Tencommi Selection

interview

官浪 辰夫さん

ブランディング・ディレクター

インタビュー

TATSUO KANNAMI

ブランディング・ディレクター
KDI INC. 株式会社官浪商品環境研究所・代表取締役
1952年大阪生まれ、武蔵野美術大学卒業。1985年ブランディングを専門とする事務所を設立、数多くの新ブランドの創設を手がけた。また欧米企業・ブランドと日本企業の提携に関わるブランディング、および海外建築家、アーティストとのコラボレーションでも多くの実績がある。武蔵野美術大学講師、日本ディスプレイデザイン協会副会長

TATSUO KANNAMI

未来を展望するブランディング

官浪さんはデザインを通じたブランディングを軸に活躍し、“クリエイティブ力”を活かした数多くの実績を残している。そこで、今回はデザインのヒントやアイデアの発想法などさまざまな角度から聞いてみた

（取材 池上 龍朗 ／ 写真 樋口 陽子）

デザインとの出会い

――官浪さんは企業イメージやブランド構築、あるいは商品企画や広告制作など幅広い見識をもってブランディングの活動をしています。デザイナーからの出発だったのでしょうか？

そうです。最初はデザイナー、そしてその後アートディレクターとなり、いろんな経緯を経て現在に至ります。ブランディングのクリエイティブをしていますので、いまはブランディング・ディレクターという肩書きが正しいのでしょうか。海外との契約ではクリエイティブプロデューサーと記されますが、日本ではあまり一般的な言い方ではないようです。

自分が構築したブランドが発足したのち、そのブランドのクリエイティブディレクターとして新商品の開発やパッケージデザイン、広告や商環境デザインの仕事にも携わるケースもあります。

――学生のころはデザインを勉強されていたとのことですが、現在の官浪さんのように、仕事の幅が広がったキッカケはなんだと思いますか？

大学では舞台美術を学びました。いま思い起こすと、ブランディングの仕事に興味を抱いたのは大学時代の影響が大きいと思います。学生のころは、オペラやバレエなどを通して「舞台芸術とは何か」という探求心をもって学業に専心していました。

舞台というのは美術だけでは成り立たないことも学びました。音楽や踊り、装置や小道具、舞台衣装など、さまざまな要素が複合することではじめて舞台美術は生かされる。舞台のなかで多様な感性が総合したときに生まれる力強さに感動しました。「総合性が重要だ」という考え方は、私の原点です。

デザインの枠を超えて

――確かに舞台芸術は、一人ではできない総合芸術ですね。1985年に会社を設立されましたが、デザイン事務所としての業務がはじまりでしょうか

大学を卒業後、広告代理店に入社し、空間系の学科卒業でしたので、セールスプロモーションやTVCMなどを扱うクリエイティブ局に配属となりました。晴海で開催される展示会の仕事も多く担当しました。運にも恵まれ、いきなり大手企業の仕事を任されたりしてたいへん良い経験を積むことができましたが、サラリ