

長岡造形大学の学生作品を販売する アンテナショップの社会実装

Social implementation of an antenna shop selling student works to facilitate communication between students at the Nagaoka Institute of Design and local community

福本 塁
FUKUMOTO Rui

キーワード：学生、コミュニケーション、作品販売、アンテナショップ、地域社会

Keywords : Student, Communication, Sale of work, Antenna shop, Local community

In this research, we have been practicing the social implementation of an antenna shop as a place and mechanism for students of Nagaoka Institute Design to connect with the local community through the sale of their works, utilizing a vacant space. This article reports on the awareness of the students of selling their works and broad lines of practice.

1. はじめに

長岡市を含む地方都市において増加が著しい空き空間（空き家・空き地・空き店舗・空き部屋等）を活用するための方策が希求されている。本研究は空き空間を活用可能な空間として再生することを狙いとした「都市をとかす¹⁾」ためのコミュニティ形成拠点の実装を試行するものである。具体的には、空き空間を活用し、長岡造形大学の学生（以下、長岡造形大生）が自らの作品販売を通じて地域社会とつながる場・仕組みとしてアンテナショップの社会実装を実践している。

学生に及ぼす影響を始めとする実践による効果の検証は別途報告している²⁾ため、本稿では扱わないものとし、長岡造形大生の作品販売に対する意識の実態と、長岡造形大学令和2年度特別研究「社会問題の解決に資する長岡造形大学の学生作品を販売するアンテナショップの社会実装-都市をとかすためのコミュニティ形成拠点の実装-」の実践（以下、本実践）概要及び同プロジェクトの経緯について報告する。

表1 社会起業の履修者（回答者のみ）属性

入学年度	プロダクト	建築・環境	視覚	美術・工芸	他大	計
2015	1	0	0	0	0	1
2016	1	1	2	0	0	4
2017	3	10	8	1	0	22
2018	26	14	11	10	0	61
2019	26	18	32	7	0	83
2020	24	14	42	6	2	88
計	81	57	95	24	2	259

表2 社会起業の履修者の事業実施経験

事業実施経験	プロダクト	建築・環境	視覚	美術・工芸	他大	計
起業あり	1	2	0	1	0	4
起業なし	76	54	92	21	2	245
起業計画あり	4	8	4	4	0	20
起業計画なし	73	48	88	18	2	229
作品の販売経験あり	26	14	44	7	1	92
作品の販売経験なし	51	42	48	15	1	157
作品の販売に興味あり	63	31	78	17	2	191
作品の販売に興味なし	14	25	14	5	0	58
作品販売経験比率	33.8%	25.0%	47.8%	31.8%	-	36.9%
作品販売興味比率	81.8%	55.4%	84.8%	77.3%	-	76.7%

2. 長岡造形大生の作品販売に対する意識の実態

本実践を着想するきっかけとなった筆者が2019年から担当している授業「社会起業」は「学生作品」と「他者の困りごと解決」を組み合わせる事業を計画する内容となっている。そこで、本実践対象となる長岡造形大生の作品販売に対する意識の実態を把握するため2019年度から2021年度における社会起業の履修学生に対しアンケート調査を実施した。

2-1. 調査対象者の属性情報

社会起業の履修者数は2019年度56名、2020年度93名、2021年度120名の269名となっている。そのうち、アンケートの回答にあった259名の入学年度と学科別人数を整理した結果を表1に示す。プロダクトデザイン学科81名、建築・環境デザイン学科57名、視覚デザイン学科95名、美術・工芸学科24名、他大学2名の内訳となっていた。

履修者の事業実施経験を把握するため、「これまでに起業したことがあるか」「これまでに起業を計画したことがあるか」「これまでに自身で制作した作品を販売したことがあるか」「今後、自身で制作した作品を販売したい・販売することに興味があるか」を尋ねたところ表2に示す結果となった。起業したことがあると回答した学生は4名（全体の1.6%）となっており、プロダクトデザイン学科1名、建築・環境デザイン学科1名、美術・工芸学科1名は個人事業主として、建築・環境デザイン学科1名は合同会社を設立して事業を実施していた。起業を計画したことがあると回答した学生は20名（全体の8.0%）となっており、建築・環境デザイン学科が8名と多く、プロダクトデザイン学科視覚デザイン学科、美術・工芸学科と共に4名となっていた。自身で制作した作品を販売したことがあると回答した学生は92名（全体の36.9%）となっており、各学科の作

品販売経験比率はプロダクトデザイン学科 33.8%、建築・環境デザイン学科 25.0%、視覚デザイン学科 47.8%、美術・工芸学科 31.8%となっていた。また、作品販売を経験している学生からは、「営業や集客に不安がある」「価格の設定が難しい」などの単独での実施や知識不足に対する不安が証言として得られている。最後に、自身で制作した作品を販売したい・販売に興味があると回答した学生は 191 名(全体の 76.7%)となっており、各学科の作品販売興味比率はプロダクトデザイン学科 81.8%、建築・環境デザイン学科 55.4%、視覚デザイン学科 84.8%、美術・工芸学科 77.3%となっていた。

2-2. 学生が販売したい作品

社会起業を履修している学生が今後販売したいと考えている作品について自由記述形式で質問し、記述内容に基づいて作品種別に振り分けた人数を学科別に整理した結果を表3に示す。プロダクトデザイン学科の学生は「雑貨・小物」「アクセサリ」「服飾」「家具・インテリア」が多くなっていた。建築・環境デザイン学科の学生は「家具・インテリア」「服飾」「建築空間」「サービス」が多くなっていた。視覚デザイン学科の学生は「イラスト・CG・ムービー」「本・雑誌・zine」が多くなっていた。美術・工芸学科の学生は「アクセサリ」「雑貨・小物」が多くなっていた。

次に作品種別に具体的な作品例を挙げると「イラスト・CG・ムービー」は、「LINE スタンプ」「CG データ」「Music video」「ロゴ・シンボルマーク」「アバター」「コラージュ」などが挙げられている。「アクセサリ」は「リング」「ピアス」「イヤリング」「ネックレス」「ブローチ」などの他に「貝殻」や「レジン」を使ったなどの素材や製法を具体化した記述が見られた。「雑貨・小物」は「キャンドル」「食器」「スマホケース」「精巧な食品サンプル」「箱」などが挙げられている。「服飾」は「T シャツ」「靴」「バッグ」などが挙げられている。「家具・インテリア」は「棚」「椅子」「机」「アクリルスタンド」「鏡」「花瓶」などが挙げられている。「本・雑誌・zine」は「作品集」「小説」などが挙げられている。

以上の結果を踏まえると長岡造形大生の販売したい作品は各学科の特性を踏まえた作品が多い傾向が示唆されている。作品販売の経験がある学生が一定数いるものの、単独で取り組むことに不安を有しているほか、作品販売に興味のある学生が多く確認されたことから本実践の実施可能性および実施継続性は十分あると考えられる。

3. 実践概要と経緯

3-1. 実践の目的と着想の経緯

本実践は長岡造形大生が自らの作品販売を通じて地域社会とつながる場・仕組みとしてアンテナショップの社会実装を実現することを目的に「好きをかたちにすること」「かたちで他者の困りごとの役にたつこと」を理念に据え、学生を募り取り組んでいる。2019 年度前期に開講した社会起業の履修学生らとのコミュニケーションを通じて、作品販売に対する意欲と不安を目の当たりにし 2019 年 10 月に本実践を着想した。

表3 学生が販売したい作品

作品種別	プロダクト	建築・環境	視覚	美術・工芸	他大	計
イラスト・CG・ムービー	8	2	22	2		34
アクセサリ	15	4	7	6		32
雑貨・小物	18	4	4	5		31
服飾	14	6	7	1		28
家具・インテリア	14	8	3	2		27
本・雑誌・zine	3	3	13	1		20
シール・ステッカー	3	2	5			10
写真	1	1	7			9
ゲーム・おもちゃ	1	3	5			9
ぬいぐるみ・フィギュア	4		3			7
ポスター・ポストカード		1	6			7
サービス		5	2			7
絵画	1	3	2	1		7
建築(図面含む)・空間		5	1	1		7
木工品	4	2				6
アート作品	2	4				6
文房具	5			1		6
テキスタイル・布革製品	7		1			6
置物	3	1	1			5
アプリケーション	3	1				4
化粧品	1		1			2
アイデア製品	1				1	2
教育教材	1	1				2
コンサルティング			2			2
義肢装具	1					1
食品			1			1
楽曲					1	1

3-2. 対象敷地

計画当初は、長岡造形大学内にある低利用空間である北側実習地(敷地北部に位置する砂利地)を対象敷地とし、4坪程度のユニットハウスを販売拠点とした店舗展開を検討していたが、2020 年 4 月に新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止するための緊急事態宣言が発令され、取り組みや開催の自粛を余儀なくされた。さらに、除雪や雪降ろし作業の労力と単年度制の費用支出であることなどを踏まえ、ユニットハウスが積雪期を除く期間限定の稼働となり、撤去作業も必要となることから 2020 年 7 月に案そのものを見直すこととした。代替案として採用したのがテントを活用した屋外露店の展開である。初期の屋外露店展開イメージパースを図1に示す。露店であれば出店者の人数に応じて販売空間を拡大・縮小することが可能となるほか、出店者の個性に合わせた特徴づけが可能になると考えられたことが採用した理由に挙げられる。

3-3. 実践の告知と参加募集

2020 年 7 月から 2020 年 9 月まで実践構想の準備期間とし、2020 年 9 月 28 日に本実践を「長岡造形大生の作品を販売するアンテナショッププロジェクト」と題し、「GOAL(プロジェクトの目的)」「Members(プロジェクトメンバー)」「Activities(プロジェクトでできること)」「エントリーフォーム」「Schedule(プロジェクトスケジュール)」「FAQ(よくある質問)」の情報から構成されるプロジェクト紹介ページ³⁾を準備した上で 2020 年度に在籍している全長岡造形大生に参加募集の呼びかけをメールで実施した。呼びかけに使用した件名と本文の文面を表4に示す。



図1 屋外露店展開イメージ^{※1}

Activities
プロジェクトでできること

**作品づくり・販売
実践の場づくり**

みなさんが制作した作品を販売することができ
ます。また、商品の社会性を高めたり、実社会
のニーズを受けて改良したりすることが可能です。
作品を通じてワークショップ等の場づくり
も可能です。

**空間づくり
店舗づくり**

みなさんが制作した作品販売の拠点となる移動
販売車やショップとしてイベントのデザイン
のほか、看板、グッズ、のぼり、パッケージ、イ
ンテリアのデザイン、ワークショップを行うアー
ブルやレイアウトづくりなどを行うことができ
ます。

**仕組みづくり
つながりづくり**

みなさんが制作した作品を販売する仕組みや企
業職員を呼び込み、活動に参加し情報やシロガ
の制作や仲間づくりの機会、参加者の受け入れ
を行うことができます。また、企業や様々な
人々と協力活動・海外活動を行う機会が多くあ
ります。

図2 プロジェクトの取り組みタイプ

学生には「作品制作と販売・実践の場づくり」「空間・店舗づくり」「仕組み・つながりづくり」の3つの取り組みタイプを提示し、学生個人の興味・関心に合わせて取り組みタイプを選択できる参加形式とした。

告知・募集した結果、プロジェクトサイトに用意してあったエントリーフォームより参加登録があった学生は2020年度（2020年9月28日～2021年3月31日）で140名であった。参加学生の所属学科の内訳はプロダクトデザイン学科22.6%、建築・環境デザイン学科22.6%、視覚デザイン学科42.1%、美術・工芸学科12.8%であった。参加学生の学年は1年生43.6%、2年生30.0%、3年生22.1%、4年生2.9%、大学院生1.4%となっている。当初想定していたよりも多くの学生が集まった結果となったが、大学祭の中止や新型コロナウイルス感染症による活動自粛状況が影響を及ぼしていると考えられる。

表4 学生に対する告知・募集案内の文面

件名	【参加学生募集中】長岡造形大生の作品を販売するアンテナショッププロジェクト
本文	<p>「長岡造形大生の作品を販売するアンテナショッププロジェクト」を開始します。販売だけでなく、空間・店舗のデザインや仕組みのデザインも対象となります。この度、参加学生を募集させていただいて10月12日(月)18:00～キックオフミーティングを開催します。</p> <p>【プロジェクトの概要】 「空き家・空き店舗・空き地」を活用し、長岡造形大学の学生作品を「デザイン×社会起業」の視点で展開・販売するアンテナショップを社会実装するプロジェクトです。</p> <p>【こんな学生さんに参加してほしい】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・作品を販売したい ・ワークショップを実践したい方 ・作品や実践をブラッシュアップしたい方 ・店舗や空間をデザインしたい方 ・販売や人がつながる仕組みを考えたい方 ・学科間を超えて学生と交流したい方 ・学外の様々な人と交流したい方 ・就活のポートフォリオを充実させたい方 ・その他おもしろそうと思える方 <p>ご興味がある方は是非一緒にプロジェクトを運営しませんか？販売したい作品はないけどプロジェクトの運営に関わりたい、もしくはプロジェクトの運営は難しそうだけど作品は販売してみたい等等、関わり方の種類や程度は個々で調節可能なプロジェクト体制にして運営します。</p> <p>【プロジェクトページ】 まずは以下のプロジェクトページをご覧ください。アンテナショッププロジェクトサイト³⁾</p> <p>【メッセージ】 来年の学園祭で店舗オープンする予定で、その前にDIYしたり、展示したり、交流イベントしたりと中々就活向きのイベントが多数あります。参加の程度や関わり方もすべてご自身次第ですので是非活動に参加 or 活動を応援頂ければと思います。</p> <p>10/12(月)18.00～ オンラインでキックオフミーティングを行いますので、ご興味がある方は上記サイトよりエントリーください。</p> <p>みなさまの成長のきっかけが少しでも多く作れるよう取り組んでいきたいと思っておりますのでご参加・応援の程、よろしくおねがいします。</p>

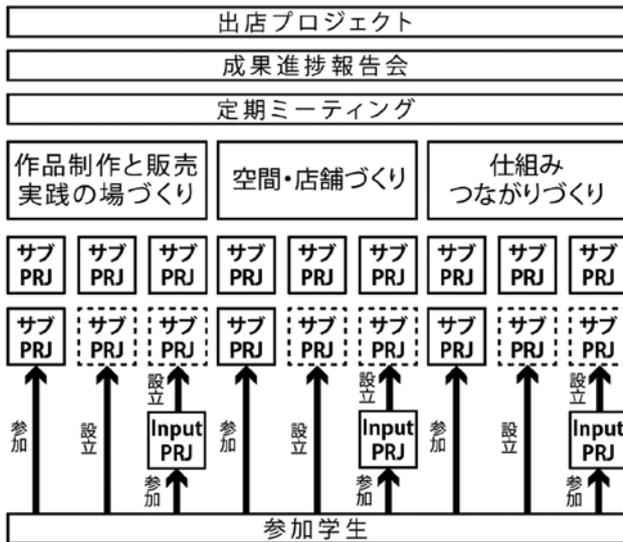


図3 2020年度の活動の仕組み

3-4. サブプロジェクト制による運営

2020年度の本実践における「活動の仕組み」の概要を図3に示す。制作・販売・活動を通じた学生間および学生と地域社会の交流の場として機能させるには、教員主導ではなく、参加学生の能動的な主体性⁴⁾を持った参加が必要となる。そこで、「作品制作と販売・実践の場づくり」「空間・店舗づくり」「仕組み・つなぎづくり」の3つの取組タイプに基づいて学生が実施したい取り組みを「サブプロジェクト（図中：サブPRJ）」として立ち上げ参加者を募り活動するサブプロジェクト制により運営することとした。サブプロジェクトの特徴を以下に記す。第一にサブプロジェクトは学生によって設立されるものであり教員は設立することができない。第二に「販売作品のブランドショップ」「広報・渉外」のように継続した運営を目的とするサブプロジェクトが設立可能である。第三に、「アンテナショッププロジェクトの学内ポスター制作」「アンテナショッププロジェクトのオリジナルネームを投票で決めよう!」のようにサブプロジェクトの活動目的を限定的な内容に設定し、目的達成次第終了・解散する方式⁵⁾を取り入れ、学生間の交流を促す仕組みとした。研究費からのDIY費用等の支出については「販売作品の材料費」のように利益に直接関与するものは禁止した上で「学生間や地域社会との交流を促す実験的な取り組み」はサブプロジェクト化を推奨し学生らが創意工夫できるように周知することで取り組みやすい体制を整えた。2020年度はサブプロジェクトが35件（表5）立ち上がり、取り組みタイプ別の内訳としては「作品制作と販売・実践の場づくり」が21件、「空間・店舗づくり」が5件、「仕組み・つなぎづくり」が9件となっており、参加学生自らが活動の目的を設定し、その実現に向けて取り組んでいる。

3-5. インプットプロジェクトによる参加動機の形成

本プロジェクトは教員主導ではないため、筆者を含み本実践に関与する教員が実質的な取り組みとなるサブプロジェクトを立ち上げることはできない。ただし、学生らが自主的に取り組みを進める上で見落としがちな視点を補

表5 学生が立ち上げたサブプロジェクト一覧

<p>作品制作と販売・実践の場づくり</p> <p>(1) 地域学習教材を用いた小学生を対象としたワークショップ (2) ハンドメイドショップ (3) 「新潟ぼるた」の販売 (4) みんなで作るみんなの場所 (5) Minamoto (6) てのひらサイズのおみせ (7) Hogen (8) 怪しいお店を作りたい (9) オリキャラグッズ・本を作成して販売してみよう! (10) draw goods (仮) (11) 空き ZINE を埋める会 (12) ゆるはん (13) 良いスタート (14) リベルタ (15) music video (16) Telu Telu Boy (17) nemos (ネモス) (18) たのしいズ (19) DOUDOU (20) たのしいズ (21) CUBO と立体的な仲間達</p>
<p>空間・店舗づくり</p> <p>(22) 露店の配置・外観の向上に関する空間デザイン (23) アンテナショップのシンボルプロジェクト (24) 休憩所 (25) 空き地仮店舗設置プロジェクト (26) 避難行動についてのアンケート調査</p>
<p>仕組み・つなぎづくり</p> <p>(27) 新潟系 Youtuber/TSUYOSHI があなたの作品・活動紹介します!! (28) 「ラジオコネクト」で皆様の活動取材させていただきます (29) 作品をネット上で販売・広報・スポンサー集め (30) アンテナショッププロジェクト全体のロゴを作る (31) 巨大かまくらを造ろう (32) ボードゲームをしよう!! (33) アンテナショッププロジェクトの学内ポスター制作 (34) アンテナショッププロジェクトのオリジナルネームを投票で決めよう! (35) 名刺作り隊</p>

い、参加動機を高め、積極的な活動を促すことを目的として「インプットプロジェクト（図中：InputPRJ）」と題し、教員によるワークショップを複数回企画・開催した。

①ショーケースづくり

2020年11月22日9:00-15:00にインプットプロジェクト第一弾として「ショーケースづくり」と題し、学生作品に最適なショーケースのプロトタイプを制作することを目的に開催した。ワークショップでは、教員による特定の指示に基づく作業ではなく、学生自身が自らの作品のターゲットを想定した上で、作品を手に取りやすくするためのショーケースを考え制作した。2名以上のグループを組むことを条件として提示し、参加学生がこれまでに制作した作品またはこれから制作したい作品を紹介する時間を設けた上でグルーピングを行った。予めワークショップ会場の中央部に、様々なプロトタイプが可能な材料や工具を置いておき学生らが必要に応じて使用できるよう環境を整えた。参加学生は図4に示すように各々の作品を展示するためのショーケースを自由に発想し、グループメンバーと交流しながら能動的に制作に取り組んでいた。教員は安全管理を徹底した上で、図5に示すように学生の自由な発想を制限しないよう配慮しながら、学生の要望に応じて制作の動機を高めるよう助言を実施した。ワークショップ終盤には、制作したショーケースのプロトタイプに学生の作品やこれから制作したい作品と同程度のサイズの小物を配置するなどして展示と説明を実施し、各グループのショーケースを自由に見て回り情報共有を促す時間を設けた（図6）。



図4 ショーケース制作



図7 教員が開発・販売に携わった作品の事例紹介



図5 学生-教員間のコミュニケーション



図8 WEBカタログ制作



図6 制作したショーケースを通じた学生間の交流



図9 作品や利用シーンが伝わる写真・動画の撮影

② WEB カタログをつくってスポンサーを集めよう

2020年12月20日9:00-15:00に第二弾として「WEBカタログをつくってスポンサーを集めよう」と題し、作品の認知を促すWEBカタログを制作し、学外のスポンサー候補を対象に学生が実際に作品紹介を実施する内容とした。新型コロナウイルスの感染拡大により、出店の見通しが持てない状況下で、対面の活動制限だけでなく、オンラインの活用可能性を学生が実感することを目的とした。冒頭に教員が開発・販売に携わった作品を事例として紹介し(図7)、WEBカタログの制作ポイントとして「作品や利用シーンが伝わる写真・動画」「制作のストーリーや作品概要が伝わるコピーと説明」「適切な価格」を設定することでWEBカタログの制作を促した。図8に示すように、各学生の端末でWEBカタログを制作し、必要に応じて学生が素材を入手できるように作品撮影環境(図9)を整えた。最終的には学外のスポンサー候補2名にWEBカタログを



図10 WEBカタログとZoomを用いた作品紹介

利用してもらい、Zoomを通じて作品紹介とフィードバックを実施した(図10)。



図 11 ガチャガチャの構造観察キット



図 13 ガチャガチャの構造に関する説明



図 12 ガチャガチャの構造キットの配布スペース



図 14 参加学生が考案したアイデアの共有

③オリジナルガチャガチャをつくろう

2021年2月18日9:00-15:00に第三弾として「オリジナルガチャガチャをつくろう」と題し、学生による作品制作と販売の選択肢を増やし、かつ、社会にとって話題性があり訴求力を有する仕組みづくりを試行錯誤する場として開催した。新型コロナウイルスの感染拡大により、第一弾および第二弾とは異なり、長岡造形大学の方針で対面のワークショップ実施が不可となったため、完全オンラインによるワークショップの実施となった。対面による実施であれば、学生がガチャガチャの本体や構造を観察・分析が可能となるが、オンラインでは十分に実施することが困難であることが想定された。そのため、ガチャガチャの構造を理解する上で重要な機構である「コインを入れてカプセルを出す」機構について動きを観察できる「ガチャガチャの構造観察キット(図11)」を開発した。さらにワークショップ開催前に開発した構造観察キットを図12に示すように実際にガチャガチャを回す仕組みで配布した。オンラインワークショップでは参加学生が上記キットを手元に持った状態で開始し、Zoomを通じて教員によりガチャガチャの歴史・構造・可能性について解説を行った。ガチャガチャの構造解説については、図13に示すようにガチャガチャ本体を分解していく過程を映像で伝え、映像のみでは確認しにくい機構については構造観察キットの操作を指示し学生の理解を促した。次に各参加学生に対し10分程度の作業時間を設けて「ガチャガチャをどのように活用したいか?」に関するアイデア草案の提出を促した。提出されたアイデアを全体に共有し、興味・関心に基づいてグルーピングを行った。結成された各グループにブレイク



図 15 成果進捗報告会

アウトルームを割り当て、各セッションで議論・ワークを行う流れで実施した。各グループの参加学生が技術的な問題により発想を制限しないように案を否定せず実現性を向上させる助言や実現するための検討を促すようにコミュニケーションを取った。最終的には各グループが考案したアイデアを図14に示すよう全体に共有し、参加学生による「販売作品」「ターゲット」「訴求ポイント」「設置イメージ」の解説を実施した。

3-6. 成果進捗報告会

各インプットプロジェクトの開催後となる2020年11月22日、12月20日、2021年2月18日の15:30-17:30に各サブプロジェクトの進捗を共有し学生間の交流を促す目的で図15に示すように成果進捗報告会を開催した。第1回および第2回は対面・オンラインの両方で実施し、第3回はオンラインのみの実施となった。

表6 学生が発案したプロジェクト名称アイデア一覧

名称案	発案者による名称案の解説
AKINDO	空き空間を舞台として、「商人」(アキンド) ように展開・販売するプロジェクト。未活用だった空間は個性豊かな作品で彩られ、学生は空き空間を担う人「空人」(アキンド) となる。古来、商売の形と言えば、物々交換。農民のあいだで、米などの収穫物や織物を交換する商業が秋に行われたことから、「秋なふ(あきなう)」という動詞が生まれ、「あきない」になったという。一方現代の造り手であり商人となる長岡造形大生は日々研鑽した作品を季節にとらわれず展開し長岡に賑わいを創出する。
るーと	『るーと』は、root (根、根源) route (道、進路) √ (平方根) の3つの意味を持ちます。アンテナショップ全体を“根”とするとサブプロジェクトは枝葉の部分になります。枝葉はそれぞれの目的、目標に向かってそれぞれの“道”を進んでいくこととなります。1人では成し遂げられないようなことも様々な力が合わさることで指数関数のように大きくのびゆき、達成できるのではないかなそんな3つの思いを込めて『るーと』という名を提案します。
ふるふぐるど_nid	ふるふ:fluff<綿毛>の意 ぐる:集団 ど:場、所 ぐるど:ギルド<職業組合・座>をもじったもの。プロジェクトの参加メンバー一人一人が綿毛のように自由に飛んでいき、根付いていく、タンポポの綿毛のようなイメージ。長岡造形大生であること、プロジェクトメンバーであること、根っことは一緒だけどそれぞれがそれぞれの方向を向いて自己実現していく場。個人、共にお店やプロジェクトを作っていくグループ、それらを後押しする組合的な全体のつながり。私たちは一つの活動に限定せずぐるぐる様々な活動に関わることもできる。
パラボラ	アンテナショップ→アンテナ→パラボラ、直観的に連想したものを書きました。
やるぞ! 造形大生アンテナショップ!	やる気と活動内容が伝わりやすいように。
おみせだし隊	自分たちのテーマをわかりやすく、キャッチーに伝えたいと思い、作りました。
明けの宵市	時間として認識されにくい夜になりたてや夜明け近くの朝を表す2文字を使い、物事に捕われられないような自由な発想を持った市場のような活動を表せたらと思えました。
Composition	平面構成の形式を、様々なつながりの線で学生の色が移り変わっていくという形で解釈しました。また、「Composition」には構成・組成という意味があり、一から学生たちの力で作り上げるという意気込みを合わせて提案させていただきます。
NozokImaDo	学生のより個人的な作品が露出するプロジェクトだと思ったので、地域と繋がる窓のようなイメージでNIDの文字とかけてみました。
楽作楽店	らくさくらくてんと読みます。信長が行った楽市楽座をもじって造語にしました。楽しく作品を作って楽しく店を構えていきたい意味を込めました。
アソート	さまざまな種類のお菓子が入っているアソートパックから思いつきました。
なっぶながっぶ	長岡造形大学のアンテナショップを極端に省略してこの名称にしました。親しみやすく気軽にこれそうな雰囲気伝わればと思います。



図16 シンボルマーク決定案



図17 シンボルマークの制作プロセス

3-7. プロジェクト名称とシンボルマークの決定

本プロジェクトは、開始当初、参加学生から「アンテナショップ」と呼ばれていたが、活動が本格化する際に「オリジナルネーム」を付けたいとサブプロジェクトが設立された。上記プロジェクトを設立した学生は「オリジナルネームにより、参加学生がプロジェクトに対する愛着を持ち、周囲に実践内容を語る事が期待され、個々の店舗の個性を大切にしつつ、造形大生ならではのアンテナショップとしてのオリジナリティと一体感を持ち展開したい」と証言している。この主旨に基づき、「アイデア募集」「投票」「投票結果に基づく決定」のプロセスで本プロジェクト名は「MAKINDO(メイキンド)」に決定した。学生が発案したプロジェクト名称のアイデア(表6)の中から「AKINDO^{*2}」が最多得票となり、「つくり手」の要素として「MAKE」を加えた造語となっている。名称の決定を受けて、シンボルマークの制作^{*3}も参加学生らによって着手され、複数回の投票を経て「てづくり」と「てわたし」を重要な要素として位置づけ図16に決定した。なお、このシンボルマー

クは店舗・イベント等の様々な用途に併せて色や形を自由に変更して使用することを推奨している。制作プロセスを図17に示す。

4. おわりに

2020年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により非常事態宣言が発令され、当初想定していた計画は実施が困難な状況となった。授業開始時期の延期、大学祭の中止等の学生による就学、活動の場が大きく制限される中で本プロジェクトにおける実践の在り方について模索、試行錯誤することとなった。

本プロジェクトは教員主導ではなく、学生が自ら能動的な主体性を発揮して取り組むことをねらいとしたプログラム構成となるようサブプロジェクト制を導入した。

結果、参加学生により能動的な主体性を持った取り組みが多数展開されたほか、2020年度の発足時に4年生として参加していた学生は2021年3月に卒業し、MAKINDOアルムナイ（同窓会）を発足し、卒業生と在生学生をつなぐ組織が編成されている。こうした参加学生による自主的な動きは、新潟県外出身者が多数を占める長岡造形大学生が卒業後に離散してもMAKINDOプロジェクトの活動を通じて同期や複数世代の交流を促すことが期待される。

最後に、本稿の調査結果により、長岡造形大生の作品販売に対する意識として「作品販売に興味のある学生比率が多い」ことが想定される結果が得られた。従って、本プロジェクトの実践を継続することにより、参加学生が自ら制作・販売する活動を通じて「学生-学生間」「学生-地域住民間」の交流が促され、単なる空き空間の利活用の事例に留まらず、学生自身の成長や学生の地域愛着形成および地域コミュニティ形成の促進に寄与するものと考えられる。

補注

- ※1 イメージパースは筆者の構想と指示に基づいて横井公亮氏（2020年度建築・環境デザイン学科卒業）が制作した。
- ※2 最多得票を得たプロジェクト名称「AKINDO」は堀川強氏（大学院造形研究科建築・環境デザイン領域修士課程2年）が発案した。
- ※3 シンボルマークは花田蓮太郎氏（視覚デザイン学科2年）、平塚はるの氏（視覚デザイン学科2年）、福田彩乃氏（視覚デザイン学科2年）の3名が制作した。

謝辞

本研究は令和2年度公立大学法人長岡造形大学特別研究「社会問題の解決に資する長岡造形大学の学生作品を販売するアンテナショップの社会実装-「都市をとかす」ためのコミュニティ形成拠点の実装-」の助成を受けて実施した。

インプットプロジェクトでは佐藤淳哉教授（第1回）、北雄介助教（第1回）、板垣順平助教（第2回）、森本康平助教（第3回）に開催の準備・運営に尽力頂いた。この場を借りて感謝を記す。

引用文献

- 1) 坂本慧介（2018）, 「防人口減少黎明期の地方中核都市における居住者動態と空き家・空闲地をめぐる社会と空間の相互関係構造」, 東京大学大学院工学系研究科博士論文.
- 2) 福本壘（投稿中）, 「学生による作品制作と販売を通じた地域コミュニティ形成活動の実践と効果- MAKINDOプロジェクトを事例として-」.
- 3) 福本研究室（2020）, 造形大生の作品を販売するアンテナショッププロジェクト「MAKINDO」<https://fkmt-lab.jp/ashop4st/>（2021年09月28日最終アクセス.）
- 4) 福本壘, 中村和彦, 山口紀生（2018）, 「防災を主題にした対話を通じた学習者の主体性の変化と学びの深まり-防災トランプを活用した事例を通じて-」, 環境教育：27（3）, 15-22. DOI: 10.5647/jsoee.27.3_15
- 5) 稲庭彩和子, 伊藤達矢（2018）, とびらプロジェクト編美術館と大学と市民がつくるソーシャルデザインプロジェクト, 青幻舎.