

石岡 瑛子

血が、汗が、涙がデザインできるか

Eiko Ishioka: Blood, Sweat, and Tears – A Life of Design

2020.11.14 — 2021.2.14.
展覧会ガイド

展覧会場に掲示されている解説完全版はこちらのQRコードからお読みいただけます。



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「スノッパな、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
Work for Shiseido

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、「女を顧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。

POWER NOW
POWER NOW

1967年、石岡は欧米9カ国を4か月かけて旅行し、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》を制作する。

パルコの仕事
Work for PARCO

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。

角川書店の仕事
Work for Kadokawa Shoten

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、書齋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。

2 FEARLESS : 出会いをデザインする

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か月ほどの間に、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』を自ら構成、編集して日米で出版。これを名刺がわりに、新しい出会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。

1 TIMELESS

資生堂の仕事
Work for Shiseido
現代の発見
Symposium: Discovery of Today
POWER NOW
POWER NOW
大阪万博
EXPO '70
パルコの仕事
Work for PARCO
パルコ文化
The Culture of PARCO
パルコのCM
Commercials for PARCO
角川書店の仕事
Work for Kadokawa Shoten
野性時代
Yaasi Jidai (Wild Age)
行き行きて重ねて行き行く
Yukiyukite Kasanete Yukiyuku (On, on, Ever on and on)
I AM A VERY WOMAN
I AM A VERY WOMAN
1980年代、1990年代のグラフィックの仕事
Graphic Design Works in the 1980s and 1990s
パッケージデザイン
Package Design
装丁の仕事
Design Work for Publications
ヒロシマ・アピールズ
Hiroshima Appeals
映画ポスター
Film Poster

2 FEARLESS

EIKO BY EIKO
レニ・リーフェンシュタール：ヌバ／ライフ
Leni Riefenstahl: NUBA/LIFE
マイルス・デイヴィス：TUTU
Miles Davis: TUTU
M. バタフライ
M. Butterfly
忠臣蔵
Chushingura
地獄の黙示録
Apocalypse Now
ミシマア・ライフ・イン・フォー・チャプターズ
MISHIMA – A Life in Four Chapters
ドラキュラ
Bram Stoker's Dracula

3 BORDERLESS

ザ・セル
The Cell
落下の王国
The Fall
グレイス・ジョーンズ：ハリケーン・ツアー
Grace Jones: Hurricane Tour
シルク・ドゥ・ソレイユ：ヴァレカイ
Cirque du Soleil: Varekai
ビョーク：ココーン
Bjork: Cocoon
ソルトレイクシティオリンピック
Salt Lake City Olympics
北京オリンピック
Beijing Olympics
ニーベルングの指環
The Ring of the Nibelung
白雪姫と鏡の女王
Mirror Mirror
えこの一代記
Eco's Life Story



