

## 攻めの姿勢から生まれる、 建築とグラフィックデザインの融合。 そして、新たな可能性。

### これまでにない“何か”を求め続ける企業

ワビサビさんと PhilDo のコラボレーションは、パシフィックタワー札幌（以下「タワー」と称する。）の館内グラフィック①がスタートでした。玄関ドアやエレベーターホールのサインは、「一瞬見ただけでは分からない」という異色のデザインになっています。

タワーのサインは、本来のサインの役割とは真逆であると言えますね。サインは利用者にとって「便利で快適なもの」であるのが一般的なので、本当ならもっと見やすい方がいい。公共施設や空港関係などのグラフィックデザインを引き受けることもあります。そのような場所ではデザインに対して分かりやすさを求めるし、僕らもそれが正論だと思います。でも PhilDo さんのオーダーからは、これまでのサインにない“何か”を望まれているのを感じて。

考えてみると宅配業者など外部から出入りする人はともかく、住んでいる皆さんにとっては、それぞれの部屋が何号室であるかが分かる必要はないんですね。個人が認識できる記号や暗号でもいいわけです。そういった意味では、サインとして画期的だと思います。逆にこれらを制作したことで、サインが全て同じである必要はなく、左から右へ整然と数字が表示されていること自体に

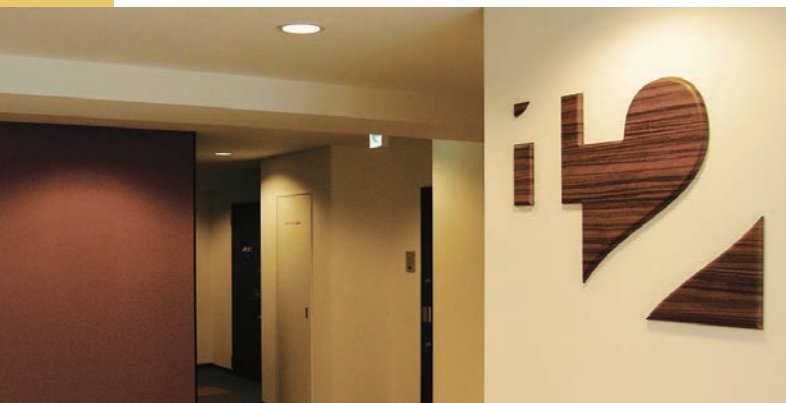
違和感を持つようになりました。あらためて勉強になりましたね。僕らの中でも気に入っている仕事の一つです。

—このほかには、PhilDo のロゴ、THE STAY SAPPORO ②、GRIDS SAPPORO ③、HakoBA 函館 -THE SHARE HOTELS ④、GRIDS KYOTO SHIJO KAWARAMACHI、トリフィート小樽運河などのグラフィックデザインを手掛けられました。

THE STAY SAPPORO のロゴはタワーとは反対に、分かりやすいシンボリックさを狙いました。海外の方は、母国語(英語)に日本の和のイメージを重ね合わせながら見て、楽しんでいただいているのではないかと思います。

—GRIDS SAPPORO のエレベーター内のデザインは白樺で北海道らしさを表現されていますが、タワーと同様の異色さがあります。エレベーターという切り離された空間を、ユニークかつ驚きのあるものにした。そんなオーダーから、あえて施設内の雰囲気とは異なるテイストに仕上げられたとか。

白樺の木を分割線を使って表現し、そこにグラデーションを加えるという手法です。これは僕らもシミュレーションを重ねました。歩いてきて、エレベーターのボタンを押して、ドアが開く。その瞬間に、どんなふうにデザインが目に飛び込んでくるだろうと。もっと分かりやすい



① パシフィックタワー札幌の館内グラフィック。階数表示や部屋番号が独特のサインになっており、訪問者を楽しませる仕掛けに。

ARCHITECTURAL →P28-29 参照

写真右 / 当時のエピソードを楽しげに話してくれた工藤“ワビ”良平氏



③ 白樺で北海道らしさを表現している GRIDS SAPPORO のエレベーター内。ARCHITECTURAL →P50 参照



④ HakoBA 函館 -THE SHARE HOTELS- のエントランス。函館山をモチーフにしたモダンなグラフィックアートが宿泊者を迎える。ARCHITECTURAL →P34-37 参照



② PhilDo のロゴマーク。

② THE STAY SAPPORO のロゴマークは、海外からのゲストにも分かりやすい。

デザインやカラーの提案もしたのですが、最終的に選ばれたものを見て「こっちを選んだのか。色もこうきたか…」と2人で話したのを覚えています。それだけ僕らよりも攻めているんですよ（笑）PhilDo さんとの仕事は、いつでも“攻め”からのスタートなんです。

### 卓越したクリエイティブディレクション力の中で、自由に泳げる

—これまでの話を振り返ると、PhilDo とのコラボレーションにおけるデザインは、いわゆる一般的なデザインに対する考え方や制作方法とは違う感覚で取り組まれているのでしょうか？

そうですね。実はユニットのスタートには、“クライアント要求の先を提案する”という軸があって。長い間広告業に携わっていると「クライアントは、この辺りを望んでいるな」というめどが立つようになります。ですが、「本当はこっちの方がいいんじゃないか」というチャレンジングなデザインを必ず提案するようにしてきました。でも、やはりそういったデザインは大抵ボツになります。初期の作品の多くは、クライアントの OK が出なかったものなんですね。それがワビサビのデザインの特徴（オリジナリティ）になっているんですが。

そういった観点からいうと、PhilDo さんは一歩も二歩も先に進んでいる（笑）僕らの方が抑えるべきデザインの考え方や可能性に対しても、オーダーが既に飛び越えているんです。攻めるなあ、挑戦していきなあと感じますよね。

—これまでのコラボレーションを通し、PhilDo という企業にどのようなイメージを持っていますか？

“優しい企業”ですね。それは仕事に対して甘いということではなく、関わっている人たちの人間性やプロジェクトを進める時のコミュニケーションに穏やかさがあるということです。あらゆる意味でスムーズにコトが進む。そして、双方にデザイナーがいる中で、柔軟性を持ってこちらのデザインを取り入れてくれる。どの事例を振り返ってもそうですね。すごく大人な会社だなと。

デザインというものは結果が見えにくく、評価の方法が非常に難しい分野です。では何が成功になるかということ、お互いにとって納得のできる良いものができた瞬間だと思います。全てが丸く収まる必要はないし、喧々囂々にやったとしても、最後は手を握り合える。そういう仕事の実現するときは、お互いのコミュニケーションがしっかりと取れているおもしろい。そして広告業界でいうクリエイティブディレクション力を PhilDo さんがしっかり持たれているので、僕は自由に泳げる。いったいどこまで攻めるのだろう…という心配もありますが（笑）でも、これからもどんどん新しいことにトライして行ってほしいですね。



● ワビサビ  
(左:工藤“ワビ”良平 右:中西“サビ”一志)  
デザ院 株式会社

1999 年工藤“ワビ”良平と中西“サビ”一志によって結成されたデザインコンビ。アドバタイジングから、グラフィックデザイン、オブジェ、映像、音楽、インテリア、ファッションまで多方面での制作活動を行っている。ワビの主宰する「デザ院株式会社」所属。JAGDA 運営委員、SADC 運営委員。NY-ADC や JAGDA 新人賞など国内外で受賞多数。