

(株)丹青社 デザインセンター エグゼクティブ クリエイティブディレクター 洪 恒夫

### 第3回：文化施設のコミュニケーションを生み出すデザイン

連載の3回目となる今回は、丹青社が扱う事業領域の1つである博物館等の文化施設における空間デザインを題材に、デザイナーとしてコミュニケーションを創出するために留意している点や、デザインの工夫によって生み出される効果などについて紹介します。

文化施設は前回の商業施設とは違い、空間、特に展示を中心にコミュニケーションを図り、来場された方に何かを伝えることが主たる目的の施設です。それは情報を伝達するための「情報空間」としてもよいでしょう。その具現においては、伝えたい情報をいかにわかりやすく、興味を引かせながら訴求、提供できるかが鍵となります。

空間は、グラフィックや造形、映像等の多様な情報伝達手段を包括し、モノやコトを体感的に伝えられるメディアです。多様な組み合わせができる一方で、組み合わせを間違えると混乱をきたすリスクもあります。

今回は文化施設を多く手掛けてきたデザイナーの加藤剛氏（後述のプロフィール参照）との対話形式で、空間コミュニケーションの効果を高める上での留意点や自身が担当した施設における工夫や仕掛けを探りたいと思います。

私自身のこれまでの経験から、情報を伝える空間にはその訴求に関わる要因として、下記の3つが存在すると感じています。それらテーマごとのポイントを、事例を交えて紹介してもらいます。

#### 1. 情報伝達を行う上の生命線ともいえる「機能的要因」

— 空間において、情報やメッセージを伝えるという基本的な目的達成のための要因であり、混乱なくわかりやすく、それを実現する工夫でもあります。そこで

は「セオリー」ともいえるポイントを押さえることが重要になってきます。まずはこれについて、事例の紹介と解説をしてもらえますか。

#### 解説計画、情報の階層化の重要性

加藤 紹介するのは、東京・上野にある国立科学博物館（以下、科博）の展示です。ここでは1日ですべてを見きれないような規模の大きさが特徴の施設です。

科博では膨大な情報をわかりやすく伝えるために、解説計画のルールを設けています。展示コーナーの見出しにあたるキャッチコピーは大きく表示して該当するコーナーの括りを明確に示し、そこから興味・関心



写真1：各コーナーの「つかみ」となる情報。タイトル、キャッチコピー、コーナー要約文、通し番号が共通フォーマットになっている。  
(国立科学博物館・地球館地下2階)

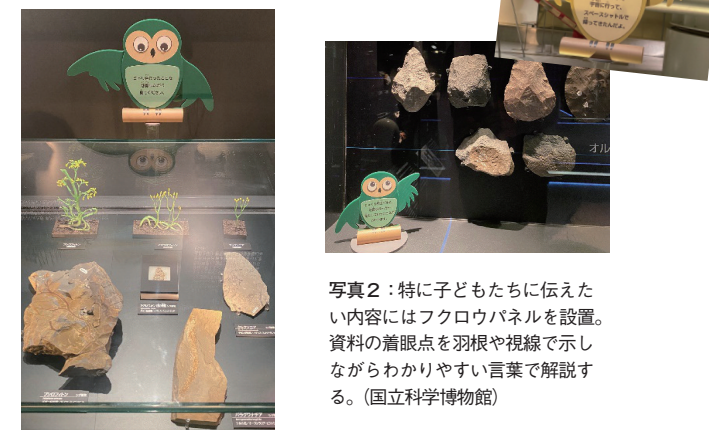


写真2：特に子どもたちに伝えたい内容にはフクロウパネルを設置。資料の着眼点を羽根や視線で示しながらわかりやすい言葉で解説する。  
(国立科学博物館)

に応じて掘り下げていけるよう、情報に階層をつける整理を行いました。具体的には、展示コーナーごとにタイトルと通し番号をつけて、キャッチコピーとコーナーの要約文を添えます。通し番号をつけることによって、広い展示室の中でも迷わずに順路をたどることができ、その順序で要約文を読み進めば、大きな展示のストーリーを理解することができます（左頁写真1）。

各コーナーでは、詳細な解説文、映像装置や端末装置を用いた解説を組み合わせるなど、伝わりやすい工夫を施しました。また、小学生などが興味を示しそうな内容には「こども解説」も追加しました。このように来館者に必要な情報がストレスなく引き出せるための情報の階層化や、ニーズに応じた興味喚起等の仕掛けが空間メディアの効果を高めることとなります（左頁写真2）。

#### 空間だからできるインスタレーションという伝達手法

博物館では、主役となる資料に関わる情報を伝えやすくするため、空間全体を活用した最適な展示手法を検討し、導入します。例えば科博の「水に戻った四肢動物」という展示があります。陸上に進出した哺乳類と爬虫類の中で再び水中生活に還っていった生き物を紹介するコーナーです。ここでは、映像や演出照明によって展示空間が水中をイメージさせるような工夫をしました。また、10mを超える「哺乳類」と「爬虫類」の2体の大型標本にコーナーのシンボルとして圧倒的な存在感と遠くからも目を引くアイキャッチの役割を持たせました。インスタレーションと呼びますが、こうした空間全体を使った表現の工夫によって、テーマやストーリーを効果的に伝えることができます（写真3）。

#### 2. 人のマインドに働きかける「情緒的要因」

— 興味の喚起から始めて、より印象的に気持ちを揺

写真3：【水に戻った四肢動物】水中をイメージさせる空間演出の中で、「バシロサウルス（哺乳類）」と「ティロサウルス（爬虫類）」2体の骨格標本が圧倒的な存在感を示し、コーナーのアイキャッチとなる。  
(国立科学博物館・地球館地下2階)



©Forward Stroke inc.

さぶりながら観覧者のマインドに働きかけると情報伝達効果には大きな違いが生まれます。これらは情緒的要因と言ってもよいでしょう。こうした伝達効果向上をねらった例としてはどのようなものがありますか。

#### 興味喚起と思考を促すアート鑑賞にも似た展示方法

加藤 静岡県に県立高校の廃校校舎を改装した、「ふじのくに地球環境史ミュージアム」という環境史がテーマの博物館があります。先に紹介した科博のような大空間とは対照的で、すべて教室単位に区切られた空間による展示が特徴です。ここではその特徴を活かした見せ方を試みています。

「思考するミュージアム」をコンセプトに、解説を極力減らし、思考を促しながらアート作品を鑑賞するような気分で対象とじっくり向き合える展示としました。例として「ふじのくにの環境史」という部屋を紹介します。シーソーを模した展示台を4台置き、それぞれ縄文、弥生、江戸、現代という4つの時代の人間活動と自然のバランスを表現しました。現代に近づくほど、人間の活動による自然への負荷が高まっていく様子をシーソーの傾きによって感覚的に伝えていきます。ここでは、部屋の中にシーソーのような展示だけが存在しているという驚きを皮切りに、近づいてよく見るとその意図に気づく、という流れをつくりました。また、展示什器に学校で使用していた机や椅子を活用しているのも特徴です。誰もが感じる懐かしさもさることながら、教室空間に学校机や椅子があることで、「考える」気持ちを醸成させる、そんな学び舎の記憶を活かした環境をつくりました。これらは、情報をストレートに伝えるのではなく、観る人のマインドに働きかける伝達方法です。驚きと発見を促し、興味の喚起と共にメッセージを発信することが空間を用いたコミュニケーションにはできるのです（次頁写真4）。

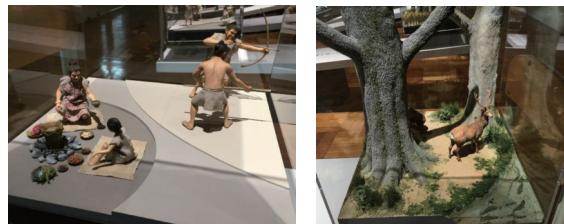


写真4



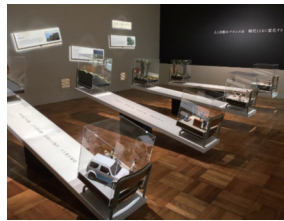
Masato Kawano (Nacasa & Partners Inc.)

【ふじのくにの環境史】  
徐々に傾きが増えていく4台のシーソーはそれぞれ、縄文、弥生、江戸、現代という4つの時代の人間活動と自然のバランスを表現している。(ふじのくに地球環境史ミュージアム)



【縄文時代の暮らしと自然の様子】  
シーソーの両端に人の暮らしと自然の様子を表したミニ模型を配置。狩猟や採集などによる縄文時代の暮らしは自然との均衡が保たれていた。

時代を追うごとに人々の活動による自然環境への影響が増し、画像手前、現代の展示台は最も傾きが大きく、バランスが崩れた状態を表現。シーソーの椅子に当たる部分は学校の椅子を加工・再利用した。



## 再現空間

情緒的要因といえ、存在していた当時の雰囲気を知りやすく体感的に伝えるものとして「再現展示」があります。紹介するのは昨年オープンした、豊島区立トキワ荘マンガミュージアムです。トキワ荘は手塚治虫をはじめとする現代マンガの巨匠たちが集い、若き青春の日々を過ごした伝説の木造アパートです。ミュージアムでは建物の外観や、マンガ家たちが住んでいた2階の部屋を、共同炊事場や便所も含めて再現しました。各所ディテールにこだわって作り込みましたが、ここで着目するのはアパートの階段において、ギンギンと軋む音をあえて再現したことです。若かりしマンガ家たちがまだ仕事の少なかった頃、このギンギンと

いう階段の音が聞こえると、出版社の人が新しい仕事の依頼に来たのではないかとドキドキしたり、また、ある時には遅れている原稿の催促に来たのではないかとビクビクしたりした、というエピソードがあったそうです。彼らにとってこの音は人の動きを察知し、さまざまな思いを巡らせるエモーショナルな音でもあったのでしょう。こうした心情も展示空間において再現して伝えることができていると思っています。

再現展示の醍醐味は、「モノ」をつくることで「モノ」のあり様だけではなく、そこに染み込んでいる「コト」も想起させて伝えられることです。空間にどっぷりと浸ることで時間を超えて当時の人々に会えるかのような気持ちになったり、物語をまるごと追体験できるのは、空間ならではの情報伝達力だと思います(写真5)。



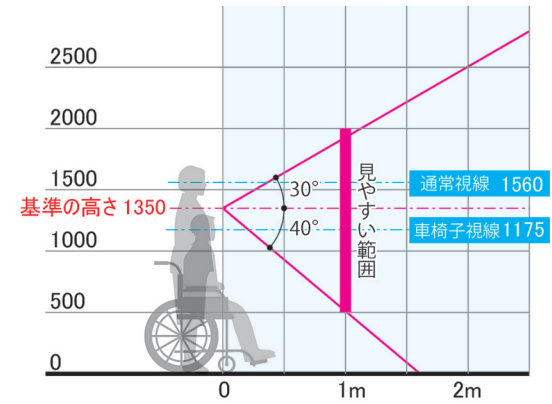
写真5：建物の外観やマンガ家たちが住んでいた2階の居住空間を中心に再現した。ギンギンという軋みを発する階段の音にも物語がある。(豊島区立トキワ荘マンガミュージアム)

## 3. 人の身体特性に対してはたらきかける「生理的要因」

— 空間や施設は人(ひと)のためにあります。対象が人である以上、生理的要因を踏まえることがコミュニケーションの基本となります。身長、目線、距離感、効果的な色相等々フィジカルな部分に訴求するもので、それを外すと効果は弱まります。これらが見出せる事例にはどのようなものがありますか。

図1：基準を想定し、距離に応じて見やすい高さを設定する。

【グラフィックパネルの高さ位置】



## エルゴノミクスデザイン、ユニバーサルデザイン、そして休憩スペースの提供

加藤 展示空間では、情報を伝達する以前に、情報へのアクセシビリティにおいて多様な利用者に対応可能なユニバーサルな視点が欠かせません。科博では、こうした視点からさまざまな工夫や配慮をしています。例えば、安全・快適に人が動き、展示鑑賞ができるように、展示の主導線は通路幅を2m以上確保しています。これは展示を鑑賞している人が後ろを通る人の妨げにならない最低限の通路幅であり、人のサイズを基準とした空間の配置です。

また、解説情報を垂直面に施す際は、床面からの高さの基準を想定して、子どもをはじめ誰もが見やすい位置に配置しました。そして「触れる展示」では、子どもたちでも楽しめる高さ設定や車椅子でも近づけるように什器腰部に蹴込みを設けるなど、身体形状や寸法に対応した、エルゴノミクスデザインにも配慮しました。そして、図表などの視覚情報では、色弱者でも同じように情報が伝わるような配色に加えて、形と組み合わせるなど色だけに頼らないカラーユニバーサルデザインの観点も取り入れました(図1、写真6・7)。

広大な展示面積を持つ科博では休憩スペースの確保も重要です。空間すべてを展示で埋め尽くすのではなく、フロア随所に休憩ができるオープンスペースを作為的に設けました。こうした余白スペースはギャラリートークなど、研究者やインタープリターとのコミュニケーションの場としても活用できます。休憩するという行為も空間においては大切な要素になると考えています。

写真6：触れる展示の適切な高さ設定。視覚障害者でも対応できるように点字解説も併用している。(国立科学博物館・日本館2階北翼)



©Forward Stroke inc.

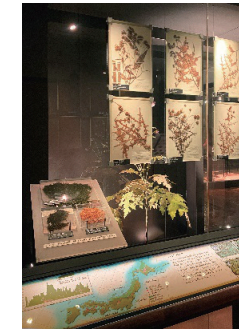


写真7：カラーユニバーサルデザインの事例(右画像は左画像のコーナーの解説を拡大したもの)。図表などのグラフィック情報は色だけに頼らず、形と組み合わせることで識別を容易にすることもできる。(国立科学博物館・日本館2階南翼)

— 今回は文化施設においてゲストの体験価値を最大化させるための工夫や配慮について紹介しました。ゲストが意識するかしないかは別として、こうした工夫をするか否かで、そこでの体験や目的達成において大きな違いが生まれることも事実です。つまり効果を生み出すことの必然をデザイナーが押さえてデザインすることが重要であると考えています。

さて、今回は近年技術の進歩が著しく、多方面に効果をもたらすデジタル技術によるバーチャル空間について、これまでリアル空間を多く手掛けてきた立場からその可能性などについてご紹介したいと思います。



洪 恒夫

株式会社 デザインセンター エグゼクティブ  
クリエイティブディレクター  
1960年横浜生まれ。武蔵野美術大学卒業後、丹青社入社。以来ミュージアム、テーマパーク、博覧会、展覧会等の幅広い分野の施設プランニング、デザイン、プロデュースを手がける。2002年より東京大学総合研究博物館教員を兼務(現職特任教授)し、展示、ミュージアム等の可能性の実践型研究を推進。著書に「展示のデザインアルバム(東京大学出版会)」等がある。

加藤剛/1992年、早稲田大学理工学部建築学科卒業後、丹青社入社。現職クリエイティブディレクター。展示会、プロモーション、商業施設の設計を経て、現在は主に科学館・博物館等の文化空間、こども施設や地域振興施設等コミュニケーションスペースのデザインに携わる。「背景にある物語」「おもてなしのサプライズ」「空間における皮膚感覚」を大切に施設づくりを心がけている。一級建築士、東京海洋大学・東洋大学非常勤講師。