

それまでの常識にとらわれず、  
「大衆デザイン」で世の中を動かしたい

かつてない「ユニ」  
チャレンジ

雪原の中、まゆげや口ひげを凍らせながら読書は、本能。」と本を読む。その男性は探検家の角幡唯介氏。2013年元日に掲載された集英社の新聞広告は、モノクロ写真で、一見、武骨なたたずまいだが、実はユーモアたっぷり。そのアンバランスさが目を引く。アートディレクションを手がけたのは秋山具義さん。

「角幡唯介さんは集英社出版四賞のひとつ、開高健ノンフィクション賞を受賞されたこともある探検作家で、集英社側から角幡さんを広告のビジュアルとして使いたいというアイデアがありました。広告の打ち合わせをしている時期に角幡さんは北極圏へ行かれていて、もしかすると広告用にセルフで撮影してもらえるかもしれないという話になったんです」

そこで、秋山さんたちは読書をしているシーンを撮ってほしいとリクエスト。集英社の方が北極圏にいる角幡さんとメールでやりとりをして、実現したところだ。

で連絡をとって、広告用に撮ってきてもらうというやり方はなかったはず。そんなやりとり自体が新しいし、堅いイメージのある新聞広告で面白いことをするチャンスではないかと思いました」

新聞広告のベースであるモノクロ広告

「メールに添付して送ってもらった写真なので、一般的に広告で使用する写真と比べると解像度は低い。それを全15段サイズに引き伸ばしているため、必然的に粗い表現となりました。結果論ではあるのですが、そのことにより冒険感が増したと思っています。僕が広告の仕事を始めた1990年ごろは、新聞広告はモノクロが中心で、版下で入稿していた時代です。印刷の仕方も細かく指定していたのですが、それは少しでも表現したいイメージに近づけたいという思いがあったから。そうした細かい配慮は広告の本質を見せる上でも大切で、そんな広告づくりの原点を改めて思い返すきっかけにもなりました。コピーは博報堂の石井ヤスヒロさんが考えたものです。元日は広告がたくさん掲載されますよね。いつも以上にカラーの広告が多いことも予想できていたの



出身は秋葉原  
目立つ看板が原風景

AKB48の「真夏のSounds good!」のCDジャケット、東洋水産「マルちゃん正麺」の広告、パッケージデザインも秋山さんが手がけた仕事だ。いずれも昨年、大ヒットした商品である。「常識を疑え、という言葉が好きなんです。マルちゃん正麺の金色のパッケージも、それまでの常識にとらわれず、商品の特性が最も伝わる表現を模索した結果です」

出身は東京秋葉原。秋山さんの原風景は、ネオンサインや看板に囲まれた街並みだ。その影響はデザインする上で少なからずあると思っています。目立つものの中で、より目立つものをと看板は作られますよね。



秋山具義さん

あきやま・くぎ / 1966年東京・秋葉原生まれ。90年日大芸術学部卒。99年アイリーフレッシュ設立。広告キャンペーン、パッケージ、写真集、CDジャケットなど幅広い分野でアートディレクションを行う。主な仕事に、東洋水産「マルちゃん正麺」広告・パッケージデザイン、AKB48「真夏のSounds good!」「UZA」CDジャケットデザインなど。

文 / 山下 薫 写真 / 星野 章



読書は、

本能。

2013

集英社

いつでも、どんな場所でも、人は本を読む。読むことで、先人たちの歩みを知り、未来の自分と対峙する。それは、今を生きている私たちにとって、必要な「本能」なのかも知れません。2013年、集英社は、あなたの本能を刺激する、さらに面白い本を、続々と刊行していきます。どうぞご期待下さい。

集英社新書 集英社文庫 集英社みらい文庫 JUBILEE BOOKS スーパーダジャレ文庫 ココロと文庫	ビンキー文庫 シフォン文庫 集英社国語辞典 第13版 中絶 小沢子ばる kotoba 青春と読書	【陽気堂ノンフィクション賞】 2012年(2013年)受賞者 角幡唯介 『ゴッド・ヘル・アット・ホーホー』 2011年(2012年)受賞者 角幡唯介 『探検家 角幡唯介の100日』 【岩波文庫】 『宇は多文字学』 『小説には無敵な人』 【エッセイ】 『マウスの中国旅行記』 『コフレ』 『ロマン大賞』 『凡人』 【集英社みらい文庫大賞】
---	--	---

2013年1月1日付朝刊掲載