



I. BEAUTIFUL JAPAN DENIM EXHIBITION 2016 in SETOUCHI / cl. BEAUTIFUL JAPAN DENIM 実行委員会
 II. 岡山芸術回廊 / cl. 岡山県、おかやま県民文化祭実行委員会 III. 映画を創らせてください。 / cl. 「ボクらの日本一周どんぶらこ」映画化製作委員会
 IV. 役重佳廣作品集「開關」 / cl. 遊美工房 V. 頭上珈琲 / cl. CoMA COFFEE VI. 島会 / cl. 瀬戸内の島々交流協議会

DESIGN WORKS

デザインの役割、その2。

—— ポスターには人を引きつけ、人をまとめ、人を動かす力がある。 ——

田中雄一郎 / ブランディングディレクター、グラフィックデザイナー

メジャー初打席初球が頭部デットボールとなり、視覚障害などでそれ以来メジャーの試合に出場できなかったグリーンバーク選手が、一昨年1試合だけメジャーリーガーとして打席に立ったことを覚えているだろうか？彼の野球への情熱を失わず、メジャー昇格を目指す姿が、カブスファンの心を動かし、「ONE AT BAT GREENBERG」(グリーンバークにもう1打席を)というムーブメントを引き起こしたのだが、このとき活躍したのが「ONE AT BAT GREENBERG」と記された一枚の小さなポスターだった。

デジタル化が進んだ今日ではあるが、一枚の紙切れではないポスターには社会をも動かす大きな力が宿っている。

BEAUTIFUL JAPAN DENIM EXHIBITIONのポスター(I)。これは長年ジーンズメーカーのビッグジョンや倉敷ファッションセンターに勤められ、現在は倉敷ファッション研究所代表である吉村恒夫氏が、日本のジーンズは世界的な評価を受けており、多くの海外バイヤーや業界関係者そして地元の人々にもジーンズの素晴らしさを知ってもらいたいと2016年に企画している総合展示会である。当初は手作りの企画書を片手に関係者に「こういう展示会をしたい」と話すと、「いいね！面白そう！応援するよ！」と言われるけど、どちらかと言えば半信半疑的な受け止め方をされていたようだ。それが今回ポスターとパンフレットを実際にデザインし、印刷して持って行くと、「吉村さん、本気だね！」「内容が見えてきた、一緒にやりましょう！」などあきらかに相手の目の色が変わったとのこと。論より証拠とはまさにこのことか。今までは論じていたに過ぎない企画だが、目の前にポスターという形で想いが視覚化され現れることで、目的達成に向けての行動意欲とその覚悟が伝わり、多くの人の賛同を得られるようになったのだろう。

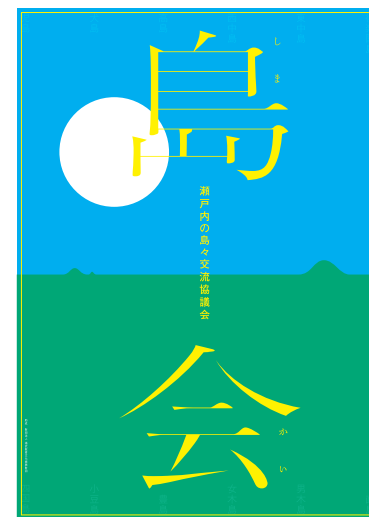
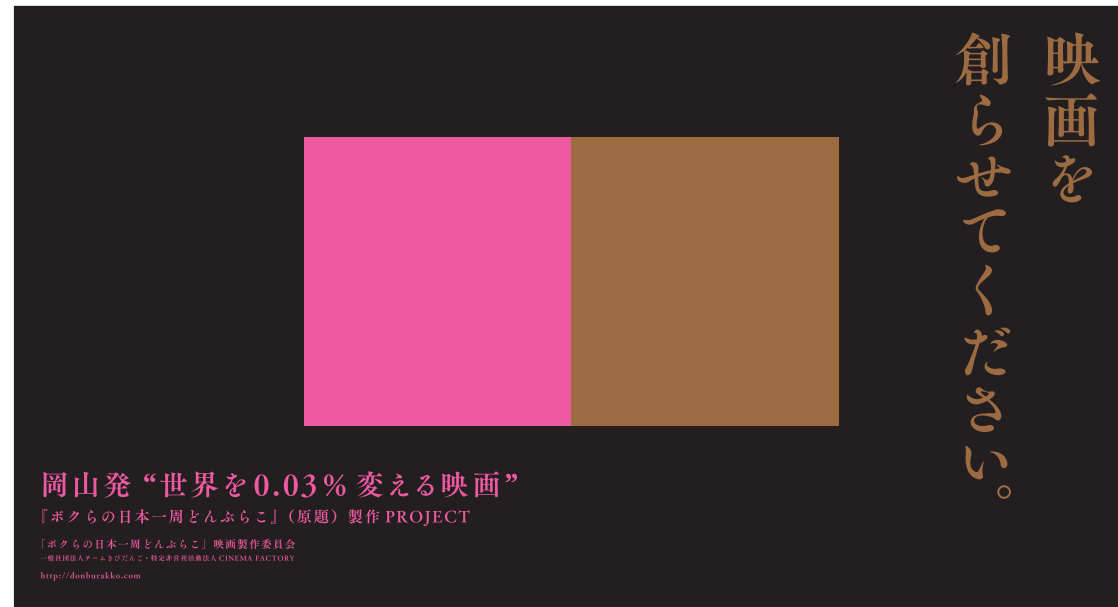
次に岡山芸術回廊のプロモーションポスター(II)。メイン会場となる後楽園の緑と岡山城の黒のシンボルカラーの上に、旭川の水面を彷彿させるキラキラとした箔押

しを使用。歩いている人の目を引くかどうかは、0.3秒で決まると言われているため、掲載情報は最小限に抑え、ツートーンカラーでインパクトを与えながらも景観を乱さないようまちづくりにも配慮したデザインとした。情報が少ないからこそ見る者の想像力を掻き立て、同時にイベントに対する期待感や高揚感を煽る。また参加するアーティストの創作意欲も掻き立てたようだ。

最後に、「岡山発」世界を0.03%変える映画「ボクらの日本一周どんぶらこ」の製作費の寄付を呼びかけるポスター(III)。製作費を広く一般から募るという趣旨のため、「映画を創らせてください。」という単刀直入なコピーとともに目に留まりやすいシンプルなデザインとした。このポスターを持って寄付集めを行う中で、横長の変形サイズが目立され、その理由を訊かれることが多く、映画に因んだスクリーンサイズであることを説明すると「なるほど！」と感心してもらえた。さらに通常は縦型のポスターが多い中、横長であることで貼り難い面もあるが、敢えて縦に貼るなど、かえって話題性に富み、本来の目的に加え新たなコミュニケーションを産んだ。

このようにポスターの役割には情報伝達以外に、人を引きつけ、人をまとめ、そして人を動かす力がある。幕末の戊辰戦争では新政府(官軍)の証である「錦の御旗」を掲げた薩長軍が一気に優位な立場となり、賊軍とされた幕府側に大きな打撃を与え、結果大きく時代は動いた。同じく海援隊や新撰組もシンボリックな旗の下に士気を大いに鼓舞してそれぞれの任務を全うした。しかしこうした心理戦略がかつてソビエトやナチスなどで情報統制のための政治的なプロパガンダとして間違った使い方をされた時代もあった。だがそうでは決してなく、先述の「ONE AT BAT GREENBERG」のように、一枚のポスターが人を感動させ、世の中を動かし、社会的意義のあるムーブメントを喚起・誘発するアイテムとなるよう、これからも世の中で大いに役立ててもらいたい。

AD・D / 田中雄一郎 P / 田中国子 DF / QUA DESIGN style



short essay

名前の力

クオ デザイン スタイル 代表 田中雄一郎

昭和43年12月、東京芝浦電気工場従業員のボーナスが白バイに乗った警察官に奪われた事件、世に言う3億円事件。実は奪われた正確な金額は2億930万7500円。40代のサラリーマン平均年収にも匹敵する569万2500円は繰り上げられた。なるほど、名前の持つ力は大きい。例えば司馬遼太郎。本名は福田定一。やっぱり「竜馬がゆく」「坂の上の雲」は福田ではなく、司馬の方がいい。他にも久石譲、本名・藤澤守。志村けん、本名・志村康徳。豊臣秀吉、幼名・木下藤吉郎。正悪は別にして麻原彰晃、本名・松本智津夫。ちなみに先日とあるサイトで本田圭佑のヘアカット代は「年間2000万円」と衝撃の見出しがあった。ロシアのチームにいた頃は3週間に1回のペースで日本から専属美容師がカットしに行っていたそうなので、その交通費と滞在費も含まれているとか。でもこれも正確に言えば1908万4200円らしい。地方若手デザイナーの年収にも匹敵する91万何某が…。

Yuichiro Tanaka QUADDESIGN style (クオデザインスタイル) 代表 www.quadesign-style.com
 1975年岡山市生まれ、立命館大学理工学部卒業後、都市計画コンサルタントを経て、2004年妻・園子と共にQUA DESIGN style設立。同時にデザインを独学。現在岡山を拠点に活動し、企業、店舗、医療施設、美術展などのブランディングを中心に手掛けるほか、書籍の装丁や写真集の自費出版なども行う。主な仕事に岡山大学のコミュニケーションポルデザイン、福武教育文化振興財団のCI、岡山芸術回廊のトータルデザイン、丸亀市猪熊弦一郎現代美術館「昭和展」「猪熊弦一郎展」のポスター・チラシ等デザイン、地中美術館、李禹煥美術館、豊島横尾館のパンフレットデザインなど、JAGDA正会員。
 Graphic Design in Japan 2014 / JAGDA賞ノミネート、東京TDC賞2014 / TDC賞ノミネート、東京ADC2013、中国国際ポスタービエンナーレ2013入選など。