

2017 年度第 12 回物学研究会レポート

「イノチに近いデザイン」

森本千絵 氏

(アートディレクター、株式会社 goen° 主宰)

2018 年 3 月 23 日



今回は、震災の復興プロジェクト、CM、アーティストとのコラボレーションなど、幅広いワークスを展開するアートディレクターの森本千絵さんのご登場です。森本さんの仕事は「出会いを発見する、夢をカタチにし、人をつなげる」「アイデアが生まれる、一歩手前の大事な話」「もっとイノチに近いデザイン」など、いつも人間中心の眼差しがあります。今回は、AI や SNS などが拡大する現在、森本さんの活動や仕事を通して、人と人をつなぐ「人を幸せにするデザインとは何か」を考えます。

以下、サマリーです。

「イノチに近いデザイン」

森本千絵 氏

(アートディレクター、株式会社 goen^o 主宰)



01 : 森本千絵 氏

■仕事の原動力は好奇心

森本 はじめまして。まずは、緊張をほぐすために、みんなでストレッチをしたいので、立っていただけますか（伸びたり脱力したりした後、隣の人と手や手以外の場所を合わせながらコミュニケーションをとる）。

ご協力ありがとうございました。ところで、みなさんは、今週どのように過ごされましたか。私は、映画「リメンバー・ミー」やドラマの最終回を見たり、お仕事をさせてもらった Mr.Children の DVD が発売されたので、いろいろなレコード店を駆けずり回って買う人をチェックしたり、昨夜はコンドルズというダンスカンパニーの舞台を見に行きました。先ほどストレッチをしたくなったのもこのコンドルズの影響です。昔は体を動かすことが恥ずかしくて、ダンスに対してコンプレックスをもっていたのですが、彼らに初めて会ったとき、握手とは何かに触れて何か思いを伝えるというコミュニケーションで、それがダンスの始まりであり、きれいに踊るだけではないということを教わりました。

このように最初はコンプレックスから始まったダンスでしたが、今度の日曜には、代官山ティーンズ・クリエイティブで小学校4年生の女の子のダンスの振り付けの演出をすることになっています。私はよくいろいろな人から、プライベートと仕事一緒だとか、何屋さんなのか、と聞かれるのですが、私にとって好奇心は何よりも大事な仕事の原動力なので、日々見えてくること、聞こえてくることに対して、できるだけ敏感に反応する体づくりを心がけています。

■東京からの震災支援活動

ここからは、私の仕事についてお伝えしようと思います。今回は、3月の講演に呼んでいただいたということで、まず3月11日の震災について。あの日のことを忘れず、これからも課題として持ち続けるために、こういう機会があったらお話するようにしているのですが、私はあの瞬間は徹夜明けでテレビを見ていました。どんどん恐怖心とともに自分でもよくわからない母性が悲鳴を上げて、普段動き出すのがそれほど早くない私が、その晩のうちに「iDEA! FOR LiFE」というサイトを立ち上げ、誰かに必要なデザイン（探している人の名前を住所などが記載できるカードや、自分の所在を示すためのカード、節電中のマークなど）をフリーダウンロードできるようにしました。博報堂で広告の仕事をしていたときは、特定のクライアントに対する答えをつくっていましたが、誰がつくったということすらも知られないデザインをつくって、ひとりでもがいてどんどん拡散して行って、広く伝える「広告」というものが「告広」という逆になったような気持ちで動いていました。

震災の日はサントリーさんのCMの撮影を予定していた日で、撮影は中止となり、スタッフは途方に暮れていました。そこで、契約しているタレントさんを集めて、このCMをつくることになったのです。（サントリー 震災復興応援CM「見上げてごらん夜の星を」「上を向いて歩こう」の紹介）。

当時、テレビに流れるのはACの広告とニュースの怖い映像ばかりだったので、コマーシャルの間だけでも少し呼吸ができるようにしてもらいたいと思ってつくったCMでしたが、これは被災地の人へということだけではなく、その周りにいる人、想いはあるけれども行動できずに傷ついていた人、すべての人に向けたものです。でも実際は、このような広告だけでは埋めることができない何かを、ずっと気にしていました。

■被災地での復興支援活動

その後、隈研吾さんから「南三陸さんさん商店街」の再開発の話をいただいて、私は暖簾やグラフィックなど、にぎわいのデザインを担当することになりました。それで、暖簾をつくるために、それぞれのお店の人たちを集めてワークショップをやろうということになったのですが、全員の心が一緒に動き出す気配がまったく感じられなかったんです。私は部外者で、心の距離がこれほどあるんだということを改めて実感し、とても反省しました。それでその後、一軒一軒のお店の人とできるだけ長く話したり、買い物などをして、仕事を忘れておつきあいしていくうちに、やっと自分たちがこうしたい、こう変えたい、こういう人に来

てほしい、という声が出るようになりました。

次に「Reborn-Art Festival」の一貫として、石巻で開催するワークショップの話が来たときには、まずは耳を澄ますところから始めようと、力を抜いて手ぶらで行くことにしたんです。すると、そこで出会った子どもたちが海に連れて行ってくれました。海の話は避けたほうがいいと思っていたのですが、子どもたちは海が大好きだということで、貝殻を拾ったりしながら一緒に遊んでいました。

そのうち、ある子が何か人が集まる塔のようなものをつくりたいと言うので、それは盆踊りの櫓のようなものではないかという話になったんです。それで急遽、盆踊り（リボン踊り）をつくることになり、音楽プロデューサーの小林武史さんに、盆踊りの曲をつくっていただきました。歌は Salyu さんが歌ってくれている「魔法（にかかって）」という曲で、その歌詞がすばらしいんです。「123 で飛んだ、456 でいった、78910 でまた振り出しからやる」という歌詞があるのですが、「123」のときにみんなが遠くに走って行って、「456」で誰かを見つけて指差して、その相手と手を合わせて一緒に回って「78910」で手を離して、ふりだしに戻ってひとりで歩き出す、というコンドルズの近藤良平さんが振り付けてくださった踊りなんです。これだけの人が集まって踊るような機会は震災以来なかったようで、最初に櫓をつくりたいと言っていた子どもたちは喜びで号泣していました。

当初は「Reborn-Art Festival」のなかのイベントとして行った踊りだったのですが、これが石巻の新たな盆踊りに加わり「リボン踊り」は毎年やることになったので、今年もまた行きます。

震災直後に立ち上げた「iDEA! FOR LiFE」では、遠くから頭だけで考えていたことが、徐々に徐々に近づいて、一緒に踊っている人たちの顔を見られるまでとなり、デザインができることは距離によって変わるのだと実感しました。

世の中に流れている広告の半分以上は他人事のようなものですが、そうならないようにするのは、なかなか難しいのだということを、この体験を通して改めて感じました。

■転機となった Mr.Children のポスター

私にとって大きなターニングポイントは、博報堂で初めてやらせていただいた、Mr.Children のベストアルバムのポスターの仕事です。これは、雲がなくなるまで待つてシャッターを切った正真正銘の合成でない一枚写真で、25メートル近くある堤防には、Mr.Children のこれまでの代表曲の歌詞が書かれています。この仕事は最終的に東京アートディレクターズクラブの賞をとったのですが、それ以上に大きなものを得ることができました。

これは以前、先輩が撮ってきた写真なのですが、堤防にはこのように「みとめる」という詩が書かれていて、これがとても気になっていたんです。この記憶の中にあるような懐かしい景色の一部に、Mr.Children のデビュー曲からの歌詞が書かれていたらいいのではないかと思います。ただ、これを合成写真にしてしまったり、美術のプロがつくったりする

と、最初にこの写真を見たときに受けた気持ちとは違ってしまう気がしたので、コーディネーターの方に実際に描いた人を見つけてもらったんです。

じつは、近くに病院がありまして、患者さんのために病院の窓から見える堤防に絵を描いてもらっていたとのことで、この絵を描いた当時小学生と中学生だった姉妹に会いに行きました。すると妹さんのほうに「当時は黒インクを人差し指に付けて描きました。筆じゃありません。人差し指で噛み締めながら描くんです」と言われたので、私たちも同じようにして歌詞を書くことにしました。そして、夜までかかって書き終えたのですが、なんとホテルに戻ってから水性絵の具を使っていたことが判明し、さらに夜から雨が降り出してしまったのです。翌朝が撮影なので、もう終わった……と思って堤防に戻ると、姉妹の家族がビニールシートをかけて、その上に座って守っていてくれていたんです。そして朝、無事に晴天のなか撮影できました。

これが、私にとって初めての写真撮影を取り入れたグラフィックデザインの仕事でした。たった1枚の写真にこれだけのものが詰まっているので、さらにアルバムが売れてほしいという思いが強くなりますし、一つひとつ丁寧に楽しい気持ちでデザインしたくなります。そして、それが丁寧に色を出す印刷にもつながり、そのポスターを見ている人を眺めながら、この仕事を続けて行こうと思いました。また同時に、デザインがうまくなることだけでなく、誰と一緒に作り、どんな思いを一つにできるのかということが、この先仕事をしていく上で大切なのだと思ったのです。

■ハッピーニュースと「ご縁」

次に、ハッピーニュースという仕事を紹介します。4月6日「よむの日」は、毎年新聞協会さんが新聞をもっと読んでもらうために、新聞の15段広告を打っていて、この競合プレゼンに参加しました。私がプレゼンの担当をすることになったので、ハッピーなことが書かれた小さな記事をたくさん合わせて、ひとつの記事をつくるという企画を持ち込むことにしました。けれども、新聞を読まない若者に、どうやって新聞広告を読ませられるのか……。そう疑問に思った私は「ハッピーニュースを募集します」という15段広告をつくったのです。初めは先方をキョトンとさせてしまいましたが、しばらくして連絡をいただき、広告とは別にハッピーニュースの企画をやろうということになりました。

最初の年に大賞をとったのは「島民盗むはずはない」という小さな記事。ある島で財布が盗まれたとき、警察官が「うちの島で財布を盗む人なんかいない。カラスの仕業だ」と予測して、メロンパンを置いてカラスをおびき寄せたところ、木の下に財布が落ちていた、というものでした。それから、マガジンハウスさんと応募されたハッピーニュースを集めた本をつくり、テレビでも取り上げてもらい、それらの媒体から新聞を読む機会をつくる、ということをやっていました。

翌年の大賞には「ごみ出しまかせて」という記事が選ばれました。これは足の不自由なおばあさんの代わりに、近所の中学生がごみ出しをしていたというものです。そのハッピーニュースで取り上げられた記事を見て、昔なじみの小さいお客さんだった子が「おばあちゃん

元気そうだね」と久しぶりに来てくれたりしたそうです。

私が取材に行ったとき、このおばあさんから「あなたはなんの仕事をしているの」と聞かれたので「商品や物事を、わかりやすく、またはおもしろく、あるいはびっくりさせたり、いろんな手法で伝える仕事です」とお伝えしたんですね。すると「あなたの仕事は、ご縁をつくっているのね」と言われたんです。この「ご縁をつくっている」という言葉が、非常に深く心に刺さり、それが今の会社「goen°」につながりました。

そしてこのとき、広告はモノを売るだけでなく、人の目にさらされるとも責任のあるものだから、たとえおもしろくてもカッコよくても、絶対に人を傷つけたりする意地悪はやめようと思いました。

■Mr.Children の仕事を最後に独立

もうひとつ、goen° が何をしていくかということに出会うきっかけの仕事がありました。それが Mr.Children の「HOME」という CD ジャケットです。このプレゼンテーションの2日ほど前、入院している私の祖母が洗礼式を行うことになったんです。そのときに家族が集まって家系図通りに並んでいる様子を見て、彼女がいなければ今ここに私はいない、という当たり前のことに気付いて、それがゆらゆらと揺れて消えていきそうな状況であることを思い描いたとき、水の中で家系図をつくることを思いつきました。そしてできたのがこの CD ジャケットです。

これを撮影するにはリアルな家族が良いと思い、マウイ島に住んでいる知り合いの方に声をかけていただき、家族が集まる正月に撮影することが決まりました。その撮影に向かう飛行機の中で、この仕事が終わったら「goen°」という会社をつくろうと決めました。

こちらが、このアルバムの CM で、プロモーションビデオの企画から演出までを含めた仕事をするきっかけになりました。この「彩り」という歌は、遠くにものを投げるよりも、目の前の人に投げたもののほうが、隣の人、隣の人に連鎖して行って、いつの日かそれが自分を包むぐらい大きくなって、自分に幸せを与えてくれるだろう、というすばらしい、ささやかな日常の歌なんですね。

これまで自分がやってきた仕事も、できるだけ一気に多くの人を共感させることや、一気に好きになってもらうことばかりを考えてきたので、本当に目の前の人を喜ばすことができるか、と思うようになりました。たとえば、祖母のためにカーテンの色を変えたり食器を変えたりするのは、すぐに病気を治せる薬とは違って、そのデザインや空間によって誰かの命のたった1日に大きく影響することもある。デザインは命の近くで何かを変えたり、守ったりすることができるんじゃないか、と病室に通っているときに思ったのです。

それで一度冷静になるために独立して、ゆっくりデザイン全般でいろいろなことができるコミュニケーションの仕事をしようと思って goen° を始めました。

■育児の辞書の「縁」から保育園へ

goen° の門を最初に叩いてくださったのは、育児の辞書をつくっている小児科の先生でした。それは、0歳から12歳までの子どもを育てるためのすべてを網羅している岩波書店の辞書で、10年に1回内容を変えているとのこと。まず特定の子どもの写真を載せるのをやめることから始めました。そして、子どもが発熱したから辞書を手にもって慌てて検索する、というパフォーマンスをして試した結果、抱っこしながら片手で本を開けるようにするには、一番軽い紙にして、角をアールにして、暮らしと病気の2冊に分け、しおりを多くつけるのがいいということになりました。

じつは、この本が売られる10年の間に、自分は子どもを産めるのかと心配していたのですが、デザインが変わるかもしれないギリギリの10年目で出産することになりました。そして、実際に自分でつくったこの本を愛用しています。また、この本がきっかけで保育園のデザインをして、たまたま近くに引っ越したので、今娘がこの保育園にお世話になっています。このように、自分のつくったデザインに、自分の人生が後からついていくという不思議なめぐり合わせが多いんですね。

■「園」つながりの動物園の仕事

「ご縁」が増えるにつれて「えん」も増えるようで、「園」という字のご縁なのか、保育園のあとには「到津の森公園」という北九州の動物園でお仕事をさせていただきました。この園長さんが一番興味をもっているのがチンパンジーなどの動物の生態図だということで、「HOME」のCDジャケットを見て共感していただいたとのことでした。仕事の内容は、動物園内のおみやげショップの空間で、私の人生初の個展を開くというものです。そこで、ただ動物を見るのではなく、木育、食育、植育、地育、命育、というあらゆる命を育てる動物園や、動物に手紙を書いて返事がもらえる「どうぶつ郵便局」を開設したり、動物の霊園をつくったり、園内の紙幣「エンジン(¥enjin)」をつくるなど、30個近くのアイデア本をつくりご提案しました。

その結果、「どうぶつ郵便局」をつくることになりました。子どもたちが動物に手紙を書いてポストに投函する。すると、その手紙を動物にちゃんと見せている証拠写真を付けたうえで、園長がお返事を書くんです。このとき「うさぎより」と嘘をつかず「うさぎなりきり園長より」とします。ただ、返事を出すのがとても大変なので、園長はこの企画をやらなければよかったと言っていました(笑)。ほかにも、黒田征太郎さんと一緒に、子どもたちと血や肉を感じる園内マップや、人間から昆虫そして太陽につながる「いのちのつながり」を表したトーテムポールなどもつくりました。

■歯科医院、幼稚園、霊園と広がるご縁

今度は、この動物園や保育園などの仕事を見た歯医者さんから、内装デザインをやってほしいという依頼がありました。私は内装デザイナーではないのですが、そうした縁がなが

ってしまったのだからやるしかありません。まずいろいろなキャラクターをつかって、歯ブラシの物語をつくることから始めました。これは「ワハハ」という絵本で、プレゼンテーションでもっていった手貼りの企画書なのですが、歯みがきの小鳥が住む木の話から始まって、途中でムーシバーと出会って友だちになっていくという話です。そして、この絵本の世界を内装に落としていきました。

そして今、手がけているのは高木学園附属幼稚園です。この園は「花育」をテーマにしていて、最初に入園すると植木鉢が渡されて、卒園するまでそれをひとり1個育てるそうなんです。それで、幼稚園自体をひとつの植木鉢に見立てて、一番下の年少さんが土で、土をどれだけ育てていくかで咲く花が変わる、という土の中に未来がある様子を、壁紙などでいろいろ表現しました。

さらに現在は霊園の話が来ています。ちょうど人生のエンディングの部分に、デザインがどう物語をつくれるかということをやりたいと思っていた矢先に、大阪・京都・奈良をつなぐ大きな敷地で、霊園をやっている方とひょんなことで知り合いになりました。まだロゴだけしかやっていないのですが、今後は徐々にお墓のことをやっていったりしたいなと思っています。

このように「goen°」という言葉で会社を立ち上げてから、ご縁が増えて、点をつなぐように自分の生活が後から追いかけるようなかたちになりました。慣れないことにも挑戦して、流されていくのもなかなかいいなと思っています。寄り道でも遠回りというわけでもなく、できるだけ自分の職域はここまでというのは決めずに、依頼されたら断らず全部やるというスタンスです。そして、やりたいことはできるだけ口に出し、絵に描く。これを「言霊・絵霊」と呼んでいるのですが、しゃべったり描いたりしながら、自分を一生懸命そこにもっていくんですね。身のほど知らずとよく言われますが、いろんなことに興味があれば、やり方はわからなくても、やりたいという気持ちがあればできるというかたちで goen° の仕事をさせていただいています。

■子どもの想像力のすばらしさ

私の娘は今2歳なのですが、自分の想像を超えたかたちで子どもから日々いろいろ教えてもらっています。そこには、リアルとファンタジーの部分があって、学生のころ、アップルの「Think different」の広告がすごく好きで、雑誌や新聞の広告を机に貼っていたことを思い出しました。その広告のメッセージは、クレジーだと思われる人や、ひとつの想像力が、この世界を良くも悪くも変えてきた、というものです。ですから、予算的にどうか、現実的にどうなのかと思ったとしても、やってみなければ変わらないこともあると思うんですね。その想像力のスイッチをできるだけ企業の広告の中に注入して、CM内ワークショップのようなかたちでつくったCMをいくつかご紹介します(SONY「make. believe」、三菱地所「想像力会議」CMの紹介)。

つぎはトヨタさんの「夢の車アートコンテスト」。これは、世界の子どもが描いた車の絵画のコンテストで、私はその審査員をやらせていただいているのですが、そこに応募してくる

子どもたちは、その絵に描かれたような車ができることを本気で求めているんですね。そのことを、きちんと伝えてあげられるものをつくりたいと思って、絵を描いた子どもたちのところに行って、どんなことを考えているのかを撮影してきました。すべてをお見せするのは長いので、今回は1人の子の映像をまとめたものをご覧ください（映像上映）。

このコンテストに集まるクルマの絵は本当に素晴らしいですね。実際のクルマとして実現するのはなかなか難しいのですが、ちょっと動くモックなどをつくって授賞式の際に見せてあげたりするなど、徐々に開発の人が関わってくださって、おもしろいことになってきています。

なにかをカタチにするときは、課題がたくさんあればあるほど、どういうものが欲しいのかという純粋なことを忘れて、うまくやっつけてしまおうとする部分が出てきてしまうので、ワクワクするという原点を大切にしたいなと思っています。

■背景にある物語が人の行為を変える

子どものワークショップで、自分の大切なものをもってきてもらい、簡単な説明をした後にプレゼント交換のようにみんなに回していくという実験をやりました。たとえば「これは大切な人からもらったスカーフよ」とおばあさんが言うと、普通に手にとって回せるのですが、亡くなったおじいさんの話が出てきてモノとの深い接点の物語が語られると、急に渡し方が丁寧になったり、人の目を見て渡すようになる。モノは変わっていないのに、人の行為が変わるんですね。つまり、あなたと私の間にどういう物語、どういう事実があるのかということをつくるのは、とても重要な何かにつながっているんじゃないかなと思っています。商品の表情も、そういう物語によって色や音が変わっていくような部分があって、それはコマーシャルフィルムにも大きく影響していると思います。

そこで、物語性の強いCMをまとめてご紹介します（月桂冠「月」、サントリー「BOSS シルキーブラック」、オンワード樫山「組曲」、キヤノン「EOS M2」のCMを紹介）。

これは、いろいろな企画書の断片なのですが、全部冊子なんですね。今ご覧いただいたような映像の企画から演出まですべてをやることもあるのですが、コンテを小さく書けないんですね。それで冊子のような企画書になってしまうんです。

私は、企画書は地図だと思っています。理屈を考えて頭がよさそうな地図をつくっても、心のやりとりができなければ一緒に冒険はできません。せつかく大事なお金を預かって一緒に勝負するのですから、一緒に旅ができる地図をつくる責任があるわけです。ですから、制作より企画書のほうに時間をかけることもあります。

そして、腐れ縁ではなく、毎回初恋みたいな気持ちになれるものをつくりたいと思っています。そのために大切にしているのは、毎日が新しい日だと思えること。そして、年を重ねるごとにだんだん力を抜いて、ちゃんと呼吸をする。パソコンでデザインの作業ばかりをしながら、焦って賞を目指していたころは、知らない間に息を止めていることもありました。

今は美しいというか、健やかに呼吸をしながらものがつくれることが理想です。日々いろいろな先輩の仕事を見て、ああきれいな呼吸だなと思いながら精進していきたいと思っています。本日は、ありがとうございました。

Q&A

Q1 こうした企画書を映像化するときは、具体的なイメージに落とし込む必要があると思いますが、それを同時に考えながら描かれているんですか。

森本 学生のころはパソコンを速く使うタイプの人だったのですが、今になって企画書は手で描くようになったんですね。手はパソコンよりも遅いので、その代わりに考える時間が生まれます。パッと色も変換できないし、パッと形も変えられないので、足の形とか、髪の毛はどっちに風が吹いているのかとか、描いていることに嘘がつけないんですね。ですから企画がカタチになるときは、ヘアメイクさんやスタイリストさんなど、制作スタッフには具体的に一緒にお話できる段階になっています。そこまで絵が描けていればあとは他力本願です。

自分としてブレないものは大切にもっておきますが、制作スタッフを信じて委ねると想像を超えたアイデアがから出てきて、それがすごくよかったりするんですね。逆にブレてしまうときは、大切にすべきことが違っていたということが具体的にわかるので、制作の段階に入ってから他力本願は、かなり大事にしています。

以上

2017年度 第12回物学研究会レポート

「イノチに近いデザイン」

森本千絵 氏

(アートディレクター、株式会社 goen^o 主宰)

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 1998~2018 BUTSUGAKU Research Institute.