

CREATIVE & CULTURE & FISH MAGAZINE 絵画とデザインと旅と魚の雑誌

ELEMENTs

Possibility of creative, Imagination & expression is infinite.

We can use many way to express ourself. We have no rule to express ourself. It should be free.

After that, our expressions are gonna reverberate in the world.

And we will be able to get fun in our life.

10

FREE

October 2011 Vol.01

創刊号

elcaboooks

魚とアジアのワイルドトリップ!

タイランド 魚類採集紀行

グラフィックデザインの現場

グラフィックデザインって?

絵を描いて生きていく

表現団体「United Art Project (仮) 構想」



Catch in Maekong Delta masaki

メコンデルタ

人生を彷徨う旅人達へ

生きてるって何だ？ 夢って何だ？ 幸せはどこにある？ 自分はどうやって生きていきたい？

そのヒントに触れたくて僕はまた東南アジアに来てしまったのかもしれない。

生まれたからには「生」を完全に燃焼させたい。遠く、遠く、もっとリアルのあるところへ…。

elcabooks





ベトナムメコンデルタでの紀行文。時間の経緯と共に話は進み、旅をバーチャル体験できる構成。写真及びイラストを使用。現地の人達の交流がメインの内容となっています。また学生から社会人になったことで得た視点を通して考える世界というものについての記載やベトナム社会をみることで気付く日本社会のことや生き方のことについて記述しています。

224ページ構成

電子書籍価格 **400円**

ご購入方法 <http://www.elcaworld.com>

電子書籍で
販売中!



Planning
Creative Consulting
Direction
Graphic Design
Web Design
Illustration
Editing & Writing

デザインと文章を始めとして、
この雑誌の全ての制作と編集は elca で行っております。

All of creative works were made by elca

ONE STOP Graphic Design

デザイン制作だけでなく、企画立案からクリエイティブコンサルティングまで、
あらゆるグラフィック表現の制作のお力になります。
ワンストップで高いクオリティのデザイン会社をお探しの場合には、お気軽にご連絡ください。



e l c a elements of creative atmosphere

<http://www.elcaworld.com>
mail: elcamail@yahoo.co.jp

CONTENTS

October 2011 No.01

Cover Drawing
by zonoxx



ペンで描く唯一無二のドローイングスタイル

グラフィックデザインの現場

グラフィックデザインって? 05

グラフィックデザインの現場

デザインソフトとデータ形式 07

絵を描いて生きていく

表現団体「United Art Project^(仮)構想」 09

魚とアジアのワイルドトリップ!

タイランド 魚類採集紀行 15

おもしろ熱帯魚図鑑

エレファントノーズ 22

今月のヒトリゴト

Are you happy? 22

NEWS & Info.

TOKYO DESIGNERS WEEK 2011 22

All of creative works by elca (Publication Direction / Art Direction / Photograph / Edit / Graphic Design / Writing / Illustration)

グラフィックデザインって？

世の中を見渡してみると生活のありとあらゆるところにグラフィックデザインは存在しています。朝起きて使う歯磨き粉のパッケージデザインからはじまり、駅で電車を待つ間にはホームの看板やポスターにグラフィックデザインを見ることが出来ます。会社で使うノートからPCのデスクトップに現れるアイコン、ウェブサイト。昼食時に入ったレストランの看板ロゴ。メニュー表。午前中だけでも360度1分1秒においてグラフィックデザインは私達の身の回りにあるといっても過言ではありません。

物体が物体として存在する時、グラフィックデザインは現れ、それにメッセージ性が強まった時、グラフィックデザインは変化していくのだと思います。

そう考えると全ての商品やコミュニケーションツールの基本要素として、グラフィックデザインの存在意義と重要性は計り知れないものなのかもしれません。

そしてそれらを稼業としているのがグラフィックデザイナーということになりますが、クライアントさんからの要望で多いのが「とにかくカッコよくお願いします」というもの。人の感覚は人それぞれが違うのですから、何をもって「カッコイイ」とするのかは抽象的すぎる表現であるといえると言えます。和風でダイナミックであることがカッコイイものなのか、サイバーチックに近未来的な合成を行ったものがカッコイイものなのか…。

そんな曖昧な価値観の中で「カッコイイものを創る」ということに注力しすぎるデザイナーが多い事も事実だと思います。間違っただけでいいミスは招く可能性があるともいえると思います。

自分はまだまだデザイナーとしては修行中の身であるため偉そうなこととは言えませんが、大事にしている考え方の一つに次のようなものがあります。

「発信したい情報の最後のコミュニケーションの窓口における、ヴィジュアル表現がグラフィックデザインである」ということです。

つまりいくらカッコイイものを創ったとしても、言いたい事やコミュニケーションしたいことが相手に伝わらないグラフィックデザインは欠陥デザインであるということです。

そこで一番大切になってくるのは使用用途における目的の明確化、情報の整理と要点の抽出であり、打ち合わせの際にはそれらをヒアリングさせてもらうことが一番重要なことであると考えています。

この考え方は広告デザインに限らず、パッケージやプロダクトデザインにも言えることだと考えます。

例えば歯磨き粉のデザインを見てみます。どれも似たようなチューブに入っていて、似たような商品名が印刷されています。そこに特に声を大にして訴求したい特殊な効用や成分が書かれているわけです。そこが商品の特性で他の商品と違う部分であるということを訴えたいのだということは明らかです。しかしそれらの商品開発の視点は歯磨きメー

カー故の視点であるとも言えます。

視点とコンセプトの発想を変えれば全く横並びでない商品開発を行える可能性はあると思います。

まずはじめに消費者の需要の整理をしてみます。歯磨き粉に対してどのような需要の可能性があるのか。

■歯や歯茎にいい←根本的な歯磨き粉の存在意義の部分で一番重要であると共に、あつて当たり前の部分。現状各メーカーはこの部分に注力していますが、商品の違いを明確化することは難しい部分であるとも言えます。

■らくちん・簡単である←歯磨きを億劫と思わせない、簡単に出来る歯磨き粉。例えば液体状で口をすすぐだけのものや噛むだけのガム状のものがあつたりします。少し汚いですがそのまま飲み込んでしまうというのも面白いかもしれません。

■旅行などの旅先に持っていきやすい。←小さいタイプのものがあつたりしますがそれ以外に考えられないでしょうか？例えばカプセル状の錠剤になっているとか。

■子供が嫌わない←甘いタイプのものがあつたりしますがその味をさらにこだわってみる。

■エンターテインメント性がある←キャラクターだったり、使うたびに楽しくなるようなもの。あとは色が真っ黒だったり意外性のある面白さだったり。

■環境に優しい←詰め替えが簡単だったりさらにそれに面白味があるというもの。

■オシャレなインテリアに合う←パッケージが真っ白だったり真っ黒だったり、ピンクだったり。

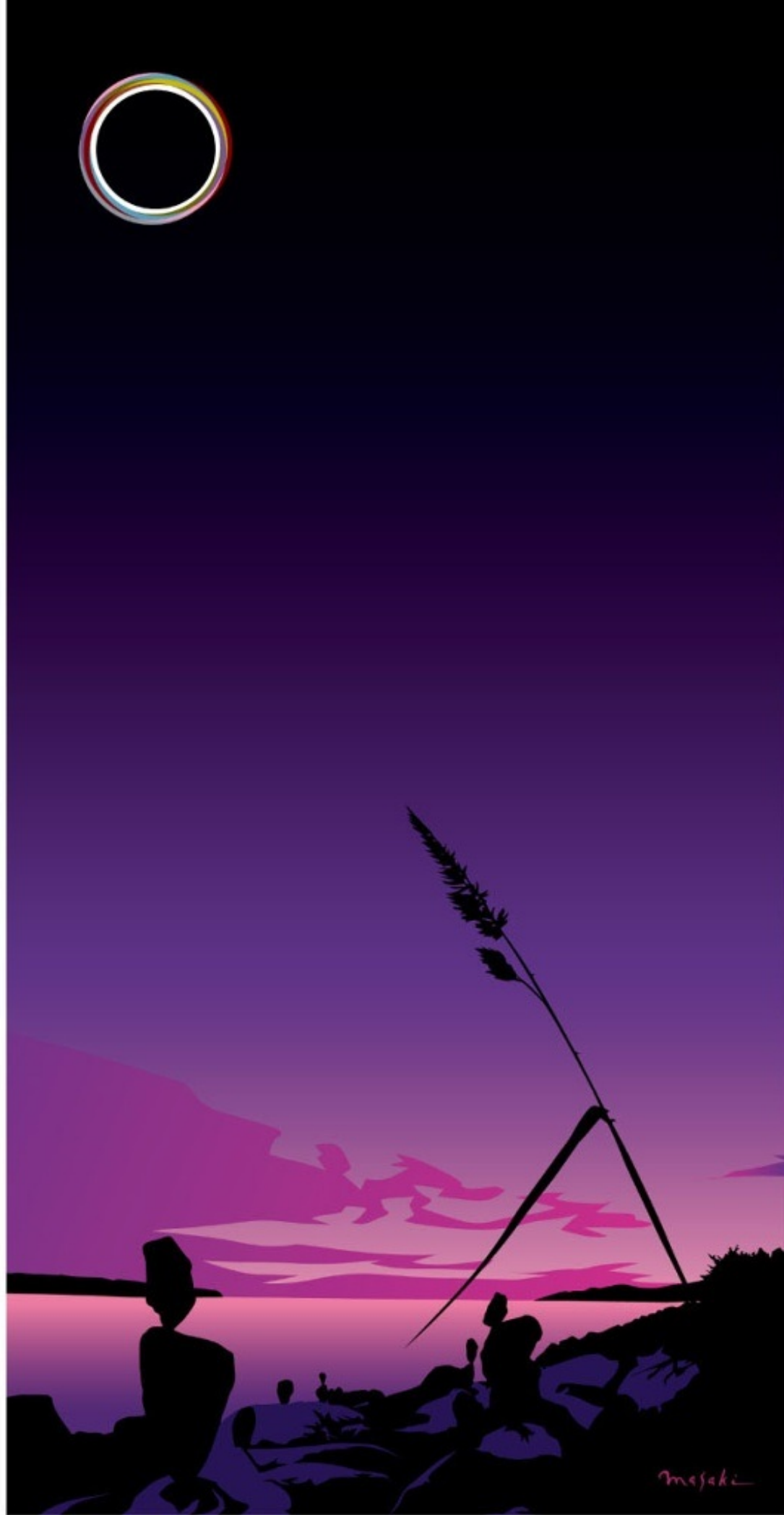
このような需要から発想し最後デザインに落とし込んでいきます。

話しが少しずれましたが、そういう意味でも、実はデザインの前段階での「コンセプトに基づく発想」というものが一番重要であると私は考えています。

そこをつめることによって斬新な広告表現や商品開発はまだまだできるものだと思います。

逆にそこが固まっていなくて創りあげる表現や商品は、結局本質的な部分が何もない「見せかけ」になってしまい、それは心に響きづらいものになってしまうと考えます。従ってこれからのデザイナーはその前段階からアイデアや意見を出せるようになることが必要だだと思います。

グラフィックデザインは数ある表現方法の中の1種類でしかないと考えています。



デザインソフトとデータ形式

現代においてグラフィックデザインはほぼ100%に近い割合でパソコン上でデータとして作成されています。従って印刷用のデザインをデスクトップ上で完結できることから、DTP (Desk Top Publishing) と言われていたりします。近年ではWebサイトのデザインを行う人をWebデザイナーと言うこともあり、印刷ベースのデザインを専門に行う人をDTPデザイナーといったりすることもあります。どちらにしてもビジュアルを組み立てるデザイナーであるのでグラフィックデザイナーであることには変わりはありません。

ではどのようなソフトウェアを使用してグラフィックデザインは制作されるのでしょうか？

印刷、WEB問わずに業界標準となっているソフトはAdobe (アドビ) という会社から発売されている「Illustrator (イラストレーター)」と「Photoshop (フォトショップ)」というソフトです。

これらのソフトはAppleコンピュータの創世記の頃からあるソフトで、Appleと足並みをそろえながらDTPの基盤を作っていったことにより、その名残もあって今でも大抵のデザイン会社でAppleのPCが使用されています。(現在ではWindows環境でも同じソフトは販売されていますが、印刷会社の環境がApple仕様になっている所が多いこともあり、不具合を避けるためにやはりAppleのPCが人気となっています。

ではIllustratorとPhotoshopは何が違い、どのような時に使い分けられているのでしょうか？

■Illustrator

→イラストレーターという名前が付いていますが、決してイラストだけを作成するためのソフトではありません。1987年の発売以来、何度もバージョンアップを繰り返し、ロゴや広告やパッケージなどのレイアウトをするための業界標準のデザインソフトとなっています。全体をデザインして印刷用の入稿データを作成するために使用します。ただし、多量のページものの制作には向いておらず、その場合には別のソフトが使用されます。

作成されるデータはベジェ曲線による「ベクターデータ」といい、線の曲がり方や太さや色などが数値によって成り立っています。従って、1000倍に拡大したとしても絵柄やフォントはギザギザにならずに綺麗なままになります。

■Photoshop

→主に写真画像の加工を行うソフトです。写真データの色調補正や合成作業や解像度の設定などを行います。ここで扱うデータはビットマップデータというもので、細かいドット(点)の集まりで構成されています。従って拡大すると画像が荒れてしまうという特性がありますが、写真はIllustratorでは編集出来ないの、基本的には写真画像はPhotoshopで作業することになります。

よくお仕事の依頼で「写真はホームページからとって使ってください」と言われることが多いですが、WEB用の画像解像度は72dpiしかなく、印刷に使用できることはほぼありません。印刷に対応できる画像の解像度は「原寸サイズで350dpi」となります。5分の1のサイズではないということです。データの容量で量ることは出来ませんがA4サイズ程度で使用する場合にはJPGデータで3~4MB以上は必要になってきます。

以上がソフトの簡単な特徴となりますが、具体的に写真を使ったポスターを作成する場合には、画像をPhotoshopで加工し、それをIllustrator上にリンク配置して入稿データを作成するという作業になります。

そして入稿時には印刷会社で同じフォントを持っているという確実性はないので、文字化けを避けるために「アウトラインをとる」ということを行います。これを行うことによって文字は画像と同じ扱いになるので文字化けは回避できますが一度アウトラインをとってしまうとフォントとしての修正がその後出来なくなります。従ってほとんどのデザイナーは入稿時にはアウトラインをとったものを別名で保存することになります。(後で文字の修正が出来なくなったら大変ですからね)

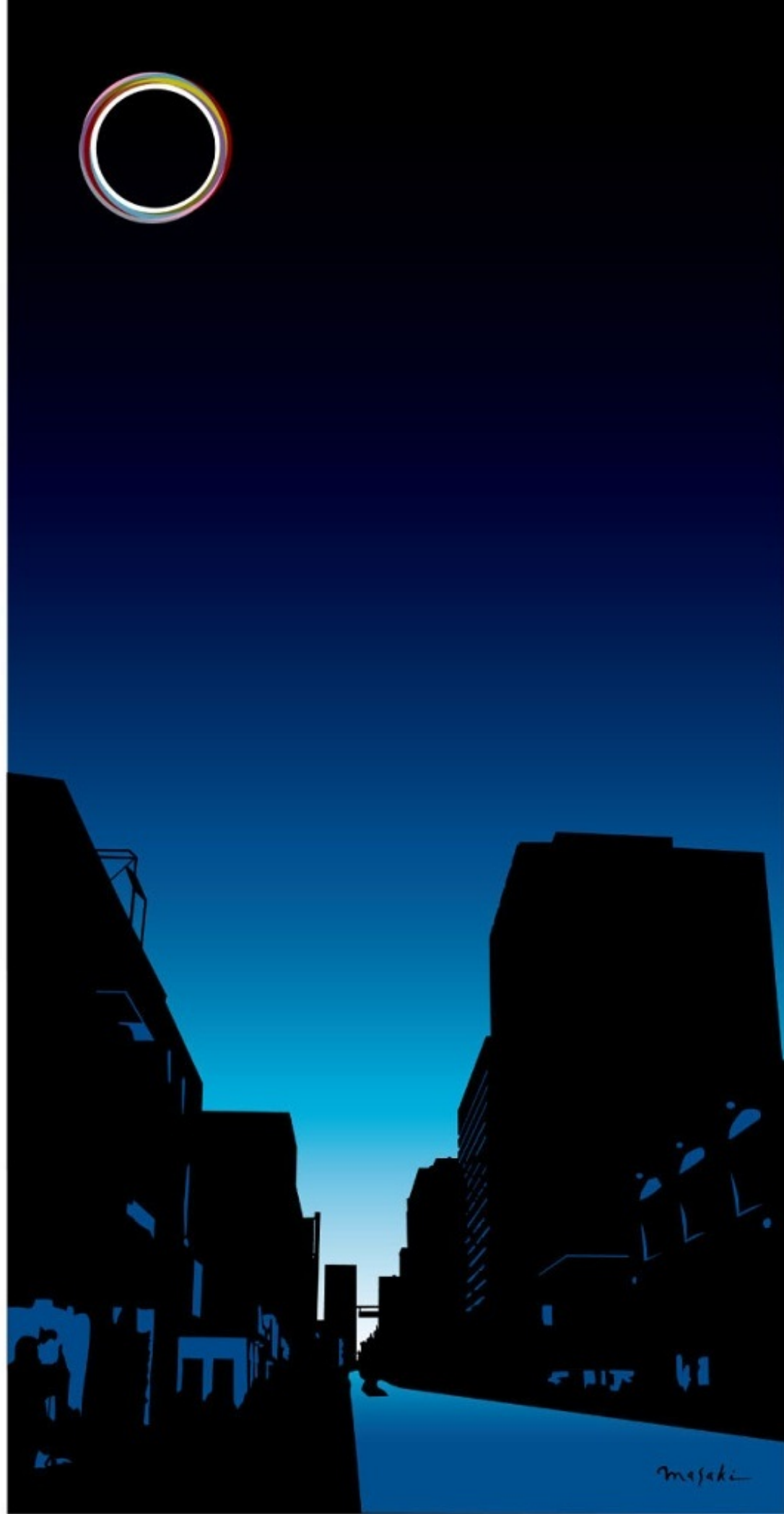
デザインの確認用にこれらのソフトを持っていない人がPDFやJPGで確認したいことがありますが、その場合にはIllustratorから書き出し作業をすることができます。

1枚もののデザインレイアウトを行う際にはIllustratorがいいですが、ページものを作成する際にはInDesign (インデザイン) というソフトもあります。QuarkXPress (クォーク・エクспレス) という業界標準のソフトが昔ありましたが今はほぼInDesignにシェアを奪われています。

WEB用のソフトとしては上記に他にDreamweaverやFireworksやFlashといったソフトがあり、いずれもAdobe社の商品です(昔はMacromedia社の製品でした)。

ポスター チラシ パッケージ パンフレット	▶	Illustrator	レイアウト
		Photoshop	画像補正
ページ冊子	▶	InDesign	レイアウト
		Illustrator	イラストなど
		Photoshop	画像補正
WEB サイト	▶	Dreamweaver	レイアウト
		Fireworks	イラスト・画像補正 (Illustrator/Photoshop)
		Flash	アニメーションなど

※制作方法はこの限りではありません。





絵を描いて生きていく

表現団体「United Art Project(仮)構想」

ずっと前から表現で食べていくことは可能かということ
を考えながら生きています。

特にヴィジュアル表現に対しての想いは強く、故に今グラフィックデザインの仕事をしているのかもしれませんが。
ただし、商業デザインは純粋な「個人の表現」とは意味
合いが変わってきますので、現在の商業デザインの仕
事を純粋なアート表現とは全く認識していません。単純
に僕がビジュアル制作で食べていくことを模索し続け
てきた結果です。

アートビジネスにおいては、誰かが決めるある一定の価
値判断に基づく価格設定や販路に対して、昔から疑問
がありました。

そもそも物に対しての価値は個々の価値観が違うのと
一緒に千差万別だと思っています。

絵画におけるアートビジネスは「西洋の芸術系譜に組み
込めた理屈」に基づくものにのっとって価値が決まり、
やがてそこにはギャラリーを窓口にした投資目的も兼
ねた大きなお金の流れが生まれます。

近年の日本のマーケットもそれに準じている状況かと思
います。

明らかにメインマーケットは日本になく、価値判断の基
準は海外のマーケットに委ねられている状態だと言っ
ていいと思います。

そしてそのストリームに乗れるのは「西洋の芸術系譜に
組み込めた理屈」に乗った表現をしているラッキー
だった一部の人間に限られるような気がします。

僕が疑問に思うのは個々の価値判断で成り立つべき世
界なのに、それを誰かが「イイ」「ワルい」と決めつけて
しまうがゆえに多くの表現者が表現で食べていけない
現状です。個人個人によって「イイ」「ワルい」の感じ方
は違うものです。

よく混同してしまいがちな感覚ですが、作品に「イイ」
「ワルい」はありません。

その作品がその人の嗜好に対して「合ってる」か「合っ
てない」かの違いだと思っています。

そう考えるとアートに対しての価値判断(価格設定)は
大きく2種類になるような気がしています。

まず、一つめは、「西洋の芸術系譜に組み込めた理屈
を保有する作品であるかどうか」。

二つめは、「個人の嗜好に合っているかどうか」。

現状のシーンにおける価値判断は「西洋の芸術系譜に
組み込めた理屈を保有する作品であるかどうか」によ
る部分が大きいので、僕はもう一つの「個人の感覚に
合っているかどうか」で価値判断がなされるアートシー
ンの作出に可能性があると思っています。

日本ではこの価値判断で評価されるべき埋もれた才
能がもの凄くあるような気がしています。

そうすると大事なのはいかにして自分の作品を「好き」
と言ってくれる人に多く出会えるかどうかということに
なってくると思います。

そのためには出会いの可能性の分母を大きくしていく
ために、展示会だけでない様々な方法で接触率を増や
していく方法を模索するべきです。

従って新しい表現のシーン作出のキーワードとなるの
は「人と人」「人と作品」の出会いの数をどんどん増やし
ていくという部分にあるような気がしています。

それによって新しいアートシーンの価値多様性の可能性
は拡大し、やがてそれが文化になっていった時に、マー
ケットを含めた全てが形成されていくのだと思います。
そこには人目に沢山触れるような「攻め」の表現姿勢
でないといけないと思います。

僕は人と人の出会いの素晴らしさに改めて感動をして
います。出会った人に対しての感想は個人個人で違
うわけで、その人が他の人にとって魅力がない人でも、僕
にとっては魅力的な人にうつるかもしれません。そこで新
しい関係が生まれてくる。

作品と人の出会いもそういうものに近いような気がし
ています。

そもその目標は、「表現で食べていきたいのに食べていけない表現者が力を合わせて別の価値観に基づく新しい流通のシーンによってその状況を打破すること」です。

それは「西洋の芸術系譜によってもたらされる価値基準」に乗った「売れる作品を売る」という現状のギャラリスト主体の流通からの脱却です。

個人個人で感じ方の違う「好き」「嫌い」の価値判断を尊重した流通を行って作家がファンを増やしていくためには、自分の作品を「好き」と言ってくれる人に多く出会えるかどうかが重要になってきますが、そこで接触率を増やしていく方法として考えたことが以下になります。

各アーティストが自分以外の作家の作品をプロモートして作品が売れた場合、その売り上げの数パーセントを紹介したアーティストにも分配するというものです。

それによって自分の絵は買ってもらえないけど、他者の絵を買ってもらって結果自分にも利益が生じる。また、自分以外の他者が自分の作品をプロモートしてくれれば自分の手の届かない所にいたファンを出会わせてくれる。これは自分一人では出来ないことで、まわりまわってその結果、絵で食べていくという可能性をひめているような気がしています。

これはグループ展からヒントを得ています。

新しいファンの獲得というものを考えた時、グループ展は可能性を秘めています。接触率という意味で、その発想がベースになっています。

例えばAという作家がいます。

Aの友人や知り合いはAの展示を見には来ますが、「Aの作品を欲しいとは思っていない」ないしは「Aの作品を既に持っていてそれ以上は必要ないと思っている」この状態はAの作品は彼らには購入してもらえないということになります。

しかし、グループ展ではBとCの作家が参加していて、彼らの展示を見に来た人の中にAの作品を買いたいと思っている人がいるかもしれない。

Aは自分以外の関係性の中で新たなファンを獲得できるかもしれないのです。

個展は有名になった人がやれば効果的です。その人の世界観をより一層強めたブランド確立した展示ができるからです。

しかし、無名の作家にとっては自己満足だけであまり意味がないように思います。

無名な作家にとって意味がある個展とは以下の場合になるかと思います。それが出来る個展なのであればやる価値はあると思います。

①そのギャラリー自身が抱えているお客さんにDMなどで誘致・プロモートをしてくれる。

→新たなファンと出会える可能性がある。

②実施するギャラリー自体に知名度がある

→そのギャラリーで個展をすること自体がキャリアになり、経歴に乗せることで作家、しいては作品自体に付加価値が発生する。

そういった上記の個展が出来ない場合は、グループ展というのは「新しいファン」との出会いという意味では有効なものと考えます。

次にこのプロジェクトの問題となりうる点を検討してみました。

作品に「イイ」「ワルイ」はなくて、ものの価値は人によって違うからそこに重きを置くべきだと述べましたが、実は「イイ」「ワルイ」というのはあるのではないかと思います。

その他、このプロジェクトにおいていくつか考慮すべき点がありましたので個々を検証していこうと思います。

◆誰かの作品を明らかに模倣したものである

→これは明らかに「ワルイ」作品です。

★解決案:それが発覚し、購入者からクレームがあった際には購入者に対してきちんとした対応を行い、第三者的視点からジャッジを行う責任者を置くものとします。従って場合によっては裁判発展や賠償を行うことも可能性として考えられます。

◆その作品を購入する人に対して、コンセンサスをとる必要がある

→アートの価値判断は難しいですが、例えば粘土の物体があってそれを誰かがプロモートしたとします。購入者に対して「これは凄くイイ作品だ」と説明して買ってもらってもその作品は粘土の塊でしかありません。その物の市場価値がたとえゼロだったとしても、「納得して、作品として買ってもらった」というステイタスを持つてもらうことが必要になってきます。

★解決案:購入者に対してのコンセンサスを必ずとる

◆自分は他者の作品ばかりを売ってるのに、誰も自分の作品をプロモートしてくれないということに対してのフラストレーションの解決

→作家が物を作る一番の動機は決して「お金が欲しい」からではないというのが重要な部分です。他者のファンばかりを作る手助けばかりをして自分のファンができない場合、フラストレーションがたまる可能性は多いにあると思われます。

★解決案:

①専門の営業スタッフとのプロモート保障制度を契約できるようにする。

②別の作家のファンになってしまう環境を作る。好きな人に対しては喜んでその人の幸せの役に立ちたいと思うのが人間だと思います。その状況であればその人の作品をプロモートしてもフラストレーションはたまるような気がします。そして本プロジェクトとしては定例的にそのような交流の場を設ける必要があるのかもしれない。

③プロジェクト団体のHPから直接作家のHPに飛べるようにリンク設定を行う

④例えば季刊誌などを設けて、載せたい人はプロモート情報を掲載することができるというもの。

どれも一人の力では実行し辛いものですが、団体で行うことで実現可能になるものと考えます。

◆作品は凄く好きでも、後日それを創っている人が人間的に嫌いであればその人の作品を欲しいと思わなかったり、手放したいと思ったりする購入者への対応。

→作品自体に対しての評価ではないので少し悲しい気もしますが、人というのはそういうもののだとも思います。例えばその作家が実は犯罪者であったりとか、性格が異常に悪いとか。

★解決案:購入前に希望者には作家と購入予定者が会う機会を設ける。

そしてプロジェクト団体としては定例的に交流の場を設ける必要があるのかもしれない。

また、後々問題にならないように購入者にはコンセンサスをとっておく必要があります。

当初「全参加アーティスト=全営業マン」的なイメージを持って考えていましたが、どちらかというと「全アーティスト=全ギャラリスト」的なイメージに近いかもしれません。

自身がプロモートしたいと思う会員作品を、自身の価値観によってセレクトしてプロモートできる、「全アーティスト=全ギャラリスト」構想。

そのリンクした相互扶助のつながりがやがて巡り巡って自身のファン獲得の可能性をひめていると思っています。

価値観の多様化に対応するにはあまりにギャラリストが少なすぎるような気がしています。

ギャラリストは自身がプロモートする作品に対して自

分のフィルターを通してプロモートしているんだという責任を追う必要があると思います。

そして、そのフィルターを通して作品をセレクトすることはそれも一つの表現なのかもしれません。もしそこに信頼と需要が生まれれば、ギャラリストとしての道も開けるかもしれません。数人のお抱え作家を引き抜き独立することも可能になるものと考えます。

「引き抜き」というと聞こえは悪いですが、それはある意味、引き抜かれた作家にとっても幸せなことであるのかもしれません。

ただ、引き抜かれた後にそのギャラリストが失脚してしまう可能性もあります。

そうなるとその作家達はどうなるのでしょうか？ そのギャラリストしかその価値を認めていなかったとしたらそのとき何か問題はあるのでしょうか？

ある画家の人が言っていました。

売れるからといってギャラリストの指示で元々の自分のオリジナルのスタイルを崩して制作をしていた作家さんは、元のオリジナルの自分に戻れなくなるらしいです。本当は元々のオリジナルの作品の方が凄いものだったかもしれないのです。

売れる作品がイイ作品であるという保障はどこにもありません。「売れるもの＝イイもの」では必ずしもありません。例えば商業音楽・アイドル音楽などの大衆音楽は売れますが果たしてそれを「いい音楽」というのか？という議論と同じです。売れてなくてもインディーズで活動しているミュージシャンの方が「いい音楽」を創っているかもしれないのです。

ただ、それを決める指標はどこにもないから難しいし、面白い部分でもあるのだと思います。

そう考えると、ギャラリストの采配はその作家さんの才能を「いかす」可能性もあるけれど「殺す」可能性もあるもので、故にその責任は重いものです。また、その部分は作家自身の責任とも言えます。

ただ、作家さんが自分の才能に気付かずそういった

ギャラリストに潰されてしまうのは悲しいことです。

それには作家自身が自分の強い信念を持って制作活動を行うことが絶対的に必要なことであり、誰かの意見によってスタイルを変えたとしても、それは理解して納得して分かってやっているという自己認識を持って取り組む必要があるということ。

本プロジェクト団体としては、「そこを一番大切にしているか？」ということ言うことだけしかできない。他はなんにもできないのだと思います。

全ての表現は自由です。

ただ、

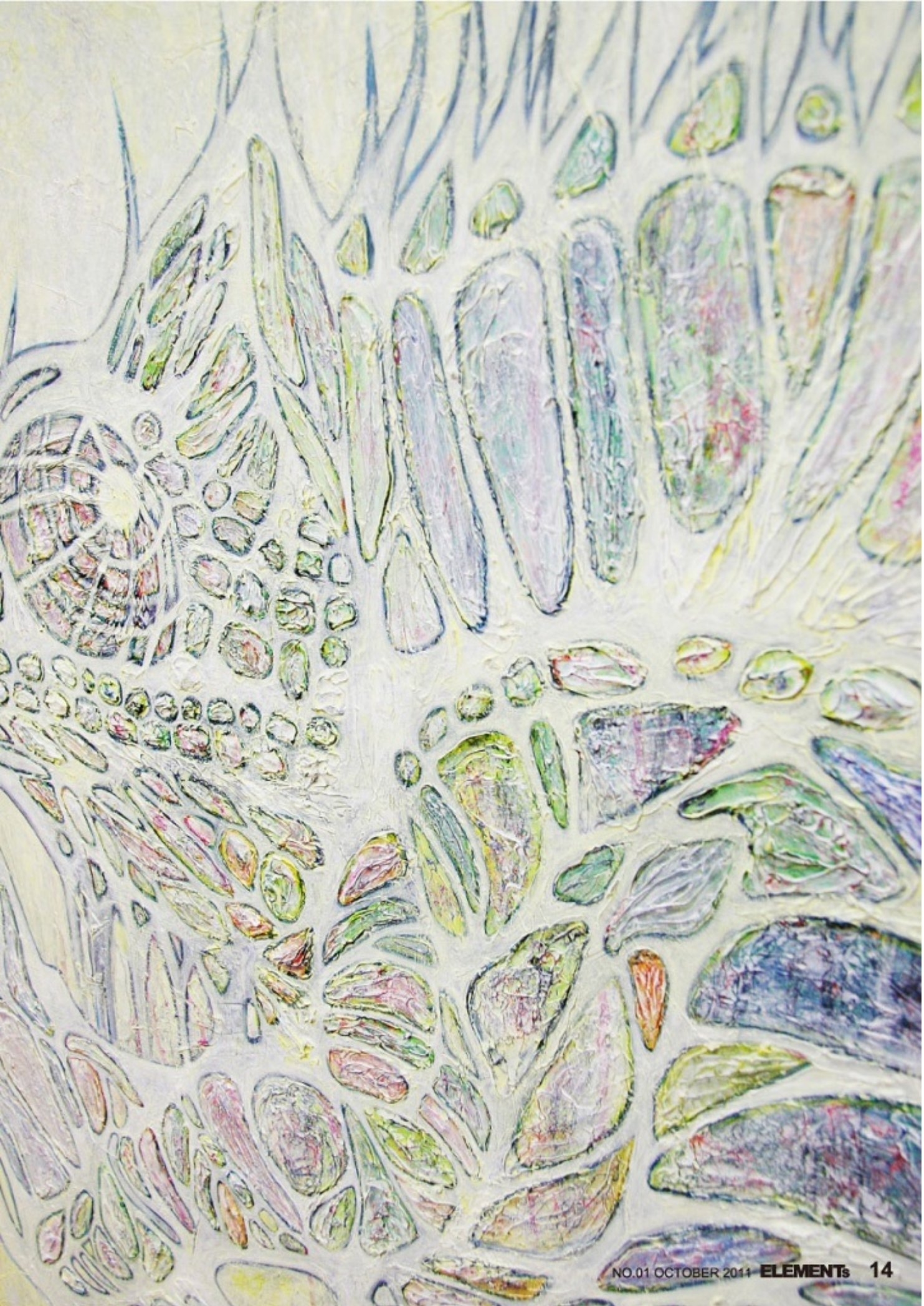
全ての表現は自己責任です。

様々な接触をして、やがて現在メインストリームにある有名なギャラリストの目にとまりこのプロジェクトから去っていくというのも最高な話。

そんなことを考えながら今後もこのプロジェクトの有用性考えて行こうと思います。

絵や表現で食べていきたいと頑張っている全ての人の幸せになるようなことをもっともっと考えていきたいと思っています。

明るい希望や可能性が少しでも見えたとき、その先に最高にワクワクすることが待っているものと信じています。



A photograph of a man standing in a small boat on a river, holding a large, white fishing net. The net is filled with several fish, including a prominent one in the foreground. The man is smiling and looking towards the camera. The background shows a river and some greenery on the banks.

タイランド 魚類採集紀行

Ichthyological small scale survey
in the MaeKlong river and Bung-Boraphet,
Thailand 2000

masaki

西暦 2000 年。

22 歳。

夏の記憶・・・。

それは、かけがえのない青春のド真ん中であり、

いまだに自分を支えるパワーの源である。

あの夏、「生きている」ということを強く感じた。

そして「世界の大きさ」「自由の大きさ」「可能性の大きさ」を体感した。

今まで日本で感じていたあらゆるものが小さく見えた。

勉強、悩み、人間関係、日本社会のシステム、価値観。

全てがリセットされて僕が生まれ変わった夏。

世界が大きく広がった夏。

当時僕は東京農業大学農学部農学科の三年生で、大学の植物資源学研究室という所に一応席を置きながら、財団法人進化生物学研究所の脊椎動物第三研究室、通称「魚パート」というところにお世話になっていた。その研究所は世田谷馬事公苑前にあり、囲場や温室を含めて結構広い敷地を有していた。二階建の一軒家風の建物が何棟か建っており、昆虫や動物、植物やバイオ関係の研究室が内包されていた。それぞれに飼育室や標本室が併設され、近代的な研究施設といったイメージとはほど遠いちょっとしたビレッジの様相を呈していた。築五十年以上経つそれらの木造の建物は時間を積み重ねた爽やかなライトグリーンで、閑静な世田谷の住宅地に紛れてひととき異彩を放っていてミステリアスだったことは間違いない。

朝になれば様々な種類の家禽(ニワトリの類)達が鳴き叫び、ワオキツネザルなどのマダガスカルの原猿達が檻を揺らし飛び回る。巨大な温室には世界各国の貴重な植物達が根を這わせていて、ブラリと中を散策すれば今まで見たこともない鮮やかな花が足下でひっそりと咲いていたりする。

僕は毎日のようにそこに通っており、温室で魚の飼育管理をしながら研究所内の別の研究室に顔を出しては先輩や同期や後輩達と動植物のおしゃべりばかりをしていた。散々リラックスして集中できる気分になったらギシギシと音のする急傾斜の木造階段を登って二階にある魚の研究室に戻り、ピンセット片手に双眼実体顕微鏡を覗き形態観察をする。そんなことをしているうちに、あっという間に時間は過ぎ去ってゆく。

小さな窓から西日が差し込んで作業机の上がオレンジ色に染まり始める夕方、魚の先生は焼酎の瓶をインキュベーター(鳥の卵を孵化させるために使う保温機)の下に棚から取り出す。そこが先生のいつもの酒の置き場所だ。焼酎をジョッキに注いでお湯で割ると、夕日がガラスに反射してキラキラと輝きを見せる。無造作に作業机の上に放られた豆の菓子袋には見たこともないよう

な言語が印刷されていて、どこの国からどのように入手したかも分からぬその豆菓子をつまみにゆっくりと酒を飲み始める。そしてアルコールが入って気分が良くなる頃、どこからともなく別の先生が遊びに来て小さな宴会が始まる。

研究所の先生達はみんな個性的な人達ばかりだ。その生き様といったらワイルドそのもので、安易にマネ出来るようなものではない。何か変わった食材が手に入ればすかさずそれを料理にして食べてしまうし、時にはまるで教育者らしかぬ発言だって当たり前のように言っただけで済む。

僕はそんな先生達に囲まれて一緒に酒を飲みながら、どこか遠くの国での体験談を聞く。

南米ボリビアでニジマスの養殖を指導していた時の話。インドネシアのボルネオでの魚類採集の話。マダガスカル縦断の話。タイで変な病気にかかって尻にペニシリンを打たれた話。とっても沢山だ。「それってこないだも聞いた話じゃん?」って思いながらもジェスチャー付で大袈裟に話す先生達の話は何度聞いても興味深く僕の中に染み込んでいった。焼酎やウイスキーの香りと共に。

そんな奇妙な空気の流れる研究所が大好きだった。そこには「己の生き方」が満ち溢れていて、僕の眼と心はそれをカッコイイものだと認識した。カッコつけてないカッコよさというもの。

僕はよく無意識の内に「男ならこうでなきゃカッコワルイ」とか「こうであればカッコイイ」ということを意識する。それって囲いを作って自分を追い込んでるだけなのかもしれないけれど、いつの頃からか体に染み込んでいて、いっこうに抜けやしない。この感覚はどんどん悪ノリしていった、最近では「カッコワルイことがカッコイイ」ことなんじゃないかとすら思えるようになってきている。

このことについて人に話すとしばしば誤解が生じる時があるけれど、ここでいう「カッコワルイ」というのは「ありのままの自分をさらけ出す」ということでのカッコわるさ。知らないものを「知らない」と素直に言えたり、

悲しかったら「悲しい」と思えることだったり、寂しかったら「寂しい」と言ってしまうことだったり、出来なかったら「出来ない」と言えることだったり、泣きたかったら泣いてしまうということ。他にも沢山。

これらは通常(特に男にとっては)、人前や恋人の前でやってしまったらダサくてカッコワルイ行為に思われるかもしれない。けれどそれをそのまま表現してありのままの自分であることは人間らしくて素敵なんじゃないかということ。その分、嬉しかったら「嬉しい」と言えて、踊りたいと思ったら踊れる。自分自身が楽に素直でいられる。でもそれって理論的には楽なはずなんだけど実際には自己防衛能力が働くから難しい。そんな理由もあって、僕は「素直であるがゆえのカッコワルイさはカッコイイ」と思い始めている。そしてそういうスタンスの人達がとても好き。

僕のいた研究室では主に東南アジアの淡水魚の研究を行っていて、比較形態分類を中心に生物地理的な考察なども行っていた。

形態分類とは簡単に言ってしまうと魚の各部位の計測や形態観察に基づいて有意差を見出し、系統的に分類する研究である。だから一見同じように見える魚でも研究した結果、別種であると判断されてそれが新種となることもしばしばある。形態観察の作業自体は大変地味なもので(地味でない研究なんてないとも思うけれど)、例えば魚の鰓の後方部から尾鰭にかけて側面に並んでいる測線鱗数の計測では、わずか数センチ程度の魚の体側にある百枚以上の鱗を双眼実体顕微鏡で一枚一枚数えるなんていうことも行う。その数の違いによって種の違いを証明することだってできるのだ。

それから生物地理学の研究も面白い。僕はほんの表面しかかじったことがないのでまったく偉そうなことは言えないけれど、生物の分布と大陸移動や地史の関係を系統類縁解析のデータにより考察していくといったもの。例えば淡水魚は海を渡ることは出来ないから、今現在海で隔てられた島々に同じ種類の淡水魚が生息しているとしたら、かつて海の水位が低かった氷河時代はそれらの島々はくっついていて一つの大陸を形成

していて、そこに流れる同じ河川を共有していたのではないかと推測することができたり、離れた河川に同じ種類の魚がいたとしたら、昔は実はそれらの河が繋がっていたのではないかと考えたりすることが出来る。

たとえば観賞魚の世界ではアロワナと呼ばれているオステオグロッサム目の魚達がいる。僕の大好きなこの魚達は古代魚であり、昔ながらの形質を今も保有している遺存種とされる。大きなものでは体長一メートル以上にもなる大型魚だ。特にアジアアロワナ(*Scleropages formosus*)と言われるアロワナはワシントン条約の対象魚となっており、絶滅の恐れのある希少生物ということでその取引において国際的に保護されている。

オステオグロッサム目の中で形態的に原始的な魚はオステオグロッサム科であり、彼らの分布域は南アメリカ、アフリカ、東南アジア、オーストラリアと世界各地に点在している。南米アマゾン河やネグロ河の「シルバーアロワナ(*Osteoglossum bicirrhosum*)」や「ブラックアロワナ(*Osteoglossum ferreirai*)」や全長五メートルになるとされる「ピラルクー(*Arapaima gigas*)」、またタイやインドネシア等の東南アジアに棲息する「アジアアロワナ(*Scleropages formosus*)」、それからオーストラリアやニューギニアに棲息する「スポッテッドパラムンディ(*Scleropages leichardti*)」や「ノーザンパラムンディ(*Scleropages jardini*)」、あとはアフリカのナイルに棲息する「ヘテロティス(*Heterotis niloticus*)」と広範囲の大陸にまたがっており、それぞれは海で隔てられている。

そして海を渡れないオステオグロッサム科のこの分布の仕方は、これらの魚が Gondwana 系由来の淡水魚であることを意味しているといえる。

Gondwana 系由来、すなわち Gondwana 大陸とはプレートテクトニクス(地球科学の学説で地球の表面がいくつかの固い岩板で構成されておりそれらが対流によって動いているとする説)において、過去に存在したと考えられている超大陸のことをいい、現在の南アメリカ大陸/アフリカ大陸/インド亜大陸/オーストラリア

大陸／南極大陸／アラビア半島／マダガスカル島を含んだ大陸であったとされる。

古生代ペルム紀の終わり二億五千万年前ごろに、ローレンシア大陸、バルティカ大陸、シベリア大陸、ゴンドワナ大陸などすべての大陸が次々と衝突したことによってパンゲア誕生し、一億八千万年前のジュラ紀になるとパンゲアは北はローラシア大陸、南はゴンドワナ大陸へと再分裂した。さらに、ゴンドワナは現在のアフリカ大陸／南アメリカ大陸などを含む西ゴンドワナ大陸と、南極大陸／インド亜大陸／オーストラリア大陸を含む東ゴンドワナ大陸へと分裂したというのが大きな地球の歴史とされる。

そういった意味でも現在のオステオグロッサム科の分布は大陸移動の歴史にも合致するものであるといえる。

このようにして淡水魚の系統類縁関係の解明は、大陸がどのように移動したかといった古地理と魚達の分布経緯を研究するにあたって大きな意味を持つとされている。地史の解明から魚の分布経緯を考察したり、魚の分布や類縁解析の解明から地史を考察していく。

そういった意味でも淡水魚の研究には男心を揺さぶるロマンがあるように思う。

想い返せばそんな魚達へのロマンは幼少時代から始まっていたのだと思う。

僕の魚類飼育の趣味は幼稚園の頃にまで遡る。

両親の出身地は鹿児島と宮城で地方であるものの、僕自身は東京生まれで東京育ち。そして地元の江東区大島的高速道路が通るその真下には堅川という東京湾へとつながる人工河川がある。改めて考えてみると、この川の存在というものは自分にとって物凄く大きな意味を持つもので、この川が無かったら今の自分というものはなかったかもしれない。まあ、良かったのか悪かったのかは別として…。

その頃の僕にとってはまるで毎日が宝探しのように、魚網とバケツを両手に持っては捕獲作業に明け暮れていた。網で捕れる魚に限られるので、胎生メダカの孵化生物(元々の日本固有種ではなく海外からの外来種のこ

と)であるカダヤシや愛嬌のある顔をしたダボハゼなどの小魚を採集してきては小さな水槽で飼育していた。ちなみに「カダヤシ」の名前の由来は口が上向きについていて、水面上に棲息する蚊の幼虫であるボウフラを食べることから「蚊絶やし」から「カダヤシ」となったというのを子供の頃の図鑑で読んだことがある。

さらに付け加えると「胎生メダカ」とは卵ではなく直接稚魚を産むメダカに似た魚のことを言い、グッピーなどが有名で彼等はカダヤシ目に分類される。さらに近年の研究により日本固有の「メダカ」は実はグッピー達の仲間ではなく、むしろサンマ・ダツ・トビウオ・サヨリに近縁であることがわかり、現在ではダツ目に再分類されている。

また、堅川では一度だけ三十センチ程の回遊するボラを網で捕獲したことがある。ボラを知っている人は分かると思うけれど、ボラは回遊性が強くその動きは恐ろしく素早い。釣りで捕獲するならまだしも玉網で捕獲するということは困難を極める。さすがにその時は「網マスター」の境地に至ったかも！なんて子供ながらに感動したこともあった。

魚採集には魚と呼吸を合わせるリズムが大切になってくる。さっき驚かしたお陰で、今この魚はリラックスしていつかまえ易いだろうとか、尾の方に網をスタンバイさせておいて前方からおどしてやればうまいこと逆走して網に入ってくるなどかそういったこと。

そして、熱帯魚の飼育は小学校の頃から始まった。既に魚好きだった自分にとって熱帯魚に関心が沸くのは必然であったともいえる。むしろ堅川ではなく熱帯魚屋さんで購入するしか入手方法はないのだけれど、堅川の地味な魚達とは違うその色彩や形態の奇抜さに完全に魅了された。特にネオンテトラのブルーの輝きとコリドラス(忙しく動き回る小型のナマズ)のキュートさに触れた時の感動は忘れられない。圧倒的な勢いで彼等に惚れ込み、この頃は全ての小遣いやお年玉を熱帯魚の為に費やしていた。いつも行くペットショップは決まっていた、江東区砂町の老夫婦の経営する通称「おじいさんとこ」(正式店舗名はあったはずだけれど

記憶にない……)に足しげく通い、新規入荷して初めて出会う魚達に一喜一憂した。家では毎日何時間も水槽を眺め続け、それらの魚達が生息する東南アジアやアフリカや南米に想いをはせた。

また、熱帯魚情報誌に現地採集レポートや市場の写真が掲載されていると鼻息を荒くして読みあさっていたことが懐かしい。日本ではペットショップで高値で売られている魚達が、現地では市場のテーブルの上に食材として売られていることに不思議な感覚を感じていた。そしてその気持ちはそのまま「海外への憧れ」というものに繋がっていったのだと思う。

ちなみにその頃の将来の夢は「熱帯魚屋さん」で、一番欲しかったものは「ビニールハウス」。子供のくせに何でもそんなものを?って感じかもしれないけれど、当時高値で売買されていたアヌビアス・ナナというサトイモ科の水草があって、これを温室で栽培育種したら一儲けできるのではないかということを生意気にも考えていたから。そんな情熱は中学生時代にも継承され、あまりに図鑑ばかりを見ているので定期試験前には母親に図鑑を隠されたりもした。そして最終的に高校の入学祝いで両親が何か買ってあげようと言ったことを受けて僕の要求したものは「レッドテール・キャット」という尾の赤いアマゾンのナマズだった。

高校時代は魚への過剰な情熱は落ち着くものの、やはり魚を始めとした生物への興味は尽きなかった。

基本的に動物が好きでいながら「好きなだけではダメだ」と変な理屈を持って大学は農学の分野に進んだ。別に深く進路選択を考えた訳ではなかったけれど、資源生物の勉強を専門の大学で専門的に勉強したいと思っていた。しかし大学での講義にいまいち興味を持てないでいた僕はある日この進化研に出会い、まさに「水を得た魚」といった気持ちで熱帯魚の勉強を学術的に探究できる環境に幸運にも身を置かせてもらうことができた。

そんなわけでとりあえず生物の分野に進んだけれど、進路選択というものについてひとつ思うことがある。まず高校生くらいで何の勉強がしたいかとか将来何にな

りたいかなんて分からないということ。でも僕は学部と学科と大学を決めて受験しなくてはいけない。だから一番最後のゴールも見えないのに勉強することに疑問が生じてしまったりする。本当は「将来何がしたいか?」という所を明確にしてから逆算していくべきなのだと思うのに。でもこの世の中にはどんな職業がどれだけあるかなんて高校生に分かるわけもない。そこで僕が進路決定の際に重要視したのは「面白いものがありそうな方向」「面白いことができそうな方向」「自分の興味や好きなものがある方向」といったことだ。一見安易な判断基準と思われるかもしれないけれど、嫌いなことを頑張ってもその先には光りはない。「好きこそものの上手なれ」というように、興味があることや好きなことのある方向に光りがあると思っている。そこに突っ走っていいのだと思う。そこで頑張った成果は嫌いなことを頑張った成果の数十倍前進しているものだと思う。ただし嫌いなことを続けてる内に好きになることもあるから一概には言えないことかもしれないけれど。そして一番大切なのは例え後になっても人生は進路変更できるということ。本気になったことによって後からついてくる知識や技術や人脈や努力の行程は他のことでも大いに役に立つものとなる。本気になれることが何よりも大切。むしろ本気になれなければ意味がない。でも本気になることって実は難しい。そういう意味でも、好きであれば本気になりやすい。好きであるということは「本気になれる」一つの重要な要素であると考え。実際数年後にグラフィックデザイナーになる僕だけれど、生物の研究をしていたことは無駄であったとは全く思っていないし、むしろキラキラとした僕の異色のキャリアだと思っている。

例え結果が出なかったとしても、ガムシヤラに一生懸命何かをしていたのであれば人生に無駄はないのだと思う。

それから研究所に入ってひとつ驚いたことがあった。小学生の頃に緑書房という出版社から発行された「新熱帯魚入門」という熱帯魚の図鑑があったのだけれど、僕はそれを宝物のように大切にしていた。というの

も当時大量のカラー写真と専門的な解説で熱帯魚を扱った書籍というものは皆無で当時の僕にとっては奇跡の一冊だったと言ってもいい。そしてそれを監修していたのがその研究所の先生達だったのだ。運命的な出会いを感じずにはいられなかった。

そんな経緯で僕は魚の研究を行っていたのだけれど、それと同時に体の奥底から沸き上がる何か未知なるものへの好奇心の衝動を押さえ切れなくなっていた。今振り返ればそれが「若さ」というものなのかもしれないけれど「結果として何を得られるのかなんてことは分からない。でも今でしか出来ない何かをやってやりたい」というエネルギーに満ちあふれていた。同時に「今」というタイミングを逃したらこのままやり残してしまうような気がしていた。怖いものなど何もなかった。あえて言うならば平凡な生活であり、安易に想像できる将来の「普通の自分の姿」に「怖い」という感情を抱いていた。このまま「普通の幸せでいいのか?」「普通の俺でいいのか?」「安定しちゃ俺でいいのか?」「世の中に無難に馴染んでしまう俺でいいのか?」ということに対して…。

やみくもに壁という壁を壊したいと思った。

それは「破壊」という行為で、自分の中で堅くなりつつある価値観や世界観の枠組みの崩壊を意味していた。破壊の先に何があるのかなんてことは分からなかったしどうでもよかった。ただ「壊さなければならぬ」という自分の中で沸き上がった使命感のようなものに突き動かされていた。今壊さなければガッチガチの小さな人間になってしまうような気がしていた。

きっかけは何でもよかった。

ただ僕にとってのきっかけは魚であり東南アジアでありタイだったのだと思う。一年前にタイでの農業実習に従事して以来、世界の大きさに対する興奮が収まらなかった。こんな世界があったのかという驚き。それは文化の違いを始めとして、果物の色であり形であり、料理の味であり、物価の違いであり、人々の笑顔であり、言葉であり、空気の匂いであり、太陽の暖かさであり…、と数え上げたらきりが無い。

自分はまだ何も知らなさすぎる。

本当に何もだ。

もっと知りたい。

「知らない」ということは「知っている」ということよりも有利に立てないことがこの社会の中では多々あると思っている。それは経済的な部分にもあり、「幸せの形」にも反映される。自分は今までの数少ない経験値からでしか「幸せの形」を判断できないでいる。それは多分ビジネスライクに考えた上での幸せの形であり幸せへの知識。でもこの世界にはもっともっと沢山の種類の「幸せの形」があるはずにちがいない。もっと単純な形での幸せ。それに触れてみたい。

そして今度は自分の足と頭と口だけで自由に世界を歩いてみたいと思った。

自分の力だけで…。

その衝動に突き動かされて、重い鉛のついた投網を背負った。そして一メートルの玉網を片手に僕は一人でタイに出発した。

その時の命の燃焼はその一点に集中していた。集中力も好奇心も全て。

生きることと、命を燃焼させることに「命賭けだった」ということは間違いない。

僕は誰に言われるでもなく、自分自身の意志で「自分」を突き動かした。

つづく



エレファントノーズ
Elephant Nose

- 学名: *Gnathonemus petersi*
- 分布: コンゴ、ナイジェリア、ヴィクトリア湖、カメルーン
- 全長: 20~25cm

アフリカのナイル川流域などに生息し、特徴的な突起部分がゾウの鼻のように見えるのでエレファントノーズと呼ばれているが、実際には下あごが突き出たもので、餌を探るために利用される。

尾柄部に発電器官を持ち、弱い電気を発生させることができる。電気を頭部の受容器で受け、視力が弱いのを補うために、レーダーのようにして餌を探したり、外敵からの回避や障害物を避けたりするのに利用される。

お互いの電波が干渉あってストレスになるため、近似種の複数飼育は避けた方が無難。夜行性。

今月の
ヒトリ
ゴト

「Are you happy?」

この言葉を使ってポストカードをつくったところ「何か不思議な気持ちになる。本当に自分は今、幸せなのだろうか考えさせられる」と言う人が何人かいました。生きていく過程で私たちは自分の気持ちに嘘をつくことが多く、それを普段意識することはありませんが、この言葉はその無意識を意識の上に浮かび上がらせることができるからかもしれません。自分の生き方の指針がズレていないかを確認する時、私にとってはとても重要な言葉です。

News &
Info.

TOKYO DESIGNERS WEEK
2011

- 会期: 11月1日(火) - 6日(日)
- 場所: 〒160-0013 東京都新宿区霞ヶ丘町2-3
明治神宮外苑美術館前(中央会場)、都内 SHOP
- 開催時間: 11:00-21:00(最終日18:00予定)

今年で26年目を迎え、国内外の企業・デザイナー・大使館・団体、ギャラリーがそれぞれの作品や取り組みを発表。明治神宮外苑前広場を中央会場とし、青山を中心とした70以上の SHOPやギャラリー、カフェが参加する SHOP EXHIBITIONと連動する都市型デザインイベントです。

ご感想やご相談お待ちしております！



e l c a. elements of creative atmosphere

<http://www.elcaworld.com>

mail: elcamail@yahoo.co.jp

Copyright © 2011 elca. All rights reserved. No reproduction or republication.