

淺葉克己×永井一史 葛西 薫×廣村正彰

「廣告與CI設計的未來」

「海報與書籍·版面設計的未來」

後藤繁雄

構成·編集

日本設計 大師力

デザインの未来

「平面設計的未來」

永井一正×原研哉

JAGDA

企画·編集

「包裝與一般平面設計的未來」

松永 真×佐藤 卓×森本千繪

デザインの未来 日本設計大師力

編著 JAGDA社団法人日本平面設計師協會、後藤繁雄

譯者 桑田草

文字審校 黃碧君、鄭麗卿

美術設計 廣村正彰

中文版美術設計 林秦華

中文版版面構成 黃雅藍

責任編輯 王建偉

特別感謝 黃亞紀、羅喬偉

行銷企劃 郭其彬、王綬晨、夏馨芳、邱紹溢、呂依敏

總編輯 葛雅西

發行人 蘇拾平

出版 原點出版 Uni-Books

台北市中正區重慶南路一段121號5樓之12

(02) 2311-3678 傳真：(02) 2311-3635

大雁文化事業股份有限公司

台北市中正區重慶南路一段121號5樓之10

24小時傳真服務 (02) 2375-5637

讀者服務信箱 Email: andbooks@andbooks.com.tw

19983379

大雁文化事業股份有限公司香港發行

大雁(香港)出版基地・里人文化

香港荃灣橫龍街78號正好工業大廈25樓A室

852-24192288 傳真：852-24191887

地址 anyone@biznetvigator.com

電話

E-mail

初版一刷 2010年12月

定價 399元

ISBN 978-986-64008-27-4

版權所有・翻印必究

(Printed in Taiwan) ALL RIGHTS RESERVED

缺頁或破損請寄回更換

Original Japanese title: デザインの未来 (Design no Mirai)

Originally published in Japanese by PIE BOOKS in 2009

PIE BOOKS

2-32-4 Minami-Osaka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 JAPAN

© 2009 Japan Graphic Designers Association Inc. / Shingo Goto / PIE BOOKS

The Complex Chinese Language Edition © 2010 by Uni-books, a division of ANID Publishing Ltd.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means,

graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information

storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

國家圖書館出版品預行編目資料

デザインの未来 日本設計大師力
JAGDA社団法人日本平面設計師協會、
後藤繁雄 編著；桑田草 譯。
一 初版。－台北市：原點
出版：大雁文化發行，2010〔民99〕.12
228面：15×21公分
譯目：デザインの未来 (Design no Mirai)
ISBN 978-986-6408-27-4 (平裝)

I. 平面設計

964

9917963

日本設計大師力

デザインの未来

前言

《日本設計大師力》一書為2007年5月，於東京中城設計中心（Tokyo Midtown Design Hub）「日本平面設計：JAGDA 1981-2006」作品展所舉辦一連串以「設計的未來展望」為題之交棒系列對談的內容紀錄，並經整理、補充、編輯而成。

此次的展出是社團法人日本平面設計師協會（JAGDA）過往30年的成果回顧展，特別自1981年發行至今合計26本《JAGDA年鑑》中擷取共約900張圖片，內容涵蓋海報設計、廣告設計、CI、標章、LOGO設計、包裝設計、書籍、版面設計、一般平面設計等六大類別，及以「廣島的呼喚」（Hiroshima Appeals）為首，由JAGDA企劃之原創海報約100張，共計約1000件作品。

這次的「交棒系列對談」，希望在驗證作品展中所陳列的日本「過去」之設計成果的同時，也能窺探「未來」的發展。此4場座談會針對4個不同領域、不同主題之探討，不但引起現場的熱烈反應，也成就了深度的對談內容。會中所有出自專家們的發言充滿了啟發性，對於肩負開創「設計的未來」之後生晚輩而言，是極富意義的建言。我等將此對談內容編輯成書，期盼它不僅是單純的對談紀錄，更是為「設計的未來」提供微薄貢獻的一張領航地圖。

探尋平面設計的本質

廣村正彰

社團法人日本平面設計師協會

2006-2007年度作品展主任委員

JAGDA自1978年創立至今，一向於發展日本平面設計與提升設計師社會地位不遺餘力。日本平面設計，尤其是海報設計，自70年代初期即備受全球矚目。這都要歸因於日本特有的圖案設計風格與新式印刷技術多樣化兩者的結合，讓海報的發展欣欣向榮。後隨同經濟高度的發展，日本的設計能力也不斷提升，為國內外所認同，而不再只是圖案設計。

然而時至90年代初期，經濟發展達到巔峰，在泡沫經濟破滅的同時，設計師們亦著手於重新檢視過往對於設計的認知。在此之前，設計僅被視為作品的展現，而在新的時代裡，新的設計認知誕生了，設計不再侷限於作品的展現，連同創意的產生與設計的思維過程，整個設計的過程和架構均被列入設計的範疇。這樣的發展，讓平面設計的主流從海報設計逐漸衍生出眾多跨領域的新作品，甚至包含了肩負傳播功能的書籍，乃至環境空間的設計。

隨著時代的變遷，有其變、有其不變者。此次展出活動與交棒系列對談，主要在探尋日本平面設計的本質，亦為認識設計與社會關係密不可分之寶貴經驗。

我們，將無限再造起點

後藤繁雄

編輯／創意總監／京都造形藝術大學教授

歷史，總有更迭轉換的時期。但大多情況，多屬事後察覺。二次大戰結束後，世界仿若凍結，進入所謂「冷戰時期」的短暫和平。現今此冷戰已經終結，在這21世紀初葉，日後的歷史學家將會如何看待這個時代呢？

毋庸置疑的，設計亦存在於這樣的歷史洪流之中。1970年日本宣傳美術會宣告解散，幾經波折，1978年JAGDA成立，持續不斷地致力於推動設計價值與設計師職場的重要性。

若重新審視30年來的平面設計的變遷，我們會看到，設計即是一面時代之鏡，更確切地說，那是段感慨於設計工作不再僅止於單純的個人才華之展現，更是時代想像力之「解」，時代想像力之解決方案。勝見勝曾將JAGDA的成立視為一場「設計運動」，他寫道：「這是一場推動社會新價值的慢速社會改革。」（《日本平面設計年鑑'81》序）。而龜倉雄策雖一度倍感無力，亦曾在一場論及「和平海報」的演說中指出，「設計師的理性與感性在於尋求自我表述的方式」、「設計的過程是嚴峻煎熬的奮戰」。出發點。當年不論就公共建設或商業利益的領域，日本設計都處於最艱困的草創時期。如果有人能將這之後30年的歷

史以線性來闡述，肯定是痴人說夢。進步的衝擊、消費之反省、戰敗，之後東京奧運與大阪世博會所造就的復興與成長，經濟泡沫化……。歷史不可能以單一直線的線性來描述，審視歷史的眼光必須重塑、重製。我們不該僅以單純的「作品展」來看待此次JAGDA的展出。展望未來的視野是不可或缺的。因為，此時此刻正是想像力重新歸零的當口。戰爭、人權、環保，屬於21世紀的潘朵拉寶盒已被打開了。我們沒有慨嘆時代的混沌，耽溺於鄉愁的權利。此外，在此全球化網際網路興盛的時代裡，東京這座城市的整體重建亦將面臨重大的設計變革。此刻，我們即將經歷無數次的系統重整，才不致於被淘汰。亦即，再造出發點的時期。

回顧JAGDA這30年來的腳步，並非為了回顧而回顧，而是為了再造一個新時代的出發點，一個契機。如今，每一個人都將參與這場必然到來的文化領域進程。是該有所自覺，因為我們就站在歷史的新起點。

目次

002 前言 關於「日本平面設計：JAGDA 1981—2006」作品展

003 探尋平面設計的本質

廣村正彰

社團法人日本平面設計師協會

2006—2007年度作品展主任委員

004 我們，將無限再造起點

後藤繁雄

編輯／創意總監／京都造形藝術大學教授

009	第一部 「廣告與CI設計的未來」	——	淺葉克己×永井一史
061	第二部 「海報與書籍・版面設計的未來」	——	葛西薰×廣村正彰
111	第三部 「包裝與一般平面設計的未來」	——	松永真×佐藤卓×森本千繪
161	第四部 「平面設計的未來」	——	永井一正×原研哉
208	活動概要		
212	JAGDA 年表		
216	後記	——	後藤繁雄

社團法人日本平面設計師協會

1978年成立，時為日本唯一全國性平面設計師法人組織。
簡稱「JAGDA」。

擁有國內外約2600名會員，為亞洲最大設計團體。

目前於日本國內各地多方致力國際交流，

出版年鑑與設計教科書、舉辦作品展與學生活動、

推廣設計權保護制度、制訂設計規費表，

並透過設計工作推動城鄉發展及政府委託事業。

第一部
廣告與C I設計的未來



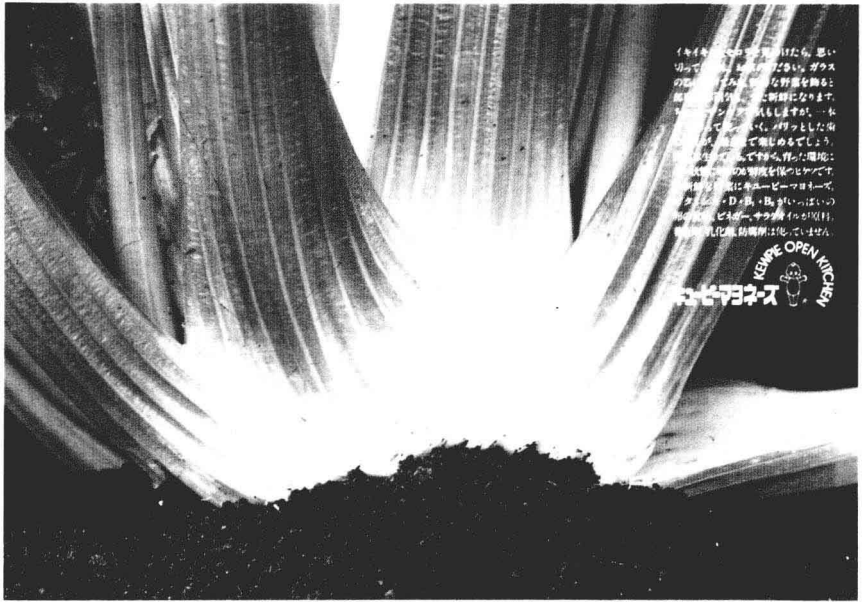
淺葉克己

1940年生於日本神奈川縣，曾任職桑澤設計研究所、LIGHT PUBLICITY廣告製作公司，1975年成立淺葉克己設計工作室。主要作品有西武百貨「美味生活」、三得利「夢街道」、武田製藥「合利他命A」、三澤住宅「在家慢慢來」（家ではスローにん）等。熟諳中國納西族東巴文。東京造形大學、京都精華大學客座教授。曾獲2002年東京ADC大獎、日本國家紫綬勳章。桌球六段。



永井一史

1961年生。1985年多摩美術大學美術學院設計系畢，後任職博報堂。1999年參與博報堂品牌規劃設計。2003年成立博報堂設計公司，一手包辦品牌設計的策略及廣告製作。主要作品有三得利「伊右衛門」、Premium Malt's頂級啤酒、「日產汽車」[SHIFT]與「TEANA」、資生堂「形象廣告」、日本郵政「民營化」與「賀年促銷專案」等。



水に活ければ、この鮮度を保てます。



一瞬も
一生も
美しく

TDK

イマ人を刺激する。

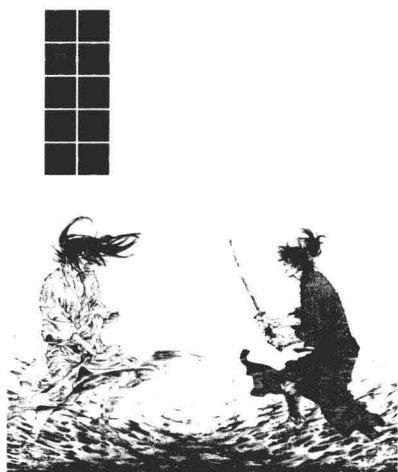
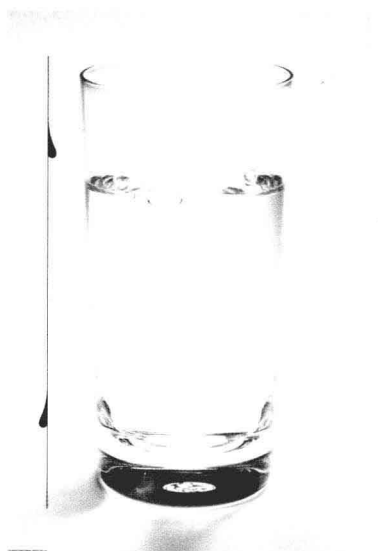


浅葉 TDK「刺激現代人」

永井 三得利「伊右衛門」



浅葉 「MISAWA DESIGN 2007」・西武百貨「美味生活」
永井 「REGAL」



66



浅葉 「WATER FOR LIFE」・「TOKYO LOVE」

永井 「REGAL」

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com