
六本木未来会議

デザインとアートと人をつなぐ街に

えぐちりか アートディレクター

Rika Eguchi / Art Director



CREATOR INTERVIEW ^{No} 69

えぐちりか Rika Eguchi

電通にてアートディレクターとして働く傍ら、アーティストとして国内外で作品を発表。絵本『パンのおうさま』が小学館より発売。広告、アート、プロダクトなど様々な分野で活動中。最近の仕事に、「PEACH JOHN」2016CMグラフィック、グローバルブランド「KOE」CI及びデザインブランディング、ベネッセこどもチャレンジbaby教材デザイン、ソフトバンク「PANTONE6」CMグラフィック、「TBS6チェン!」、日本とNYで開催された「ドコモダケアート展」、PARCO、Laforet、AKB48カレンダー、「優香グラビア&ボディー」装丁、CHARA、木村カエラ等のアートワークなど。イギリスD&AD金賞、スパイクスアジア金賞銀賞、グッドデザイン賞、キッズデザイン賞、アドフェストブロンズ、インターナショナルアンディーアワード銀賞、JAGDA新人賞、ひとつぼ展グランプリ、岡本太郎現代芸術大賞優秀賞、街の本屋が選んだ絵本大賞3位、LIBRO絵本大賞4位、他受賞多数。

Blog:<http://milkjapon.com/blog/eguchi/>

クリエイターインタビュー

「人を楽しませる、未来の街とアートと広告と」

アートに頼るのではなく、
六本木自体がアートになる。

photo_tsukao / text_kentaro inoue

広告会社のアートディレクターとして数々のキャンペーンを手がけるかたわら、国内外でインスタレーション作品を発表、ガラス製たまごのテーブルウェアシリーズ「バーンプルックのたまご」などのオリジナルプロダクトに、フィギュアスケート高橋大輔選手のコスチュームデザインなどなど、えぐちりかさんの仕事はとにかく多彩。広告クリエイターであり、アーティストでもある、えぐちさんならではの人を楽しませる街のつくり方とは？

プロポーズは、六本木でした。

私、六本木には、公私ともにお世話になっているんです。2009年に、JAGDA 新人賞をいただいてからは、展示に参加させてもらったり、JAGDA 賞の審査をさせてもらったり。私の作品「バーンプルックのたまご」シリーズを、学生時代に置いてくれたのは六本木ヒルズのミュージアムショップだったし、今は制作をお休みしていますが、国立新美術館の「スーベニアフロムトーキョー」でもオープン時から取り扱ってもらっていました。

プライベートの話をする、30歳の誕生日をお祝いしてもらったのも六本木だったし、しかも……プロポーズをされたのも六本木なんです。今は全然そんな感じじゃないんですけど、独身で絶頂期だった頃は、記念日は六本木で、みたいな（笑）。

結婚してからも、家族で森美術館に出かけることもあるし、映画を観るのは TOHO シネマズ 六本木。自分にとってこの街は、ちょっとだけ非日常を楽しむ場所。それはもちろんすてき

ですけど、最近はセレブでコンサバなイメージが強いので、もうちょっとだけはっちゃけてほしい（笑）。そうすれば、日常的に行きたいと思える場所になるのかなって。



JAGDA 賞

日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）が、優れたグラフィックデザインを表彰・記録することを目的に、2008年に創設。今年度の優秀作品は、東京ミッドタウン・デザインハブの「日本のグラフィックデザイン 2016」で展示中。（写真/2016年8月8日まで）

駅を降りた瞬間、360度どこを見てもアートな街。

せっかく「デザインとアートの街」というのなら、街全体からアートを感じられて、少なくとも街がアートと同じくらいの面白さにならないと、わくわくしないですね。しかもどこかで成功した事例とか、安全パイを狙っていくんじゃなくて、もっと既成概念をくつがえすような。

たとえば、駅を降りた瞬間、360度どこを見てもアートが置いてあるとか。もちろんパブリックアートを置くのもいいし、わざわざ美術館に行って作品を鑑賞するのも悪くはないけれど、街を箱と考えるんじゃなくて街自体がアートだって考えていくと、全然違うものが生まれるはず。アートに頼るんじゃなくて、自分たちがアートになってみる、というか。

アートの街の標識はどういうふうになるんだろう？ アートの街の広告はどういうものがいいんだろう？ 私が美術館にアートを観に行く理由は、頭をもっとやわらくしたいとか、こういう考え方もあるんだという気づきをもらいたいから。全然違う価値観を見せてくれるのがアートだし、それを見いだしてくれる人がアーティストだと思っています。だとするなら、アートの街の標識も広告も当然、どこかで見たことがあるものや、ましてつまらないものじゃダメですね。

一歩踏み込んだだけで、ここは普通の考え方でつくられた街じゃないんだって感じさせるくらいインパクトがあったら、「六本木を見てみたい！」ってなると思うんです。



パーンプルックのたまご

えぐち氏が学生時代に制作した、卵そっくりなガラス製のアート作品。国内外の美術館でインスタレーション作品を発表し、岡本太郎記念現代芸術大賞などを受賞。お皿、カップ、ブックスタンドなど、さまざまなプロダクトも販売していた（現在は休止中）。

自分の中の "ここまで" を広げていきたい。

仕事をするときにいつも意識しているのは、「広告ってここまでだ」とか「デザインってここまでだ」という、その "ここまで" を、できるだけ広げたいということ。広告ってどうしても媒体も決まっているし、いろいろ制約も多いので、広告に対して寛容な街をつくるのも面白いですね。

たとえば、街の一角がそのまま広告になっちゃう。その広告も普通のつくり方じゃなくて、ビジュアルはアーティストに頼んでみる、平面じゃなくてモニュメントやパフォーマンスだっていいかもしれない。コピーライターではない人にキャッチコピーをつけてもらう。それをクリエイティブディレクターがまとめて広告として落としこんでいくような。

今までにない広告をつくるなら六本木だよねという評判が広まれば、世界中からそんな街を見てみたいという人が集まってくるので、自然と拡散もしていく。もちろんクライアントだって集まりやすい。面白い広告を打つなら六本木がいいよ、ってなるんじゃないかな。

作品がアートかデザインかは、他人が決めること。

インスタレーションや絵本など、私は広告屋にしながら個人で作品もつくっていますが、そもそもアートだからとか、デザインだからということを、ふだんあまり意識してないんです。目的が果たされていればオッケというか。広告なら当然、この商品を買いたいとか、好きになってほしいとか、クライアントの要望としてお客さんに伝えたいことがありますよね。アートの場合は、それが自分の中から出てくるものや、設定したテーマだというだけ。

どちらにしても、どうやって人に想いを届けるかっていうところは変わりませんよね。もしかすると、ストレートに伝えるんじゃなくて、全然違う方向から着地させたほうが面白いってなるかもしれない。じゃあ、今まで見たことがなかった表現にチャレンジしてみようかとか、いつもそうやって考えるようにしています。



パンのおうさま

パンが大好きな王様が、国じゅうのものを「パンに
してしまいなさい」とおふれを出し……。表紙がス
ポンジでつくられ見た目もパンにそっくりな、えぐ
ち氏が初めて手がけた絵本。



photo_tsukao / text_kentaro inoue

セブでコンサバから「ギリギリだけどアリな街」へ。

この間、タイのナイトマーケットに行ったら、すごく狭い場所に、食べ物や服に加えて、生きた魚や大量の動物が、ぎゅうぎゅうにひしめき合っていて売られていました。ちょっと怖いくらいで、「何これ!ヤバい!」って。暑いしずっとしていると気持ち悪くなってしまうんだけど、子どもたちにも見せたい、こんな世界もあるんだよって教えたくなるような場所でした。

六本木もセブでコンサバじゃなくて、ギリギリで、これアリなんだみたいな、クレイジーな方向を狙ったほうがいいのかもかもしれない(笑)。たとえば「六本木アートナイト」は、今は1年間に数日の学園祭のようなイベントですが、365日ずっとやっているってなったら……。そういう「ヤバさ」があると、また来たいとか、そこから刺激を受けたいっていう人が世界中から集まってくるはず。

でも、そういう場所をつくるには、他でも売られているようないいものをパーツと集めてもたぶん無理で、そこにしかない何かをつくらなければいけません。もちろん、ただギリギリで危ない街じゃダメで、ヤバさと日常がうまく調和した「ギリギリだけどアリな街」。そのためには、きっとアートだけじゃなくて、デザイン的な力も必要になってくるでしょうね。

自分の価値観を恥ずかしいと思わせてくれる街が好き。

つい最近、地元の帯広に帰ったとき、私はなんて忙しい時間を生きていたんだろうって感じたんです。東京にいと当たり前だと思っていたけれど、自分がちょっとおかしいってことに気づけなくなっているんですね。帯広にいと頭がすごくクリアになるし、そこに住んでいる人たちが大事にしていることも、東京とは全然違う。「ああ、気がつかないうちに、かっこつけて生きてたんだな」って思って、自分が背負っていた鎧を剥いてもらった気がしました。

田舎は不便なことも多いけど、それでも生活がちゃんと成り立っているところに、すごくヒントがありますよね。ああ、こんな感じでもやっていけるんだ、しかもむしろそのほうが豊かなんだって。

旅をしていて、私が好きだと感じる場所は、今まで自分はこうだと思っていたけれど、それだけじゃないって思わせてくれる、こんな価値観で生きていた自分が恥ずかしくなるような街。

人に合わせるのではなく、人を変えていくのがニューヨーク流。

だから場所は、田舎か最先端か両極なんです。田舎が帯広だとしたら、最先端はニューヨーク。ちょっと前はチェルシーが面白いって言ってたのに、今度はブルックリンだとか、いやいや今はもう違う場所だよとか、そんなに変わっていく街って、なかなかないですよ。

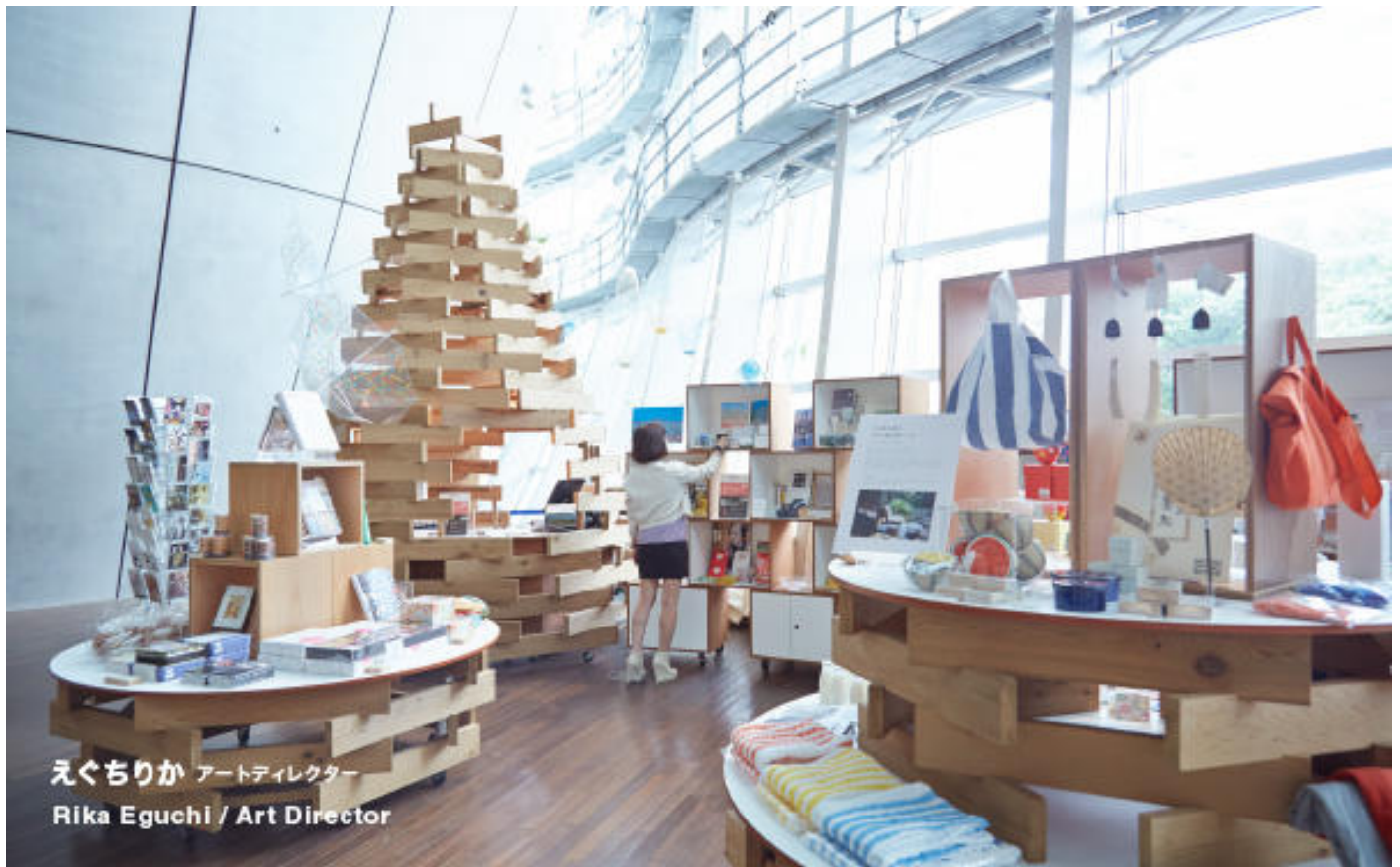
行くと知った気になって、そのとき流行っている場所を楽しむんだけど、1年後はもう変わっている。もちろんパリとかも面白いけれど、ヨーロッパの街はまず伝統があって、そこに新しいことをかけ合わせていう感じ。でもニューヨークは、とにかく常に新しいものを提案していく実験的な場所で、ダメなものはすぐに消えてしまう。人に合わせていくんじゃなくて、人を変えていくような街。

日本って、一度開発されてしまうと、街にあるコンテンツもターゲットも大きくは変わらないですよ。ニューヨークに行って新しいものに触れると、東京ってまだまだなんだな、って感じるんです。しばらく行ってないので、私ももう語る資格はないんですけど……。でも、もし東京や六本木が面白い街でいたいのなら、やっぱり変わることを恐れないほうがいいと思うんです。

考えているのは「人が幸せに生きるって、どういうことだろう？」

仕事では、少し尖った表現が多いように思われているかもしれませんが、最近は「人が幸せに生きるって、どういうことだろう？」って、いつも考えながら仕事をしています。どこで、どういうふうに暮らして、どんなふうに働くのがいいのか。昔はもっとやんちゃで、面白いことが大事だったけれど、アラフォーにさしかかって（笑）、自分の人生を見直しながら仕事をしているので。

たとえば、下着の広告をつくるにしても、売ることにつなげるのはもちろん、新しい女の生き方とか、新しい女性像を表現してみたいとか。商品の持つイメージの幅を広げて、下着ってこんな側面もあるんだとか、見た人にわくわくしてもらえるようなもの。目を引くビジュアルを目指しつつ、その中で新しい考え方や生き方を提案したいと思うようになりました。



photo_tsukao / text_kentaro inoue

たぶんアラフォーはみんな、だいたい同じことを考えてる。

他にもファミリー層向けのファッションの仕事なら、こんな家族のあり方も OK なんだ。育児教材のデザインなら、「育児教材ってこんな感じ」じゃなくて、それがあつて手にする人の気持ちが上がつて、赤ちゃんと遊ぶ時間が輝くようなものを目指す。

やっぱり人の気持ちを前向きにしたり、楽しくさせてくれるのは、すてきなモノやうれしいこと、一つひとつ。広告にしる作品にしる、自分がつくるものは人を楽しませたり、日々のカンフル剤になるようなものにしたい。もちろん簡単なことではないのですが、そういうことのために時間を使いたいと思うようになりました。

つい最近も子どもが入院して、あらためて感じたんです。全部がうまくいってると欲ばかり出て、ついあれもしたいこれもしたいって思ってしまうけど、人生ってそんなにうまくいくことばかりじゃない。だからこそ、自分がつくるものが少しでもだれかの元気につながるものになるといいなと。たぶん世のアラフォーはみんな、生き方やライフスタイルに興味があるだろうし、だいたい同じようなことを考えてるんじゃないかなあ（笑）。

人が感動するものは、昔からそんなに変わっていない。

よく「広告の未来がどうなるか」って聞かれるんですけど、そんなのわかっていたらつまらないですよね？ きつと六本木の未来だって、そうだと思うんです。

今はブログや SNS など、一般の人もある意味でメディアになる時代、どんどん想像もつか

ないようなメディアも登場するだろうし、広告との出会い方や出会う場所も変わり、個人個人にカスタマイズされていくでしょう。でも出会いは変われど、人が感動することって、昔からそんなに変わっていないと思うんです。

だからこそ、人間ってどういうものなんだろうとか、普遍的なところにも目を向けていく。私が興味があるのは、目の前にいる人たち。だから、あんまり未来のことは考えていないし、きっとこうなるでしょ、みたいなことから逆算して何かをつくることもありません。

未来なんて考えるくらいなら、今面白いことを広げていくほうが大切。結局、未来って今の蓄積でしかないですから。



スーベニアフロムトーキョー

国立新美術館内にあるギャラリーを併設したミュージアムショップ。漫画からアートブック、工芸品から若手デザイナーの作品まで、知名度やジャンルにとらわれず、東京的視点で新しいデザインやアートをセレクト・販売している。

取材を終えて

この日のメイン写真の撮影は、えぐちさん作の絵本『パンのおうさま』を販売している「スーベニアフロムトーキョー」で。インタビュー時間が短く「すごい巻きですみません