

ディスプレイ憲章

ディスプレイは
主題を空間に演出する伝達技術である
われわれは
企業間の相互理解に立ち
業界全体の繁栄をはかると共に
創造に徹し
技術を磨き
ディスプレイを通じて
社会に貢献する

CONTENTS

ディスプレイの眼 視点をずらしてみる	・ ・ 1
東デ協四支部合同懇親会	・ ・ 2
四支部合同ゴルフコンペ開催	・ ・ 4
表紙デザインコンテスト 応募作品・入選作品紹介	・ ・ 5
東京デザイン巡り	・ ・ 6
next HERO わが社の新人紹介	・ ・ 8
人材開発委員会主催セミナー 「普通救命講習」	・ ・ 10

ディスプレイの眼

視点をずらしてみる

最近、「ディスプレイの歴史」に触れる機会が多くあります。

目に留まった3点をご紹介します。

①昭和47年、日本標準産業分類に「展示装置製造業」が新設されたという記録。

②「万国博展示の影響」(昭和52年11月30日・日本経済新聞社・夕刊)と題した、小松左京氏の記事。小松氏は、「ここ数年、日本の「展示技術」の水準が急速に上がった」と指摘し、それは「万国博以後」に起こった事であり、その時、「おおげさに言えば、日本社会における「展示革命」といったものが起こったのではないだろうか」と記しています。

③2011年8月にみすず書房より発行された『戦後日本デザイン史』第3章「工業化社会から情報化社会へ」の「街化された百貨店-西武百貨店の文化戦略」の項。著作者である内田繁氏は、「百貨店の戦略を伝えるのがデザインであり、二つの方向性がある。まず、重要なものは「視覚伝達」であろう。さらに必要なのは、「空間のイメージ伝達」である。」と。

前号の小欄で、「コミュニケーション業としての支援」の話がありました。

「ディスプレイの歴史」に触れ、立ち戻って「ディスプレイの今」を考えると、ディスプレイ業を「ものづくり業」としてではなく、「コミュニケーション業」として、更には「サービス業」として視点をずらしたら何が見えてくるか、私の秋の夜長の宿題です。

広報委員 鞠子 猛/株乃村工藝社