



佐野 研二郎 アートディレクター
クリエイティブディレクター

若手クリエイターやクリエイターの卵たちからはカリスマ的存在として慕われ、先輩世代からは次代の実力者として嘱望されているのが、サノケンこと佐野研二郎さんである。人気を博した日光江戸村の「ニャンまげ」や、TBSの「TPI-S」などの宣伝プロジェクトから、数々の商品広告、美術や音楽、スポーツ関連のクリエイティブまで、多分野にわたる活躍はめざましい。また、軽妙な味わいから格調の高さまで、その表現の幅広さにも定評のある人だ。広告界の最前線をひた走る佐野さんに、改めてデザインへの思いなどを聞いた。

「最初に少し、ご自身の軌跡を振り返っていただけば。」

方法論としては、たとえば商品広告の場合、多くはそれを人間に置き換えて発想したり、作ったりすることが多いですね。かつこいい人、ドジだけドチャミーニングな人、笑えるひょうきんな人、そんなふう商品に人格を先に決めちゃいます。広告のアイデアは机上で考えるよりも、日常の行動のさなかに浮かぶのがほとんどですね。多くは風呂が好きなんですけど、日本の住宅の浴室って狭くて窓もないので、つねづね湯船に浸か



美大に行ったのは、もちろん絵とかイラストが好きだったからだけど、自分の進路はそんなに明快に描けていたわけではありませんでした。自分の進んで行く世界が自覚できたのは、1年生の時に大貫卓也さんの講演会を聞いた時でした。たしかサビニヤックの仕事テーマに話されたと思うのですが、ああ、これこそ自分に向いた世界じゃないかって。美大の授業ではデッサンとか色と色の組み合わせとかを習ったけど、自分が作ったものをいかにしてちゃんと他者に伝えられるかが、多くの当時の関心事でしたから。

人間のタイプとして、多くは決して天才肌ではありません。多くの周囲には才気煥発のすごい優等生がたくさんいるけど、多くはそうじゃない。他人にはどう映っているかわかりませんが、真面目にこつこつやる派だと自認しています。いざ広告会社をめざすと決めると、どうしたら受かるかを自分で徹底して調べましたし、その広告会社に入ってから、人知れず資料にあたるとか、先輩に会って話を聞くとか、周到に準備を重ねた上で仕事に取り組んできましたから。それより何より、多くはラッキーな人間なんです。大貫さんに始まって、広告会社では永井一史さんの下で修業できましたし、佐藤可士和さんとは仕事を一緒にやらせていただきました……。

「クリエイティブに際して、何を一番心がけておられますか。」

りながら、浴室に貼れるきれいなポスターがあるというなあって思ってた。そこから、ぬれても平気な薄いプラスチック製の紙を見つけ、それに写真を印刷して浴室用のポスターが生まれました。最近海外でも評判のいい、中身が詰まってふくらんだら地球儀みたいになる「地球ゴミ袋」。あれも通りを歩いていて、いつも殺風景なゴミ置き場を目にしていた経験から生まれた商品なんです。



積み重なった地球ゴミ袋 (広島アートフェスティバルでのインスタレーション)

デザインとは何かをシンプルにいつちゃえば、人の役に立つ、人が楽しくハッピーになれるということに尽きると思うんです。それは企業広告でも商品広告でも、変わらない基本的な考え方ですね。なるほど広告というのはクライアントから依頼されて始まる仕事ですが、そもそも仕事は自分で作るものだというのが、多くの持論なんです。あらかじめ決められた土地に家を建てるのではなくて、土地探しから自分で始めようじゃないかって。広告はあくまでサービス業なので、いい意味のサブライズがないと生き残ってはゆけない。文字通り「攻め」の姿勢で、自分からどんな新しいものを提案していかなければなりません。

「サノケンに憧れる若いクリエイターに望むことは何でしょう。」

繰り返しになるかもしれませんが、自分のいいところが、きちんと他者に伝わらなくてはデザインにはなりません。ですから自分のアイデアをプレゼンする時、たんなる空気感のような印象を語っただけでは、クライアントの心をつかむことは不可能だと思います。自分のアイデアが明確に言語化できていないと、おのずとアイデア自体の力も弱くなってしまうから。若い皆さんには、デザイン技術の習得だけにとどまらず、ぜひ言語化のスキルも磨いていただきたいと思いますね。同時に忘れないでほしいのは、個人の発想って、そんなに大したことないよという自己客観化の姿勢かな。自分の発想にこだわらないで他者のベクトルを取り入れた方が、はるかに好ましい結果を導く場合もけっこう多いですからね。

(文・三田晴夫 / 写真・藤原亜希)

佐野研二郎(さのけんじろう)
MR DESIGN代表。1972年生まれ。多摩美術大学グラフィックデザイン科卒業。博報堂入社。HAKUHODO DESIGNを経て、2008年MR DESIGN設立。
主な仕事にサントリーBOSS、all in SMOO、日光江戸村「ニャンまげ」、東京放送/TBS「フープ/TPI-S」、ミツカン「どろっ豆」、進研ゼミ「攻」等のキャラクターデザイン、TVCMのアートディレクション。「毎日」のロ「マークデザイン」。
著書に「思考のダイエット」、「佐野研二郎のワークショップ」など。東京ADC賞、NY・ADC銀賞/銅賞/特別功労賞、毎日広告デザイン賞優秀賞など受賞多数。