

インターネットとガイ・リッチーが、D&AD President's Award受賞者・田中耕一郎のキャリアに与えた影響



毎年、D&AD会長は特別賞D&AD President's Awardを、その年もっとも業界に大きなインパクトを与え、創造性の境界を押し広げてきたクリエイターに授与しています。今年、その受賞者に選ばれたのは田中耕一郎氏。2004年に自身のスタジオProjectorを立ち上げ、ブラックペンシルを受賞したクリエイティブディレクターです。選出したのは、クリエイティブエージェンシーKinの共同創設者であり、米国出身として初めてD&AD会長を務めるクワメ・ティラー=ヘイ福德氏でした。

いまや「世界を代表するデジタル・イノベーター」として知られる田中氏ですが、そのキャリアの出発点は1997年、映画制作の現場でした。監督助手として初めて映画セットに立ち、そこで得た経験がのちの創作活動に大きな影響を与えます。特に記憶に残っているのは、2作目の撮影で200人以上のエキストラをフィールドの片側からもう一方へ移動させるシーンで、誘導役を務めたことでした。「とても緊張していて、声が出せませんでした。今でも群衆シーンが登場する映画を見ると、その時のことを思い出します。あの最初の仕事で、“業界のプロに出会うこと”と“声を発すること”的大切さを学びました。」

制作現場で経験を重ねるうちに、田中氏の“クラフト”に対する意識は変わっていきました。大きな転機となったのは、ガイ・リッチー監督が当時の妻マドンナを主演に起用して制作したBMWの広告を目にしたときです。「それまでインターネットで見る広告映像は質が低く、軽くてカジュアルなものばかりでした。」

Pull quote:「とても緊張していて、声が出せませんでした。今でも群衆シーンが登場する映画を見ると、その時のことを思い出します。」

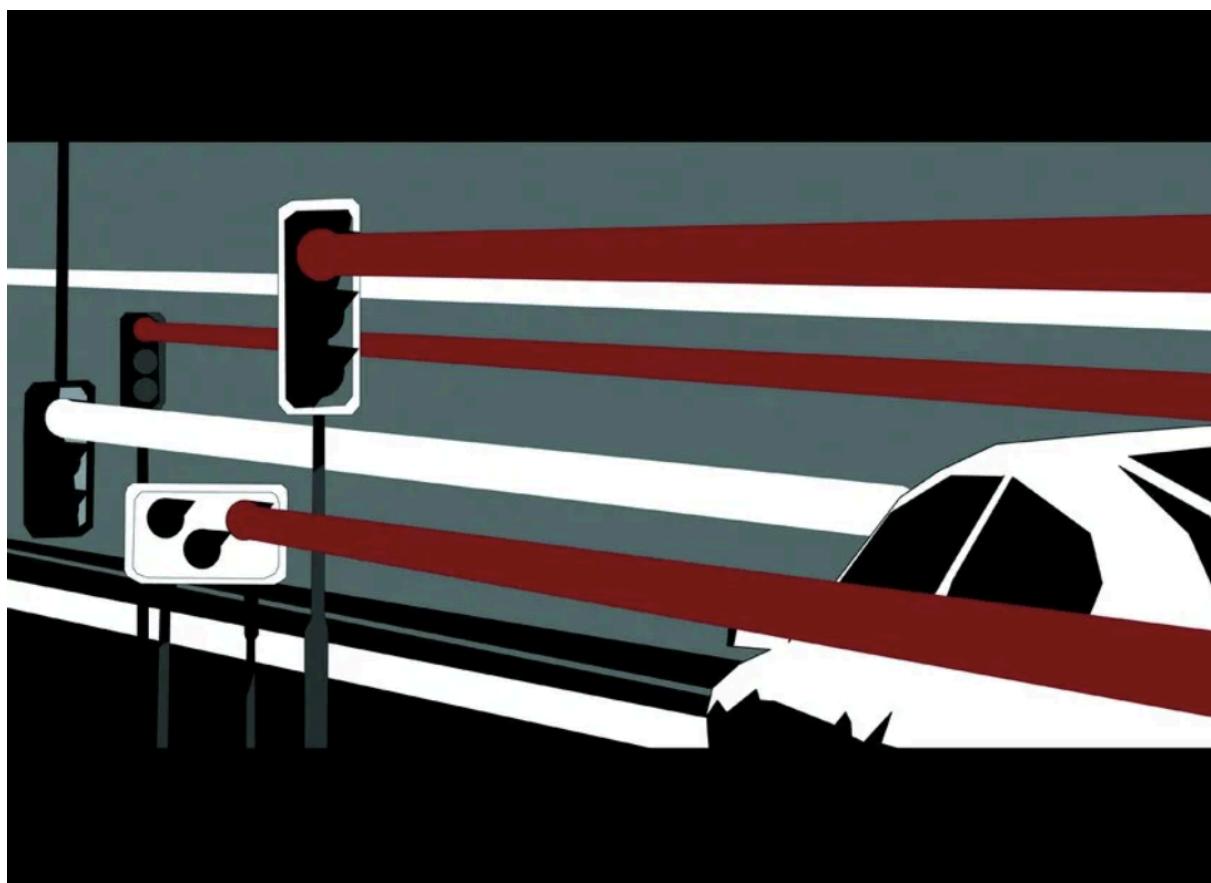
BMW作品の“ハリウッド級の映像表現と完成度”に衝撃を受けた田中氏は、翌年日産から広告制作の依頼を受けた際に、そのトーンを取り入れようと決意しました。そこで生まれた

のが『Trunk』。この作品はTIAAグランプリを受賞し、さらに田中氏にとって初めてのD&ADペンシル獲得へとつながりました。

インターネットの登場と新しい構造

受賞によって商業映像の分野で新進気鋭の存在として認められたものの、当時の日本のクリエイティブ業界は役割が細分化され、固定的でもありました。「広告代理店ではクライアントと直接やり取りするのは通常クリエイティブディレクターで、制作会社のプロデューサーやディレクターはコンテンツ制作に専念する、という構造でした。ですが、あの日産の広告では私はプロデューサーでありながらクライアントと直接コミュニケーションをとることができ、新しいメディアの登場によってその構造が少し変わっていたのです。」

生来のイノベーティブな精神を持つ田中氏は、その瞬間にインターネットが新しい時代を切り開いていることを実感しました。コンテンツ制作を担いながらクライアントとも直接関われる、新しい働き方が可能になる。彼は早い段階でインターネットがクリエイターとクライアントの関係を根本から変えていると気づき、その新しい秩序に自ら挑戦することを決めたのです。



Pull quote:「広告代理店ではクライアントと直接やり取りするのは通常クリエイティブディレクターで、制作会社のプロデューサーやディレクターはコンテンツ制作に専念する、という構造でした。」

31歳で立ち上げたProjectorは、「エネルギーと野心だけが原動力」だったと田中氏は振り返ります。各プロジェクトには常に課題があり、作品は伝統的なメディアではなくインターネットを通じて発表されました。そこには「受け入れられるか、無視されるか」の不確実性がありました。

成功の尺度を「業界の中だけ」に求めず、現代美術や広告以外の映画作品などからもインスピレーションを得ながら、自らの創造性を磨いていったのです。

ユニクロ 「UNIQLOCK」

田中氏のユニークで先進的な思想は、2007年に発表され、ユニクロを代表するキャンペーンとなった「UNIQLOCK」に結実します。ファッション、音楽、ダンスを融合させたオンライン体験は、当時の主要ターゲットであったブロガーを中心に世界的な話題となりました。

田中氏自身も、このプロジェクトを振り返る機会は今なお多いと語ります。
「UNIQLOCKには“考えるべきことがもっとある”と感じていました。成功後に多くの取材を受け、初めて自分のコンセプトを言葉にしなければならなかつたのです。でももともと非言語的な発想に基づいていたので、後から言葉にすると制約が生まれ、解釈も変わってしまうように感じました。」

西洋文化では「言葉で定義すること」が肯定的に捉えられますが、日本文化ではあえて余白を残すことで「解釈の余地」を生むことがあります。それがクライアントとクリエイターの間に独自の信頼関係を築くこともあるといいます。

Pull quote:「西洋文化では言葉で定義することが肯定的に捉えられますが、日本文化ではあえて余白を残すことで解釈の余地を生むことがあります。それがクライアントとクリエイターの間に独自の信頼関係を築くこともあると思います。」

田中氏のキャリアを通底してきたテーマは、常に「革新」と「学び」です。そして現在、田中氏は最新プロジェクト「ONCE」において、再び“学び手”的立場に立ち戻っています。日本の住空間に適合するよう設計されたこのモジュール式シェルフは、容易に組み立てが可能で、拡張性に優れ、両面から使用できる仕様を備えています。

この取り組みは、堅牢な構造を実現するための新たな技術の習得や、多様な素材を用いた実験を彼に促しました。インテリアデザインブランドの創設者として臨む今回の挑戦は、これまでのいかなる経験とも異なるものですが、田中氏はその試みに大きな意義を見出しています。「今の自分は、まるでインターン1年目や大学1年生のような感覚です。すべてが新鮮で、いまだ手探りの段階ですが、その過程自体を楽しんでいます。」

