# 人と社会の活性化を促すアート・デザインについて
# ～シンプルな形体生成システムによる神輿デザイン

**Art and Design Stimulating Activationof Human and Society**
**-Designing a Portable Shrine "*Mikoshi*" Based on a Simple Form Generative System**

**下　山　　肇**

## １．はじめに

本研究は人、社会を活性化[1]するために、アート・デザインがどのように関わるのかということについて研究・実践した事例の報告である。

昨年、一昨年と報告した高崎 Art 製造 Project カロエ[2]（以下カロエ）とのコラボレーションの一環として、群馬県前橋市で行われた"前橋まつり"に新規参入する、ある企業神輿のデザイン・製作を請け負った。当初は５年をめどに前橋まつりのみへの参加予定であったが、その後様々なイベントや展覧会へ出展の機会に恵まれ、様々な人たちとの関わりを持った。そしてそれぞれの場面ごとに出される難しい条件や要望を受け入れ、神輿の形体は変容し成長していった。従来のもの作りとは一線を画する"形体の変容＝成長"は、人、社会の活性化に対してどのような位置づけとなるのであろうか。また、形体のアイデンティティを保ちつつ成長させるデザインとはいかなるものであろうか。

## ２．背景

本プロジェクトは、2012年４月のカロエに対する"群馬経済新聞社"の取材[3]をきっかけに、前々から本活動に興味を持っておられた記者山田誠一氏からの紹介から始まった。

氏とお付合いのある広告代理店より、大手アミューズメント企業の群馬県エリア店舗が社会貢献活動（CSR）の一環として地域まつりへの新規参入を計画しており、その際使用するオリジナルデザインの企業神輿を制作できる業者を探しているという問い合わせがあったとのことだった。

後日、ある中華料理店での山田記者との下打ち合わせの結果、デザイン・設計を筆者と群馬県立女子大学高橋綾准教授のアートユニット"PioRyo（ピオリオ）"が担当し、加工・制作をカロエが引き受けて、まずはクライアントへイメージを提示することになった。

## ３．条件と目的

先にも記した通り、企業の CSR としての神輿参入であるため、その地域の特性を色濃く反映した神輿のデザインが必要であった。またせっかく新造するのであるから斬新なものにしたいという強い要望もあった。

クライアントである企業側より提示された条件は、

① 今までの神輿にない形体である事

② 群馬県の名物・名産をモチーフにする事

③ 素人が担ぐためできるだけ軽いものである事　という三つの条件であった。

これらをふまえた上で、神輿の持つ造形をとおして「人や社会が活性化するアート・デザイン」を具体化する事を目的にプロジェクトを進めていった。

## ４．造形のコンセプト

従来の神輿[4]との差別化を図り、目新しさを演出するために、豪華な見た目を排除したシンプルな形体の神輿を目指した。このことは条件 ① を満たすとともに、元々神輿の持っている神の乗り物としての“うつわ”的な意味に着目し、神輿中心に“空（うつ）”を作ることで、まつりに相応しく、ひとびとの思いや願い、祈りをその中に受け入れようと考えたためである。この“空（うつ）”の造形については「神輿のデザイン～人と社会の活性化を促す「空（うつ）」の造形」として『環境芸術』環境芸術学会誌第12号にて報告したのでここでは割愛する。

また、条件 ② については、群馬県在住の様々な世代に「群馬の名物・名産は何でしょう」という聞き込み調査を行い、その中から多数意見として出てきた以下九つ、ダルマ、絹（カイコ）、こんにゃく、下仁田ネギ、上州ぶた、温泉、キャベツ、赤城山、焼きまんじゅうをモチーフとして取り入れる事とした（Fig.1）。条件 ③ については、神輿の主な構造体を厚さ12mm の積層合板で構成することとすることで、従来ならば1t にもなってしまう神輿の重量を100kg 程度におさえることができた。

## ５．基本イメージの提示～シンプルな形体生成システム

クライアントへの最初のプレゼンテーションには、シンプルな形体生成システムを用い、基本イメージを作成した。シンプルさは“力強さ”と“退屈さ”が表裏一体である。形体が力強く存在するために、キューブの外側から中心に向かって等差的に“徐々に減っていく”形状を応用し、どこまでも奥へ続くような、また逆に外に広がっていくような無限階段の一部をトリミングしたイメージを表現した（Fig.2）。

さらにアイキャッチとして、図と地を反転させた群馬県形のまわりに名産を透かし彫りにするという謎解き的な仕掛けを施すことで、発見する楽しさも付加した。(Fig.3)

クライアントからの承認を得たイメージ画は、まつり新規参入を報告するために山本龍前橋市長のもとへ訪れた際にも示され[5]、その神輿らしからぬ形体が高評価を受けた。(Fig.4)

## ６．形体の変容１－屋蓋（おくがい）・鳳凰

しかしその後、目新しさを追求するあまり市民に受け入れてもらえないのでは本来の目

的から離れてしまうとの懸念から、基本イメージはそのままに、従来の神輿らしさをプラスしてほしいとの要望があった。そこで同じ形体生成のシステムを使って屋蓋（おくがい、屋根部分）をデザインし、既視感のある鳳凰のシルエットを登頂部に加え、実施制作することとなった（Fig.5）。

## ７．最初の舞台～前橋まつり

前橋まつりは長い歴史と伝統のある、前橋三大まつりのひとつとして、戦後間も無い昭和23年に復興祭として始まった。2012年は10月６日（土）７日（日）の二日間にわたって開催され、多くの見物客で賑わった。

企業としてこのまつりに神輿をだすことは、普段あまり表には出てこない地域に対してのCSRとして大切な意味を持っているが、市側としてもこのまつりに企業神輿が新規参入するのは約10年ぶりとの事で、前橋市長から直々に期待の言葉をいただくほど注目度が高かった。

完成した神輿は無事、期日通りにクライアントの企業に引き渡され、その見事な出来映えが褒め称えられた。まつりの当日、神輿は県内から集まってきた企業の若手約40名の担ぎ手によって軽々と担ぎ上げられ、商店街などを約４時間にわたって練り歩いた。そしてその一風変わった造形は、多くの見物客の目を引いた。（Fig.6）

神輿というものはそもそも人を運ぶ“輿（こし）”であったことから、台座や轅[6]（ながえ）に人が乗ることもしばしば見られるが、一般的には肯定派、否定派と意見が分かれているようだ。しかしまつり現場では神輿に乗った担ぎ手によって人々があおられ、さらに盛り上がる事ということも体感できることであった。

我々の神輿も基本的には“人は乗らない”という条件の元でデザインしたのだが、渡御[7]（とぎょ）も中盤にさしかかった頃、担ぎ手が登上し見物客を多いに盛り上げた。このシーンは想定外ではあったが結果的に、今回のプロジェクトの目的が果たされたと思えた瞬間でもあった（Fig.7）。前橋市長は「神輿のデザインや担ぐ人たちに若い力を感じる。前橋の活性化を担う新しい仲間が増えたようで嬉しい。[8]」と話した。

【期間】2012年10月６日（土）・７日（日）

【場所】立川町通り・千代田通り・本町通り（国道50号線）及び中心商店街

## ８．ミラノサローネ[9]への出展～形体の変容２－ミニチュア化

前橋まつりの直後、PioRyoへミラノフォーリサローネ2013出展のお誘いがあった。「Contemporary Japanese Design Exhibition」と銘打たれた展示会企画は、“京都の老舗「京和傘」日吉屋の代表西堀耕太郎がデザイナーとコラボレーションし、和傘の構造を活かしたデザイン照明等を開発して世界15カ国にまで販路を広げた実績と経験、ネットワークを利用し、日本のデザインを世界に発信する目的で2012より、日吉屋イタリア総代理店Nime Studioのギャラリー＆ショールームにて開催している展示イベントである。”[10]

そこで、カロエとの相談の結果、世界からの受注を受けようと目標を掲げたカロエにとっての海外進出の第一歩であると位置づけ、高崎市からの助成を視野に神輿を出展しようということとなった。しかし神輿現物を現地へ送るのは難しいとの事で、再びカロエの技術を活かした“ミニチュア”を制作し出展することとなった（Fig.8）。

高崎市への企画主旨説明の結果承認を得て、カロエ２社が高崎市産業政策課からの海外展示会出展助成を受けることになった。それぞれが会期の前半、後半にわかれて現地入りし、来場者の生の声を聞く機会を得られた。現地入りしたカロエ代表山﨑氏は「主にデザイナーが関わる展示会に、制作者自らが参加することに対して周囲から戸惑いの声があったが、細かな加工の作品をみせることで解消され、新たな人脈が繋がった。」と語った。また一方で「やはり現物でなければ伝わらない。」という実感も得ることができ、来年以降の海外出展への具体的な方策も得られた。

例年並みの多くの来場者で賑わったフォーリ・サローネ（市内）会場にて開催した展示会は、全国から参加した企業11社＋デザイナー/クリエイターの48作品を展示し、期間累計で10,000人以上もの来場者が訪れ、大成功の内に終了した（Fig.9）。

【期間】2013年４月16日（月）～23日（月）

【場所】４ Voghera,20144 Milan "ZonaTartina" 2F（TortonaArea）

## ９．高崎まつり・伊勢崎まつり～形体の変容３－蕨手[11]（わらびで）

2012年の前橋まつり後は次の前橋まつりまでカロエの山﨑製作所が神輿を預かり、クライアント企業の新店舗オープン時等に出動する程度だったが、2013年にクライアント企業側での方針変更があり、同じ群馬県内の２都市、高崎と伊勢崎でのまつりへも出展することになった。

2012年の前橋まつりの際、想定外の神輿登上があった事を既に述べたが、今回はあらかじめ登上を見越したクライアントから、掴まることができるように従来型神輿の形体要素である、“蕨手”の付加が注文された。さらに市民に親しみを持ってもらおうと、従来型神輿に近づけるよう“飾り紐”“、”鈴“、”提灯“を付加してもらいたいとの要望があった。そこで再び形体生成システムにのっとり、元のイメージを崩さずに蕨手を付加することになった（Fig.10）。

高崎まつりでの神輿渡御は2013年８月３日（土）（Fig.11）、伊勢崎まつりは同年８月11日（日）に行われた。クライアント企業にとってはどちらも初参加であったが、特に伊勢崎まつりにおいては39回目を迎えるみこしコンクールに出場し、他の17団体とともに伊勢崎市長をはじめとする８名の審査員の前でパフォーマンスを披露し“まつり協賛会実行委員賞”を受賞した（Fig.12）。

まつりに参加し、神輿に登上したクライアント企業の一社員は、「神輿の上に乗ってとても楽しかった。これを機に弊社を多くの方々に知ってもらいたい。」と話した。また、今回の神輿プロジェクトリーダーは「今年、初参加の高崎、伊勢崎まつりを通じて地域の

皆さんと触れ合う機会が昨年以上に増えたのがうれしい。神輿を担ぐ楽しさが社内に伝わり、特に女性スタッフの参加者が増えている。今後も、もっと群馬を元気にする手助けができれば。」とうれしそうに語った[12]。

■高崎まつり

【期間】2013年８月３日（土）・４日（日）

【場所】あら町交差点～田町通り慈光通り　大手前通りさくら橋通り～もてなし広場

■伊勢崎まつり

【期間】2013年８月10日（土）・11日（日）

【場所】本町通り、南銀座通り、中央銀座通り、大手町通り、西町通り

## 10. 新制作第77回展～形体の変容４

高崎、伊勢崎まつりと2013年の前橋まつりの間の時期にちょうど、筆者の所属している新制作協会の定期展覧会が行われることから、クライアント企業との調整の末、スペースデザイン部へ神輿を“作品”として出展することとなった。展示に際しては、企業名を提示しない等の条件が出たため、４度目の形体変容が必要であった。具体的には、胴四面の中心部と轅先端部にあった企業ロゴを隠すということであったが、こちらもシンプルな形体故に違和感無く具現化することができた（Fig.13）。

会場では、一風変わった展示物に戸惑いもみられたが、概ね好意的に受け入れられ、特に子供や群馬県出身者からの注目度が高かった。また、会員たちからは“神輿は作品として展示するに相応しいか”ということから賛否両論を呼び、停滞気味の公募団体展へほんの少しだが一石を投じることができた。（Fig.14）

【期間】2013年９月18日（水）～９月30日（月）

【場所】六本木国立新美術館

## 11. まとめと今後の展望

神輿制作を振り返り今回のプロジェクトの中心人物であるカロエ代表の山﨑氏は、「群馬をモチーフにした神輿なので、群馬全域でお披露目する機会に恵まれて大変ありがたい。クライアント企業と群馬のものづくりが連動し、群馬の良さをPRできることに感謝したい。」と話した。

山﨑氏の言葉にもあるように制作した作品が様々な場面へ招かれることは、大変ありがたいことである。当初は考えも及ばなかった場面へ出展しその都度、条件、要望に合わせて形体を変化させたことは、結果的に神輿自体が“成長”していくようでもあった。このさまは“作ったら終わり、後はメンテナンス”という従来のもの作りとは一線を画し、“成長”を具現化する為に用いたシンプルな形体生成システムは、様々な場面や要望を無理なく受け入れて機能し、関わった人々を生き生きとさせた。

“成長”は活性化にとって不可欠なことであるが、無条件の成長は逆に“100年以内に限

界に達してしまう”ともいわれている[13]。その一方で、ちょうど今年、2013年に式年遷宮を迎えた伊勢神宮には、20年に一度同じ社を建て替えるというシンプルな条件の元に、「(前略) 日本の国の「イノチ」を新鮮にして、日本全体が若返り、永遠の発展を祈る。(後略)」[14]という活性化のシステムが脈々と受け継がれている。今回実践できた神輿のデザインもこのような“シンプルな条件による成長“と言うキーワードによって、人、社会の活性化へのアート・デザインのひとつの在り方を示した。

筆者は今後、このようなアート・デザインをさらに押し進め、人と社会の活性化を実現すべく実践していく所存である。

新制作展での展示を終えた神輿は2013年の前橋まつりに向けて準備に入った。前年からバージョンアップした神輿は、経験を積んできた担ぎ手とともに再びまつりを盛り上げることであろう。

**[参考資料・文献・URL]**

新村出編『広辞苑第四版』岩波書店 1994年
下山肇著「人と社会の活性化を促すアートについて～幼児現場での一事例」
『実践女子大学美學美術史學』第27号　2013年
下山肇・高橋綾共著『神輿のデザイン～人と社会の活性化を促す「空（うつ)」の造形』
『環境芸術環境芸術学会誌』第12号　2013年
ぐんま経済新聞　2012年４月12日・2013年８月24日
『月刊パリッシュ』2012年10月号・11月号　パリッシュ出版株式会社　2012年
『月刊パリッシュ』2013年10月号　パリッシュ出版株式会社　2013年
Contemporary Japanese Design Exhibition　http://www.c-japandesign.net/index_j2013.html
嶋田暁 著「考古学の伝承物としての神輿」『堺女子短期大学紀要』20 1985年
宮本卯之助 著『神輿大全』誠文堂新光社　2011年
伊勢神宮式年遷宮広報本部公式ウェブサイト http://www.sengu.info/qanda02.html
ドネラ・H・メドウズ著『成長の限界-ローマ・クラブ人類の危機レポート』ダイヤモンド社　1972年

**[図版]**

Fig.1 『Wikimedia Commons』
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Daruma_dolls.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Bombyx_mori_Cocon_02.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Konnyaku.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Shimonitanegi.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Sow_with_piglet.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Kusatsu_yubatake_200503.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:Cabbage_and_cross_section_on_white.jpg
http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:MountAkagi.jpg

http://ja.wikipedia.org/wiki/ファイル:焼まんじゅう.jpg

Fig.2,4,10,13,14及び、図　撮影・作成 下山肇

Fig.3,8,9　撮影 山崎将臣

Fig.6,7　撮影 高橋綾

Fig.11,12　撮影山田誠一（群馬経済新聞社）

---

［注］

1　沈滞していた機能が活発に働くようになること。またそのようにすること。新村出編『広辞苑第四版』岩波書店 1994年 p.506

2　群馬県高崎市の町工場集団が「若手デザイナーや造形家と手を組んで、世界中から多くのアート製作を受注し、高崎を世界の“アート製造のメッカ”にする事」をコンセプトに発足した技術者集団のことである。日々、確かな技術力に基づいた斬新なアート作品を生み出すことで、本業の懸案事項である「次代の事業基盤拡大」や「技術力の向上」につなげていこうと活動中である。

3　ぐんま経済新聞2012年４月12日９面

4　神輿の形体を構成する要素は、大きくは「屋蓋（おくがい）」「胴」「台座」に分けられる。神輿の形成当初は、ご神体を布垣で囲み衣笠をかざすのみという形式から、天皇や公家の乗る輿が取り入れられるようになり、時代が下るにつれ次第に構成要素が増えていき、江戸時代では職人技の粋を集めた豪華なものへと変容していった。

嶋田暁 著「考古学の伝承物としての神輿」『堺女子短期大学紀要』20 1985年

宮本卯之助 著『神輿大全』誠文堂新光社　2011年

5　『月刊パリッシュ』2012年10月号　パリッシュ出版株式会社　2012年

6　(長柄の意)牛車・馬車などの前に長く平行した二本の棒。新村出編『広辞苑第四版』岩波書店 1994年 p.1896

7　天皇・三后または神輿のお出かけになること。おでまし。新村出編『広辞苑第四版』岩波書店 1994年 p.1834

8　『月刊パリッシュ』2012年11月号　パリッシュ出版株式会社　2012年

9　毎年４月に開催される「ミラノ国際家具見本市」の通称。会場総面積22万平方メートル。出展約2600社、入場者は６日間で約22万人という、世界最大規模の家具見本市である(数字は2006年度)。

10　Contemporary Japanese Design Exhibition　http://www.c-japandesign.net/index_j2013.html

11　②曲線の先端の巻き上った形が、早蕨のような形をしたもの。神輿・灯籠の屋根の上、高欄等に見られる。新村出編『広辞苑第四版』岩波書店 1994年 p.2765

12　ぐんま経済新聞2013年８月24日

13　ドネラ・H・メドウズ著『成長の限界-ローマ・クラブ人類の危機レポート』ダイヤモンド社　1972年　P.11など

14　伊勢神宮式年遷宮広報本部公式ウェブサイト神宮・遷宮 Q&A

Fig.13 「群馬御輿」第77回新制作展

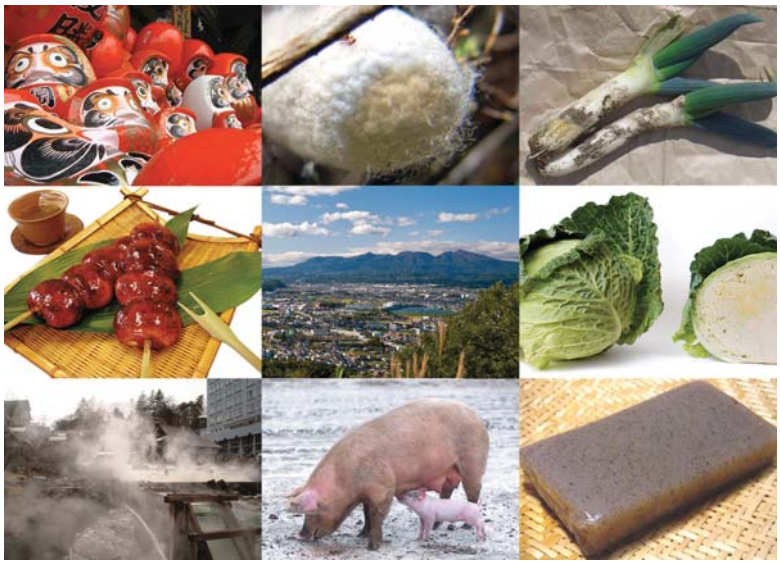

Fig.1　群馬県の名産・名物

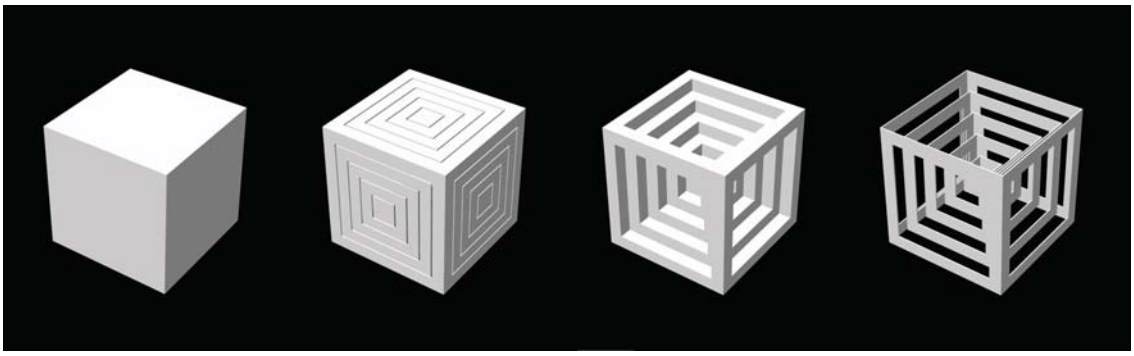

Fig.2　シンプルな形体生成システム

Fig.3　名産・名物の透し彫り（２種）

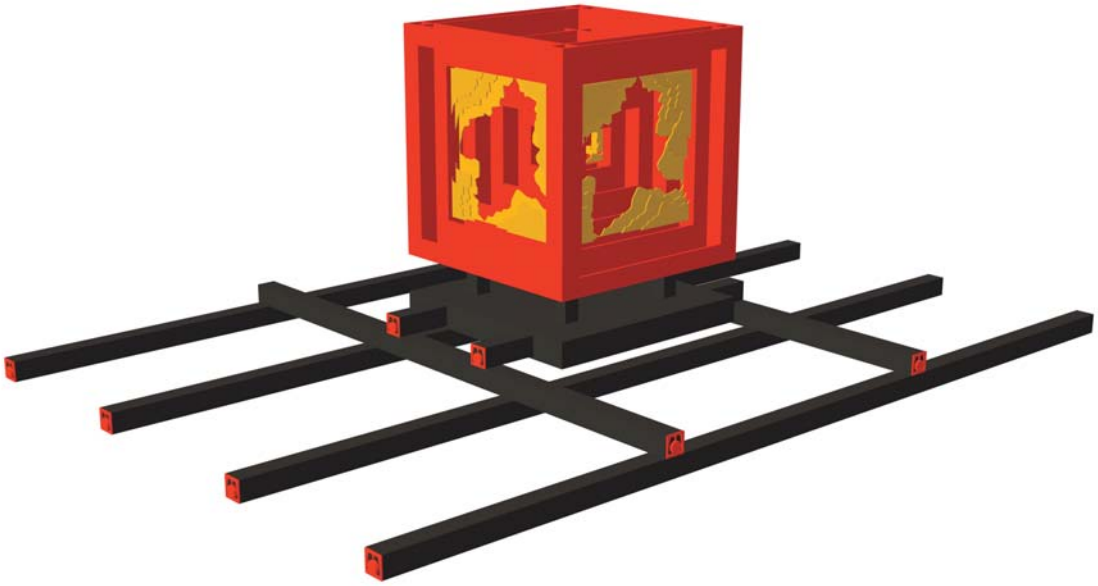

Fig.4 「群馬御輿」イメージ1

Fig.5 「群馬御輿」イメージ2

Fig.6　前橋まつり風景

Fig.7　前橋まつり―神輿への登上

Fig.8 「群馬御輿」ミニチュア

Fig.9 ミラノフォーリサローネ2013「Contemporary Japanese Design Exhibition」風景

Fig.10 「群馬御輿」イメージ３

Fig.11　高崎まつり風景

Fig.12　伊勢崎まつり風景—まつり協会実行委員賞

Fig.14　第77回新制作展スペースデザイン部風景