

# オープン



サバーブームのデザインもやってみたくて、「オープンにする」という意味では工場のデザインなんかもやってみたくて、「コンセプトは、見える工場。食の確保問題いろいろ起きているけど、あれは、クロム」だから起きてしまったというと思う。たまたま、作業場がガラス張りになっただけでも、そこ働くと、人の意識改革につながるはず。たまたま、見せることに耐える環境も、きちんとデザインする必要はある。「オープン」にするほど大きな好意が受けてくる気がしません。

## パブリック空間に 取り入れられ始めたデザイン

2007年を振り返ると、国立新美術館をはじめ、コ・フェスタ(JAP A N国際コンテンツフェスティバル)、日本郵政の年賀状など、一般社会に向けた、デザインの仕事の多い一年でした。教育機関や病院など、パブリックイメージの強い仕事を、頼まれるようになってきた実感もある。そうした仕事を通じて、デザインに対する世の中の関心の高さにも気付くことが多かったですね。例えば、審査員を務めた北海道洞爺湖サミットのマークの応募数が、4000点にのびりました。これには嬉しい驚きがありましたね。それから、コ・フェスタのイベントで、3時間のトークショーをした時にも、定員300名に対して500人の人が来てくれて、立ち見まで出た。これまで僕は、相手が学生だったり、広告関係者だったり、限定されたトークショーがほとんどで、一般の人向けのイベントでこれだけの人が集まるとは思わなかった。もはや、デザインは

一部の人たちだけのもの、という意識がなくなってきたというんだなという実感を強く持ちました。

## もはや、デザインは「付加価値」ではない

デザインというのは「本質的な価値」を作る。そのことに対する企業の認識は、まだまだ希薄だと思う。でも、すでに気付いている企業はあるし、そういう企業は成功体験を持っている。その好例がNTTドコモの「70シリーズ」。90シリーズの廉価版という位置付けで出てきた機種ですが、コンセプトをデザインで表したら、たちまち売れた。この時、ようやくデザイン自体が、商品の価値として捉えられたのだと思います。そういう意味では、デザインは、ブランドイメージを構成する機能のひとつと言ってもいい。「カッコいい」というブランドイメージを買っているのと同じ。洋服を買うときに、「布を買っている」と思っている人はいいでしょう。今これだけ、おしゃれな物が日常的

# デザインを 「付加価値」だと 思っているのは、 そろそろやめたほうがいい。



佐藤可士和 サムライ  
クリエイティブディレクター/アートディレクター  
Kashiwa Sato

2000年5月、博報堂から独立しクリエイティブスタジオ「サムライ」を設立。スマップ、キリン「極生」、ユニクロ等、商品開発から店舗、広告キャンペーンなど幅広く手掛けている。2007年は、国立新美術館のシンボルマーク、日本郵政の年賀状デザインなどを手がけた。

に溢れているのに、デザインの認識は、まだ付加価値の領域を出ていない。それを理解してもらうためには、成功体験をファクトとして見せていく必要があると僕は思っています。机上の空論で書きはかり並べても、世の中も人も簡単には動かない。だからこそ、自分が手がけるプロジェクトは必ず成功させたい。今のところ、手がけたすべてのプロジェクトに対する要求に、答えを出しているつもりです。

そこで僕は、究極の「整理フェチ」として、普段、誰も見ないサバーブームのデザインをしてみたい(笑)。サバーブームってクローズな空間だし、倉庫みたいなところなんじゃないかと思う。そこをもっとカッコよくオープンにして見たいですね。たとえば、東京ドーム規模の未来都市型サバーブームを眺めながら働くことができるオフィスとか、サバーブームを庭にしたレストランとか。サバーブームが企業価値になったら面白い。

2008年の仕事は、すでに動いています。自分にも想像がつかないようなことをやっていくのが僕の理想。それこそ、年賀状や病院、携帯電話、幼稚園……、どれもサムライを立ち上げたときには想像もなかった仕事。だから面白いんです。

そういう意味では、いま一番興味があるのはコンピュータのサバーブーム。サバーブームを制するのはインターネットも制するとも言われますよね。

## できる以上のことをする だから相手にも頑張ってもらおう

2008年の仕事は、すでに動いています。自分にも想像がつかないようなことをやっていくのが僕の理想。それこそ、年賀状や病院、携帯電話、幼稚園……、どれもサムライを立ち上げたときには想像もなかった仕事。だから面白いんです。

そういう意味では、いま一番興味があるのはコンピュータのサバーブーム。サバーブームを制するのはインターネットも制するとも言われますよね。