

BRAIN
DESIGN
COPY
CM
WEB



特集：広告の力で 社会に良いこと!!

クリエイターの
評価制度
\付録/
Web制作会社
ガイド

2010年11月1日発行 毎月1回1日発行 平成12年4月24日 第三種郵便物認可 通巻604号





子どもの笑顔で 平和への思いを デザインする

Merry Umbrella Project

バブル景気の最中に数々のヒット広告を飛ばしたアートディレクターの水谷孝次さんは、99年に笑顔の力で世界を元気にする「MERRY PROJECT」をはじめた。世界25カ国、3万人以上の子どもたちの笑顔を撮影、人々にそのパワーを届けてきた。この活動は、広告クリエイターの経験なくして生まれなかつたという。

反戦運動から平和活動への転換

「子どもたちの笑顔は未来の希望です。1・2・3！」掛け声と共に、広島の原爆ドームの前で一斉に子どもの笑顔がプリントされた傘が開かれる。見ている人たちの間から、わっと歓声と笑顔がこぼれた。

これは、水谷孝次さんが数年前にはじめた「MERRY PROJECT」の新シリーズ、「Merry Umbrella Project」のひとコマだ。未来への希望を笑顔の傘に乗せ、世界に向けて発信する。戦後65年を迎えた今年は「平和」をテーマに据え、8月に広島と長崎、沖縄で立て続けに実施した。

「反戦運動は、関わり方が難しいものです。正しいことはわかっていても、どこか重たく、気が進まない。広島の地元の人でさえ、あまり平和公園に足が向かないと言っているほど。それは長崎でも同じことです。ならば、あっけらかんと明るく、みんなで参加できて楽しいイベントを持ち込んだらどうか。今年からは、原爆記念日をネガティブに戦争反対を訴える日でなく、子どもたちの笑顔をいっぱいにするための平和のメッセージを発信する日にしましょう、と提案して実現したのがこのプロジェクトなんです」。



みずたに・こうじ

1951年名古屋生まれ。日本デザインセンターを経て、83年水谷事務所設立。99年より「MERRY PROJECT」を開始。05年愛知万博、08年北京オリンピック、10年上海万博などに招請される。近著に『デザインが奇跡を起こす』(PHP研究所)がある。



01



02



03

01 インドネシアの北端、スマトラ島にて。
2004年12月の津波被害の際に打ち上げられた
発電船をバックに、インドネシア赤十字・青少年赤十字に
贈呈した傘が開かれた(2009年11月8日)。

02 40周年を迎えた大阪万博記念公園にて
(2010年5月29日~30日)。

03 被爆から65年を迎えた広島にて。
原爆ドーム前をはじめ、市内の元安川の川岸や橋の上など、
広島市内のさまざまな場所で実施した(2010年8月1日)。

04 北京オリンピックにて、映画監督である張藝謀
(チャン・イーモウ)氏の総指揮のもと、行われた閉会式で、
1644人の笑顔が花開いた(2008年8月8日)。

05 上海万博にて。公園彌刻プロジェクトの
オープニングセレモニーに合わせて実施。
このときは東京・渋谷会場とも連動する試みを行った
(2010年5月4日)。

「MERRY PROJECT」から派生した
「Merry Umbrella Project」「Merry Farming」は
2010年グッドデザイン賞を受賞。



04

子どもたちの笑顔が究極の未来の希望

広島や長崎、沖縄、2004年に津波で大きな被害を受けたインドネシアのスマトラ島など、戦争や災害で多くの被害者を出した場所で、あえてプロジェクトを実施する理由は「影が強い場所こそ、光も強いから」だ。「多くの国をめぐり、人間が持つ復興力、絶望のあとに生まれる希望の力にこそ、美しさと強さがあると感じました。多くの人が犠牲になった広島だからこそ、どこよりも強く平和への希望を発信できるんです」。

20世紀は主に男性たちの手によって戦争が引き起こされた、人間のマイナスの面が出た世紀だと思っている。であれば、21世紀は女性と子どもたちが平和を作る世紀になるだろう。そのとき、子どもの笑顔はそのシンボルになるはずだと考える。「笑顔=平和って単純すぎると思われるかもしれない。けれど、笑顔は国境を超えてメッセージを伝えます。世界を回ってみて、突き詰めれば皆同じ、世界は一つの夢を見ていると感じました。最終的に子どもが笑顔である社会、それこそが夢。すべての芸術もデザインもビジネスも政治も、そのためには存在しているんです」。

希望と勇気と平和を広告している

もはやライフワークとなった水谷さんの社会貢献活動だが、広告クリエイターとしての経験と手法なくしては生まれなかつた。かつて日本がパブルの絶頂期に湧いた頃、



05

水谷さんもまた、「売れっ子」アートディレクターとしての絶頂にいた。「アメリカに行って、有名なハリウッド俳優を撮影したポスターを作りました。けれど、数十分の撮影のために何億円も投じるやり方に、むなしさと恥ずかしさを感じるようになりました」。自分のやりたかったことは、大企業の広告ポスターを作ることではない。一枚のポスターから、メッセージを発信し、人びとを勇気づけることだ。そこから、「MERRY PROJECT」が生まれた。

これがアートか広告か、どう呼ぶかは自由だ。だが、このMERRYの表現には広告のアートディレクターとしての手腕が大いに生かされている。「これまでのアートはシリアルズで、暗い顔こそがアートだった。

にっこり笑顔の写真じゃアートにならないと言われてきたけど、世界中がポジティブなアートを探している今、そこにあえて挑戦したい」。その明るさ、ポップさが広告界以外の人に広告的だと言われるゆえん。あえて言えば、「希望と勇気と平和を広告している」のだと思っている。

サイトウマコトさんには「30年続けたら本当にスゴイ!」と言われた。「あと10年もすれば活動への理解も進むでしょうが、今は理解も得られずお金にもならず(笑)、苦労の連続。でも、自分で悪戦苦闘してたどりついた道を信じて、最後の一人になってしまふ」。人を幸せにすることがデザイナーの使命。そう信じたアートディレクターの挑戦は続く。