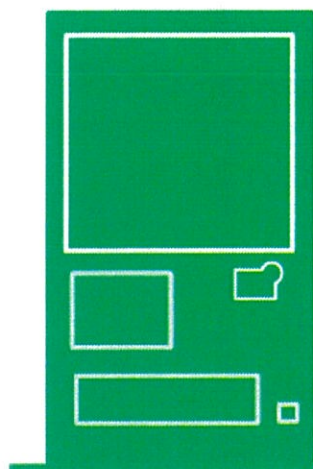


LONG

TIME

"JIHANKI"

GALLERY



ロング タイム "ジハンキ" ギャラリー



この展覧会は、2010年10月10日から10月20日まで、東京都千代田区千代田の「ジハンキ」ギャラリーで開催されます。この展覧会は、2010年10月10日から10月20日まで、東京都千代田区千代田の「ジハンキ」ギャラリーで開催されます。この展覧会は、2010年10月10日から10月20日まで、東京都千代田区千代田の「ジハンキ」ギャラリーで開催されます。

## 意図

私の友人達はめったに美術館に行かない。何故かと聞いてみたところ、「興味はあるけど、時間とお金がない。」と言っていた。私自身はよく美術館に足を運ぶタイプではあるが、確かにこの意見はもっともだ。実際に私も、放課後にある美術館の企画展を見に行こうとしたが18時に到着した時には既に閉まっていた、というような経験がある。

この意見はiMiリサーチバンクによる2010年10月30日から11月4日に、10代以上の男女1200人にインターネットで調査されたデー

タからも読み取れる。美術館には行かないと回答した人(全体の46.2%)に理由を聞いた内訳が右の図である。

	全体	男性全体	女性全体
近くに美術館がない	41.0%	40.3%	41.8%
入場料が高い	24.5%	20.7%	29.3%
絵画や美術品に興味がない	30.7%	30.8%	30.5%
楽しいと思わない	18.6%	18.0%	19.3%
何が開催されているかなどの情報がない	18.2%	15.1%	22.1%
時間がない	19.3%	18.0%	20.9%
きっかけがない	46.0%	45.9%	46.2%
その他	1.6%	1.0%	2.4%

機会が休日しか無い上、入場料が高くなれば、よほどの興味がなければ美術館に行く意志など無くなってしまう。美術に興味はあるのに、時間やお金の制限で美術館へ足を運ばない人がいるのはとても残念なことだ。

ならば、朝早くから夜遅くまで開いていて入場料がかからず、気軽に見ることが出来る様な展示があれば、今まで美術鑑賞を楽しんでいた層とは別の層に「美術、芸術って面白い！」、「美術館に行ってみようか。」と思ってもらえるのではないか。




そこで私は、展示場所として人の往来が多く営業時間も長い上  
入場料もかからない駅のイベントスペースを使用し、アート作品を  
展示する媒体として自動販売機を用いることを思いついた。

自動販売機を用いる理由は、防犯面と品物を購入するという観  
覧者の能動的な活動を可能とするためである。

具体的に、今回提案するアートイベント  
「LONG TIME “JIHANKI” GALLERY」

では、

- アートラッピング自動販売機の設置と  
デザイン飲料の販売
- 体験型の自動販売機の設置と  
ワークショップの開催
- 空き容器を捨てるごみ箱と  
連動した大型 LED ディスプレイの設置



←お絵描き自販機  
イメージ図

←ディスプレイ類  
配置例

を行い、時間やお金を気にせず、“見る“だけではなく”買う“という  
行為を通じて、様々な人が楽しめるイベントを目指す。以下でこの  
企画について掘り下げる。

# 1 アートラッピング自動販売機の設置と デザインボトル飲料の販売

## ●アートラッピング自動販売機

自動販売機の外装を作家の方々にデザインしてもらい、メイン展示とする。自動販売機という特徴的なキャンバスを最大限生かすため、既存の作品をラッピングするのではなく、新しく作家にデザインしてもらうという形をとる。



自動販売機の横には立て看板を置き、作家名、タイトルや解説を掲示する。

## ●デザインボトル飲料

愛知県内の美術館に収蔵されている作品を、タイトルや解説と共にペットボトルのラベルにデザインし、上記の自動販売機の商品として販売する。今回の展示は美術館に少しでも興味を持ってもらうことを目的の一つとしているため、美術館の宣伝として活用する。

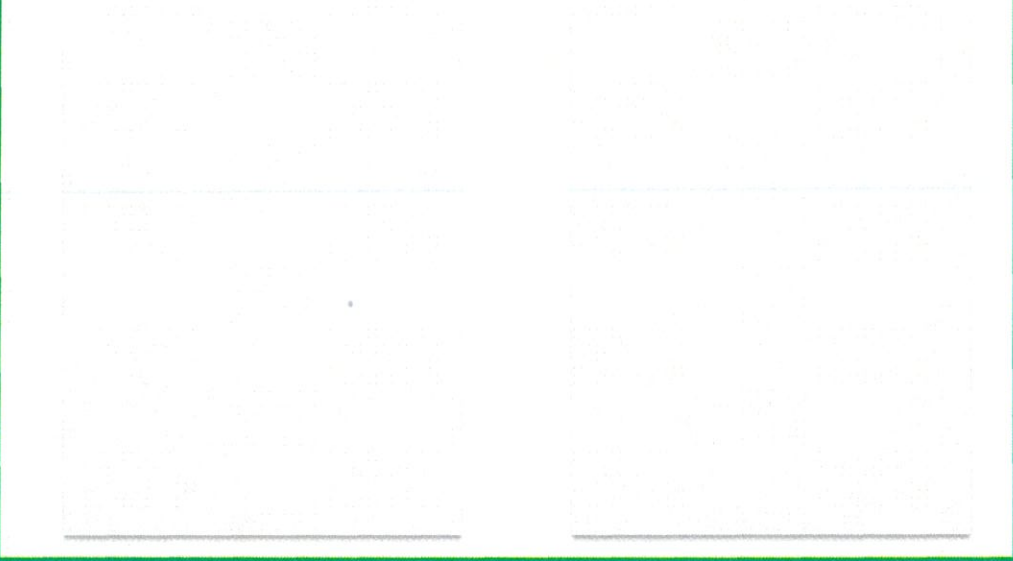


自動販売機、ボトルのデザインは「日本画風」、「女性を描いた作品」などのテーマでリンクさせたものにし、作品としての一体感を生み出す。



## 作品例① 共通テーマ【日本画風】

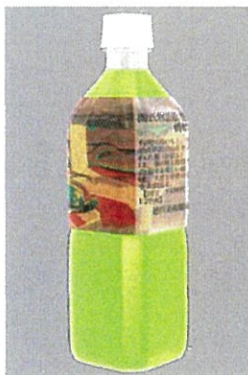
機体 アーティスト名:ミヤマケイ



## 飲料



竹河(=)



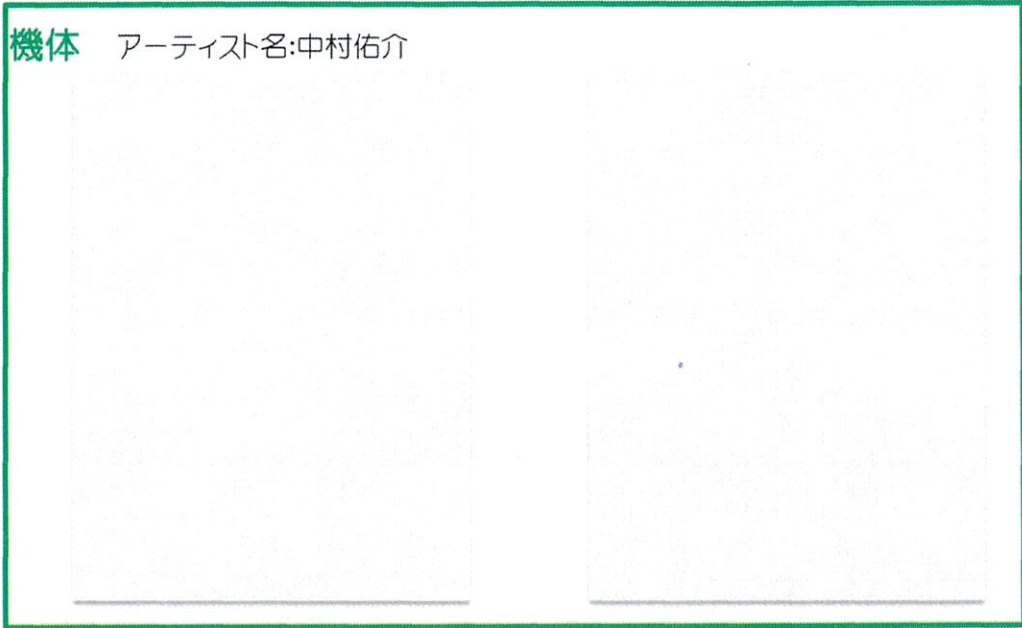
橋姫

名古屋市東区にある徳川美術館収蔵の源氏物語絵巻をデザインしたラベル。収蔵絵巻すべてをデザインし、コレクションできるようにする。

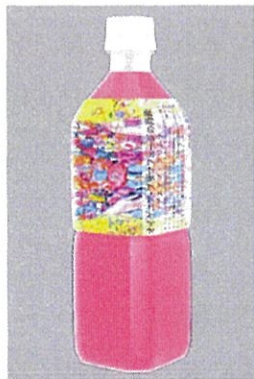
解説には現代語訳や関連した雑学を記載するなどより身近に感じてもらえるような工夫を施す。

作品例② 共通テーマ【女性を描いた作品】

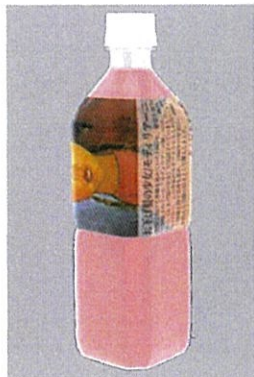
機体 アーティスト名:中村佑介



飲料



豊田市美術館所蔵《オイゲニア・プリマフェージュの肖像》/グスタフ・クリムト



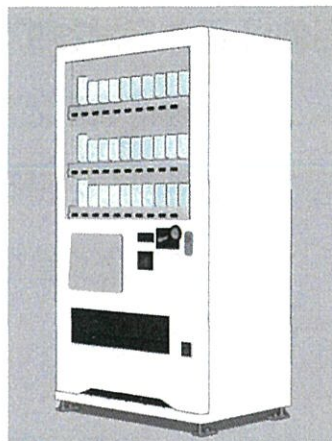
名古屋市美術館所蔵《お下げ髪の少女》/モディリアーニ

## 2

## 体験型の自動販売機の設置と ワークショップの開催

### ●体験型の自動販売機の設置

「お絵描き自販機」と称してホワイトボード素材でラッピングした白い自動販売機を設置する。中の商品として、プラケースにペンを1本入れて販売し、観覧者が自由に絵を描けるようにする。



(上)お絵描き自販機イメージ図  
(左)プラケースイメージ  
(右)ホワイトボードマーカーイメージ

### ●ワークショップの開催

イベントに興味を持ってもらうため、ワークショップを随時開催する。子供を対象とした休日のものだけでなく、大人を対象とした平日夕方からのワークショップも行う。

#### [ワークショップの案]

- ・熱収縮シートを用いたオリジナルペットボトルラベル作り。
- ・ペットボトルで虫よけキャンドル作り。
- ・自動販売機の商品補充体験。
- ・ギャラリートーク。



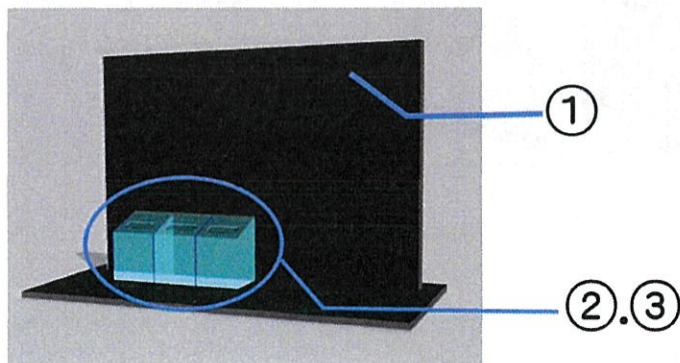
### 3

## 空き容器を捨てるごみ箱と 連動した大型 LED ディスプレイの設置

目的:平日休日問わず音や動きを用いて通行者の目を引くこと。

→会場となるオアシス 21(P.12 に後述)の広場には電灯が無く夕方は薄暗くなるため LED ディスプレイなどの明るいものはよく目立ち、通行人の視線を引くのではないかと考えたため。

### LED ディスプレイ類配置例



- ① 屋外用 LED ディスプレイ:大きさ 200×300cm。立てるものと地面に敷くものの 2 枚設置。地面のディスプレイは踏むことができる。
- ② ごみ箱:ゴミが入れられたことを感知するセンサーとスピーカーが付属している。
- ③ スピーカー:センサーと連動し効果音や BGM を流す。



## ● 前述した設備を用いて行う企画の詳細

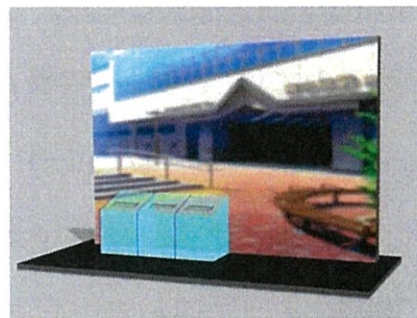
平日

作家によって作られたアニメーション作品を募集し、①を用いて  
ループ上映を行う。

+

②.③を用いて、ごみを捨てることによって BGM が変化する体験  
型要素を行う。

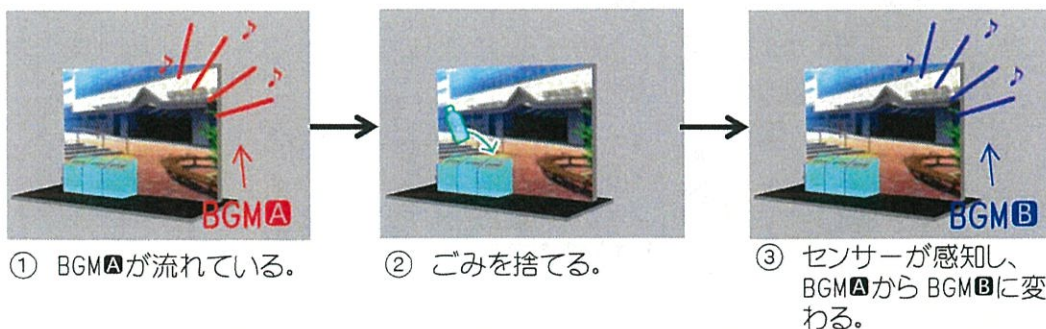
→①で常に動きのあるアニメーション  
作品を上映して歩きながら目を向け  
てもらい、②.③によって変化する BGM  
を聴いて「あれは何をやっているのだ  
ろう。」と興味を持ってもらい、手軽に  
楽しめる体験に持ち込むことを狙う。



LED ディスプレイイメージ図(平日)

アニメーションを用いる理由は、見る人の目になじみやすく、親  
しみやすい印象を持ってもらうためである。特に 18 時過ぎからは  
学生が多く、その効果が期待できると考えた。

流れの例



## 休日

ごみを捨てる、①のディスプレイを踏む、触るなどの行為をすると  
②.③によって効果音が鳴ったり、ディスプレイの映像が変化する  
体験型デジタルアートを行う。

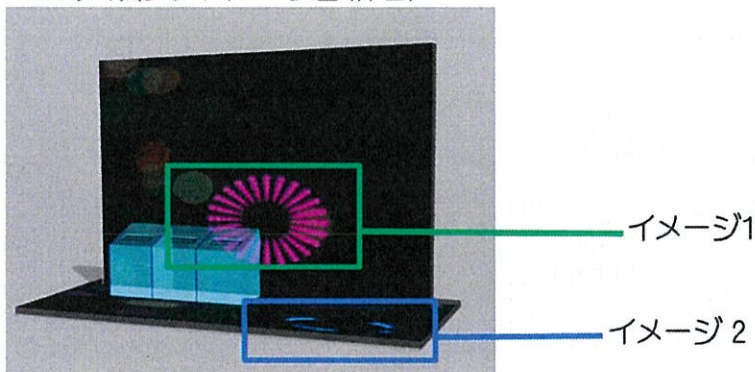
→休日は会場のオアシス 21(右図)の店舗に買い物に来る子供連れや学生が多いため、自分で遊ぶことのできる体験型のものを行うと多くの人に楽しんでもらえるのではないかと考えた。



↑オアシス 21 銀河の広場

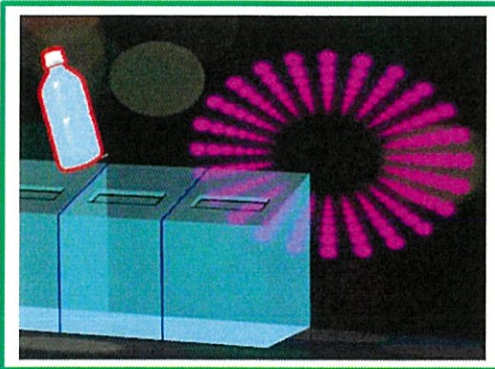
また、以前訪れたアートイベントで沢山の子供がスクリーンを触ることによって映像を変えられるプロジェクションマッピング作品を楽しそうに遊んでいたため、若い世代にとってデジタルアートやビデオアートは馴染みのある作品であると考え、今回の企画でもLEDディスプレイを用いて広い年齢層の人に親しみを持ってもらえるようにする。

LEDディスプレイイメージ図(休日)





### イメージ1



ごみを捨てると効果音とともに背面のディスプレイにランダムに様々な花火があがる。ディスプレイに触ると火花が増えるなど変化していく。

### イメージ2



ごみを捨てる、床のディスプレイを踏むなどの行為をすると、エフェクトが踏んだ位置などに現れる。

床のディスプレイはKONAMIのアーケード音楽ゲーム「DANCERUSH STARDOM」で使われているものをイメージしている。

DANCERUSH STARDOM 機体→



# 企画詳細

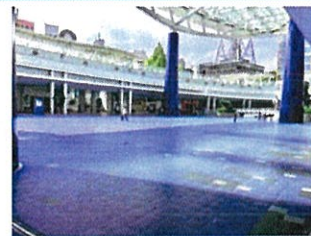
## ●場所・日程

会期▶2025年6月1日～2025年9月28日

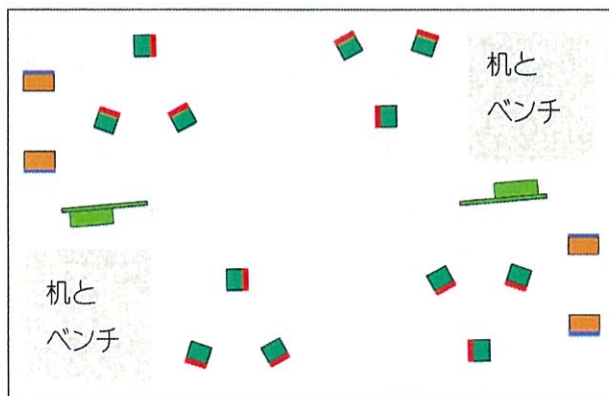
会場▶名古屋市東区栄のオアシス21銀河の広場(栄駅イベントスペース)

オアシス21の利点

- ・昼夜問わず人が多い。
- ・6時から23時まで開いている。
- ・屋根付きの屋外施設のため解放感がある。



## ●会場配置イメージ



■ →アートラッピング 自動販売機   ■ →お絵かき 自販機   ■ →LEDディスプレイとごみ箱



▶広場を横断する人が多いように感じた。

→広場の真ん中を開け、通り抜けできるように。機体のいくつかを真ん中に向け、通り抜けのついでに見てもらえるようにする。



▶ベンチが少ないように感じた

→ディスプレイの前にベンチ、机を配置。休憩のついでや座りながら作品を楽しめるようにする。

▶会場配置イメージ下部は右から左への、上部は左から右への人通りが多いように感じた

→LED ディスプレイを通行人の目につきやすいように配置する。

## ●プロモーション方法

▶地下鉄内の広告

▶SNS での発信

▶周辺商業施設でのチラシ配布



## 展示終了後の自動販売機について



展示終了後のアートラッピング自動販売機は愛知県各所の駅に譲る。その駅の設備として活用してもらい、さらに長い期間多くの利用者に楽しんでもらえるようにする。



## 参考画像、資料など



### [画像]

[https://lineblog.me/yusuke\\_nakamura/archives/1042205057.html](https://lineblog.me/yusuke_nakamura/archives/1042205057.html)

<https://twitter.com/kazekissa/status/1241343914012839943>

<https://ncam.shop-pro.jp/?pid=138366987>

<https://www.museum.toyota.aichi.jp/>

<https://plasticcase.info/>

<https://www.amazon.co.jp>

<https://p.eagate.573.jp/game/dan/1st/entrance.html>

<https://www.tokugawa-art-museum.jp/exhibits/collection/room6/>

<http://www.maimiyake.com/>

<https://www.sakaepark.co.jp/>

### [参考]

<https://www.itmedia.co.jp/makoto/articles/1011/10/news044.html>