

V OICE'S

A RT

S PACE

— 水谷孝次 —



K O J I

1995

M I Z U T A N I



1995

KOJI
MIZUTANI



1995年、彼が自らの事務所を起したのが12年前。バブル最盛期の勢いにもノって、かなり勢力的に制作してきた。とはいえ、広告のシンドサもまた格別だった。「業者やってみないな惨状」「計り知れないストレス」などともっている。不況で我に戻って、原点に戻ろうという思いを募らせていた、ちょうどそのタイミングで1995年が訪れた。

個人的には地震とサリンの合間にもショックがあった。2月、彼はニューヨークADC広告部門の審査員としてニューヨークにかけた。世界のポスターの中で日本だけが孤立しているような印象だった。誰が見ても明快でダイレクトに訴えるものが評価される。ところが日本からのものはお金をかけて、曖昧なことを訴えているという仕事が目立つ。ストレートなリアリティを拒否する文化でしょ。

今年、彼がノン・クライアントの仕事に力を注ぐことになったのは、誰にも文句言われることもなく、時代のリアリティを訴求したかったからであり、この国の曖昧さへの反発をしかと表明しようとしたのだ。

3月中旬から5月上旬まで、神戸、京都、東京、9月初旬に名古屋を巡回したCome together for Kobe Art Project展(150人以上のイラストレーター、デザイナー、写真家らが参加。収益全額を寄付)に、彼はTシャツとともに日倍ポスター3点を自主制作で出展した。震災2日後に写真家の横木安良夫氏が神戸で撮影した写真を基に表面にスクラッチやシミなどの処理をくわえたものだ。写真に傷を付けたのはメッセージ性を強めるため。被災した方たちに対して戸惑う気持ちを消し去ったのは、ロバート・フランクが言っていた「きれいな写真には何も感じない。自分の意志やリアリティを入れることでインパクトが生じる」にリアリティを感じたからだ。震災に対してアート・ディレクターのことができることをきつめたとき、これらが生まれたというわけだ。すでに反響は大きく、今年の年末から来年1月下旬には、クリントン大統領やローマ法王らのメッセージと組み合わせた3x8メートルのステーションポードがJR山手線内300箇所に登場する。

そんな彼がスタジオ・ボイスのために作ったポスターは、彼いわくサリン・ポスター、街ごと、ポスターにしようという発想だ。ジャーナリストティックにドキュメンタリーに実験的に。渋谷、新宿、六本木、横浜……東京のリアリティをおさめようとかメラを持って街中を徘徊した。「ニューヨークの方が平和だよな。東京は混沌としていると思う。世紀末を象徴するような年だったけど、来年は平和でハッピーなものがいいな。」

川村記念美術館のステラの作品の前で友人を撮って仕上げたポスターの気持ちよさが彼の本音を告白している。



イメージ戦略の極北をゆく
アクティヴィストとして



水谷孝次(みすたに・こうじ) 1951年3月14日名古屋生まれ・77年日本デザインセンター入社、83年水谷事務所設立。84年日本グラフィックデザイナー協会新人賞、87年第1回ニューヨークADC国際展・銀賞……94年第16回フルーノ国際グラフィックデザイン・ビエンナーレ特別賞、95年第9回ニューヨークADC国際展・金賞。