

JUNKO KOSHINO(株) 代表取締役

鈴木

SUZUKI
Hiroyuki

弘之さんに伺いました

聞き手

窪田 崇斗
編集委員原 隆広
編集委員[writer] 駒崎 文男
[photo] 永田 正男

ファッションショーのプロデューサーのかたわら、写真家として活動されている鈴木弘之さん。素材として土木現場に感じる魅力とは何なのだろうか。

2010年2月24日(水)
ブティック「JUNKO KOSHINO」

きっかけは偶然の構図との出会い

—ファッションショーの企画やプロデューサーを手がけるかたわら、建設中の首都高などの写真を撮られています。なぜ工事現場に魅力を感じられたのでしょうか。

鈴木 — 太陽とピラミッドがつくる構図の魅力というのは、両者の偶然の出会いによってもたらされます。私が工事現場の撮影を始めたきっかけも、まさに偶然の構図との出会いでした。2006年夏、サッカーのワールドカップドイツ大会が開催されていた頃、土曜日に車で教会へ向かうために首都高を走っていたときでした。初台から高井戸方向に向かう高速道路に、工事中の巨大な橋桁が姿を現したのです。それは完成すれば二度と見られない風

景で、「撮るんだっただよ」という叫びが聞こえたような気がしました。以来、子どもの成長を見守り、成長記録をつけているように、その過程を撮り続けてきました。

写真を撮っていると驚きの連続でした。たとえば、首都高中央環状線山手トンネルの工事は、用地買収から完成まで20余年がかかっていることを知りました。大学を卒業して20歳代で現場に来た人も40歳過ぎになるわけで、働き盛りの時期をそこですと過ごしたことになる。また、佐賀と福岡のループ橋では、高さ60mくらいにある橋桁に仮設階段で上がりましたが、とにかく怖い。現場の方に話を聞くと、埼玉県から単身赴任で来ているとのこと。そういった人たちが、現場で命がけになつて働いているということを発見するなど、まさに「出会いと気づき」がそこにありました。

私にとっては現場は非日常の場所であり、写真は自分の驚きを映す「鏡」のようなもの

だと思っています。

もっと「感動の局地戦」を

—ファッションの世界に携わっている立場から見て、土木の魅力を多くの方に知ってもらうには、どのような「見せ方」が必要だとお考えですか。

鈴木 — ファッションショーでは、1枚の洋服を見せるために、非日常の場所に舞台装置をつくり、照明や音響を入れ、驚きや感動を増幅させ、特別なものに見せていくということが大切になります。意外性を与えるという意味で、コシノジューンコは中国やキューバ、ミャンマーなどでもファッションショーを開催しています。

私が撮っている写真でも、工事現場の風景を切り取り、デザインして見せているわけです。広角のレンズを使っていますので、目で見るよりも威圧感がある。それをもっともっ



鈴木 弘之(すずき・ひろゆき)さん プロフィール

1947年、静岡県生まれ。JUNKO KOSHINOのバリコレクションをはじめ、数々のショーのプロデュースを手掛ける。2006年より写真家としての活動を本格化、建設工事現場に一時的に現れる構図を瞬間としてとらえるなど、「A MOMENT」をコンセプトに据えている。

関連記事：「トピックス(47〜50頁)」

お手伝いもしていければと思います。

気づけるイベントを行うなど活動をされています。どのような期待やメッセージを込めているのでしょうか。

鈴木——今、土木業界には、アゲインストの風が吹いています。しかし、長い目で見れば、国土の建設や保全の仕事というのは必須の仕事です。サッカーもワールドカップがあるから、練習を重ね、技を磨く。「技づくり」では、技術革新が日本の技術立国としてのポイントです。ニーズがあるから、ハイテク技術が磨かれていくわけで、ニーズが先細っていけば、開発力も弱まってしまいます。

土木系の学生が、大学に入って勉強していても、自分たちの将来に閉塞感があり、金融の仕事へ行けば良かったと思うようになってはいけません。そのためにも、自分たちの目指している産業に将来性があり、かつカッコイイものだと思ってもらうことが大切です。一見華やかに見えるファッション界も実は同じで、黙々とパターンを引いたり、一日中ミシンを踏んだりしている人たちが支えている。でも、最後はカッコイイと思ってもらえるから、憧れて入ってくる。土木の仕事も学生さんにカッコイイということを知らせることが大切です。3月7日の山手トンネルの開通記念のトンネルウォークでは、私も現場の巨大壁に、建設中の巨大写真を映すスライドショーを企画しました。そういった啓蒙活動のお手伝いもしていければと思います。

調するようにと考えて撮っています。

土木の人たちを見ていて感じるの、私たちの仕事をアピールしようということあまり考えていないことです。ただ寡黙に、黙々と仕事に取り組んでいる。

たとえば、私が首都高の広告をつくるなら、子どもに教えるように、今回開通した首都高中央環状線の大橋ジャンクションで何十万本のボルトが使われたのか、そういったことをアピールしたいと思いました。数字のもつ強さも表現としてあるわけです。ピラミッドだって何年かかって、石が何個積まれているということ、その偉業が理解できるわけです。年齢だっ

土木の仕事は カッコイイと思ってもらおう

——鈴木さんは土木業界を志す若い人を元

て、98歳といえば、すごい長生き！ となります。土木の構造物には、多くの労力と時間と費用がすぎ込まれています。広報では、短い時間でどれだけ効果的にこちらの伝えたいことを伝えるかが大事になります。いかに感動を伝えるか。サッカーでは局地戦が大切ですが、同じように土木業界の人たちは、もつともつと「感動の局地戦」を展開しないとダメです。