

Small Japanese Style Graphics

P·I·E BOOKS



Small Japan Style Graphics

Copyright ©2003 P·I·E BOOKS

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.

P·I·E BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 Japan Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812 e-mail: editor@piebooks.com sales@piebooks.com

ISBN4-89444-256-6 C3070

Printed in Japan

Ħ

次

\cap	004	序文 Foreword
0	004	P文 roreword
5		
-	010	ダイレクトメール Direct Mail 招待状、グリーティングカード、ポストカード
e		Invitation Cards, Greeting Cards, Postcards
=	030	フライヤー Flyers
-		
S	058	装丁 Book Design
	078	パッケージ Packaging 製品パッケージ、ショッピングバッグ Product Packaging, Shopping Bags
	136	冊子 Publications カタログ、パンフレット、広報誌 Catalogs, Pamphlets, Leaflets, PR Magazines
	198	その他 Others

217 インデックス Index

Small Japanese Style Graphics

P·I·E BOOKS



Small Japan Style Graphics

Copyright ©2003 P·I·E BOOKS

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.

P·I·E BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 Japan Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812 e-mail: editor@piebooks.com sales@piebooks.com

ISBN4-89444-256-6 C3070

Printed in Japan

Ħ

次

\cap	004	序文 Foreword
0	004	P文 roreword
5		
-	010	ダイレクトメール Direct Mail 招待状、グリーティングカード、ポストカード
e		Invitation Cards, Greeting Cards, Postcards
=	030	フライヤー Flyers
-		
S	058	装丁 Book Design
	078	パッケージ Packaging 製品パッケージ、ショッピングバッグ Product Packaging, Shopping Bags
	136	冊子 Publications カタログ、パンフレット、広報誌 Catalogs, Pamphlets, Leaflets, PR Magazines
	198	その他 Others

217 インデックス Index

いったい、いつ頃から「和風」という言葉が出てきたのだろうか。

長い鎖国時代を通して育まれた江戸文化のあと、明治維新という国を挙げての大変革によって、外国の 文明・文化が急速に取り入れられるようになった。それまでの成熟した江戸の文化に馴染んでいた一般の 人々は、どんな思いでこれらを受け入れたのだろう。歴史としては知りつつも、実際自分がそこに生きてい たのならと、不思議な感慨に浸ってしまう。

今、私たちの社会や生活を見渡しても、西洋建築、洋服、交通機関、道具を含めた食事のバラエティに 富んでいること、何の違和感も感じないのが面白い。

逆に西洋文化の視点からは、日本の様式が「ジャポニズム」といわれ、日本人は自らの様式を世界でも 特殊な文化である「和風」と認識するようになった。

私自身が「和風」と自覚して「ジャポニズム」を見て育った訳ではない。これがまた、私が日本人である証なのだが。祝い事に使われる紅白の幕、食事のお膳や道具の漆器類(これは正に"Japan"と英語化されている)、また近所で見かけたおばさんたちは、日常着として着物を着ている人が多かった。家の中では障子や襖、欄間の彫刻や鴨居、天井の木目、畳替えをしたときの匂い、土壁、漆喰壁の静かな風合い。いずれも天然素材を用いて造られており、西洋の家の中とくらべると実にこざっぱりとしてシンプルであった。

又、田舎に育った私には野や山の新緑、秋の紅葉、川に近かった子供の頃の四季の木や草の色、咲き変わる花の姿などの世界が、私の「和風」の原点かもしれない。川原へ出掛けよくそれらを写生したことや、 一人で暗くなるまで、あちこちを歩きまわり山を見上げ、飛騨川の音を聴いていたことを思い出す。

この頃の私には、和風もジャポニズムもなかった。グラフィックデザインの世界に入り、はじめて「和」を強く意識するようになる。それは、昨年(2002年)亡くなられた我が師、田中一光先生の作品に出会ったときであった。少年時代にあまりにも稚拙な日本的なものに目が馴らされていた私にとって、先生の美しく豊かな「日本の美」の表現は大変な驚きであった。この感銘が、その後の私のデザイン観の中に大きくふくれあがっていった。

四季に富んだ日本という国にあって、日常の月ごとの行事も、正月、節分、雛祭り、花見、端午の節句、七夕と季節の移り変わりに沿うように、私たちは生活を送ってきた。その中から生まれた文化が、江戸時代の町人の創り上げた、日常を美しく生きようとした「和風」につながるものだろうと思う。絵巻や屏風絵をじっくりみると、描かれているお兄さんやお姉さんは、キザで実にカッコイイのだ。着物の柄や嚢物など、羨望するほど大胆でイキなのである。

あるものに何かをあしらうとか、見立てる、しつらえるといった言葉。ワビ、サビなどの空気を掴むような言葉の奥に濃密に存在する美意識は、やはり「ジャポニズム」の粋だと思う。

そんな歴史の延長線上に、今私たちは生きている。私は私で、それらから何かを受け継いでいる。今は パソコンで誰もが自在に表現できる時代なのだが、手仕事でなされる仕事もパソコンで描く仕事も、ひと の意識を抜きには、成立しないだろう。作業をスピードアップしてくれるハイテクの力に振りまわされない ようにしながら、平成時代にあっての「新しい和風」というものを探っているこの頃なのである。



Just when did the term "Japanese style" emerge?

The Meiji Restoration brought a radical cultural shift away from Edo culture, which had cultivated through a long period of isolationism, moving to adopt Western civilization and culture in its stead. How did the general public, accustomed as they were to Edo culture, receive this? We cannot say for sure, having not actually lived through it, but we would have most likely been overcome with astonishingly deep emotions.

Now, surveying the tremendous variety in our society, replete with Western architecture, clothes, food and tableware, it is interesting that we do not feel anything amiss.

From the viewpoint of Western culture, Japanese style is called "Japanism," and Japan has begun to perceive things Japanese as some unique form of world culture known as "Japanese style."

I was not bred with a consciousness of "Japanese style," nor with an eye for "Japanism," which is testimony in itself to my being Japanese. At celebratory affairs we hung a red and white curtain, meals were served on small trays in lacquerware dishes (duly called "Japan ware" in English), and many of the women in my neighborhood wore kimono as everyday clothes. Our home had shoji and fusuma sliding partitions with openwork panels above them, lintels and wood-grain paneled ceilings. I have fond memories of the smell of newly covered tatami mats and the subdued textures of mud and plaster walls. Every part of the home was made using natural materials, and compared to Western homes they were clean and simple.

Having grown up in the countryside, it was the natural world—the tender spring greenery in the mountains and the fields, the tinted autumn leaves, the seasonal hues of the trees and flowers near the river, the everchanging silhouettes of blossoming flowers—that were the source of my "Japanese style." I often took a lunch box to the dry riverbed where I sketched those features, wandering about alone until dark, gazing up the mountains, listening to the sound of the Hida River. My parents were amazed that I never tired of sketching. My brother often went off fishing; I sketched day after day after day.

It wasn't until I entered the graphic design world that I first developed a strong awareness of "Japanese-ness"—upon encountering the work of Ikko Tanaka, my mentor who passed away last year (2002). His rich and beautiful expression of "Japanese aesthetics" shocked my eyes that had been over-accustomed to naïve things Japanese during my youth. This impression subsequently formed a large part of my view of design.

In this country abounding with seasonal changes, our lives, like the ordinary monthly events—New Year's Day, Setsubun (the day before the old calendar beginning of spring), the Girl's Festival, cherry-blossom viewing, the Iris Festival, rice-planting, the Star Festival—ran parallel to the turn of the seasons. The culture born from that lifestyle is linked to the "Japanese style" of living everyday life beautifully which was refined by the Edo period townspeople. If you look carefully at scroll and folding screen paintings you see that the young men and women in the vicinity are showy and stylish. The patterns of their kimono and accessories are enviably bold and chic. Words such as ashirau (to garnish), mitateru (select and choose), and shitsuraeru (to furnish) come to mind. The deep aesthetic sensibility behind these and words such as wabi and sabi, which are like grasping air, are the quintessence of "Japanism."

We live as a direct extension of that history. While I am myself, I am also heir to elements of that history. We also live in an age in which anybody with a computer is free to express themselves—but work, be it created by hand or on a computer, will not come into existence without the midwifery of human consciousness. While we should not be at the mercy of high technology, here in the Heisei era we are at a point were we must seek a "new Japanese style."

TSUBOUCHI Tokiyoshi

Graphic designer. Born in 1946 in Gifu Prefecture. Majored in design at Tajimi Prefectural Technical High School. After working at the Tokushu Paper Company and Ikko Tanaka Design Studio, he established Tokis Design Studio in 1982. He is presently producing the exhibitions "People and Paper Culture" and "The Potential of Art" for the Paper House Gallery in Ginza. His many awards include the Japan Advertising Artists Club Exhibition Encouragement Award (1969), the Mainichi Industrial Design Award "Special Prize" (second place, 1970), the NAAC Exhibition Grand Prix (1978) and the top 2001 Display Design Award. He is a member of the TDC and JAGDA, for which he is also an auditor.



日本は、古来よいものがたくさんある国である。特筆すべきは四季豊かな自然であり、そこには、季節 折々の祭事や行事がある。狭い国ながらこれらは各地の風土特有の伝統や文化を育み、人々の営みをも含 めた知恵や工夫が伝承されている。伝承されているものの最たるものは、匠の技として今も伝えられ続けて いるものが少なくない。また日本には、こうした気候や風土が授けた独自の言語と色彩感覚がある。織物 や焼き物にいたるまで、清らかな水や豊かな地質などの自然の厳しさと恵みとを紡ぐものが産物して多い由 縁である。

こうした自然の色や文化の息吹の中に隠されている、小さなサインを見つけることが私の仕事の始まりである。それは、ひとつのカタチあるものが持っている、今日までに受け継いできた脈々と流れるストーリーをみつけることでもある。そしてその作業は、そこに存在するモノの持つ「本質」とは何かを考え、そのモノが受け継いできた時代の背景や文化をプロローグとして受け止め、いまの時間軸の中で、どうすればここから先にも受け継がれていくモノであり続けることができるか、というストーリーを新たに描いていくことにもつながっていく。

そうすることは、そのモノが現代の人々の暮らしの中に関わり、単なる機能としてでなく、モノとしての 新たな価値を生み、慈しまれていく存在にもなりうるからである。

海外では奇しくも「和」ブームである。彼らは「和」=ZENという海外的なアレンジの発想で、よいクリエイションを生み出している。しかし、私たちは私たちの細胞をも形成している、この「和」の時間軸の中にもっと堂々と身をおいてもよいのではないかと、思う。自分史も含めたルーツや、自然の時の経過をたどり、奇をてらう発想ではなく本質に立ち返ることこそ、クリエイティブも本質に近づける機会を得る。

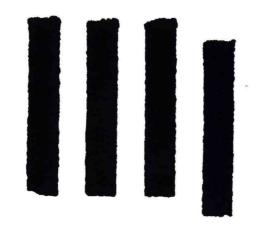
現代の日本は、技術革新や国際化の名のもとに、多くの情報やものが交差している。価値あるものもまやかしも混在する時代の中で、こうした情報に翻弄されるのではなく、まっすぐ自分の足で立ち、自分の視点で情報の本質を見抜く力こそ、私たちが時代に必要とされる力であろう。

残念なことに現代は、商品以外のそれに関わる販促物やパッケージなどの広告宣伝物は、その多くが「ごみ」 と化している現象がある。ところが以前は、美しいしおりやポスター、きれいな空き箱などは目的が達せられた後、その人なりの工夫により、暮らしを彩る小道具として新たな息吹が与えられ、大切にされてきた。

和食の優れた料理人は、皮でも切り屑であっても、生み出されたものはすべて工夫をして使い切る。無 駄なものは何ひとつ生み出さないことを「料理」と呼び、それが生きとし生けるものを「食」することであ るとする。

それはまさしく「和」の美しいこころであり、受け継いでゆくべき暮らしの文化といえる。

私たちの仕事も、創出するものが「ごみ」化してしまうような過ちは犯してはならない。私たちの仕事とは人々の環境に新しい価値を与え、大切にされるモノとして存在し、いまここから未来につながる環境の一部になることを忘れてはならない。



Within Japan's great cultural heritage, the seasonal variation in her rich natural environment, as well as the festivals and events tied to it, deserve special mention. Although it is a small country, the natural features and climate of each region within it have fostered unique traditions and culture—techniques and wisdom of things related to the art of living that have been passed down over the ages as oral tradition. Many of these skills and arts, the greatest legacy of these oral traditions, are still practiced today. Japan's climate and natural features have also invested her with a unique language and sense of color. The austerity and the blessings of nature— pure water, fertile soil—are integral to many Japanese crafts, from textiles to ceramics.

My work begins with small hints found in the colors and culture of Nature. It also involves a search for the stories that live on unbroken in each and every object that has form. From there I consider the essence of the object and, making its historical and cultural background the prologue, proceed to create a new story that considers how that object will keep the legacy alive within the present time scale, thus maintaining the connection.

This approach ensures that these objects relate to modern lifestyles—not just functionally, but existing and having value as objects in their own right.

Oddly enough, "Japanese-ness" enjoys a wonderful reception around the world. It is perceived (outside Japan) as synonymous with Zen and as something that gives rise to good design. Those of us whose cells are formed of the same "Japanese-ness" would do well to address our aesthetic more consciously, I feel. Tracing our roots both personal and cultural back over the natural course of time to find their essence brings us closer to the root of creativity than a simple display of "unconventionality."

Vast amounts of information and products flow in and out of modern-day Japan under the twin banners of technological innovation and internationalism. In an age when things of value are intermixed with common fakes, the ability to stand fast on our own two feet and recognize the essence of information from our own viewpoint is absolutely necessary to keep from being rocked to and fro by these various messages.

Unfortunately, most of the promotional materials and packaging for products today end up as trash, whereas in earlier days beautiful bookmarks, posters, empty boxes and so on, once they had fulfilled their initial purpose, were reused in unique ways as accessories to add color to daily living.

A master of Japanese cuisine finds a use for every part of every ingredient, even down to the skin and gristle. To him, "cooking" is the art of wasting no ingredient, "eating" all God's creations great and small.

This is the true beauty of Japanese-ness and one aspect of the art of living that should live on.

The things we create must not commit the sin of becoming trash. Rather, they should lend new value to people's surroundings, be treasured, and form part of the environment that will link us to the future.

NAITO Hisamoto

Editorial Notes

クレジット フォーマット

Credit Format

作品用途 Item

クライアントの業種 Type of Business

制作年 Year of Completion

作品サイズ=天地×左右(形態/総ページ数) Size= Height×Width (Format/Total Pages)

CL: クライアント Client

CD: クリエイティブ・ディレクター Creative Director

AD: アート・ディレクター Art Director

D: デザイナー Designer

P: カメラマン Photographer

I: イラストレーター Illustrator

CW: コピーライター Copywriter

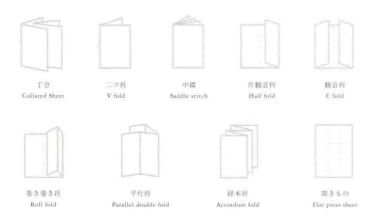
DF: デザイン事務所 Design Firm

CE: 監修 Chief Editor

A: 著者 Author

L: 聞き手 Listener

上記以外の制作者呼称は、略さずに記載しています。 Full names of all others involved in the creation/production of the work.



サイズ表記をしているのは、"ダイレクトメール" "フライヤー" "骨子" のコンテンツに収録されている作品のみです。尚、"ダイレクトメール" "冊子" の作品は関じた状態でのサイズを記載しています。

Dimensions are shown only for direct-mail, flyers, and brochures in their closed form if folded or bound.

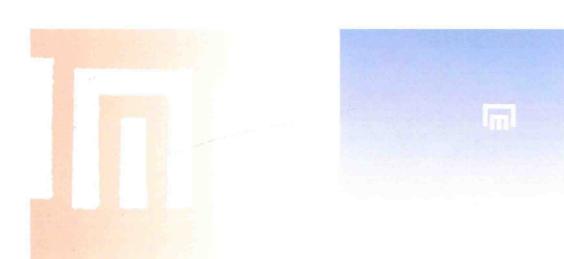
サイズの後に、作品の(形態/総ページ数)を記載しているのは、 "ダイレクトメール" "冊子" のコンテンツに収録されている作品のみです。(一部作品を除く) Other details — format, number of pages, etc.

—follow the dimensions for direct-mail, and brochures only. (as applicable)

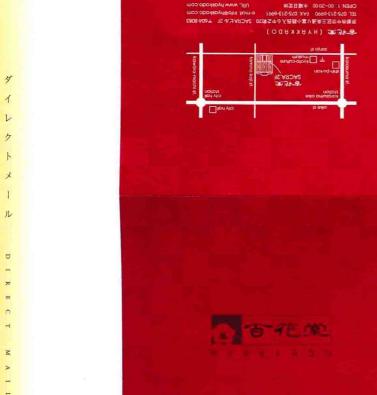
出品者の意向により、クレジットデータの一部を記載していないものがあります。 Please note that some credit data has been omitted at the request of the submittor.

英語名は、頭文字のみ大文字、それ以外は小文字で表記を統一しています。 All alphabetized names are indicated in initial caps。









野の草花や、楓、光など、さりけない自然から感じる季節感 ときには、はっとするモダンな感性。 昔のきものを収集しながら、日本人の独特のおしゃれ感覚に出会うたびに

あらためて感心し、うれしくなります。

そんなアンティーク (明治・昭和初期) きものを素材にした服を主体とする オリジナルプランド、所任業 | HYAKKADO | のショップがオープンします。 (在)を感じる、ときめきのある職がチーマです。

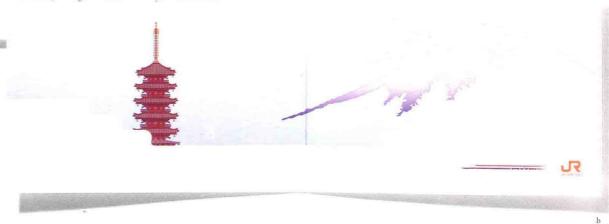
京都三条通りの大正時代の建築、SACRAドル2階の小さなスペースですが、 「相」「大正モダン」「現代のモダン」のミックス感のある空間の中で **脊椎と直接触れあえるプライベートな雰囲気を大切にし、** きれいな空気が流れるようなショップにしてゆきたいです。

けいたいけっかも、ソンドィーナ百花堂



Season's Greetings

Season's Greetings and Best Wishes for the New Year



a 開店告知 Opening Announcement アパレルメーカー Apparel Maker 105×150 二ツ折 V Fold 2002

CL, SB: 百花堂 Hyakkado CD, AD, D: 高橋美和 Miwa Takahashi Ь グリーティングカード Greeting Card 旅客鉄道 Railway Company 105×148 二 9折 V Fold 2001

CL: 東海旅客鉄道株 Central Japan Railway Company CD: 渡辺正実 Masami Watanabe AD: 阿部幸男 Yukio Abe AD, D, I: 木村経典 Kyoten Kimura

DF: ㈱ジェイアール東海エージェンシー Jr Tokai Agency Co., Ltd. DF, SB: 楽天デザイン室 Rakuten Design Room



a 展示会告知 Art Exhibition Announcement アパレルメーカー Apparel Maker 148×105 2002

CL, \$B: 百花堂 Hyakkado CD, AD, D: 高橋美和 Miwa Takahashi P: 石田順治 Junji Ishida b 展覧会出品 Art Work 社団法人 Corporation 150×105 1997

CL: 日本グラフィックデザイナー協会 Japan Graphic Designers Association Inc. AD, D, SB: 中野仁人 Yoshito Nakano



DESCRIPTION OF THE

of marrying, but numered the suitors, promined with a challenge, exare adject, and promised her hand in marrange to the first successful asked for the atone bowl of a Hotokesama, from the second, a gold and silven Houras Island, from the third a cowrise from a wallow nest, from the foort of Chinese yat, and by glowing hall from a dragon's neck.



| 17,435 | 18.30-28780 | 17 Y.38 | 18.30-28780 | 17.47 | 17.88 | 18.30-28780 | 17.47 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 | 17.88 |

Takeikji a meri

graphic station countries with





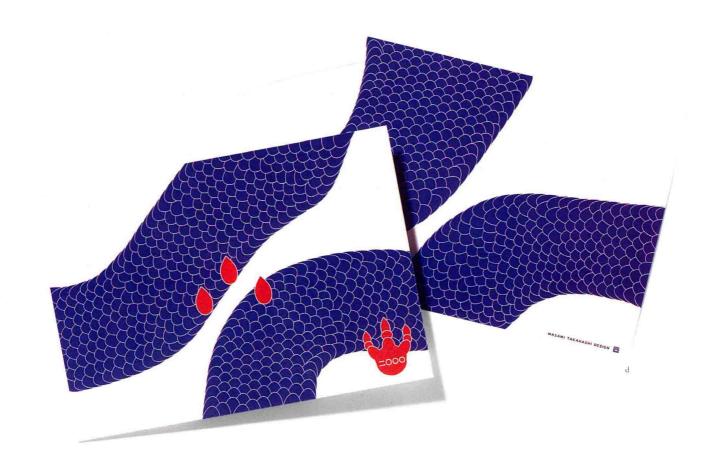
展示会告知 Art Exhibition Announcement イラストレーター Illustrator の150×150, 105×150 2001

CL, I: 牧かほり Kahori Maki AD, D: 高橋正実 Masami Takahashi SB: マサミデザイン Masami Design









a 年賀状 New Year's Card デザイン事務所 Design Firm 150×105 2002

CL: 大倉三幸㈱ Okura Sanko Co., Ltd. AD, D, SB: 坪内祝義 Tokiyoshi Tsubouchi b, c 年賀状 New Year's Card デサイン事務所 Design Firm 150×105 2001, 2002

> CL: Tokiデザイン室 Toki Design Studio AD, D, SB: 坪内祝義 Tokiyoshi Tsubouchi

d 年賀状 New Year's Card デザイン事務所 Design Firm 105×150 2000

CL, SB: マサミデザイン Masami Design AD, D: 高橋正実 Masami Takahashi