

# act

art.  
culture.  
tradition

## 26

August 2017

[発行] 札幌市教育文化会館

アクト第26号



人を作品世界へ誘う、宣伝美術。

ギンガ  
テウダガ  
ノヨルカ

原作 宮澤浩信  
演出 北川真央  
演劇 土田

TGR  
ARTS

TGR  
ARTS

# 宣伝美術

劇場に足を運ぶと手渡されるパンフレットには、さまざまな公演チラシが挟まっている。パラパラとめくる中で、思わず手を止めてしまう1枚と出会ったら、それはあなたがその作品とつながってしまった瞬間だ。演出家のイメージや物語を鮮やかにビジュアル化して、舞台の幕が開かずと前から、数多の人を作品世界へ誘い続ける。それが、宣伝美術。



# Advertising art museum

デザイナーの若林瑞沙さんがこれまで手がけた公演チラシをピックアップ！ご本人のコメント付きでお楽しみください。



## 『禿の女歌手』

LA CANTATRICE CHAUVE

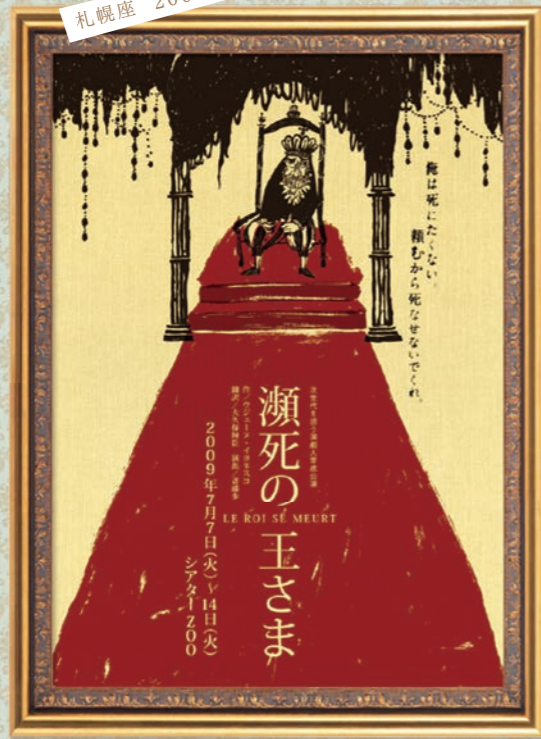
札幌座 2014.11

実際に作品には禿の女歌手は出てこないのですが、演出の清水友陽さんと「チラシからお客さんを騙したいね」という話になりこのビジュアルになりました。禿でもカッコ良く見える頭の形を描くのに苦労しました。

## 『瀨死の王さま』

LE ROI SE MEURT

札幌座 2009.7



初めて線画に挑戦した作品です。この時編みだした描く技法がその後の宣伝美術にかなり役に立っています。王さまの顔は演出の齋藤歩さんがモデルです。



## 『西線11条のアリア』

シアターZOO 2006.1

再演する際に初演からデザインが変わる事が多いのですが、この作品は再演でも同じビジュアルが採用された数少ない作品です。最初に動めたデザイン事務所が西線11条の近くで、この電停を利用していたこともあり、思い入れがあります。白い丸は雪のイメージで作ったのですが、芝居を観た人から「これはご飯粒ですよ？」と言われてハッとしました(笑)。



## 『十二夜』

TWELFTH NIGHT

シアターZOO 2004.7

手描きで全てを描くことに挑戦したけれど、自分の画力に限界を感じ、「思い描くものを形にする術」について真剣に模索するように。転機となった一枚です。



## 『肝っ玉お母とその子どもたち』

札幌座 2016.9

本屋さんで見かけた画集の空の色を見て「これだ！」とイメージが湧いて、デジタルで再現すべくフォトショップの使い方を勉強しました。今となってはどう描いたのか思い出せないくらい、その時の集中力で描き上げたイラストです。



## 『冬のバイエル』

Bayer in Winter.

TPS+文学座 2002

デザインが楽しくなってきた頃に手がけた一枚。一人のモデルさんで男女を表したので、同一人物に見えないよう工夫。当時の気分が反映されていて今見ると新鮮です。

札幌座の宣伝美術を一手に手がける若林瑞沙さん。「原画がほしい」と言われることも多いビジュアルは、どのように生まれるのでしょうか。スタジオにお邪魔して、いろいろお話を聞いてきました。

# 人を作品世界へ誘う、 宣伝美術。

【インタビュー】  
INTERVIEW

写真のディレクションからイラスト制作まで、  
全て一人でこなす若林さん。  
演出家のアイデアをビジュアル化する、面白さと苦労とは?

約3週間の制作期間のほとんどを、  
勉強と素材作りに費やします。

宣伝美術を初めて手がけたのは、デザイナーコンペで採用された北海道演劇財団制作の『逃げてゆくもの』(2000年公演)です。そこからTPS(札幌座の前身)のお仕事をいただくようになって、今に至ります。札幌座さんの宣伝美術の仕事は、新人時代から継続している唯一の仕事です。実は、最初チラシに「宣伝美術」と書かれた時、「だっ!」って思ったんです。グラフィックデザイナーというカタカナの肩書きをもらった若い自分には、漢字4文字がとても格好悪く見えて、「いやいや宣伝美術じゃなくて、広告デザインだし」って(笑)。でも実際に舞台を観に行ったら、宣伝美術という書き方は、「チラシも作品の一部である」という称号なんだと気づきました。普段の仕事だと、デザイナーの名前が載ることはまずありません。それは、そうする必要がないからなんですけど。でも、演劇公演のチラシに関しては、チラシが作品の一部だと思われているから名前が載る。それに気づいた時、宣伝美術という肩書きに責任と誇りを持つようになりました。大入袋をもらう時もすごく嬉しくて、今までの大入袋は全て大切に取っています。

チラシの制作期間は3週間ぐらいです。そのほとんどを勉強と素材作りに費やします。そもそも、私は絵が得意じゃないんです。でも演出家のイメージを具現化するにあたり、「こんな絵にし

たい」というのが頭にはある。なので、その時に描きたいタッチをまず勉強します。イメージに近いポーズを雑誌で探したり、街中を撮影して回ったり。描き直しが利くよう絵のパーツも着色もバラバラで後からパソコンで合成します。だから原画がない(笑)。パソコン上で描いたものをトレースして手描きの味を出したり、拡大コピーで粗さを出したり、かなり試行錯誤しています。よく毎回デザインの雰囲気が違うのはどうして?と聞かれるのですが、演出家さんがその時に伝えたい事が毎回違うからチラシの雰囲気も変わる訳で…宣伝美術って演出家の「イタコ」みたいな感じです。

演劇を見たことのない人が、街中でチラシを見かけて劇場へ足を運ぶ、というのは少ないと思います。でも、誰かに誘われて一回劇場に来てくれたら、そこでチラシの束を渡されて、開演前に眺めますよね。チラシが大事になるとしたら、その場面だなと思っています。自分の制作したチラシが折り込まれた公演の時は、客席の上から開場中の様子を観察するんです。自分のチラシでお客の手が止まらなければ、やっぱり反省します。きれいだから良いという訳じゃなくて、作品の熱量がスタッフ、キャスト、お客様に伝染していくチラシが、一番良いチラシなんだと思います。



PROFILE  
若林 瑞沙  
Mizusa Wakabayashi

1977年生まれ。1998年北海道造形デザイン専門学校グラフィックデザイン科卒業後、札幌のデザイン会社に就職。2社のデザイン会社で計7年勤務後、カメラマンの夫が立ち上げたスタジオオパン(2004年設立)に2005年より加入。2013年らるるね賞「特別功労賞」、2016年らるるね賞「審査員特別賞」(受賞作品/空知る夏の幻想曲)受賞。

act  
art, culture, tradition  
26

アイデアを具現化すべく、ひたすら手を動かす。  
若林流チラシ制作の流れ

## 宣伝美術ができるまで。

1

### 台本を読む

台本がすでにある場合や原作ものは、事前に読み込み。良いシーンはメモに残し、最後にメモからキーワードを考えます。原作ものは、事前に演出家からビジュアルのキーワードをもらうことも。



### 2 演出家と打ち合わせ

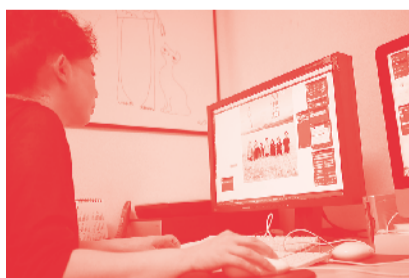
台本がない場合は、演出家からヒアリング。特に作品がまだ世に出ていない初演時は、「演出家のイメージに乗っかりながら、作品を観く感じ」で、キーワードを決めていきます。



3

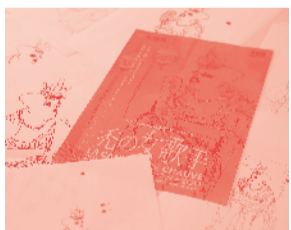
### デザイン・アイデアを形にする

制作期間はほぼ誰とも連絡を取らず、ひたすらもって集中するのが若林スタイル。元々「絵が描けない」からこそ、「描くための方法」を見つけることに時間をかけます。「毎回その時に一生懸命勉強して作るから、同じものを作ると言われてもできない…」そうです。



タイトルのフォント作りも試行錯誤の連続。いろんな紙で文字の質感を吟味します。

「写真もいいけど、一からビジュアルを作るイラストの方が面白いなあ」と若林さん。



年々増えていく資料の数々。偶然手にした本から一気にイメージが浮かぶことも。

4

### 完成。

地元の印刷屋さんをお願いする時は、紙や刷り上がりについて事前に相談。色校正をしてから印刷し、納品。「完成したチラシを見て、演出家さんが台本を書き加えたり、舞台イメージを考えたりすることもあるそうで、大変光栄です」と若林さん。



納品されたチラシをチェック。版ズレ・断裁ズレがないかチェックし、使用した紙の発色などを確認します。



## チラシのボツ案、初公開!

ときには何案も考えたり、最初と全く異なるデザインになることも。普段目の目を見ないボツ案を初お披露目。

人々との出会いをどう描くかが分かれ道。

『デイヴィッド・コバフィールド』

年齢の違う主人公の頭の上に個性的な登場人物を描きポップに表現した案は、主人公が目立たない、人々との出会いを走馬灯のように見せたい、という理由でボツに。決定案は主人公とその他の人物を分け、タッチを変えらるとともに、主人公もペンと紙を変えて温かみある雰囲気に。

ボツ案



決定案

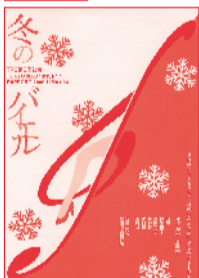


「大人の芝居」に対する2つの提案。

『冬のバイエル』

初演は台本がなく「ピアノ・男と女のオムニバス・ちょっとセクシー」というキーワードで、2案同時に提案。「ボツ案はお洒落でアングラみたいなデザインにしたかったのかな?」初演の決定案は、大人の芝居を作りたいという演出の斎藤歩さんの気持ちが表れてると思います。

ボツ案



決定案



舞台を下支えする宣伝美術の担い手を、年に一度ささやかに照らす

「らてるね賞」(北海道演劇宣伝美術賞)

2012年に故伏島信治氏によって創設された賞。創設時は、伏島氏が一人で劇場界隈を歩いて演劇公演のチラシを収集し、個人で担い手を表彰する私的な賞だった。2012年の大賞は、長尾修治(札幌大同印刷株式会社)制作の「キネマの怪人」(教文13丁目笑劇場)。2014年以降は、氏の遺志を引き継ぎ、数名の有志からなる実行委員会によって継続。その1年に公演が行われた演劇のチラシから、大賞と優秀賞を選出し、表彰している。



act 26 関連企画

『北海道演劇宣伝美術展』

協力:らるるね賞実行委員会

2012年から2016年の間に「らてるね賞」で集められた約300点の北海道演劇宣伝美術(チラシ)を一挙公開!!

2017年8月16日(水)~22日(火)/札幌市教育文化会館4Fギャラリー

公演情報 | 若林さんの最新デザインの公演情報をご紹介します。

札幌座『空知る夏の幻想曲』

【日時】2017年10月14日(土)18:00~、15日(日)14:00~、19日(木)19:00~ ※開場は開演の30分前

【会場】サンピアザ劇場(札幌市厚別区厚別中央2条5丁目7-2 TEL.011-890-2458)

【料金】一般 3,500円、学生 1,800円、高校生以下 1,000円

※学生・高校生以下のご予約等につきましては、当日学生証の提示が必要です。 ※未就学児入場不可

|                 |  |   |                                      |
|-----------------|--|---|--------------------------------------|
| 道内ツアー<br>スケジュール | [江別公演] 9/28(木)<br>[帯広公演] 9/30(土)・10/1(日)<br>[石狩公演] 10/6(金) | [中標津公演] 10/11(水)<br>[札幌公演] 10/14(土)~20(金)<br>※札幌公演の一般公演は14(土)・15(日)・19(木) | [北広島公演] 10/21(土)<br>[岩見沢公演] 10/24(火) |
|-----------------|--|---|--------------------------------------|

【お問い合わせ】北海道演劇財団 TEL.011-520-0710 E-mail office@h-paf.ne.jp

