

2011年度第4回物学研究会レポート

「接点の美／機能するビジュアルデザイン」

鹿野 護 氏

(WOWアートディレクター)

2011年7月25日



広告映像から、展覧会のインスタレーション、プロダクトのユーザーインターフェイスデザインまで、ビジュアルデザインの可能性を探求するWOW。そんなWOWの活動は、幅広いジャンルのクリエイターとのコラボレーションから生まれます。今回は、WOWのクリエイションを統括するアートディレクター、鹿野護さんに、WOWの仕事をご紹介いただきながら、ビジュアルデザインの未来、期待される役割について語っていただきました。以下、サマリーです。

接点の美／機能するビジュアルデザイン

鹿野 護 氏

WOWアートディレクター



01：鹿野 護 氏

今日はWOWのさまざまな作品を見ていただきながら、これまでどんな作品をつくってきたか当社の生業と、今後どういう方向に向かっていくのかという展望、さらにビジュアルデザインに対する個人的な思いについてもお話したいと思います。

1. WOWについて

WOWは現在、仙台、東京、ロンドンの3拠点体制ですが、1996年に仙台で企業した当初は仙台地方中心にウェブやCM、ビデオ製作などを手がけていました。その後、より品質の高い仕事を求めていく中で、2000年に本社を東京に移し、2001年には海外での可能性を広げようと海外企業とパートナーシップを結び、ロンドンにも拠点を作りました。現在のスタッフ体制は15～20人のデザイナーを含む約35名。以前はデザイナーだけでしたが、相乗効果で新しい表現も作っていただけるように、プログラマーやスク립ティングができる人材なども採用しています。

ビジュアルにまつわる、さまざまなデザインを手がけていますが、大きく分けて「3つの柱」があります。1つは「コマーシャル」。広告に関するさまざまなデザインです。2つ目は「コラボレーション」。建築家やグラフィックデザイナー、またはメーカーとコラボレーションする形でデザインします。3つ目が「オリジナルワーク」で、各デザイナーが仕事とは関係のない作品を自由に作れる時間を設け、作品を外部に公開しています。社内の活性化が目的です。

ここで、WOWが過去に手がけたCMをまとめたビデオをお見せします。2007年度分と2010年度分の2本を比べて、作品の移り変わりを感じていただければと思います。2007年度はCMを200本ほど作りましたが、CMは流れては消えていく短い作品なので、少しでもみなさんの記憶に残っているものがあれば嬉しいです。2010年度分は先日まとめたばかりの最新版ですが、2007年度に比べてCM本数は半分以下に減り、逆にミラノサローネなどの展示やプロモーション映像などが増えています。

さて、さきほど話した「3つの柱」に枝分かれしたのは、2006年頃に映像を上映するだけでは広告としての表現方法に限界があると感じ始めたことがきっかけです。そこから空間を含めたビジュアルデザインという方向にシフトする動きが生まれました。そこでまず、創業地である仙台に、研究所的な位置づけのWOWLabを置き、技術的な可能性を探るためのさまざまな実験を行っています。

例えば、2006年に、人の影に反応して水のような動きを作るという実験から『Motion Texture』という作品が生まれました。天井から映像を投影して仮想の水面を作り、その中に人が入ると揺らめきが生まれるというもので、仙台市のメディアテークという施設や日本科学未来館で展示しました。空間に展示するとその場でフィードバックが得られ、体験者もインタラクティブに楽しめます。『Motion Texture』はWOWにとってその皮切りとなる作品といえます。

また、『工場と遊園地』もWOWLabが制作し宮城県美術館で展示した作品ですが、YouTubeで公開後、さまざまなオファーがあり、2010年、ロシアで公開しました。工場と遊園地という20世紀を象徴するモチーフを対象的に使い、工場で作られたモーション・グラフィックスの空想物が、工場の装置によって遊園地に向かって打ち出されるとインタラクティブな映像に変わるという仕組みです。空想と現実、触れないものと触れるものが共存している作品で、好奇心と実験から生まれたアート作品です。こういう作品に時間を割く事は、仕事を圧迫することにもなりますが、仙台のラボでは積極的にやろうとしていて、ウェブ公開などで多くの方にプロモーションし、新しい仕事に結び付けて行きたいと思っています。

また、今年、ミラノサローネに展示した作品は、こうした実験が実際に仕事につながった成果ともいえる作品です。通常、スクリーン上の映像は平面的ですが、展示室内に建築で使う糸を数千本張り巡らせ、その糸に映像を投影したので映像が立体的に空間全体に広がるようにしました。弊社のクリエイティブディレクター於保浩介がディレクションし、ミラノサローネの優秀展示賞を受賞した作品です。WOWとしては「映像の力を空間に発展させ、新しい美しさや価値観を生み出す」という考えでずっと実験を重ねてきたので、こうして仕事として認められたことはWOWとしてとても励みになりました。

3つ目の柱である「オリジナルワーク」とは、各デザイナーが業務時間内の一部を使って個人的に作りたいモノを作る活動のことで、2010年からは作品をデザイナー個人の名で外部への発表も認めることにしました。「WOWアイディー (WOW id)」という名称で進められ、現在までに数本の作品が生まれていますが、YouTubeでの公開やコンペに出品して仕事を受注するなど、WOWとしても新たな動きにつながっています。オリジナルワークから生まれた作品は『WOW id』というサイトで販売しており、販売利益はデザイナー個人にも何%か入る仕組みにしています。会社としてできることと、個人でしかできないことのバランスをとりながら、実験的にやっている活動です。

2. ビジュアルデザインを作る際の4つの視点

WOWでは、ビジュアルデザインを行う際に「4つの視点」を大切にしています。

◆視点1： 歴史との連なり

1つ目が「歴史との連なりをきちっと考えること」。ビジュアルデザインは社会やメディアの変化と密接にリンクしていると思うからです。例えば、絵画表現としての「印象派」が登場したのは、

チューブ式絵の具が開発され屋外で絵を描けるようになったことで、屋外の透明感や風の動きなどを絵画の中でとらえられるようになったからだと考えられます。我々の現場でも同じようなことが日々、起こっています。例えば、ベテランのデザイナーが何年もかけて行っていたことを、ソフトのバージョンアップによってクリックひとつでできるようになることもよくあります。そう考えると、我々はメディアやツールが変わることにに対して敏感に対応しなければならないわけです。ここで現在のビジュアルデザインにつながる歴史を簡単に紹介します。

また、「写真」や印刷技術の発達によって可能になった「ポスター」などもビジュアルデザインに大きな影響を与えたものです。ただ、ポスターに関しては、例えば戦争を美化するなど、共同幻想への加担という負のパワーとしても存在するものであり、我々も加担の危険性があることを肝に銘じておかねばならないでしょう。

「映像技術」では異なるシーンや時間帯で撮られた映像をつなげることでストーリーやシナリオを作る「モンタージュ」は一種の映像トリックですが、我々は今も、このセオリーの影響を大きく受けています。また、「シュールレアリズム」の一例である、マグリットの『これはパイプではない』(1929)は「作品が持つ表現の意味とビジュアルの衝突」ということに初めて気かされた作品です。パイプそのものを描くのが目的ではなく、絵から問題を提起し浮き彫りにする可能性があることを感じました。

『ポップアート』(1968)も、表現の世界ではエポックメイキングな作品です。大量消費社会に疑問を投げかけると同時に、表現方法としてシルクスクリーンを使って作品の簡易的複製が可能であることを提示しました。同じ年の作品でチャールズ・レインズの『Power of Ten』(1968)は科学的セオリーに基づき、それぞれ10の10乗分ずつサイズが変化した絵が並んだ作品ですが、科学を美しくビジュアルライズし、かつ言葉に頼らずシナリオ化したという点で大きな影響を与えました。

『SKETCH PAD』(1962)も、我々に非常に大きな影響を与えた作品です。元々軍事的技術だったコンピュータグラフィックス(CG)による作品です。CGが生まれなければ、今我々はこういう仕事をしていないし、こういった表現もできなかったわけです。映画『Tron』(1982)は、CGとエンターテインメントが結びついた初めての映画作品とされています。CGが軍事技術から大衆化した瞬間の作品といえるでしょう。

『スーパーマリオ』(1985)に代表される、70年代後半から80年代にかけて流行したコンピュータゲームは革命的でした。テレビの中のビジュアルを手で動かすという、それまでとは全く異なる考え方で作られています。しかも、家電製品から生まれ、爆発的に普及した点は、のちの『WWW』やフラッシュにつながります。振り返って見れば、インタラクティブ表現の起源だったと思います。また、今、当たり前のように使っている『WWW』が登場したのは1991年。まだ生まれてまもない技術と言いますが、さらに、iPhoneやスマートフォンなど『モバイル・コンピューティング』へと発展しています。

我々デザイナーにとっての課題は、「この時代にはどんなビジュアルデザインが必要か」を考えること。だからこそ、「今はこういう時代だから、こういうデザインでなければならない」と自ら考える機会を作り、チャレンジすることが必要で、そのために、こんな風に歴史を振り返ることがとても重要だと思うのです。

◆視点2： 認識の裏側

「認識の裏側」も常に意識しています。ビジュアルデザイナーにとって作品にどんな印象をもたれ、どう記憶されるかということは最大の関心事です。製作意図と全く違う印象をもたれないように演出するとき、単に個人的感覚でなく、例えば認知科学などのように、脳内で何が起きているのかをある程度意識するだけでも、我々が表現をする上での拠り所が太いものになると考えます。

例えば、先日、専門家と話して衝撃を受けたのですが、脳は視覚認識する際、さまざまなトリックを応用して虚像をつくりあげ認識しているそうです。つまり、「こういう風に作ればこういう風に見える」というのは間違いで、相手がどう認識するかを意識した上でモノづくりをしなければならないわけです。また、人間には陰影をつけるだけで絵が浮き出るように見える、錯視という力もあります。こういった観点からグラフィックアートをとらえると、色やグラデーションの付け方なども変わってくるでしょう。

また、私は脳のどの部分が記憶用のハードディスクなのか、ずっと疑問に思っていました。このハードディスクにアクセスできれば、記憶に残しやすい作品が作れるのではないかなと思うからです。そこで、専門家に聞くと、人間の脳にはハードディスクはなく、コンピュータとは全く異なるシステムで記憶しているそうです。これは衝撃的でした。

人間は脳の海馬を入り口にして、記憶をためこんでいくそうで、この海馬の開閉を担う扁桃体が活発に動くと記憶は定着しやすいようです。人間の脳は例えば、「これは触ると熱い」「とても美味しい」、「高所で危険」など生きていく上で重要な情報や感情などから優先的に記憶していくそうです。こうした知識をビジュアルデザインにどう生かすかはまだ我々も研究中ですが、例えば、平坦な映像のなかにインパクトのあるものを含めたりして感情を揺さぶり、少しでも記憶に残すことを心がけています。

◆視点3： 美しさとは？

広告やプロモーションは何らかの美しさを備えていないと効果的ではないので、「美しくしてほしい」とか「いい感じにして」という抽象的なオーダーも多いのですが、「美しさとは何か」というのは非常に難しいテーマで、僕はずっと考え続けています。おそらく、美しいとは表面的なきれいさだけではないだろうとは思っています。

例えば、私が最近、個人的に美しいと思った一例を挙げてみましょう。まずは波の寄せ引きの様子。同じようなパターンであっても毎回違い、柔らかな裏切りの連続が波間にはある。それが好きです。他にも、野菜のロマネスコや雨上がりの蜘蛛の巣がもつ、複雑なフラクタルパターンの美しさは人工ではつくれません。最近、粘菌にもハマっています。とても複雑な生物で、単細胞でありながら、動物的な動きをし、なおかつ植物であるという点が美しいと思います。行進を見るのも好きですが、中にほんの少し動きがずれる人がいたりすると、より魅力的になります。ここ数年、私は自分が美しいと感じるものをライブラリー化しているのですが、改めてみると、表面的な美しさよりも、関係性や構造に僕は美しさを感じるようです。

たとえば色はどれも、単体では美しい色ばかりです。ただし、2色以上を配色を間違えて組み合わせると汚く見える場合もある。つまり、よい関係性や構造を作ることが美しさを作ることであり、ビジュアルデザインでも色のテーマについてはしっかり考えるようにしています。

◆視点4： 揺らぎの構造

最後ですが、揺らぎの構造についても意識しています。揺らぎとは、単純な揺れや1/f揺らぎ、またはノイズでもあるのですが、こうした揺れが様々な要素に大きく関係していると考えています。例えばアニメーションの基本でもある円運動を作るときでも、SIN波とCOS波という二つの波を縦と横で組み合わせることで作ることが出来ます。発展させれば螺旋の動きなども作れるため、動きの最小構成要素は揺れなのではないかと考えています。

また、動きだけでなく、「揺れ」としての「日常」もあるでしょう。毎日同じような生活をしている中で、たまに虹がでたり、たまにお祭があったりという、「偶然性の非日常」があり、この「揺れ」が人間の感情に働きかけると感じています。ビジュアルデザインのキーワードもここに隠されていると思っていて、例えば数十秒という短時間の中で日常と非日常を作りだせるだろうという意識をもって、表現の設計をすることがあります。

つまり、繰り返しのうちに潜む「偶然性」が心地よさと面白さを生みだし、揺らぎをつくり、その揺らぎがビジュアルデザインの価値観になっている。ただし、偶然性だけではノイズやカオスになってしまうので、一定のルールや法則が働く中にバランスよく偶然性が入り込むことで「心地よさ」が生まれるのだと思います。

3. UIへの取り組み

WOWが最近、力を入れている分野はユーザーインターフェイス（UI）です。ビジュアルデザインとして、ただ人の気持ちを動かしたり記憶に残すだけでなく、デバイスやプロダクトデザインとともにビジュアルがあり、人の生活に寄り添って便利さを提供しながら、感情を動かす美しさだったり、エモーショナルな心の揺らぎみたいなものを作ることはできないかと考えています。

現在、UIのプロジェクトには、CMやインスタレーションのデザイナー5、6名が関わっています。さらに2010年からはプログラマーも入り、デザイナーだけではできないプロトタイプづくりのようなプロジェクトもできるようにしました。デザイナーの高い表現力によるビジュアルデザインとプログラマーによる機能のデザインの両方を同時にできるような体制を構築しているのです。

UIのプロジェクトは、WOWではまだ発展途上ですが、これまでの実績としては、シリコンバレーの「Cooliris」という会社と協同製作した「Cooliris Discover」という作品があります。これは、Wikipediaを雑誌のようにデザインし直し、電子書籍的に楽しむためのアプリケーションです。同社のプログラマーとWOWのデザイナーが直接担当し、同社の第1作目として作りましたが、全米の総合ランキングNo.1に数週間ランクされるという嬉しい結果になりました。今後も継続的にこうしたプロジェクトに日本人デザイナーとして関わられたらいいなと思っています。

また、最近では、ボタンや面のデザインというUIのパーツだけでなく、社内プレゼン用のビジュアルを依頼されることも多いです。最終的なプロモーションや広告だけにWOWが関わるのではなく、モノづくりの段階から参加して、プロダクトの世界観づくりにWOWのビジュアルを活用していただきながら、プロジェクトがスムーズに進んでいくための仕掛けづくりを行っています。

5. 今後の方向性

今後、我々がやっていかねばならないことは、ひとつには、これまで通り「ビジュアルエフェクト」として高度で多彩なビジュアル演出をすること。もうひとつは「映像表現とソフト開発の一体化」で、ビジュアルデザインとして技術的にもハードルが高い項目です。そのため、プログラマーとデザイナーと一緒にプロジェクトに参加し、互いの専門技術をミックスする機会をつくるようにしています。3つ目は「認知科学的アプローチ」で、科学的裏付けをもってビジュアルを表現し、それを芸術的感性まで高めていくことを目指します。

さらに、デザインを通して社会と接している我々の立場として、「地域やコミュニティの創造的プラットフォームの提供」にも取り組んでいかねばと思っています。例えば、WOWの拠点である仙台に、創造的なコミュニティをどうやってつくるか、あるいは地域の歴史や民俗学とビジュアルデザインをどう結びつけるかなどを考えています。最初はごく狭い範囲でしか通用しなくても、少しずつ研ぎ澄ませ、いずれ世界にもっていくという意識で挑戦したいと思っています。手始めに、仙台のクリエイティブ・コミュニティを形成する研究チーム、logueを立ち上げ、活動をしています。

最後に、少し個人的な思いをお話しできればと思います。デザイナーが企業として経済的活動を行うことはとても重要なことです。しかし一方でデザイナーとしての個人的な嗜好や創造性、感性は忘れたくないと考えています。これは歯を食いしばってでも無くしたくない。個性あるデザイナーが集

団となってWOWという集団作っているという関係性、すなわち個と集合から生まれるデザインを、これからも守り、確立していきたいです。

WOWという名前には「人を驚かせたい」という思いが込められています。社会的な風潮から自由度の高い作品は作りにくくなりつつありますが、なるべく自由な発想で美しい映像を作っていきたいなと思っています。また、創立15年目を迎えたWOWはこれからも、自分たちが使うツールから最終的な作品まですべて作れるビジュアルデザインチームとしてがんばっていきたいと思っています。今日は長時間お付き合いいただきまして、ありがとうございました。

Q&A

Q1: CMは15~30秒と短く、ビデオはもう少し長く、UIは日常的に使うものというように、ユーザーが映像と接する時間の長さが異なるプロダクトをさまざま作られています。それぞれの面白さや作る際の心がけについて聞かせてください。

A: CMは短時間ですべてを伝え、何らかの記憶にとどめることが求められるので、インパクトや刺激を盛り込むことが大切だと思います。一方、長時間ユーザーと関わるUIは、インパクトが強すぎるとうるさいといった反応がありますから、ビジュアルは構造や仕組みをつくり、さらに清浄化するような形で関わるのが大切だろうと思っています。

Q2: 1と0のデジタルで作られているのに、WOWの映像にはとてもしなやかな生命感が感じられ、その要因の重要な一つが音楽だと思っています。音楽はどのように作っているのでしょうか。

A: たしかに、音楽の力は映像の力よりも強いと思うほどで、音のよしあしによって映像のよしあしが全く変わってしまうこともあります。WOWの音楽は**畑中正人氏**に担当していただく事も多く、映像の魅力を増幅していただいています。映像を作る人間と音楽を作る人間で、コンセプトやキーワードをいかに共有できるか、感性が合う人との出会いが重要だと思っています。また、社内にもサウンドデザイナーはいまして、制作過程で試しに音を当てるとどうなるかなどを行っています。

Q3: 各プロジェクトのチームづくりや3拠点の役割分担について教えてください。

A: プロジェクトごとにチームを作りますが、まずクライアントの指名が最優先で、それ以外はプロジェクトの内容と実績に応じて、ディレクターがチームを作ります。技術的分業をしないことがWOWの方針で、メンバー全員が映像制作全体に関わり、世界観を共有するような集まりにしようと考えています。分業のほうが効率は高いですが、縦割になると自由な発想が妨げられがちだし、設計図を渡されて部分的に関わるやり方ではインスピレーションも生まれにくくなると思うからです。

Q4: リアルな映像とCGでの映像の違いや気をつけている点、さらに、バーチャルでのリアル感を出すための心がけていることはありますか？

A: リアリティについては、「本物っぽく見えること」が大事だと思っています。単に本物を求めるなら、写真を撮れば早いですがね。例えば、ビルが揺れている映像は、実際にはビルがそんなに揺れることはあり得ないけれど、あるかもしれないと思われれば成功だと思います。リアリティの再現でなく、表現にこだわることを重視しています。

Q5: WOW社員の平均年齢は約34歳ということですが、映像制作と年齢の問題についてはどのようにとらえていますか？ テクノロジーに関しては若さが有利だと思いますが、人間や美に対する解釈などは年齢を重ねたほうが有利だろうと感じています。

A: 2つのとらえ方をしていて、ひとつはビジュアルデザイナーには年齢的に一定の賞味期限があるのではないかという危惧的なとらえ方。もう一つは、同じことをやり続けなければ賞味期限は伸びていくだろうというとらえ方。WOWではできるだけ新しいことにチャレンジしていくようにしているので、少しは延命できているのかなと思っています(笑)。

以上

2011年度第4回物学研究会レポート
「接点の美／機能するビジュアルデザイン」

鹿野 護 氏

(WOWアートディレクター)

写真・図版提供

01；物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998～2011 BUTSUGAKU Research Institute.