

# CREATIVE PLATFORM

CREATIVE  
PLATFORM  
NEWS vol. 12

SPECIAL INTERVIEW

佐藤 卓

TAKU SATOH

## CREATIVE PLATFORM CAFE vol.12

### デザインの役割 価値とは何か

全国のクリエイティブを活用した産業創出に関わる方々をゲストに迎え、定期的で開催するトーク&交流イベント『CREATIVE PLATFORM CAFE』。本年度最後となる今回は、グラフィックデザイナーの佐藤卓さん（株式会社 TSDO 代表）をお迎えし、「デザインの役割 価値とは何か」をテーマにお話しいただきます。

佐藤さんは株式会社 電通を経て、1984年に佐藤卓デザイン事務所（現・株式会社 TSDO）を設立。本質的な世界観を伝えるのが本来の広告のあり方であると考え、『ニッカ・ピュアモルト』のネーミングやボトルの形状、値段、広告宣伝の方法までをデザイン。コンビニやスーパーで毎日のように目にする『ロッテ キシリトールガム』『明治おいしい牛乳』など、長く愛される商品デザインを数多く手がけ、商品本来の価値を見出しデザインすることを実践されてきました。さらに、デザインに対する認識を変えようと、教育の分野にも活動を広げ、NHK教育テレビ『にほんごであそぼ』のアートディレクションや『デザインあ』の総合指導など、その活躍は多岐にわたります。

今回は、佐藤さんがこれまでに携わった事例を具体的にご紹介いただきながら、デザインの役割や企業がいかにデザインと向き合うべきかについて伺います。



- [イベント詳細] ゲスト = 佐藤 卓 (株式会社 TSDO 代表)  
モデレーター = 山出淳也 (CREATIVE PLATFORM OITA 編集長)  
開催日 = 2019年2月22日(金)  
時 間 = 16:00 - 17:00 (受付開始 15:30)  
会 場 = iiichiko 総合文化センター アトリウムプラザ (大分県大分市高砂町2-33)  
参加費 = 無料  
定 員 = 50名程度  
主 催 = CREATIVE PLATFORM OITA

## SPECIAL INTERVIEW 15

# 佐藤 卓

株式会社 TSDO

今回は、コンビニやスーパーで毎日のように目にする『ロツテ キシリトールガム』『明治おいしい牛乳』などの商品デザインや、NHK教育テレビ『デザインあ』の総合指導など、多岐にわたって活躍されている佐藤 卓さんをご紹介します。著書『塑する思考』で語られた、『付加価値』撲滅運動という言葉の裏側にある、デザインに対するお考えを伺いました。

聞き手：山出淳也



**山出：**佐藤さんが企業と協働する際に、どのように向き合っているのかをお聞かせください。

**佐藤：**予算規模や生産能力、流通のあり方、今後のビジョンなど、あらゆる角度からお話をお聞きます。企業にどれくらいの体力があるのかを把握することは重要です。それから現場を拝見して、無理なく進めた方がいいのか、一時的に無理をしても力を入れて世の中に送り出した方がいいのか、そういったことを話し合いながら探っていきます。

**山出：**その商品や企業が、これからどこに、どのように向かっていくのかをしっかりと見極めながら進めているんですね。

**佐藤：**そうです。コミュニケーションのあり方が大きく変わり、パッケージやネーミングにこだわれば売れる時代ではなくなりました。必要最低限の情報を貼り付けるだけでも、コミュニケーションがうまくいけば爆発的に売れることもあり得るわけです。だから、できるだけ無駄な予算をかけずに、商品を消費者や社会へきちんと届けることができる手法を考えています。社会的に必要不可欠な存在にするために、どこに力を入れるべきか。そういった見直しができなければ、その商品はいずれなくなってしまうでしょう。

**山出：**デザイナーにとって、商品の良し悪しを判断できる能力は必要なのでしょうか？

**佐藤：**ある程度は必要でしょうね。でも、私は自分の目利きに頼らずに、クライアン

トにどんどん問いを投げかけます。本当にいいものって、どれだけ問いを投げかけてもちゃんと答えが準備できているので、そこからいろんなことが見えてきます。時間をかけてものづくりをし、商売が続けてきたところには、必ず独自の良さがあります。現場の方々にとっては当たり前のことでも、私にとっては新鮮で、その素晴らしさに感動したりします。だから、それをそのまま伝える方法や、物語と商品をセットにして発信する方法を提案し、クライアントの反応を見ながら何をすべきか考えていきます。

**山出：**佐藤さんの仕事の流儀は、どんな案件にも好奇心をお持ちになり、依頼されたものと社会を繋ぐものもしっかり見極めるということなんですね。

**佐藤：**その通りです。一見知っているように感じることも、その背景や歴史、どこで作っているか、どういう知恵や技術がそこに蓄積されているかなど、私たちは全然知らないんです。それを時間の許す限り紐解いていくことが大事です。高い志を持っている企業やメーカーは、見えないところでもたゆまず努力し、素晴らしいものを作っている。日本って素晴らしい国だなんて思えてきますよ。志のない企業の商品は、いつか世の中から消えていく。デザイナーとしてはそういうもののお手伝いはしたくないですね。

**山出：**なるほど、志の違いですね。

**佐藤：**重要なのは、クライアントがやっていることに対して、どこまでリスペクトがで

きるかということです。「デザインで手伝ってやろう」という態度は本当に失礼です。クライアントが新しく立ち上がったベンチャー企業であっても、数百年の歴史がある老舗企業であっても同じで、まずデザイナーはその企業の素晴らしいものづくりに感動するべきですね。そのためには好奇心が必要です。

**山出：**好奇心がないと、そこから先へ行くこともないし、そもそも見ることもしようとしにくいでしょうね。

**佐藤：**クライアントから与えられた情報や条件だけでデザインすることもできます。でも、もっと知りたいという強い気持ちがあれば、新たな可能性や展開が見えてくることもある。今我々が置かれている状況って、実はものすごく奇跡的なことなんですよ。当たり前なことなんて何1つない。クライアントがいて、仕事があって、その奥に面白い世界が広がっている。好奇心をもって臨めば、面白くない仕事は何1つありません。

**山出：**具体的な企業との協働についてお聞かせください。

**佐藤：**『明治おいしい牛乳』の例をご紹介します。明治が『ナチュラルテイスト製法』という、牛乳で初めて使用される画期的な製法で新商品を開発するというので、お話をいただきました。揺るぎないコンセプトとして「牛乳は普通であってほしい」という一生活者としての思いがあり、できるだけ人の手が加わっていないデザインであるべきだと思いました。そ

こに、牛乳の搾りたての味を実現する新しい技術が加わっているという方向性が一致して、ああいうデザインが浮かび上がってきたんです。それを形にしたときに、当時現場を取り仕切っておられた社員の方が「なぜこのデザインなのか」ということを丁寧に質問してくれたんですね。私は常に言葉化してデザインをしていますから、それをお伝えしました。すると「デザインがこんなにわかったことは今までなかった」と言ってくれました。そうやって方向性や気配を言葉として共有したうえで、マーケティング調査にかけました。その共有がないまま調査にかけて、人気の高かったものを世の中に出しても、上手くいくことなんてないんですよ。

**山出：**責任の所在を不明確にするための言い訳みたいなものですよ。

**佐藤：**まったくその通りです。『おいしい牛乳』の場合、そのキーマンの方が「社内のことは私が説得するから」と責任を持って進めてくれたので、頼りがいがありました。外部デザイナーとして協力したというよりも、一緒に生み出したのだと感じています。

**山出：**デザインにとって大事なものは、お互いの価値観や得意分野を持ち寄りながら、一緒に目的地はどこなのかを考えながら、並走していくことなんですね。お話しをお伺いして、改めてそう感じました。

**佐藤：**私はデザイナーとして、ずっと共創、共に創るというやり方を貫いています。デザイナーはメーカーのお手伝いをしているわけだから、一緒に作るのは当たり前。自分の作品を作っているわけではないという意識なんです。共創、共鳴、共振……クライアントと共にいい波動を見つけられると、大きな力になると思います。デザインが持つ力は、たかが知れていると思っています。デザインは、そのもの本来の力を引き出すことに活かされるべきです。その過程でデザインが社会に対して影響力を持つことはあるかもしれないけれど、デザイン自体にパワーがあるわけではない。その環境に潜んでいる力が、どうしたら湧

佐藤 卓 グラフィックデザイナー（株式会社 TSDO 代表）

1979年東京藝術大学デザイン科卒業、1981年同大学院修了。株式会社電通を経て、1984年佐藤卓デザイン事務所（現・株式会社TSDO）設立。『ニッカ・ビュアモルト』の商品開発から始まり、『ロツテ キシリトールガム』『明治おいしい牛乳』等の商品デザイン、『PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE』のグラフィックデザイン、『金沢21世紀美術館』『国立科学博物館』『全国高校野球選手権大会』等のシンボルマークを手がける。また、NHK Eテレ『にほんごであそぼ』アートディレクター、『デザインあ』総合指導、21\_21 DESIGN SIGHT 館長およびディレクターを務めるなど多岐にわたって活動。著書に『クジラは潮を吹いていた。』（DNP アートコミュニケーションズ）、『塑する思考』（新潮社）、『大量生産品のデザイン論 - 経済と文化を分けない思考 -』（PHP 新書）等。



き出てくるのかを考えるのがデザインの役割だと思います。

**山出：**佐藤さんをご著書に『付加価値』撲滅運動という考え方について書かれていますが、これは価値とは何かということですよ。

**佐藤：**そう。価値って何だろうと問いかけることなんですよ。

**山出：**つまり質問力、コミュニケーション力なんですね。

**佐藤：**そうです。価値にたどり着くためには好奇心が必要です。『価値はすでにある』ということを前提に、今までの経験も全部捨てて裸一貫の状態でお話を聞き始めるんです。問いを投げかけながら深く掘り下げていくうちに、価値にたどり着くんです。



好奇心もないのに価値をくつつけてしまうのが『付加価値』です。昨今は、すでにある価値を確認もせずに足してしまうケースが非常に多い。それは本来の問題を見ようとせず、逆に覆い隠してしまうがゆえに、ゆくゆくもっと大きな問題になっていく可能性すらあるわけです。

**山出：**適切な表現かどうかかわからないのですが、佐藤さんはお医者さんのような立場に近いのでしょうか。

**佐藤：**自分がそうなれているかはわかりませんが、企業に対してもデザイナーを目指す若い人に対しても、対処療法の西洋医学ではなく、できるだけ東洋医学的でありたいと思っています。モチベーションが上がると、免疫力も上がるし、体質改善のために何がしてあげられるのではないかと考えています。

**山出：**最後に、県内の若いデザイナーやクリエイターに対して、何かエールをいただければ嬉しいです。

**佐藤：**私は、デザインは気遣いだと思っています。これから先のためになることを考えて、実行することがデザインです。クライアントから言われた通りにやるのが、必ずしも社会のためになることとは限らない。それを考え抜くことも、気を遣うことです。そういう気遣いを心にとめていれば、必ずデザインの扉は開いていくと思います。

# CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.11 開催レポート



1月24日に、大分市のアートプラザで『CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.11』を開催しました。ブランドディレクターとして、地方のものづくり企業の技術を活かした商品のブランディングに携わってきた鶴本晶子さんをお迎えし、商品企画から販売まで幅広くお話を伺いました。

鶴本さんは、新潟県燕市の企業で魔法瓶の製造技術を活かした商品を企画開発しヒットに導き、現在は富山県高岡市の金属加工会社で『ナガエプリュス』というブランドを立ち上げ、世界に向けて発信しています。

『ナガエプリュス』で鶴本さんが企画から関わった錫製のプレスレットは、メディア等でも紹介され、売上が伸びています。鶴本さんはこの状況を「偶然ではなく、しっかりブランディングしたからこそ出た結果」と断言します。

「大切なのは、揺るがないビジョンを持ち、作り手や関係者に共有することです。そうすることで、商品や販路、PRの手法など、消費者の目に触れるアクションの質が大きく変わります」とブランドビジョンの大切さを訴えました。また、「は

じまりはたった1人の情熱でも、それに気付いた人々がアクションを起こすことでブランドになっていくのだと思います」と語りました。

イベント後半は、会場から募った質問にお答えいただきながら進行しました。

「店舗で意識していることは？」という質問に対して「販売員にはお客様に物を売るのではなく、価値を伝えるよう指導しています。販売員自身が商品のファンになり、自分の言葉で価値を伝えられることが大切だと思います。そのため製造現場の視察やワークショップも実施しています」と回答。

また、海外の商談でのコツについては「可能な限りその場で契約するようにしています。現地の代理店など、パートナーの存在も重要です」と話しました。そのほか、職人とのコミュニケーションの取り方や人材育成についてなど、多岐にわたる質問に回答し、参加者も熱心に聞き入っていました。

## CREATIVE PLATFORM NEWS とは

大分県ではクリエイティブな手法による新たな産業創出を目指し「クリエイティブ・プラットフォーム構築事業」を実施しています。本事業は、大分県内の企業が有する技術やノウハウに、クリエイティブな発想や考え方を組み入れることによって、競争力の高い商品・サービスの開発や、新規マーケットの創出に繋げることを目的としています。

本紙『CREATIVE PLATFORM NEWS』では、本事業の最新の情報と、全国各地でクリ

イティブティを活用した事業に取り組む方々へのスペシャルインタビューをお届けいたします。また、本紙でご紹介する方々をゲストに迎えるトークイベントや交流会『CREATIVE PLATFORM CAFÉ』も定期的に開催しています。大分のクリエイティブを刺激する情報の発信・共有の場となるよう、毎回異なるテーマや演出を予定しております。ぜひお誘い合わせのうえご参加ください。

本事業の最新情報は、公式Webサイト『CR

EATIVE PLATFORM OITA』およびFacebook、twitterからもご覧いただけます。

また、メールマガジンにご登録いただくと、イベント情報の先行告知や先行予約などの特典のほか、事業の最新情報や会員だけが読めるスペシャルコラムなどを無料でお届けいたします。

※本紙は、交流イベント『CREATIVE PLATFORM CAFÉ』開催時に参加者に配布しています。

メールマガジンへのご登録は公式Webサイトから <http://creativeoita.jp>



本紙掲載情報およびイベント参加のお申し込み・お問い合わせ NPO法人 BEPPU PROJECT (担当クリエイティブ事業班) 営業時間: 月～金 9:00-18:00 tel: 0977-22-3560

発行・編集 発行元: 特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT 〒874-0933 大分県別府市野口元町2-35 管建材ビル2階 url: <http://www.beppuproject.com>  
発行人: 山出淳也 (特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT 代表理事)

\*本紙は『平成30年度クリエイティブ・プラットフォーム構築事業』の最新情報をお伝える広報紙です。本事業はNPO法人 BEPPU PROJECT が大分県から業務委託を受けて企画・運営しております。