



www.tenpla.net

プラネタリウム

vol.
152

今月のお題

.....

デザイン展のデザイン

情報をいかに人に届けるか。尽きない悩みのヒントになる展示に出会いました。

高梨直統 (東京大学) / 平松正顕 (国立天文台チリ観測所)

今国立天文台のアルマ望遠鏡広報担当である筆者(平松)は、いろいろな場でアルマ望遠鏡についての展示を企画する機会があります。国立天文台の特別公開や他の研究機関との合同シンポジウム、科学館での展示協力などです。天文関連の展示で難しいのは、やはり「現物」を出しづらなこと。天体そのものはもちろん、地球の反対側にあるアルマ望遠鏡ではその一部を展示するのも難しく、どうしても説明と画像を入れたパネル展示が主体になってしまいます。どうしたら魅力的で多くの人に見てもらえる展示が作れるのか、頭を悩ませています。

という職業柄、いろいろな展示物もそういう目で見えるようになってしまったのですが、最近見た展示で興味深かったのが、六本木の21_21 DESIGN SIGHTで開催中の「デザインの解剖展」。ここでは、明治の「きのこの山」「ミルクチョコレート」「エッセルスーパーカップ」「おいしい牛乳」の4製品について、デザインを切り口にした非常に詳細

な解説(ある意味では研究成果)が展示されていました。例えば「きのこの山」のチョコ部分の形状、作り方、栄養学的な成分、パッケージデザイン、ロゴのフォント、箱の設計、紙質など40を超えるトピックについて、時に1000字を超える膨大な文字解説でその意味を読み解いていきます。巨大な「きのこ」や「牛乳パック」の模型はあれど、あくまでも展示の中心は文字。

もちろんちらっと見てとどろん先に行く人も多いのですが、驚いたのは立ち止まって読んでいる人が予想以上に多かったこと。字を大きくして字数を減らして図を入れて、とこれまでのパネル展示で苦勞してきたのは何だったのか。そんな気分になさなってしまうほど。

推測するに、誰もが日常の中で触れている品物に秘められた意味を見出す、その面白さが膨大な文字情報に相対する動機になっているのかもしれませんが。対象をうまく選び、きっかけさえあれば読解に手間のかかる



デザインの解剖展の展示。細く区切った説明板をたくさん並べたのも、読みやすさを考えたデザインでしょう。

ものでも読んでもらえる、というのは発見でした。久方ぶりの巨大な月が話題になりましたが、あれも身近な月と地球の関係を解説するよい機会だったといえるでしょう。そもそも身近ではないアルマ望遠鏡の解説では同じ手法は使えないかもしれませんが、ディープな世界の一端を見せる方法としては面白い手のように思えました。