

特集「大会支援のためのクリエイション」
Special Issue: Creation for Supporting Academic Conferences

AIC2015 Tokyoのビジュアルデザインと風呂敷製作
Visual Design and Furoshiki Production of the AIC2015 Tokyo

荒木 紀久子 カラリスト
Kikuko Araki Colorist

1. AIC2015 Tokyoのテーマとおもてなし

国際色彩学会中間大会 (AIC2015 Tokyo) は 2015 年 5 月 19 日から 22 日に東京・お茶の水ソラシティカンファレンスセンターで開催された。"Color and Image" のテーマのもと、口頭発表 58 件、ポスター発表 153 件が集まり、28 カ国から 370 名の参加を得た。2008 年の準備委員会から 2015 年の実行委員会まで約 7 年半に渡り計 34 回の会議が行われ、多くの方々のご尽力により成功裡に終わった。オープニングは、荒木のいけばなが飾られた会場で、明るいイエローの着物をまとった渡邊香澄氏による琴の演奏で幕を開けた。世界的な建築家である SANAA の妹島和世氏による基調講演 "The Gathering Space", Jon Yngve Hardeberg 氏による招待講演 "Multispectral Colour Imaging: Time to Move out of the Lab?", 小松英彦氏による招待講演 "Neural Representation of Color in Visual Cortex" も好評を得た。東京湾クルーズ「シンフォニ」のバンケットや国技館での相撲観戦などのオプションツアーも、大会を華やかに彩った。

2. ロゴマークのデザイン

2011 年、日本色彩学会ニュースに同封されていた「AIC2015 ロゴマークの公募について」がそもそもの始まりだった。応募要項では、AIC の中間大会へのふさわしさと "Color and Image" への合致が条件とされていた。ロゴマークは、誰が見てもそのことを表していることがわかるシンプルで印象的なデザインを心がけ、A・I・C の 3 文字を減法混色の三原色で重色することにした。それぞれの色が際立つように太くて安定感のあるフォントを選び、何通りもの配色を試し

た結果、A はシアン、I はマゼンタ、C はイエローにした。3 つの文字の不透明度を 40% くらいにすることで重色された部分の形が明確になる。接点の位置にこだわりながら形の調整を行い、最後にオブジェクトから透明部分を分解し、一つずつのパーツに色を自由に与えた。見た目のバランスを考え、シアンは C70%・M20%、マゼンタは M65%、イエローは Y90%、重色結果の赤は M100%・Y80%、緑は C100%・Y100%、青は C90%・M90%、黒は K100% とした。

このようにしてデザインしたロゴマーク (図 1) は、2011 年夏に採用の知らせを受け、その後の約 4 年間は、私も実行委員会の広報委員として準備を進めた。ロゴマークは黒地で展開する場合もあり、その時には黒の部分が欠けたように見えてしまうため、加法混色バージョンの配色もデザインした (図 2)。開催前年度あたりからはニュースにも毎号ロゴマークがあしらわれ、横に細長いヘッダー、郵便物用のシール、名刺用の極小ロゴマーク、スタッフ T シャツ (図 3)、カンファレンスバッグ、ボールペン、USB メモリなどにも展開された。

3. AIC ガール誕生

続いてポスター制作するにあたり、日本らしく印象的なモチーフを探した。世界の人々は日本の何に魅力を感じているのか。漫画、漢字など流行りのものを通りイメージしてみるものの、ポスターとしてインパクトに欠ける気がしていた。当時テレビで報じられるミスユニバース日本代表は、意志の強さを表すような西洋風のアイメイクを施しながらも、髪は市松人形のような長いおかっぱ頭をしていた。黒髪は日本のイ

メージなのだろうか。これをモチーフにし、着物を着た全身像から始まり、伝えたいものだけを残していった結果、頭だけが残った。「どうぞ日本にいらしてください」という柔



図1 ロゴマーク(減法混色)



図2 ロゴマーク(加法混色)



図3 スタッフTシャツ

らかいながらも強いメッセージが欲しかったため、白と黒を直線的に使って強さを出し、一重瞼の日本人らしい顔を作っていた。舞妓さんをイメージして赤のグラデーションを施し、赤い口は日の丸を感じる正円から考え始め、僅かずつ潰して行ってギリギリのところまでこの楕円に納まった。こうしてロゴマークに続く二つ目のビジュアルイメージができ上がった(図4)。

また、テーマの"Color and Image"を漢字で表し、ポスターのデザインに組み込みたいと思った。"Color"は"色"で問題はない。"Image"には印象と画像の二つの意味があることから、"象"とすることになった。ロゴマークに使用したC,M,Yの3色を"Color and Image"と"色と象"のそれぞれの文字に1色ずつ使い、英語と漢字の関連付けをした。このAICガールはポスターの他、クリアファイルや付箋にも展開した。

4. オリジナル風呂敷の製作

実行委員会で記念品の話題が出た日だっただろうが、「縮緬の風呂敷なんかいいねえ」という発言があった時、高級なシボの深い縮緬にプリントされたAICガールが、私の中ではっきりとイメージできた。予算あってのことなので、正絹の縮緬は使えるはずもないが、ある日、銀座で資生堂オリジナルの風呂敷に出会った。価格からして正絹ではないが綺麗なシボのある縮緬で、京都の高級呉服店「岡重」の品であることがわかった。さっそく暫定的なデザインを起こし、担当者とのやりとりを始めた。そんなおり、銀座のデパートで開催されていた羽裏コレクション展が目につき、アール・デコの影響を受けたモダンで楽しい呉服にデザインに興味を惹かれた。当時のプリントの「型」

を復元して、薄手の生地プリントした大判のストールを販売していたが、ヨーロッパの有名ブランドにも引けを取らない美しさだった。買う気満々で説明を受けていたところ、それが偶然にも、風呂敷の見積り先「岡重」の担当者ご本人であった。そのまま風呂敷の話で盛り上がり、ストールを買うことを忘れて帰ってしまったほどである。この会社の風呂敷であれば間違いなく良いものができるかと確信した。

そんな偶然が重なりあい、オリジナル風呂敷(図5)の製作が始まった。予算を抑えるために型枚数(色数)は黒と赤の2色だけとし、白は生地白を利用し、ロゴマークは線で表現することにした。風呂敷の捺染の技術には制約があり、頬や瞼のグラデーションは表現できない。そのため、歌舞伎の隈取りのような赤いラインの化粧を施した。深い良い赤が出たと思っている。

私はかつてスカーフの企画・デザインの仕事に就いていたこともあり、プリントについてもいろいろ経験を重ねてきた。スカーフの捺染では、目の小さい黒と髪の大きい黒は型を彫り分ける。スカーフは裏も表のように綺麗に色が見えることが重要で、大きい面積の部分の色糊を柔らかくして裏にも染料が行き渡るようにする。一方、小さい部分は染料のにじみを防ぐために硬い色糊を使用する。また、黒い背景の中の白いロゴマークは、線が潰れないように防染にする。スカーフで考えれば最低4枚の型が必要だが、風呂敷は裏抜けが必要ないために、ロゴの線が潰れない硬い色糊で捺染ができるのだろう。同じ手捺染でもスカーフと風呂敷の違いの貴重な体験をさせてもらい、物作りの楽しさを久しぶりに味わうことができた。

こうしてオリジナル風呂敷は、英語で書かれた風呂敷

敷の説明書と使い方の解説書と共に、「国際色彩学会 AIC2015 実行委員会印」の角印が押された小さい畳紙に納められた。開催当日に会場にて、パソコンを包んだり、首に巻いたりする参加者を見かけるのは嬉しいことであった。

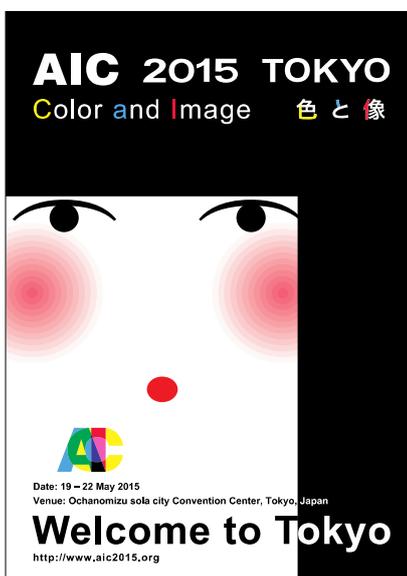


図4 ポスター



図5 オリジナル風呂敷