



林檎  職人
Ringo Shokunin

文●矢澤哲 写真●黒田彰

関和孝司

ART Director



関和孝司さん

せきわこうじ

デザイナー。株式会社関和デザイン代表取締役。パッケージデザイン、WEBデザイン、グラフィックデザインなど、1つの型にはまらず、幅広い分野で活躍中。伊藤園の「ジャスミン茶」や「おーいお茶」シリーズ、東日本沢内総合開発株式会社の「銀河高原ビール」などが広く知られている。

<http://www.sekiwa.com/>

さまざまな経験は成功への道

関和孝司氏は、誰もが一度は見ることがあるであろう伊藤園の「ジャスミン茶」や「おーいお茶」、「銀河高原ビール」などのパッケージデザインをはじめ、WEBデザイン、製品カタログなどのプロモーションデザインを手がけるデザイナーである。

多くのデザイナーが美術大学やデザイン学校で技術を体得する中、関和氏にはそのような経験がない。現在身につけているテクニックは、すべて独学で習得したのだ。

いくつかの仕事をを経て、当時オーディオアンプのメーカーとして世界的に有名だった山水電気に入社した。そして、日本で販売代理を行っていたスピーカーメーカー、JBLの販売促進に関わってからは、広告の制作からプロモーション、FM番組向けのCM作りまで、ありとあらゆるものを手がけた。今とは逆に、デザインを発注する立場にあつたのだ。

その後、山水電気を辞してから、再びさまざまな仕事を体験する。中には、コンビニエンスストアの店長というのもあつた。配列の仕方1つで商品の売れ方がガラッと変わるコンビニエンスストア。ここでの経験が、その後大いに役立つことになる。

自己開発した新兵器!?

転機となったのは、銀河高原ビール(211ページ参照)。このパッケージをデザインしたこと

が、その後の活躍につながることになる。

今まで実績がないというだけで悔しい思いをしていた関和氏は、このデザインに全身全霊を込めた。商品がどう売られているのか、そして、競合製品はどんなデザインなのか、デザインする前に徹底的に調査して臨んだ。とはいえ、はじめは非常に苦労したという。できたものを見ては直す、という作業を延々と繰り返し、関和氏はコツを掴んでいった。

やがて、シュリンクフィルムやアルミ缶特有のテカリまで忠実に再現するサンプル作りを成功させる。それを可能にしたのが、沖データのマイクローライン70500cというプリンタ。これは、アルプス社が開発したマイクローラインというプロ用のプリンタで、沖データが販売していた。金銀などの特色リボンを備え、さらにパッケージデザインに使うシュリンクフィルムも用意されていた。

このプリンタを使ってあらゆる方法を試し、通常のプリント工程では印刷できない方法まで独自に編み出したのだ。

では、なぜサンプル作りにこだわるのかというと、できる限り仕上がりと同じサンプルを作ることで、パッケージデザインを成功に導くポイントだからだ(211ページ参照)。

例えば、ペットボトルの周りにはシュリンクフィルムを巻く。シュリンクフィルムは、熱をかけてパッケージにびつたりと巻くため、横方向にだけ縮む。つま

り、デザインする時に、あらかじめ縮み方を計算しておかなければならない。この位置合わせが難しいのだという。関和氏は、製造に何度も立ち会ってシュリンクフィルムの縮みを体得。今では、はじめから縮みを計算に入れてデザインできるようになった。このように、パッケージデザインには、デザイン力や商品に対する理解の他に、試行錯誤を積み重ねて得たノウハウが必要とされるのだ。

Macが持つエネルギー

関和氏は、Macの操作を独学で習得した。最初に購入したのはQuadra950。このマシンにメモリをたくさん搭載して動かし、もちろん、アドビ・イラストレーターもフォトショップも手探りで体得。今のようには、解説書籍がなかった頃のことだ。さらに、当時はMacでデザインし、出力しようとする時、さまざまなトラブルに遭遇し、出力まで時間のかかることもあつた。

「フォントも高くて数が少なかったし、当時は印刷会社とコミュニケーションがよく取れなくて、何度もフィルムを出力することもありました」

このように、デザインもMacもすべて独学だったが、このことがかえって独自のスタイルを産み出すことになる。オリジナリティを大切にしている関和氏の作品を見てみると、1人の人がデザインしたとは思えないほど多種多様だ。それでは、どうやってそのデザ

インを産み出すのだろうか。まず、デザインするイメージを頭の中に思い描くことから始めるのだそう。イメージは、商品に関連する情報を収集しながら出てくることかもしれない。日常生活の中でふつと湧くこともある。そうして出てきたイメージを、頭の中で具現化していく。決して、Macを操作しながらイメージを作っていくようなことはしない。ということは、Macはイメージを具現化する道具ということなのだろうか。

「いいえ、Macを使ってデザインすることに意味があると思っています」

いわば、デザインの優れたMacからエネルギーをもらいデザインをしているのだ。クリエイターなら、気に入ったデザインに囲まれて作業したいもの。Mac OSの動き方や、インターフェイスのクオリティの高さは、人間の感覚に合っているから、デザインに入りやすいという。

「良いデザインのものを使って感動しながら作っていると、触発されるんです。最近では、WEBデザインも手がけていて、ウインドウズも使います。けれど、本体のデザインからしてなかなかやる気が出てこないんです(笑)。パッケージだけ見ても、Macのほうがかっこいいです」

作業環境は、Mac OS Xのみ。アドビ・イラストレーターやフォトショップもCS2。新しいものをどん欲に取り入れ、変化を楽しむ関和氏の目は、まさに挑戦者そのものだった。



飲料の場合、パッケージが変わるだけで売上げが大きく伸びるといわれている。関和氏がデザインしたジャスミン茶のパッケージデザインは4世代。半年ごとにデザインを変えていたという。数ある商品の中から選んでもらえるために、デザインには細かい配慮が求められる。



関和氏を一躍有名にした銀河高原ビールのパッケージ。誰もが一度は見たことがあるだろう。今までにない斬新なデザインと、発泡インクを使った手触りが評判となった。銀河高原ビールの種類は実に多く、クールな印象のものから、ビールが苦手な人でもデザインで手に取ってしまうようなものまで、実にさまざま。



関和氏の道具に対するこだわりは相当なもの。数あるマウスの中から選んだのは、ロジケールのMXレボリューション。マウスパッドはパワーサポートのエアパッドプロを使用し、エアパッドソールで滑りを調整している。



沖データの7050cプリンタ。すでに2004年9月30日をもって製造中止となってしまった。サプライ品であるシュリンクフィルムやインクリボンなどは2011年9月30日までしか販売されないもので、以後どうするのか検討中という。

□制作環境
Power Mac G5 1.8GHz
ハードディスク:200GB
メモリ:2GB
Mac OS X 10.4.7

□主な使用ソフト
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Shade

「濃い味烏龍茶」(伊藤園) サンプル制作工程

カラーレザプリンタで出力したデザインラフ。始めからMacでテッサンを行うのだがこの段階では色より位置合わせを見るために使う。ラフデザインは100種類近くにもなる。



デザイン確認用プリント。ある程度ラフデザインが決まったら実際に使用する色に近くなるようにサンプルを制作する。この段階は、関和さん自身が確認するために制作する。



クライアント提出用プリント。表面加工を行い、実際の仕上がりほとんど同じになるよう制作する。沖データの7050cを使って印刷したり、印刷を外注したり後で手で加工を行うこともある。



シュリンクフィルムに印刷したサンプル。実際の製品ほとんど同じなため製品が出荷されるまでの間、営業の人がサンプルとして持ち歩いたり、広告などの撮影用として使われることもある。

