

クリエイティブ産業の潤滑油 ～MIRU DESIGNの仕事～

各分野で活躍する講師をゲストに招き、参加者とともにデザインを考え、交流を図る「ナイトフォーラム」。独自のPR手法によって大きな話題をつくり出してきた青木昭夫氏に、これまでの事例を通して「伝える」ためのヒントをお話いただきました。

〔講師〕青木昭夫（クリエイティブディレクター） 〔日時〕2014年12月16日（火） 〔会場〕ウイング・ウイング高岡 503号室



青木 昭夫 MIRU DESIGN 代表

1978年東京生まれ。2005年～09年デザインイベント「DESIGNTIDE TOKYO」のディレクターを経て、09年MIRU DESIGNを始動。プロダクト、インテリア、建築、グラフィックなど、さまざまなデザイナーのネットワークを生かし、展覧会や商品開発の企画、プロデュースを行う。また、音楽家坂本龍一が代表を務めるmore treesのプロダクトディレクション、インテリアライフスタイル展のクリエイティブディレクション、Coca-Cola Bottlewareのプロデュース、Any Tokyoのコーディネーションなど大きな話題をつくり出すプロジェクトを数多く手がけている。

「伝える」「届ける」ための ヒントとアイデア

私が代表を務めるMIRU DESIGNは、デザインを取り巻く問題を診断し魅力のあるものに変えるために、メーカーやデザイナーなど、いろんな人をつなげる役割を担っています。これまでに全国各地を歩き、多くの人と出会ってきました。その経験から、高岡のブランディングに対する意識が日本でもずば抜けて高いことを感じています。それは、世界一の美食の街と称えられるサン・セバスチャン（スペイン）に似ています。レストランがレシピをオープンソース化し、街全体の食のレベルを引き上げたことで世界で注目される存在となりました。いずれ、高岡も日本をリードする存在になるのではと思っています。

そこで今回は、「伝える（広報）」と「届ける（営業、販売）」について話したいと思います。日本では予算を組むときに軽視されがちな項目ですし、“ものづくり”に長けているところほど、おざなりにしているように思います。しかし、オートク



個性的なデザインが人々の行動を引き出した「アルファベットプロジェクト」

チュールのメゾンでの広報費が全体経費の10～15%であることを考えると「伝える」「届ける」を柱に考えてもいいはず。私がかつて携わってきたケースが、デザインを「伝え、届ける」ためのヒントになればと思います。

2005年の立ち上げから09年まで関わった「DESIGNTIDE TOKYO」では、世界的デザイナーが26のアルファベットをそれぞれをデザインし、コミュニケーションを生み出す仕組みが企画されました。デザインが人の行動を引き出す企画は世界的企業からの協賛を得たことで、大きな集客につながり大成功を収めました。「more trees」は、デパートでのインスタレーション展示を販売につなげた初めての事例です。作品を見て感動するだけではなく、森林保全への寄付という要素に多くの人々が共感しました。「Any Tokyo」では、建築家ザハ・ハディッドの右腕ダニエル・ウィドリッグがデザインする作品を3Dプリンターで再現するなど、これまでにない実験的な企画を行いました。これらの事例で人々から共感を得られたのは、ただの商業的な場ではなく、夢を見て楽しめる場だったことがあると思います。

独自の「空気」をつくり 一歩踏み出す冒険心を

このような経験から、「空気」は読むのではなくつくるものと考えます。時代が求めていることを追いつけると、誰もが考える、どこにでも、さらに言うたら



既存の概念を超えた3Dプリント技術による作品が注目を集めた「Any Tokyo」

イパルの多い領域に踏み入ることになります。独自の領域を開拓することが大事です。世界的に売れているかみの workshop の「空気の器」や12年から販売を開始したナガエの「コリネット」は、新しい領域をつくり出した事例といえます。そして、せっかくなので「空気」はぜひ広げてほしい。どれだけ多くの人に伝えることができるかにも重点を置き、メディアが取り上げやすいコンテンツを提供してください。それは、発信力のあるパートナーの協力を得ることで、SNSなどを利用することで構いません。工夫次第で、海外メディアが取り上げてくれる場合もあるからです。

最後に、「使命と冒険心」を持ってください。自分の仕事の「使命」を社会貢献という広い意味で捉え、これまでの枠から一歩踏み出す「冒険心」を持つことで、自分が想像する以上に大きく可能性が広がることを感じてもらえるとうれしいです。