

年賀状デザインにおける諧謔と発想に関する一考察

関川 浩志*

A Study of Humor and Idea in Design for New Year's Card

Hiroshi SEKIKAWA*

Abstract

There is a culture of the word play, such as playing riddles and witty remarks, and the letter play, such as picture letters and typography, in Japan. The culture has become familiar in the people. The author has been keen interested in the culture, and has taken it into the work of many designs. Especially there are 50 works or more concerning New Year's greeting card design adopting the humor and idea of the culture. In this paper, the source of humor and idea conception in New Year's greeting card designed by the author is studied in order to make use of the results of research for the future design education.

Keywords: New Year's Card, Idea, Humor, Idea Notebook

1. はじめに

日本には、なぞかけやしゃれなどの言葉遊び、絵文字やタイポグラフィといった文字遊びの文化があり、クイズ番組や書籍などをはじめ、いろいろな媒体を通して広く親しまれている。これらの遊びや諧謔を弄してデザインの表現をすることはまさに「感性」である。

筆者は、もの心がついてから諧謔や言葉・文字遊びに対する興味がかり、グラフィックデザイナーや高校教員時代、また私的な制作活動などにおいて、様々な発想による作品やコピーを制作してきた。特に年賀状に関しては強いこだわりをもち、27年にわたって干支の漢字や英語と絵を組み合わせたもの、賀詞に正月の風物を織り混ぜたものなどをデザインし、毎年多くの人を楽しませている。2005年には、八戸市内の金融機関にて年賀状展を開催し、一般市民にも公開している。

本論文では、筆者がこれまで作成した年賀状

を中心に、言葉遊びや諧謔、タイポグラフィの観点からデザインの成り立ちを客観的に考察し、筆者の発想の傾向や内容について検証するとともに、これらの結果をデザイン教育へ効果的に取り込む方策を探る。

2. デザインにおける発想について

デザインにおける発想について、アメリカの著名なグラフィックデザイナーのポール＝ランド氏は、「楽しみと理解の代名詞である〈遊び心〉に通訳はいらない」¹⁾と述べており、グラフィックデザイナーの福田繁雄氏は、「デザインが人間に必要なものなら、デザインに必要なものはアイデアということになる」²⁾と自著の本に記述している。両名ともアイデア、発想の重要性を唱えており、筆者のデザインの発想や成り立ちについて考察することは極めて意義のあることと考えられる。

2.1 年賀状におけるデザインの発想

デザインへのこだわりの原点ともいえるべき活

平成20年12月15日受理

* 感性デザイン学部・講師

動が年賀状の創作である。正式な印刷による年賀状作りは1982年の犬年から始まっているが、それ以前は、手書きや版画による手作りであった。今年2008年で27年目になるが、筆者だけでなく知人からの依頼も含めて50作以上の制作が続いている。

(1) 干支にこだわった年賀状の発想

これまでの年賀状の様々な発想や表現、キャッチフレーズなどを分析し、文字遊びやアイデアなどについて考察すると、賀詞シリーズを除いてすべて慣用句や四字熟語、ことわざなどをもじったり、ごろ合わせをしたりしたタイトルとそれに合った絵を用いて表現していることがわかる。干支ごとにタイトルやアイデアを列挙してみると、以下のようになる。

子：「子(根)はまじめ」(鼠の点の部分、定規や筆などの道具を持って働く鼠に表現)

丑：「食べてすぐ寝りゃ、ウシ(齧歯)になる」(OXで、顔をしかめて虫歯に苦しむ牛を)

「ビーフ・ステーキな・年に」(1997の数字をステーキのイラストに)

寅：「温虎知新」(阪神優勝の正月、寅の字をトラの顔に)

「かっこうにトラわれず」(いろいろなカギかっこを使って、虎の形を表現)

卯：「おそなえあれば卯れいなし」(鏡餅がウサギに)

辰：「三十にして教壇にタツ、タバコをタツ、新たな人生にタツ」(三と十とタツノオトシゴを組み合わせて寿の字に)

巳：「ミドシの歌(みんな、どんときも、シあわせに)」(音符のミを蛇にし、ミドシを音符で表現)

午：「うま、うま」(筆者の第一子が離乳食を摂取しているイラスト)

開運早口言葉「いまウマが絵馬にうまくウマを書いた」(タイトルの早口言葉とからめて、絵馬にウとマの文字が足になっ

ている馬の絵を筆で描く)

羊：「羊が一匹、羊が二匹…いい夢を」(SHEEPの文字で羊を表現。それをたくさん並べて、'91の年号を表現)

申：「Shall more key color, Oh till. (猿も木から落ちる)」(Monkeyの文字で猿を表現。親子3匹が手をつなぐ)

「見ざる、言わざる、着飾(聞かざ)る？」(一匹目は目を塞ぐ、二匹目は口を塞ぐ、三四目の猿は着飾っている。勘違いに御用心を)

酉：「?賀新年〜一步、二歩、モノ忘れにご用心」(鳥の点の部分が、卵を抱く雌鶏やひよこに。そばに物忘れの雄鶏。筆者の自戒の念をこめて)

「今年の酉組み」(酉の部首をもつ漢字で、気持ちを酌む、気を配る、有酸素運動などの目標を)

犬：「賀正(賀の字が傾いて犬のようにおしっこを)」(Dogで犬の形を)

「足跡を残す大きな年でありますように」(犬の点の部分を犬の足跡に)

「飴ニモ負ケズ 課税ニモマケズ〜宮沢犬治」(文中の犬の部首をすべてピックアップ)

亥：「猪突盲進」(手書きの亥の文字で猛進する亥を表現。その一匹が盲進)

「いつまでも、のびのび、しっかり、しあわせに」(亥の文字で親子4匹のイノシシを。一匹が一言ずつメッセージ)

(2) 賀詞にこだわった年賀状の発想

また、正月の風物を入れた賀詞の年賀状としては4作を数えているが、「せち(おせち)辛い世の中ですが、ご恩(ゴオン=鐘の音)を忘れず、仕事に専念(2000年)します」「笑い(福笑い)を忘れず、くじ(おみくじ)けずに。面倒をおかけいた(羽子板)します」「期待にお応(こたつ)えすべく、落ち(もち)ついた生活を〜ご多幸(凧)」、「ガッ(賀正)リンの値(子)がはね(羽根)上がり〜なにとぞ(屠蘇)よろ



図1 空耳によるデザイン (1984)



図5 漢字の一部をイラストにしたシリーズ1 (1984)

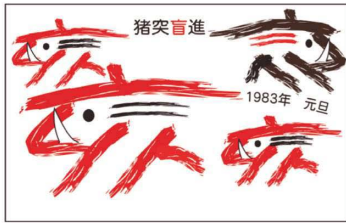


図2 干支の動物をデザインしたシリーズ1 (1983)



図6 漢字の一部をイラストにしたシリーズ2 (1994)

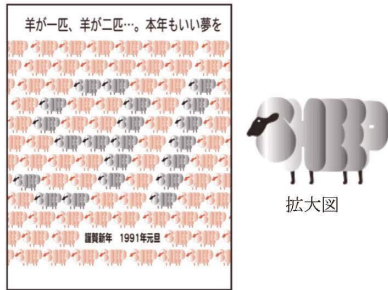


図3 干支の動物をデザインしたシリーズ2 (1991)



図7 漢字の一部をイラストにしたシリーズ3 (2003)



図4 干支の動物をデザインしたシリーズ3 (1992)



図8 漢字の一部をイラストにしたシリーズ4 (2005)



図9 干支の動物の韻をふんだシリーズ1 (1989)



図13 賀詞に正月の風物を織りまぜたシリーズ1 (2000)



図10 干支の動物の韻をふんだシリーズ2 (1997)



図14 賀詞に正月の風物を織りまぜたシリーズ1 (2001)



図11 干支の動物の韻をふんだシリーズ3 (2002)



図15 賀詞に正月の風物を織りまぜたシリーズ1 (2007)

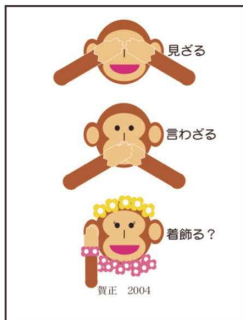


図12 干支の動物の韻をふんだシリーズ4 (2004)



図16 賀詞に正月の風物を織りまぜたシリーズ1 (2008)

しく〜」など、年始にまつわる風物やその年の干支をいくつか登場させ、年賀の挨拶、今年の決意などを表現したものとなっている。

(3) 英文の空耳によるデザイン

英文の空耳によるデザインでは、「New wish try woo, touch me, woman hits gem, shall toll anyway.」（子丑寅卯辰巳…）、「Shall more key color, Oh till.」（猿も木から落ちる）などがある。

筆者の年賀状の発想の方法を大まかに分類してみると、空耳（英文）で表現する（図1）、文字を干支の動物にイラスト化する（図2, 3, 4）、エレメントや部首など漢字の一部をイラスト化する（図5, 6, 7, 8）、干支の文字の韻をふんでデザインする（図9, 10, 11, 12）、正月の風物の絵を織りまぜた賀詞をデザインする（図13, 14, 15, 16）の5つに分類される。

2.2 発想の始まりと広がり

筆者が、年賀状において例えば「酉」を考える時、アイデアノートの中や辞書から、トリック、酉（取り）組み、写真を撮り、獲物を捕り、記録を録り…などと、酉にまつわる言葉や慣用句を探したり、考えたりしながら発想のきっかけや種を探るのである。また、「辰」であれば、教壇に立つ、タバコを断つ、新たな人生に起つ…、さらに、「子」ならば、根はまじめ、値がはずむ、いい音色…、いろいろがんばる「犬」には「ダックス奮闘」などとあれこれと思いをめぐらすところから始まるのである。

干支に関するだけでなく、「勤」が信念」のタイトルで意欲的に勤務する気持ちを表したり、「開けまして…（スタミナドリンクのふたを）」、「A Happy New Ear！（初夢ならぬ初耳）」のようにメッセージを送ったりした作品もある。

年賀状のほかに、緑色のものを売ってれば「よりどりみどり」、NEWSは「North, East, West, South（東西南北）の出来事」と考えるのである。教師が物忘れをすれば「痴呆（地方）公

務員」、高校生に「親孝行せい」、「よし、常の発想と美（義経の八艘跳び）」といったたぐいである。

2.3 その他の作品の発想

年賀状デザインにおける発想について検討を行ったが、これらの発想は筆者の他の作品にも現れている。次にこれらについて述べる。

(1) グラフィックデザイン作品

三菱商事株式会社の社内報連載記事、「暮らしと貿易」シリーズ（1981～83年）において、「現代版 二八そば」（そばの自給2，輸入8）、「先進国酒豪会議」（世界の酒の消費量比較）、「石油（thank you），very much」（原油の輸入依存）、暮らしに役立つ樹脂「暮らし（プラス）チック」、電気を消費する家電は「過電製品」などたくさんのキャッチコピーを作成している。本文のグラフでは、ガスの役割をイメージする文字とガ

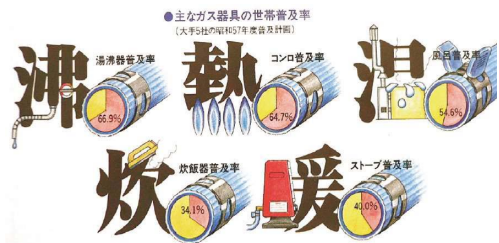


図17 データグラフシリーズ〈暮らしとガス〉（1982）

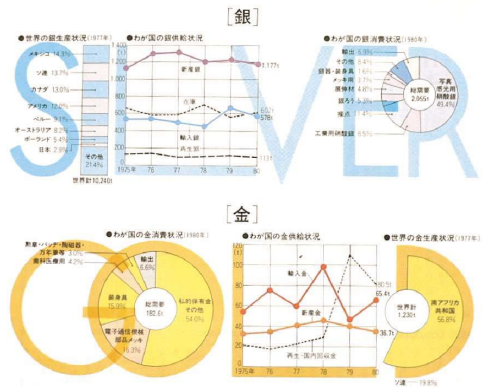


図18 データグラフシリーズ〈銀と金〉（1982）



図19 カレンダーデザイン (1983)

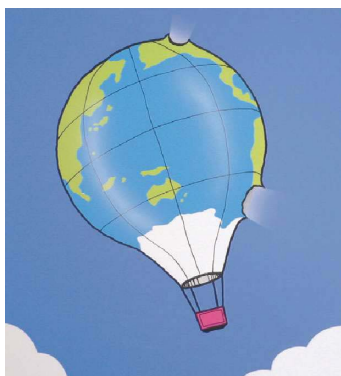


図20 「オゾン, 大損」(1997)



図21 「サンセイ雨, ハンタイ!」(1997)

ス器具のイラストを合体させたグラフ (図17) や金銀のデータと SILVER や GOLD の文字と棒グラフや折れ線グラフの合成 (図18) などのデータグラフシリーズを展開した。また、同商社木材部のカレンダーにおいては、各月の数字を工具や大工道具を用いてイラスト化したデザ

イン (図19) が採用された。

(2) 個人的制作活動

個人的な制作活動における作品を紹介する。環境問題をテーマにしたイラストレーションでは、「オゾン, 大損」(図20), 「サンセイ雨, ハンタイ!」(図21), 「ヒョウがない? 温暖化」, 「怪・重油, 現わる」などのタイトルのシリーズを作成した。

3. 発想のための情報源の整備

3.1 アイデアノートの活用

筆者は、「デザインには、柔軟で新しい発想が必要である」との考えから、前述のような思いつきや、新聞、雑誌、テレビ、会話など、日頃からおもしろい言葉、ユニークな表現、考え方など分野を問わずアンテナを張っておき、おもしろいと思ったこと、気づいたこと、アイデア、デザインなどを、できるだけアイデアノートにメモをすることにしていく。また、メモだけでなく、記事や広告の切り抜きをスクラップブックに貼ったり、アイデアの試作やパンフレットの実物などはクリアブックにファイルしたりして、いつでも閲覧できるようにしている。その際に、後で検索しやすくするために、ユニークアイデア、言葉遊び、諧謔、タイポグラフィといったキーワードごとに分類しておくのである。種々の制作活動では、それらの情報源をベースにして取り組んでおり、年賀状シリーズの一連のアイデアもすべて筆者のメモやスクラップなどを手がかりにして生まれているのである。

3.2 発想のトレーニング

毎日、デザイン分野に限らず、ことば遊び、シャレ、川柳など自由に考えたり、感じたりしたことをノートに書き留め、ひらめきの脳を鍛えるトレーニングを続けることにより、脳が活性化し、発想が豊かになると考える。

ビジュアル・コミュニケーション・トレーニングを行っている秋草孝氏は、「共通認識をアイ

デアのネタに使うことは最も基本」,「毎日ネタ帳を持ち歩き,手がかりになりそうな言葉やイメージを書き留めていく。～中略～変化こそがビジュアル・アイデアをつくる」と発想のための心の準備やネタ帳面の重要性などを唱えている³⁾。また,アイデア・マラソン発想法を提唱する樋口健夫氏は,オリジナルな発想をノートやパソコンに記録し,自然な思考の習慣を付ける方法で,「短時間であっても,発想を出すことを毎日,毎日,繰り返し,～中略～多くの発想を出すようになり,脳に発想の習慣が付く」とし,アイデアを豊かにするためには,思いついた発想やひらめきをノートに書き留め,周囲の人に話し,反応や意見を参考にして脳をトレーニングする必要性を唱えている⁴⁾。

4. 教育への活用

デザイン教育において,いろいろな媒体,場面において地道に情報を収集し,アイデアソースを蓄積しておくことをしなければ,いい発想,ひらめきは生まれないと確信している。

まず学生らに日常の講義,演習などの授業で,いろいろな広告媒体をはじめ印刷物,インターネットなどに様々なアイデアソースが隠れていることに注目させる必要がある。「○○のCMは?」「××のアイデアは…」などと,キャッチコピーや表現のアイデアなどに関心を高めていくように働きかける。次に,おもしろいこと,参考になることがあればアイデアノートやスクラップブックに情報をメモしたり,ファイルしたりする習慣をつけるように促し,各自数冊のノートやファイルを個々のオリジナル情報源とさせるのである。

そして,デザイン演習のポスターデザインや編集デザインなどのテーマにおいても,キャッ

チコピー,タイトルを考慮したり,アイキャッチの発想を考えたりする際に,諧謔や遊びを弄することも配慮するよう計画し,実際に集めたアイデアノートやスクラップブックの手がかりをもとにして,新しいデザインの発想やひらめきを導きながら制作の指導を行う必要がある。

5. ま と め

年賀状シリーズをはじめデータグラフや環境イラストレーションなどのデザインに見たように,筆者の発想の原点は,やはり諧謔であり,言葉遊び(駄洒落,地口,落語の下げ,ウイット,ユーモア,言葉のトリック)や視覚表現のシャレ(タイポグラフィ)である。その発想のもととなるひらめきや思いつきをメモしたアイデアノートやスクラップブックは欠かせない情報源の一つで,発想の重要な手がかりとなっている。

今後の課題としては,アイデアノートやスクラップブックについて,欲しい情報をより検索しやすくする,収集した情報の分類方法を工夫する,などがある。情報の収集を続けながら,新たな発想や表現を探り,いろいろなデザインや研究,学生の教育に活かしていきたいと考えている。

参 考 文 献

- 1) 福田繁雄: 福田繁雄のポスター, 光村図書, 1982
- 2) 福田繁雄: アイデアのエレメント, 美術出版社, 1997
- 3) 秋草 孝: 見えるアイデア ビジュアル・コミュニケーション・トレーニング塾, 毎日新聞社, 2008
- 4) 樋口健夫: 一冊のノートで始める力 続ける力をつけるー人生も仕事もうまくいくアイデアマラソン発想法, こう書房, 2008