

石岡瑛子 血が、汗が、涙がデザインできるか

展覧会解説

目次（※お読みになりたい章をタップしてください）

[1 Timeless: 時代をデザインする](#) 

[2 Fearless: 出会いをデザインする](#) 

[3 Borderless: 未知をデザインする](#) 

1 Timeless: 時代をデザインする

石岡瑛子がグラフィックデザインの道を志した1960年代初頭は、社会におけるデザインの重要性に大きく注目が集まった変革期だった。東京藝術大学に在学中の1960年、東京で開催された世界デザイン会議で、彼女は、国際的に活躍するデザイナーたちの「デザインとは社会に対するメッセージである」という発言に大きな影響を受け、将来の道を定める。第1章では、デザインを通じて人々に新しい価値観と生き方を示しながら、同時に時代を超える自らの核を模索した石岡瑛子の仕事を、日本での展開を中心に紹介する。

1961年に資生堂に入社した石岡は、「化粧品広告という極めて通俗的な表現の枠の中に、爆弾を仕掛けることに意欲」を持ってキャリアをスタート、自立した女性像を提示し、社会現象となったキャンペーンなどで注目を集めていく。1970年の独立後は、大阪万博のポスターや、映像、テキスタイル、装丁などへと活動領域を広げていくが、70年代初頭、文化発信地としてのファッションビル、パルコを仕掛ける増田通二との出会いによって、離れようとしていた広告に立ち返り、人々に行動を促すコミュニケーションとしてのその可能性を追求していく。ファッションという自己表現を通して主体的な生き方を促し、人種や性別、富の多寡を越えて現れる「美しさ」について問いかける石岡の広告は、消費者の反応との相互作用の中でパルコという場の性格を形作っていくことになった。

一方、当時より「スノッブな、少数の特殊な人たちに向けた空間作りには興味がない」と語り、生涯、広告やエンターテインメントの領域で大衆に向けたデザインを追求した石岡にとって、ファッションや文学を開かれたものにしていく

パルコや角川書店との70年代の仕事は、その方向を定める大きな指針となった。また、写真やコピーなどデザインの諸要素を取りまとめていくアートディレクターとして、共同作業でありながら「最後はひとりの人間の声として聞こえる」ものとして表現を磨き上げていく経験は、他者とのコラボレーションに賭けたその後の仕事へと繋がっていく。

資生堂の仕事

入社面接で「男性と同じ仕事と待遇を」と主張したという石岡瑛子は、男性ばかりだった資生堂の宣伝部に加わり、「女を観客としての立場から、送り手としての立場に逆転させようとする、積極的な意思と行動」の日々を送る。グラフィックデザインにカラー写真が本格的に導入されはじめた時期に、商品にナイフを入れるという大胆な演出を行ったホネケーキは、その物質としての特性や存在感をイメージとして伝える、優れた広告として評価された [1-1~3]。1966年に中村誠の指揮のもと任された夏のキャンペーンでは、石岡は、前田美波里という「太陽の下でへこたれない生命力、意志的

な顔と健康な肉体」を持った、それまでの広告の「楚々としたお人形のような」美人像を打ち破るモデルを起用。ポスターが軒並み盗まれるなど、社会現象ともいえる反応を社会に巻き起こした [1-8]。

シンポジウム：現代の発見

1965年、石岡は、若手デザイナーの登竜門であった日宣美展に応募、最高賞を獲得し注目される。受賞作《シンポジウム：現代の発見》は、作者いわく「極めて社会的な発言のテーマ」を9枚組の架空のシンポジウムのポスターとして提示したものだ [1-12~20]。メディアアートの先駆者である山口勝弘は、石岡の表現に「科学者の眼、外科医の手」を感じ、その正確で完全な「抽象の世界」を高く評価している。石岡は、ソニーが主催した「国際サイテックアート展：エレクトロマジカ 1969」のアートディレクションを担当、『美術手帖』の特集号の構成を担当するなど、新しいテクノロジーを用いた表現に接近する [1-22, 23]。しかしその後の展開が示すように、抽象形態による幾何学的構成はあくま

で出発点にすぎず、それに血を通わせ更新することこそが、彼女の個性の核として、デザインのテーマとなっていく。

POWER NOW

1967年、石岡は欧米9カ国を4カ月かけて旅行し、ポップカルチャーやベトナム反戦運動に大きな影響を受ける。怒れる若者たちの行動が世界中を揺るがしていた翌1968年、石岡は「反戦と解放」を主題とする展覧会のために、ポスター《POWER NOW》[1-24]を制作する。小池一子による簡潔なコピーと、横須賀功光による「怒りの象徴ともいべき握り拳」のような肉体のフォルムが、メタルペーパーに印刷されている。身体をデザインすることへの強い意志は、太陽工業主催の国際コンペのためのポスター[1-28]をはじめとする初期の代表作から、すでにはっきりと表れている。ダンサーを青い布で覆った演出は、抑制された表現のなかに身体のエロティシズムを引き出すという、石岡の終生変わらないデザイン上の興味を端的に示す。

大阪万博

資生堂のキャンペーンの成功と、日宣美賞受賞が評価され、石岡は大阪万博の公式ポスターのデザイナーに抜擢される [1-25]。公共の仕事であるゆえに、イメージの意味内容を明晰にする必要があると考えた彼女は、「日本の国家と太陽を表す赤い円、地球と文明を意味する球体、万博の旗を、製版工程で重ね合わせた」と説明している。一方、雑誌のインタビューで、同年の安保闘争と絡めて、ポスターを破られたら？と聞かれた石岡は、「別にイカらない。万博を全面的に肯定していないし。わかる感じ。考えなきゃいけない、態度で示さなくちゃならない年でしょうね」と答えている。この前年の『デザイン』誌に石岡は、「AMPO-1970-EXPO」と題したポスターの画像を掲載し、公権力とグラフィックデザインの関係について言及している [1-27]。

パルコの仕事

1970年代の広告史に輝く石岡瑛子によるパルコのキャンペーンは、文化拠点としての渋谷パルコが計画された時期か

ら本格化する。団塊世代の女性をターゲットに、パルコとは何か？という企業のキャラクターをクライアントと協働しながら作っていく石岡のアートディレクションは、場そのものへの期待感を作り出し、消費者に行動を起こさせる強いメッセージを伴って、大きな反響を呼び起こしていく。

当時のインタビューで、彼女は、ファッションとは「个性的に自分の生き方を持って、生きるための自由に選べる道具」であるとし、服だけでなく出版や劇場も含めた文化全体に多角的に展開するパルコを、ひとりひとりが自分の生き方を探るための場だと位置づけている。「裸を見るな。裸になれ。」のコピーとともに大きな反響を呼んだ1975年夏のキャンペーンは、ファッションを、単なる衣を超えた主体的な生き方であるとする、逆説的な石岡らしい宣言である[1-40, 41]。

パルコのCM

15秒の短いスポットCMという注目度の乏しいメディアをパルコから与えられた石岡は、これを、一瞬見たら忘れられない印象を与える「テレビのポスター」として磨き上げた。

そこで生み出されたパターンは、スチールカメラマンを映像に起用し、ワンショットの映像で期待を持たせ、印象的なコピーで結末を迎えるというものである。フェイ・ダナウェイを起用した1979年のキャンペーンで、石岡は、ただ卵を食べる彼女の姿から、演技と日常的行為のはざまを捉え、ただスターを起用するだけの日本の広告システムに疑問を投げかけている [1-66]。「This is Film for Parco」というコピーで終わるこの作品について、石岡は、「広告とは何か」を自分なりの方法論で描こうとした試みの、ひとつの完璧な答えであったと回想している。

パルコ文化

「日本の女性は女性であることを本当はエンジョイしていない」と石岡はいう。「私が求めるものを表現できるキャラクターは、それが語り口に応じてアフリカ人だったり、インド人だったり、あるいはニューヨークの女優だったりと変わってくる」。1976年の《鶯は誰にも媚びずホーホケキョ》 [1-43, 44] で起用したアフリカ系モデルたちは、それに先

立って西武劇場で開催された「三宅一生と 12 人の黒い女たち」[1-58]でもその個性を存分に印象づけていた。石岡はこの舞台をはじめ、演劇や出版などパルコの多角的な文化展開に仕掛け人として関わっていくことになる。企画から取材、構成まで行ったタマラ・ド・レンピッカの画集 [1-71] は、石岡の女性の表現者に対する強い共感を示すとともに、歴史に埋もれていた画家の日本での再評価を促すことになった。

角川書店の仕事

石岡瑛子による角川書店の仕事は、同社が角川春樹の指揮のもと、映画を中心としたメディア・ミックスなど、大衆に向けた文化発信を展開していった時期に重なる。文庫本という商品イメージを刷新する広告キャンペーンに起用された石岡は、「典型的なインテリ層が創ってきた知性を化石化する」ことを狙い、書斎ではなく野外で移動しながら読み、読み終わったら捨てるという、行動を伴った新しい読書のイメージを視覚化した。文庫本のカバーも、同じものではなく、1冊ごとに異なるデザインをカラーで刷り、キャンペーン・

コピー付きの帯を巻いた華やかなものに変更された。石岡によるカラー写真を使用したデザインは、文学というジャンルの古色を取り去り、若者のためのファッションナブルなメディアとしての文庫本のイメージを、強く印象づけることになった。

野性時代

1974年、石岡は、角川書店が発信する新しい形の文芸誌『野性時代』に起用される [1-84]。文庫本のキャンペーンも含め、本来は活字によるコミュニケーションである文学の世界に、ヴィジュアルの専門家としてのアートディレクターを入れることは、当時としては異例のことであった。石岡は、表紙の演出、ロゴタイプデザイン、レイアウト、フォーマットの設計から、特集の企画と演出まで、雑誌のキャラクター作りに多角的に関わっている。「野性時代」というタイトルは、都市生活者が抱える様々な問題に言及する、雑誌の姿勢を端的に示している。石岡が企画演出し、歴史上の著名人を分類しながらカリカチュア的に描いた連載「人間のカタログ」

には、ユーモアと毒を含んだ彼女の批評眼が遺憾なく発揮されている。

行き行きて重ねて行き行く

ファッション雑誌内の特集ページとして、「私のファッションイメージ」を表現するよう依頼された石岡は、子供を素材に自らの映像世界を描きたいという、かねてより持っていた構想を実行に移す [1-99]。京劇の演目をモチーフとした中国の切り絵に着想を受け、写真家・十文字美信との協働により、モデル選び、衣装考証、小道具の用意に至るまで手がけたという。当時、批評家・画家の宮迫千鶴は、アメリカナイズされた戦後の都市文化に生きる若者たちが、日本とアジアの伝統文化を異国として再発見する「デザインの視座」を「イエロー感覚」と名付けた。石岡の表現世界は、セルフ・エキゾチシズムともいうべき感覚に彩られた時代を今に伝える。

装丁の仕事

石岡は 1970 年代、数多くのブックデザインを手がけてい

る。カバーデザインのみの場合でも、石岡の斬新な仕事は商品として人目を引いた。角川春樹は、1971年の北山修『さすらいびとの子守唄』[1-79]の異例のヒットには、石岡のデザインが大きく貢献していたと回想している。井上光晴の詩集[1-109]や辻井喬の随想集[1-114]など、判型、紙、フォントの選定から行ったケースもあれば、パルコでの活動から生み出された本や、資生堂時代の盟友であるCMディレクター、杉山登志を追悼する本[1-120]などのように、デザインだけでなく、企画編集、演出、執筆にまで及んだ仕事も多数残されている。

パッケージデザイン

石岡は、商品のパッケージデザインも多数手がけている。1980年代初頭、山本海苔のリニューアルに合わせたパッケージデザインのアートディレクションはその代表的なものである[1-101]。尾形光琳の描いた波をモチーフに、日本のグラフィックデザイナーの草分けであった父、石岡とみ緒が商品名の書を、妹で同業の石岡怜子がグラフィックデザイン

を、長らくスタッフを務めた成瀬始子とともに担当し、家族による唯一の合作となっている。

AGF のプレミアムコーヒーであるマキシムのアートディレクションでは、倉俣史朗をボトルデザインに起用。缶のアルミニウムの素材をそのままデザインに組み込んだ、斬新なパッケージも発表している[1-102]。

I AM VERY WOMAN

石岡の広告の仕事の大きな特徴は、社会に投げかけるメッセージを発する主体としてふさわしい、唯一無比の存在感を持つモデル選びにある。80年代に手がけた三陽商会のキャンペーンでは、既存のジェンダーを打ち壊す強いキャラクターとして、女性のボディビルダーの先駆けとして当時グラビア誌等でも人気を博していたリサ・ライオンを起用[1-85]。

「女らしさとは何か」を諧謔的に問いかける「I AM VERY WOMAN」というコピーには、世界で最も著名な肖像写真家のひとりであり、スーザン・ソントグのパートナーとしても知られるアニー・リーボヴィッツのセルフポートレイトを組

み合わせた [1-89]。

1980年代、1990年代のグラフィックの仕事

1980年初頭に日本を離れて以降、衣装や舞台美術などデザインを手がける領域を立体的に展開していった石岡だが、新しいネットワークの中でグラフィックの仕事も続けていく。例えば、親しい友人である料理家のアリス・ウォーターズが中心となり、ローリー・アンダーソン、フィリップ・グラスらが参加した、エイズ撲滅のための音楽と料理のチャリティイベント、「AID AND COMFORT II」のアートディレクション [1-93] などがそれである。

1989年、東急百貨店が行った Bunkamura のオープンも含めた渋谷全域でのリニューアルに際しては、企業理念やイメージをデザインするコーポレートアイデンティティ (CI) を担当。タイムレス (流行に流されない)、エイジレス (広い年代観を持つ)、ジェンダーレス (性別を限定しない)、クラスレス (超高級から大衆までの広がり) などのデザイン上の指標を掲げ、Q の文字をモチーフとしたロゴやポスター、

包装紙などのアートディレクションを行った[1-103~105]。

ヒロシマ・アピールズ

ヒロシマ・アピールズは、日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）が広島国際文化財団と共同で、会員から毎年1名を選んで平和を祈念するポスターを制作・発表するプロジェクトである。1990年に起用された石岡瑛子は、何度も協働してきた世界的なイラストレーター、チャールズ・E・ホワイト三世の描きおろしのイラストをデザインし、「X 像の沈黙」という小文とともにこれを発表した [1-96]。石岡によれば、ミッキーマウスにインスピレーションを受けたX像は戦後の大衆の象徴であり、彼の仕草には、目を覆わざるを得ない悲劇の再来と、それを直視しない人々への警告が込められているという。パロディという表現者としての挑戦も含む本作は、アメリカのウォルト・ディズニー本社から「著作権侵害の疑い」の指摘を受け、JAGDA および石岡瑛子は、同社と協議して、展示方法に限定的な条件を付けること等を合意した。同プロジェクトは、一時中断の後 2005 年に再開

され、現在まで続いている。

映画ポスター

1978 年は、2 年前に逝去したルキノ・ヴィスコンティ監督の晩年の作品が立て続けに公開され、以後数年にわたる日本におけるブームの最初の年であった。石岡は、そのさなかに公開された遺作『イノセント』の日本版ポスターのアートディレクションを担当[1-92]。写真家には、この前年、女性誌での連載で、五木寛之の刹那的な恋愛小説の映像化を演出した際にはじめて協働した、操上和美を起用した。映画の試写を見たときに石岡の中に浮かんだイメージとして、もつれた男女の関係を、操上が見事に表現。石岡はその写真を、色調や陰影の細かい指示によって、製版プロセスで完全さに向かって磨き上げた。肉体の美しさをいかに表現するかは、石岡にとって常に重要なテーマであり続けてきた。本作品を貫くのは、公共空間におけるヌード表現の限界を、美によって克服しようとする彼女の強い意志である。

[目次に戻る](#)

2 Fearless: 出合いをデザインする

時代を駆け抜けた 1970 年代が終わり、石岡瑛子はマンネリズムに陥りそうになっている自分に気づく。1980 年、彼女は「全てをゼロに戻したい」と、日本を離れてニューヨークに拠点を移す。小さい頃から憧れてきたアメリカの文化に浸り、充電期間として過ごした 15 カ月ほどの間に、石岡は自分の仕事と実力を世界に問い、次のステップに進みたいという気持ちを強く持つようになる。1983 年、石岡は、日本でのこれまでの仕事を総まとめした『石岡瑛子風姿花伝 EIKO by EIKO』[2-1] を自ら構成、編集して日米で出版。これを名刺がわりに、新しい出合いへと乗り出していく。

第 2 章では、自らの限界を恐れることなく現場を世界に広げ、各分野の表現者たちとのコラボレーションにより自らの表現を磨いていった時期の仕事を、主要なプロジェクトごとに辿る。大衆に向けた発信の場は、広告から、舞台や映画、ブロードウェイやハリウッドというエンターテインメント

の分野へと移っていく。マイルス・デイヴィス、フランシス・フォード・コッポラら、名だたる表現者たちが、石岡に「今まで見たことがないもの」を期待し、その力を請う。二番煎じを嫌い、未経験の仕事ほど魅力を感じる石岡が、日本で主に手がけてきたグラフィックに留まらず、舞台や映画の美術、衣装など、デザインの領域を広げていったのは自然の流れだった。

デザインとは、「自己を語る言語である」と石岡はいう。ひとつの創造のために集まった集団が「国を超え、人種を超え、性別を超えたところに存在するゴール」に向かって突き進むなかで、個人のアイデンティティをいかに提示するか。石岡はこれをデザインの課題とし、その方法を研ぎ澄ましていく。

レニ・リーフェンシュタール：ヌバ／ライフ

70年代初頭、ニューヨークの書店で石岡は1冊の本に出会い衝撃を受ける。ナチス党大会やベルリンオリンピックの記録映画で知られるレニ・リーフェンシュタールが、60歳

を超えてアフリカ・ヌバ族を被写体とした写真集 [2-2] である。彼女の現在を日本人に紹介したいという強い使命感を持った石岡は、自ら企画を持ちかけ女性誌でインタビューを連載、その反響は西武美術館での展覧会企画、演出の仕事へと繋がっていく。

レニと石岡の深い交流は 11 年後、その全仕事を総覧する展覧会「映像の肉体と意志ーレニ・リーフェンシュタール」の総合プロデュースへと続く。年齢を超えて創造への情熱を燃やし続ける女性の表現者としての共感を強めながらも、石岡はこの仕事の中で、レニが戦後繰り返した、ナチスの協力者という汚名に対する名誉回復裁判の資料などを集め、彼女の過去に向き合う。石岡は記す。「レニの創造力はどのように危険なのか？もしこの疑問を解き明かそうとするならば、レニを葬るのではなく、レニの事実を冷静に検証してみる姿勢が私たちに問われていると私は考える。レニの二の舞を、私たちが犯してはならない。」

マイルス・デイヴィス：TUTU

1986年、石岡瑛子は、マイルス・デイヴィスから、レコード会社移籍第1弾の重要なアルバムのアートワークを依頼される。過去に日本限定盤のパッケージデザインを手がけたことがあったが、本人との直接の仕事は、石岡の作品集『EIKO by EIKO』に彼が魅了されたことがきっかけだった。石岡の自叙伝『私デザイン (I DESIGN)』には、自己イメージを完全にコントロールしてきたジャズの帝王との緊張感に満ちた駆け引きが記されている。ファッションナブルなイメージを切り取ってもらいたいマイルスに対し、石岡は最初から彼の「マスク (顔)」と「手」だけに焦点を当てるアイデアに確信を持っていた。そのミニマルなイメージを実現する写真家として、石岡は「私の神様」と崇めてきた巨匠、アーヴィング・ペンを起用。複数案を挙げつつ、駆け引きの中で自分の目論見通りにマイルスを導いていく。3つの異なる出自を持つ才能の「ハイブリッドな表現」と石岡が評したアートワークは、グラミー賞最優秀レコーディングパッケージ賞を受賞。

M.バタフライ

文化革命期の中国を舞台に、フランスの外交官と女装の中国人スパイの偽りの愛情劇を描いた『M.バタフライ』で、石岡は舞台美術と衣装、小道具のデザインを担当、ブロードウェイでののはじめての仕事に乗り出す。東洋と女性に対する西洋人男性の幻想を描いたこの物語に日本人女性として向き合いつつ、石岡は、「喜びと危険の両方の源である幻想」について、これをどのように舞台デザインに翻訳すべきか試行錯誤する。演出家のジョン・デクスターから投げかけられた、3つの高さを行き来すること、シンプルでミニマルでありながら無限の変化に富む使い方ができること、ローテクのみで動きを表現するということなどの条件を踏まえて、石岡が出した答えは、メビウスの輪のように舞台からその裏まで続くスロープ状の斬新なデザインだった。役者は下に消えてはまた上から現れる。輪の中央では垂れ幕や格子状のスクリーンを組み合わせて、観客からの死角を作った。見えないところで何かが起きている、これが幻想の源なのだと石岡はいう。桐生の織物職人と協働した衣装も高い評価を受け、石岡はこ

の仕事により、舞台美術とコスチュームの 2 部門でトニー賞にノミネートされた。

忠臣蔵

日本から欧米に通用するオペラを発信するという三枝成彰の野心的な試みである『忠臣蔵』への参加は、すでに日本を離れていた石岡にとって、この国の文化や創造性を客観的に分析する機会となった。演出には、ドイツを代表する映画監督であり、数々のオペラを手がけてきたヴェルナー・ヘルツォークが起用された。彼とのコラボレーションによって、日本的な心性の象徴のように扱われてきたこの物語を現代につなぎ、世界の観客に向けて開くことが、衣装と美術を担当した石岡の指針となった。後方に向かって傾斜するグリッド状の舞台上、現代の日本人を象徴するゴルフ練習場のサラリーマンたちが、剣を持った侍たちと交差するオープニングなどにそれが端的に示されている。石岡は、歴史考証を踏まえた衣装に物語を語らせる一方、セットには抽象的なデザインを用いて、「観客のイメージーションを触発し、煽動する」

ことを狙った。例えば、第3幕目の討ち入り前夜に現れる3本の柱は、様々な解釈を受け入れ、観客が疑問符も含めて舞台と対話するための媒介物であるという。ミニマルなセットとは対照的に、浮世絵に取材した華やかな衣装は、日本の染色職人との協働により実現した。

地獄の黙示録

石岡によれば、フランシス・フォード・ Coppola との出会い、日本の配給会社の依頼で、『地獄の黙示録』の日本版ポスターを手がけ、これを Coppola が大いに気に入ったことがきっかけだったという。滝野晴夫の迫力あるリアルなイラストレーションを起用、Coppola の作り出した映画体験に匹敵する情熱を、ポスターという静的な媒体で作り出すことが石岡の狙いだった。映画の世界でのその後の彼女の活躍を暗示するかのように、この2枚のポスターは、世界に向けた自己紹介ともいえる作品集『EIKO by EIKO』の冒頭を飾っている。

ミシマーア・ライフ・イン・フォー・チャプターズ

三島由紀夫の生涯をその作品世界と重ねて描いたこの作品で、石岡瑛子は、プロダクションデザイナー（美術監督）として、はじめて映画の世界に足を踏み入れる。日本の俳優が母国語で演じる脚本に基づき、フランシス・フォード・コッポラ、ジョージ・ルーカスが総指揮を執り、ハリウッドと日本で共同制作した異色作である。「三島を視覚的に実験したい」という監督のポール・シュレイダーの意図を汲み、石岡は、芸術性ばかりを追求できないハリウッド大作の枠組みで、映画美術に主役をさせる難題に挑戦。アメリカナイズされた戦後を象徴する場末のキッチュなセットや、歌舞伎の「屋台崩し」を思わせる場面転換など、日本文化の諸相を切り取る大胆な案を三島の作品世界として提示した。主人公と金閣寺の心理的な関係を、建物が彼に向かってぱっくりと割れることで暗示するシーンは大きな話題を呼んだ。石岡はこの映画でカンヌ国際映画祭芸術貢献賞を受賞。国際的な評価を受け一方で、この映画は三島の遺族の意志を含む様々な理由により日本公開が中止になった。石岡は自叙伝の中で、

その状況に追随した日本社会に対する失望が、故郷を完全に離れる決意をする一因となったと綴っている。

ドラキュラ

フランシス・フォード・ Coppola に、ドラキュラの生涯を描く新作の衣装デザインを依頼された石岡瑛子は、ハリウッドの部外者ゆえに「誰も見たことがないもの」を作ることができるのだという彼の説得を受け、この未知の仕事を引き受ける。あらゆる固定観念を嫌う石岡は、牙に黒マントのおなじみの姿ではなく、誰も見たことがない、多面的で「万華鏡のような」ドラキュラのキャラクターを、衣装を通して造形しようとする。筋肉そのものを身につけているような独創的な赤い鎧、エロスと退廃を宿した、クリムトの《接吻》をモチーフとした黄金の棺衣などがそれである。石岡いわく「ドラキュラのトランスセクシャルな魅力」を強調する赤いローブには、彼のアイデンティティを象徴するエンブレムが刺繍され、彼女のグラフィックデザイナーとしての力量が発揮されている [2-60]。竜に鳥や狼をミックスしたこのエンブレ

ムをはじめ、想像力の扉を開くために、石岡は各登場人物の衣装デザインに、様々な生き物——蛇、エリマキトカゲ、アルマジロ、ミミズなど——のモチーフを忍ばせている。東西文化も含めて種々のイメージが交差するこれらの衣装は、アカデミー賞に輝くこととなった。

[目次に戻る](#)

3 Borderless: 未知をデザインする

アカデミー賞受賞後、多数のオファーが届くようになったにもかかわらず、常に全く見たことがないものを作ろうとする自分のようなデザイナーと、本当に冒険に乗り出す勇気のある映画監督や演出家は、世界中にも数えるほどしかいないと石岡は語る。しかし、その希少なひとりとなる、ある新人映画監督との出会いが、彼女に亡くなる直前まで創造の旅を続けさせることになる。第3章では、自らの個性を進化させ、駆け抜けていった石岡瑛子の円熟期の仕事を紹介する。映画、オペラ、ポップミュージック、サーカス、オリンピッ

クなど、異なるステージが次々と彼女の前に現れる。しかし石岡のデザイナーとしての関心は一貫して、人間の身体をキャンバスに、その可能性の無限の広がりを表現することにあつた。

インド出身の気鋭の映像作家、ターセム・シンが、ハリウッド監督作品第 1 作に、衣装デザイナーとして参加してほしいという意思を伝えて来た時、石岡は、彼の CM 作品に自分の日本での仕事との共通点を見出し、興味を持つ。のちに彼女は、ターセムが学生時代から『EIKO by EIKO』をバイブルとしていたことを知る。ターセムと石岡、そして彼の親友で私生活では石岡のパートナーともなるプロデューサー、ニコ・ソウルタナキスも含めた濃密なコラボレーションは、4本の映画に結実する。

特に衣装デザインの分野で、国境を越えて大きなプロジェクトへの参加が増えていった石岡にとって、新たな課題となったのが、自分の発想を他者に伝え、実現させるためのコミュニケーションの方法だった。本章の各プロジェクトで展示される、平面的に図式化された大判の鉛筆画は、デザインの

完成形を俳優も含めた多くのスタッフに伝えるための、石岡が編み出したコミュニケーションツールである。その単純なイメージを出発点に、彼女は職人たちと協働し、細部まで技巧を凝らした驚くべき衣装を数多く生み出していった。

ザ・セル

ターセム・シンとの最初の映画『ザ・セル』は、現実世界と、昏睡状態の連続殺人犯の脳内のヴァーチャルな世界との往還で構成されている。創造性を発揮できる脳内世界の衣装を担当した石岡は、初期段階でターセムに、64枚のアイデアドローイングをファックスで送ったという [3-11]。これらは主要なキャラクターについての複数のアイデアを、資料などを一切見ず、頭の中にあるイメージを吐き出すようにして描いたもので、その後、具体的なイメージを肉付けし [3-7]、完成形を大判のドローイングとして提示した [3-1~6]。

石岡の独創的な衣装は、空間を造形し、ストーリーを進展させていく。例えば脳内世界で王の姿をしている殺人犯がはじめて主人公の前に現れるシーンでは、部屋の壁が紫色の巨

大なマントに変形する。あるいは別のシーンでは、プールの水が変化し、アルマジロの皮膚のようなマントをつけた彼が立ち上がってくる。王のとてつもない威厳を表現するための石岡の発案は、プロダクションデザイン、特殊効果、視覚効果、メイキャップ、そして何より俳優との協働によって見事に形となった。

落下の王国

『ザ・セル』で一定の興行成績を挙げたものの、一部の監督しか最終的な編集権を持たないハリウッドのシステムに直面したターセムは、次回作として、構想 24 年の物語を自主制作に近い形で企画する。撮影中に怪我をし、人生のどん底にいるスタントマンが、自殺を助けてもらうために、病院で出会った少女の信用を得ようと聞かせるおとぎ話。想像を膨らませる少女の頭の中に広がる壮大なヴィジョンが映画の見どころである。ターセムは、衣装デザインを石岡に依頼する際、「風景と衣装が美術の役割を果たす映画」だと説明した。彼は、世界遺産を多数含む 24 カ国以上に及ぶロケ地

を17年間かけて選び出した。そのうえで4年の月日をかけ、CGを一切使わずに自然の風景の映像美を追求したターセムの熱意に、石岡も、少女の想像の中にしか存在しない、魅力的な戦士たちのデザインで応えた。例えば主役のロイが変身する黒い盗賊には、スペインの闘牛士や日本の侍などのイメージが継ぎ合わせられつつ、ユニセックスな味付けがなされている [3-12]。博物学者のダーウィンの衣装には、何十種類もの色に染めた毛をカツラと同じテクニックで植え込み、蝶の模様を持つ幻想的な動物の毛皮が生み出された。

グレイス・ジョーンズ：ハリケーン・ツアー

スーパーモデルの先駆けといわれ、女優、ポップシンガーとしても活躍したグレイス・ジョーンズは、1976年に石岡が手がけたパルコのキャンペーン「鶯は誰にも媚びずホーホケキョ」や、ファッションショー「三宅一生と12人の黒い女たち」などで、その解放されたキャラクターを存分に発揮している。1980年代のシンガーとしての活躍の後、グレイスは、19年の沈黙を破ってアルバム『ハリケーン』を2009

年にリリース。それに続く 30 カ所以上を廻るツアーのステージコンセプトや衣装を石岡が担当した。石岡が残した膨大なメモには、グレイスという稀代のパフォーマーの再生に際して、打ち出すべきイメージについての思考の痕跡が残されている。1 曲ずつ衣装をガラッと変え、「洗練された革命的なデザインセンスをわかっている数少ないパフォーマー」であるグレイスの多面性を見せたほうがいい、と石岡は提案する。マスキュリン、フェミニン、センシカル、ユーモア、エキセントリックの 5 つのテーマが打ち出され、それぞれに火、水、風、雲、山という隠れたモチーフを組み合わせでデザインされた衣装は、どんな奇抜さも着こなすグレイスの魅力を存分に引き出した。

シルク・ドゥ・ソレイユ：ヴァレカイ

これまでダークで議論を呼ぶ作品ばかりに参加してきたことから、違う方向の仕事を手がけたいと考えていた石岡に、モントリオールを拠点に斬新なアクロバットでサーカスの概念を変え、世界的な成功を収めていたシルク・ドゥ・ソレ

イユから、衣装デザインのオファーが届く。3年ぶりの新作の制作にあたり、石岡も含めたサーカス未経験のチームが集められ、脚本もないなかでの協働によって、『ヴァレカイ（ロマ語で「どこへでも」という意味）』の輪郭が形作られていった。演出のドミニク・シャンパーニュは、自身の舞台での実体験に基づき、サーカスではタブーである落下というテーマを、天から落ちるギリシア神話のイカロスの物語に結びつけた。このアイデアに共鳴した石岡は、サーカスの魅力はスリルにあり、アクロバットのための安全性が最も重要視されるにもかかわらず、「見た目は危険である」衣装をデザインの目標とする。実際には使えないメタリックな効果を得るために、光沢あるフィルムを転写できる新素材を使用するなど[3-39]、技術面での研究も重要な仕事となった。このステージは商業的にも成功し、12年かけて世界中を巡回した。

ビョーク：コクーン

斬新なヴィジュアルを音楽とともに発信してきたビョークから、ある日、石岡に直接メールが届く。カンヌ国際映画

祭で主演女優賞を獲得した『ダンサー・イン・ザ・ダーク』を見た石岡が、演じ手としての彼女に強く興味を持った矢先のことだった。同じく石岡の表現世界に惹きつけられてきたというビョークのオファーは、アルバムのアートワーク、ミュージックビデオの演出、世界ツアーのセットやコスチュームデザインを含む演出のうち、どれかひとつでも手がけてもらえないかというものだった。ゆくゆくはミュージカルと一緒に作る夢を語りつつ、石岡のスケジュールが合わずに、両者のコラボレーションはひとつのミュージックビデオとそのアートワークにとどまることになった。

ビョークから提示された、恋人との一体感を暗示するコクーン（繭）や、乳首から真珠の糸が（歌詞では口から）放たれるイメージから、石岡は、人体のメタモルフォーズ（変身）という、自らの想像力のなかに隠されてきたテーマに向き合うことになった。パルコ時代のCMを彷彿とさせる、カメラを固定したシンプルな展開のうちに、隠喩に満ちた世界を作り上げた。

ソルトレイクシティオリンピック

2001年、日本のスポーツウェアブランドのデサントが、ソルトレイクシティオリンピックのために提供するウェアを石岡に依頼する。シルク・ドゥ・ソレイユ、ビョークとのコラボレーションと並行する仕事のなかで、彼女は、現在の自分のデザインのテーマが「精神も含めた広い意味でのBODYの解明」にあると考える。肉体の限界に挑み生まれる未知の力を「アスリート遺伝子」と名付けてデザインコンセプトとしつつ、石岡はデサントの開発チームとの協働のもと、最先端技術とデザインの融合に取り組んだ。

表面につけられた凹凸が、高速移動の後方にできる気流の乱れを制御し、身体の安定性をもたらすテクノロジーが用いられたスキーウェア。モルフォ蝶の羽をモデルに、染料を使わず光によって発色する新素材「モルフォテックス」を用いたセレモニーウェア [3-51]。最も注目されたのは、競技前に選手が必要とする「静の時間」に着目し、繭の形の内部にマイナスイオンと音響環境をセットしたコンセントレーション（集中のための）ウェア、「コクーン」である [3-47]。

石岡はいう。「スポーツとは、革新そのものが主題なのではないだろうか？」

北京オリンピック

北京オリンピック開催の1年前、石岡のもとに、開会式のアトラクションのコスチュームディレクターの依頼が舞い込む。チーフディレクターである映画監督のチャン・イーモウ(張芸謀)のもと、5人のディレクターチームが組織されていた。石岡を推薦したのは、ヴィジュアルディレクターを務める現代美術家、蔡國強だった。2万点近くに及ぶ出演者の衣装を、現地のデザイナーからの提案も取りまとめつつ協働して制作する作業には、チャン・イーモウのほか、オリンピックや中国諸機関との協議など数々の壁があった。「表現者としての野心は20%も表現できなかった」と石岡は振り返るが、個を超えた総合力としての成功に満足のコメントを残している。中国の伝統とグローバルなデザインの狭間で悩みつつ生み出された衣装は、この国の文明の歴史と現在を大胆に繋げたチャン・イーモウの演出を華やかに盛り上げた。例

えば、中国の人類史に残る発明に焦点を当て、「紙」を主題にした章では、「気」を表現するグラデーションのある衣装をまとった孔子の門弟 3 千人が巻物を広げて朗読する[3-53]。巨大スタジアムでも伝わるダイナミズムと、細部へのこだわりが同居するデザインは、石岡の真骨頂である。

ニーベルングの指環

リヒャルト・ワーグナーの代表作である『ニーベルングの指環』4部作のオランダ国立オペラの衣装デザインは、石岡にとって2年近くの月日をかけて注力した重要な仕事である。演出家のピエール・アウディは、神話世界を現代に甦らせる実験的な演出に、『ドラキュラ』で示された石岡の個性をぶつけようとする。石岡にとって衣装デザインとは、単なる服飾の領域を超えて、その人物の内面も含めたキャラクターを造形する仕事である。西洋世界のハイカルチャーの象徴であるオペラは彼女にとって未知の世界だったが、伝統に依らずに登場人物たちを自由に再解釈し、独創的な衣装を作り上げた。嫌われ者という設定から蠅をモチーフにしたミー

メ [3-61]、デッサンに使う人形をもとにした無個性なギービヒ家の家来たち [3-86] などにその独自の発想を見ることが出来る。優美な神々には、一枚の布を纏うイメージを基調に、俳優、演出家、セットデザイナーとのコラボレーションによって、空間での動きの中に無限の変化を生み出す衣装が提案されている。実験的であるゆえに徐々に支持を集めていった本作は、2019年の最終公演まで、20年間にわたって再演され親しまれた。

白雪姫と鏡の女王

おなじみの物語を、グリム兄弟の原作に立ち戻りつつ、自分で道を切り開く女性の成長譚として生まれ変わらせた『白雪姫と鏡の女王』が、ターセム・シンと石岡瑛子が協働した最後の映画となった。継母に奪われた王国を取り返すため、小人たちの盗賊団に加わり、王子すら剣で打ち負かす強さと、毒リンゴを見分ける賢さを持つ白雪姫。純真無垢の少女が自立していく過程は、石岡の衣装によって視覚的に表現される。ロマンティックな花柄のドレスから、剣を振り回すための戦

闘服 [3-105]、さらにはディズニー映画を彷彿とさせながらも個性的でヴィヴィッドな青いドレスへ [3-97]。スワロフスキーのクリスタルを散りばめたウェディングドレス [3-98] をはじめとする女王の豪華な衣装でも、彼女の欲望や感情がデザインのなかに示されている。脇役も含めて 300 点にも及ぶ衣装も、歴史を参照しつつ動物の姿をミックスさせるなどの石岡らしい発想で、お伽話にふさわしい世界を作り出す。この石岡の最後の仕事は、アカデミー賞衣装デザイン賞にノミネートされた。没後公開された映画のエンドクレジットには、「石岡瑛子の愛しい思い出に捧ぐ」の一言が添えられている。

えこの一代記

石岡瑛子の足跡を辿ってきたこの展覧会は、彼女の「最初の作品」で幕を閉じる。石岡の遺品の大半は、現在、カルフォルニア大学ロサンゼルス校の図書館と、映画芸術科学アカデミーのアーカイブに収蔵されている。高校生活の終わりに作られたこの絵本の断片は、ハリウッドスターや海外の雑誌

を切り貼りした、何冊ものスクラップブックとともに眠っていた。

「私は誰か」という表現者としての最初の問いかけといえるこの本には、「えこ」という女の子を形作ってきたものが詰まっている。生誕から戦中の疎開生活、小学校の学芸会、感動した映画やサーカス、女学校の生活。「世界中を旅して、美味しいものを食べて。私の夢が叶いますように！」と書きながら、彼女は、東京藝術大学へ入学し、素晴らしい先生や仲間に出会って自分の卵が孵化するのを神に祈る。希望に満ちた少女時代に、世界の人々に向けてるように英語で作られたこの絵本と、ハリウッドで最後の日々に描いた、自由で自立した白雪姫の物語は、石岡瑛子というひとりの表現者のなかで途切れることなく繋がっている。亡くなる前年のインタビューで彼女が語った言葉は、その証といえるだろう。「仕事をしているというよりは、ずっと長い創造の旅を続けている感覚ね。」

「石岡瑛子 血が、汗が、涙がデザインできるか」展覧会

解説

2020.11.14-2021.02.14

会場：東京都現代美術館

執筆：藪前知子（東京都現代美術館）

[目次に戻る](#)