

日本におけるエンタテインメントデザインの の成立性

Possibility of Entertainment Design in Japan

デザイン学科・非常勤講師
Department of Design・Part-Time Lecturer

江口 倫郎 Michiro EGUCHI

アブストラクト

エンタテインメントデザインという新しい概念のジャンルが米国で注目を集めている。エンタテインメントビジネスの発展を基盤とした、米国での先行事例を検討することで日本における可能性を考証した。日本でも既に素地は育っており、そのマルチメディア性とインタージャンル性を生かすことで新ビジネスの発展、そして新しい教育分野としても可能性は高い。

キーワード

エンタテインメント、マルチメディア、インタージャンル、概念化

1 はじめに

1.1 デザイン領域は拡大しているか？

デザインという概念が一般化すると共に、最初はレトリックとして使われていた「×××デザイン」も、徐々に実体化し領域が拡大化している。特に「デザイン思考」という言葉が提唱されて以来、美術・工学系以外の大学学部でもデザインを研究する学部が増え、そこではユーザーオリエンテッドな方法や手順が導入されている。最新の3Dプリンター技術を使用することで、スケッチやモデルのスキルをもった専門家でも物が作れるようになった点も寄与している。そのような状況ゆえ、領域は拡大しているといわれているが、現場のデザイナーにとっての実感は少ない。例えば「新しい教育のデザイン」といわれても、プロのデザイナーが呼ばれて仕事をする訳ではない。言葉として「デザインの新領域」等、標榜・追求されるが、具体的な新ジャンルの出現は少ない。つまり適用概念は拡大しているが、実感としての現場での領域拡大は少ないといえよう。

教育の現場においても同様の傾向が見られる。ここ数年、全国の傾向と同様に、中部地域でもデザイン系の学部やコースをもつ学校が増加しているが、そのディシプリンは旧来からのものが多く、新しいデザインジャンルを標榜するケースは少ない。基本的には、グラフィック系・プロダクト系・スペース系を核にして、イラストレーションを加えたり、組合せを変えたりして展開している。

そんな中、新しい概念としてユニバーサルデザインやサステイナブルデザインという概念が提唱され、時間をかけて定着化してきた。ただしUniversalやSustainableという言葉が形容詞であるように、領域というよりデザインに内包された理念や考え方として捉えられているといえよう。教育分野においても、多くのデザイン系の学校で教育方針として、ユニバーサルデザインが訴求され、また教科としても多くの学校が採用している。しかし学科として設定されているのは稀である。最近、キッズデザインという概念も提唱され啓蒙活動が始まって、新しい製品やサービスが期待されるが、キッズ・デザイナーという職種が現れるところまで進展するか、今後の動向を見守りたい。以上のように新ジャンルが発展し

ているとはいいい難い。では、全く新しいデザインジャンルの可能性はないのであろうか？

1.2 米国での新ムーブメント

そこで注目したいのが、今アメリカで成立・発展しつつある新ジャンルの「エンタテインメントデザイン」である。そのエンタテインメントデザインを標榜し、映画、出版、教育等の幅広い分野で活動しているのが2007年に設立された「ハリウッド・コンセプト・デザイン(HCD)」(写真1)である。メジャー映画の未来の世界に出てくるクリーチャー、クルマ、宇宙船、ガジェットや世界観そのものをデザインすることを目指している。

HCDの新しさは、そのテーマのみではなく、在り方にもある。企業ではなく、鈴木D. 美智子をプロデューサー&代表とし、様々な分野の有能なプロフェッショナルをメンバーとしたグループなのである。書籍“Alien Race”の著者スコット・ロバートソン、映画「アバター(2009)」 「スタートレック2009」のクリーチャーをデザインしたネビル・ページ(写真2)、映画「マイノリティ・レポート(2007)」 「バットマン ビギンズ(2005)」の自動車デザインしたハラルド・ベルカー、映画「オブリビオン(2013)」の飛行体をデザインしたダニエル・サイモン、というそうそうたるメンバーである。また鈴木は後述する映画「ブレードランナー」のデザイナーとして、また「オブラゴン(1985)」や「センチネル(1979)」等の作品集で日本でも有名になったシド・ミードのプロデューサーも務める。ダニエル・サイモンは作品集「コズミック・モーターズ(2007)」が日本でも出版され好評を得ている。

なかでも、スコット・ロバートソンはデザイナーとして活躍するとともに、教育面にも力を注ぎ、アートセンター(ACCD)にエンタテインメントデザインコースを設立したり、オンラインでの描画テクニック講座を設けたりする他、普及のための出版活動にもエネルギーを注ぎ、実績を積み重ねている。彼らだけではなく、米国内のエンタテインメントデザインへの志向は増えており、ACCD以外にも学科やコースを追加する学校も増えている。

HOLLYWOOD CONCEPT DESIGN
hcd_michiko@mac.com



下記にあります。我々のチームメンバーに関する履歴を見てくださいと、「ハリウッド・コンセプト・デザイン」をよりご理解いただけることと思います。もしグループとして、または個々のデザイナーとして、貴社のプロジェクトのお役に立てることがありましたら、鈴木D.美智子まで日本語でご連絡下さい。



SCOTT ROBERTSON
スコット・ロバートソン



NEVILLE PAGE
ネビル・ページ



MICHIKO S. DURINSKI
鈴木D.美智子



HARALD BELKER
ハラルド・ベルカー



DANIEL SIMON
ダニエル・サイモン

写真1:ハリウッド・コンセプト・デザイン・ホームページ(HCD, 2014)

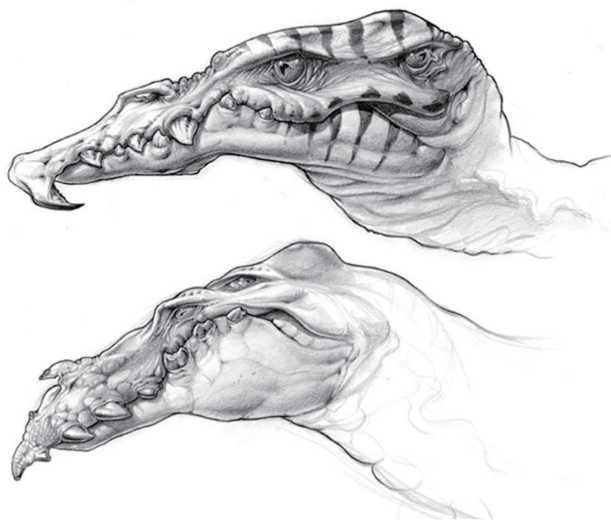


写真2:ネビル・ページ作品(HCD, 2014)

このような、映画を始めとするエンタテインメント産業を対象とするデザインビジネスは日本でも可能性が高いのではないかとエンタテインメント産業自体は既に日本でも幅広く展開し実績もある。それらを背景に、新規の職域として概念化することで、新しい領域となり得るのではないだろうか？

本論文の狙いは、アメリカの最新の事例を紹介するとともに、日本の状況と比較・分析することで、日本における新しいデザインジャンルとして提言することにある。

2 米国における展開事例

最近になって、車を始めとしたエンタテインメントデザインを効果的に映画で使用した例が目立ってきた。「マイノリティ・レポート(2007)」では、米国トヨタ自動車の協力により近未来を設定したLEXUS2053が主人公の車として使われるとともに、都市内の移動用に水平&垂直移動をするモビリティシステムが新たにデザインされ、未来感を演出していた。このLEXUS2053は24分の1と43分の1のミニチュアモデルが作られ市販された。

「オブリビオン(2013)」では、先述したダニエル・サイモンのデザインになるヘリコプターのような新型の飛行体が登場し、未来感とリアリティを上手く両立させていた。この映画では主人公の生活する空間や建物も未来的な形態としてデザインされており、古い空間との対比が映画における説得力を高めていた。

米国でも、過去には業界の中だけでデザイン処理をしていた時代が長く続き、必ずしもデザインレベルの高い作品が多かったわけではない。「宇宙戦争(1953)」等、円盤のデザインに関心が高まったものもあり、SF映画はデザインがキープポイント(中子, 2013)という認識もあったが、メディアを越えての展開はなかなか困難であった。しかし、カードデザインからプロダクトデザイン、ファッションデザイン等のインタージャンルな独自の世界を構築した点で、現

在のエンタテインメントデザインの先駆けとなった映画が1980年代に登場した。

2.1 「ブレードランナー」とシド・ミード

それが、映画「ブレードランナー(1982)」であり、その展開事例について検証する。この映画をとりあげたのは、映画としても、デザインに対しても評価が高く、現在に至るまで長年にわたって幅広く他のメディアへの拡散効果があったからである。それまでの映画とは異なり、外部の有能なプロフェッショナルデザイナーを採用することで高い表現力と説得力をもち、多くの共感者を獲得した点も重要である。

原作はフィリップ・K・ディックの小説「アンドロイドは電気羊の夢を見るか?」(1977)であるが、監督のリドリー・スコットは原作を読んでいない(町山, 2006)ともいわれ、彼独自のビジュアル感覚で新たな世界観を生み出した。そこには監督の視覚センスに加え、彼の要望を的確にビジュアライズできる有能なデザイナーの存在が欠かせなかったのである。この映画に登場した「スピナー」を始めとする自動車群や、登場人物が使用する拳銃を始めとするプロップ(撮影用大道具&小道具)は日本でも有名なシド・ミードによりデザインされた。今でも本作が高い評価を受けている一因は彼のデザイン性の高さにあるといっても良い。彼の美術的背景が常にきちんとした産業的推測に裏打ちされたものである(Sammon, 1996)ことが要因であった。

この映画は公開当時、不入りで失敗作とされたが、徐々に評価が上がってきた。筆者は公開当時、米国のACCDに留学中だったが、同級生たちの評価も高く、一般の評価の低さは当時感じられなかった。少なくともデザイナー、デザイン学生たちの評価は高く必見だった。公開と同時に出版されたデザインスケッチ集にはインタージャンル性を示す、様々な分野のスケッチが紹介されている。(写真3)

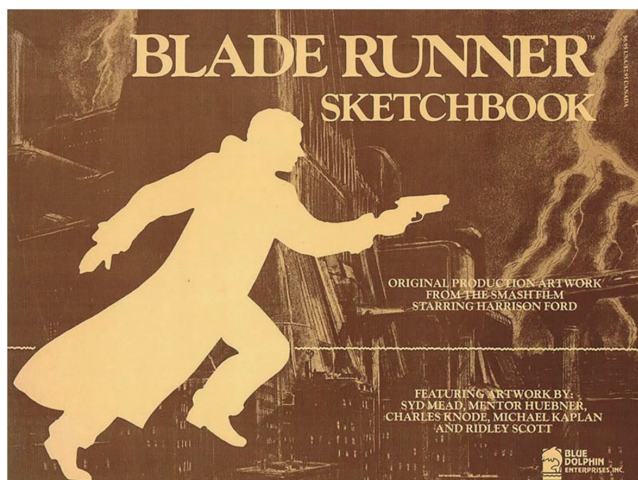


写真3:ブレードランナー・スケッチブック(Mead et al., 1982)

2.2 DVD販売

映画としての評価は、公開当初は高くなかったが、ビデオの普及も後押しし、序々に評価が上がっていった。公開後15年も経過してから日本において解説本の「メイキング・オブ・ブレードランナー」が出版されたことから、その特異な経緯がわかるだろう。

ビデオに関しても、最初の公開版に加え、ディレクターズカット版が後で発売されたり、DVDに各種のノヴェリティを加えた記念版が度重なって発売されている。2007年には、【10,000セット限定生産】『ブレードランナー』製作25周年記念 アルティメット・コレクターズ・エディション・プレミアム(5枚組み) [DVD]が(写真4)、2012年には、【5000セット限定生産】ブレードランナー 製作30周年記念 コレクターズBOX [Blu-ray]が高価にも関わらず繰り返し販売された。例えば、25周年記念エディションの内容をみると、「オリジナル劇場版(1982)」、「インターナショナル劇場版(1982)」、音声・画質をリマスターした「ディレクターズカット最終版(1992)」、リドリー・スコットにより再編集された「ファイナル・カット(2007)」と、メイキングの長編ドキュメンタリー、視覚効果やスタッフについての映像特典ディスク、未公開のワークプリント版本編というDVD映像に加え、シド・ミード他の絵コンテ集、チェンジング・レンティキュラー(特殊レンズカード)、映画に登場する自動車「スピナー」レプリカ(写真5)、小道具のユニコーンフィギュアが含まれた豪華オリジナル・アイテムが、アタッシュケース風の立派なプラスチックケースに収納されて、マニア心をくすぐる仕掛けとなっている。

このように、映像以外にも映画の中で使われた自動車やプロップの模型や複製が作られ、映画だけではない他のジャンルのマニアも惹きつけてきたマルチメディア性も、この映画の特徴である。



写真4:25周年記念コレクターズ・エディション

2.3 ミニチュアモデル

特に、シド・ミードによるデザインの評価は今でも高く、模型やレプリカ・玩具がいくつか商品化されている。一番多いのは、やはり最も未来性を感じさせるスピナーであり、「1/43 スピナー(フジミ模型)」・「1/24 スピナー(フジミ模型)」・「ブレードランナー スピナー(レゴ)」・「Spinner from Blade Runner - Custom LEGO Model (ICHIBAN Toys)」といったミニチュアモデルが、当時はなかったが最近になって市販されるようになった。特に日本での評価が高く、日本製が多い。スピナー以外の地味なパトカー等の模型＝「1/24 デッカーードセダン(フジミ模型)」・「1/24 ポリスカー No.27(フジミ模型)」も、日本のメーカーから発売されている。

また自動車だけではなく、主人公たちの使う特殊な小道具も評価が高い。これらの周辺環境を形作る道具類のデザインは、〈レトロフィッティング〉というリドリーのアイデアをベースにしており(Sammon, 1996)、未来感と現実感を両立させている。〈レトロフィッティング〉は既存のものに新しい造形処理を施す手法をいい、代表的なのが主人公が使用する「ブラスター」と名付けられた拳銃である。最近になってこちらも日本で新しいモデルが作られ、市販されている。安いラバー製のものに加え、日本の高い技術を使って生産された精巧で高価なレプリカが、海外のマニアにも海を超えて売られているという状況がある。



写真5:スピナー・ミニチュアカー

2.4 学校教育

米国においては、教育の現場でもエンタテインメントデザインの息吹が感じられるようになってきた。絶対的な数はまだ多くはないが、その発展可能性や学生達の熱い意欲を感じさせる姿勢が注目を浴び、次の9つの大学がイノベティブなエンタテインメントデザインのプログラムを用意している(Rachel, 2013)。

Carnegie Mellon Masters of Entertainment Technology (MET) .

Art Institute of Pittsburgh Entertainment Design Bachelor of Science (BS)

Savannah College of Art and Design Themed Entertainment Design Master of Fine Arts (MFA)

Art Center College of Design Entertainment Design Bachelor of Science (BS) .

Eastern Michigan University Entertainment Design and Technology Bachelor of Arts (BA) .

Ohlone College Entertainment Design & Technology Program (EDT)

Associates Degree . Valencia College Entertainment Design and Technology Associate in Science (AS) . Miami Dade College School of Entertainment & Design Technology (SEDTE) .

Broadview University Entertainment Design Bachelor of Fine Arts (BFA)

この他に学位とならない1校があげられている。

Gnomon School Entertainment Design (no degree) .

以上のように、既存のデザイン学校と同様、美術系と科学系に分かれて、それぞれの特徴を指向している。その中から美術系で日本でもよく知られ、評価も高く、活動も活発的なArt Center College of Design (ACCD)の例を検証していく。

2.5 ACCDの例

この学校の教育コースはAdvertising, Entertainment Design, Environmental Design, Film, Fine Art, Graphic Design, Illustration, Interaction Design, Photography and Imaging, Product Design and Transportation Designとなっている。絵画や写真を除いたデザインに関するコースは、名前は異なるものの、グラフィック系・プロダクト系・スペース系を基本としている。昔からの特徴として、一般的にはプロダクトデザインコースに内包されてしまう自動車のデザインを別コースとして設定し、特化した教育を採用することで、この分野における世界的な評価が高い。

この内、エンタテインメントデザインコースは2007年から新たに設置された。学部長としてスコット・ロバートソンが就任し、現場で活躍しているデザイナー達が講師陣となっている。またこの分野で既に実績のある、前章で紹介したデザイナー達が先輩にいても特色として謳っている。中でもスコットは自分自身の出版社をもち、多くのデザイナーの作品を紹介してデザインの啓蒙やデザイナーの紹介に努めている。その中に本学科を紹介した書籍「エンタテインメントの未来/in the future」(Robertson & ACCD, 2007) (写真6)があり、その巻頭文にエンタテインメントデザインの特徴と教育内容が凝縮されているので、ここに抜粋する。

3 日本におけるエンタテインメントビジネスの状況

私はインダストリアルデザインとイラストレーションの架け橋となるエンターテインメントデザインカリキュラムを編成し、この分野に関心を持つ生徒の目標に沿ったコースを開設しました。(中略)従来、インダストリアルデザイナーの専門スキルを身につけた生徒がエンターテインメント業界の一流コンセプトデザイナーを目指す場合には、特定の分野が大きな弱点となる傾向がありました。たとえば人物デザイン、画面の構図、色彩理論、説話(叙事的な)イラストレーションといった分野です。逆に従来のイラストレーションの生徒は、技術的なパースペクティブの作成、オブジェクトのスタイリング、モデル構築、デザインの方法論といった面で弱点を抱えていました。当校の新しいエンターテインメントプログラムは、それぞれの学科にあるこうした弱点を補い、向上させることを目指しています。

以上のように、既存のコースがもっているマルチメディア性を生かすことで、新しい領域をリードしていこうという意志が感じられる。既に生徒たちの実績を紹介する作品集も数冊出版されており、その高い教育レベルと、新しい領域に挑戦する姿勢をアピールしている。

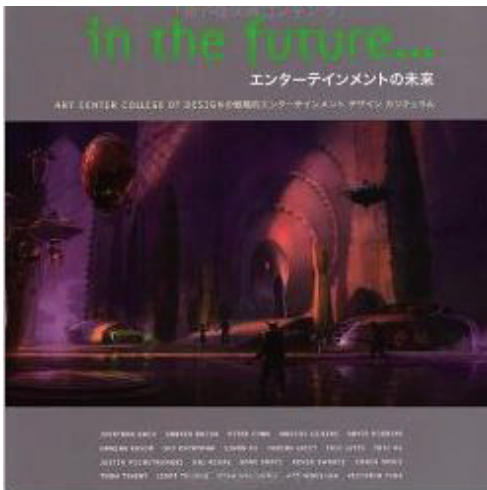


写真6: ACCD学生による作品集(Robertson & ACCD, 2007)

このように、実際の仕事をベースにした教師が教え、書籍による紹介と啓蒙活動をすることで、積極的にこの新しいデザインジャンルの開拓を推進している。またACCDの特徴としてその立地がある。同じロスアンゼルス地区には米国映画産業の中心となっているハリウッドがあり、コースの設立以前から卒業生が活躍してきた歴史がある。人材的つながりもあり、能力があれば直ぐに活躍できる環境がある点も強みである。既に優秀な卒業生も輩出しており、今後この分野の発展が期待される。

3.1 分類と認識の違い

ヴォーゲル(2013)によると米国のエンタテインメント産業は、大きく、①メディアを使ったエンタテインメントと、②ライブ・エンタテインメントに分けられ、各々は次のように分類されている。

①メディアを使ったエンタテインメント

- 映画
- テレビ
- 音楽
- 放送
- ケーブル・テレビ
- 出版
- 玩具とゲーム

②ライブ・エンタテインメント

- ギャンブル
- スポーツ
- パフォーマンス・アーツ
- 遊園地とテーマパーク

当然ながらその多くは日本の分類と重なるが、このメディア系とライブ系という分類は、情報産業とイベント産業に相当し、その概念の広さがわかる。

翻って日本ではどのような状況だろう?エンタテインメントデザインをビジネスとして成り立たせる可能性があるのだろうか?先ず指摘したいのがエンタテインメント自体に対する認識の狭さである。必ずしもこの分野に対する認識が弱い訳ではなく、月刊の専門誌も存在する。その「日経エンタテインメント」誌(小川, 2013)の目次に見るコンテンツの分類は、下記となる。

- ・テレビ(バラエティ・ドラマ・CM)。
- ・音楽(邦楽・洋楽)。
- ・本(マンガ・小説)。
- ・ゲーム。アニメ。映画(邦画・洋画)

米国での認識と比べるとはるかに狭いといえよう。また、就職ガイド誌(石川, 2003)に見る展開では、①音楽、②テレビ・ラジオ、③映像、④出版・編集、⑤ファッション、⑥ゲーム、⑦広告、⑧デザインがリストアップされている。ファッションやデザインが加わり、その分類法に関しては興味深い、まだその守備範囲は狭いといえるだろう。今後日本でも米国同様に、玩具、ギャンブル、スポーツ、パフォーマンス・アーツ、遊園地、テーマパーク等が加わる余地がある。これらの内、ギャンブルを除いては日本でも長く大きな実績がある産業なので、これらをエンタテインメントとして再認識し、デザインの対象として取り扱っていくことで、エンタテインメントデザインの世界が大きく広がっていく可能性があるといえよう。

3.2 教育の状況

実は日本にも既に、エンタテインメントデザインをコースとして設定している学校はある。先ず大学では、東海大学が教養学部芸術学科デザイン学課程内に、グラフィックデザイン、プロダクトデザイン、インテリアデザイン、アーティスティックデザインという従来からの定番コースに加え、エンタテインメントデザインのコースを設定している。その新しい分野に挑戦する姿勢はたのしいが、今のところその作品の内容をみると、旧来の狭い対象内で制作が行われているようである。今後、他のコースをもつ強みを生かして、幅広いエンタテインメントの世界を対象とした、インタージャンル型の作品制作へと発展できる可能性がある。

また大学ではないが、関西に大阪エンタテインメントデザイン専門学校が2014年4月の開校を目指して準備中である(2014年1月現在)。この学校にはキャラクターコンテンツ学科と、タレント学科の2学科があり、後者は声優やダンサー・パフォーマーを育てる点で興味深い。ただし前者はマンガ家やアニメーター、ゲームのプログラマーの育成を目指しており、大阪総合漫画芸術ミュージアムを付設する等、内容は充実しているが、エンタテインメント全体を対象とするのではなく、エンタテインメント・コンテンツ産業を対象としている点で、まだ狭いといえる。今後、実績を積み重ね、更に対象を広げて、コンテンツという中身の創造者だけではなく、ファミリーという設備や構造物の創造までも目指すクリエイターを輩出するという可能性が考えられる。

このように、まだ日本では米国のエンタテインメント系のデザイン学校のような、幅の広がりや成立していない。しかしACCDでみたように、インダストリアルデザインやイラストレーション等、既存のコースや講師陣を活用することで、新コースを設定することは困難ではない。今後の産業は、モノ作りからサービス産業へと移行すると言われており、エンタテインメントデザインという切り口は、上手く両者を橋渡しできる筈であり、教育への期待も今後高まるであろう。

3.3 日本における実例

米国とは異なり、日本映画において専門デザイナーが外部から参画し協働するケースは知られていないが、日本の自動車メーカーがアジアにおける映画製作に協力することで、間接的にエンタテインメントデザインを実行した例を紹介する。三菱自動車が協賛し、カスタムデザインの車を提供し、映画の小道具として使用されたのが、「龍兄虎弟・サンダーアーム(1986)」における「ミラージュ・スパイダー」である(江口, 2014b)。主役のジャッキー・チェンはそれ以前の「キャノンボール2(1983)」に出演した際に、日本車の三菱・スタリオンに乗っているおり、以後、三菱はジャッキーの多くの作品に車両協力として参加(三船, 2013)している。「スパルタンX(1984)」における三菱デリカバンを改造したスパルタン号、

「デッドヒート(1995)」において使われた三菱ランサーエボリューションIII、GTO、FTOのように、生産車が使用されたケースは多々あったが、「龍兄虎弟・サンダーアーム(1986)」では生産車そのままではなく特別にデザイン・製作された車が3台と、デザインイメージを合わせて特別に製作された超小型3輪車が使用された点に特徴がある。

このコルト・スパイダーは、今回の映画の目玉のひとつになっている。三菱自動車が数年前から未来車として開発したもので、特製のエアロ・パーツからコンピューター制御によるTVモニターまで装備されている、すごい車なのだ。

改造費をふくめて三千万円もかかったといわれるこの未来車には、もうひとつの秘密兵器が内蔵されており、あとで展開するカーチェイスで観客をあっ！と驚かせる。(スカイランダム, 1986)

以上に記述されたように、生産車そのままでは表現できなかったスペシャル感と、全くの未来車にはないリアル感のバランスが映画におけるエンタテインメント性を効果的に演出していた。ミニチュアカーが作られたりするような、マルチメディア性はもつことができなかった点は残念である。しかし現在に至っても雑誌等で取り上げられている点で、協賛した企業にとっても長期にわたるメリットがあり、日本においても米国映画のようなエンタテインメントデザインが可能なのことがわかる。また、漫画に登場する車のミニチュアカーが作られたり、逆に後から実車が作られた「スピードレーサー(2008)(日本名:マッハGOGOGO)」(写真7)のような例も存在する。今後、このような過去の実績と米国での展開を参照することで、日本におけるモノ作りの特質を生かしながら、エンタテインメントデザインを確立・発展させていくことは十分に可能性がある。



写真7:スピードレーサー

4 結論

4.1 日本での可能性

以上で述べたように、エンタテインメントというビジネスのすそ野の広がり大きく、日本におけるビジネスは、これまで積み重ねてきた実績を生かしながら、新たな領域を加えて行くことで、大きく育つ可能性がある。そのエンタテインメントビジネスを対象とするエンタテインメントデザインも、その豊かな産業基盤と、そのマルチメディア性を生かした展開により、デザインジャンルとして大きく育つポテンシャルを秘めているといつて良い。

そのためには、インダストリアルを始めとして幅広いジャンルのデザインやアート、映像等の幅広い職能が必要とされる。つまり、多くのデザイナーにとってエンタテインメント産業は新しいクライアントになり得る。必要なことはエンタテインメントデザインを核に、入口としてのジャンル群と、出口としてのメディア群がお互いにコンテンツを還流させ、相乗効果を発揮することで大きな経済効果を生み出すことだろう(図1)。

例えば、企業によって協賛・提供された車をベースにカスタムカーを製作し、映画に採用・登場させることで最初の価値を生む。そのデザインをベースにミニチュアカーや玩具、キッズ用の車を展開する。実車はテーマパークや遊園地に展示することで観光客を誘致する。そのテーマパークでは同じデザインのキッズカーで子供が遊ぶ。そんな展開ができることが望まれる。

また、エンタテインメントデザインを教育することも付随的かつ、助成のために必要となり、新規のコースとして伸展する可能性が高い。多くのデザイン系学部が既に備えているデザインのコースを、インタージャンルの生かすことで、新しい分野ではありながら比較的容易に教育を始めることができるであろう。

このように、今後日本においてエンタテインメントを核とする、ビジネス・デザイン・教育は有望である。しかし、当然ながら、このまま何もしない状態では進展は始まらない。エンタテインメントデザインの環境を整備していくためには、いくつかの条件が必要である。

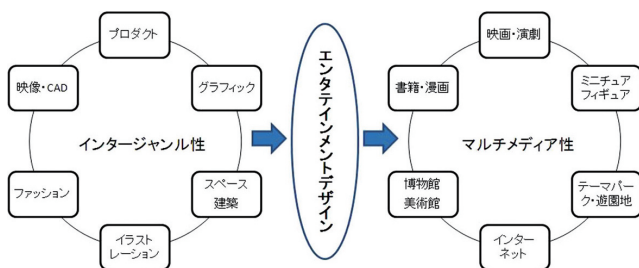


図1: エンタテインメントデザインの入口と出口

4.2 概念化と宣言

例えば過去に、コピーライターという職業が、本来ならば裏方であるはずの(中略)人たちが先端クリエイターとして脚光を浴び(齊藤, 2002)て、職能を確立していったように、新しい領域を担う人たちが、新たな領域を概念化し、宣言することが、その成立と認知には必要である。

またその数が多くなれば、有志が集まり団体として発言するためには組織の必要性(岩田, 2010)も検討されるべきであろう。

何か組織が必要だということが明らかになった。(中略)そこで私たちは10人の有名なデザイナーの協力を要請し、1944年にはインダストリアル・デザイナー協会(SID)が誕生した。(Loewy, 1950)

インダストリアルデザインもこのようにして先人たちにより確立されたのである。

エンタテインメントは過去に先行した音楽産業等の事例により、アミューズメントのイメージが強いが、「エンタテインメントとは、人々が、したり、聞いたり、見たりすることを楽しんだり、待ち望むような活動の集合体である」(ヴォーゲル, 2013)。2013年、東京オリンピック2020の招致が決定された。実はEntertainmentには、「おもてなし」という意味合いも含まれている。つまりオリンピックというのは、スポーツというエンタテインメントのジャンルにおいて、おもてなしというエンタテインメント性が発揮されるべき典型的な状況といえる。デザイン界もこの機会を「次の時代に新たに必要とされるデザイン分野を開拓する活動(日本デザイン振興会, 2013)」としており、本稿で取り上げたエンタテインメントデザインの概念を採用することで、強い説得力をもつことができる。

なお、本稿は日本では確立してない新しいデザイン概念の提言であり、現在の段階ではあくまでデザイナーサイドからの視点でまとめられている。よってデザインを発注し、受け取る側からの視点での検証が欠けている。また実現のためには、米国映画産業のようにプロップ類をデザインから制作まで遂行できるような組織づくりも必要と考えられる。今後は、本稿での提案内容を映像や演劇・テーマパーク等、実際にデザインや道具類を運用するサイドからの意見も聴取し、検討事項として加えることで、より精度と信頼性の高い提案へと今後進展させていきたい。

引用文献

江口倫郎(2014b,本号). エンタテインメントデザイン:ジャッキー・チェン
のためのミラージュ・スパイダーとアウトランダーSF-EV. 『名古屋学芸大
学メディア造形学部研究紀要』, 2014 vol.7.

Hollywood Concept Design Group (2014).

<http://www.hollywood-concept-design.com/>

石川加奈・エンタテインメント業界リサーチ(編)(2003). 『エンタテインメ
ント業界就職』, 〈2005年版〉8. デザイン. 東京:DAI-X出版.

岩田彩子(2010). 『職能集団組織としてのJIDA の生誕と活動に関する
研究』. 千葉大学学位申請論文.

Loewy, Raymond(1950). **Never leave well enough alone.**

Simon and Schuster, New York. (藤山一郎 訳(1981). 『口紅から機関車
まで:インダストリアルデザイナーの個人的記録』. 東京:鹿島出版会.)

町山智浩(2006). 『ブレードランナーの未来世紀』. 東京:洋泉社.

Mead, Syd et al. (1982). **BRADE RUNNER SKETCHBOOK.** CA: Blue
Dolphin Enterprise.

三船修次(編)(2013). 『語れ! ジャッキー・チェン』, ベストムックシリーズ
94. 東京:KKベストセラーズ.

中子真治(2013). 『中子真治SF映画評集成:ハリウッド80's SFX映画最
前線』. 東京:洋泉社.

小川仁志(編)(2013). 『日経エンタテインメント!』, 2014年1月号
No.202. 東京:日経BP社.

大阪エンタテインメントデザイン専門学校(2013). 学校案内.

Robertson, Scott & ACCD・Bスプラウト(訳)(2007). 『エンタテインメン
トの未来 / in the future』. 東京:ボーンデジタル.

齊藤美奈子(2002). 『文壇アイドル論』. 東京:岩波書店.

Sammon, Paul M. (1996). **FUTURE NOIR: The Making of BRADE RUNNER.**
N.Y. Harper Collins Publishers. (品川四郎(訳)(1997). 『メイキング・オ
ブ・ブレードランナー』. 東京:ソニー・マガジズ.)

スカイランダム社(編)(1986). 『サンダーアーム: 奇跡のジャッキー』. 東
京:実業の日本社.

Rachel, S. (2013). **9 Schools Offering Innovative Entertainment Design
Programs.**

<http://entertainmentdesigner.com/news/9-schools-offering-innovative-entertainment-design-programs/>

ヴォーゲル, L. ハロルド・助川たかね(訳)(2013). 『ハロルド・ヴォーゲル
のエンタテインメントビジネス:その産業構造と経済・金融・マーケティング』.
東京:慶応義塾大学出版.