

時代に流されない長く続くデザインを求めて。 田中義久氏のサステナブル・デザイン

centre Inc. 田中 義久 さん

インタビュアー：齊藤 三希子 (SMO) 写真：丸毛 透

今回、誌面のデザインを担当していただいたグラフィックデザイナー田中義久氏。サステナブルという視点で、空間デザインから、文化施設のサイン計画、NewBalanceとのコラボでサステナブルでアップサイクルなスニーカーまで手がける田中氏に、デザイン×サステナビリティとは、そして田中氏の原点となるパーパスについて、お聞きしました。

デザイン界における日本の立ち位置

齊藤 | 日本のデザインに、世界とのレベルの違いは感じますか？

田中 | 日本のクオリティは高いと思います。デザイナーの人口も凄く多いですし。

例えば、日本グラフィックデザイン協会には、会員が3000人ぐらいいるんですが、誰でも入れるんじゃないって、職能として2年以上経験があって、誰かの紹介、お墨付きがないと入れない。精査して初めてなれる会員が約3000人なんです。こんなに会員が多いのは世界でも稀だと思います。

ただ、日本の建築のように世界的な共通認識での評価でなく、知る人ぞ知るといった感じになっちゃってますけど。

齊藤 | デザインする上で日本ならではのことがあるのでしょうか？

田中 | 英語と日本語で、言語的に違いがあるじゃないですか？ アルファベットで27文字程度に綺麗にまとまる国と、日本語とでは、ひらがなやカタカナ、漢字もあって、見た目としてはどうやっても違うものになってしまう。

それを理解してもらうことはまあ難しいですが、その混沌さを、面白がるしかないんですよ。

齊藤 | たしかに混沌としますね。ほかに世界のデザイン界から見た日本の特徴というのは何かありますか？

田中 | 日本の紙ですね。種類の豊富さ、クオリティは類を見ないと思います。海外のデザイナーが日本に来ると、みんな紙買って帰るし、紙に詳しいデザイナーになればなるほど、日本の紙を輸入して向こうで使うことをやっています。

齊藤 | それは誇らしいですね。さて、どの分野のデザイナーさんにとっても、サステナブルは感心事項だと思うんですが、広告領域になると、目立つ・知ってもらうことが最優先なキャンペーン的なものが多いです。広告という特性上、仕方のないこととはわかっているものの、長く続くデザインなのかという点で疑問を持っているのも事実です。これについて、田中さんはどうお考えでしょうか？

田中 | まあ広告系は、ある程度目まぐるしく変わっていかないといけないので、サステナブルになっちゃったら成立しないですよ。

齊藤 | そうですね。生活者に対してトレンドを見せてくってという役割があるので、飽きさせないで常に提供し続ける、飲料のパッケージデザインが次々と変わるみたいなノリというか。

田中 | 日本ではそれが求められていますから、すごいですよね。

齊藤 | そんな中で、田中さんは文化施設でのサインなど、永く使われるデザインを得意とされ、本質を求めてデザインされているわけですが、なぜこっちの方向に行かれたんでしょうか。

田中 | 私は物心ついた時から絵描くのが好きで。静岡の浜松の田舎で、何にもなくて山があるだけみたいなのところで育ったんですよ。周りは元気よく外で遊びなさいみたいな中で、皆に隠れて風景画とか書いてたんです。それを見た親が「うちの子、天才！」って(笑)。当然、子供にとっては親の喜びって絶大だから、

日本の紙です。種類の豊富さ、クオリティは類を見ないと思います。



takeo paper show 2018 Photo by Shimano Yamataka (@synji)

それでハマっていくんですね。小学校に入って、それまで親からの評価を求めていたのが、先生や友達に褒めてもらいたいとか、コンクールで評価されて、とかになっていって。

でも親から、絵では食っていけないみたいな話をされたんですよ。画家=イーゼル持って旅をするみたいなイメージで、ダメって言われて。

ちゃんと食べていけるデザイナーの在り方を探し始めて、中1くらいにはデザイナーになりたいと思っていましたね。

齊藤 | 中1とは、かなり早いですね！

田中 | 人に褒められるのがモチベーションだったんですよ。それが学校のクラスの人たちだったのが、学校になって、段々と社会に向けて広がってという状態になって。

できるだけ長く、人や社会の役に立つ場所みたいなのを探していたら、地域の図書館とか美術館、文化施設みたいなところに落ち着いたんですよ。そこに関連するデザイン-例えばサイン計画とか、図書館で本を探しやすいインデックスの手段や、図書館に行くのが楽しくなるような空間の提案、そういうものに興味を持って。地域に対して、できるだけ長く続くクリティカルなものって何だろう？みたいなのを考えてた気がします。

齊藤 | それも、中学生から？ その頃は解像度がそんなに高くなかったかもしれないけど、志がそこにあるってことですね。その後、大学でもグラフィックデザインを専攻されたんですか？

田中 | グラフィックデザイン科を目指したんですけど落ちて、空間デザイン科に入りました。結果論なんですけど、向き不向きがあったんだと思うんです。平面と規定された中で勝負すると、本当に低い評価しかもらえなかったことがなくて。

私自体は紙を平面として捉えていない、つまり薄い立体みたいな感覚なんですよ。本とかだと立体じゃないですか。平面だけでは考えられない「物のレイヤー」を考えるという風にする、自由にやりやすくなって、段々そういう方向が自分の得意分野になっていきました。

私自体は紙を平面として 捉えない、つまり薄い立体 みたいな感覚

齊藤 | グラフィックと空間が上手く融合して今のスタイルができたのは面白いですね。卒業されてからずっと空間とグラフィックが融合したようなお仕事をされてきたのでしょうか？

田中 | 当時は、自分の頭の中がその関係性を整理できてなかったんで、グラフィックデザインの会社でデザイナーとして就職して、3ヶ月で辞めて。その後、いきなり独立します(笑)

齊藤 | いきなりはすごいですね(笑)

田中 | まあでも独立して仕事があったわけではなくて、仕事がない中でバイトと並行しながらやりました。4-5年間は列車見張



り員とか深夜系、土方系のバイトで生活費を稼いで、やりたいデザインだけをちょっとやらしてもらいたいことを続けてましたね。

齊藤 | その時のやりたいデザインとはどういうものだったんですか？

田中 | その時は自分が見て素晴らしいなと思えることをやってる人と関わりたいなって感じでした。何か手伝えませんか？みたいな感じでそういう人に会いに行って。もちろんデザインやりたいんですけど、いきなり信用してもらえないし受けてくれないので、まずは色んな話をしながら。展覧会の企画でちょっとした物を一緒に作ったりとかって感じですね。

齊藤 | なるほど。普通、独立してとにかく何でもいから仕事が欲しい！となるんですけど、そこは自分がやりたい、関わりたいってところに先に行ったってことですよね？

田中 | そうですね。自分が目指している仕事と違う仕事に時間を費やしていると中途半端なことで残りの時間を使いたくないってなるんですよ。当時の稼ぎは、自分のやりたい事とは全く関係のない、お金を稼ぐためにやってる仕事で、それは逆に良かったかもしれないですね。何も考えていなかったんで、自分の甘さをかみしめる時間が長かったんですけど(笑)

デザイナーがアウトプットをつくる作業は、 コンサルと似ている

齊藤 | さて話は戻りますが、田中さんが最終的にサステナブルに辿り着いた経緯について、これ！というきっかけを言うなら？

田中 | 幼稚な言い方して申し訳ないですけど、みんなが喜べるのが一番いいな、というのはいつも考えていますね。

齊藤 | でもそこをズバッと言うてくださる方ってなかなかいないですね。

田中 | 仕事の循環やサステナブルって意味でも、そこって一番、循環として良くないですか？自分の力で結果的に良くなっていう状況を作れば作るほど、自分に返ってくると思うんですよね。皆が自分が胸を張れるいいことをしたとか、関わった人皆が単純に楽しめた、またやりたいって思えるような環境を作ることが、全てにおいて良い方向に繋がるだろうなと思ひまして。

齊藤 | その考え、凄くいいですね。



田中 | ただそれが人にとっては、真逆に捉えられるというか、こっちにとっての利益がこちらにとってはいいことではないと思われる場合もあるのでそう甘くはないんですけど。多様性を認めるって言い方だと今っぽい言い方ですけど、否定で終わるのではなくて、理解しようとする、関わることを止めないとかそういうことですかね。

齊藤 | こっちの人にとっては良いけど、あっちの人にとっては良くない、でもその二項対立を乗り越えるようなことは、デザインで解決できたりとかするんでしょうか？

田中 | そうありがたいですけどね。それもデザインっていう括りだけじゃなくて、社会状況に置き換えると非常にしっくりくるんですけど、1つのことの答えを出すのに、1つの論理では通用しなくなってるぐらい今は複雑じゃないですか。全てのことだから。

だから色々な人に頼っていくことが大事だし、そこで初めて生まれる変化っていうのは絶対あると思っていて、そのうちの1個の職能としてデザインがあるっていうぐらいの捉え方だと思うんですよ。

例えば、私が企業のブランディングで、ロゴマークを作ってデザインをしたところで、それを機能させるためには、そこにいる人たちに頼らなければ成立はしない。ロゴマーク一個作っても、何の解決にもならないじゃないですか。

見た目を良くしたとしても、それがそこにいる人たちにフィットしなければ、それは無視されていくものになっちゃうし、結局色々な人に依存していくと思うんですよね。

齊藤 | まさにSMOで企業理念を策定するときも同じです！綺麗な文言だけ作っても、何にもならないという。

田中 | それと同じで社会的な問題、サステナブルって社会状況の問題なので、それを解決するための手段を誰かと誰かだけで規定するっておかしいし、色んな人が関わって、色んな知見を出し合いながら、否定や肯定をされたりする中で、より良い形を見つけ出し続けるみたいなのが、一番良いかなと思うんですよね。

齊藤 | そうですね。模索し続けて、終わらない旅って感じですね。

田中 | デザインをすること自体、そういった括りを作っていくことでもあったりするので。関わっていくメンバーを構成することもデザインだと思いますし、ネガティブに捉えてる人をポジティブにしていくっていうのもデザインだと思うので、コンサルとも言えるんですよ。だから自分の職能を背景に言葉を喋ってる時も、デザインという背景から話してるだけで、結局は人とのコミュニケーションというところにあると思いますね。

齊藤 | 仰る通りです。私たちと田中さんのお仕事の違いだと、最後アウトプットが目に見える形が出る出ないっていうのは凄く大きな差があって。そこは本当にクリエイティブの力ってすごいなって思うし、尊敬しますね。

田中 | 確かに、デザイナーはもちろん形を作るんですけど、その大半はクライアントが規定したものが形になっているだけで、成果物はデザイナーのものではないって思います。クライアントと一緒に、協働する方と寄り添いながら作る場合、ほとんどそのクライアントの力を利用してだけで、上手くこっちはすよって感じで、導いて軌道修正を助けるために、デザイナーがいるにすぎない。もちろん技量って意味では力の差はあると思うんですけど。だから、成果物をバシバシ展覧会として出しちゃうみたいなのは、今の世代には合わないと思います。



齊藤 | なるほど。

田中 | ひと世代前はデザイナーがいないと、企業を規定できない、ブランディングできないっていう時代だったんです。だけどそ

否定で終わるのではなくて、理解しようとする、関わることを止めない



Yoshihisa Tanaka × Tokyo Design Studio cooperative research Photo by Kohei Omachi

れを今やっちゃうと、ちょっと嘘っぽいねって話にもなってくるじゃないですか。

齊藤 | マーケティングっぽいというか。

田中 | そして私より下の世代は、私達の世代の意見を否定すると思いますけどね。テレビ好きとYouTube 好きって違うじゃないですか。この辺りを変える理由って無いと思うんですよ。そうやって時代は循環していくものだと思うんで。

齊藤 | 企業と寄り添うパートナー、翻訳者とも言うのでしょうか。そういう意味では、SMOが企業のパーパスを策定する作業と実は似ているように思うのですが、田中さんは、クライアントのビジュアルデザインを作る時とか、どういう風に向こうの求めているものを聞き出しているんですか？

田中 | 本当に初めによく話すんですよ。ヒアリングして、何かを掴むまで話すってことからです。その人が何を問題として思っているのか、何が好きなのか、どういう風になりたいって自分を捉えているかとか、そういうものの形の現れじゃないですか。それを形にしてないってだけで、それを媒体にしたり媒介することも、デザイナーの役目だったりすると思うので。そのためには、とにかく話さないと分からないですよ。

齊藤 | そこはSMOと一緒にですね。私たちもインタビュー、ワークショップを通して色々な部分を引き出すことは大切にしています。

ニューバランスとのサステナブルプロジェクト

齊藤 | さて、サステナブルなデザインということで、以前ニューバランスとコラボされたとか？

田中 | はい、靴を作る行為で出る端材や、人気のないサイズが売れ残って廃棄される、そういう今まで無価値となってしまうものに、付加価値を与えるアップサイクルなプロジェクトです。端材を引き受けて色んな色にして、それを一回繊維状に戻し、紙の繊維を混ぜて板状の紙を作る。そしてそれを、もう一度靴を作る生産工程に戻して、端材だけで作る靴と、端材を利用したシューズボックスを作る。

これを受注生産にして、無駄なサイズも生まれないというような仕組みです。現在第二段階まで来てて、次の第3段階ぐらいで実際の靴になるというのをやっている最中ですね。

そもそも仕組み作りからなので、それが欲しいっていうファンを作っていくために、研究自体も展示として見せて、一緒に育てていくやり方を取っています。

展示をすることでお客さんがどれぐらい興味を持ったかも分かるし、他のシューズメーカーが見に来たりもしますが、新しい技術を独占するためでなく、スタンスを見せて皆がそういう風になるならいいじゃない、と公開しています。

齊藤 | それはニューバランスの日本社だけでの取り組みなんですか？

田中 | いえ、米ボストンに拠点を置くニューバランスブランドと日本のメンバーからなるデザインチームとの取り組みです。ですのでスピード感や意思決定の行程も違うと思います。

また、今回は和紙と端材が混ざり合って素材が生まれているので、日本で行われる意味とそれをグローバルに展開する意義を感じてもらえたようです。

齊藤 | なるほど。やっぱりそこで日本の紙ってというのが、奇しくもまた出てくるんですね。受注生産とのことで、数としてはかなり限定して作っているのでしょうか。

田中 | このぐらいのブランドになってくると、普通何万足ってレベルじゃないですか。でもこれはコンセプトを重視して数十足でも進行できる話なので、構造が全然違いますね。

齊藤 | そこはまさに目的や存在意義が全く違うんですね。

田中 | そうです。その土地固有の土着文化を吸い上げて、既存のニューバランスに新しいアイデンティティを追加していく、各国の地域でそのようなことをしている取り組みの一例になったのではないのでしょうか。

齊藤 | 楽しみです。一足欲しいところです。かなり入手困難そうですが。

人の役に立つために

齊藤 | 今後の展望や、目指している世界があれば教えてください。

田中 | 私、デザイナーという職能とは別に現代美術家として、約15年「Nerhol」という2人組で活動してるんですよ。

齊藤 | どういった作品を作られてるんですか？

田中 | 写真を使った作品で、「ちょっと動かないでください」って言って、ポートレート200枚を3分間ぐらいかけて撮って時系列に重ねて、厚みになったものを彫刻するところから始めて。それを100人ぐらい取ったタイミングぐらいで、アーカイブ用に本型にした時のものがこんな感じで。

齊藤 | えー！面白い！

田中 | 元々これを始めたきっかけが証明写真で。実は何も証明してないじゃないですか(笑)みんな加工するし、その時の状況によるし。でも証明写真の歴史を遡ると、200-300年前の犯罪者の記録写真が始まりで、そこで規定された手法が、そのまま現代でも使われているだけなんですよ。

だから、それが今の時代にも合っていないし、自分を写真で規定するのは不可能だと思って。その場に映ってるものだけじゃなくて、その人自身の何かを捉えるようなものをやりたいと思って。

時間をかけて取ってるので。人って止まってくださいって言うても、結局フラフラしちゃう。結構ズレ方ってみんな違って、全部同じじゃないんですよ。それを連続的に撮って、一枚の絵にして

表現しようと思ったんですよ。

齊藤 | なるほど。ここでもたははじめに出てきた、立体や空間とグラフィックの融合というところになるのでしょうか。

田中 | デザインと現代美術の歴史は違うので、考え方も全く違ったりはするんですけど、自分の中でそれを繋げ、私生活の他の部分とも繋げ、それが「紙」というところに繋がっていくので、紙の在り方を、上手い形でアップデートできないかなとは思ってます。オフセット印刷とか70年代以降に大量生産して商品にするっていう仕組みに合わせて、紙の生産量もバーンと上がったわけですが、デジタル化されていく中で、紙が必要無くなって減っていくのは間違いないじゃないですか。情報を伝えるための技術は、遥かにデジタルの方が上なので、そこはデジタルに担ってもらって。

そこじゃなくて、本を欲しがったり、触ったり、物として紙を欲する、人間にとって必要な部分を、より良い形で作っていくような紙の在り方、紙の歴史の在り方っていうのが、これから生まれると思うてるので、その一端を担えたらと思いますね。

この人にとって、一番嬉しいことってなんだろう？ みたいなお話でしかないのかなと思いますね。

齊藤 | 楽しみにしてます！ 田中さんの、奥行きの高さっていうのが凄くわかりました。最後に、田中さんの存在意義、パーパスをお聞かせください。

田中 | それはもう、最初にお話しした、人のために役立つことですかね。そのためにデザイナーという職能を活かすこと。さきほどお話しした、クライアントさんとかにかか話していろんなことを聞き出す、というところでも、そこから始めて、空気感とか、癖とか、とにかく色々なことを知りたい。それを理解することで、この人にとって、一番嬉しいことってなんだろう？ みたいなお話でしかないのかなと思いますね。

齊藤 | 本当にブレない考え方をお持ちで、素晴らしいです。本日はありがとうございました！



田中 義久(たなかよしひさ)

centre Inc. 代表取締役社長。永続性の高い文化的価値創造を理念に、デザインを実践している。美術館などの文化施設のVI計画、ブックショップの共同経営、アートフェスティバルのアートディレクションの他、アーティストの作品集や共同制作も行っている。また飯田竜太(彫刻家)とのアーティストデュオ「Nerhol」としても活動し、国内外で展覧会を開催している。

<https://centre-inc.jp/>