

# 展覧会カタログを超えた、オレンジの衝撃。

昨年、満員を記録したV&A美術館の『デヴィッド・ボウイ・イズ』展は、カタログも話題となった。ゴージャスなボウイが詰まった本の仕掛け人に取材した。

すべてはこのオレンジから始まった。

「1970年代、ボウイはイギリスだけでなく時代そのもののアイコンだった。時代とボウイを表す色をと考え、この色になったんだ。いい色だろう？」

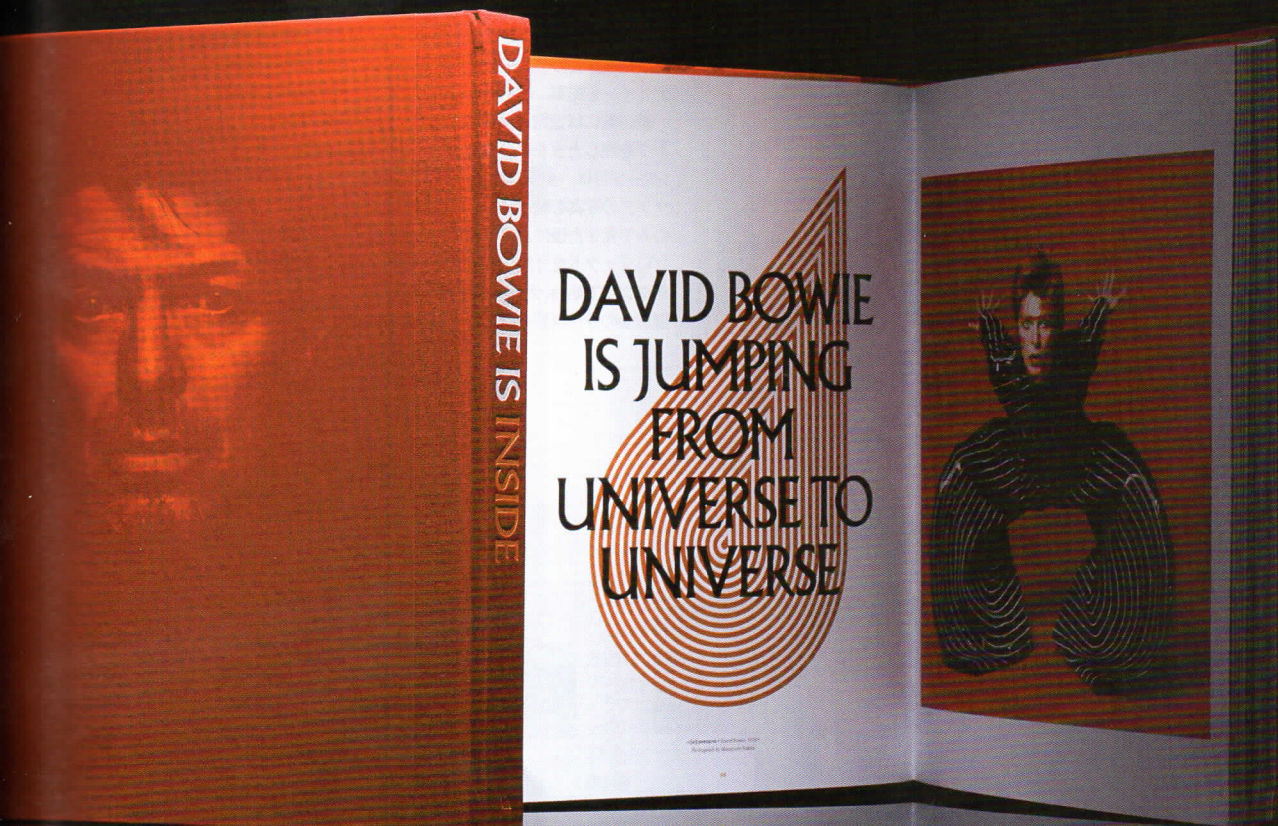
2013年のイギリスを代表する展覧会となった、ヴィクトリア&アルバート美術館でのデヴィッド・ボウイ回顧展『デヴィッド・ボウイ・イズ』。3〜8月までの長期開催にもかかわらず前売り券は早々に売り切れ、わずかの当日券を求めて人々が美術館前に連日、列をつくったことは記憶に新しい。

## ジャケットも手がけた、 デザインチームが担当。

この展覧会のカタログやポスターのデザインを担当したのは、過去にボウイのアルバムジャケットを手がけたことでも知られる、バーンブルックスタジオ。創設者のジョナサン・バーンブルックは簡潔な語り口で続ける。

「展覧会にまつわる販促物のデザインは、すべてこの本がベースになることが決まっていた。だから、表紙はボウイを表すに最もふさわしい色で強烈なインパクトを与えようと提案した」

ロックでサイケでグラマラスだったあの時代を語る色。彼のもくろみは予想以上に成功した。人々はこの展覧会を「あのオレンジの……」と形容し、オレンジを使った関連グッズは現在も人気だ。展覧会終了後もカタログが完



# 『DAVID BOWIE IS』

(『デヴィッド・ボウイ・イズ』展覧会カタログ)

ヴィクトリア・ブロークス / ジェフリー・マーシュ 編

ジョナサン・アボット / ジョナサン・バーンブルック デザイン

V&A Publishing

2013年

鮮烈なオレンジから始まったと語るバーンブルック。彼が1990年に設立した「バーンブルックスタジオ」は、ロンドンのソーホー地区にある気鋭のデザインスタジオ。六本木ヒルズのロゴなど仕事は幅広い。



れ続けることは稀だが、この本はいまでも人荷するとすぐに売れるという。

すでにボウイと信頼関係を築いていたバーンブルックスタジオだけに、彼らの試みは細部にいたるまで挑戦的だ。たとえば目次や各カテゴリーのアイキャッチに使われているロゴは、アルバムジャケットやコンサート会場、山本寛斎デザインの衣装（写真右）など、ボウイの歴史をひも解き、デザイン化した。テキストページの一部には斜めからスライスを入れる大胆なレイアウトを施すなど（写真左）、あらゆるページに演出があふれている。展覧会開催の2年前から始まった本の制作は膨大なアーカイブからの写真の選択、フィチャーされる歌詞や言葉の決定まで、数え切れないほどの工程を経ている。

「作業はすべて美術館側の編集者と共同で進められた。本はデザインだけではつれない。優秀な編集者なくしていい本などあり得ない。もちろんさまざまな点でぶつかりました」

いまはいい思い出と語る、表紙の文字を巡る論争。「IS」の文字を白で浮きたたせたかったデザイナー側と、ボウイの写真だけで「IS」を伝えられると考えた美術館側。最終的には文字を透明にすることで双方が納得した。すべては『DAVID BOWIE IS』（これがデヴィッド・ボウイ）をつくり上げるために必要だった。

ところで肝心の主人公はこの本をどう受け止めたのだろうか？

「この本はボウイの著書ではなく、ボウイがどう受け止められたかを語る本。本人の関与が一切ないことが重要だった。でも、すごく気に入ってくれたと聞いているよ」