

Music
Visual Arts
in JAPAN

日本流行音樂視覺設計

——

日本流行音樂視覺設計

企畫・構成 Planner & Organizer

IDEAfried Studio ideafried@ideafried.com / www.ideafried.com

文字 撰稿 Writer

郭佳展 Chia-chan Tsai・王正宜 Cheng-yi Wang

美術設計 Designer

王正宜 Cheng-yi Wang

Music Visual Arts in Japan

副總編輯 楊如玉

責任編輯 程鳳儀

發行人 何飛鵬

法律顧問 台美國際商務法律事務所 羅明通律師

出版 商周出版 城邦文化事業股份有限公司／台北市中山區104民生東路二段141號9樓／電話：(02) 2500-7008／傳真：(02) 2500-7759／E-mail: bwpservice@cite.com.tw

發行 英屬臺灣群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司／台北市中山區104民生東路二段141號2樓

書虫客服服務專線：02-25007718・02-25007719

24小時傳真服務：02-25001990・02-25001991

服務時間：週一至週五09:30-12:00・13:30-17:00

郵撥帳號：19863813 戶名：書虫股份有限公司

讀者服務信箱E-mail: service@readingclub.com.tw

歡迎光臨城邦讀書花園 網址：www.cite.com.tw

香港發行所 城邦(香港)出版集團有限公司／香港灣仔軒尼詩道235號3樓／E-mail: hkcite@biznetvigator.com／電話：(852) 25086231／傳真：(852) 25789337

馬新發行所 城邦(馬新)出版集團／Cite (M) Sdn. Bhd. (458372 U) 11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia／電話：(603) 90563833／傳真：(603) 90562833

印刷 卡樂彩色製版印刷有限公司

總經理 農學社／電話：(02) 29178022／傳真：(02) 29156275

城邦讀書花園

www.cite.com.tw

2007年12月19日初版

Printed in Taiwan

2008年1月22日初版4刷

售價／360元

著作權所有。翻印必究 ISBN 978-986-124-959-9

國家圖書館出版品預行編目資料

日本流行音樂視覺設計 / IDEAfried Studio 企畫・構成

→ 初版 → 臺北市：商周出版：家庭傳媒城邦分公司發行，2007.11
192 頁：17×23 公分 → (生活館)

ISBN 978-986-124-959-9 (平裝)

1. 平面設計 2. 視覺設計 3. 流行音樂 4. 日本

962

96019928



Music Visual Arts in JAPAN

日本流行音樂視覺設計

在一次偶然的機會中，看到日本TOWER RECORDS唱片行的廣告，slogan寫著：「NO MUSIC, NO LIFE.」，當時不但對這句話深有所感，也對廣告的設計印象深刻。

日本的音樂產業在亞洲國家中發展得最為成熟、多元，從CD封套的設計、PV（MTV）的拍攝、巡迴演唱會的規畫到相關週邊商品的行銷方式，無一不讓人讚嘆，你不但可以從中欣賞到豐富的視覺設計和影像風格，也對日本人的創意行銷十分佩服。

日本音樂產業分眾化的成功，給予了CD設計和PV拍攝更大的發揮空間，CD不一定非得以歌手為主要圖像，PV中也不會老是只看見歌手對著攝影機唱歌，創作的主題和可能性都無限擴大，甚至有少數導演，讓PV的意義超越了銷售音樂的單一目的，而成為他們個人的獨特影像作品。

無論是在台灣或是歐美，關於音樂視覺設計的書籍都並不多見，因此我們懷抱著對流行音樂文化的熱愛，製作此書。

PREFACE

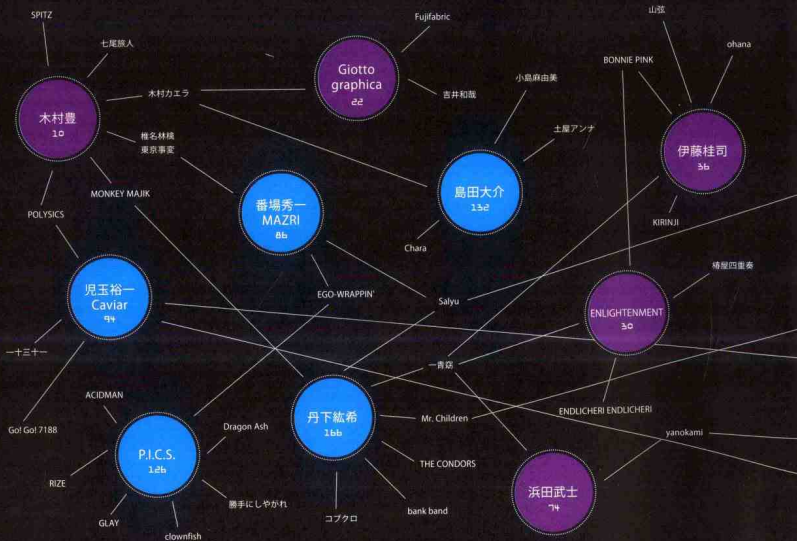
張永豪（唱片設計師）

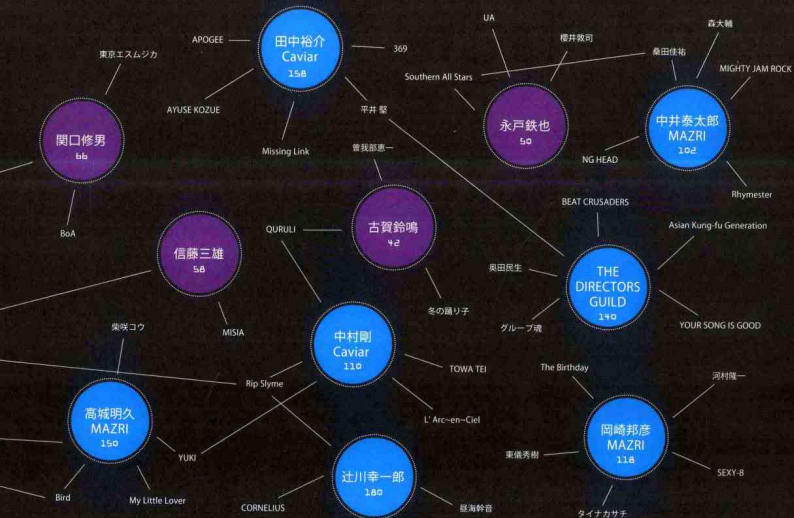
常常在唱片行裡拿起一張唱片，扣除有目的的尋找，很多時候我們是因為那個封面的某些視覺元素，吸引自己想把它拿起來看第二眼，同時心裡面常常會有兩種不同的os：「怎麼可以那麼醜（邊研究到底是怎麼搞的）。」或「怎麼可以那麼厲害！（然後正反面來回翻轉不下十次一再給它無言地捶心肝）」。

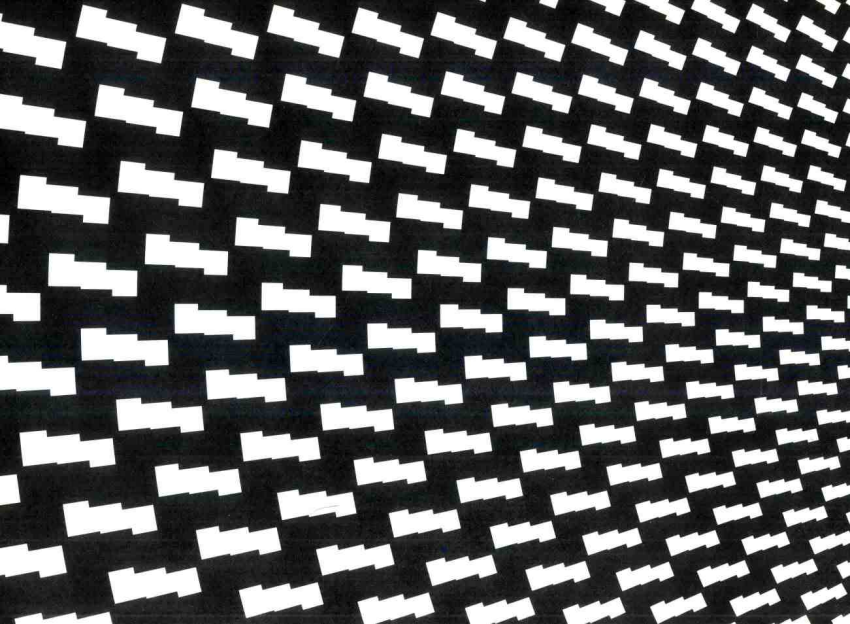
五月的時候在TOWER買了一張Mr.Children的專輯「Home」，從封面、封底、內頁到CD面，全部沒有Mr.Children（是啦我想大家還蠻習慣的）；專輯內的每一頁都是一組家族系統，從年齡最高的一代到最年輕的一代聚在一起，透過地上白色的繩子端點，每一個成員以樹狀脈絡或環狀排列站開來（family / friends）。專輯內不是每個Home都有為數眾多的家人、不是只有人類才能成為一個Home，每一張照片都可以帶給你對每一個不同的Home的想像。（嗯，自己去想辦法找來看）

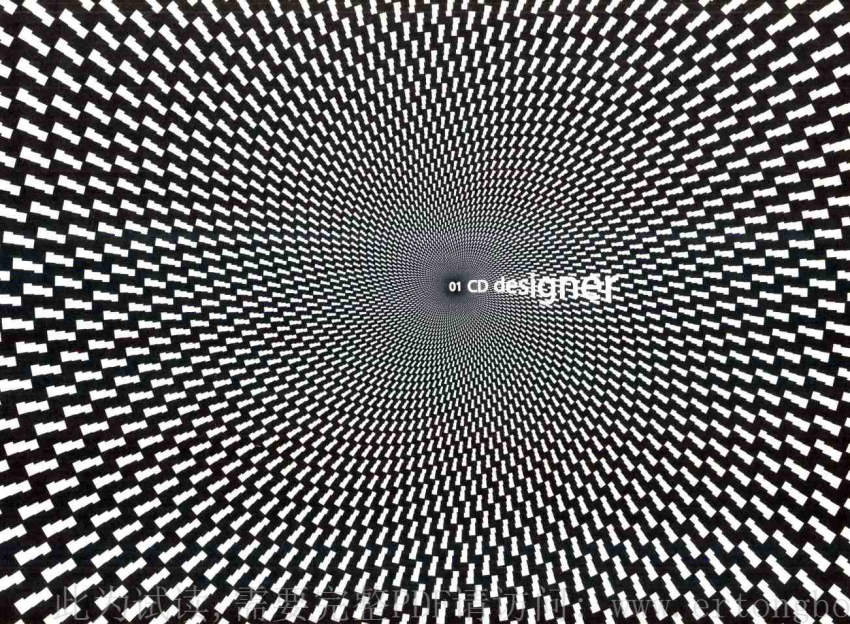
買到這樣的專輯，有時候真的是會讓自己很開心。因為作為一個（組）藝人（音樂產品）的包裝，有時候它投射出的是一組個性、一個哲學命題、一個進步或退化的腦袋以及一個對質量與深度的尊重。而透過音樂企劃的「看」的形象所及，當你拿起一張唱片，你可能同時拿起了一群天才高度濃縮的小聰明、拿起了一組人馬完美合作的奔放才華，讓你覺得音樂是有重量的。

有時我們真的無法控制自己市場跟環境的樣貌（你知道的嘛，設計師常常盡力後還是會很無力），但至少很慶幸我們還可以保有自己的taste跟愛上一件件好作品的勁——翻開任一頁可能的激動，看別人、看市場、看藝人跟消費者，也反看自己。









01 CD designer

此为试读,需要完整PPT请访问: www.ertonghe.com

木村豊

Central 67



木村豐的設計獨特乾脆，毫不猶豫地直接撞擊你的視覺感官，他不要弄花俏、過度繁複的構圖疊像，沒有虛空做作的模糊美感，簡單的概念，就把專輯主題一語道破，清楚表達出他的意念。

椎名林檎和木村豐合作得很早，這位特立獨行的日本搖滾天后從出道到現在自組東京事变樂團，張張專輯都是由木村豐所設計，幾乎每次都會讓你對木村那充滿張力、混合了古怪與幽默的奇異創意大感佩服，如「罪と罰」（罪與罰）裡，手持日本武士刀，將賓士車砍成一半的女武士；用藥品概念來包裝三張單曲的「絕頂集」，以及在黑白色調、放滿樂器的浴缸裡，放入特色的「蘋果」和「貓」（暗喻著林檎和ネコ，neko，同日文中文貓之意）的「椎名林檎×斎藤ネコ 平成風俗」。

木村豐之於椎名林檎／東京事變的設計，總是飽含了既張狂又美麗的細節，在一針見血式的主視覺中，悄悄潛入細膩的小設計，他喜於設計一些帶著趣味意象的小icon，如為椎名林檎設計了代表她的蘋果icon，或是在側標的背面印著花紋，而在東京事變時期，他則以「鶴」作為東京事變的符號，同時將日式傳統的紋樣和圖騰，以現代化的手法展現，讓設計散發著純日式的華麗質地。

如果拆解木村豐的設計，其中最重要的元素就是那張喻意深遠的主題照片和設計感十足的字體，木村豐曾說過，他平日就喜愛設計字體，所以每當在執行設計案時，他便會從之前設計好的字體中挑出適合者，他說那往往有出人意料之外的效果，而不像為了某個專案特別做的字



體，過於刻意，這大概是木村豐獨特的設計習慣。唱片設計中的字體比其他設計範疇來得更為重要，或者說有更大的發揮空間，對木村豐來說，放在CD主圖上、歌詞本上的字體都會變化為圖像的一部分，它不再只是文字，而會以各種形式適切地融入主視覺之中。

在椎名林檎之外，與木村豐合作最久的樂團，該屬成立了二十年，仍不改其民謠搖滾堅持的SPITZ，他們的合作始自1995年，正好也是木村豐成立Central67設計事務所的那一年。SPITZ的主唱草野正宗畢業於武藏野美術大學，因此木村豐與SPITZ的合作方式十分有趣，常常是在討論時，草野針對專輯主題提出關鍵字，木村豐再依此來發想設計。SPITZ的樂風，執著且純粹，和木村豐的風格十分契合。

除了設計，木村豐也是MTV的導演，一如他的設計，他的影像風格也悠遊在直線邏輯的敘事模式下，直接地說著故事，當然，他那略帶一點怪異的創意，也更自由地在MTV中暢快釋放，每一首MTV都像是開啟了一個異世界般地，使人充滿驚喜。



椎名林檎×斎藤ネコ / 平成風俗大吟醸
DVD jacket / EMI Music Japan, 2007

延續「平成風俗」的設計風格，
以簡單端崎椎名林檎、貓頭輪廓齋藤ネコ，
包裝上，宛如精緻的黑色禮盒，
以燙金的方式，印上貓耳與貓，
再將CD與DVD以印著花紋的日式和紙包裹著。



あなたは

「アトク様様サシガタ」

星 夏 知の
民大いんのも
舞地 舞の
舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の

舞の舞の舞の



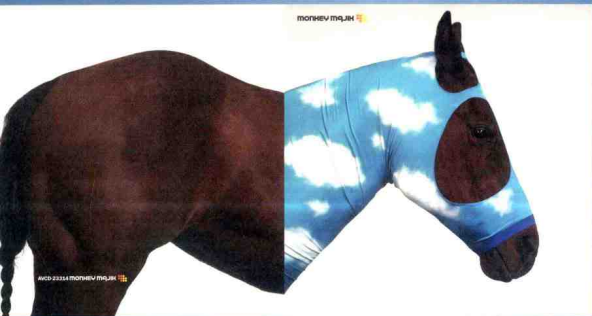
東京事變 / Just can't help it.
DVD jacket / EMI Music Japan, 2006

沒有用演唱會現場的照片作為DVD封面的設計，
而是在攝影棚，將兩位模特兒造型如真人般來拍攝。



椎名林檎 / 天使ストリップ
CD jackets / EMI Music Japan, 2000

以粉紅為基調，
將椎名林檎扮成美少女卡通中的人物。



MONKEY MAJIK / 空はまるで
CD jacket / avex entertainment inc., 2007

直接取自歌名的概念，
以「天空」作為設計的主要圖像。

