

これからを生き抜く

デザインの チカラ

Power of Design

佐藤可士和

栗野宏文

馬場昭典

下川一哉

コシノジュンコ

齋藤 薫

楠田倫子

藤原美智子

水谷孝次

平林奈緒美

森下一喜

鎧塚俊彦

山本寛斎

長澤俊二

業界第一人者が語る
クリエイティブの最前線

Top RUNNER'S HACKS

「MERRY」とは

旅行先で撮った何気ない笑顔の写真に感銘。本当の笑顔は、日常の中にあると確信

世界中で出会った人の「あなたにとってのMERRYとは何か？」の答えを、笑顔の写真とともに、取材する活動始める

笑顔は世界共通のコミュニケーション。 「MERRY」が地球を変える

広告業界をリードしてきたアートディレクターが21世紀を目前に、人と社会と地球を幸せにするソーシャルデザインへ活動の軸をシフト。笑顔をつなげる新しいデザインの可能性を追求している。

子

どもたちの笑顔は地球にとって何よりの財産です。「笑顔は世界共通のコミュニケーション」を合言葉に、1999年から世界中の人々に「あなたにとってのMERRYとは何か？」という質問を投げかけ、その答えを笑顔の写真と一緒に集めるコミュニケーションプロジェクト、「MERRY PROJECT」を手掛けています。僕が投げかける「MERRY」

とは、「HAPPY」に近いニュアンスですが、それよりも広くて、深い。人によっていろいろな解釈ができるテーマです。

この活動のきっかけとなったのは、1999年に雑誌のデザインでページが余って代わりに使う素材を探していた時に見つけた、数枚の写真でした。それは、以前にアメリカ旅行をした時、バスで偶然出会った少女たちを私がコンパクトカメラで撮ったものです。屈託のない笑顔をあらためて見直した瞬間、「新時代を開くカギはこれだ」と直感。そのページは予想外の評価をいただきました。

一人ひとりの心にある

「MERRY」な笑顔を

僕はこの少女たちの写真で、大切な人へのプレゼントとなるような本をどうしても作りたいと思ひ、利益を度外視して3000部を作成。「メリークリスマス」の「MERRY」という友人の言葉をヒントに、タイトルは「Merry」とつけました。

この写真集が縁で、2000年1月にはラフォーレミュージアム

笑顔のデザインで 人と社会を幸せにする

アートディレクター / グラフィックデザイナー

水谷孝次

水谷孝次（みづたに こうじ）
1963年11月10日生まれ、東京都出身。1982年、東京ADC賞をはじめ、デザイン賞を受賞。swatch、ANA、ロッテなど制作した。1999年より世界中の人々の笑顔を集めるコミュニケーションアート「MERRY PROJECT」を開始。



何気なく撮影した。少女たちの笑顔が収められた写真集「Merry」。人々の幸せを伝える。新しいデザインの可能性が見えた。

原宿で写真&ポスター展を実現。笑顔の写真とそれぞれの考える「MERRY」を集めたところ、その反響はやがてロンドン、神戸、ニューヨークへと広がり、「MERRY PROJECT」の活動が本格化していきました。

僕はこの活動を通じて、意匠的、技術的に優れたものだけでなく、人々が笑顔のコミュニケーションを通して幸せに気付き、さらにそれが伝わっていくようなデザインを提案していくことが「自分のすべき仕事」であると確信しました。以来、たくさんの「MERRY」な笑顔を求め、世界中を飛び回っています。



Top
RUNNER
DESIGN
Creation

MESSAGE

未来のクリエイターに向けて



デザインは
コミュニケーション。
人の気持ちを
デザインすること

基本のスキルを守りつつ コミュニケーションも磨く

僕が学生によく話すデザインの基本は、「①品性、②知性、③ディッサンカ（物事を引いて見る力）」の3つで、現在も自身の仕事の土台となっています。

また、自分なりのデザインを追求していくためには、「①新鮮な切り口とオリジナリティー、②誰も見たことのないアイデアと時代の少し先を行くデザイン、③アカデミックとエンターテインメントのバランス、④美しく力強いビジュアルと絵画的性」も必要になってきます。

僕が修業時代に田中一光先生から言われたのが「いいものをたくさん見る。いい人に会う。いい本を読む」というアドバイス。デザインの勉強は、ともするとスキルアップだけに目を奪われがちですが、デザインの

若いうちにやっておきたい 3つのこと

- 1 いいもの、いい人、いいことに触れ、吸収する
- 2 社会の、世界の、さまざまな変化を捉える目を養う
- 3 人生のコンセプトとストーリーをデザインする

基本はコミュニケーション力。「いいもの」を自分の中にたくさん取り込むほど、表現力が豊かになり、うまく人に伝えられるようになります。しかもこれからは紙の上だけでなく、人を助けたり、社会をよくしたり、地球を幸せにするなど、デザインするキャンパスは多岐にわたって行く。それだけに、学生のうちから物事のコンセプトや、それに対するストーリーを考える力をしっかりと身に付けてほしいと思います。

まずは、自分はデザインを通してどんなことを成し遂げたいのか、どうありたいのか、自分の人生を自分でデザインしてみたいところから始めてみてはどうでしょうか。



MERRY PROJECT

「笑顔は世界共通のコミュニケーション」を合言葉に1999年より「MERRY PROJECT」を開始。2005年愛知万博「笑・地球広場」にて「MERRY EXPO」を開催。2008年北京五輪開会式に芸術顧問として参加し、世界中の子どもたちの笑顔の傘が開く様子が全世界に発信された。その後、インドネシア・スマトラ島や中国・四川省、神戸など世界中の被災地で笑顔の傘を展開。2011年3月11日以降は被災地の復興支援プロジェクトとして「MERRY SMILE ACTION」をスタート。これまで世界27カ国で撮影した3万人以上の笑顔とメッセージは、「MERRY PROJECT」のWebサイト（<http://www.merryproject.com/>）でも見ることができます。2006年、2008年、2010年グッドデザイン賞受賞。

Special Works

商業デザインから、 “人・社会を幸せにする” ソーシャルデザインへ



上：北京五輪開会式オープニングセレモニー
下：東日本復興支援プロジェクト「タイ・アユタヤの宮城」東京松島市

商業デザインの 限界を感じ ゼロから再スタート

仕事って、マネーとラブとのバランスだろうと思っています。1973年に東京で商業デザインの仕事を始めて以来、無我夢中で走り続け、マネーは満たされていきました。でも何か足りなかった。最前線でいろいろな人と接する中で、社会のベクトル、つまり主語は「市場」から「人間」に変わり始めていくことを実感しました。それでも商業デザインの世界は相変わらず「市場」主語を貫き、社

これまでのデザイン

- 「市場」主語。コンセプトとストーリーがないデザイン
- アーティスト的な発想で生まれたデザインを、エゴイスティックに伝えている



これからのデザイン

- 「人間」主語。求められるものに対するデザイン提案
- 本当に社会で役立つ、人を幸せにするデザインが求められる

バブル経済と重なった1980年代には、コンセプトやストーリーがないまま、アーティスト的な商業デザインが求められた。しかし、近年では「社会に貢献するデザイン、人・社会・地球を笑顔にするデザイン」が求められるようになってきているという。

社会に役立つ ソーシャルデザインが 求められる時代に

バブルが崩壊した頃の僕は、この業界を目指す原点となった「デザインで世の中を変える」という決意を思い出しました。

そんな矢先の1995年、阪神・淡路大震災が発生。僕は自分ができる仕事として、震災の惨状を伝える神戸の街のポスターを作りました。その作品を見た恩師の田中一光先生から「これからの時代に

求められるのは社会的なものに目を向けたデザイン」という言葉をいただいたとき、自分の歩むべき道が正しかったことを確信しました。

広告とソーシャルのデザインは、目的が違うだけで、「人に伝えるためにデザインする」という点で基本は同じだと思っています。しかも、楽しくコミュニケーションした方が人に伝わりやすいので、エンターテインメントの要素はソーシャルにも有効です。大事なものは、広告でもソーシャルでも「誰に伝えるのか」を明確にすること。コンセプトやストーリーを大事にすることが、今後のデザインに求められると思います。