

研究報告 科学館の掲示における効果的な掲示物の一提案

* 荒井喜代美

Kiyomi ARAI

要旨：千葉県立現代産業科学館は、平成 6 年にオープンし、本年度開館 20 周年を迎えた。記念すべき 20 周年の年に催される各種の展示・掲示物、刊行物に使用するロゴマークをデザインすることが急きょ企画委員で提案され、それを受けて筆者がデザインし各々の分野での活用を図るに至った。本稿は、20 周年という節目の年に特別な館内展示空間を提供するために筆者が手掛けたロゴマークをはじめとした各種デザインについて、まとめるものである。また今回使用したロゴマークなどの類を館で今後も活用掲示できることから今後に向けて提案を行うものである。

キーワード： パネル デザイン ロゴマーク キャプションパネル 展示

1 はじめに

当館では、平成 6 年オープン当初から「毎日進化する科学館」*1 ということばをテーマに掲げ博物館活動を続けてきた。世の中の流れは大きく変わっており科学技術の発展とともに 10 年ひと昔などという言葉をはるかに越える 3 年ひと昔、コンピュータの世界では半年間でかなりの変化がもたらされているにもかかわらず、当館の展示に翻れば、微少でかつ、非常に緩やかながらも、毎日進化をしつつ 20 年の月日を経てきた。そのような活動の中、今年度事業では、イベントなどの行事に「開館 20 周年記念～」とうたうこととなった。開館 20 周年記念のロゴマークを作り各種の掲示物に掲載を計画した。このロゴマークのデザインを皮切りに、各種のデザインを作成したが概ねロゴマークを発展させたデザインを推進し、各行事に統一感を持たせることができた。20 周年記念の行事も滞りなく終了しつつある今、それらに使用された各種は今後も利用が図られてもよく、ここに一考したことを述べたい。

2 20 周年記念ロゴマークの作成・活用について

(1) 記念マークの作成

開館時より当館では「シンボルマーク」と「ロゴタイプ」を組み合わせたロゴマーク基本パターンが 4 種採用されており、シンボルマークの赤・緑・青・黒の 4 色のカラーからそれぞれの広報媒

体に見合ったものを使用してきた。

20 周年記念ロゴマーク（以下記念マーク）は、最近記念マークとして各自治体にも作成するということが定着している感が強く、イメージキャラクターをデザインして臨んでいるところも少なくないと見受けられる。記念マークは掲示物に彩りを添えるものと考え、その形や色については楽しく、なおかつ軽快なもので、当館をアピールできるものにしたいと考えた。先に述べたロゴマークと併用して使われるということが予想されたため、シンボルマークとは異質のもので 20 という数字を併せ持つもの数種類のデザインを考えたが、当館で行っている人形劇の主演「タリップくん」を用いることにした。他のキャラクターをあえて新規にデザインしなかったのは、サイエンス広場入り口と駐車場入り口の館の敷地 2 か所に、大きく手を挙げているロボット型のタリップくんを描いた大型の看板が、入館者をお出迎え・お見送りするかのように設置してあり、当館ではすっかり市民権を得ているキャラクターであったことによる。タリップくんは、当館サイエンスステージでオリジナルの脚本で科学の発見の歴史などを子どもたちにわかりやすく伝える人形劇を上演して下さる劇団「じろっぽ」の当館独自の主演、タイムスリップロボットという設定である。人形劇は毎週土曜か日曜日に開催されているが、そのような運営の中でひと月に 1 回は、着ぐるみのタリップく

人も登場するほど存在感が大であり、子どもたちにはおなじみの愛される存在でもある。これ以上の認知度があるものはなく、他のものには代えがたいことから「タリップくん」をキャラクターにしたいと考えた。劇団の主宰者に、今年度の刊行物に記念マークにして使用したい旨を伝え、快く了解していただいた。タリップくんが人形劇の主役のみならず「キャラクター」として 20 年間当館に定着していることは、デザイン考慮時間の短縮になった。

記念マークをポスター・チラシの各種掲示物に配置する際、横位置と縦位置のものが必要と考え、マーク自体は基本パターン 2 種類、色はカラー 2 種類、モノクロ 2 種類を用意した。もともと職員が手作りする事業の館内掲示用ポスターには、タリップくんの図柄は多用されていたが、正面向きの両手を斜めに上げている図柄が主に使われていた。(図 1)色合いについては、オリジナルの図柄の大部分を占める黄色の部分は、金属を想定していたのか少し鈍い感じの黄色であったので、記念マークにする際、顔の部分は思い切って濁りのない色にした。*2

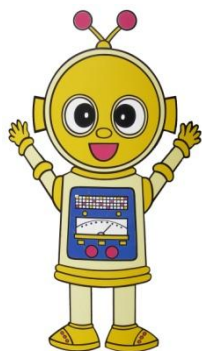


図 1 直立のオリジナルのタリップくん

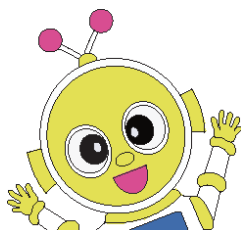


図 2 ななめのタリップくん
顔や手などの黄色を鮮やかにした

直立不動で堅い感じのする正面向きの全身像から胸上のみをデザインに用いることにし、全体を左に角度をつけ動きをだすことで、堅く重いイメージをなくし親しみやすさを強調した。(図 2)

さらに楽しく闊達に見せるためバックの部分に星を数個配置し、色はタリップくんの手足同様の黄色と青の星大小とした。色についてのイメージは暖色系(図 3)と寒色系(図 4)を用意し、タリップくんの口と頭、体の部分に使用されている濃いピンクがポイントカラーになる横位置のものと、同様に体の部分に使用されている爽やかな青を配した縦位置のもの 2 種を用意し、各種刊行物に対応させられるようにした。「〇周年記念」の意の ANNIVERSARY を白抜きで用いたことから、自ずと館の名称は英語表記が適していると考え、MUSEUM・SCIENCE・INDUSTRY のトップの文字「M」「S」「I」に特徴を持たせた。横位置の暖色のものには、ロゴマークで使われている色に近い赤・緑・青の色を配色した。*3 縦位置の寒色系のものは色を変えた部分の文字を太字にした。どちらも館の名称の文字はクールな印象のフォントを選び、色は未来にむかってはじける発展の意味を込め黄色で表現した。



図 3 横位置暖色系のマーク



図 4 縦位置寒色系のマーク

さらにカラーデータをモノクロに処理し、横位置では ANNIVERSARY をありがとうの言葉に変える・図柄の部分の文字位置を変える・星の位置や数を変えるなどの加工を施した。グレーの段階を調整することがなかなか難しい作業であった。

(図 5・図 6)



図 5 横位置モノクロ用



図 6 縦位置モノクロ用

(2) 記念マークの活用—エントランス天空間

また、横位置のデザインを大きく引き伸ばして大型プリンターで印刷したものを 2 枚表裏に合わせ、エントランス中央天井部分に平成 26 年度の 1 年間掲示し、「開館 20 周年」というアピールを行った。(図 7) 館を訪れる外部の人と館職員全てに向けての象徴的な展示となり、評判は予想以上に良かった。



図 7 エントランス上部天空間パナー設置状況

(3) 記念マークの活用—エントランス床

当館の来館者には、乳児も含めた幼い子どもが多いので、自然と視線が下にいくことを意図し、エントランス入り口付近で人がたまりやすい場所の床に、記念マークから発展させたデザインで装飾を施した。タリップくんを円で囲み、さらにその周りに星を配置した。星の数は 20 に因んだ数にした。直径の長さはほんの 120cm、色鮮やかな円形のシール 1 つでエントランスの床を装飾したものであったが、駐車場側入り口からも正面入り口からも見やすい位置に設置したことで、幸いにも幼い子どもたちに興味を持ってもらえたようであった。子どもには好評と思われ、気に入った子どもは周りの星を一つずつ足でたどることをするなど、床で遊ぶほほえましい光景を何度も目にする機会があった。結果的にシールの活用は楽しい空間をイメージさせることに繋がった。

(図 8・図 9)



図 8 エントランス床に設置のシールデザイン



図 9 エントランス床 シール設置状況

(4) 記念マークの活用—壁紙

記念マークの発展形として、パネルにした壁紙を作る必要にも迫られた。それは、開館から数えて500万人目の記念すべき入場者を開館20周年の今年度お迎えするという、誠におめでたいサプライズの要素を持つ行事が夏の時期に含まれていたからである。

開館6,176日目にその行事が行われ、セレモニー用として20周年記念マークと前出の館のロゴマークを合わせてパターン(図10)にしたパネル壁紙を背にして写真に納まる入館者の笑顔を引き立たせる役割も担った。セレモニー終了後もしばらくの間展示室内にパネル壁紙を設置していたところ、多くの入館者の記念撮影に活用されるというおまけもついた。パネル壁紙は職員が協力して張り合わせる作業を伴うものであったので、最大限に利用されたことは、壁紙デザインの作り手として甚だ嬉しいことであった。縦型の記念マークは子どもにも大人にも甘すぎず辛すぎないという心地よいマークであったのかもしれない、また青系のロゴマークとの相性も良く壁紙としては人の顔に邪魔にはならないものであった。さらにこのような会見場タイプの壁面が一般化している。おそらくテレビ画面などでも頻繁に目にするものであるから、壁面を背にすることで自分がインタビューを受ける側になったかのような立場になれ、親しめる空間の提供に繋がったかと思われる。

(図11)



図10 壁紙の基本パターンデザイン

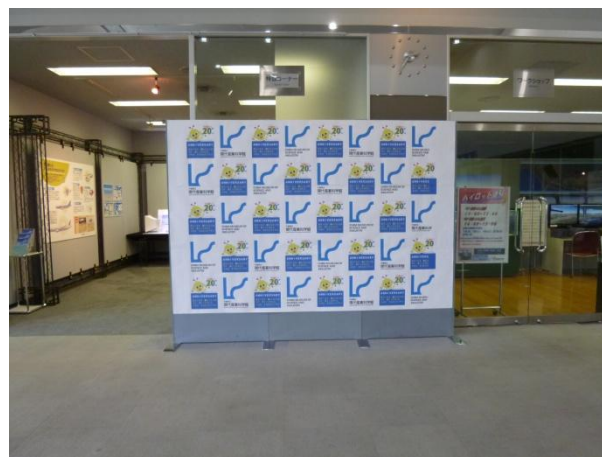


図11 壁紙パネルは館内にしばらくの間設置された

(5) 記念マークの活用—オリジナル缶バッジの作成および配布

さらなる記念マークの発展形として、「20周年記念缶バッジ」を作成した。缶バッジ自体は数年前から「たんけん!!科学館」イベント用として館オリジナルのデザイン缶バッジを随時開発し賞品にしてきた。今回のデザインはイベントの参加者に渡すプレゼントの一つとして特別感のあるものにした。5月のゴールデンウィーク in 科学館のスタンプラリー・9月のオースタム in 科学館のクイズラリーである。いずれも館に親んでもらえることを目的に期間を限定して開催し、館の中をくまなく探検し回る。5月はいくつかの実験を見学するもの、9月はクイズを探してワークシートを完成させるものである。5月の賞品用はオリジナルの缶バッジと同じサイズで作った。9月には通常のたんけんに加え、展示室で指示された体験ができた参加者に、オリジナルの缶バッジに加えもう一つのおまけとして差し上げた。通常のクイズラリーより特別感をもたせたいと考え、オリジナル缶バッジより小さいサイズにする工夫をし、賞品に彩りを添えるものとなった。(図12)



図 12 一回り小さいサイズの缶バッジ

3 20 周年記念展示「20 周年のあゆみ」展パネル類の作成について

20 周年記念展示として、平成 6 年から 26 年までの当館の歩みを振り返り、見学者に今後も科学に親しんでいただきたいという趣旨で、企画展示室の半分のスペースを使い展示を行った。学芸課職員が展示構成をすすめ、館の収蔵資料の中から科学館の収蔵を誇る実物資料数点を選んだ。展示室の壁面には、開館当初からの特別展・企画展等館事業の主な内容をパネル資料に仕立てたものを展示することになった。導入部分を除く「展示パネル」と「入り口タイトル」のデザインを担当することが課せられた使命である。

(1) 入り口のタイトル看板

科学のクールなイメージを踏まえて、主なデザインモチーフに四角形を使いたいと考えた。背景は科学館の外壁のデザインをもとに、使用する色数を制限し、なおかつ硬くなりすぎないデザインを心掛けた。差し色としては 4 色ある館ロゴの色に基づいた緑・青・赤色などをタイトル文字の部分的に配置し、開館から現在までの西暦の数字をやや濃いグレーで順に配置した。館の外壁面に施された、日の光をきらきらと反射する部分の形がたいへん気になっており、このデザインをもとにして最大限に活かしたものをいずれ作りたいと考えていた。波を表現したという細かな模様はたいへん精緻巧妙なパターンで、雄大な建築物に螺鈿細工でも施したかのような輝きをもつもので建物のシルエットに比べ、優美で涼やかに整然と留まっているように見えていた。

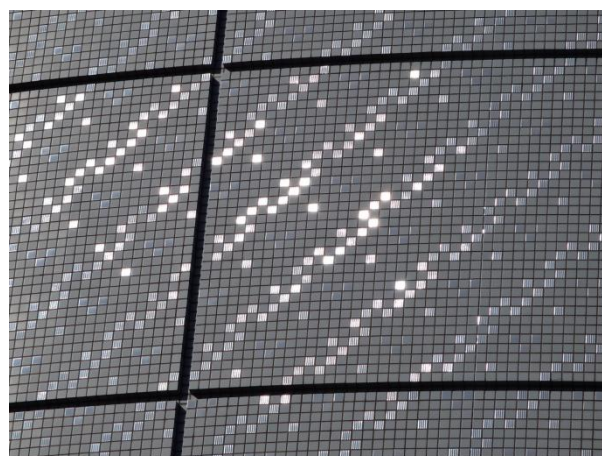


図 13 当館建物の壁面装飾 波を表現したという

今回の「20 年のあゆみ」という館の活動を振り返る記念展でデザインパターンに活かせることは幸いであった。最初は横位置のものを作成し (図 14)、横位置のデザインをもとに縦位置にレイアウトをした。(図 15) 「あまり外壁面に気をつけてみることがなかった」という職員も数名あったので、改めてこの建物のクールで優美なデザイン性を意識する場にもなったと考える。



図 14 横位置の入り口タイトル看板デザイン



図 15 入り口のタイトル看板設置状況

(2) 経年の展示内容を示す文字パネル

館がオープンしてから平成 26 年度までの主たる展示事業、館の活動を紹介するために年度毎の主なる展示内容を文字パネルにして展示する。このパネルを 21 枚デザインすることとニュース刊行物についてのパネル仕立てのデザインが課せられた。年度毎の展示内容のパネルは基本デザインをモノクロとし、白と黒の分量の使い分けがはっきりしていて比較的白くならないよう、メリハリの効いたデザインになるよう心掛けた。文字のみのパネルとなるため、第一に「見やすさ」に重点を置き、なめらかな読みやすい文字・心地よさを感じられるフォントを使った。瞬間的に目に入って内容を伝える比較的是っきりと見やすいポイント数にした。

館のオープン時からの年月を示すために上部に西暦の数字を帯状に掲げ、当該年度のみ白黒の反転の色で示した。これは見る人に年度と経年の年表を意識させる意図があった。意図は伝わったかどうかについては明らかではない。該当する年度の 4 桁の数字のポイントを横幅三分の一くらいに納まる程度の大きさ・黒で中央部に配置し、同じ 4 桁の数字白抜き文字はいくらかポイントを下げさらに上部分を少し削った字形で配置した。特別展等の項目左側にある四角いマークは、当館外壁の一部のモチーフからデザイン化したものである。また右下の四角のモチーフは入り口看板のデザイン一部を利用し展示の一体感を持たせるものにした。下部中央に年度を日にちの表記で入れ、黒の長方形に白抜き文字を配置した。これにより上部の重さを緩和することを図った。(図 16) 全体的には文字数の多いものは掲載図のものよりは黒々とした印象にはなるが、白い背景に黒文字という割合とオーソドックスな形態となった。文字送り・スペースなどはその都度パネル制作の過程で一枚毎にレイアウトを確認しながら作成した。学芸課の職員に付随する形で展示作業に参加することができた。

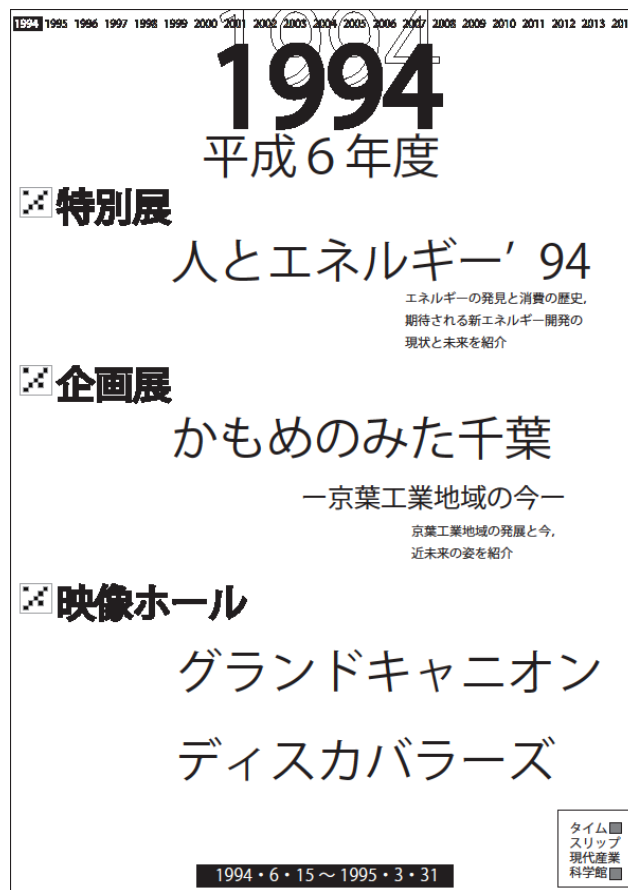


図 16 文字パネルデザイン

4 20周年記念掲示物 のぼり旗について

のぼり旗は現在各地のイベントスペース・大規模小売店や各種商店・レストラン・公共施設など日常我々が目にしているものであり、あまりにも普通の広告媒体と認識されている。しかしながら開館から 20 年の年月を数えても「この建物は何ですか?」「図書館ではないの?」といった質問が通行人などから発せられることがある。当館の存在はまだまだ浸透しておらず、入り口も分かりにくいことが質問者から伝わってきた。知らない人たちに向けて、せめて館の名称だけでも知っていただくことからというつもりでの広告である。のぼり旗を立てるポール受けのパイプが公道に面した敷地内に設置されている。また屋内倉庫にもものぼり旗のポールが存在する。かつては当館でも実施したことのある宣伝方法と見てとれた。過去 3 年にさかのぼってのぼり旗の掲示は実施したことがなかったのではあるが、設置してあるポール立てを有効に活用し、集客に繋げたいという意図が

あった。単に 20 周年としてではなく、館の開館を外部に知らせる目的で、数量は公道に面した場所 6 箇所のパイプ管を利用して掲げるものと、館の入り口 2 か所に 2 本ずつ計 10 本とした。ここにデザインしたのぼり旗を新たに新調し、掲示することにした。旗の形状は現在業者で作られているものの中から選ぶことにした。ありきたりのものでは面白みに欠けると考え、長方形の下の部分が R になっている形にした。大きな部分を占める主張色は、建物のタイルの青みのかかった各種のグレーに似合い、なおかつ自然の緑が背景にあることにも考慮し、隣接する建物との調和をも考慮し、科学館のクールな印象を裏切ることなく楽しさが伝わるように決めようと心がけた。タイトルのほかキャッチコピーは読んでもらえないと思い、文字情報は館の名称に留め、シンプルな印象を与えるものを目指すことにした。館内に入ってもらえることが重要であり、文字はあえて科学館の堅いイメージからは遠いもの、太字で目立たせたいが角張らない、やさしい印象をもつもの考えた。縦横の太さが同じで文字の終始が丸くなっているフォントにした。白の文字が空中に揺れるとより楽しくなるだろう、空にぽっかり浮かぶ雲のような旗がいい。楽しくて何度でも来てしまう。そういうところだということのをぼり旗に込めて表現したかった。

楽しい雰囲気は使う色数と系統の色に影響される。思い切り明るいものをデザインしようと決めてからは形や配置、色など全体を見通しながら作るべき方向へと一気に表現できた。

科学館の名称を英語で表示したものに、暖色を 6 色と寒色を 3 色に白を加え彩色した。色の並びには特に順番を付けるとかしこまってしまうので、あえて法則をつくらない並べ方にした。未来に向かって科学が発展することを願って、あふれる力をカラフルな色で意味づけた。部分的に背景の主張色と明度差がない文字色も用いたがその後ろに、産業をイメージさせる歯車の形を明るい黄色で補った。イメージの段階で背景色がやや濃いめの青にしていたのだが、一部文字が似たような青になり背景に溶け込んでしまう部分が生じたことは大いに反省点である。「現代産業科学館」を中央に配

置し、よく目立つよう白文字にした。さらに白のみでは印象がやさしくぼやけてしまうように思えたので、力強くなるよう濃い青で縁取りをした。漢字の横線から筋を付け、単調な画面にならないようにした。右横に入れた「千葉県立」の文字は中央の文字に比べ小さくし、しかも「県立」の文字が目立つようその部分のみ白にした。図(14)

旗の形は右下を R 型にしたことにより、旗にかかる空気抵抗が少なくなり長方形ののぼり旗よりも風には強い。しかしながら、かなりの強風では通行を妨げることや転倒など危ぶまれることを回避する意味で風雨を注視し、出し入れを気にしながらの掲示になっている。

外部の方からの反響としては、朝からのぼり旗がはためいていると開館していることを意識させられるとともに、頑張っているなという感じがするという声があった。また爽やかな印象をもった、という声もあった。館内からも建物に合っているなど好評の声があがった。少なくとも強風でなく雨雪の天候でないときは、入り口が分かるように設置しているつもりである。20 周年記念の年限定でなく今後も継続して掲示していけるものであり、ありきたりの感があっても効果的な掲示物であると考えられる。ありきたりということで、特徴がなくなるからと実施しないのではなく、各事業所での宣伝には欠くことのできない媒体のひとつであることを認識した。館外での活動時にもこののぼり旗を持参し一旗掲示するだけで宣伝効果が上がったという。今後もよき広告媒体として、古くならないようなデザインと形で更新を図り、対応していきたい。

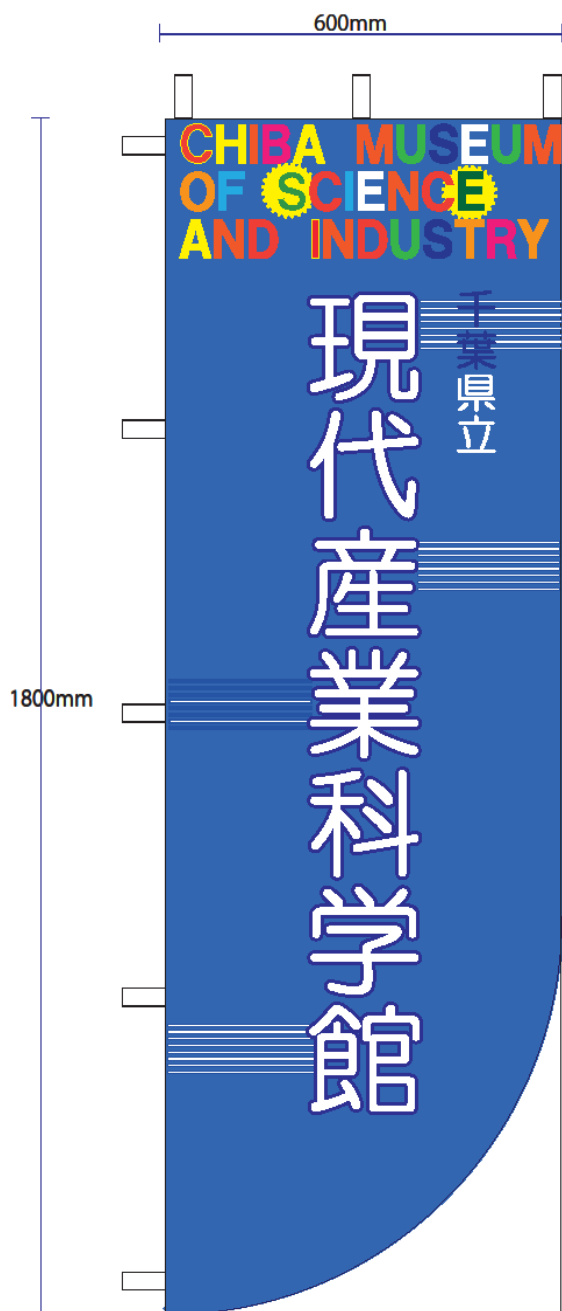


図 17 のほり旗デザイン

5 まとめ

20 周年記念の年にこのような広告媒体の基礎になる記念マークやそれに付随するデザインをさせていただいたことで、広報物が仕上がる毎に作ったデザインが片隅にあることにたいへん感銘を受けた。数年に一度のチャンスでできた記念マークの活用に館職員の協力が得られ、楽しい感じのものが提供できたことが何よりも自分を支える力になった。このデザインの仕事を通して、自分に何が足りないのか、どんなことが得意なのかとい

うことを改めて認識するきっかけとなった。このような機会に恵まれたことは、自身のもの作りに対する価値基準を新たな引き出しとして構築することに繋がった。一見すればその作業自体は、同じものの繰り返しに映るであろうものでも、線の太さを決定することや、いろいろな色を彩色して試すことにより、自分のイメージが徐々に固まってくることへの快感も多々あった。独りよがりになりがちな仕事も、同じデザイン分野に造詣の深い方に、形になってできたものを批評していただくことも大切と思った。(大概こういうものを作ったのだけれどという事後報告ではあったが)

記念マークから派生した各種のデザインについては、再利用が可能であると思われる。

作ったパネル壁紙は、今後も何らかの形で再利用することができる。

数字を変えさえすれば「21 周年記念カンバッジ」も作ることが可能である。

30 周年記念の年にパネル展示をするならば同様の形態であればパネルに制作しなおせる。

大いに活用可能なものである。

6 おわりに

館内での掲示物については、赴任後すぐ当時の館長より、色味や内容が多重になっている掲示をすっきりさせ統一感のある掲示にしたいという相談を受けた。このときから、半ば私の進む方向は決まっていたともいえようか。展示計画を見直し、展示物そのもののレイアウトは変えられなくてもそこに付随するキャプションパネルの形態や掲示の仕方など、付け加えられたまま整理されていないという欠点が飛びこんで見えてくる。進化する科学館ということばは、そのままの意味ととらえても良いとは思いますが、なんでも進化ととらえるとそれは全く違ったものになってしまうという警告をここに示す必要があるだろうか。今回は 20 周年記念の突出した掲示に留まったことで、常設展示についての見直しは 20 周年記念の年には間に合わなかった、つまり一番やりたいと思っていた「館内の掲示物をもう一度細部まで見直すこと」ができなかった。館に存在する全ての、案内板が、解説のキャプションが、そのほか必要と思って加

えられた諸々のものが、すっきりと整理された空間を待つように存在している現状である。

開館当初各展示室に常駐していた解説員が減員されるに連れ、各々の展示物を解説する機会が少なくなった。解説員不在時の回避のために解説パネルの類を加えていった。解説を補う策であったことは、十二分に理解できる。その時点の担当者の意見や後の担当者の方法が二次的な展示物に躊躇なく反映されており、悪意のない純粋な心がけではありながらも残念ながら展示室内の統一感を損なうことになってしまったと想像できる。

展示室に統一感を持たせるために提案をする必要があったにも関わらず到達できずにいた計画を、新しい視点、別の次元の視点から掲示を含め全体をデザインする再構築が必要であろう。館内の展示に係る二次的な掲示物、各種パネル類、チラシ・ポスター等刊行物、演示具や休むためのいすなど空間を演出するすべてのものに、1人1人の職員がある一定の意識をし、意志のある目で作り、選び、提供することで、特別な科学館という空間を作り上げるのではないだろうか。まさに展示室全てを「アートマネジメント」という一見科学館には縁遠い感の言葉をもって、高田洋一氏により提唱されたことは平成6年の開館当初であった。^{*4}

赴任した当初から魅力的な掲示ができればと常々思っていた。この原点をしっかりと見据え、博物館で入館者が目にすること体験できることすべてをプロデュースする力を館の皆が意識して持つべき時であろう。増殖かつ統一感が薄れてきたさまざまな掲示物に関し、今後の30周年に向けて今すぐにやれることから心をかけながら、見直す作業を開始する必要がある。

註

*1 「毎日進化する科学館」このことばは当館の「案内パンフレット」の見開き冒頭にあることば

*2 顔の部分は思い切って濁りのない色にした。

黄色の色を変化させた

「オリジナルのタリップくん」の黄色部分には、イエロー

(Y) 以外のマゼンタ (M) およびシアン (C) が数パーセントから数十パーセント含んだ色が使用されている。黒 (K) は含んでいない。(オリジナルのタリップくんを使用した画像データを見てみると、Mの値だけでもばらつきがあり、一見しては判断が難しいが、統一した色味は使われていない。)

「記念ロゴ用のタリップくん」の顔部分には、Y100%のみ使用 (C, M, Kはいずれも0パーセント)

*3 館ロゴ基本システムデザインガイドより

オレンジM80%+Y100%・ダークグリーンC100%+M30%+Y60%・ブルーパープルC100%+M60%の色

*4 当館のためにアートマネジメントという言葉を提唱したのは、当館設立当初より客員研究員として活動された彫刻家高田洋一氏であり、平成6年の開館当初博物館においての色彩計画やポスターをはじめとする館のイメージやアイデンティティーの確立について研究および提言指導がなされていた。

館資料、「平成6年度客員研究員研究指導記録簿」に詳しい。