

SENKEN

2010年  
(平成22年)

10月14日  
木曜日

織研新聞社



大きな社会や経済の変動は人の生き方を変える。アートディレクターとして多くの広告賞を受賞している水谷さんはバブルや阪神大震災をきっかけに10年前から、笑顔を広げる活動を展開している。活動に参加・協力する若者たちに対して水谷さんは「自分の心の声に正直であれ」と話している。

— 笑顔を広げる活動とは。北京五輪開会式のラストを飾った世界の子供たちの笑顔と2008本の笑顔の傘。あれがNPO(非営利組織)法人メリープロジェクトが取り組んでいる活動です。アジア、アフリカ、9・11後のニューヨークでも現地の子供たちと一緒に実現しました。今年是被爆地の広島、長崎、上海万博でも開きました。

— 発端は。机に入っていた一枚の、子供の笑顔の写真でした。ベルリンの壁

● 水谷 孝次さん  
メリープロジェクト主宰  
(水谷事務所代表)



ITバブルの象徴である六本木ヒルズをのぞむ事務所の屋上で

が崩れた頃から感じ始めていた「世界の変動」を前に自分は何ができるかと悩んでいたときでした。きつと新世紀は笑顔のコミュニケーションの時代になるだろうと直感した。それが笑顔につながった。

— 広告はバブルをおおった。

未来を  
見つめて!

僕もバブルで仕事の幸福感が薄れていました。でも、振り返って

のときに病弱な父親を見ながら感じた幸せを広げたいという思いが

仕事の原点だと気づいたので。阪神大震災では人を元気にするデザインを再認識しました。本気で笑顔を広げようと決意した出来事です。

— 立ち上げにファッションがからんでいた。2000年1月にラフォーレ原宿のミュージアムで開いた笑顔の写真展がスタートでした。

みると、僕がデザインを通じて伝えたかったのは一人の人を元気にすること、社会や地球にとって良いことだった。3歳

効率主義はファッションや広告分野で顕著です。そのつけが人から笑顔を消し、夢の喪失につながっているのではないのでしょうか。でも、陰があるところに光がある。バブルの陰にメリーが生まれる、その回転がブツダが説いたメリーゴールウンドだと思えます。

— 笑顔はビジネスを変える。これからは社会、人、地球を幸福にすることがビジネスの軸になるでしょう。メーカーは無駄を出さない服、幸福度の高い服を作り、売の場は価値観が豊かになるコミュニケーションを指すべきです。一人勝ちではなく、着る人、作り手、売の手の誰もが幸せになれるビジネスの構築です。

— 日本には真の笑顔が減った。広告には虚の笑顔があふれています。ここ20年間のコスト優先、

好きを見つめ、自分の心の声に正直になって追い求めること、それが大切です。ごまかずに本気になって本当になるまでやってみる、でないと変わっていく時代に翻弄されるばかりの人生になってしまうのだ。

幸せがカギ、心の声に正直に