



商品への愛着が伝わる
温かみのあるイラストレーション

手描きの絵を使って
東急ハンズらしさを表現

5月から始まった「ハンズ」のモノ研と題した東急ハンズの広告シリーズ。毎回、漢字一文字で表されるテーマに沿って東急ハンズの商品と、それに関連する豆知識を掲載している。

初回の「靴」をテーマにした広告では、「私は安い靴を買うほど裕福ではない」という英国紳士の名言とともに、長持ちする靴との付き合い方を紹介。必要な道具として商品名や価格など情報もしっかりと盛り込んでいるが、押しつけがましくない。イラストレーションだけで表現された温かみのあるピジュアルは、商品への愛着のよるなものが感じられ、読者にそれが伝わる。実際、新聞広告が掲載されると、売り場には「広告で見た、あの商品が欲しい」と買い物が訪れる。ダイレクトに反響があるという。

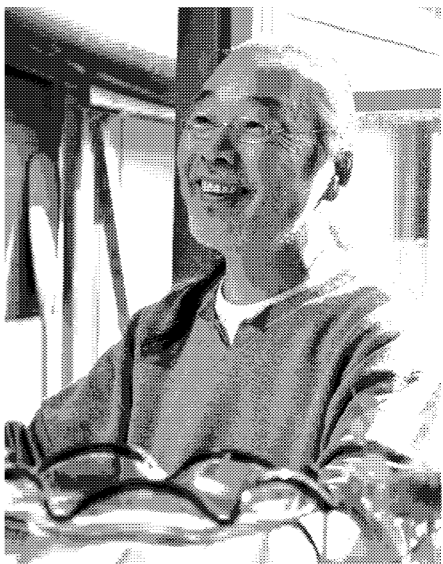
イラストレーションを手がけたのは、つがおか一孝さん。人物や商品はデフォルメすることなく写実的に描かれているが、どこか懐

かしい独特のタッチだ。「写真のように描くことはせず、その一歩手前で止めてみる。その方がリアルだったりするんですよ」

メインビジュアルの制作期間は約4日だ。現物を見ながらケント紙に鉛筆で下絵を描き、水彩絵の具で着色する。パソコンは使わずにすべて手作業。アートディレクターが指示するカットを自分のタッチで黙々と描く。それが新聞広告であろうと雑誌の挿絵であろうと、描く上での姿勢は変わらない。「昨日と同じ仕事を今日もやる。毎日同じことをしていて変えようともしていません。だけどね、3年前の絵と比べると変化しているんですよ。進歩なのかな、後退なのかな笑」

好きなものを探求する
自分らしい表現への一歩

大学を卒業後、デザイナーとして広告プロダクションに入社した。ある時、知人に急ぎの用で必要な絵を頼まれた。それをきっかけに、社内でもイラストレーターとして活躍するようになった。「外注するより



安いからです」と謙遜するが、実力があつたからこそ。手がけた仕事を見た人たちから「ウチの仕事もやっつて頼まれるようになる。そしてイラストレーターとして独立。1970年代後半のことだ。「新宿ゴールデン街に入り浸り、そこで知り合った人たちと朝まで人生を語りあい、本音の気持ちをぶつけあっていました。最初に仕事を頼んでくれたのも飲み仲間。飲み仲間の絆は強いですがね、仕事を頼まれても断れなかったんです」

20代半ば、友人に誘われて出掛けていったフライフィッシングがつかおかさの人生を大きく変えた。徳島の港町で育ち、子ども頃は夢中で釣りをした。大人になって久しぶり

に魚を釣った瞬間、全身が自然と共鳴し「釣りが生活の中心となった」。描く絵も魚や動物、アウトドアなど自分の好きなジャンルへシフトしていく。なんでも描けるマルチなイラストレーターから脱却。「好きな絵を、好きなように描こうって決めたんです。つかおか一孝でなければ表現できない独自のタッチは、趣味を通じて確立した」

今、最も表現したいものは水。「僕のように自然が好きなのが、本当にぬれているとリアルに感じられる水の絵が描きたい。それは僕が釣り人だからこそできることだと思う」

愛着があるものは何か？それを見極めることが、自分らしい表現への第一歩でもあるという。「これからイラストレーターになりたいという人は、どう描くかよりも、何が描きたいかを考えてみるという。オリジナリティーを出そうと策略するより、好きなことを探求することの方が自分らしい表現にたどり着けると思います」



2013年5月24日付朝刊掲載



2013年6月28日付朝刊掲載



2013年9月13日付朝刊掲載

(シリーズから3点抜粋)

つがおか一孝さん

つがおか一孝さん / 1950年徳島県生まれ。73年九州産業大学芸術学部デザイン科卒。同年クリエイティブエージェンシー「ザ・マン」入社。75年イラストレーターとして独立。広告・出版を中心にポスターやカレンダー、アウトドアスポーツ系を中心に書籍・雑誌の表紙などで活躍。91年六本木「アートボックス・ギャラリー」にて作品展。2006年銀座ソニービルにて「イラストレーター・つがおか一孝の仕事展」など作品展を多数開催。

