

「伝統は、 スタイリッシュでありたい」

土屋秋恆 (つちや・しゅうこう)

水墨画家

聞き手：猪狩典子 (いがり・のりこ) + 井上明人 (いのうえ・あさと)
国際大学 GLOCOM 研究員 国際大学 GLOCOM 研究員

水墨画に現代アートを取り入れたライブパフォーマンスが、海外有名ブランドから注目を集めている。ライブ空間は人々をつなぎ、数々の企業とのコラボレーションは、「古くて新しい」スタイリッシュな世界観を具現化している。日本のコンテンツの未来を創るクリエイターに内在する、創作活動の原点はどこにあるのだろうか。「静と動」。「伝統と現代」。水墨画の既存概念を超越し、独自のスタイルで日本を再構築する水墨画界の異才、土屋秋恆さんの核心に迫る。

「水墨画は“おじいちゃん”だけの世界ではない」

猪狩——18歳で水墨画をはじめられたそうですが、「伝統芸術」という、若者にとっては少し格式高い世界に飛び込まれたきっかけを教えてください。

土屋——高校のときは革ジャンを着てバイクに乗って、バンドでドラムをやっていました。ただ祖父が浮世絵を集めていて、叔父の旅館に掛けてありました。小さい頃からそれを見て、なんとなくいいなあと、高校を卒業する頃、たまたま近所に有名な水墨画の先生がいるというので行って見たのが最初です。それから母が英語の教師をしていて外国人がよく家に来ていたのですが、彼らが持っている英語のガイドブックには、和の小物や写真がすごく美しく表現されていたりする。そういうのを見ていたせいか、日本茶を飲みながら和菓子を食べるような世界を、単純に年寄りのダサいものとは思わなかったですね。まるで自分自身、日本にやってきた留学生のような子でした。

猪狩——わずか3年で師範になり、その頃からライブパフォーマンスを開始された。ライブで水墨画を描こうという発想がすごいですね。



オーディオ・イベントにてライブペインティング中の土屋氏

土屋——21歳で師範になってからもバンドの活動は続けていました。当時は、バブルがはじけて景気の悪い時代で、何か混沌としていて、同世代の知り合いに「水墨画をやっている」と言っても、「おじいちゃんがやってたの?」という感じ。僕には、水墨画はおじいちゃんだけの世界ではなく、すごく「格好いい」ものだという信念があったのですが、それが誰にも伝わらないというジレンマがあって、それをライブハウスで描いてみたらどうだろうと考えました。若者の多い、コジャレた空間で描いてみたら、おじいちゃん用の文化とは違う色眼鏡で見てもらえるのではないか。そう思ってやってみたら、周りから「カッコいい」と認めてもらえた。とにかく、水墨画をいろいろな人に見てもらいたい、広めたいという思いが強かったのです。個展で作品を発表するのは当たり前で、あくまで閉ざされたコミュニティの人しか見に来ない。だから、多種多様な人たちが一度に大勢集まる空間でライブをやらなきゃと、取り憑かれたようにパフォーマンスをしていましたね。

猪狩——9月に神宮前で行われたオーディオのイベント*1では、車の横に見事な筆づかいで花を描いていらっしゃいました。車と水墨画のコラボレーションは異質でありながら調和していて、まさに新しい世界観でしたね。観衆の目前でそれも時間の制約がある中で描くのはかなりシビアではないですか。

土屋——師範から人前で描けなければだめだと指導されていたので、そういうのには慣れていました。それから、うちの流派は、わざとわかりにくいところから描きはじめる。何を描いているのか、側で見ていて人がなかなかわからないような描き方をします。ある種の驚きをもって人に見せないといけない、ということです。イベントでは1時間くらいかけて描きましたが、本当は30分くらいあれば完成できます。

猪狩——それはすごいですね。土屋さんは、クラシックなものを描く一方で、コンテナポリリー系の作品も多い。ライブを続けることで、作風が変化されたということはありませんか。

土屋——みんなに気軽にクラシックなものを見てもらいたい、という思いもあって、ライブでは100パーセント伝統的なものしか描いていませんでした。ただ、クラシックだと、季節ごとに絵柄が変わるぐらいで、あまり幅がない。ライブをすることで、スタイリストやファッション寄りのクリエイターたちと知り合ったのですが、彼らは、シーズンごとにコレクションが変わるので、前とは違うことが当たり前です。僕はクラシックですから、ずっと同じものを描いている。自分でもこれでいいのかと少し迷いがありました。28歳のとき、10年やってきたのだからもう壊してもいいだろうと、妙な納得ができたんでしょうね。それから、水墨画の上にマジックを塗ってみたい、自分が純粹に格好いいと思うものをいろいろ出していくようになりました。

猪狩——仏教彫刻や現代美術も勉強されていますが、そういったものから影響を受けたということはありませんか。

土屋——特に現代アートは、自分の内面をたたきつける表現がすごい。ただ現代アートでも、自分の内面を表現するだけではなくて、画角的に美しくなければいけない。きれいに見えるか見えないかは構図にかかっている。水墨画でも構図のとり方はものすごく大事で、共通項があります。ただ紙を墨で汚すだけでも、画角と構図が美しければ、汚れは美しく見えるわけです。その汚し方に日本的な画角が見えると言われると、そういうことかと気づくこともあります。

“ハブニング”がクオリティを飛躍的に上げる

猪狩——土屋さんは、アウディの他にも、ナイキ、クリスチャン・ディオールなど海外の企業との仕事が多いですが、そういう世界に出て行くきっかけは何だったのですか。

土屋——ライブを続けていたことがよかったのでしょう。クラブイベントで、エッジな人が集まる場所で活動していると、面白い人が来て見ていく。取材はときどき受けていました。東京でロンドンナイトがあるように、海外でもTokyoナイトというのがあるのですが、そのイベントで日本ばいパフォーマンスのできるアーティストを探していたフランスのイベントオーガナイズチームがあり、最初そこから声がかかりました。それから、やはりライブで知り合ったスタイリストの友達がファッション関係のディレクターを誘ってくれて、そこから人づてにつながっていったということもあります。

猪狩——企業とのコラボレーションには企業側の戦略、つまりブランドイメージの

向上と商品の売り上げ拡大が必要な要素になると思うのですが、企業のニーズと土屋さんが表現したいものがぶつかるようなことはないですか。

土屋——アーティストであると断言している限り、こういう雰囲気という緩い縛りはあっても、基本的には自由です。僕が現代アートをはじめたとき、土屋秋恆イコールこういう作風、というのをあまり決めたくなかった。こういう作品を描く土屋さんに仕事を頼みたい、ではなく、なんでもいいから土屋さんという人に描いて欲しい、というスタンスで依頼されるのが一番やりやすい。クラシックばかりやっても肩が凝りますし(笑)。

猪狩——ユニテッドアローズでは扇子のデザインもされています。デジタル化されて実際の商品になるときに、細かな筆の質感や色合いなど自分のアーティストとしてのこだわりからずれてしまうことはありませんか。

土屋——扇面になるときは印刷なので、発色が少し違うということはありませんが、僕はそんなことよりも売れた方がいいと思う。要するに、相手が企業であろうと、プロとプロのコラボレーションなわけです。前にスタイリストと仕事をしたのですが、打ち合わせは一日だけ。プロのカメラマンと、プロのスタイリストと、僕で一日だけ打ち合わせをして、いきなりスタジオに入って、はじめて全部組み合わせる。事前に来り上がりの完成形まで話をしてしまっていたら、偶発性が低くて何も面白くない。ハブニングがクオリティを飛躍的に上げる。ある程度信頼のおけるプロが集まれば、想像もできない何か新しいものができます。だから、僕は企業とのコラボレーションというものに抵抗がないです。

猪狩——土屋さんの作品はそういうハブニング性を取り込んで、より魅力的に進化していくのですね。作品を描きながら変わっていくこともあるのですか。

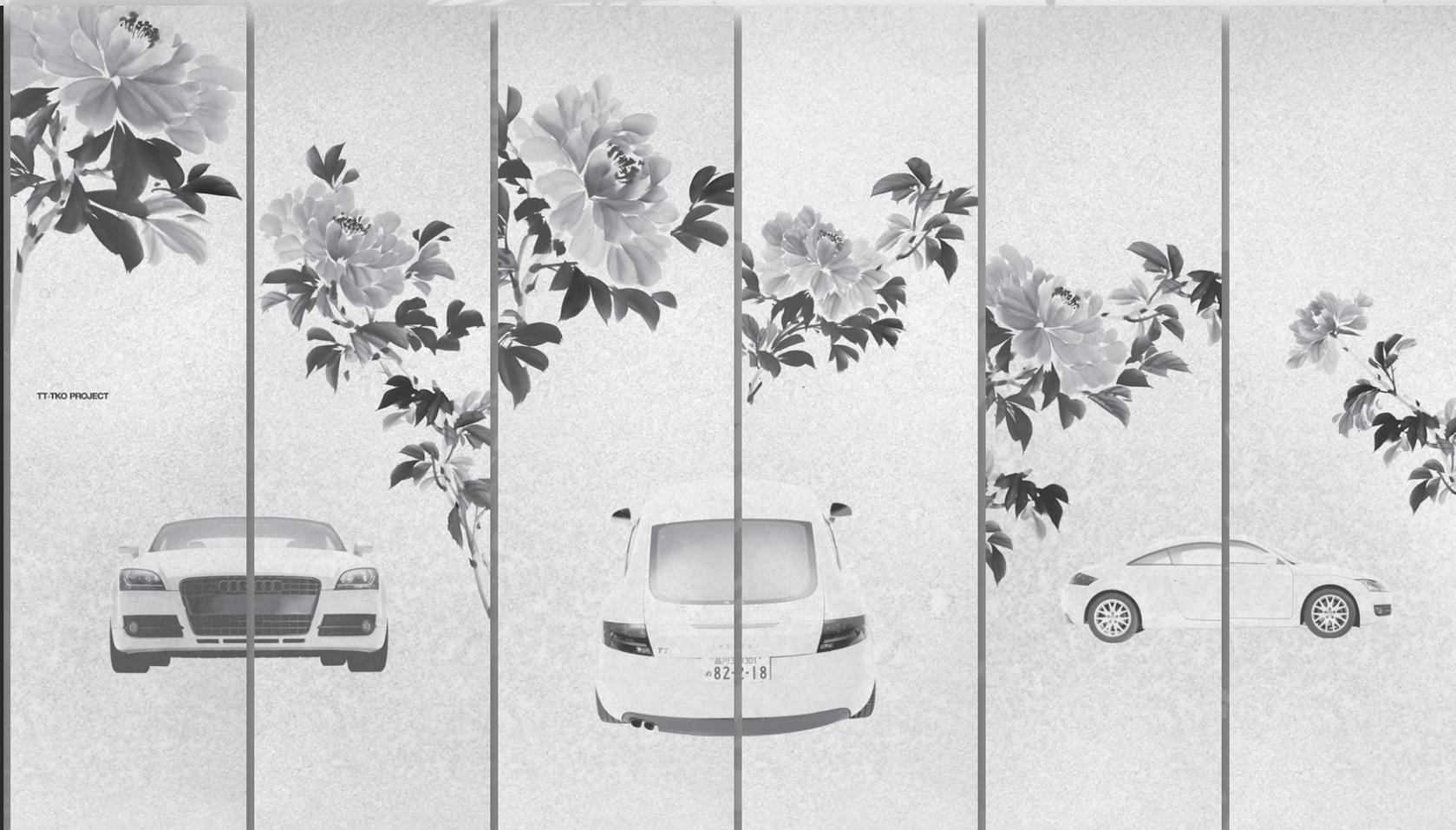
土屋——ライブでも、湿度とか気候、季節によって、筆をぼっとおいたときに墨の



UNITED ARROWS
STYLE for LIVING 扇子



Promotion Artwork for
Audi TT+TKO PROJECT



土屋秋恆(つちや・しゅうこう)

南北墨画会の師範。1974年生まれ。日本書画展、全水墨画公募展、国際文化祭等で数々の賞を受賞。日本およびニューヨークで個展を開催。コシノヒロコデザイン東京コレクションに水墨図柄を提供。イタリア美術展覧会『フィレンツェ・ビエンナーレ』正式招待参加。Christian Dior, TOMMY HILFIGER, VISA, NOKIA, Audi等、世界のトップブランドからの招待によるライブパフォーマンスを展開。2007年ユナイテッドアローズ扇子、ユニクロ・コラボレートTシャツ等、作品販売も展開。

走り方が違うことがあります。そのときは、人に気づかれぬように調整をします。当然、自分の思うような出来にならないこともあります。長くやっている、その技もだんだんうまくなってきます(笑)。

「作品の見え方が変わる」—— 記憶の扉を開ける「鍵」

井上——水墨画は墨だけで描きますが、墨がなければ世界そのものがないというような感覚はありますか。

土屋——基本的に黒しか使わないので、墨の濃淡で描くものは基本的に全部影です。光がないと影はできません。

猪狩——その墨の濃淡が、ピンクにもブルーにも見えるときがあって不思議です。

土屋——それは、見る人が自分の持っているイメージをそこに投影しているからです。実際に見ると、桜の花が淡いピンクだということを知っている、和紙にグレーを散らしたときに、なんとなくほんのりピンクに見えたりする。たとえば、和紙の上の方から1本だけ枝を垂らして、紅葉を何枚か描いたとします。後は白で、描かれているのがその1本の枝だけであったとしても、絵を見る人は、まわりを紅葉に囲まれた様子を想像することができます。それぞれの人が紅葉について持っている記憶は千差万別なので、紅葉の木がこうなって、ああなって……というのを全部描いてしまうと、おのおのが持つイメージとは違うものになってしまいます。僕はよく鍵というのですが、この鍵があることで記憶の扉が開く。でも、鍵の描き方によっては開かない。

井上——人によって鍵の在りかが違うと思いますが、誰かに向かって描くということ意識されるのですか。

土屋——いや、日本人のほとんどが桜をイメージするような絵でも、アメリカ人は全く別のものをイメージして美しいと感じるかもしれない。まったく違う角度からその作品をとらえるわけ。それが何かなのかと想像しはじめるときりがないので、僕は自分で思う扉の開け方を意識して描きます。

猪狩——土屋さんは、ステインアート*2の作品もたくさん発表されています。

土屋秋恆氏



土屋——染みというのは本来、意図的につけるものではなくて、壁から浮き上がってきたり、何かをこぼしたりしてできる。そこに何かの形を見えるという美意識がある。ステインアートは、そういうハプニングを利用して作品をつくっているわけです。筆で描くとどうしても和モノ度が高くなるのですが、あまり和モノ度が高いとTPOが限られてしまうので、今度は和から外したいということがあつた。そのときにステインは、和風のカテゴリー以外でも使えるので、作品として幅が広いということもあります。

猪狩——さまざまな企業とのコラボレーションによって、何か自分の作品にプラスになったということはあるですか。

土屋——企業のロゴが入るだけで、単体で見るとは作品の見え方が変わる。たとえばアウディだったら、作品が「車を見る」というフィルターを通して見られることになります。何か見たことがないものにしてやろうと思って、それができるとうれいすね。

井上——商業とアートの関係で、フィルターが変わるといのはとても面白い。あえて商業に行っているという意識はないですか。

土屋——売れるために作品をこうしようという意識を持ってしまうと危険ですが、自分が面白いと思う作品を、どういうルートを使って人目にさらすかということだと思います。だから、売れるアートプロデュースするのではなくて、自分が生み出した作品を売っていくようにプロデュースしていく。たとえば、作品を公園にそのまま並べても売れないけれど、それ相応の場所に持っていけば売れる。そこはすごく意識します。

「東京だからこそ、僕のアートが受け入れられた」

井上——土屋さんは、伝統的な世界で描かれてきた水墨画を、ライブにしたり動画にしたりと、違ったメディアにも持ち込んでいます。そういうメディアを横断した活動をしていくなかで、土屋秋恆として核になるものを何か意識していますか。

土屋——スタイリッシュでなければいけないとは思いません。伝統的なものであるだけに、どうしてもモサさを伴う。一度、和装でやってくれと言われてありますが、水墨画だから着物、というのはやめようよと。いつも洋服を着ているわけじゃないですか。日常感の中で、なおかつスタイリッシュでありたい。だからYouTubeに動画*3を出すときも、筆で墨絵を描くのでは面白くないと思って、糸に墨をつけて描きました。フュージョン和食みたいな感じかな。和食だけれど洋食とのコンバインが進んでいる。普通のカジュアルな格好で食べに行ける料理屋さんで、実はその料理人は一流の和食をつくることもできる。そんな感覚です。

猪狩——土屋さんは海外でライブをされたり、グローバルな企業に作品を提供され



たりしていますが、客観的に見てご自身の作品は海外からどういうふうに見られていると思いますか。

土屋——「これぞまさに今の東京だ」と言われたことがあります。東京にはお寺もあるし、和装で歩いている人もいるし、お寿司屋さんもたくさんある。しかし、日本人全員が純和風で暮らしているのかというと、むしろそういう人の方が少ない。でも、和っぽいものの感覚は、すごく強く日本人の中にある。それを今の生活の中で、何かカッコよく表現したいと考えていましたから、それを言われたときはすごくうれしかったですね。

猪狩——東京という街で創作することで、パワーをもらうことはありますか。

土屋——海外に行けば行くほど、東京はすごい街だと思います。街角ごとにいろいろな文化があって、それが道や線路やネットワークでつながっていて、それを消費する人間がたくさんいる。東京だからこそ、僕のアートが受け入れられたと思います。

猪狩——最後に、土屋さんにとって水墨画とは何でしょうか。

土屋——人と会うためのツールです。このお陰でいろいろな人に会える。会うのが楽しいし、話したり聞いたりすることが楽しい。よほど人が好きなんです。

【インタビューを終えて】

土屋氏による、伝統文化とライブのメディア横断、日本イメージのグローバル展開といった仕事は、ポップカルチャーに限らないメディアミックスや、グローバル展開の事例とも言える。こうした幅広い越境的な活動は、「水墨画家」である以上に、ライブハウスやクラブハウスの人間としてのアイデンティティが可能にしているようだった。土屋氏にとってのライブは、SNSとしての役割を果たすと同時に、その場に応じた作品スタイルの変更を迫る場としても機能していた。温故知新、ではないが時代状況に応じて旧来のシステムが、別の新しいシステムと混ざり合って大胆に変容を遂げていく過程を、土屋氏ほど体現している個人も珍しいのではないだろうか。

(2008年10月17日収録)

註

★1——TTS THE PARTY presented by TT+TKO PROJECT

★2——“染み”の美しさを表現した芸術。墨だけでなく、絵の具、食材、油等を使い、掛け軸や洋服にさまざまなステイン（染み）をつけたスタイリング、ファッションを創造すること。

★3——<http://jp.youtube.com/watch?v=cNMyHgA48bk>