



ディスプレイの眼

## 「ディスプレイデザインを 知らせたい」

## 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 ディスプレイデザインを知らせたい	・ ・ 1
第 49 回通常総会開催	・ ・ 2
平成 24 年度新入社員教育研修会	・ ・ 3
第 43 回親善野球大会	・ ・ 4
next HERO わが社の新人紹介	・ ・ 6
東京デザイン巡り 神保町	・ ・ 8
平成 24 年度青年懇話会 東京スカイツリーにおける プロジェクトマネージャーの役割	・ ・ 10
社員フォローアップセミナー開講	・ ・ 12
ディスプレイ塾 東京都暴力団排除条例と企業の実務対応 改正省エネ法と企業の実務対応	・ ・ 13
暑中お見舞い名刺広告	・ ・ 14
表紙デザイン大募集	・ ・ 17
新規加入組合員紹介	・ ・ 19
編集後記	・ ・ 19

なぜ、一般の方にデザインと言うと、ファッション・プロダクト・広告・グラフィックなどの名がスムーズに出てくるのでしょうか。そして、これほど身近な存在である「ディスプレイデザイン」という名がなかなかあげられない理由は、どこにあるのでしょうか。この世界に飛び込んで4年目、まだまだの駆け出し者ですが…諸先輩にはこの続きは青臭い話と我慢してお読みください。

「東京ディスプレイ協同組合」、「日本ディスプレイ業団体連合会」のHPに掲載されている「ディスプレイとは?」や、また、この春に名称変更した「日本空間デザイン協会」の主旨、ともに共通しているキーワードは“空間におけるコミュニケーションデザインの創造”をうたっています。“総合的”や“広範囲”などの言葉が数多く使われているのも特徴です。ここが明解に伝えきれない要点ではないかと考えました。

ファッションデザイナーの方がイベントやストアのデザインをなさっても、基軸であるファッションデザイナーの肩書きを外さない…であれば、ディスプレイデザイナーもかたくなに言い切ってしまう事が大切では?軸になる分野を基盤に、多岐にわたる才能を訴求すればよいのではないかと考えました。

コミュニケーションデザインという、広告・広報(グラフィック、写真、コピーライティング)やC I デザインによって、企業やブランドをどのように伝え、変える分野としてのイメージが強いです。では、空間デザイン協会のように空間・スペースを頭につければよいのでしょうか?スペース・コミュニケーションデザインがよさそうですね。

しかし、まだまだ業務範囲が大きいので社会に届きにくいのではないのでしょうか。ここは、個々の名刺や業務表記を基軸にしてみたらどうでしょう。

ストアデザイン、ミュージアムデザイン、イベントデザインなどと中核の業務を全面に打ち出すことにより、一般社会に認知されるのではないかと…さらにこれらの様々な分野の〇〇スペースデザイナーが店舗内外装だけでなく、当然のように関わっている照明、音響、香り、衣装、メニューボード、広告、イベント、年間の販促など様々な分野に関わっている事を訴求する事により〇〇スペースデザインへの理解が高まるのではと考えます。

建築を志す人は、何かを境に建築家と称し呼ばれますが、私達の業界では何故ディスプレイ家(家でなくとも良いのですが…)と普段の生活で使わないのは何だろうと思います。

私が足を踏み入れた「ディスプレイデザイン」の世界と、ここに生きる皆さまの存在・活躍をもっともっと、伝えてゆきたい。あれこれ、脈絡のない原稿ですが、4年間の経験から思うのです。

広報委員 古長谷 莉花/横乃村工藝社