

神宮司訓之氏 インタビュー

普段単行本を読んでいる時に折り返しにあるデザイナーという単語、一体なにをどうデザインしているのか気になったりしませんか。今回の「NO COMIC」ではそんな表紙・装丁のデザインからプロダクションデザインやビジュアルコンセプターといった名前アニメーションのメカデザインや美術までを含め、作品に関する様々な世界観を創造していくデザイナー・神宮司訓之氏にインタビューしてきました。読めばもっと漫画やアニメが楽しくなるこのインタビュー、ぜひ読んでください!



(※1)コミック版「かみちゅ!」(著:鳴子ハナハル 原作:ベサメーチョ キャラクター原案:羽音たらく/メディアワークス)
1月27日(土)発売! とらのあなでは先着で特製イラストカードが付きます。ぜひお早め!!
インタビューでも仰っている通り、装丁が作品の世界観を示すように街全体が見渡せるパノラマな視界となっていることが良くわかると思われま。



アニメ「かみちゅ!」DVDシリーズ第1巻~第6巻
(アニプレックス/各5,250円+税) 好評発売中!
とらのあなでは先着で特製イラストカード付き! 詳しくは店頭にて!

編集:まずこの業界というか、アニメやコミックに関わるようになったきっかけを教えてください。

神宮司氏:元々僕はインダストリアルデザイナー(冷蔵庫やオーディオみたいな家電はもちろん、公園の置き物のようなものまで、立体物全般を手掛けるデザイナー)を目指していたんです。高校もそういった勉強をして卒業したんですが、おもちゃとかも好きだったんで、おもちゃメーカーに就職活動をしたんです。でも全部落ちまして、それで困っていたところを先輩のツテでアニメ関連の制作会社にアルバイトとして入れてもらうことになったんですが、その関連会社に出版をメインで行う会社がありまして、その人手が足りないということで、たまたま写植の指定が出来るという理由だけで僕が配属されることになったんです。

それでそちらの会社に入社したんですけど、いきなり真っ白な台割用紙(どのページにどんな内容を入れるかを記した、いわば本の設計図)を渡されて、まずこれを埋めると、何ページに何を入れるかを自分で決めてそれに合わせてレイアウトを切られて言われて、もう写植どころじゃなくて編集をやることになったんです。会社自体が非常に小さかったんで、そこでは仕事を選んでいる余裕はもちろん、教わる時間もほとんど無かった。これがもっとでかい会社だったら分業でみんなでやろうとやって出来たかもしれないんですけど、編集なんてやったことないんで出来ませんとは言えなかったですし、何でも出来ないといけなかったんです。そんな訳でひたすらアニメ・ムックや漫画の単行本などの編集はもちろん、デザインや版下作成方法などもほぼ独学で覚えながら10年くらいその会社で仕事を続け、その後、独立してフリーのグラフィックデザイナーになったんです。ただ普通のデザイナーさんですと、上司や先輩のデザイナーの方がいて、一緒に仕事をしながら、その人から技を盗むというか習いながら成長していくと思うんですけど、僕の場合は社内にデザイナーの先輩がいなかったものですか、よく一緒に仕事をしていた取引先のデザイナーさんのレイアウトとか版下とかを見せてもらって、「なるほどこうやって指定するのか」って見よう見まねで覚えていったりしましたね。

自分も含めて一般の読者にはレイアウトの指定とか装丁デザインがどういう風な流れで出来ていくのか、あまりわからないと思うんですけど、具体的にどんなことをやっているか教えてください。

流れとしてもそんなに複雑なことはしていませんよ。もちろん僕と違うやり方でやっているデザイナーさんもいるでしょうし、僕自身の場合だけを考えると作家さん、作品によってスタイルを変えて行かないといけなくて一概には言えないんですけど、基本的なスタンスとしてはまず作家さんに「どういった本にしたいですか?」って、最初に聞いて、作家さんからのいろんなリクエストを僕の方で消化して形にするって感じでやっています。イメージの刷り合わせですね、それからデザインに取りかかります。

例えば「かみちゅ!」(鳴子ハナハル先生・ベサメーチョ/メディアワークス)の場合だとこれは原作付きというかアニメの方が先にあったんで、比較的どういったイメージでやっていかはなんとなく僕と鳴子さんの頭の中にあっただんで、初めての打ち合わせの段階で背景、世界観が見えて、キャラクター越しではない世界観全体を見せていくって方向性、

(パノラマのような)視界の広い装丁で行くことが決まったんです(※1)。

装丁の場合、作家さんにどんな絵を描いてもらうかまで話し合っているんですか? こういった表紙にしたいからこんな絵を描いてくれとか、逆に作家さんがこういった絵を描くからこんなデザインにしてくれとか。

最近はそのようなケースも多いですね。あと作家さんが僕の知り合いであったりすることも多いんで、作家さんも話しやすいというか、注文を付けやすかったりするんじゃないんですか(笑)?

イラスト以外をデザインのメインにしたりすることもあるんですか?

絵が上手い下手じゃなくて、絵を売りにしていない作品や漫画家さん、例えばギャグ漫画家さんとかだとイラストを全面に押し出す方法以外の選択肢もありますね。やっぱりそういう場合は絵以外の要素で作品の面白さをアピールしなくちゃいけないんで、いろいろな工夫が必要になってきます。

そういった意味で工夫したのが「最近のヒロシ。」(田丸浩史先生/角川書店)かな。あの作品は田丸さんが描くグダグダな日記漫画の面白さが一番の魅力なんで、それをどう伝えるかが重要なんですけど、それを表現するためには田丸さんが描く、白ブラウスの眼鏡美人教師とかを普通に表紙にしてもインパクトが足りないんじゃないか? と思ったんです。それであえてカラーイラストをメインにしないで、カバーに蛍光ピンクを配置することでインパクトを強くし(※2)、大きめにした帯には本の中に入っている漫画の一部を載せることで(※3)、書店で初めてこの本を手にした人が、これは面白いんじゃないかって興味を持ってくれればと思ったんです。

タイトルのロゴデザインについても伺いたいんですが、そちらの方も作家さんやプロデューサーの方と打ち合わせして決めると思うんですけど、アニメの●●のようにしてくれとか、具体的なリクエストとかあるんですか?

ロゴについても基本的には作家さんであったりアニメの場合は監督さんであったりリスポンサーであったりいろんな人の意見を参考にするんですけど、リクエストも色々で、漠然と作品のイメージを言われて、後は任せてくれる場合もありますし、具体的にこんな書体で頼みますよといったものもあってそれぞれです。最終的にはそうした様々な意見やリクエストを聞いた上でデザインのアイデアを膨らまして、トライ&エラーをくりかえして形にして行きます。

装丁のデザインだとある程度中身が出来ているからイメージとか膨らませやすいと思うんですけど、ロゴって作品が始まる前に考えるものだから、その点は苦労するんじゃないかって思うんですけど、出来上がったロゴが中身と全然違ったりしたこととかあるんですか?

オリジナルアニメの場合、最初に渡されるのはプロットとかキャラのラフデザインみたいなものぐらいしかない場合があるんで、そこからなるべくイメージをたぐりよせていて考えるんですけど、以前やった作品でロゴ自体の形のイメー

ジは合っていたんですが、使っていた色味が違うっていうことはありました(笑)。

プロットや脚本を見たときにこの作品は派手な色調になるかなと思って、ロゴもそれに合わせていたんですけど、実際の作品の色彩設定はすごく淡いパステル調の色味で、出来たフィルムを観てビックリしちゃったんですよ(笑)。それで慌てて直して、DVDとか商品のパッケージには間に合いました。

逆に「かみちゅ!」のロゴなど一発で決まったケースもありました。結果的に描いたデザインは一つだけなんです(笑)。「かみちゅ!」の企画の本当の初期の初期、立ち上げた時に僕も参加していたんですけど、最初の企画書をみんなで見て、その時に、「じゃあ次の打ち合わせの時に仮でロゴを作っときますよ」って言って、次の打ち合わせで、「こんな感じなんですけどどうでしょう?」って、1枚だけ持って行ったら、(監督の)舛成さんが「おっ!これいいよ」って言って、一発で決まりました(笑)。あれはものすごいシンクロ度合いでした(笑)。

やっぱり舛成さんや倉田さんと長くやっているせいか、舛成さんが分かるというか、無意識にアイデアが出ちゃう場合もありますね。こういうのを期待しているんだろうなってわかればその期待に応えたいですし、そこは意識しています。あと基本的にこの仕事は作品の内容をちゃんと表現できているか、作家さんの志向に合っているか、そういったことが大事なんですけど、プロの仕事として更にもう一つ大事な点として、受け手であるユーザーがどういう風に受け取るかってことを想定出来るのが大切なんだろうなって思っていますね。

アニメ「トライガン」から本格的に絵の仕事も始められたんですけど、それからの原書きを見るとプロダクションデザインとかビジュアルコンセプターとかあまり聞き慣れない原書きが多いですね。

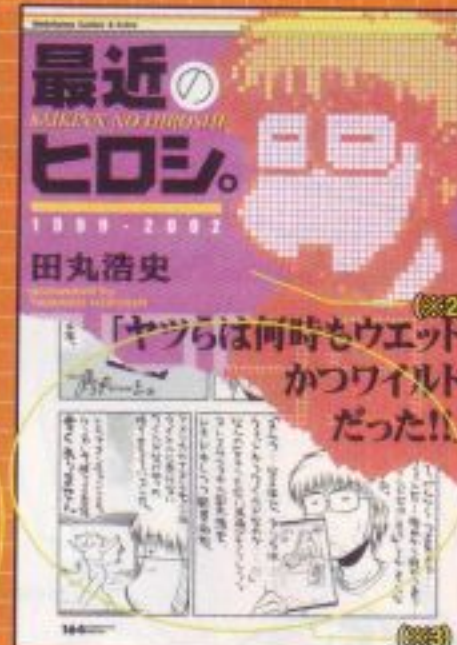
そういう名前って僕が付けていないんでよく分からないんですけど、「オマエの原書きどうする」って言われて、「うーんなんだろうね」って、「なんか付けたい下さい」って、いつかそんな感じなんで、格好いいのがあれば「デザイン番長」かそういうのもなんでもいいんですけど(笑)。真面目な話、アニメの場合は複雑な分業で成り立っているんで、一概に一つの名前に出来ないんですよ。一つの作品の中でもメカを描いてるといってもいろんな人がいて、限無くメカに近いのに美術設定の人が描く場合もあれば、リナップがまた別の人だったりとか、そういうことっていっぱいあるんで全部をひとまとめにしてメカデザイナーとかしちゃおうと誰が何をやったのかよく分からなくなっちゃいますよ。だからそういったことを区別する意味で名前をつけているんだらうなと思うんですけど。

例えばプロダクションデザインという原書きは「R.O.D」の時のものなんですけど、その時はメカだけでなく、特殊な美術とかも担当していて、その作品の世界観全部をデザインするような役割だったので、メカデザインではなくてプロダクションデザインになったんです。

他にも原書きでコンセプチュアルデザインとコンセプトデザインがあったんですけど、さっきのビジュアルコンセプター



「CLOTH ROAD」
 ファッション&アクションコミックというこれまでにないジャンルの漫画「CLOTH ROAD」(脚本:会田英之、漫画:okama/集英社)。その装丁にインタビュー中の※印に対応して印をつけてみましたが、そのアイデアのセンス、細かさのわかるでしょうか? 実はこの表紙、裏表紙の折り返しまで広げるとファッションショーのステージのようになっています。(※8)の箔についても本誌では表現できない色なので、ぜひ手にとっていただければと思います。もちろん中身も最高に面白いですよ!!



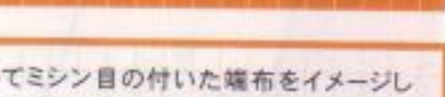
「最近のヒロシ」
 「ラブヤン」(講談社)などでとのななユーザに最も支持される漫画家・田丸浩史先生によるグダグダな日記漫画「最近のヒロシ」。(田丸浩史/角川書店)。インタビュー中でも仰っている通り、確かに普通の表紙ではこの内容には勝てません...! 本誌の印刷ではわかりませんがこの表紙、UVシルクという特殊印刷でさらに工夫を加えています。こちらもぜひ手にとってみてください。中身については会田先生がこう仰っています。「読んでいろいろの意味で楽なキモチになれるよ」(コミックス等裏面より)。というわけでせ!!

それ以外の神宮司氏の関わった作品について漫画はもちろん、アニメもいっぱいあるのですが、スペースの関係でここではその一部だけを紹介します。今回の記事でデザインに興味を持った方はぜひコミックスの折り返しやアニメのスタッフロールを見てはいかげでしょうか? そこに新しい発見があるかもしれません。



「R.O.D」
 原作:会田英之/原:山田秋太郎
 出版社:集英社

「ジョブリーダース」
 著:伊藤明弘
 出版社:少年画報社



「くらくら」
 著:針玉ヒロキ
 出版社:メディアワークス

含めて、どんなお仕事が教えていただけますか?

それを説明するには僕のアニメにおける立ち位置を説明するのがいいと思うんですけど、例えば最初に企画が走り始めたとき、脚本の方がまずプロットとかを上げてくるんですけど、その時点ではまだ文字だけで、みんな具体的なイメージというかビジュアルが頭の中に浮かんでいないんです。そういった文字で書かれたものをその場ですぐ絵という形にする仕事ですかね?

例えばシナリオに「見るも恐ろし気な怪物が〜」って書いてあったりすると、みんな「見るも恐ろし気な怪物ってどんなのだ?」って思うわけですよ。それをその場で「えーと、こんなだと思えます」って絵に描いて見せる、そういった仕事が多分ビジュアルコンセプトなんだと思います。

コンセプトデザインも同じかな。「柱がいっぱい立っている天を突くような巨大な空間」ってどんなのだったって言われた時に、「ああ、こんなだと思えますけどね」って、その場で描くことで、「ああなるほどね」って理解してもらう。そういった具体的な絵が出ることで初めてみんなが共通認識としてイメージを理解出来ますし、それをたたき台にして、もっとこうの方がいいんじゃないかとか議論が出来るんですよ。でも実際のデザインの仕上げは別の方はやったりして、僕自身はたたき台までしかやっていなかったりすることもあるんで、そういう意味でコンセプトなんとなかになるんじゃないのかな?

例えば通常のアニメの場合、絵コンテがないとメカが(絵コンテの中で)どういう風に演出されるのか、そのためにはどういふギミックが必要なのか分からないんで、デザイナーの方にちゃんと発注するためには絵コンテが上がってきただけでないと出来ないんですけど、僕の場合は絵コンテ作業よりも前の段階、つまり絵コンテを描く前にどんなメカをイメージすればいいのかを提示する絵を描いたりする場面が多いですね。

で伝えられたイメージを絵にするのってすごく楽しいですよ。そうして出来たイメージをみんなでディスカッションすることで、さらに密度を高めていく。その課程ってモノづくりの一番面白いところなんじゃないかな。

装丁デザイン作業をする際に具体的に気を付けていること、守っていることってありますか?

ただ単純に僕自身が格好いいと思うだけのデザインにならないように気を付けています。

誤解されがちですけど、デザイナーはデザイナー自身が格好いいと思っているものだけを作っているわけじゃなくて、作家さんや編集さん、プロデューサーやスポンサー、そして読者など、そのデザインを見るいろんな人たちの思いというか、その人たちが感じるだろう、もしくはその人たちに感じて欲しいといったものを全部取り込んだ上での格好良さを作らないといけないと思うんです。

実を言うと作業自体は消去法だけで作っていきなりするんですよ。もっと端的に言うと素人でも充分出来るし、ましてや今はDTP使ってしまえばデスクトップ上で簡単に出来て、それが上手い下手かは別としてフォントや色を選んでいくだけで出来ていってしまう。じゃあ何が難しいかという、さっきとちょっと矛盾してしまうのかもしれないんですけど、そのデザインに自分が自信を持っていないとダメだと思うんです。自分だけが格好いいと思っているのはもちろんダメですけど、自分がそのデザインを格好いいと思えないようではダメでもあるんです。

やっぱり自分が作ったこのデザインは正解なはずだ!という自信がないと推せないじゃないですか。さっきも言ったように選択するだけでデザインって完了しちゃうんで、例えば「この本は何色にしよう?」と思ったら、24色のバリエーションの中からどれか一つを「選択」すればいいんですけど、そこで僕が「赤にします」って言ったときに編集さんから「いや、これは青だろう」って言われたら、どうするかなんです。「じゃあ青にしますね」って変更しちゃうのは簡単なんですけど、最初に赤を選択したのは、説得力のあるちゃんとした理由があって、そこに自信がないと他の部分も含めて全部どうでも良くなっちゃうんですよ。だから必ず自分の頭の中で「この色でこういう風に文字とイラストを組んでいけば、受け取る人にはこう受け取ってもらえるな」というような文脈みたいなものを作っておかないといけないし、それに自信を持っていないといけないんだと思います。

自分の中でもその主観と客観のバランスをとるのが難しいんですけど、(デザインという仕事では)それをやらないとダメだろうって思っています。

具体的にデザインのアイデアってどんな風に考えているんですか?

僕の場合、芋づる式に発想していく方法で考えています。連想ゲームみたいな感じというか、そのデザインに何か記号を盛り込もうと思ったら、一つのキーワードを決めてそこから連想するものをどんどん書き出して行くんですよ。例えば「CLOTH ROAD」(会田英之先生・okama先生/集英社)だと服飾デザイナーとそのモデルのお話なんで、「服飾って」と何だろうって頭の中でいろいろと考えていて、例えば表紙の真ん中に破線で縁取った正方形が配置して

ありますけど、これってミシン目の付いた端布をイメージしたものであったり(※4)、アイコンになっている部分がボタンだったり(※5)、そんな感じで服飾から連想できる言葉や記号をどんどん入れていくんです。他にも折り返しに洋服のタグをイメージしたものを入れているんですけど(※6)、そのタグにもリサイクルマークがあって、ちなみに古本屋に売るなよって意味を込めてリサイクル・ゼロにしているんですけど(笑)、まあ色々アイデアを盛り込んでいます。ただやっぱりそこでもオレだけが知っているトリビアみたいなネタをやっても読者の方に伝わらないんでそこはマニアック過ぎにならないように気を付けています。他にも背表紙の巻数字(1巻とか2巻といった数字のこと)の下に描いてあるヒロインのイラストが帯、カバー、カバー下とめくっていくごとに服を脱いでいるイラストになっているんですけど(※7)、これなんかは単純に見たままなんでわかりやすいかな。

あと考えることとしては予算ですね。いくら面白いアイデアでも、印刷する予算をオーバーしちゃいけないんで、そこは考えます。また「CLOTH ROAD」を例にすると、このロゴで使っているのはホログラム・ホイルという箔なんですけど(※8)、ちょっと普通の箔より高いんです。でもこれにしたいと思ったら、どこかで予算を出さないといけないんで、色々足し算引き算をするんですよ。ホログラム・ホイルを使うことで例えば単価が10円上がっちゃうけど、規定で使えることになってる特色を止めたら、+0になるんじゃないかな?とか、そうやって予算の辻褄を合わせる。

実際こういう原価計算までやることってあまりないんですけど、そこまで通って考えることが出来るといざという時に助かるんですよ。やっぱり使える武器は覚えておくに越したことはないですからね。

最後に読者に対してメッセージというか、こういうところを気が付いてくれると嬉しいといったようなコメントをもらえますか?

いや、むしろ気が付かれないことが良いデザインなんじゃないかなと。違和感が無いってことが良いことなのかもしれない。まあちょっと持論なんですけど、デザイナーって天気予報士みたいなもので天気予報が当たっている間は別に誰も何とも思わないんだけど外れた途端、まったく外れやがってって、そんな感じだと思うんです。

今は人の好き嫌いというか、趣味趣向がものすごく細かく分かれてきているんで、作り手が届けたいと思っている人にちゃんと届くようにデザインが出来ているかどうかで非常に大切だと思うんです。中身を見たら全然自分の好みじゃなかったり、こちらが読んでもらいたいと思っている人に作品のアピールが届いていなかったら残念ですよ。だからこそ手に取った人が違和感を覚えないってことは重要なんじゃないかな。

「かみちゅ」で例をとるとDVDとか今回の単行本とかもそうなんですけど、この作品はなるべく一般の人にも手に取ってもらいたいという思いがあったんで、漫画特有の派手さをなるべく抑えたデザインをしたんです。デザインコンセプトが一般書籍のような、一般向けの映画のようななるべくシンプルで飽きのこないものにしたんで、手に取った一般の人にも普通に買えて、しゃれた本棚にも違和感が無くならべてもらえるようだったら嬉しいですね。

絵コンテを描く人と脚本家、「R.O.D」や「かみちゅ」で言えば、舛成さん(監督)と会田さん(脚本)の間に入っているわけですか?

「R.O.D」で言うと、舛成さんはリアル派というか、劇中の美術や小物はなるべく実在のものに忠実にやっていくんで僕がそんなにアイデアを盛り込む隙はないんですけど、会田さんの場合は彼の脳内だけに存在している、大英図書館の地下にある巨大要塞とか(笑)、みんなの頭の中にビジュアルとして浮かびづらい、そういったものをビジュアル化する仕事をやっていました。会田さんの脳内ビジュアルを具現化する、まあ外部プリンタみたいなもんです(笑)。

会田さんが説明する大英図書館の地下の様子を「はあはあ」って僕が聞いて、ガガガガってプリントアウトというか、ビジュアルに、つまり絵にして舛成さんに渡すんです。それを舛成さんが「はあはあなるほどな」ってそのビジュアル(絵)を見ることでイメージを膨らまして絵コンテにする。そんな感じでしょうか? とにかく最速で(ビジュアルを)出すところが重要な仕事ですね。

こういった仕事って他のデザイナーと違って明らかに異色な仕事だと思うんですけど、やっぱり面白いんですか? 面白いですね。絵描きの醍醐味じゃないですか。言葉だけ