

## NIKE原宿店 AIR FORCE ONE 店舗内 アートワーク制作について

丸山 喬平  
服飾芸術科

### 1、はじめに

NIKE原宿店でのディスプレイにて、菅原小春をイメージとし、人体をモチーフとしたアートワークの制作に、主に人体制作という形で協力を行った。このたびの研究年報では、コンセプトやイメージを固めるまでのプロセスと製作過程を交え、商業施設の中での視覚芸術のありようについて私の意見を述べようと思う。

通常、衣服や靴関係のディスプレイや展示見本、アートワークを行う際、人のシルエットとしてはボディを扱うことが多いが、今回は人の形を記号としてだけではなく、躍動感などを含めた一つの表現として扱いたいというような希望があり、仕事の依頼をいただいた。

アート、芸術の作品を制作するにあたり、素材を扱いながら生じる味や亀裂なども、色や形の響き合いを見た上で残すことがあり、それらの要素が作品の方向性に大きくかかわることがある。しかし今回のようにブランドのイメージを重視した制作の場合、造形に作家の主観が入りすぎるとブランドのイメージを損ねる可能性もあるため、普遍性を持った優れた造形とは何かをより慎重に考え、作業を進める必要があった。また、作品を見るのが美術館やギャラリーの鑑賞者ではなくNIKEの商品を求めて来店する顧客であるということも、作品に含むコンセプトはあくまでNIKEの提案を重視し、一見して如何にそのコンセプトをより強く訴えるものを現せるかが重要であり、形の面白みの追求、主観と、提案されたコンセプトの要点を如何に客観的に判別し、作品に反映させていくかが難しい点の一つであった。

### 2、スケジュール、コンセプト等

制作の依頼があったのは10月20日、作品の搬出は11月20日、その時点で全体のキーワードはあるものの、具体的なコンセプトやイメージは何もない状態であった。

キーワードとしては

- NIKEの新商品を含むAIR FORCE ONEの広告としてのアートワーク
- イメージキャラクターとしてダンサーの菅原小春を起用しており、アートワークに関しても菅原小春のダンスや動きなどのイメージを踏襲すること等があった。

10月22日(日)にNIKE原宿店に展示場の視察に伺う。通常アパレルのウィンドウディスプレイは店舗の外からガラス越しに見た時に映えるよう物の配置や造形を考える場合が多いが、今回は店舗内の中央に展示台があり、それを360度どこからでも見ることができるのが特徴である。(図1) 素材として当初FRPなどの樹脂系素材も検討されたが、製作期間が短期間であること、作品から有機溶剤のガスが完全に抜け切らないなどの問題があるため困難とされた。



図1

これまでNIKEではディスプレイやアートワークにて人やロゴのシルエットを扱った立体構造は多く扱われてきたが、今回は菅原小春のダンスの特徴を踏まえた造形が重要視されるため、スピード感や有機的な印象を与えるという点や、アメリカのスポーツはストリートバスケットなどのイメージも強く関係しており、グラフィティやジャンクアートなどの要素も活かすことができるという点なども含め素材を検討した結果、私自身が素材として制作に用いることが多い垂木を使用した制作方法を取ることにした。バスケットシューズのAIR FORCE ONE (図2)の広告としての意識としては、バスケットボールやAIR FORCE ONEのパーツを分解し、作品の一部として使用するなどの案も上がった。また、AIR FORCE ONEというネーミングは靴にアメリカ空軍の力強さを持たせるという意味が込められており、ニューヨークでのNIKEのアートワークでは空軍が用いるパラシュートジャケットやマスクのイメージが用いられているものもあり (図3)、それらもイメージの参考とし、ラフスケッチの提案から制作がスタートした。

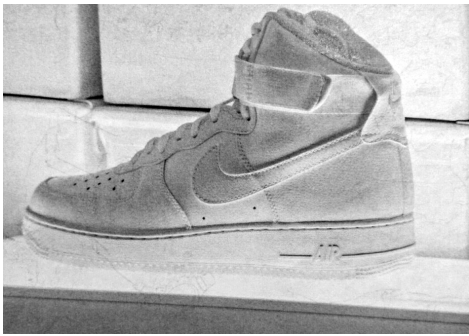


図2



図3

### 3、制作プラン

「動き」を立体作品として落とし込むにあたり、扱う形が単体か複数かでも意識が異なる。人が「動き」を認識するにあたり、何かしらの形が空間の中を移動している状態を見たときに、「動き」を意識する。移動には時間の経過が伴うため、様々な作品で、動かない作品でいかに動きを表現するかは大きな課題とされてきた。基本的には動きの中の一瞬を如何に正確に写し取るかが重要な問題とされてきたが、カメラの発達により連続写真が撮影できるようになると、一つの動きを、複数の、残像を用いるかのような表現にて現す動きも起こった。(マルセルデュシャン、ボッチョーニなど) 単体での人体制作における動きの表現においては、人の視線が形を追う際にも時間は経過しているため、足、腰、肩、腕、頭の軸をそれぞれ実際の傾きよりも強調するなどの工夫がなされることが多い。

菅原小春はJPOPやロックのバンドのバックダンサーとしても活躍しており、比較的アップテンポなダンスが多く、その躍動感を出すため、人体を天井から吊り下げ、飛び跳ねている状態の案を提案し、強度や安全面などの都合も含め検討した結果、つま先で床を蹴るという形状で、台上に接点を作り、上からもワイヤーで固定する方法が採用された。(図4) 動きの表現の強調という点で、鑑賞者の視点をたどらせる意図として、膝、腰、肩、指先へと、どの方向から見たときもどこかしらで形がらせん状に流れていくことを意識した構成とした。

ダンスを踊る人体のオブジェのほか、動きや音楽のリズム、勢いなどのイメージとして、はじめにAIR FORCE ONEのロゴの入った帯を纏わせ、漂わせる案が出たが、力強さなどのバランスを考えていく中で、垂木をらせん状に配置し、その中にロゴの入った帯を交わせ、それらの合間にネオンを配置し作品全体の勢いを強調することとなった。(図5)

垂木を扱っての人体制作のイメージを伝えるにあたり、過去の自身の作品のイメージのみでは上手く伝えることが困難であったため、いくつかのドローイングや既存の作家の作品のイメージを用いてプレゼンテーションを行った。写実的な描写ではなく、面や辺の直線的な勢いを重視した、ポリゴンのような

なイメージも交わった構成であることや、最終的にはAIR FORCE ONEのイメージを重視し、全体を白で統一するなどの内容が決定した。

ポリゴンの表現については近年3Dプリンターの発展が目覚しいが、技術的には先端であっても、基本的な形の捉え方に関しては非常にシンプルであり、最終的にはそのソフトを扱う人間の造形力によるところが大きい。今回は木片を一つ一つバンドソーにてカットし、手作業で立体を制作したが、特徴としては扱う素材が垂木であり、それらが並んだときにできる筋、縞模様のような効果を含め作業を進めていく必要があるということがある。ものを立体で観察する際は、大きな面の構成を探し、徐々にその面の数、角の数を減らしていくのが通常である。3Dプリンターはデータ上で立体を作成し、プリンターにて形に起こす際は唐突に表面が現れていくことになる。今回のように、塊の中心、芯に当たる部分から制作を始める場合は骨格や筋繊維に対する理解も重要となる。人体像を突き詰めるときも、どうしても作家固有の癖のようなものが生まれることが多い。今回は「勢い」という抽象的なテーマを重視しつつ、如何に人体の解剖学的構造などから生まれるリアリティを落とし込んでいくことができるかが個人的なテーマでもあった。

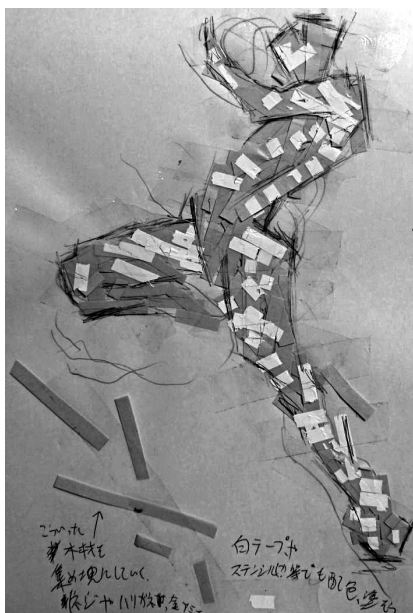


図4



図5

#### 4、制作、設置

プランがある程度固まり、素材を用いた制作に入っていくことになる。人体像を制作するにあたり、足にはAIR FORCE ONEを履かせるという要望があり、芯棒は台から取り外しが可能な状態にする必要があった。今回のポーズは接地点が少なく、動きや傾きも大きいため、鉄の芯に傾きを付け、その周りに木材を打ち付ける方法を取った。

(図6)

基本的にまず軸による傾きを作り、それに量をつけていくという形を取った。木材は太さ400×300mmの赤松を用い、接着は手などの細部に関しては瞬間接着剤を、大きなパーツに関してはビスと木工用ボンドを使用した。

人体の形状がおおよそ完成したところで靴のパーツの配置に入る。AIR FORCE ONEの形としての特徴はソールの底の形が同心円の波紋のような形状になっている、足首周りのつくりが頑丈になっているのに伴いタン（泥除け）も長いことなどが挙げられるが、それらの特徴をどう活かしていくかなども検討したうえで、木材同様形を追うラインの一つとして捕らえるか、アクセサリとして扱うかの判断に分かれたが、音楽のイメージから、ソールの部分等を加工しヘッドホンに見立て使用し、背部にはNIKEの社名やロゴのデザインの由来にもなっているニケ（勝利の女神）の翼のイメージを踏襲し、タン（泥除け）で翼を制作することとした。

搬入当日に、人体とそれを取り囲む渦の形とを組

み合わせる作業に入った。まず人体像を会場に設置する。接点がつま先のための、つま先から若干鉄芯を伸ばし、それを台座に差し込んだ上で、会場の鉄格子にワイヤーにて固定し、ブレをなくす方法を取った。人体に沿わせ面を構成するために場所によっては全体の重量を支えることができない場合もあるため、制作の過程の中でワイヤー固定のための強度を持った部分をどこに作るかなども念頭に置き制作する必要があった。渦の配置に関しては、人体同様、台と天井の鉄格子からのワイヤーによる固定となった。(図7)



図6



図7

## 5、おわりに

普段作品を制作する際は基本的に個人の考えやイメージを突き詰めていくということがほとんどだが、今回の制作はそれと大きく異なり、まずNIKEという依頼主があり、私との間に制作全体を管理し取り仕切る人物が存在し、その全体での意見のすり合わせの中で最終的にNIKEの求めるイメージを作り上げるところなどは、共同制作とも異なる感覚があった。私自身の仕事の中に異なる視点、価値観から見たとき生まれる形が混在してきたり(渦や靴を扱ったアクセサリの制作などは実際私以外の制作者の手も入っている)、私自身の制作の中でも新たにこだわりとして取り入れる必要を感じる部分等を再発見できたりと新鮮かつ得るものが大きい機会となった。

NIKEという巨大な企業が不特定多数の顧客に向けてのビジュアル制作ということで、今回は菅原小春というメインのイメージがあり、そこに焦点が行くように全体の調整が行われているところがあったが、客観的に見やすく、伝わりやすくするための抽象化に対するこだわりを感じた。

展示期間は12月21日から約一ヶ月と、通常の美術画廊などにおける個展などと比べると比較的長期にわたる展示であったが、今回の展示が終わった後には既に新たな展示のプランが控えているとのことで、シーズンや話題の入れ替わりに合わせ新たなビジュアルを生み出すには、労力や身体への危険性などのリスクも含め考慮した際、やはりデジタルやインターネットにおけるイメージの保管、発信が効率面では比較にならない利があると改めて感じた。しかしそれでも多くの店舗にはモノとしてのディスプレイが多く存在する。単なる時間の問題で、いずれは全て電子画面や立体映像などに置き変わってしまうのか、それとも商品に客の眼をひきつけるためにも、実在するものが持つリアリティはCMとしても必要とされ続けるのか、実在するモノがもつリアリティとは何なのか、より多角的に考える必要があると感じた。

最後に、この度制作に参加させていただくにあたり、依頼をいただいた株式会社ANYNAL竹田憲治様、NIKE原宿店様に、深く御礼申し上げます。





完成

#### 参考文献

- オーギュスト・ロダン (2007) 「ロダンの言葉」 岩波書店
- フィル・ナイト (2017) 「SHOE DOG 靴にすべてを」 東洋経済新報社