

クリエイティブの力で 人々の想いと企業の 魅力を引き出す

個性的なファッションで“クリエイターらしさ”を演出。

松本大河氏がブランディングに対し、徹底したこだわりを持つ理由。

株式会社パイプライン 代表取締役 世界観プロデューサー

Tiger (松本大河)さん

1974年東京都新宿区生まれ。立教大学経済学部卒業。デジタルハリウッドWeb総合プロコース卒業後、デジタルハリウッド大学院に在籍。DTP黎明期、雑誌編集部にてエディトリアル・デザインに目覚め、のちにWebのフィールドに進出。「いい仕事は、イイ遊びから」を信条とし、その多趣味なプライベート活動は、幅広いジャンルのクリエイティブワークの原動力になっている。

ブランディングで人々の価値観を向上させ ライフスタイルをボトムから巻き返したい

— 現在のお仕事を教えてください
Tiger 株式会社パイプラインという広告代理店系の制作プロダクションを経営しています。クライアントである企業のブランディングを重視しながら、名刺、広告、映像制作、サイト制作、さらにはSEO対策まで、クリエイティブに関するものはすべて請け負っています。

— 効果的なブランディングのために、どのような工夫をしていますか？

Tiger クライアントとのコミュニケーションを大切にしています。しっかりと対話を重ねることで、それまでクライアント自身が気付かなかった商品の魅力や、企業の強みを浮き彫りにし、そこからトータル的にブランディングをしていくように心がけています。弊社では、とくに名刺作りを得意としているのですが、ブランディングを重視した制作のフロンティアとして、名刺はもってこいなんです。ちなみに名刺印刷は知人が経営する工場と提携しています。エンボスやマットPPなど特殊加工の名刺は、個性的なブランディングを演出できるので人気があります。

— クライアントに対し、トータルのアプローチをされているという印象を受けましたが、その幅広いクリエイティブはどのようなキャリアから積み上げたのですか？

Tiger 10数年、出版業界に携わっています。現在進行形でその出版社の取締役も務めているのですが、小さな会社だったプライベートブランディングにもこだわっています。誰がどう見てもクリエイターだとわかるように、全身で表現しているんです。身につけるものすべて、パソコンやノートやボールペンといった、普段使うものまでブランディングしています。「このひとに頼めばお洒落なものを作ってくれる」と、クライアントに感じてもらいたいです。

パイプラインという社名にもこだわりがあります。サーフィンを十九年やっていて、毎日元気に働くための原動力となっているのですが、そのサーフィン文化へのリスペクトとしての意味。また、自分がクライアントとエンドユーザーをつなぐパイプラインでありたいという意味。そのクリエイティブを達成するためにクリエイター同志のパイプラインを作っていくという意味。三つの意味を込めています。

現在、世界的なデフレスパイラルで、みんな着るものや食べるものへの価値観がすごく下がってきています。しかし、それはとても残念なことだと思うんです。若い子が夢を見ない、暗い世の中になってしまっています。だから僕は、この仕事を通して、生活に対する価値観をボトムから巻き返したいんです。クリエイティブの力で、みんなのライフスタイルを向上したい。僕が一流意識を持ち、ブランディングにこだわるのはそのためです。

— 最後に、これからクリエイターを目指す方にアドバイスをお願いします。

Tiger 僕が最近、南雲先生のエッセンスで実践しているのは「スライムの様な思考をもたなければいけない」ということ。ただ形を作るだけのクリエイターなら海外にもたくさんいるので、仕事はどんな

ため、ライターや編集者、カメラアシスタントといった制作サイドのことから、広告営業や書店営業までをこなしてしました。そして、パイプラインを興すときに、これからは紙よりもWebの時代だと思い、デジタルハリウッドスクールでWebの制作を学ぶことにしました。

しかし、パイプラインの屋号を立ち上げていざ営業してみると、意外にも名刺やパンフレットの仕事が多かったです。そこで、せっかく紙の技術もあるのだからWebに特化する必要はないと気付き、企業をトータルでブランディングしていく、という発想に至ったのです。

また、デジタルハリウッドには、自分とは異なったセンスやスキルを持ったクリエイターがたくさん在籍しています。彼らと業務提携をしたことで幅広い案件に対応することができるようになりました。

— 南雲先生の教えて、仕事に役立っているものはありますか？

Tiger 一番は役立っているのは、一流意識を持つということ。我々のような制作会社は、本来どんな仕事でも請けるべきなのかもしれませんが、先方のスタンスがいい加減なものだったらお断りすることにしています。早く速くとか、なんでもいから形になっていけばいい、という仕事は請けていません。そういう風に仕事を絞ることで、制作プロダクションとしてのブランドを保っています。また、僕は頭の先からつま先まで、プ

どん流出していくでしょう。そのため、付加価値のあるものを作らなければいけません。そのためには、ハードではなくソフトの部分、人と人とのつながりや、クライアントの魅力を引き出すための対話を大事にしているんです。

理想を求めてひたすらモノ作りに徹するのも大切ですが、自分の考えたポジションにこだわりすぎるのは禁物です。どうすれば生き残れるのかを常に考えていく。たとえば、横のつながりを使ってもっと良いものが作れるなら、ほかのひとに仕事を振るという考え方もアリ。

思考のスライム化とは、そういうことです。はつきり言ってこの業界、コネがあればなんとか食っていけますから(笑)。勉強や研究にかけるコストは「自分への投資」と思っ惜しまないこと。それと、センスを磨くために、多少無理をしてもいいものを買うこと。高い服を買ってことではありません。自分の世界観を演出できる服を着る、ということ。そして、いいものを食べて、いい芸術に触れて、世界に目を向けてください。いい仕事は、イイ遊びから生まれます。意識的にライフスタイルを向上させて、ボジティブなバイブスを生み出していきたいでしょう。



南雲先生の「速描き」特訓から生まれた、パイプライン社ロゴの原画。創業の原点とプライドでもある。ロゴとしてどうデジタル化しているかは、オフィシャルサイトをご覧ください。
<http://www.pipeline-dw.com>