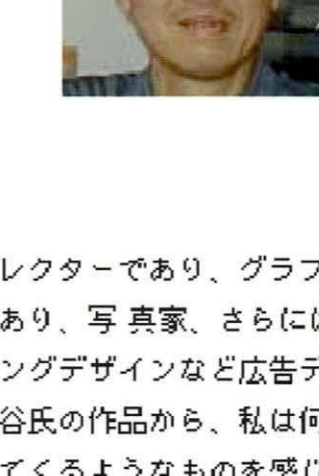


- 0\*menu
- CREATOR'S NET NEWS
- CREATOR'S TALK
- RARE AUCTION
- HOT WORKS
- HIT CHART
- INTERNATIONAL
- MAGAZINE NEWS
- RECRUIT INFORMATION
- OPEN GALLERY

# Creators Talk Back Number 03.27 水谷孝次

## 水谷孝次 | Go to MyPage |

1951年名古屋生まれ。1976年東京デザイナー研究所グラフィック研究科卒業後、日本デザイナーセンター入社。水谷事務所設立後、アートディレクター、グラフィックデザイナー、写真家として多彩な活動を展開中。東京ADC賞、ポスター広告電通賞、ウルシャウ国際ポスタービエンナーレ展・金賞、ニューヨークADC国際展・金賞、他最高賞多数。



- <<<Index
- 001 | [Merry Projectについて](#)
- 002 | [第2弾「Merry」の経緯](#)
- 003 | [原宿という町](#)
- 004 | [Merry展示会](#)
- 005 | [「21世紀の若い世代に対して感じること」](#)
- 006 | [学生時代について](#)
- 007 | [アートディレクターという職業について](#)

アートディレクターであり、グラフィックデザイナーであり、写真家、さらにはポスターやパッケージデザインなど広告デザインをもこなす水谷氏の作品から、私は何か人の心に語りかけてくるようなものを感じました。COME TOGETHER for KOBEのポスターや、流行通信のポスター等、作品から感じ取れる趣きは、我々受け取る側の感性にその解釈が委ねられる。氏の作品にはそういった趣の貫通があるように私には感じられました。現在水谷氏が進めているMerry Projectには、これまでの水谷作品のテーマとは一味違ったMerry、『楽しさ』が溢れています。インタビューでは前半は氏のMerry Projectを中心し、後半には氏の学生時代などに触れながらお話を伺ってまいりました。クリエイター志士達にとって大変参考になるお話があったと思います。

### 001 | Merry Projectについて

Q... 最初に、Merryプロジェクトについて、お話ししたいんですけども、Merryプロジェクトを始めようと思ったきっかけは何ですか？

水谷

始めようと思ったきっかけはですね、いくつかの要素があるんですけど、1つは、僕は広告の仕事をやっていたので、広告はやっぱ企業とかがお金を出して作るんですけど、世の中が不況で広告の仕事になかなか面白いものが出来なくなってきたので、パトロンがない広告っていうのは、結構地味なものなんです。僕はそれがちょっとおもしろくなって、自分がクライアントになって、自分が何か売っていくと。

80年代は、商業ポスターをやっていた、商業ポスターをやっているのは、結構クライアントの制約とかあって、かなりそういう部分に迫っていて、別の事がしたいとか、今度は何も言われないで、自分でコンセプトを作って、自分でしたい事をしていくという仕事をやりたいとずっと思っていました。それがひとつなんです。もうひとつは、世紀末という部分で、暗い、不況、リストラ、というようなパブルの後の、世の中の戦後50年ものいろんな問題も含めて、日本がこの10年明るくなるかなって思ってたんですけど、その前の明るさというのは、日本が創世期から、高度成長、バブル経済って山を登ってきたからで、本当のものではないと思うんだけど、世紀末で真っ暗になっちゃって、で、次の時代って何なのかなって思ったときに、やっぱり次の時代は21世紀に向かって、MerryなJappyなことをテーマに、そして笑顔で次の世紀を元気に生き抜いていきたいというのをもっとに響かせるようにしたいという事があったので、Merryというのを、楽しめとか、幸運とかいうモチーフでやってみたくて。



自分自身ももともと写真を撮っていたことがあって、自分の写真も80年代90年代とずいぶん量があって、そのなかで自分が一番愛しているのが、Merryというか、笑顔というか、幸せな写真が、一番自分にとってのものがなるとして自分の中でも分かってきたので、もう一回見直してみたら、Merryの1で撮った子供達の写真が、あんなにあってよかったんですね。200枚近く。10分20分の間に200枚くらい写真があったんです。この写真は、自分のやってきた写真とあるから、これを本に出せないものかなって思うところから、じゃあやろうと。

最初はさよとした事種の種も重なるから、まあ時代背景というのが欠かさんでいようけど、Merryというプロジェクトを進めようという事なんですけどね。

「Merry」を見させていただいたんですけど、偶然出会った友達なんですかね。

ええ。そうです。

それとMerryのコンセプトに賛同して来ようと思ったのは、偶然性あるんですか？

まあそれは、後から後で言う部分があるんですけど、僕はまあそれなり、種族したり、コンセプトを押し上げてきたりするが、日ごろの仕事の中でも、引いてものを取るようによく訓練されているんで、そのとき本にしようと思ったわけではないんですけど、さっき言った、いろんな特長で、自分自身の問題とかを解決したときに、膨大な量の写真がある中で、どこで編集してどこで切り上げるかって言うのはいろいろ方法があったんですけど、その中ででMerryの切り口として出さうかっていうのはずいぶん迷ったんですけど、いろんなものを並べてみて結構悩んだんですけど、その代わり他は全部やらないわけなんです。捨てるんですけども、捨てるじゃないです。やっぱり30枚の中のMerryを撮っていることばうが、逆に広げるとか、何もかも入れるんじやなくて、でもその他も結構面白い写真があったりするんですけど、面白いんですけど、でもこれからそこに集約させようというところからMerryが始まったんですけどね。

第1弾のMerryの第2弾のMerryの経緯を教えてください。

第1弾のMerryの本をラフォーレのプロデューサーに見せたら、えらく気に入ってくださったんですよ。これでもラフォーレで大きな展覧会をやらないかと言ったんですけど、

でも、第1弾のMerryだけでは展覧会をやるには難しいんじゃないかなと。でもMerryというコンセプトはいんじやないかなということではいろいろ計画した中で、じゃあ展覧会として成り立つためにはもう少し一般の人を参加させたい。

それで原宿という町の中で、このMerryを展開できないのかと思っって考えたいのが次のMerryにつながったんです。じゃあラフォーレに一番来る子とか、原宿に来て人たちのなかでMerryが出来ないのかというところで話のたのMerryなんです。次のMerryは年代も上がるんですけど、考え方は一緒なんです。今度は彼女達の言葉とか、彼女達とのコミュニケーションという事をもう少しやろうってこと。第1弾は一方的にこちらが写真家という形を出してたんですけど、第2弾はもう少し彼女達とのコミュニケーションの中にMerryを見出せないものかということ。新しい時代のコミュニケーションという事を大きなMerryの中のコンセプトにしたんです。

女の子を撮影するときは、どんな感じでいいですか？

僕は写真が好きだったんですけど最初から写真を撮るというの、しかもこんな女の子達で言うのは僕は苦手です。こういう人たちはむしろ結構して一人なんですよ。こんな格好して何なんだと。むしろ理解しない一人だったんです。ちょっと違う人種だし、年も違うし、と思っって恐る恐るラフォーレのスタッフの人から応募してもらって、そこからテストの撮影も始めたんです。そしてだんだんコミュニケーションをとって一人一人やっていくうちにコミュニケーションが取れていきながら、最初は一人二人三人と緊張してたのが町で写真を撮るなっていうのはこの10年やってられないと思うんですけど、でも10人。20人。50人。といううちにだんだんいろいろな事が見えてきて、だんだんと撮影するのが楽しくなってきた。最終的には2,033人を撮ったんですけどね。ラフォーレの会期中に600人ぐらい撮って、ラフォーレの会期中に200人ぐらい撮って、800人ぐらいに膨れ上がったんですよ。ラフォーレの会期中には、全部プリントアウトしてそれを店内に張っていく。そして彼女達にもすぐ差し上げる。

そういうセッションを覚えていくという、そして展覧会がどんどん増殖していく。美術館から店内、店内から外、外から彼女達の個人個人の家に行く、みたいなそういう膨れ上がりかたをしていったという事ですよ。

撮影のときに苦労した記憶はありますか？

撮影のときに苦労した記憶はあんまりないですね。撮影は二千何百人全部撮り終わったって言う。やっぱりMerryだから。こちらが苦労してとか、辛いとか、やっつけられないと思ったら、写真を撮るというのは僕だから、相手に気づかれないように。こちらはずっとぶらぶらと、心配事とか持調も含めて、快調でないところというのは僕はないっていうのがあったんです。なるべくそこは持ち込めないようにして、いろいろあったけど、その日だけは僕も楽しんでいよう。こちらが楽しいから、あなた達も楽しいって言うんですよ。まあ自分に言い聞かせていた部分もあってんですけど。

声をかけて写真を撮るのには勇気いかなかったんですけど、なかなか撮らしてあげないですか？

でも原宿という町は、非常にクリエイティブな町なんですよ。僕は全然知らなかったんです。最初恐る恐るラフォーレの人にテストしてもらったんですけど、そんな必要性はなくて逆にラフォーレの人だと、ラフォーレの曲風だから来たっていう人たちが多かったんですよ。それだと全然面白くないわけですよ。それよりも町であった瞬間こちらが感じた事と、むこうが感じた事が、その瞬間にスパークする。ジャズのセッションと同じで、あんまり予定しないので、非演出で、その瞬間の感情、自分の中にMerryを見出していくというその瞬間。そのセッションの中に寄り添って光るものがあるんですよ。セッションする事によって、ビデオがどんどん残っていくわけですよ。広告の切りかたは逆なんです。セッションして1枚のポスターに膨大な時間をかけるわけですよ。僕は今までやってきた広告のやり方と全く逆をやりたいなと、演出に対して非演出、じっくり創るものに対して、超スピードで創る。いままでのやり方は、コミュニケーションをおろそかにした部分があるわけですよ。クリエイターが高ければ居るんだと、僕はそれに疑問を持ったわけですよ。本当の魂を伝える。本当のクリエイティブを伝えるという事が、本当のクリエイティブを人に伝える事ではないかと思っったんです。

### 003 | 原宿という町

原宿という町に関してはどうお考えですか？

僕は原宿に対して特にどうって思っってなかったんですけど、行ってみたい原宿という町は新宿とか渋谷に比べると、すごく丸墨があたっているような雑れたところ、とても古いところ、でもクリエイティブ。原宿っていうのは良く分らないんだけど、まあいろんな顔があるんじゃないかと、僕にとっては彼女達の表現する町。若者達の表現する町。表現にもいろいろあって、アングラグラウンドな表現もあるんですけど、原宿に関しては雑踏に向かって表現したい人たち、若い町という感じがします。

最近原宿はアイデンティティが無いとか、自分に確信する物が無いとかいわれてるんですけど、親情的な面があるっていうのは少し感じますけど。

でも僕は彼女達に関しては、悲劇的な部分ではなくて、彼女達がいるからこそ日本はまだまだ大丈夫だとか、彼女達のすばらしいのはオリエントリズムがあるということ。確があるということ、確がない時に確を持っているということ、なんだかんだいいながらもポフティヴであるということ、それが彼女達のいい面なのかなと思うんですよ。

### 004 | Merry展示会

展示会の話に移らせていただきます。まず展示会の開催期間を教えてください。会場はやはり女の子が来たのてでしょうか？

そうですね。やはり女の子が多かったです。その場で写真を撮ってポストカードに貼ってもらえるという参加型で。(展示会の写真を見せてもらう)

海外でもオーディエンスの反応はどうでしたか？

今原宿のファッションは海外でも注目を浴びています。グッチとかのブランドとは違って、自分達でクリエイティブしている彼女達のファッションに対する注目度がすごく高いんです。それと、この笑顔というものの時代性。今の時代には、万国共通、世界同時的な笑顔に対する欲求みたいなものがあるのかも知れないですね。人間がいる以上笑顔ってのは何処に行ってもあるわけではあるし。

それで、次に展開しようとしているのは、今度はポスターではなくインタラクティブなデジタルコミュニケーションのアート展をやろうと。それを三つの会場(ラフォーレ、ロンドンセルフリッジ百貨店、神戸)を結んで同時にやろうというのがあるんですよ。

★Merry展：2001年4月29日(日)～5月13日  
 ラフォーレ原宿  
 2000年5月1日(火)～31日(木)  
 ロンドンセルフリッジ百貨店

ロンドンセルフリッジ百貨店の展示会では、今までの展示の方法とは違ったものになるのでしょうか？

いや、そもそもなぜセルフリッジ百貨店の日本展開開始100周年のイベントの中でやることになったのかということ、ナイキがオリジナルのシューターがラフォーレの展示会を見て感動してくれたので、これをセルフリッジに持ってこれたんです。だから、ラフォーレでやるってのも考え方は違うんですよ。今度やる2WAYコミュニケーションのインタラクティブな展示会も加えて、という両方をやることになっています。是非ラフォーレ原宿でのMerry-LONDON LIFE展へ来て下さい。

神戸の「21世紀国際展」にも参加されるんですけど。

今度ののは、神戸で実際に写真撮ります。神戸では震災のちからでってって展開が出来ました。それで、5年間で神戸に人間が入居していきながらの準備をすることも含めて、5年かかるとなりました。お経も聞かれました。ありがとう、というのがコンセプトなんです。ひまわりというのがまた一つのコンセプトなんですけど、そのひまわりをパレットに笑顔の神戸のポスターを作るのというのが考えです。方法はなんでもあれ、今後このように色々あることだと思っと思っています。ロンドンでやれば、こんなドイツでやるかもしれない。ドイツでやったらユーゴスラビアでやるかもしれない。ドイツ風になっていくといいなと思います。

Merryの笑顔というコンセプトは万国に通じるものがあると思います。

そうですね。不思議とこのMerryはすごくインテリジェンスなセルフリッジの社長に見ても最高だと言っうわけですよ。笑顔と言っうのは誰にでもわかるんですよ。デパート側としては、国産を問わす性にも分かって、そのコンセプトにMerryがぴったりだったと言っうわけですよ。

この企画メールでより自分Merryプロジェクトに参加しやすいかな、たというのがあります。

そうですね。そして今は新しい時代のコミュニケーション。21世紀のコミュニケーション。21世紀のオートと、というのを探っているような技術です。決して、子供の写真展、原宿の女の子の写真展をやったって、子供ではなくて、Merryというものをコンセプトにした21世紀のコミュニケーションをやったんですよ。

### 005 | 「21世紀の若い世代に対して感じること」

子供さんがこれから「21世紀の若い世代に対して感じること」ってありますか？

僕はMerryに参加してくれている人たちを見る限り21世紀の日本は楽しみなだと思っっています。僕達の時代とは方法論は違っけど、若い人っていうのはもうとてこととをやってくれるんじゃないかという期待はしています。ただ、日本ではやはり社会的条件や色々なメディアの部分の質は落ちていっているんじゃないかと思っっています。彼女達が若い世代のなかにある種というのがオリエントリズムというの、オリエントリズムというのがある。今後さらなる発展の中で次々出てくるっていう日本も楽しめ、という感じはしています。是非、今後MerryのBook(バイハウズより3,200円)を買ってこの少女達の笑顔を観て頂きたいです。

c-code: [c10016](#) 名前: 甲田木 定尚  
 c-code: [c10021](#) 名前: 岡村 綾子