

ディスプレイにおけるピンワークの表現技法と重要性

Techniques and Importance of Pinwork in Display Design

深沢 祥代

Sachiyo Fukazawa

要旨

ディスプレイは、商品のイメージを伝えるヴィジュアル（視覚的）表現の一つである。筆者は、ヨーロッパで栄えたディスプレイの技法を日本で永年に渡り伝授され、VP アカデミー（ディスプレイのプロ養成教室）主宰としても活躍されてきた大橋雅子氏の下で、現在、ディスプレイについて学んでいる。日本におけるディスプレイの登場は、欧米と同様に 1800 年代（19 世紀）とされている。当初は、展示会でのディスプレイ活用が一般的であったようだが、次第に商品を取り扱う店舗でもディスプレイが広く用いられていった。VMD（Visual Merchandising、ヴィジュアル・マーチャンダイジング）の 1 分野であるディスプレイは、構成、配色、テクニックなど、様々な要素が関連しているため、商品のデザインが分かるように見やすく効果的に配置したり、構成や配色で統一感を持たせるなどの技法を習得することは、容易なことではない。本論文では、筆者が制作したディスプレイを例にピンワークを中心とした作品を 8 例紹介し、ディスプレイにおけるピンワークの表現技法と重要性について述べる。

●キーワード：ディスプレイ（display）／表現技法（techniques）／ピンワーク（pinwork）

I. はじめに

筆者が、ファッションにおけるディスプレイ技法の研究を始めて約 7 年になる。ディスプレイの表現の方法は多様だが、布地を使用したピンワークでは、感覚的な部分（布地を扱う手の動きや分量を配慮した技法の使い分けなど）や商品の見せ方などがある程度継続的に行っていないと、技術が低下し表現が鈍くなってしまう。例えば筆者の経験から、楽器の上達は日々の基礎練習が欠かせないのと似ている。スポーツでも同様に、動作や感覚的な部分を身体で覚え、自分のものにすることは大変重要である。

商品を演出し、ブランドイメージを伝えるヴィジュアル表現としてのディスプレイは、VMD の 1 分野として捉えることができる。VMD とは、「マーチャンダイジング（商品化計画）の視覚表現のことです。その意図を適切に伝えるため、マーチャンダイジングの主要なポイントをわかりやすく、美的に、ときにエキサイティングに、ときには楽しく見せることをいいます。またそれは、マーチャンダイジング活動の販売・宣伝広告計画とも連動しているため、什器、器具、商空間を意図どおり

効果的に使い、技術と技能などを駆使して視覚に訴える総合表現のこと」¹⁾である。つまり、売り場全体を演出する VMD の中で、商品のデザインやサイズ、色、柄、コーディネート、機能などを見せるために、ディスプレイが効果的に取り入れられているのである。

ディスプレイにおいてよく用いられる技法に、ピンワークがある。ピンワークとは、「簡単にいえばマヌカンに布地を巻きつける技術のことである。ちょうど洋裁とドレーパリー（室内装飾のカーテンなどにみる、布のたれ下がり）の技術を折衷したようなもの」²⁾であり、壁面にも用いられることが多い技法と言える。

ピンワークは、ディスプレイをより美しく見せるための美的効果を上げる目的として用いられ、その主な材料は布地である。本論文で取り上げる筆者が制作したディスプレイにも、必ずピンワークの手法が用いられている。

素材によって効果的なピンワークが異なるため、布地の風合いや特性を感覚的に身につけることで、その布地に適したピンワークを行うことが可能となる。

そこで、本論文では筆者が研究と技術向上のために制作したディスプレイを例に挙げ、それらの表現技法を紹介

介し、ディスプレイにおけるピンワークの重要性について述べたい。

II. ディスプレイの歴史

ファッション界におけるディスプレイの歴史は不明確である。例えば「欧米百貨店のディスプレイスタイルの起源は、やはりスペクタクル。世界初の百貨店、パリのボン・マルシェも1852年の創業時にはスペクタクルディスプレイに人気が沸騰」³⁾したように、欧米ではすでにディスプレイが1800年代には登場している（スペクタクルとは壮大な光景、豪華な場面のことである）。

また、「日本におけるディスプレイの歴史は、農耕祭事にまつわる占術・呪術における祭壇や、宗教、葬儀の飾り付け、戦利品の示威展示などに見られるように、有史以前にさかのぼる。ディスプレイが業として成立したと思われるのは、江戸時代後期、既に平賀源内の「薬品会」などがあるが、本格的なものは、明治5年の内国勧業博覧会とみてよいであろう。職能団体の成立は、昭和45年の大阪万博をめざして設立された「日本ディスプレイ業団体連合会（以下、「日デ連」という）」（昭和43年発足）が最初である」⁴⁾と記述されていることから、日本でもすでにディスプレイが1800年代に行われていたことがわかる。1800年代は、世界的に万国博覧会が盛んに開催されていた時代でもあり、作品や商品の状態をわかりやすく見せること、あるいは空間演出などをディスプレイで工夫することが必要だったのではないと思われる。

現代のディスプレイは、マネキンやボディ、棚、ハンガー、フック、照明、映像など、様々な小道具を組み合わせさせて商品を見せる演出が主流となっているが、かつて、1800年代のディスプレイは、以下のような手法で行われていた。

明治時代（1868～1912年）、商業空間において新しい商品陳列の手法が導入されるようになった。それは、「博覧会のようにさまざまな商品を陳列、場内を一巡しながら購入できる勧工場（関西では勧商場）が、明治10年代後半を中心に人気を集める。ついで呉服店が陳列販売のシステムを採用する。1896（明治29）年、三越の前身である三井呉服店は、2階にガラスのショーケースをいくつも据え置き、内部には呉服や反物といった商品を陳列した。客は店内を巡回しながら商品を選ぶ。この方式が圧倒的な支持を得て、まもなく各呉服店は三井の方式に追随、従来の座売り方式を全廃、総陳列化への道をたどる。この改革によって各呉服店は、のち

に百貨店へと発展する基礎を築く。明治期において陳列の近代化を促したのが、ガラス製のショーケースの普及である。その起源は定かではないが明治10年代、各地に建設された博物館や水族館などで、すでに造りつけのガラスケースが使用されていたことが知られている⁵⁾。つまり、現在では当たり前のウィンドーディスプレイやショーケースの形式が、明治時代の勧工場で確立されていたのである（勧工場とは、一つの建物内に様々な店舗が入った商品の即売場をさす）。

明治時代の具体的な陳列の手法について詳しく言及することは難しい。しかし、当時の陳列は、おそらく商品を明示することを優先としたもので、現在のディスプレイに見られるドラマチック、ファンタスティック、メルヘンなどの世界観を演出したものとは異なる感覚だったのではないかと推測される。

III. ディスプレイの役割

ディスプレイの語源は、「折りたたんだものを開く、広げる」というラテン語の dis-plicare からきており、そこから「表に出す、見せる、並べる」という意味になった。そして、「人目をひくように形や配置を考えた上で公衆に見せること」などへと意味が拡大していき、ディスプレイとは陳列、展示という意味を持つ。つまり、商品を選びやすく買いやすく陳列し、空間を演出する伝達技術である。その例として、商品を売るためのディスプレイ、工芸品や美術品などを展示するためのディスプレイ、祝祭や博覧会でのディスプレイなどがあり、ディスプレイは人々のライフスタイルに密接に関わっていることが分かる。

空間演出に欠かせないディスプレイは、人々に驚きや安心感、喜び、楽しさなどを与える。前述したように、ディスプレイの領域は広範囲にわたるが、主としては店舗施設、文化施設、博覧会施設の3つがある。

それぞれの目的によってディスプレイの形態は異なり、店舗施設の場合は、市場分析によってターゲットを取り込む販売促進効果のあるディスプレイ、文化施設の場合は、地域やテーマによってオリジナリティを持たせ、コンセプトや展示品を明確に示す正確さに配慮したディスプレイ、博覧会施設の場合は、教育や研究に関わり情報発信力の高さや国際性を意識したディスプレイといったそれぞれ特徴がある。

このように、目的によって形態が異なるディスプレイは、見る人の心に何らかの感動を与えるような、常に新し

いものであることが重要であると思われる。また、「ディスプレイは、単に「きれいに物（商品）を並べる」ということではなく、市場動向、消費者ニーズ、ライフスタイルなど、時代の情報を素早くキャッチして、感性と創造性で、人間の生活や心に豊かさをもたらす、創造的快適生活空間を提供するもの」⁶⁾と捉えることもできる。

時代の変遷と共に、今日まで社会はめまぐるしい発展を遂げ、幾多の問題にも直面してきた。そのような中で、人々の生活や文化、社会、商品などが多様化、個性化、情報化、高度化し、人々の価値観も変化している。人々の欲求を満たし、様々な目的（ビジネス、展示会、空間演出など）を達成するための手段としてのディスプレイは、常に新しい情報を発信する役割も果たしていると考えられる。

特に、百貨店や路面店などでは、ウィンドーディスプレイ（ショーウィンドーに商品を効果的に展示すること）や店内のディスプレイによって、取り扱っている商品や店舗のイメージ、ターゲットとする性別や年齢といった様々な情報を視覚的に消費者に伝達している。ディスプレイにおけるショーウィンドーの役割としては、外部のガラス部分が飾り窓として歩行者の足を止めさせ、店舗紹介や入店の動機づけを行う顧客誘導、店舗の美化といった役割を持ち、商品の大きさ、色、形などの直接的情報を大衆に向けて広く発信する重要な機能を持った空間であると言える。そして、商品と合わせて取り入れられる小道具や照明、配色などの構成によってディスプレイは美しく表現され、独特の世界観を演出しているのである。

IV. ディスプレイの表現技法

前述したように、ファッションのディスプレイではピンワークを扱うことが多々あるため、基本的なピンワーク（アン・ビエ、ダブル・ビエ、ドレープ、ギャザリング、タッキング）について、それぞれの技術的要点を述べる。

アン・ビエ（un biais）は「布の角を頂点として、4分の1円を描きながら、ひだの幅を均等にたたむ技法」⁷⁾、ダブル・ビエ（double biais）は「布の耳の1か所を基点に円を想定して弧を描くように2分の1円をたたむ」⁸⁾技法（アンビエの2倍となる）、ドレープは「布を下げたときにでる、自然で優雅な布ひだを美しく扱う」⁹⁾技法、ギャザリングは「ギャザーをとる位置や寄せ方で、ボリュームの変化がでる」¹⁰⁾技法、タッキングは「さま

ざまな方向からバイアス地をつまみ上げ、タッキングをとりながら軽やかに浮き立った華やかさをだす」¹¹⁾技法である。このように、ピンワークの技法を使い分けることによって、布地に様々な表情を持たせることができる。

ピンワークは、マネキンに布地を巻きつける技術であるが、空間を活かしたディスプレイでは壁面のピンワークがより効果的な演出をつくり出す。壁面のピンワークは、「平面にドレープを寄せるだけなので技術としてはごく簡単なものです。配色と分量がうまくいくと、驚くほど美しい壁面ができて上がります。展示会や発表会ではたいへん歓迎されています。また布地だけでなく、鳥の羽根、紙粘土、革、モール、金属箔など新しい素材で、ユニークなおもしろい壁面を作ることができます」¹²⁾。壁面を使う場合、仕上がりをイメージして全体のバランスを考慮することが重要だと言える。そこで、ディスプレイの表現技法として筆者が研究と技術向上のために、大橋雅子氏宅で制作した作品を例に、ピンワークや商品ディスプレイについて8例紹介し、解説する。



図1) ウールを用いたピンワーク

例1. チェック柄のピンワーク表現

ウールを用いたピンワーク（図1）は、チェック柄をメインとしてブルー系、グリーン系とそれに馴染むモノトーンを用い、1か所に無地を入れることによってそれぞれのチェック柄を強調している。壁面の中央にはチェック柄のウールを縦地に用い、布幅を調整するため

に均等にプリーツをたたみ、上下はタッキングでまとめ、その中心に無地のウールを同様のピンワークで配置した。

無地のウールは縦のラインを強調して高さを出し、上部のタッキングにボリュームを持たせることにより、統一感と安定感を表現している。その手前左にはグリーン系のチェック柄のウールを用い、上部をアン・ビエで留め、残りの布地をバイアスで床に垂らし、根元をプリーツで留めることにより、立体的に見せている。その右側にはアクセントとしてモノトーンのチェック柄を同様のピンワークで配置した。

そして、ウールの風合いとチェック柄の見せ方として、ボディに1枚の布地でバイアス、タッキング、縦地を組み合わせたベアトップのワンピースをピンワークで表現した。これは、この布地を用いて商品化した際のイメージ、あるいは布地の異なる表情を伝えるためである。ボディのネック部分にはスカーフとネックレスをコーディネートし、華やかさと女性らしさを演出するために作品の両側には造花を配置した。

チェック柄の布地を用いたディスプレイでは、全体のバランスや統一感を持たせることが難しい。しかし、柄の大きさや配色、風合いを上手く組み合わせることで、性別やイメージ、ライフスタイルなど、様々なシーンを演出することが可能となり、ピンワークの技法も効果的に発揮される。



図2) 綿、サテンを用いたピンワーク

例2. ボディを用いたピンワーク表現

綿、サテンを用いたピンワーク（図2）は、綿のハリ

を活かしてボディに袖付きのワンピースを表現し、余った布地を壁面にピンワークでまとめた。まず、ボディのピンワークでは身頃に布地を留め、後方から肩に布地をまわして袖のように形を整え、その形を固定するためにウエスト部分でタッキングを施し、裾にかけてボリュームを持たせている。綿はハリがあるため、ぴったりとフィットさせたり立体的に膨らみを出すなど、布地を掴まむ分量やピンの留め方、間隔によって自由な表現が作り出せる。

ボディに用いた布地の残りは、裾から左後方へまわして壁面でまとめている。上部に二つのダブル・ビエをつくり、布端を縦地で床に垂らし、根元をタッキングで留めた。ここで用いた綿には小花柄がプリントされており、柄の中に黄色が入っていたため、同系色のサテンを用いている。

華やかさを演出するために、右後方の壁面に光沢のあるサテンを縦地に用い、タッキングとドレープを組み合わせることで立体的なピンワークを施した。ボディの位置が高いため、視線の先にボリュームのあるタッキング、下の方はすっきりとシンプルにドレープでまとめた。サテンは光沢と重厚感があり、特にドレープの場合は布地が綺麗に流れるので、華やかさやボリューム感を表現するには最適である。

ボディの下空間には、綿と同系色の造花を置き、片方の肩にも装飾として造花を留め、ボディのネック部分にネックレスをコーディネートし、仕上げた。図1と同様に、布地を見せるためのディスプレイの表現技法の一つである。



図3) 綿、ジャージー、オーガージーを用いたピンワークと商品ディスプレイ

例3. ピンワークと商品ディスプレイによるイメージ提案

綿、ジャージー、オーガンジーを用いたピンワークと商品ディスプレイ（図3）は、左右のディスプレイを区切るように、壁面の中央に綿を縦地に用いた仕切りをピンワークした。上部は、布幅を調整しながら均等に摘まんで留め、タッキングで布端を処理し、下部も床まで同じ幅になるようにタッキングで留めている。

左右のボディには、同様のデザインのセパレーツのアイテムを布地でピンワークし、左はエレガント、右はカジュアルなイメージを異なる配色で表現した。左のボディには、トップスにオーガンジーを用いてギャザリングでワンショルダーのノースリーブをピンワークし、柔らかくハリのある布地の風合いを表現している。ボトムスは赤とグレーのボーダー柄のジャージーとポリエステル2種類の布地を用いて、ドレープでロングスカートをピンワークした。右のボディには、トップスにオーガンジーを用いてベアトップを表現した。前中心のギャザーはボディに留める前に布地を中表に横地で畳み、輪から1.5cmほど内側で均等にプリーツを折り、ピンで留め、このピンが前中心にくるようにボディに留める（このとき、布地はまだ中表に横地で畳まれた状態である）。そして、布地を外表に開き、ギャザーを整えながら両側から後方へ布地を張って留める。カジュアルなイメージであるため、ぴったりとボディにフィットさせている。ボトムスは3種類のジャージーを用いて、左と同様にドレープでロングスカートをピンワークした。

トップスに用いたオーガンジーは、透け感があり、ハリがあるため、分量が多くても重くならず、ギャザリングやタッキングには適している。左右のボディには、それぞれに帽子やスカーフ、ベルト、バッグなどをコーディネートし、異なるイメージによる関連商品も床や壁面にグルーピングした（商品を組分けして配置した）。この作品は、布地と商品を見せるための表現にあたる。



図4) オーガンジー、サテン、綿を用いたピンワークと商品ディスプレイ

例4. 壁面ピンワークを活かした室内空間演出の表現

オーガンジー、サテン、綿を用いたピンワークと商品ディスプレイ（図4）は、壁面に白のオーガンジーでダブル・ピエとドレープを中央から斜め左へピンワークし、その余り布をスタンドの上部にタッキングで留め、垂直に床まで落とし、布端をタッキングで処理した。また、カラーアクセントとして、同様の技法でゴールド系のサテンを壁面から床へピンワークした。これらのピンワークは、室内のカーテンをイメージしている。

商品ディスプレイとしては、紅茶やコーヒーの関連商品を3か所でグルーピングし、商品をしっかりと見せるようにした。中央のテーブルには綿でテーブルクロスを表現し、華やかさを演出するために、3か所に造花、壁面に絵を配置した。

制作過程は、ピンワークで空間演出を行い、そこに合わせて小道具（台やテーブル）を配置し、効果的に商品を並べ、造花や絵などのアクセント付けを行い、仕上げとなる。安定感を出すためには、壁面の空間にも高さを出して造花を置いたり、絵を飾るなどの工夫が必要になる。商品ディスプレイでは、様々なブランドの商品をひとかたまりで置くのではなく、同じ種類のものが固まるように配置する方が、バランスもとれ、商品も見やすく、全体的に統一感のあるディスプレイとなる。



図5) サテン、シルク製スカーフを用いたピンワークと商品ディスプレイ

例5. アクセサリーのためのディスプレイ

サテン、シルク製スカーフを用いたピンワークと商品ディスプレイ（図5）は、壁面に黄色のサテンを用いて上部にアン・ビエ、ダブル・ビエ、タッキングの技法でボリュームを出し、床までドレープを落とし、余り布を用いて左下の壁面にも同様のピンワークを施した。配色としてピンクとゴールドのサテンも使い、ピンクのサテンは壁面のオブジェのような感覚でアン・ビエ、ダブル・ビエ、タッキングを自由に組み合わせてピンワークし、ゴールドのサテンは黄色のサテンと同様の技法を用いている。

商品は、ピンワークの配色に合わせてピンク系やベージュ系のスカーフを主体として、ネックレス、イヤリング、ブローチ、プレスレットなどのアクセサリーをディスプレイした。壁面のピンワークのように商品も壁面で見せる技法は、構図に動きが出て効果的な方法であると言える。床に置く台やマスカンの高さに変化を持たせることも、全体的なバランスを取る上で必要なことである。

スカーフの壁面ピンワークにおいても、布地と同様にアン・ビエ、ダブル・ビエ、ドレープ、ギャザリング、タッキング、プリーツの技法を用いることで、様々な表現が生まれる。スカーフの見せ方として、柄がある場合はなるべく柄を見せることが重要であるため、ドレープが適した技法となる。



図6) サテンとポリエステルを用いたピンワークと商品ディスプレイ

例6. 洋服とアクセサリーを用いたディスプレイ

サテンとポリエステルを用いたピンワークと商品ディスプレイ（図6）は、壁面にベージュ系とオレンジ色のサテン、植物柄のポリエステルをそれぞれアン・ビエ、ダブル・ビエ、ドレープでピンワークし、ボディとアクセサリー用のマスカン2体、ボディの左側にスタンドを配置した。

洋服のディスプレイでは、洋服の色の系統をピンワークで用いた布地の色と合わせて統一感を持たせることや、袖や裾に動きをつけることも効果的である。さらに、洋服のディスプレイでは、各アイテムのデザインが見えるように配置、ピンワークすることが重要である。壁面での洋服のピンワークを行う場合は、トップスとボトムスを置く位置や肩幅と肩線が左右対称になるように配慮し、立体的な表現が必要となる。

この作品では、ネックレス、イヤリング、ブローチ、スカーフなどのアクセサリーを中心に、そのコーディネート提案として洋服やバッグを添えている。アクセサリーは、小さいものであるため、床やマスカンに置くだけでなく、壁面も活用することによって全体のバランスをとることができ、大変有効であると言える。

洋服の場合、季節感を演出するために素材やデザインにも配慮しなければならないため、商品知識が不可欠となる。また、配色や素材で統一感を持たせることも重要であり、場合によっては、構図を整えるために絵や造花を配置することも効果的である。



図 7) サテンを用いたピンワークと商品ディスプレイ

例 7. トロピカルなイメージのディスプレイ

サテンを用いたピンワークと商品ディスプレイ (図7) は、壁面にグリーンとブルーのサテンをそれぞれアン・ビエ、ドゥブル・ビエ、ドレープでピンワークし、南国風のトロピカルなイメージで構成した。そして、飲料品を高さのある台や床に置き、同じ銘柄あるいは同類のもので左右2か所にグルーピングし、手前には飲料品の原料となるようなフルーツを配置した。また、南国の植物であるハイビスカスなどの造花を用い、壁面には大きめのトレイをピンで固定し、全体のアクセントとしている。



図 8) サテン、オーガンジー、レースを用いたピンワーク

例 8. ピンワークによるディスプレイ

サテン、オーガンジー、レースを用いたピンワーク (図8) は、ピンクのオーガンジー、ブルーのサテン、白のレースをオブリークネックやベアトップのワンピースドレスのようにそれぞれボディにピンワークを施した。ピンクのオーガンジーは、後部から右肩と左脇を通り上半身にフィットさせ、残りの布地でスカート部分をフレアになるようにピンで留めている。ブルーのサテンも同様に後部から左肩と右脇を通り上半身にフィットさせ、残りの布地でスカート部分をタッキングで留めた。白のレースは、ボディの黒が透けないように下にベージュのサテンを重ね、上半身はベアトップ、ウエストにギャザーを寄せ、スカートの裾部分は床で布地を余らせタッキングを施している。

壁面には、オレンジのサテンをメインとしてアクセントでグリーンとピンクのサテン、白のオーガンジーを用いてピンワークを施し、ボディにはネックレスやスカーフをコーディネートした。そして、華やかさの演出として布地と配色を合わせた造花を配置した。

以上のように、ディスプレイの表現技法は同じ手法であっても使用する布地や色、分量によって様々な表情を演出することができる。前述したアン・ビエ、ドゥブル・ビエ、ドレープ、ギャザリング、タッキングといった基本的な技法は、布地の特性や表現したいイメージを理解していれば、独自の感覚で幾通りものピンワークとして確立されるのである。

また、ボディを用いる場合には、露出した首回りにスカーフを巻くと華やかな印象となり、洋服のコーディネートの例として、あるいはディスプレイの装飾の一部として、大変効果的である。ディスプレイの表現技法は、商品だけではなく布地を用いたピンワークも構成に加えることによって、演出の表現の幅も広まると考える。

V. おわりに

ディスプレイとは、市場においては商品を見せるため、商品を売るため、ブランドイメージを伝えるため、売り場の雰囲気作りのためなどに用いられる演出の一つである。また、展示会や博物館、美術館などにおいては展示物を見やすく、分かりやすく配置するため、展示物の作者や時代背景、その時代の生活空間、地域(国や地名)などの情報(展示物に関する説明にあたる部分)を展示物とともに配置するために用いる手段であると考えられる。そのため、ビジネスや空間演出においてディス

ブレイは重要な役割を担っていることが分かる。さらに、ファッションデザイナーやインテリア・デザイン、スタイリスト、舞台美術などの分野では多種多様な布地の扱い方、配色、空間演出といった、ディスプレイの表現技法にも通じる幅広い知識や技術が要求される。それは、ディスプレイの表現技法を活かす場面が多岐に渡っていることを表している。

筆者がディスプレイの指導を受けている大橋氏は、30歳で渡仏した後、12年間に渡ってフランスやスイスでディスプレイを学び、中国や台湾などの学校や日本の企業などで講義を担当し、その後永年に渡り国内外で広く活躍してきた。先日、大橋氏から日本の教育機関においてディスプレイの重要性がより高く認識されるようになれば、今後のディスプレイの発展も見込まれるのではないだろうか、という話を聞き、その言葉が強く印象に残っている。

現在、ますますグローバルな社会が身近に感じられるようになり、日本式のホスピタリティ（心のこもったもてなし）や丁寧なサービス、利便性の高い公共施設などが世界でも注目されている。そのような中で、日本人ならではの繊細で緻密な感覚を必要とするディスプレイが発展していけば、日本の百貨店、量販店、専門店などの海外からの利用者（消費者）の増加や市場の活性化が期待できると考えられる。

ファッションのディスプレイの表現技法はピンワークが基本にあり、ピンワークを自在に扱うことができれば、応用範囲は格段に広がる。つまり、様々なディスプレイの表現を演出することができるのである。次に、ディスプレイの表現技法として重要となるのは、商品のグルーピングである。ここでは、商品のブランド名（ラベル）を見せること、商品を見えやすく配置することが基本であり、バッグやスカーフなどの場合には配色にも配慮する必要があると言える。このように、ファッションの分野にも関係しているディスプレイについて、今後この研究を継続し、さらに表現技法の技術の向上を目指し、授業などにも活用すると共に、ディスプレイやピンワークの重要性の認識も一般に広めていきたい。

最後に、本論文を書くにあたりご教示いただきました大橋雅子氏に深く感謝申し上げます。

図版出典

- 図1) 2012年4月28日制作, 筆者撮影
- 図2) 2012年5月20日制作, 筆者撮影
- 図3) 2011年7月16日制作, 筆者撮影
- 図4) 2012年6月9日制作, 筆者撮影
- 図5) 2013年12月14日制作, 筆者撮影
- 図6) 2014年7月26日制作, 筆者撮影
- 図7) 2014年4月19日制作, 筆者撮影
- 図8) 2014年7月5日制作, 筆者撮影

引用文献

- 1) 佐藤昭年, ペア・シュメルシュア『ディスプレイ・ブッケーデコレーターのための商品展示新技法』文化出版局, 1984, p.14
- 2) 笹原紀代『新しいピンワーク』文化出版局, 1971, p.6
- 3) ペア・シュメルシュア, 佐藤昭年『ディスプレイ・スタイル』文化出版局, 1992, p.9
- 4) 社団法人日本ディスプレイ業団体連合会編『ディスプレイ業一現況と展望一』社団法人日本ディスプレイ業団体連合会, 平成3年, p.23
- 5) ディスプレイの世界編集委員会編『ディスプレイの世界』株式会社六耀社, 2002年, p.31
- 6) 文化服装学院編『文化ファッション大系 ファッション流通講座⑧ ディスプレイ・VP・VMD』文化出版局, 2007, p.10
- 7) 同上, p.41
- 8) 同上, p.44
- 9) 同上, p.120
- 10) 同上, p.125
- 11) 同上, p.127
- 12) 笹原, 前掲書, p.182

参考文献

- 大沼淳・荻村昭典・深井晃子監修『ファッション辞典』文化出版局, 1999
- 大橋雅子『ディスプレイのアイディアとテクニクー見て学ぶ230一』文化出版局, 1999
- 社団法人日本ディスプレイ業団体連合会編『ディスプレイ業一現況と展望一』社団法人日本ディスプレイ業団体連合会, 平成3年
- 高柳光寿・竹内理三編『角川日本史辞典 第二版』株式会社角川書店, 1974
- ディスプレイの世界編集委員会編『ディスプレイの世界』株式会社六耀社, 1997
- 福沢三郎『DISPLAY 商品の陳列』誠文堂新光社, 1965
- ペア・シュメルシュア, 佐藤昭年『ディスプレイ・スタイル』文化出版局, 1992
- 笹原紀代『新しいピンワーク』文化出版局, 1971
- 佐藤昭年, ペア・シュメルシュア『ディスプレイ・ブッケーデコレーターのための商品展示新技法』文化出版局, 1984
- 文化服装学院編『文化ファッション大系 ファッション流通講座⑧ ディスプレイ・VP・VMD』文化出版局, 2007
- < <http://www.numata-vmd.net/c02.html> > 2014/03/19