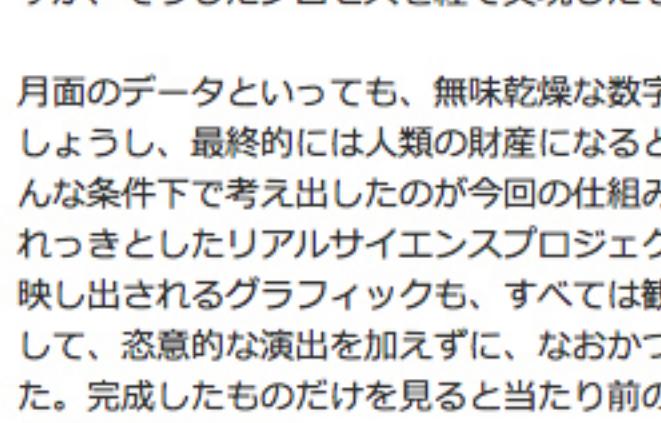


MdN DESIGN INTERACTIVE

このアートディレクターに聞く
常に新しい表現を追い求める
第38回 東泉一郎

旬のアートディレクターをお迎えして、デザインする際の思考のプロセスと創作のスタンスに迫るコーナー。第38回目は、数々のプロジェクトで常に新しい表現を追い求めてきたアートディレクター、東泉一郎さん。第1話では、宇宙航空研究開発機構（JAXA）のWebサイトで展開されている、月面の地形データを利用した「moonbell」にフォーカスする。

第1話 JAXA/SELENE 「moonbell」 学術とデザインの融合プロジェクト



「moonbell」 (http://wms.selene.jaxa.jp/selene_sok/) は、JAXA（宇宙航空研究開発機構）が2007年9月に打ち上げた月周回探査機「かぐや」が観測したデータを使用したWeb上のプログラム。かぐやが搭載していたレーザー高度計(LALT)によって収集された月表面の地形データを、音やグラフィックとして体感できるものです。

もともとJAXAと関わるようになる前から、「日本も宇宙開発のイメージをもっと格好良くできないかな、NASAに負けないくらいに」って、勝手に「宇宙会議」と称して、仲間達と夜な夜な集っていたのです（笑）。そうこうしているうちにJAXAの人たちとも知り合うようになって、なにかプロジェクトがあるごとにアイデアを求められるようになっていったのですが、そうしたプロセスを経て実現したもののひとつが、このmoonbellです。

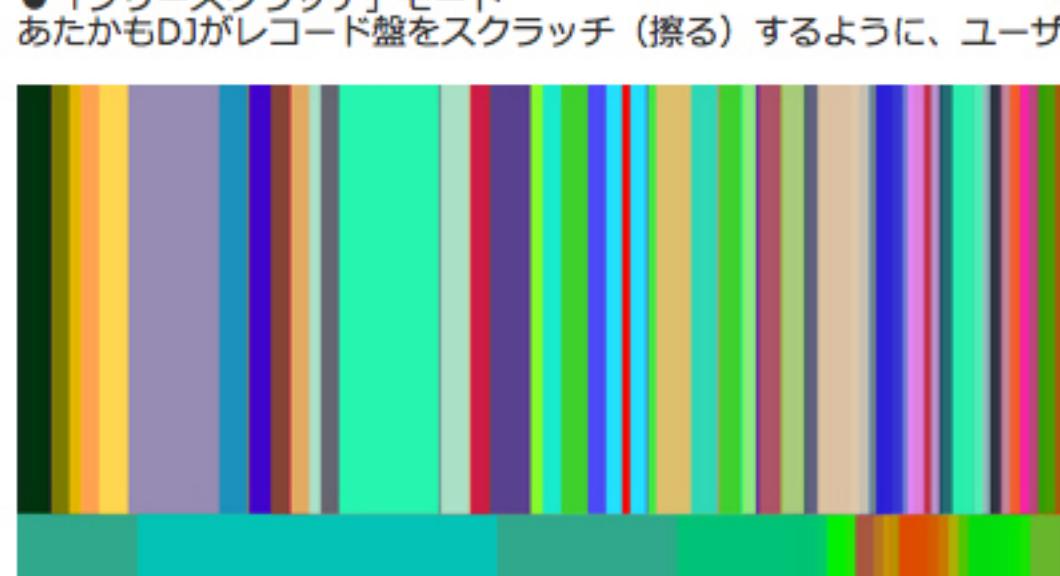
月面のデータといつても、無味乾燥な数字の羅列では、一般向けに興味を惹くアウトプットにはならないでしょうし、最終的には人類の財産になるとはいっても、いきなりグローバリに公開できるデータでもない。そんな条件下で考え出したのが今回の仕組み。一見するとメディアアートのように映るでしょうけど、これはれっきとしたリアルサイエンスプロジェクト。好き勝手に作曲した音楽が再生されるわけではありませんし、映し出されるグラフィックも、すべては観測データに基づいています。科学的に真っ当であることは大前提として、恣意的な演出を加えずに、なおかつ実用に耐える心地良い表現として成立させなければなりませんでした。完成したもののだけを見ると当たり前のように見えるでしょうけど、当たり前に見えるものにする過程がなかなか大変でした。

当初はライブ・プログラムだったmoonbellだが、かぐやがミッションを終えた現在もアーカイブ・データのプレイヤーとして、あるいは、月からのデータを反映したミュージック・ジェネレーターとして使用できる。流しっぱなしにすれば環境BGMとしても使えます。月球上で軌跡を描いてプレイできる「フリースクラッチ」モードもあって、これはイベントなどでDJやVJの人にも使ってもらったりもしています。また「グラフィックモード」にした状態が、日本科学未来館やホテルクラス力などの空間で、環境映像として投影されたこともあります。



「日本の宇宙プロジェクトも捨てたもんじゃない」と思ってもらえたなら嬉しいですね、アポロ&サンダーパーク世代の僕としてはね（笑）。

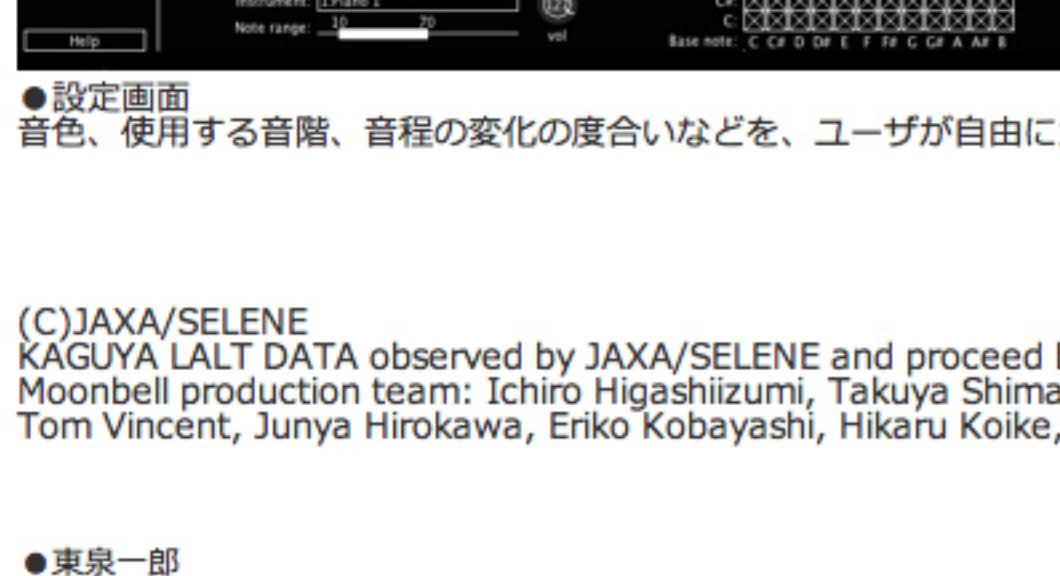
（取材・文：立古和智 人物写真：谷本夏）



●「周回再生モード」
周回探査衛星「かぐや」が収集した月の地形情報を、音程およびグラフィックに変換して音とヴィジュアルで再生。このモードでは衛星が飛行する軌道に沿って地形が音に変換されていく



●「フリースクラッチ」モード
あたかもDJがレコード盤をスクラッチ（擦る）するように、ユーザが月の表面情報を自由に再生できる



●「設定画面」
音色、使用する音階、音程の変化の度合いなどを、ユーザが自由にカスタマイズできる

(C)JAXA/SELENE
KAGUYA LALT DATA observed by JAXA/SELENE and proceed by NAOJ
Moonbell production team: Ichiro Higashizumi, Takuya Shimada, Takashi Yamaguchi, Satoru Higa, Tom Vincent, Junya Hirokawa, Eriko Kobayashi, Hikaru Koike, with Shin-ichi Sobue(JAXA/SELENE)

●東泉一郎
東京生まれ。理工学を学んだ後、現場労働者などを経てグラフィックデザイナーに。「センソリウム」のディレクターとして世界各地で実験的インストレーションを行ってきたほか、日本科学未来館のための展示コンセプトデザイン、2002 FIFA World Cupのための演出コンセプトワークなどで、グラフィックのみならず、映像、プロダクト、Web、空間などを舞台に常に新しいものをデザインし続けている。

MdN DESIGN INTERACTIVE

このアートディレクターに聞く 常に新しい表現を追い求める 第38回 東泉一郎

旬のアートディレクターをお迎えして、デザインする際の思考のプロセスと創作のスタンスに迫るコーナー。第38回目は、数々のプロジェクトで常に新しい表現を追い求めてきたアートディレクター、東泉一郎さん。第2話では、京都の高台寺を鮮やかに彩った庭園ライトアップのプロジェクトに注目。

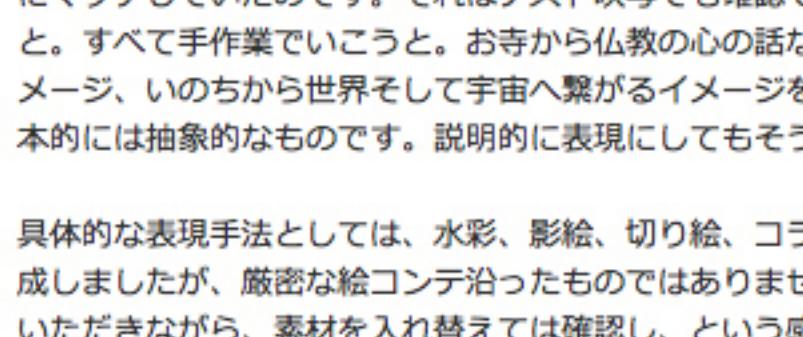
第2話 京都高台寺のライトアップ いのちをテーマとした屋外での映像表現



作品の中心的なテーマはいのち。映像作家の藤本康生氏、松本力氏らとともに水彩、影絵、コラージュ、珍しいキノコ舞踊団のダンス映像などを織り交ぜ、オルガノラウンジの音を背景に10分の尺を構成



高台寺で投影された風景。荘厳な雰囲気にざっくりとしたタッチの映像がよく映える



京都東山にある高台寺のライトアップは、歴史が古くて昔から人気なのですが、2007年秋の演出では、それまでの照明器具によるライトアップではなく、プロジェクターを使って境内に映像を映し出す演出がされました。また、三洋電機アドバンストデザインセンターとのコラボレーションにより、ソーラー技術の導入や、方丈の石庭に蓄光石を敷くなどの試みもなされました。

それに際して考えたことは、ワンサイクル10分のザックリとしたアニメーションを作ること。映し出される場所が石を敷き詰めた地面や周囲の樹々、建物などでしたので、細かく作り込んだものよりも、あえて大ざっぱで荒っぽい映像のほうが雰囲気

にマッチしていたのです。それはテスト映写でも確認できました。もうひとつ決めたことは、CGを一切使用しないこと。すべて手作業でいこうと。お寺から仏教の心の話なども聞き取りつつ、一滴の水から生命が生まれ出される過程のイメージ、いのちから世界そして宇宙へ繋がるイメージを描くといった大まかなストーリーも用意しましたが、それは基本的には抽象的なものです。説明的に表現にしてもそういうのは単なる説得になってしまい、心に響かないですから。

具体的な表現手法としては、水彩、影絵、切り絵、コラージュ、身体の動きなど、さまざまな映像表現を織り交ぜて構成しましたが、厳密な絵コンテ沿ったものではありません。藤本康生さん、松本力さん、知公弓子さんらにも協力していただきながら、素材を入れ替えては確認し、という感じで編集していました。音はオルガノラウンジの曲がもともとイメージに合っていたので、彼らにお願いして今回の尺に合わせたリミックスバージョンを制作していただきました。多くの素材は手描きだったりと、プリミティブな手法ながら、約3週間の製作期間で4000コマもの映像を完成させるのはとんでもなく大変でした。でも、理屈っぽく意味を追求するよりも、作者が命をすり減らしてつくれば、出来上がったものにも命は宿るだろう、見た人にもそれは伝わるだろう、と思ったんです（笑）。

ソーラー電源車が門前に停まり、昼間は電力がチャージされていました。晴れた日には、それでその夜のプロジェクター3台×6時間分の電源がほぼ賄えるという話でした。会期中に訪れた参観客は約16万人。数百年の歴史という時間の流れのなかで、自分もその一要素となってのものづくりは、不思議な得難い体験でした。

（取材・文：立古和智 人物写真：谷本夏）



●東泉一郎

東京生まれ。理工学を学んだ後、現場労働者などを経てグラフィックデザイナーに。「センソリウム」のディレクターとして世界各地で実験的インスタレーションを行ってきたほか、日本科学未来館のための展示コンセプトデザイン、2002 FIFA World Cupのための演出コンセプトワークなどで、グラフィックのみならず、映像、プロダクト、Web、空間などを舞台に常に新しいものをデザインし続けている。

MdN DESIGN INTERACTIVE

このアートディレクター聞く
常に新しい表現を追い求める

第38回 東泉一郎

旬のアートディレクターをお迎えして、デザインする際の思考のプロセスと創作のスタンスに迫るコーナー。第38回目は、数々のプロジェクトで常に新しい表現を追い求めてきたアートディレクター、東泉一郎さん。第3話でも、引き続き東泉さんが最近手がけたアンダーウェアのプロジェクト2つを紹介する。

第3話 サードウェア×モアトゥリーズ／グンゼ ボディワイルド 身につけたときに完成するデザイン



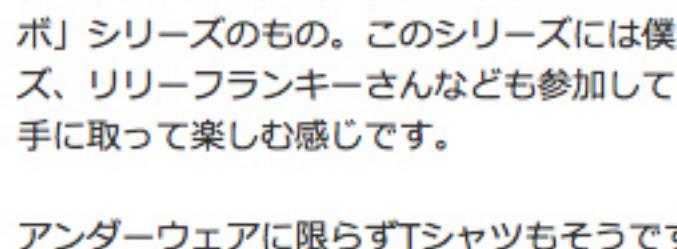
●サードウェア／モアトゥリーズ

東泉氏自身も賛同人を務めるプロジェクト「モア・トゥリーズ」からリリースされたアンダーウェア。サードウェア (<http://www.3rdware.net/>) のWebサイトで販売されているほか、伊勢丹新宿店などでも販売された



●グンゼ／ボディワイルド「COLLABOPANTS」

「パンツを楽しく、パンツをアートに！」をテーマとしたグンゼのアンダーウェア。東泉氏のほかにも数多くのデザイナー、イラストレーター、作家がこのプロジェクトに参加



以前なら、グラフィックデザイナーが手がける衣服というとTシャツが代表的な例だったと思うのですが、なぜだか最近はそういった場面でアンダーウェアのデザインを依頼されることが増えています。最初にお話をいただいたのが、アンダーウェアを専門に手がけている「3RDWARE(サードウェア)」のもの。これは坂本龍一さんらが発起人となって始まった森林・植林のためのプロジェクト「moreTrees(モア・トゥリーズ)」の関連アイテムで、売り上げの一部が寄付されます。moreTreesは僕も賛同人の一人として、他にも機会あるごとにお手伝いしています。3RDWAREの下着は

こだわりを感じさせる造りで、デザインの自由度も高かったです。最近もうひとつ手がけたのは、クラブキングのプロデュースで、グンゼからリリースされた「BODY WILD(ボディワイルド)」の「アーティスト×コラボ」シリーズのもの。このシリーズには僕だけでなく、エンライトメント、TGB Design、グルーヴィジョンズ、リリーフランキーさんなども参加しています。BODY WILDの方は量産品ならではのスタンダード感を逆手に取って楽しむ感じです。

アンダーウェアに限らずTシャツもそうですが、身に纏うものをデザインする時に意識したいのは、服を単なるキャンバスに見立ててグラフィックを入れるのではなく、あくまで「洋服を作る」ということ。単体で格好良いというよりも、それを着た人が街で景色になることを意識します。グラフィックが単体で作品になっていてそれが布の上に乗っかっているのではなく、ファッショングデザイナーの視点に近いのかもしれません。アンダーウェアの場合は、Tシャツとは異なり外から見えるものではありませんが、江戸っ子が着物の裏地に凝るのを粹とするのにも似ていますね。いずれにしても「ウェア」という全体が、着られたときに成立するデザインです。

ちなみにアンダーウェアのデザインは、エディトリアルデザインに喻えるなら表紙のデザインではなく、直接は目に触れない「見返し」のデザインみたいなもの。僕は、そういったところに凝ったり、驚きを仕込んだりするのが、もともと好きなので（笑）。

(取材・文：立古和智 人物写真：谷本夏)



●東泉一郎

東京生まれ。理工学を学んだ後、現場労働者などを経てグラフィックデザイナーに。「センソリウム」のディレクターとして世界各地で実験的インスタレーションを行ってきたほか、日本科学未来館のための展示コンセプトデザイン、2002 FIFA World Cupのための演出コンセプトワークなどで、グラフィックのみならず、映像、プロダクト、Web、空間などを舞台に常に新しいものをデザインし続けている。

MdN DESIGN INTERACTIVE

このアートディレクターに聞く
常に新しい表現を追い求める
第38回 東泉一郎

旬のアートディレクターをお迎えして、デザインする際の思考のプロセスと創作のスタンスに迫るコーナー。第38回目は、数々のプロジェクトで常に新しい表現を追い求めてきたアートディレクター、東泉一郎さん。最終話では、ブリヂストンの海外戦略のひとつとして展開されブランディングプロジェクトに注目する。

第4話 ブリヂストン「fortitude」 高品質に仕上げることに重きが置かれた仕事



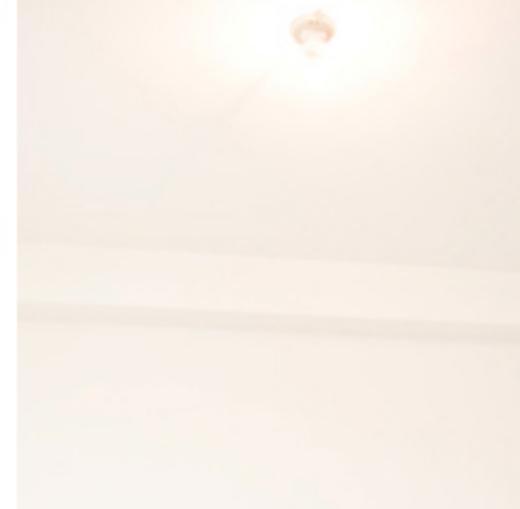
カタログ的、PR的な手法ではなく「事実こそがイメージを形作る」という趣旨のもと、テスト走行後の爛れたタイヤや路面に残されたタイヤの痕跡なども被写体となっている。タイヤの超高精細撮影は菅原一剛氏。サークット路面の撮影はダレン・ヒース氏



進化し続けるF1とファッションの類似性についてジョルジオ・アルマーニ氏が寄せたメッセージ。世界中のセレブリティが招かれるモナコグランプリを舞台とした号で掲載された。レース終了とともに、港に並ぶクルーザーが一斉に鳴らす祝福の汽笛の音がSEに使われ、現場での臨場感を感じさせる



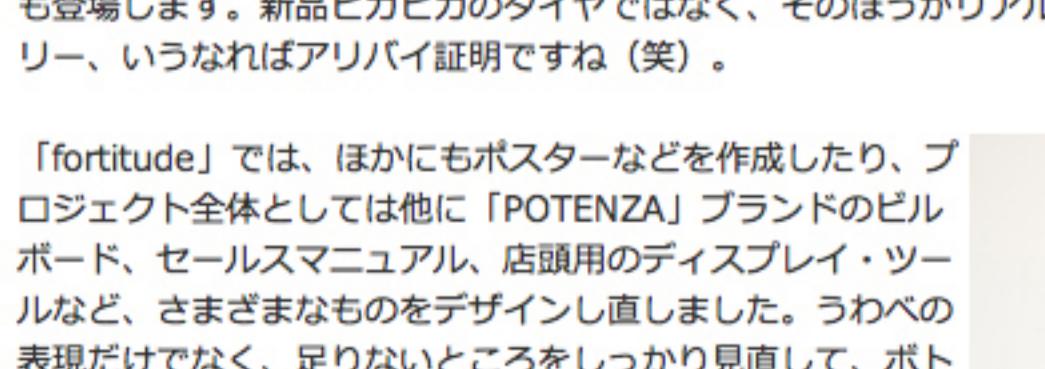
世界でも指折りのモータースポーツフォトグラファー、ダレン・ヒースによる写真は、一般的なレース報道写真とは視点が異なる。彼の目を通したドキュメンタリーが勝ち負けを超えた空気を伝えていく



Strength to conquer the streets of Monaco.
Performance to dominate the roads of the world.

BRIDGESTONE
ブリヂストン

シーズン中にサークット外に持ち出すことができないF1マシンは、BMWザウバーのファクトリー内で撮影され、背景はモナコの有名スポット「カジノ」で撮影された。実際にレースを走ったタイヤはイギリスにあるブリヂストンの前線基地から輸送された。使用済みタイヤにも、マシン本体にも、さまざまな秘密が隠されているため撮影は非常に気を遣うものだった。



近年F1グランプリが開催されるようになった中東での、市街地用ビルボード。オーソドックスなデザインながら、左右14メートルにも及ぶサイズとアラビア語のロゴタイプが目新しい

F1にタイヤを供給してきたブリヂストンが、その事実をきちんと伝えてブランドイメージの向上に結びつける目的で手がけたWebサイトが「fortitude」。これは主として、ヨーロッパやアメリカを除く海外、なかでも成長著しいアジア圏をターゲットにしたもの。F1を舞台としたブリヂストンの世界感を表現したWeb上の映像です。いわゆるクリックせざることが目的のウェブサイトと異なり、ネット上に貼られたポスターのような存在です。また、イベントやショールームのような場所でプロジェクト映写すれば、それだけでfortitudeイメージの空間演出が出来上がる、というような用途も意識しています。

ここで表現しようとしたことは、実際にすごいことをやっているのだから、その事実を高品質に伝えることこそがイメージを形作る、ということ。F1のタイヤを手掛けていると、その周囲にはタイヤだけにとどまらないドラマや伝説が生まれていきます。それをドキュメンタリーとしてクールに見せてあげればいいのです。英女王からSirの称号を授与されたF1レーサー、サー・ジャック・ブラバムにタイヤへの想いを書いていただいたのも、すべてを本物でいこう、というポリシーからです。また、実際にグランプリに携わっているサプライヤーだという認知があるからこそ実現したこと、普通だったらなかなか実現しないことだったでしょう。写真はモータースポーツ界きってのイギリス人フォトグラファー、ダレン・ヒースによるもの。彼は非常に信頼されている写真家で、ハードルの高いヨーロッパのレース・ソサエティに、深く、かつカジュアルに入り込み、レース前のナーバスになっているレーサーにもレンズを向けられる唯一の人物。タイヤの痕跡、レースを終えてボロボロになったタイヤ、クラッシュのシーン、レーサーの素顔の瞬間——彼には、彼が本当に撮りたいものを撮ってもらいました。だから普通はネガティブな要素として積極的には撮られない、ただれたタイヤなども登場します。新品ピカピカのタイヤではなく、そのほうがリアルだし、貴重だし、美しいし。ドキュメンタリー、いうなればアリバイ証明ですね(笑)。

「fortitude」では、ほかにもポスターなどを作成したり、プロジェクト全体としては他に「POTENZA」ブランドのビルボード、セールスマニュアル、店頭用のディスプレイ・ツールなど、さまざまなものをデザインし直しました。うわべの表現だけでなく、足りないところをしっかり見直して、ボトムからも支えていく地道な作業です。そんな中でいかに新しさを生み出せるかがチャレンジになるのですが、これは僕にとってもいい経験になりました。

なお、「fortitude」では電通の堤一夫さんと横川謙司さんが

それぞれクリエイティブディレクションとコピーワークを務めたほか、プロジェクト全体のプロデュースがイタリアに本拠を置くCailoghi S.r.l.の馬淵忠則さん、Flashの構築は佐藤幸夫さん(310design)が担当しました。

(取材・文:立古和智 人物写真:谷本夏)

●東泉一郎
東京生まれ。理工学を学んだ後、現場労働者などを経てグラフィックデザイナーに。「センソリウム」のディレクターとして世界各地で実験的インスタレーションを行ってきたほか、日本科学未来館のための展示コンセプトデザイン、2002 FIFA World Cupのための演出コンセプトワークなどで、グラフィックのみならず、映像、プロダクト、Web、空間などを舞台に常に新しいものをデザインし続けている。

