感じた。

（下線部：筆者補足）

以上のように、通常の授業課題との決定的な違いは、クライアントからの要望に基づき、制作し、プレゼンテーションするという実社会の実務に近いあたりで、自らのデザインプロセスを外的にも内的にも評価することができた点であった。

例えば、Dのように、「…自分が伝えたい一方に絞って制作した。その結果クライアントが求めていた“若者らしさ”が欠けてしまったのではないかと考える。クライアントの要望と自分が得意とする表現との相性も問題としてあげられるし、自分の持ち味を依頼されたテーマにどうにかして活用する力もとても大切なスキルであると感じた。」といった感想は、美術教育の根幹にも位置付けられていた「自己表現」の根本的なあり方にも触れた自己評価であった。

学生たちのプレゼンテーション後の感想で一番多かったのは、ポスターデザイン制作においては「作ること」と「伝えること」の双方のプロセスが重要であることを理解したとことであった。特に非言語的な視覚媒体を言語的にプレゼンテーションし、相手に制作者側の意図を伝える活動を通して、自らの作品の価値づけが深まっていくという重要な側面に気づくことができたことであった。

このように、デザイン制作のプロセスにおいて、最終段階にあたる作品のプレゼンテーションの有無は、成果作品と制作者自身、他の制作者との関係、制作者とクライアントの関係などの多様な側面において、授業内では経験できない有意義な活動であることが確認された。

産学連携ポスタープロジェクトの意義について

プレゼンテーション後のコメントシートに表された10チームの産学連携ポスタープロジェクトの意義（抜粋）については、以下の通りであった。

A 同じものでも世代や立場が違えば感じ方も大きく変わってくると思うので、普段ポスターを仕事として作っている人たちとは違う見方や考え方を知ることができ、いい機会なのではないかと感じました。

B この経験が進路選択の1つの要素として将来自分にゆかりのある土地に勤めて還元したいと思うきっかけになる可能性があると感じます。消費者の視点からではなく生産者の視点から考えられるようになる。教育以外の分野から地域に関わる仕事を体験することができてよかった

C 実際に求められているデザインを考えながらデザイン案を制作するスタイルは、自分のようなデザイン業界を目指す学生にはとても強みになる経験だと思います。デザインを制作するだけでなくプレゼンの場まで提供していただくことで、プレゼン力や度胸も鍛えることができる

D 第三者の目線を考えながら作品を製作することは、授業の中だけではなかなかできないことであるがデザインをする上で一番重要になってくる考え方だと思うので、このような機会があればまた参加したい。デザインの仕事としての実践的な学びだけでなく、見てくれる人を前提としたデザインを考える、という実技的な学びとしての意義があると感じた。

E 発表の場を設けていただいたことにより、普段とは違った環境で緊張感を持ってプレゼンするという貴重な経験が得られた。評価していただいたことにより以前よりも視野が広がったように思えた

F クライアントによって評価され、公の場で取り扱われるという経験がとても貴重で、なかなかそういった機会をいただけることはないので、とても有意義なものでした。また、授業課題ではなく、プロジェクトとして任されるというのは新鮮でもあり

G 自らの住んでいる地域の特産物であるお茶をテーマにポスターを作ることは光栄なことだと思いました。また今回、情報を視覚化し、人々に気づきをもたせることをポスターデザインによって達成できた

H クライアントとより密接に、一緒にデザインを考え、クライアントを主体としたデザインを考えていくようなプロセスを学びたいと感じた。

I ポスターを考えるにあたって、お茶について、そして静岡について改めて考えるきっかけとなりました。プレゼン後にはフィードバックをくださり、学生でも

教授でもない人々の感想を聞くことができたため、学生にとって非常に良い機会だった

J 自分自身も街を作っていく一人として活動をし、自分の住みたいまちづくりを自らしていく姿勢を持ちたいと感じるきっかけとなった。

(下線部：筆者補足)

以上のように、地域連携プロジェクトは、授業の中では感じる事ができなかった1.多様なものの見方を体験することができる。2.自分と地域社会との今後の関わりかたへの態度を考えることができる。これらに言及する学生が多く、その観点からは大きな意義を見出すことができた。

一方、Dの感想のように、「ミュージアム側としても大学生が関わってくことで、若者がお茶に対して持っているイメージを知ることができ、若い世代にお茶を広めるアプローチの方向のヒントにもなるのではないかと感じる。しかし、学生であることによるプロとの仕事の質の差もどうしても出てしまうため、完全なポスター依頼ではなく、制作者が学生であるということも含めたプロモーションの一環としてしか機能しないのも現実としてあると思う。今回のようにテーマが「若者」である、というような工夫次第で損になってしまう取り組みでもあると思う。実際に、学生側では使われる作品とそうでない作品は出てくるし、企業側では学生の提出する作品の質が低かった場合の対応もしなければならぬため、気軽にできる取り組みでないとは思っている。打ち合わせをして企業の意向にそうように作るデザインとはまた少し違い、そのあたりの学びには繋がらないということも感じた。」と言ったものもあった。(下線部：筆者補足)

これは、学生と地域との連携プロジェクトの持つ、一種の「甘さ」を指摘するものであった。こうしたプロジェクトに関わる双方がウィンウィンになるようなスタンスや仕組みに共通理解を持ちながら実施していくことが、今後の持続可能性も含めて重要になってくるといった提言でもあった。実はこのことに関して、前報告においても以下のようにまとめていた。

「…反面、こうしたプロジェクトの増加は、大学・学生側にとっては、経験の幅を高める意味で有意義な面もあるが、社会的な責任を伴うことも事実である。低予算でプロジェクトが遂行出来る反面、少なからずデザイン的な質の低下を招くリスクもあることはクライアントサイドには了解してもらわなければならない。その意味では、こうした連携プロジェクトにおいては今回のように、主催者側と大学側との調整役が最も重要な役割を担うことになるため、今後の連携プロジェクトにおいては、その調整役の位置づけや有無も考慮すべき要素と言えよう。

また、こうしたプロジェクトを授業カリキュラムと

して位置づけるためには、ある程度恒常的にプロジェクトが企画されるかといった問題が最もむずかしく、さらに運営上では参加人数や実施期間や予算など、解決すべき問題は多い。」¹⁰⁾

以上は、2015年に行われた同様なポスタープロジェクト報告のまとめに書いたものであったが、その後5年以上経過しながら、やはり同様な問題は継続して考えて行かなければならないことが、今回は参加した学生の感想からも露呈することになった。

4 結びに

今回のプロジェクトを、デザインプロセス研究の立場から考察した結果、デザイン制作においては「デザインプロセスの多様性」を保障すること。「デザイン成果のプレゼンテーションとその振り返り」を通してデザイン実践力が向上すること。そしてそのいずれのプロセスにおいても「驚きと共感から感動を生み出す」ことの重要性について理解が深まるといった可能性が展望できた。

一方で、現在増加し続ける産学連携プロジェクト自体については、その実践的な能力開発という点では高い可能性があり、ますます今後の教育の場への組みこみを計画する必要があるだろう。ただし、学生（教育サイド）のメリットのみならず、地域（クライアントサイド）のメリットにも十分配慮しながら持続可能な展開を企画していく必要があるということも改めて指摘されることになった。

本報告は、本プロジェクトについての時系列に沿った概要の報告にとどめた。こうしたプロジェクトの実質的な成果、評価と教育的可能性については、さらにプロジェクトを積み重ねながら報告したい。

註

- 1) 「De+sign Atelier vol.2」, 静岡大学教育学部デザイン研究室発行, 2015年
 - 2) 「De+sign Atelier vol.3」, 静岡大学教育学部デザイン研究室発行, 2016年
 - 3) 「De+sign Atelier vol.7」, 静岡大学教育学部+地域創造学環デザイン研究室発行, 2020年
 - 4) ふじのくに茶の都ミュージアムホームページ
<https://tea-museum.jp>
 - 5) 株式会社静鉄アド・パートナーズ 企画書, 2020年
 - 6) 作成: 江尻恵実 (同社)
 - 7) 松岡由幸, 「松岡由幸『モノづくり×モノづかいのデザインサイエンス』近代科学社, 2017年, p. 10
 - 8) 伊藤文彦, 「デザインの行方」『民具・民芸からデザインの未来まで』所収, 学術研究出版, 2020年, p. 112
 - 9) ポスター制作メンバー
- A 豊島 慶美 (教美2年)・木下 綾華 (教美2年)
B 中井 優希 (教美2年)・藤田沙津希 (教美2年)

- C 上倉 朋子 (学環2年)
D 渡邊紗也佳 (学環2年)
E 青柳 七海 (教美3年)
F 匂坂 良 (教美3年)
G 古川 綾乃 (学環3年)・玉木 絢女 (学環3年)
H 中村 実李 (学環3年)・鈴木 彩音 (教美3年)
I 梅田 留奈 (学環4年)
J 齋藤 麗愛 (修士2年)

(教美: 教育学部美術教育専修/学環: 地域創造学環A&Mコース/修士: 教育学研究科)

10) 伊藤文彦・川原崎知洋, 「デザイン教育における地域連携プロジェクトの実践と考察1」静岡大学教育実践総合センター紀要 No24, 2015年, p. 124