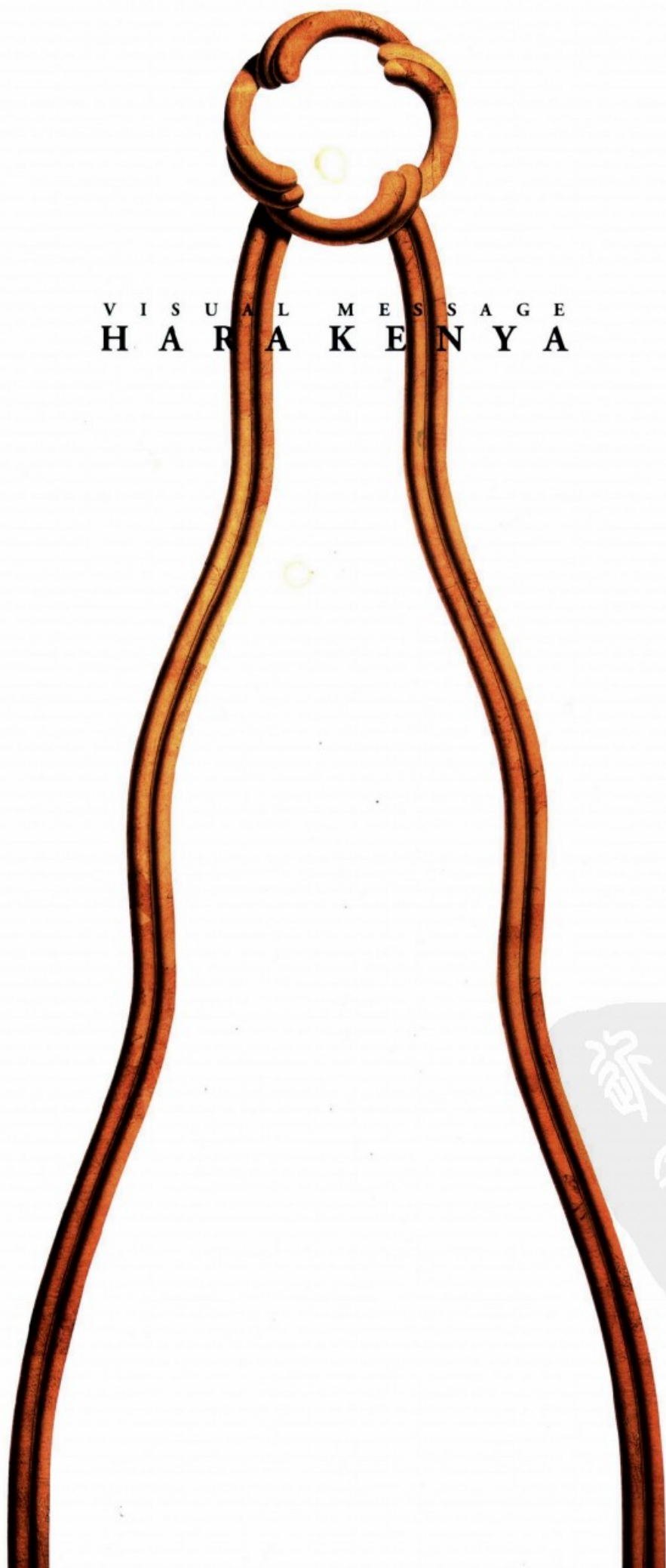


原研哉的设计世界

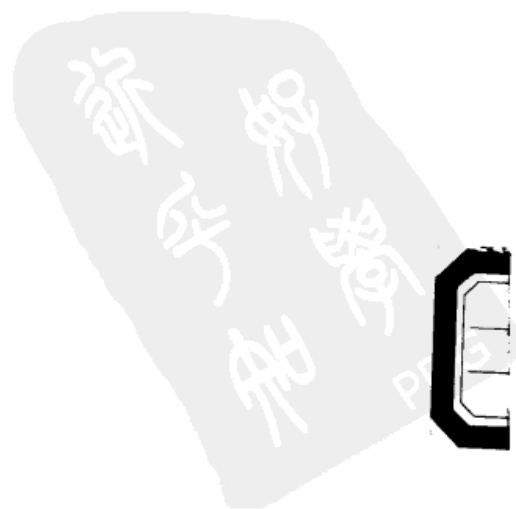
V I S U A L M E S S A G E
H A R A K E N Y A



设计
视觉传达
设计

PDG

广 西 美 术 出 版 社



ISBN 7-80674-082-1/J · 83 定价：90.00 元

图书在版编目(CIP)数据

原研哉的设计世界. 第1卷 / 朱锴主编. —南宁: 广西美术出版社, 2002.5

(视觉语言丛书 / 朱锴主编)

ISBN 7-80674-082-1

I. 原... II. 朱... III. ①广告—设计—日本—图集②包装—设计—日本—图集③标志—设计—日本—图集 IV.J534

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 014704 号

视觉语言丛书·著名平面设计家·原研哉

书 名: 原研哉的设计世界

策 划: 朱 锴

主 编: 朱 锴

设计制作: 朱锴设计事务所

日本国神奈川县横滨市户塚区矢部町 941

ARUBERUBIBUI 101

FAX: 0081-45-862-4755

责任编辑: 姚震西 白 桦

文字编辑: 何庆军

出 版: 广西美术出版社

发 行: 广西美术出版社

社 址: 广西南宁市望园路 9 号(530022)

经 销: 全国新华书店

印 制: 深圳雅昌彩色印刷有限公司

开 本: 635 mm × 965 mm 1/8

印 张: 18.5

版 次: 2002 年 4 月第 1 版

印 次: 2002 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80674-082-1/J · 83

定 价: 90.00 元





向为这套丛书提供详细资料并接受采访的各位设计师和在现场采访过程中给予协助的全体人员致以深深的谢意。

——朱锷





Visual Message

Hara Kenya

原研哉的设计世界



著者
Writer
监修
原研哉
Kojima Ryohei

主编
Editor
朱锴
Zhu E

策划
Producer
朱锴
Zhu E

责任编辑
Editor-in-Charge
姚震西
Yao Zhenxi
白桦
Bai Hua

文字编辑
Editor
何庆军
He Qingjun

制作设计
Composition
朱锴设计事务所
ZHU E Design Studio
平面设计
Graphic Design
原研哉
Kojima Ryohei



目 录

9	序	
11	攀登设计生命之树	原研哉
13	追求本质力量的原研哉设计	永井一正
1	17	PRESENTATION OF JAPAN
2	45	DESIGN WITH PHOTOGRAPHY
3	59	PACKAGE DESIGN
4	85	ART POSTERS
5	107	SPACE DESIGN AND SIGN DESIGN
6	127	BOOK EDITORIAL DESING
144	原研哉略年谱	
146	作品一览表	





视觉语言丛书·序

Visual Message Books (视觉语言丛书)是由旅日平面设计家和出版人朱镔先生主编、设计并撰文,全面性、系统化介绍日本设计师和设计动向的丛书。令人赞叹的是他花费了几年的时间,亲自走访了几乎每一个设计师,和他们交谈、对他们进行采访,与他们一起整理资料。本丛书几乎包括了战后日本设计史上老、中、青几代设计师中的主要杰出人物,更难能可贵的是每一册作品集中,还收入了这些设计师各自独特的思维、创造过程和制作过程,使丛书具有很高的学术研究价值。

在后现代消解一切的时代里,在消解经典、消解权威的同时,更需要的是冷静的研究、理性的阐释,在这样的时代氛围中把日本几代设计精英完整地、如实地摆到中国的设计师面前,为走向21世纪的设计艺术和设计审美文化的发展提供合理化借鉴,这应该是朱镔先生耗费近7年时光来构思和筹划这套丛书的基本出发点和意图。本丛书介绍的设计师都有着彼此不同的理论模式,持有各不相同的见解,各自用自己的作品阐述着各自的设计思想。在一套丛书中如此集中、系统地分析、介绍一个设计大国的设计动向,这在世界设计图书出版界里也并不多见。书中详尽的作品点评和制作过程剖析以及图片资料形象地阐明了平面设计的主要原理,相信本丛书定能给大家带来许多启示。

本丛书点评的每一位设计家的作品集均由作品和制作过程剖析两部分构成,并都配有设计特点评介。本丛书面对中文读者,但为了专业人员查询资料之需,一部分附有英文对照。





攀登设计生命之树 原研哉

开始学习设计后不久,我便对“建筑”这门学科产生了自卑感。我是上美术大学设计专业后才开始接触到设计概念这个词的,当时对于是从接触到德国鲍豪斯(Bauhaus)理念才开始真正领略到一点设计真实含意的我来说,建筑是综合一切设计的最高水平,在我头脑中闪光,在我心目中占据着特殊的位置。与建筑和城市计划相比,平面设计、工业设计、纺织品设计等各领域只不过是看成被建筑统一前的低水平面被切割成片的小房间而已。

建筑和城市包括家具、宣传画、书籍、照明灯具等一切。用鲍豪斯的观点来讲,建筑和城市可以被看成是由设计各领域组成的交响乐。因此把平面设计这个领域定为自己职业的我,好像坐在一个巨大管弦乐队的一角扮演着吹口琴这样一个小角色。当然即便如此,也并不是说吹口琴这个角色不好,如果在这个岗位上充满自豪地扮演好这个角色,能出色地演奏的话这当然也好,然而我却无论如何也难以进入角色。总之,对于设计,我强烈地憧憬着攀登能看穿设计全部的山顶。我想攀登能看到设计这一概念所涉及领域的一切角落的山巅。换句话说来讲,我从来没有如此热衷于“设计”一词,从来没有如此喜欢“设计”一词。

由于上述原因,我曾不止一次想辞掉平面设计工作而改学建筑。但是为什么没有那样去做呢?其原因我自己也不明白,也许是由于重考建筑专业还要重新学习数学太麻烦的缘故吧。但这也不是决定的因素。我憧憬魅力无穷的建筑世界,但终究我还是没有走入这个世界。在我差一点就要决断进入逻辑性高于感觉的建筑世界前一刻,我还是控制了自己,这恐怕还是由于我觉得我自己适合搞平面设计这种工作吧……但又不甘心。其结果是自己老是在无数次的冲动中踌躇,犹豫不决,苛责自己,这种情绪不断持续、积累就形成了开头讲的自卑感吧。

但是,在做平面设计工作中,随着时间的流逝,我的自卑感也渐渐地消逝,完全从那种情绪中摆脱出来了,感到身心无比的轻松。发生这种转机主要是由于我对设计的看法、观念发生了根本性变化,即不应从物质的侧面来看它,一切都应从“交流”的观点来看。我们依旧住在屋顶下,建筑物依旧在增加,组成新的城市。但我渐渐地明白了一个道理,即对人的生活和文化来说,更重要的与其说是物质,毋宁说是“信息”。墙壁、地板、天花板是物质,但用另一种观点来看,它们也是能向我们五官感觉说话的“信息”。

就连城市也是这样,它不单纯是由混凝土建造的楼房的堆积物,而是有速度和密度的多种信息的堆积。这样只有具有编辑信息、构筑信息,使信息完美地流通下去的这种技术的“交流设计”领域,才有广阔的发展前途。就连建筑物也不是位置固定在一个特定场所的物体,它在各种图像中不断变化,被作为媒体中流通的信息来捕捉,也可以把它考虑成自己工作的领域。

另一方面我在这里所说的“信息”不是作为无机质数据的堆积,而是指人体五官感觉所提供丰富情趣知觉对象物的体验。虽说是专门搞平面设计,但当然也不是只注重于视觉,而是要有综合触觉、嗅觉、听觉,甚至味觉去察觉丰富的感觉世界、充实这个世界的技术。使这种技术通过交流的方式应用于社会。这就是我所思考的设计。

因此,不管宣传画的制作也好,商品广告产品的制作也好,或是进行空间设计也好,都应着眼于充实信息量,换句话说也就是充实素材,即文字、图片、插图等造型零件。即着眼于充实作为其零部件的这些具体材料的信息量,使其按照自己的目的进行最适当的编辑作业,这即是我的设计原则。

在这里让大家看到的是我近10年工作的成果,我认为这只相当于作为一个设计师的我的初期水平。通过这样的工作,我好不容易才明白了一点我的设计观究竟是什么。

现在,能够高度快速地进行信息编辑、加工和流通处理的计算机及工业技术已经普及,我更深入地认识到要树立以交流为起点的新的观念。在这种环境中,一般进行无感性繁乱枯燥数据的操作,因此我们必须构筑人体五官能感知的具有更丰富更高品位感觉的信息建筑物,这也是我今后设计工作的理念。

我开始攀登设计生命之树。我只不过还是爬在树的下边而已,但我感到浑身充满了攀登的喜悦。我还要向上攀登,要爬到更高处,能更远地看设计地平线。



追求本质力量的原研哉设计

永井一正

原研哉是一位善于抓住事物本质力量的设计师。向设计观念挑战的设计师很多,可是原研哉对于相对课题能从最基本处出发,进行深入探讨,把一切弄清楚。也就是说广告主想交流什么?商品的构成情况怎样?……这些问题他都要从根本上重新进行认真思考,先进行咀嚼消化弄清楚广告主的意向后,再考虑如何使广告对象接受,不断进行推敲,一直到脑子里形成一个成熟的概念为止。他是一位能抓住事物本质,并以此为据点从理论上去构筑设计的这样一种类型的平面设计师。

他对有关设计所有要素的选择和推敲都是十分严密而细致的,广告画也好,商品包装也好,展品造型也好,甚至到作为材料使用的纸和印刷设计,一点都不能漏掉。

以商品包装的标签举例的话就会非常清楚,比如威士忌标签,威士忌是什么?是怎样发展过来的?这些所谓酒的构成和素材他都要一一去考虑。他选择的纸不是像普通设计师所说的那种单纯作为洛格铅字和商标印刷载体的纸,是彻底追求纸自身价值及纸存在感的结果。一旦商品包装机能、流通机能这些环节处理好后,他便将精力投向更具根本性的东西。比如标签上文字的印刷好不好?整体气氛是否破坏了商品结构?等等一些细致的地方他都要一一地进行探讨。活字印刷品设计也是一样,一边引进欧洲古老优美的文字书写传统艺术,一边消化吸收它,使它形成具有自己独特风格的造型。这也是如何将酒这种物品所具有的最本质的东西挖掘出来的辛勤劳动,通过追溯历史,对人的历史、文字本身及历史本身的认真思考,达到表现历史的传统美和历史的永恒性。他的平面设计总是充满着一种紧张气氛,这也就是说他的作品成功主要是取决于最后他对整体把握的情况如何。在那里就好像本阿弥光悦的书法和俵屋宗达的画进行合作时所产生的绝对要一次决胜负的那种场所表现出的紧张感。当然原研哉的宣传画是大量生产,决不是只制作一张。但是看了原研哉的作品后,给人以这是不是惟一的一张精品这样的印象。和想包容一切的西方意识不同,日本的传统空间意识是空白的部分叫空间,在那里有闲逸和紧张的空感和气氛,从他对作品整体的空间和造型的细腻描写,以及对空间的取舍、空间意识等使我们好像看到了日本传统空间的一端。对细微部分的推敲也就是删减作业,去掉多余的部分,他在注意力高度集中而充满紧张感的他的独自空间世界里不断地升华。

他的宣传画一看就知道不是以强劲的气势压倒一切,它没有视觉上的冲击力,而具有内心呼唤般的吸引力。不是被强劲所吸引,而是一看心就不由自主地被吸引过去,想仔细地看看那种感觉。而且再一次看的话,一看就像很柔弱的东西组成的奇怪的造型,给人一种完全用异质材料画成的感觉。它究竟该叫什么呢?也可以说有一种悬在宇宙中那种感觉的东西,或是说我们原有的概念正

在向一个完全异质的空间世界转去,一看不能立刻判断出是什么,应该稍再向前踏进一点的那种令人迷惘的感觉。它和艺术作品的创作不同,它是视觉交流界线的极限,正因为如此,它作为平面设计是成立的。这就是其他人所没有的原研哉的设计风格。这也就好像我们要关在由字画和茶道表演组成的日本茶室空间里一样,我们正向原研哉创造的这个空间迈进一步。

在原研哉的作品中经常能看到一些奇怪的有机体似的造型,其造型一看上去使人联想起建筑物和植物种子的形象,但仔细一看,似乎像什么东西,又似乎什么都不像。我们被这种模糊不清的形象吸引住了,这到底是什么东西?像是具体的但又像是抽象的造型。不像现实形象绘画和与其相反的纯粹的抽象绘画那样地去再现那些东西,去追求抽象的造型,而是一边去破坏日常生活中的形象,又一边去挖掘能表现其更深层含意的表现方法。而且在那里画的是大理石和金箔、葫芦的表面和漫画及胡写乱画那样的物体构造,而每个构造又都有自己新的外表,创造出一种新颖的造型。对于原研哉来讲,能够使材料感和色彩及造型发挥同等的重要作用。这决不只是在平面作品中表现。以材料感推翻以往概念的作品中可以列举去年梅田医院的标识板设计。一般制作表现建筑物的标识板的话,当然都是用工业用塑料镶板来制作,然而他却选择了布这种材料。他是出于布能够烘托出母亲和婴儿间的一种温暖的气氛,给人一种清洁感,而且能够多次清洗的这种特点出发而决定用布来做的。并且他是出于布这种材料本身所具有的柔软性和使用的方便性这种思考出发而制定计划并选用这种素材的。他对剖析事物的构造有异常的兴趣,因为他有这样一种观点,即不想使设计脱离人的生活。谁都使用过极为普通的东西,而由于他的设计,使这种平时已看惯了造型产生一种非同寻常的动感,在这里我们可以看到他最大限度地发挥了设计的力量,而且越贴近生活越使人感到一种冲击感。他着手的美国项目也是如此,不仅仅是商品包装,比如怎样销售才好呢?怎样做才能把商品的全部优点都表达出来呢?等等。一直深入到促进销售量和扩大市场领域而不断苦思冥想,不断更新自己的想法。他不是单纯地以调查为基础而拟定设计方案,而是将理论和他自身的感受融合在一起,而产生出他自己独特风格的东西。

我常常想平面设计师应该是这样的,没有达到那个境界的人毕竟是大多数吧。但是他到达了那个境界,这也许是因为他对设计的真诚而真挚追求的结果吧。

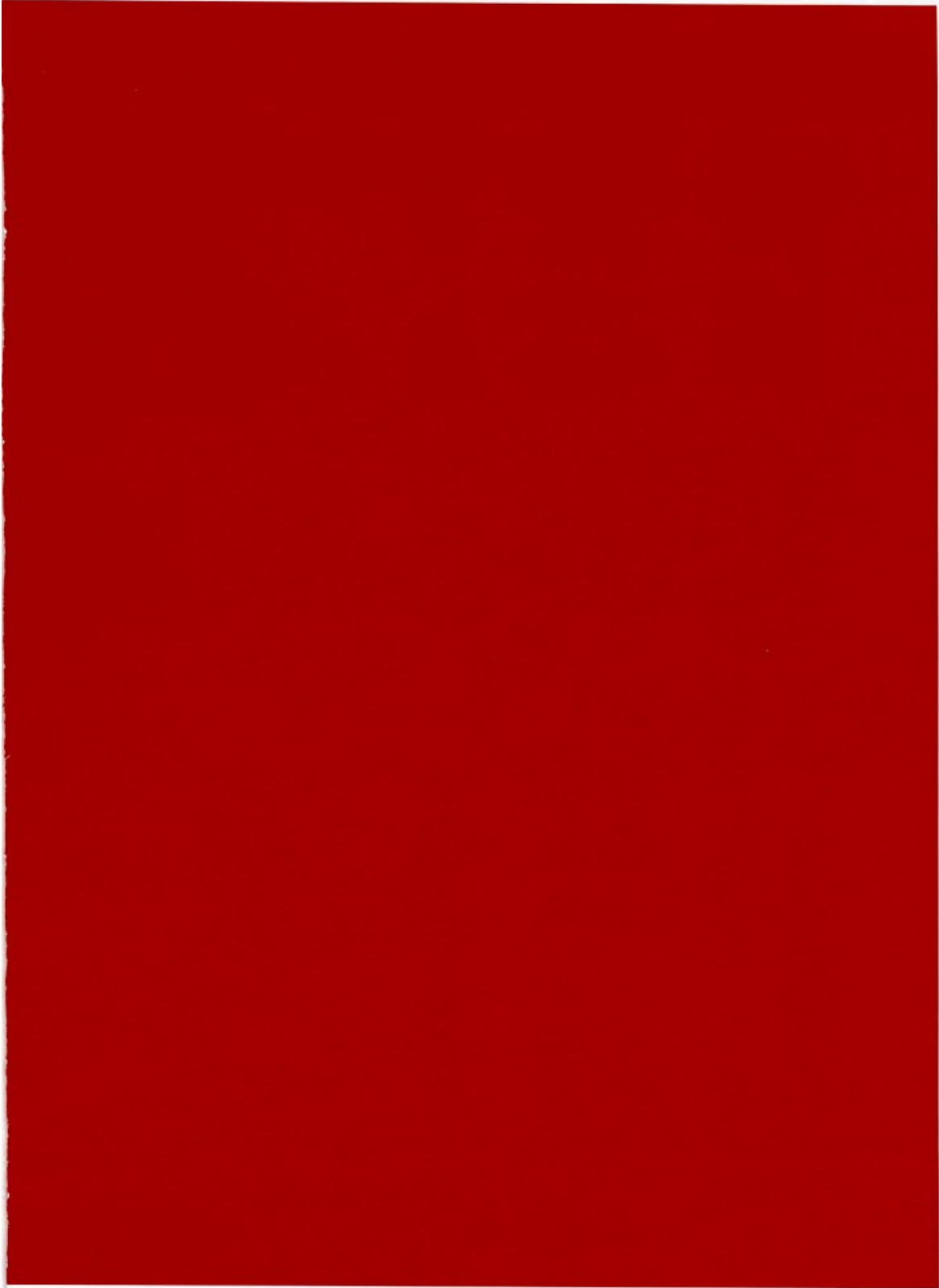


1

PRESENTATION OF JAPAN

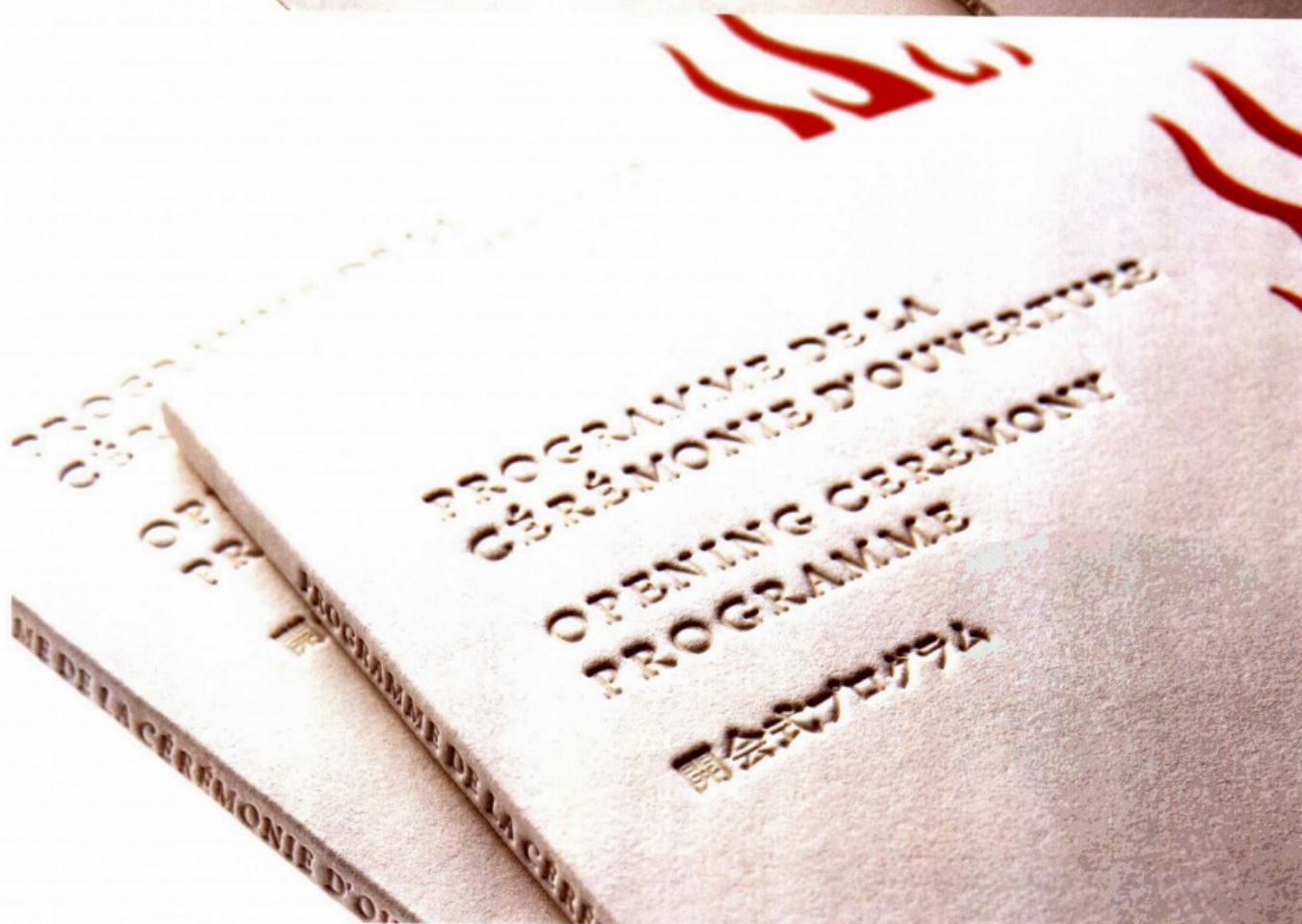
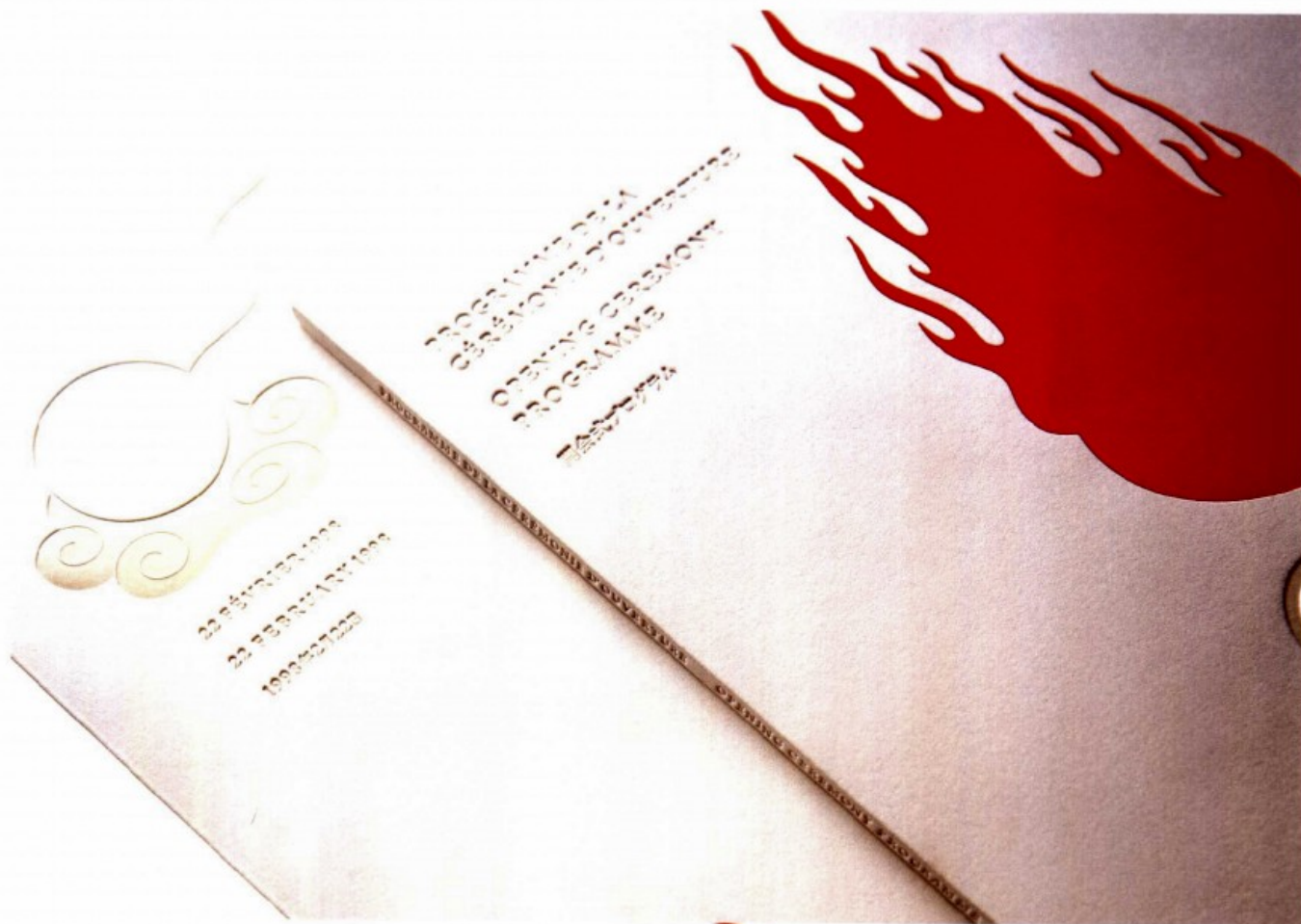


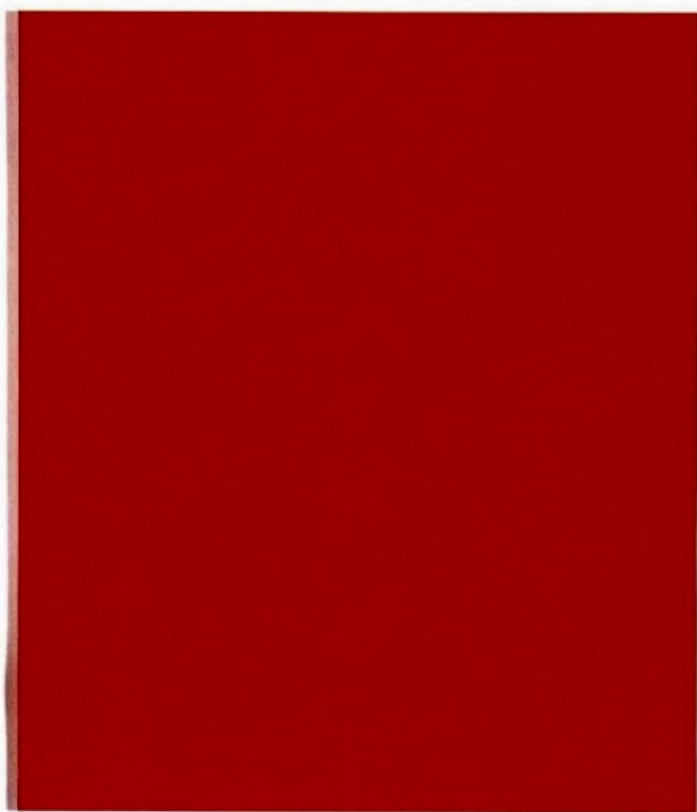




001







003

001 · 002 · 003 · 004 · 005 · 006 · 007
 长野冬季奥运会开幕式、闭幕式策划方案 1998年
 以冰和雪为主体，创作的手册封面及信纸。
 运用击凸效果加工文字和图形，下凹的部分看上去变为半透明，恰似在雪上留下的痕迹。这正是以纸张的加工效果与冰雪的相似之处作为原创。
 手册内页所设计的图案，正是以日本传统文化中的“神道”为原创，但却又赋

予了它们时代感。
 作为吉祥象征的红白玉乘云首先登场。
 梵钟成为开幕的标志。
 御柱代表着空间的神圣感。
 点燃圣火。
 五色玉云代表着来自五大洲的运动健儿们陆续登场。
 冬季奥运会开始了。
 这套方案的设计，再现了长野冬季奥运会的文化背景及盛况。



Man Arai Directeur de conception pour la sécurité d'urgence

Man Arai Opening Ceremony Image Director

une prière pour le paix.
Nous souhaitons que le 23^e
siècle soit une période de
prosperité, de considération
mutuelle et de paix universelle.
Je termine en un appel à
l'union. A la fin de la cérémonie,
un chœur constitué de
chanteuses des cinq continents
chantera "L'hymne à la paix" de
Berthoz. Joignez-vous à nous
dans ce chœur universel
pour former une
chaîne d'amour et de solidarité
sous le drapeau olympique,
symbole de la solidarité entre les
5 milliards 800 millions
d'habitants de la planète.

around three thousand.

The first is hope.

From Nagasaki, a city steeped in history and tradition, we hope to send people all over the world the message "Look at what Japan I can do to offer the beauty, the magnificence of culture." The second theme is a prayer for peace, our prayer that the 21st century will be a time of prosperity and spiritual enrichment, mutual considerations, and peace for all.

The third theme is our conviction that now is the time for people around the world to come together. At the end of the Opening Ceremony, a chorus of people located on five continents will join in singing Beethoven's "Ode to Joy." Joined with people around the world in love and participation, we think you will be inspired to lift your voice in song at the Olympic flag raising ceremony symbolically around all 58 billion members of the human race.

五大陸の心を一つに

新井 清

[illegible]

- Les choses nous sentent
- Protestations des cinq continents du monde
par une centaine d'acteurs
- L'émotion du Pilote sans Ordonnance
- Écrits des écrivains
de Natcha dans l'exil, Nagasaki
- Écrits des Écrivains de Nagasaki
des Écrivains d'Égypte et du pays
- CMF des activités
- Discours du Président du Comité
d'Organisation des NCP/1994
- Discours du Président du Comité
d'Organisation des NCP/1994 (MOC)
- Discours du Président du
Comité International d'Organisation (C.I.)
- Élaboration d'un document des Jeux
- Forces
- Exercice au stade du drapage olympique
- Interprétation de l'homme naturel japonais
- Exercice du Bandiera olympique
et allégué de la Hémine olympique
- Séances de l'Atelier
- Atelier de collaboration de la paix olympiques
- Grand chœur olympique
de l'Hémisphère à la paix

King of the Bell
 Teacher Works on Introducing New
 Competitors Participating in the Ceremony
 Raising of the Oathplate
 Issuu (Winning)
 Letter as a Ceremony
 Opening of the Children of Nagasaki
 Singing of Peace Appeal Song
 The Parade of Athletes
 Address by the President of
 the Organizing Committee for the XVII
 Olympic Winter Games, Nagano 1998, NAGOC
 Address by the President of
 the International Olympic Committee (IOC)
 Declaration of the Opening of the Games
 Fanfare
 Entrance and Raising of the Olympic Flag
 The Japanese National Anthem
 Entrance of the Olympic Torch and
 Lighting of the Olympic Flame
 Relay by Athletes
 Relay by Judge
 Release of Symbolic Peace Doves
 Grand Closure Unites the World as the

五、

[illegible]

四

五

004

梵鐘

La cloche du temple de
Zongji (temple)
L'importance de la cloche

Importance of the Zongji bell
Importance of the Zongji bell

La grande cloche du temple de
Zongji, située au Japon, est
la plus grande cloche du monde.
Elle a été forgée par un
forgeron japonais, et elle est
très ancienne. Elle a été
utilisée pour annoncer le
début d'une cérémonie, et
elle est toujours utilisée
aujourd'hui.

The bell at Zongji
which has marked the passage of
time for the people of Japan.
It is the largest bell in the world,
and it is very old. It was
forged by a Japanese blacksmith,
and it has been used for
centuries to announce the
beginning of a ceremony.

六

Le temple de Chikubu
L'importance de la cloche

Importance of the Chikubu bell
Importance of the Chikubu bell

Le temple de Chikubu, situé au Japon, est
un temple très ancien. Il a été
fondé par un moine japonais,
et il est très important. La
cloche du temple est très
ancienne, et elle est toujours
utilisée aujourd'hui.

The temple of Chikubu
which has marked the passage of
time for the people of Japan.
It is the largest bell in the world,
and it is very old. It was
forged by a Japanese blacksmith,
and it has been used for
centuries to announce the
beginning of a ceremony.

八

Le temple de Chikubu
L'importance de la cloche

土俵入

The Chikubu bell
Importance of the Chikubu bell

Le temple de Chikubu, situé au Japon, est
un temple très ancien. Il a été
fondé par un moine japonais,
et il est très important. La
cloche du temple est très
ancienne, et elle est toujours
utilisée aujourd'hui.

The temple of Chikubu
which has marked the passage of
time for the people of Japan.
It is the largest bell in the world,
and it is very old. It was
forged by a Japanese blacksmith,
and it has been used for
centuries to announce the
beginning of a ceremony.

十

御柱

御柱
L'importance de la cloche

The temple of Chikubu
which has marked the passage of
time for the people of Japan.
It is the largest bell in the world,
and it is very old. It was
forged by a Japanese blacksmith,
and it has been used for
centuries to announce the
beginning of a ceremony.

七

九

十

十一

十二

十三

十四

十五

十六

十七

十八

十九

二十

二十一

二十二

二十三

二十四

二十五

二十六

二十七

二十八

二十九

三十

三十一

三十二

三十三

三十四

三十五

三十六

三十七

三十八

三十九

四十

四十一

四十二

四十三

四十四

四十五

四十六

四十七

四十八

四十九

五十

五十一

五十二

五十三

五十四

五十五

五十六

五十七

五十八

五十九

六十

六十一

六十二

六十三

六十四

六十五

六十六

六十七

六十八

六十九

七十

七十一

七十二

七十三

七十四

七十五

七十六

七十七

七十八

七十九

八十

八十一

八十二

八十三

八十四

八十五

八十六

八十七

八十八

八十九

九十

九十一

九十二

九十三

九十四

九十五

九十六

九十七

九十八

九十九

一百

一百零一

一百零二

一百零三

一百零四

一百零五

一百零六

一百零七

一百零八

一百零九

一百一十

一百一十一

一百一十二

一百一十三

一百一十四

一百一十五

一百一十六

一百一十七

一百一十八

一百一十九

一百二十

一百二十一

一百二十二

一百二十三

一百二十四

一百二十五

一百二十六

一百二十七

一百二十八

一百二十九

一百三十

一百三十一

一百三十二

一百三十三

一百三十四

一百三十五

一百三十六

一百三十七

一百三十八

一百三十九

一百四十

一百四十一

一百四十二

一百四十三

一百四十四

一百四十五

一百四十六

一百四十七

一百四十八

一百四十九

一百五十

一百五十一

一百五十二

一百五十三

一百五十四

一百五十五

一百五十六

一百五十七

一百五十八

一百五十九

一百六十

一百六十一

一百六十二

一百六十三

一百六十四

一百六十五

一百六十六

一百六十七

一百六十八

一百六十九

一百七十

一百七十一

一百七十二

一百七十三

一百七十四

一百七十五

一百七十六

一百七十七

一百七十八

一百七十九

一百八十

一百八十一

一百八十二

一百八十三

一百八十四

一百八十五

一百八十六

一百八十七

一百八十八

一百八十九

一百九十

一百九十一

一百九十二

一百九十三

一百九十四

一百九十五

一百九十六

一百九十七

一百九十八

一百九十九

二百

二百零一

二百零二

二百零三

二百零四

二百零五

二百零六

二百零七

二百零八

二百零九

二百一十

二百一十一

二百一十二

二百一十三

二百一十四

二百一十五

二百一十六

二百一十七

二百一十八

二百一十九

二百二十

二百二十一

二百二十二

二百二十三

二百二十四

二百二十五

二百二十六

二百二十七

二百二十八

二百二十九

二百三十

二百三十一

二百三十二

二百三十三

二百三十四

二百三十五

二百三十六

二百三十七

二百三十八

二百三十九

二百四十

二百四十一

二百四十二

二百四十三

二百四十四

二百四十五

二百四十六

二百四十七

二百四十八

二百四十九

二百五十

二百五十一

二百五十二

二百五十三

二百五十四

二百五十五

二百五十六

二百五十七

二百五十八

二百五十九

二百六十

二百六十一

二百六十二

二百六十三

二百六十四

二百六十五

二百六十六

二百六十七

二百六十八

二百六十九

二百七十

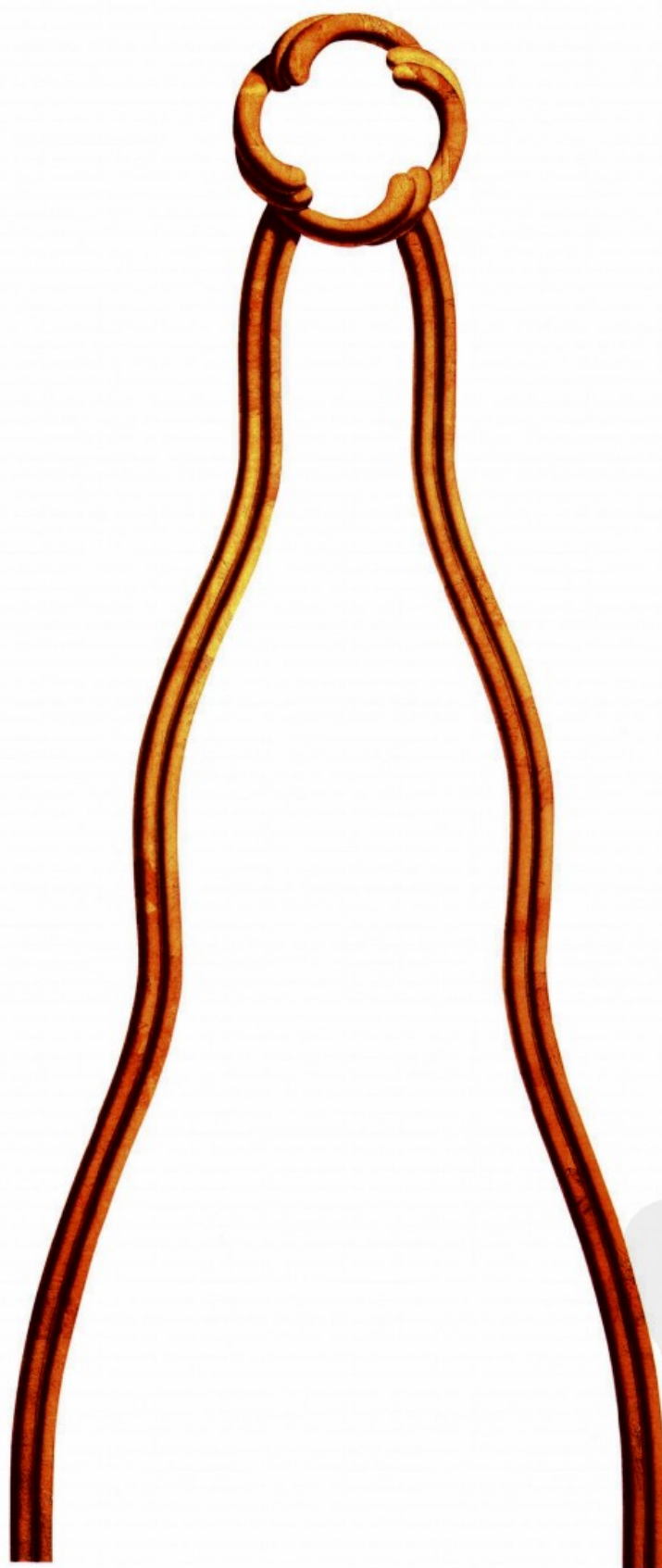
二百七十一

二百七十二

二百七十三

二百七十四

二百七十五



The concept of "musubi" is
dated back to the Shinto Age
in the Japanese culture
is considered to have a
profound meaning.
The analogy behind the two
opposing concepts of being
and nothing is found
in all aspects of our life.
As the word "musubi" means
uniting, it also has such
meanings of achievement,
completion of a house,
completion and romance.
On the other hand,
since the word of "musubi"
means separating, it offers
such meanings like revealing
secrets, setting something
free, cutting in order,
beginning time, taking off
clothes and beginning
to move from "fuyu" and
"haru" are profound
activities containing a sense
of achieving something.
It could be interpreted that
the Japanese culture has
been aware of
these two opposing values.

契
MUSUBI

新字 知 書
PDG



MUSUBI

庵

The concept of "tie" is dated back to the Stone Age. In the Japanese culture, it is considered to have a profound meaning. The analogy behind the two opposing concepts of tying and untying is found in an activities of our life. As the word "tie" means combining, it also has such meanings of achievement, construction or a house, completion and romance. On the other hand, since the word of "untie" means loosening, it offers such meanings like revealing answers, setting something free, putting in order, becoming free, taking off clothes and beginning. In short, both "tie" and "untie" are profound activities containing a sense of achieving something. It could be interpreted that the Japanese culture has been woven by these two opposing values.

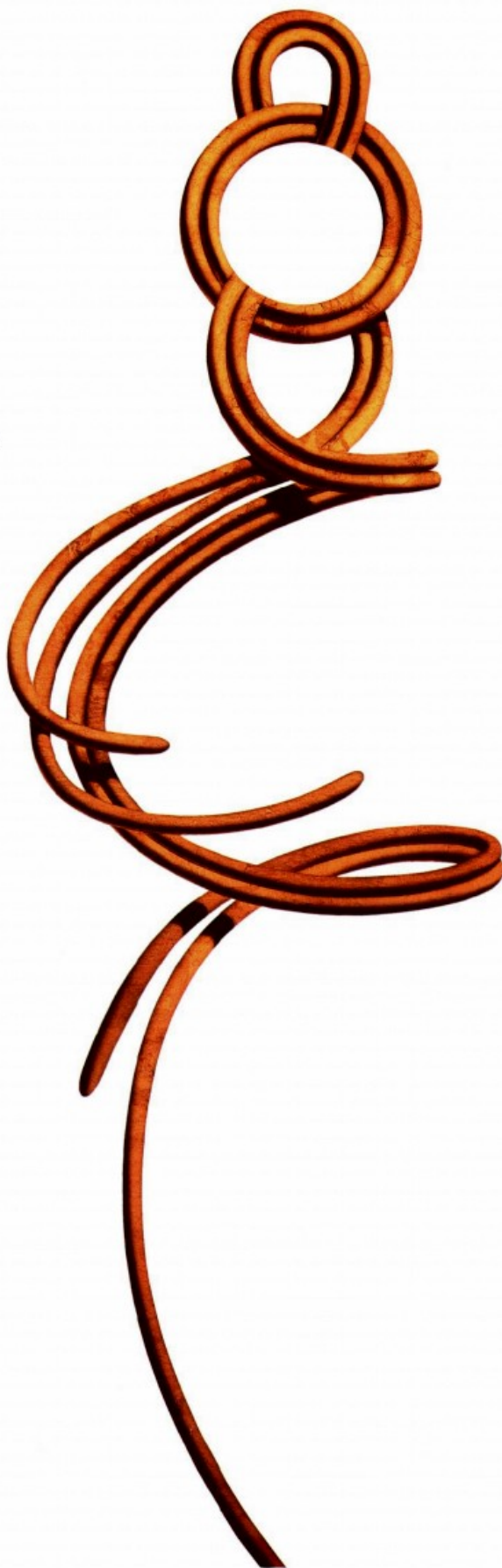
O conceito de "laço" data da Idade da Pedra. Na cultura japonesa, ele tem um significado profundo. A analogia por trás dos dois atos opostos de amarrar e desamarrar encontra-se em muitas das atividades da nossa vida. Como o verbo "amar" significa combinar, ele também tem significados como realização, construção de uma casa, conclusão e romance. Por outro lado, o verbo "desamar" significa revelar respostas, libertar algo, colocar em ordem, tornar-se livre, tirar as roupas e começar. Em suma, ambos "amar" e "desamar" são atividades profundas contendo um senso de alcançar algo. Poderia ser interpretado que a cultura japonesa é tecida por esses dois valores opostos.



The concept of "ta" is dated back to the Suiwa Age in the Japanese culture. It is considered to have a profound meaning. The analogy behind the two opposing concepts of being and unbeing is found in all activities of our life. At the word "ta" means combining. It also has such meanings of achievement, continuation of a process, completion and connection. On the other hand, since the word of "un" means loosening, it offers such meanings like revealing answers, letting something free, putting in order, becoming free, letting off clothes and beginning. In short, both "ta" and "un" are profound activities containing a sense of achieving something. It could be interpreted that the Japanese culture has been moved by these two opposing values.

O conceito de "ta" data de volta da Era Suiwa. Na cultura japonesa, ele tem um significado profundo. A analogia por trás dos dois conceitos de estar e não estar é encontrada em todas as atividades da nossa vida. Como o valor "ta" quer dizer combinação, também tem significados como realização, continuação de um processo, conclusão e conexão. Por outro lado, uma vez que a palavra "un" significa "desmontagem", ela pode oferecer significados como a libertação de respostas, a libertação de regras, a desmontagem própria, a remoção de roupas e o início. Em resumo, tanto "ta" quanto "un" são atividades profundas que contêm um senso de realização. Pode ser interpretado que a cultura japonesa é movida por estes dois valores opostos.

兆 MUSUBI





流

MUSUBI

The concept of "flow" is a central theme in Japanese culture, often associated with the idea of "musubi" (connection). This poster, created by Shigeo Fukuda, explores the visual representation of this concept through a single, continuous line that forms a knot and then flows outwards. The use of red and orange colors adds a sense of warmth and energy to the composition. The text "流" (flow) and "MUSUBI" are prominently displayed, reinforcing the theme of the artwork.

011

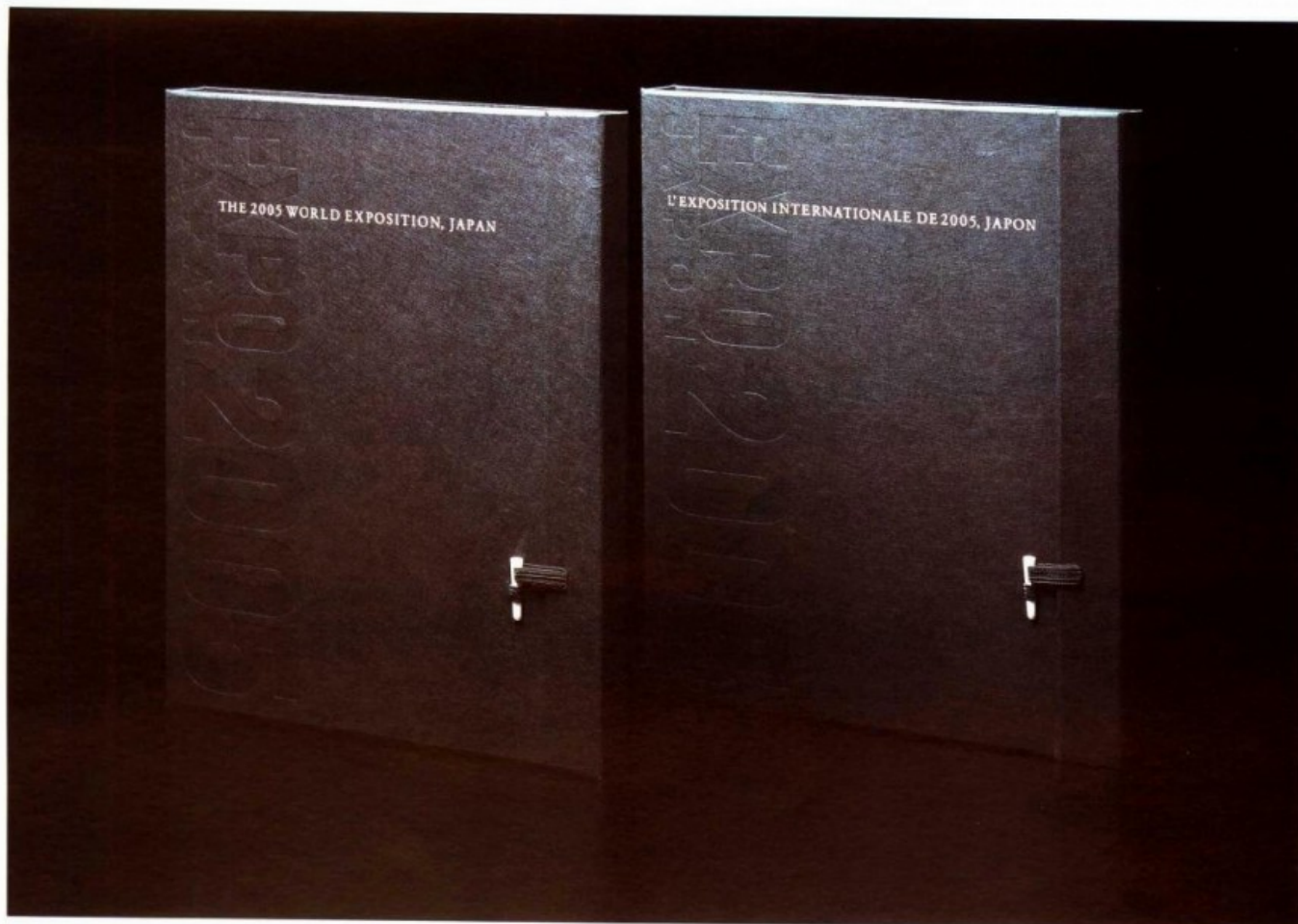
008 · 009 · 010 · 011

以“连结”为主体的海报 1995年在巴西圣保罗举行的日本宣传画展览会展出的作品。

将日本文化中的共性归纳于传统方式的“连结”，又将“连结”的种种优美姿态表现出来。虽然“系”和“解”是相反的概念，两方都有成就事物的积极意思。

“系”是和好、恋爱成功、盖房子等意思，“解”有解决、自由、时间开始流逝等意思，将这两个概念进行种种组合是作者所理解的日本文化风貌。





012

012 · 013

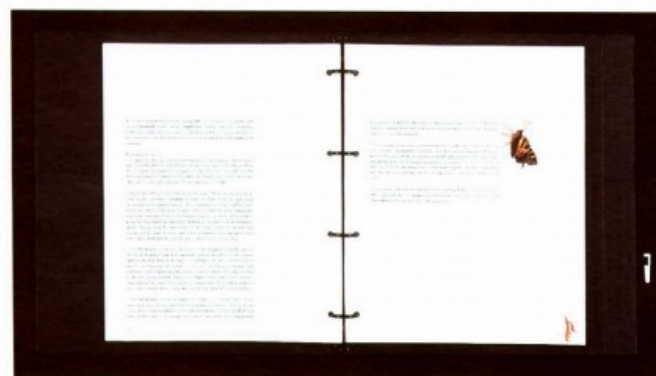
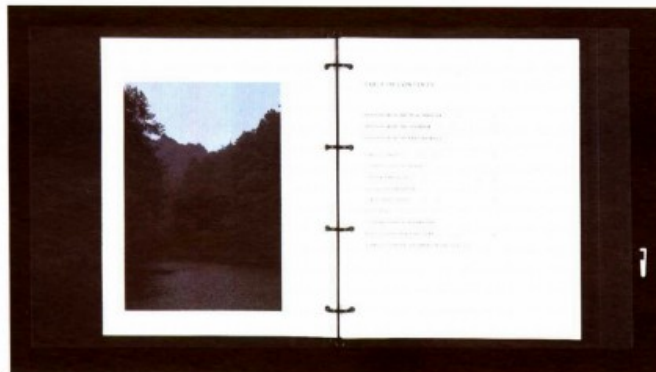
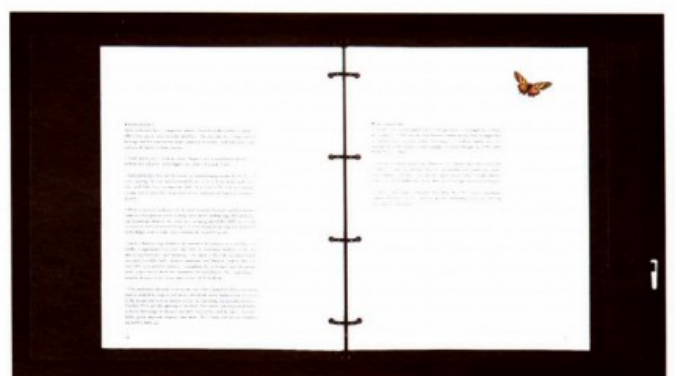
2005年国际博览会日本竞标设计方案
1998年

2005年的国际博览会，候选国提名是日本、加拿大、澳大利亚。

日本国家提出在森林中召开博览会这一创意，并没有被众多知名展馆淹没。这项提案中着力于对21世纪城市基本建设的探讨，强调人与自然的和谐及自然对人的亲和力。

提案书中有一只作为森林象征的蝴蝶静静地飞翔。蝴蝶表现了诞生、死亡、新生这一生命周期。

以这个图案贯穿整个手册，日本获得了2005年国际博览会的主办权。







EXPO 2005 JAPAN

2005年日本国際博覧会 新しい地球創造:自然の叡智

THE 2005 WORLD EXPOSITION, JAPAN BEYOND DEVELOPMENT: REDISCOVERING NATURE'S WISDOM





EXPO 2005 JAPAN

2005年日本国際博覧会 新しい地球創造:自然の叡智

THE 2005 WORLD EXPOSITION, JAPAN BEYOND DEVELOPMENT: REDISCOVERING NATURE'S WISDOM





015



EXPO 2005 JAPAN

2005年日本国際博覧会 新しい地球創造:自然の教智

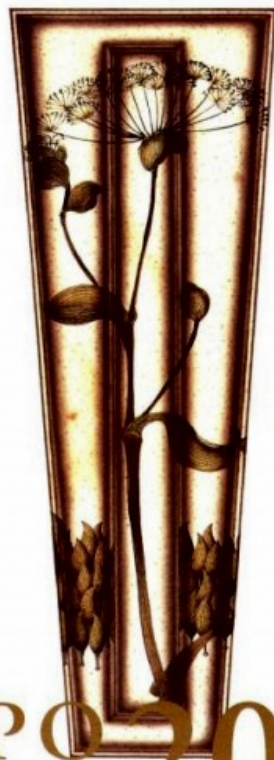
THE 2005 WORLD EXPOSITION, JAPAN BEYOND DEVELOPMENT: REDISCOVERING NATURE'S WISDOM





EXPO 2005
JAPAN

2005年日本国际博览会 宣传画 1999年
THE 2005 WORLD EXPOSITION JAPAN - REVISITING NATURE'S WISDOM



EXPO 2005
JAPAN

2005年日本国际博览会 宣传画 1999年
THE 2005 WORLD EXPOSITION JAPAN - REVISITING NATURE'S WISDOM

017

014 · 015 · 016 · 017

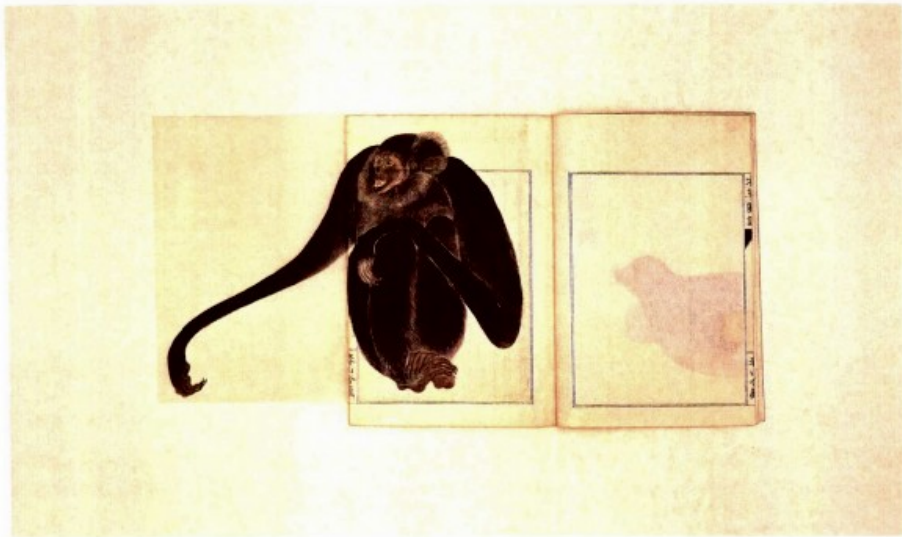
2005年日本国际博览会 宣传画 1999年
博览会的主题是“自然的睿智”。

在这里技术进化程度与自然分不清，将变成与自然亲和的博览会的概念，作为江户时期的日本的博物画主题表现出来。

立体图形或森林插图，虽然是为这个宣传画制作的，但动植物的图形是三百年前画的。

这是个在面向时代顶端的现代美术印刷设计中融和了传统方式的尝试。





二月

FEVRIER FEBRUARY

日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	十三
十四	十五	十六	十七	十八	十九	二十	二十一	二十二	二十三	二十四	二十五	二十六	二十七
二十八													



ASSOCIATION JAPONAISE POUR L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE 2001
JAPAN ASSOCIATION FOR THE 2001 WORLD EXPOSITION



三月

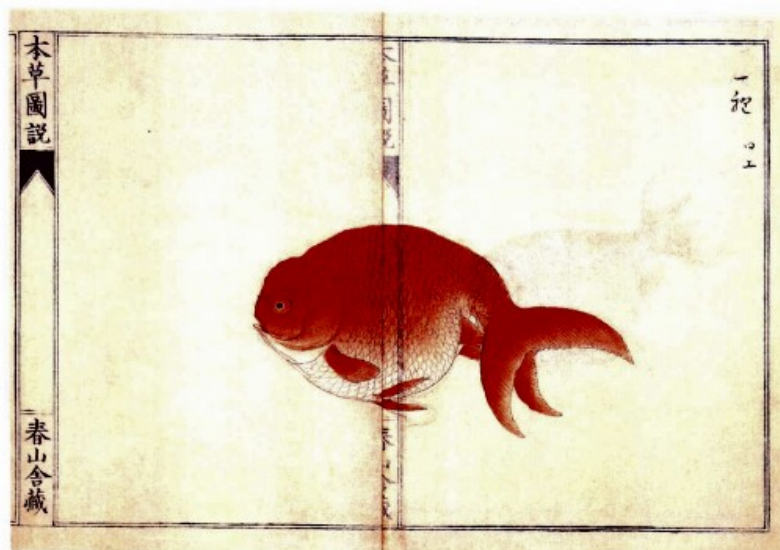
MARS MARCH

日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	十三
十四	十五	十六	十七	十八	十九	二十	二十一	二十二	二十三	二十四	二十五	二十六	二十七
二十八	二十九	三十	三十一										



ASSOCIATION JAPONAISE POUR L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE 2001
JAPAN ASSOCIATION FOR THE 2001 WORLD EXPOSITION





四月

AVRIL APRIL

日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
				一	二	三	四	五	六	七	八	九	十
十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七	十八	十九	二十	二十一	二十二	二十三	二十四
二十五	二十六	二十七	二十八	二十九	三十								



L'ASSOCIATION JAPONAISE POUR L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE 2005
JAPAN ASSOCIATION FOR THE 2005 WORLD EXPOSITION



五月

MAI MAY

日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
						一	二	三	四	五	六	七	八
九	十	十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七	十八	十九	二十	二十一	二十二
二十三	二十四	二十五	二十六	二十七	二十八	二十九	三十	三十一					

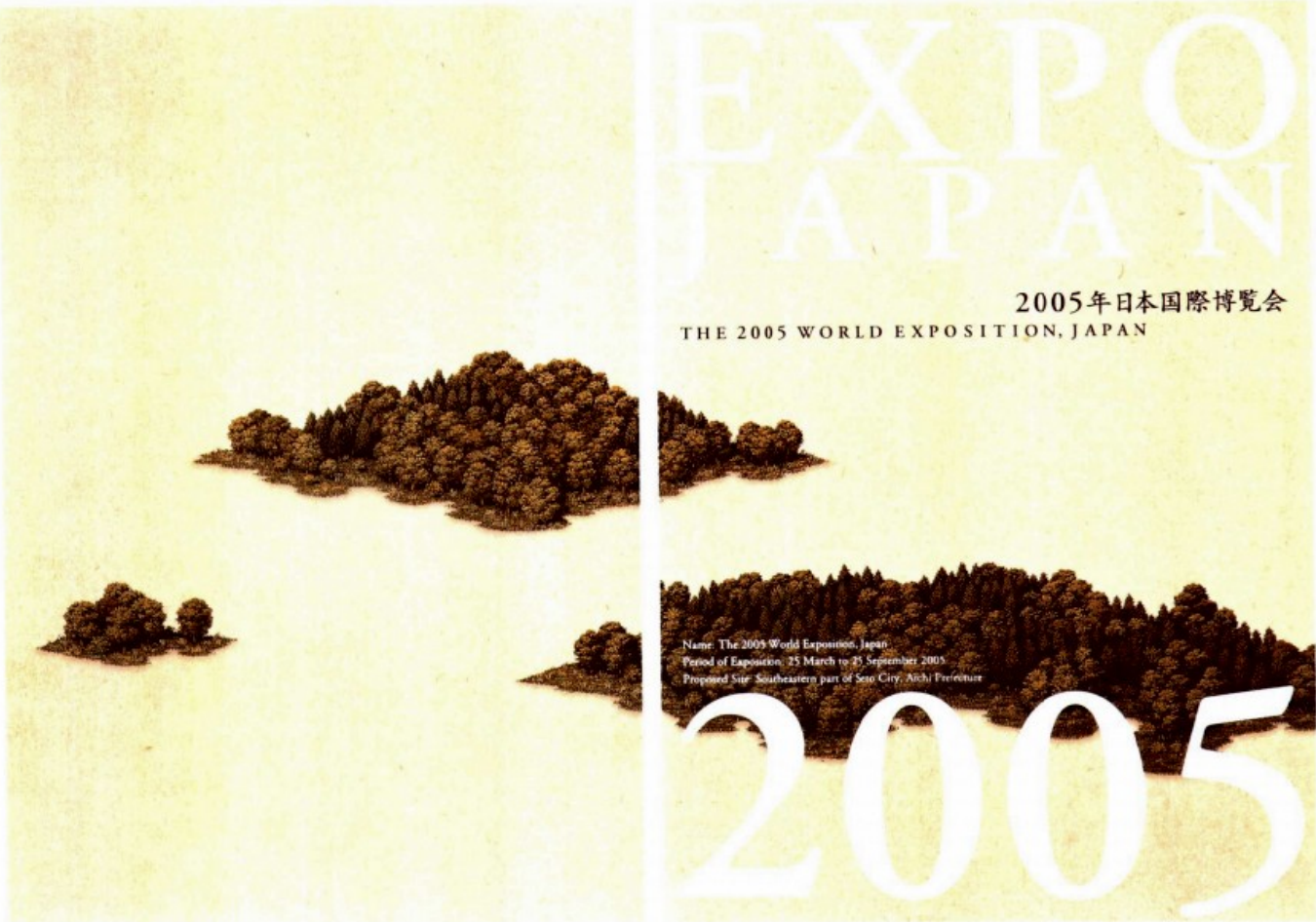


L'ASSOCIATION JAPONAISE POUR L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE 2005
JAPAN ASSOCIATION FOR THE 2005 WORLD EXPOSITION

EXPO JAPAN

2005年日本国際博覧会

THE 2005 WORLD EXPOSITION, JAPAN



Name: The 2005 World Exposition, Japan
Period of Exposition: 25 March to 25 September 2005
Proposed Site: Southeastern part of Saito City, Aichi Prefecture

2005

020





森舞台

登米町伝統芸能伝承館

平成八年六月一日落成

所在地 宮城県登米郡登米町寺池上町四一
TEL 0220-52-2111

Mori Butai

Toyoma Noh Theater

Opening: Saturday, 1st June, 1996

Address: 42, Teraikekanmachi, Toyoma-machi, Tome-gun, Miyagi, Japan

For more information please contact: Toyoma-machi Board of Education tel (0220)-52-2064 Toyoma-machi Town Office tel (0220)-52-2111

022

知
平
船
PDG



022

森舞台宣传画 1996年

森舞台建于日本东北的宫城县。

这是小能(日本一种古典歌舞剧)剧场的宣传画。

建于室外的舞台虽然使用了现代建筑的先进技术，但却吸收了传统舞台的特点，成为划时代的建筑物。

这个宣传画将“金箔”这一典型日本材料，在印刷中再现，是表现能描绘出来的“幽玄”的幻想世界的一种尝试。

023

展览宣传画 1995年

个人展览的宣传画。

虽然有框，但中间什么也没有。

日本有所谓“空(emptiness)”的概念。

虽然什么也没有但那里却隐含着无限的概念。

一看好像什么也没有的空间，与其说充满可能性，倒不如说具有高潜力的空间。

日本人尊重那种隐藏在空间里的可能性。

设计是以这一日本思想为背景的。



023

43



CONTENTS OF A BOX

CONTENTS OF A BOX is a collection of 100 small, square, golden-brown, textured, metallic, abstract, calligraphic, stylized, elongated, letter 'C' or a calligraphic stroke, positioned vertically. It has a textured, metallic appearance with some darker, almost black, sections.



CONTENTS OF A BOX

CONTENTS OF A BOX is a collection of 100 small, square, golden-brown, textured, metallic, abstract, calligraphic, stylized, elongated, letter 'C' or a calligraphic stroke, positioned vertically. It has a textured, metallic appearance with some darker, almost black, sections.



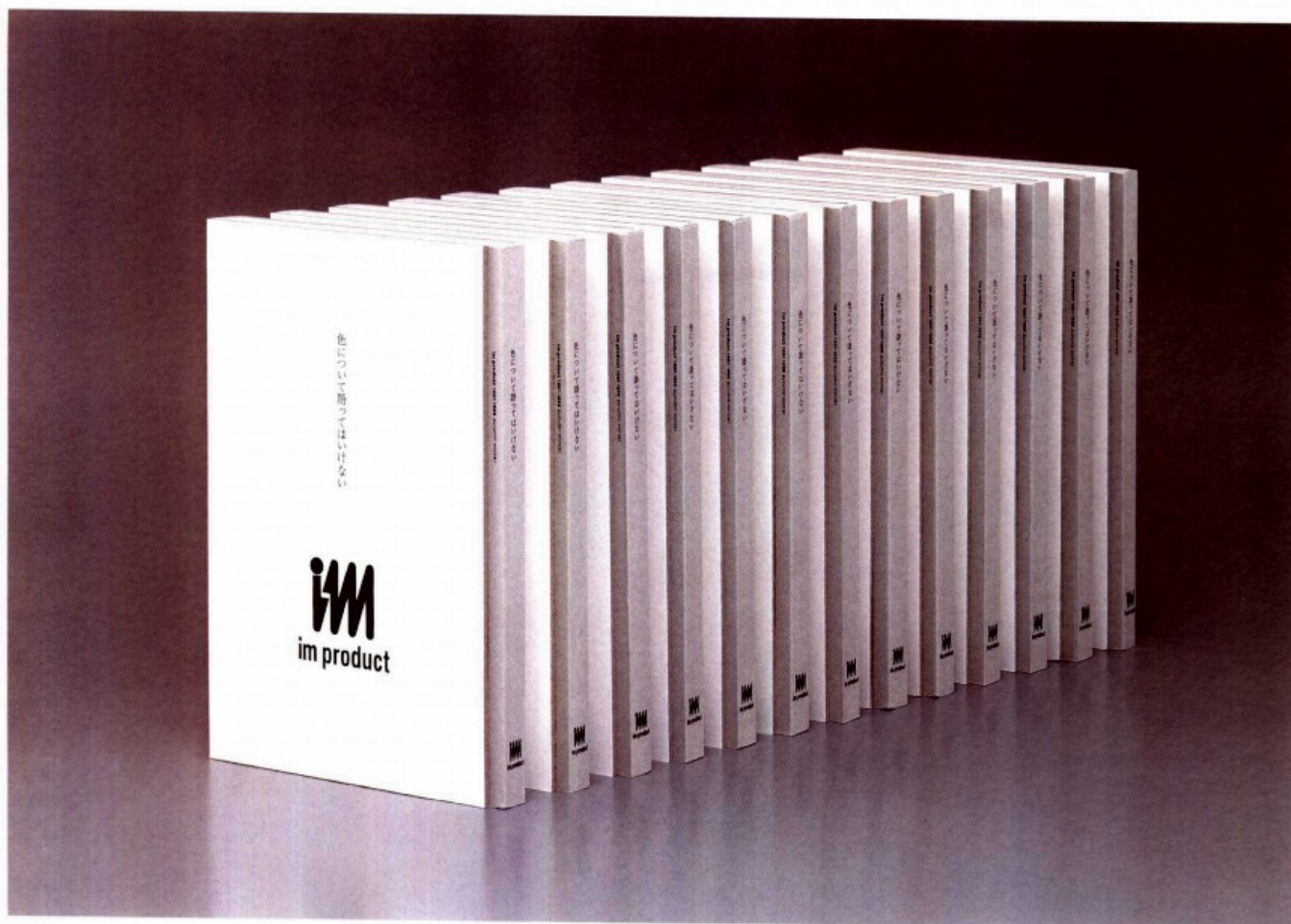
024

一本书的目录 1989年
戏剧宣传画
为《盒子的内容》这一戏剧制作
的宣传画。
使用金箔材料制作的第一幅宣传
画，使形状和表面构造融和在
一起的第一件作品。

2

DESIGN WITH PHOTOGRAPHY



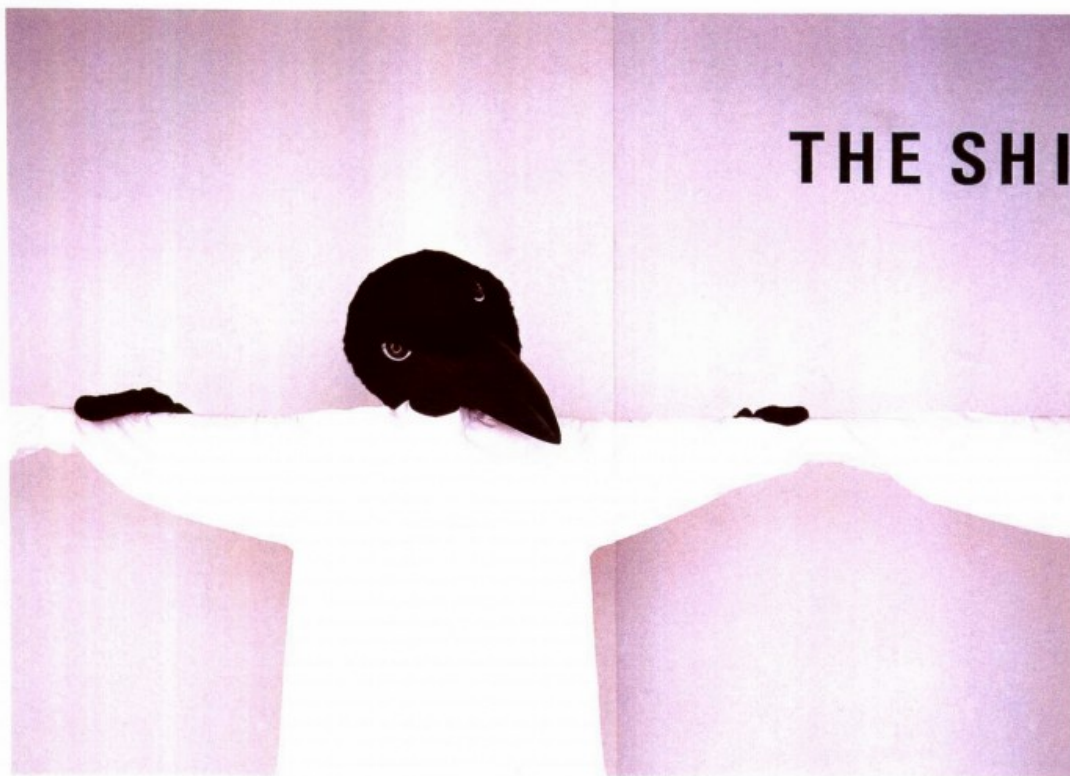


025



025 · 026 · 027 · 028

三宅一生的“我的品牌”目录 1997年



THE SHIRTS

13 THE SHIRTS

12

このことはあまり世間では知られていないが
色は 時々仕事をさぼる
さぼって ちゃっかり遊んだりする
もちろん人目がある間は 極めて職務に忠実だ
しかし誰も見ていないとなると
色は急にだらけてさぼり始め
あるいは寝てみたり潰くたてみたりして
遊び始める
どうやら見られていないと
働き甲斐がないらしい
その気持ちには分らないではないが

BELTS



23 BELTS

22

026

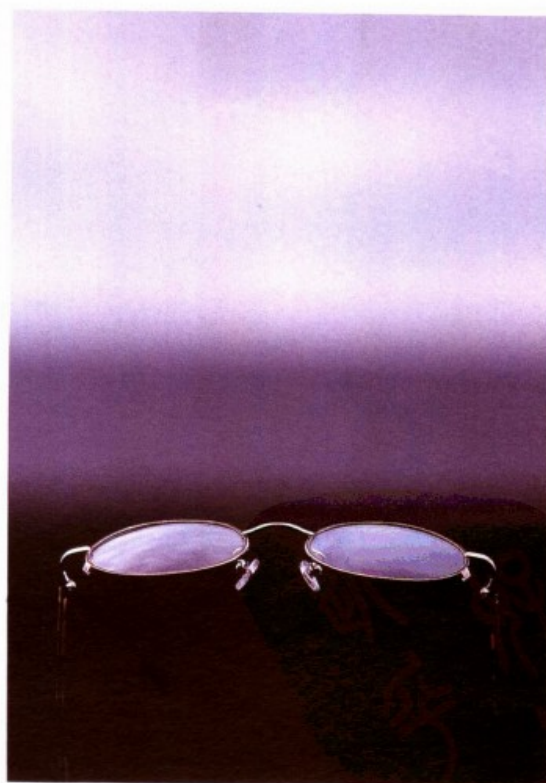
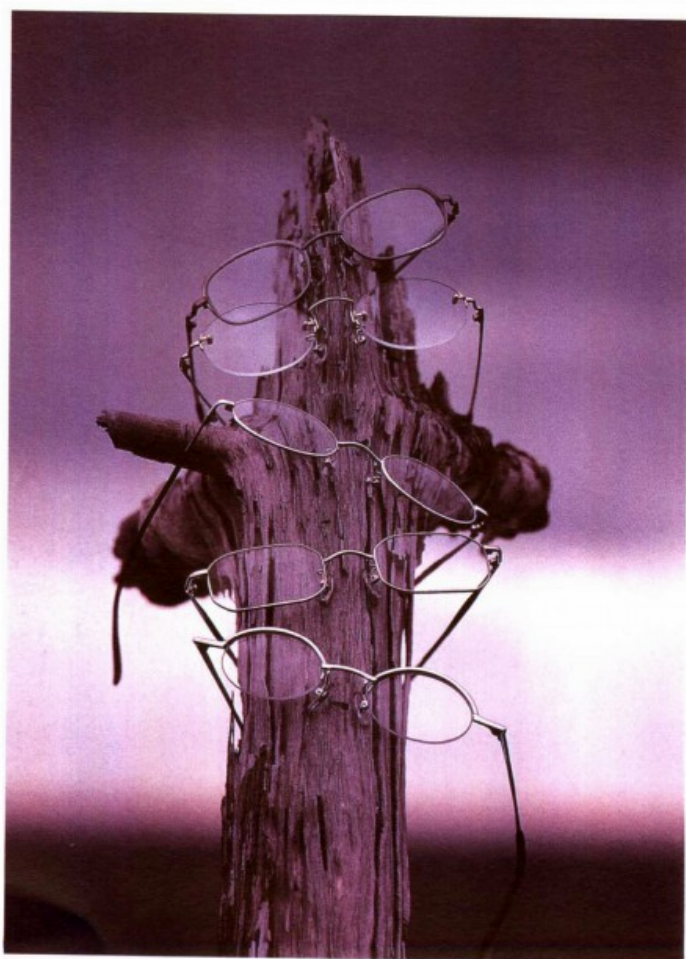
47

色を飼ひ慣らそうなんて
 そんな無茶な話はない
 何を餌におびき寄せ
 どんな鎖で繋ぐというのか
 キャンパスという檻をもつ画家たちでさえ
 色にはいつも翻弄されつばなをのた
 彼らのパレットを見れば
 色がどんなに我儘で
 言うことをきかないかが分かるはずだ
 とりあえず色の飼育は
 光にまかせておく方がよろしかろう



51 SPECS

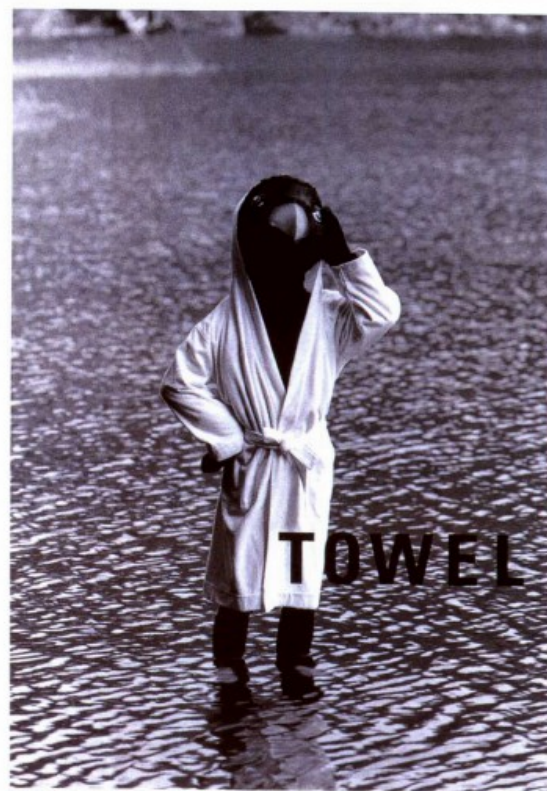
50



52

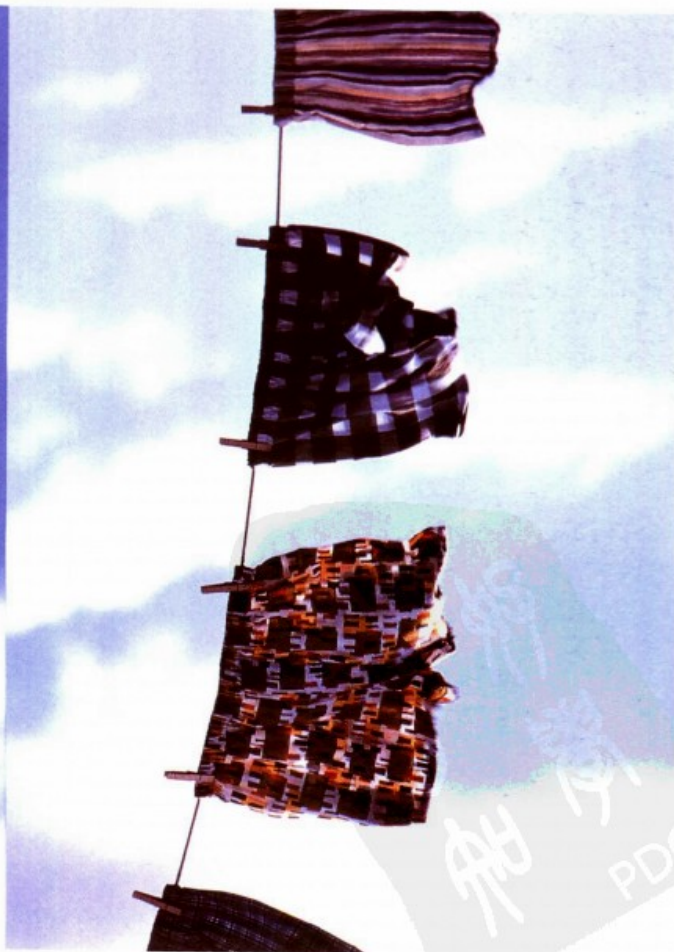
027

月曜日
色は朝から張り切って
日がな明るいことをした
火曜日
色は勉学に勤しみ
cocoという英語の綴りを覚えた
水曜日
色は何かしんどくなって
ソファの上でくすんでいた
木曜日
色は元氣を取り戻し
音に電話をしてデートの約束をした



103 TOWEL

102

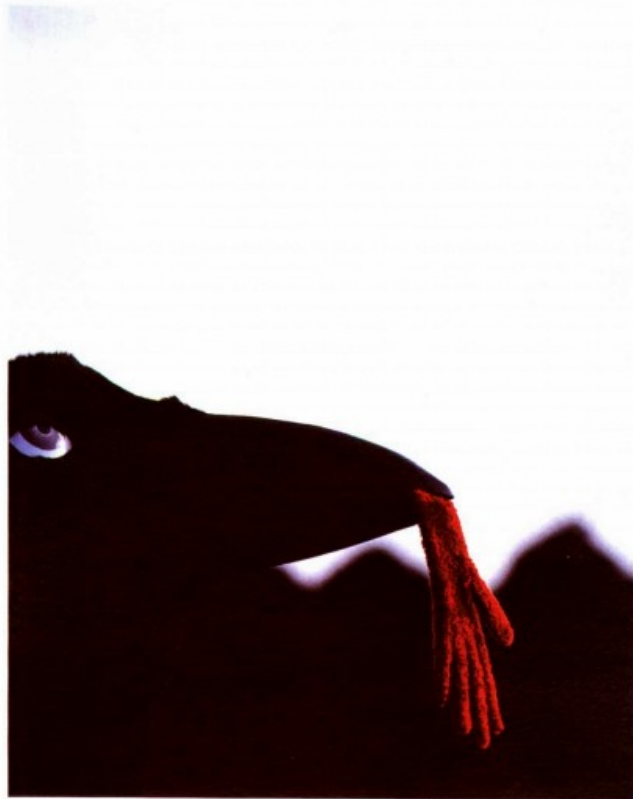


028

49



im
im product



WM
im product



WM
im product



WM
im product

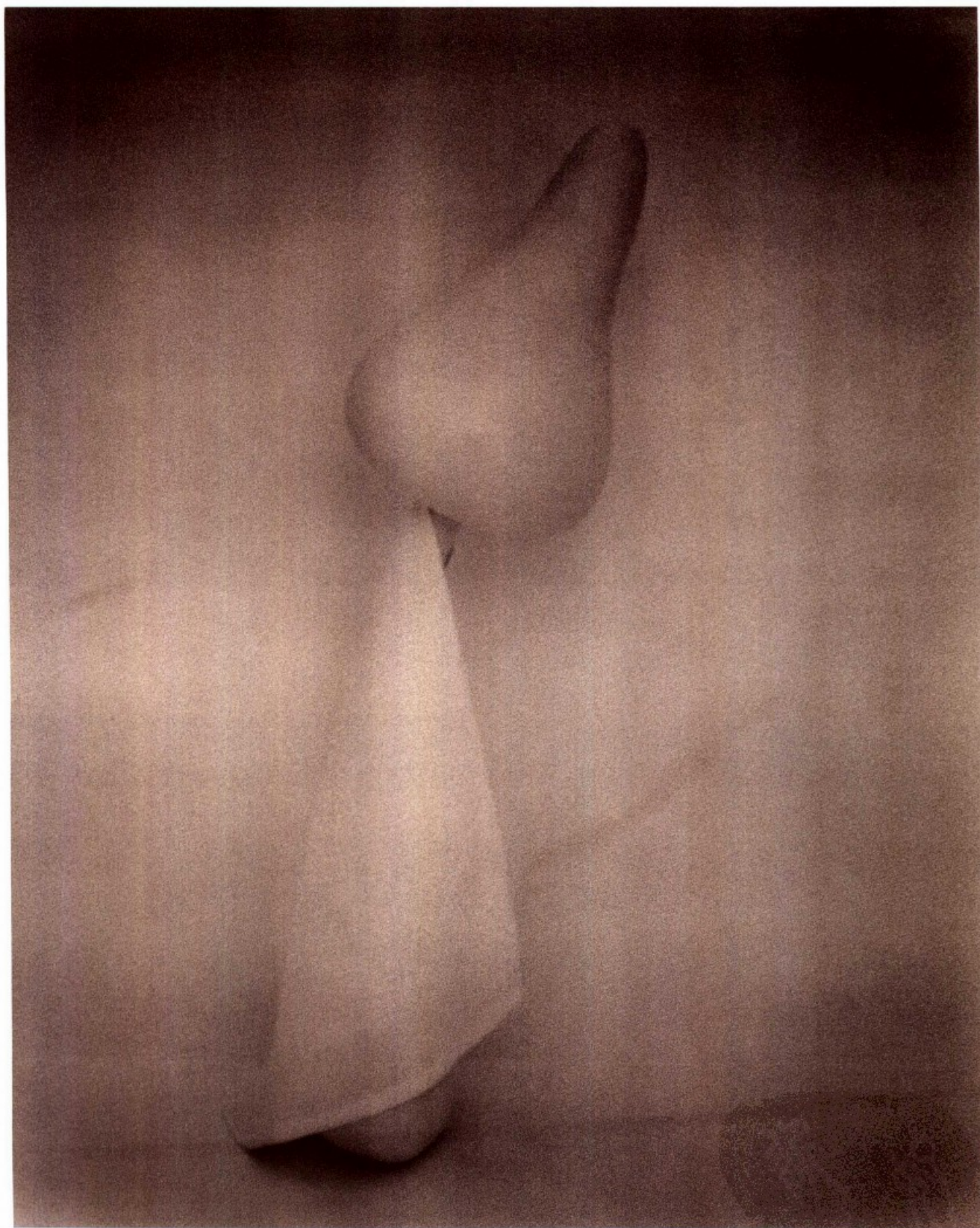


WM
im product

029 · 030

“我的品牌” 宣传画 1997年

030



im
im product

031
PDG

A word cloud of clothing items. The words are: Formal, Bags, Underwear, Knit, Luggage, and Shoes. The words are arranged in a cluster, with 'Formal' being the largest and most prominent at the top left, and 'Shoes' being the smallest at the bottom right.

Handkerchief
Belts
Specs
Muffler
Gloves
Jackets
The Shirts

Socks

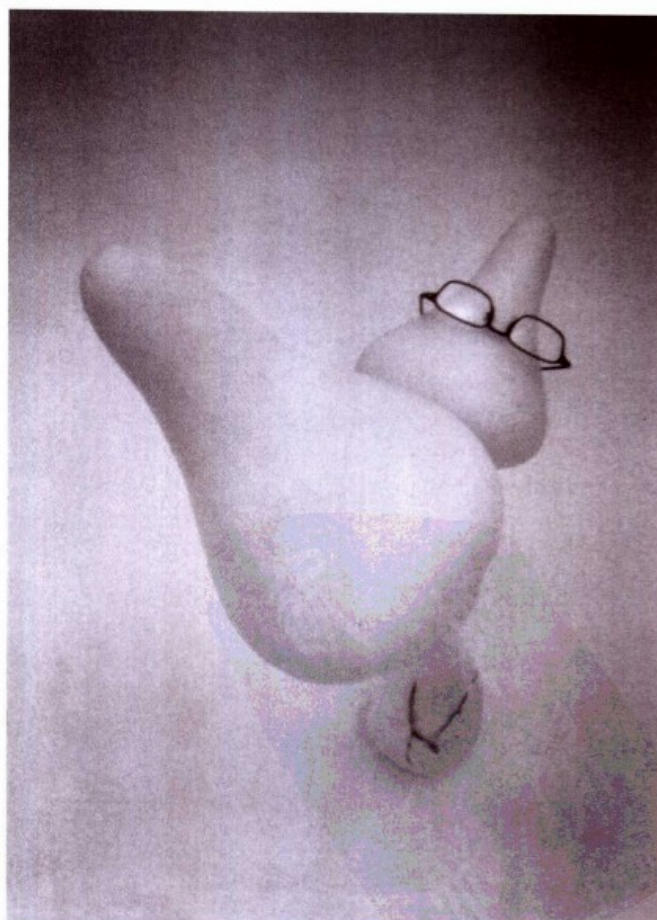
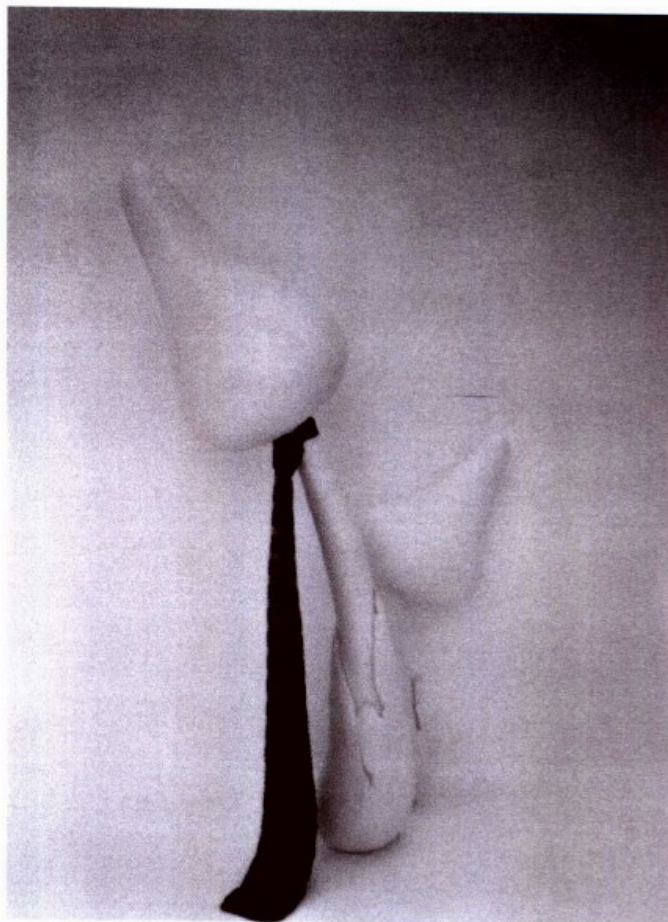


◆ルビオプラタ
 シムラツグ「エイネイト」CR-5624-2428 マシナールハムズタング「R5-2282-8211」スライマリアブラー「R5-1240-4481」ニート・ロゼン「R5-3366-2410」ファーマー・ルビオ「R5-1021-7992」アンダー・ルビオ「R5-0647-9928」スライム「R5-1042-5275-5611」
 ◆ルビオプラタ「R5-1074-3146」スライム「R5-3354-0696」タス・ルビオ「R5-2862-7171」ハンター・タス・26-10-10
 ◆ルビオプラタ「R5-1663-6426」ゴブリン「R5-1079-20-55」
 ◆401(4) 421(1)の2記載事項、アイテム713の4の「ゲームプレイ中に発生する非推奨設定に関するお知らせ」の2項の修正が適用された。
 ◆41(1)「お知らせ」の「アイテム713の4の「ゲームプレイ中に発生する非推奨設定に関するお知らせ」の2項の修正が適用された」



〒146-0001 東京都品川区東品川2-15-15
 ナビゲーター（東）エネネット 03-6624-2628 ガリバー・バーバロネット 03-3362-6211 ネオリアイアグループ（株） 田中幸生 03-3260-8481 ニートロ・ロケット（株） 03-3666-2400 フェルバー（株） 011-81021700 03-6821-7892 アンダー・テクノロジー・株式会社 016-573-5932 ヘンセル・グループ（株） 03-5423-7677-0611
 ナビゲーター（西）エネネット 03-3874-2424 ネオリアイアグループ（株） 03-3354-0808 ユー・シー・エー（株） 03-3862-7171 ハンダー・グループ・エンタープライズ（株） 03-3693-6428 ナビゲーター（北）エネネット 03-7879-2015

※月曜（東）4:25分～12:25分、アイム・プロダクツの各、アイム・オーディオ各館直営店にて開催いたします。この機会にぜひお越しください。
 ※お問い合わせはアイム・プロダクツグループ 03-3467-5565





最も進化した芸術は農である。

NATURAL WONDER



033

032

“我的品牌”杂志广告 1998年

三宅一生先生的“我的品牌”这一商标品牌包含从夹克衫到睡衣、从手帕到手提包，从毛巾到寝具，及所有与生活相关的各种各样品类的大商品群。

目录具有将其广阔的商品世界向用户综合介绍的作用。

在这里人不是模特儿，将乌鸦、香菇作为模特儿，描绘出充满创造性的商品世界。

乌鸦是伊索寓言中的角色，不顾多次失败仍然顽强地生存，这也是读者的化身，读者虽嘲笑乌鸦的失败但在内心深处却表现出对乌鸦极大的同情。这本手册中的乌鸦也同寓言中的乌鸦是同一角色。手册附加了诗一般的文字，如：“天生脸色正直，脸色决不说谎，不欺骗自己，不欺骗别人，说谎的，恐怕就是闭上眼睛的你。”



034

033 · 034

大自然奇观宣传画 1999年

在北海道千岁这个地方，使用温室技术，开始种植西红柿。

在温室的环境中模拟原产地安第斯山的自然环境，收获了令人吃惊的、味道甜美的西红柿。

这种西红柿不是在普通的市场而是在“美术馆”举行出售发布会。

文案是“最进化的艺术是农业”，“人类最先着手研究的哲学是农业”。

21世纪引人注目的产业，将是新生的恢复了辉煌的农业，通过这项工作，我有了强烈的预感。



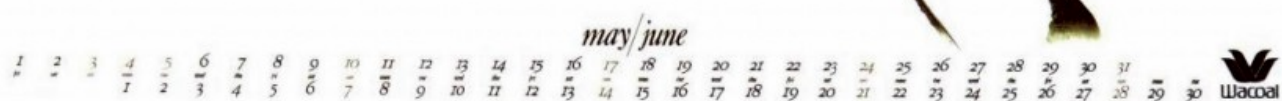


november december

		4		5		6		7				9		10		11		12		13		14				16		17		18		19		20		21				24		25		26		27		28		29		30																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--	--	---	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	--	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	--	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

035





036

035 · 036

华歌尔年历 1987年

女式内衣厂商出版的年历。

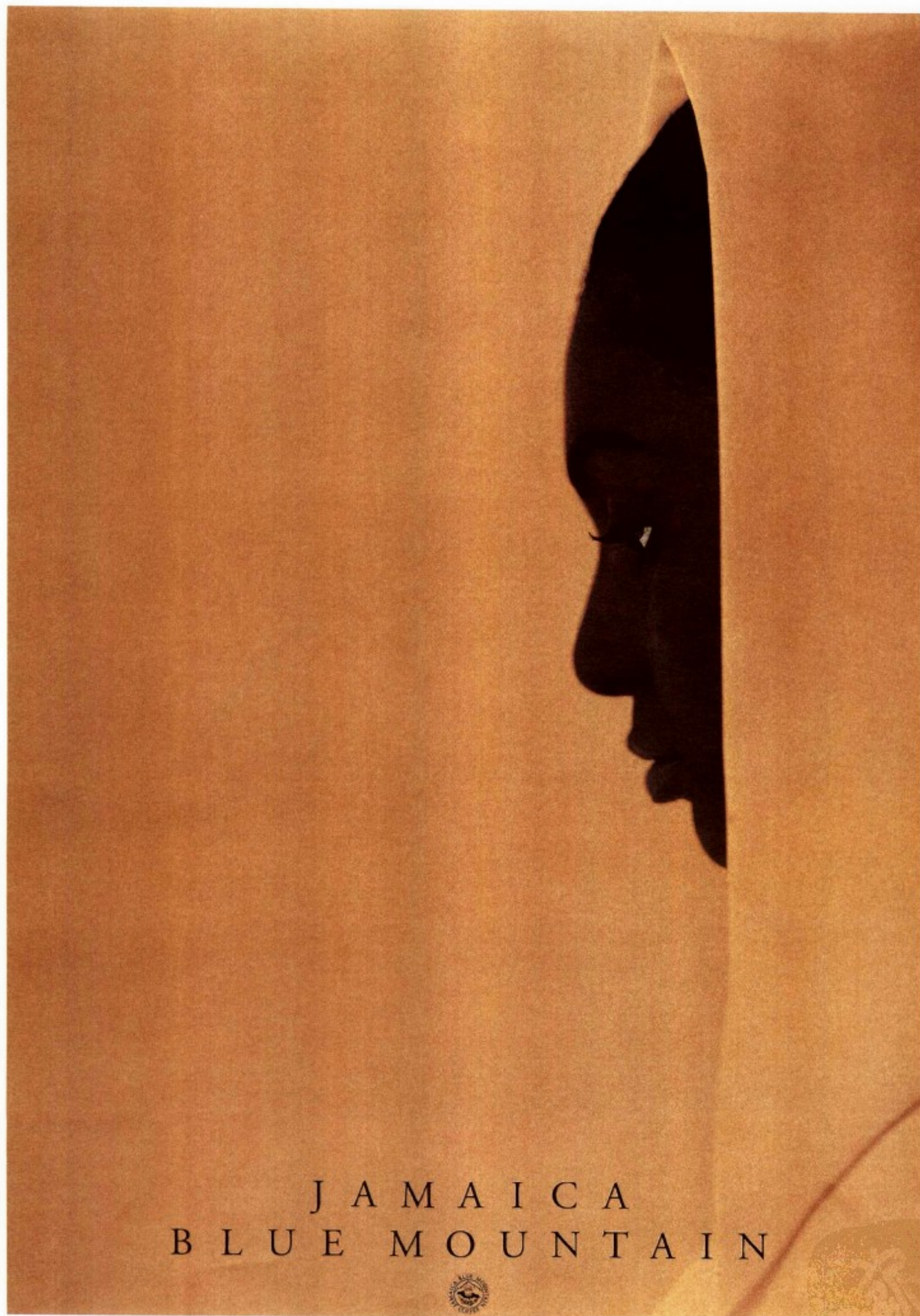
只剩下女式内衣裤，模特儿的身體消失了。

可以说是透明人穿着女式内衣。

只剩下身体的影子。

因为没有身体，突出的是女式内衣的优雅
与美感而非色情。





037

037

牙买加蓝山咖啡宣传画 1996年
从牙买加进口的蓝山咖啡的宣传广告。
白色的服装掩盖着黑人女性漂亮的侧脸，
脸的前面留出了很大的空间，制成了印象
深刻的照片。

3

PACKAGE DESIGN





038

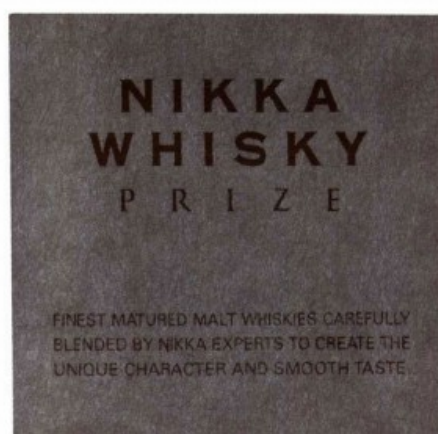


038 · 039 · 040

尼柯威士忌

瓶及商标设计 1990年

推敲玻璃的质感、标签纸的材质等，在简单的设计中表现出高品质感。







040





041





042

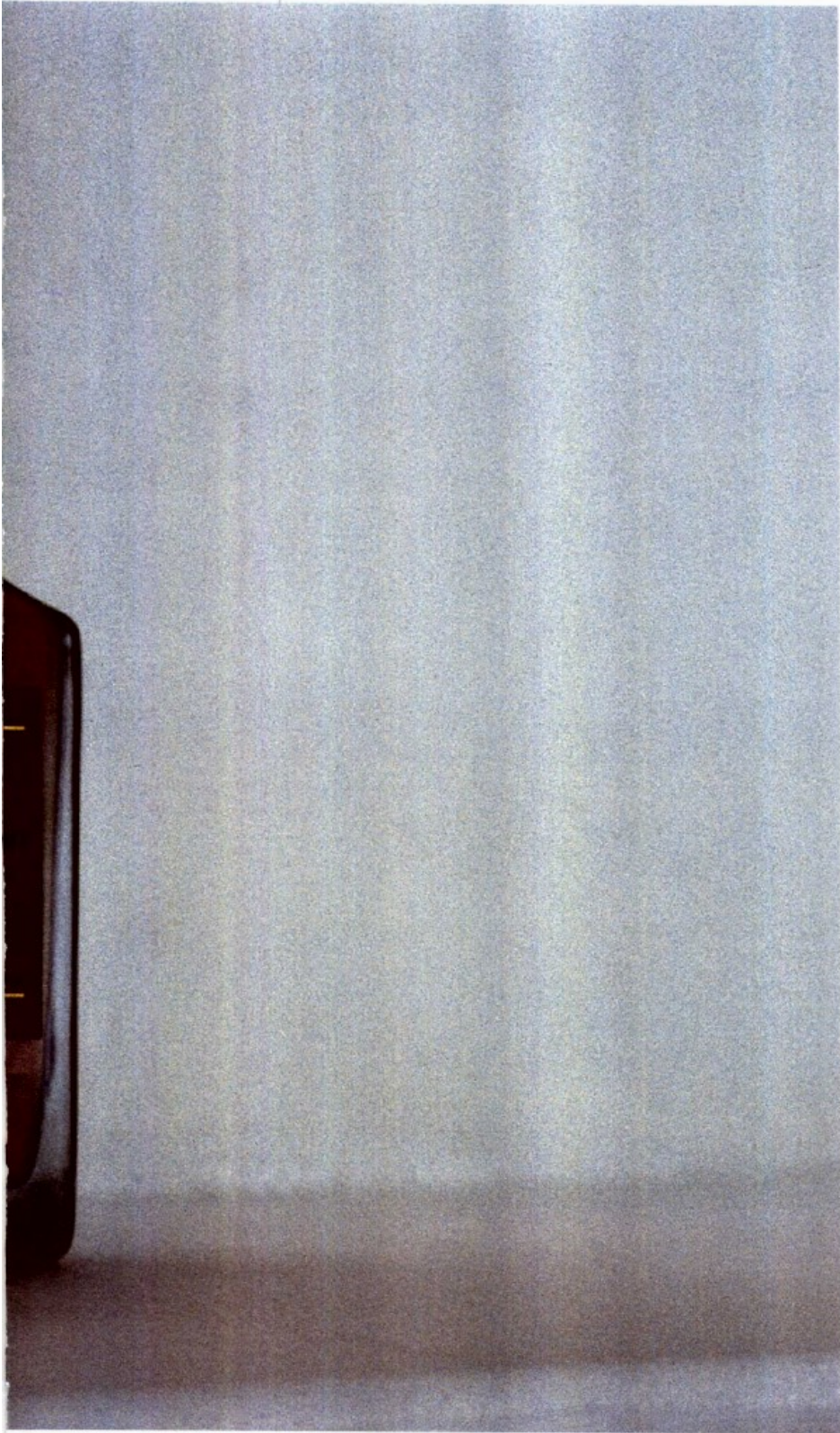
041
尼柯“伟大时代”牌威士忌
瓶及商标设计 1990年

042 · 043
尼柯“选择”牌威士忌
瓶及标签设计 1991年

以厚玻璃瓶的轻微起伏透出的威士忌琥珀色的微妙变化为原创构思而成，标签的文字使用古典的手写文字。
威士忌酒的魅力是可以超越东西方文化的差别。







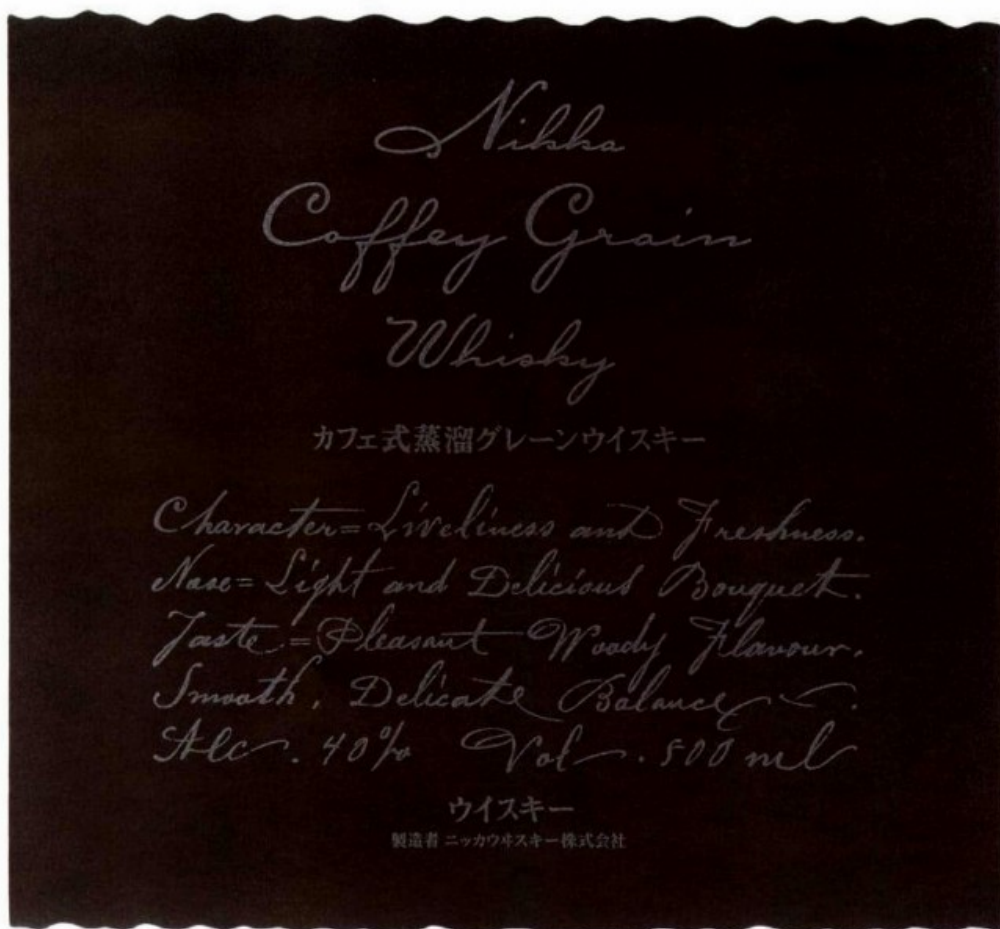
043





044





045

044 · 045

尼柯COFFEY威士忌

标签设计 1992年

表现的是在巴黎街头随处可见的餐厅的菜谱，标签设计好像黑板上的手书。写的文字确实离现代主义较为遥远，是现代设计容易忽略的，但却传达着风趣而亲切的信息。

威士忌是一种与人的精神层面有很深的关系的商品，而这些微妙的感受正是设计者应该揭示的。



69





046

046

尼柯苹果酒

瓶及标签设计 1985年

苹果酒是使用苹果的轻发泡酒。

虽然是偶然的享乐酒，但在法国的诺曼底，很早以前就受青睐。同样是具有历史和传统的酒。

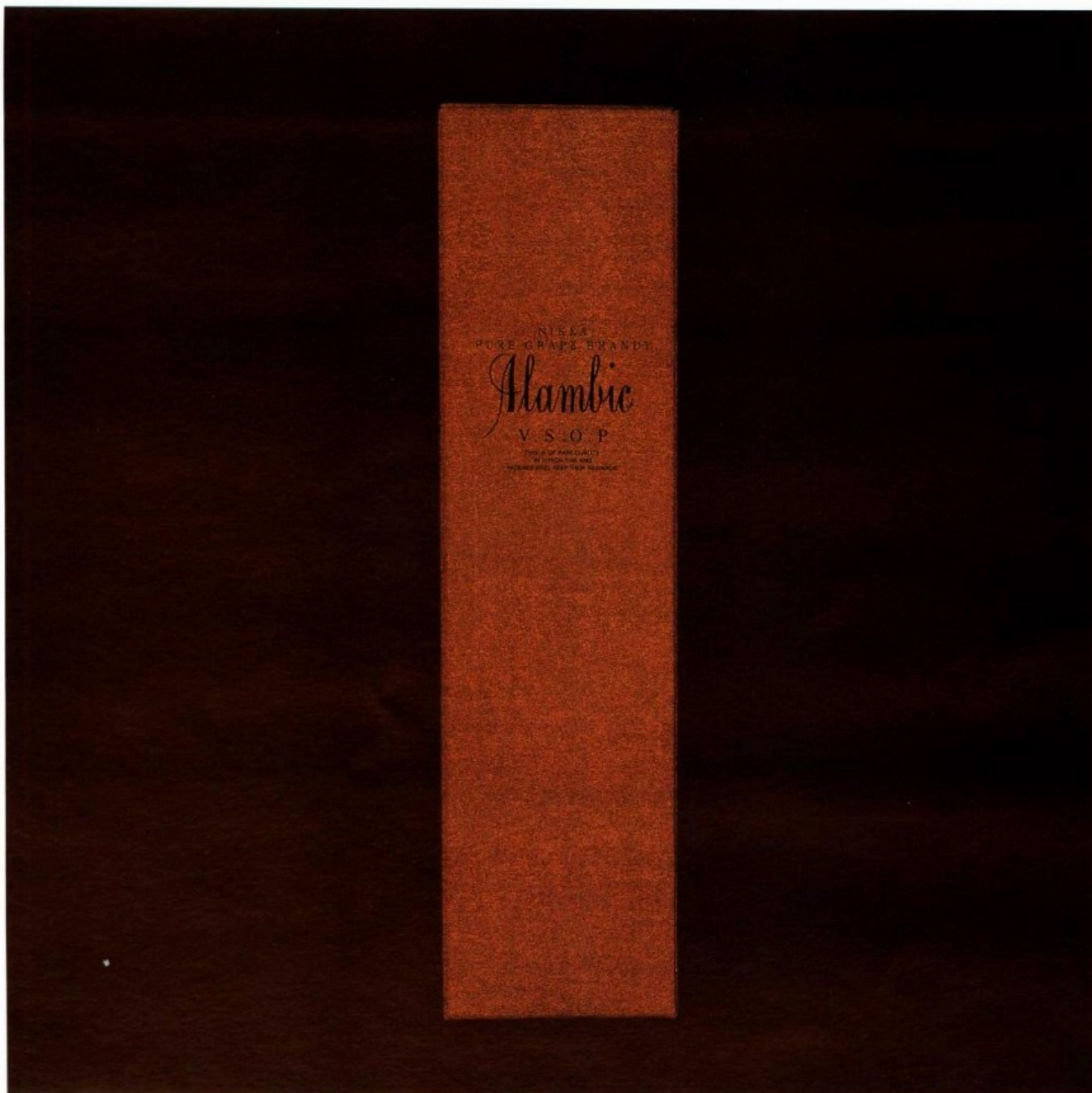
因此，在轻松愉快的外形中，表现“有地位的酒”的形象。





047





048

047 · 048

尼柯阿兰比克白兰地V.S.O.P

瓶、标签以及外装盒设计 1989年

用传统的单式蒸馏器生产的白兰地。使用17世纪流行的漂亮瓶子。

以字体为中心的简洁商标设计与众多外表豪华的白兰地迥然不同，设计构思完全相反。

排除过多装饰，默默地追求高品质。

是人性化了的尼柯威士忌的设计思想。简单的造型也体现了日本的设计感觉。





0-49



050

049 · 050

尼柯威士忌(NIKKA WHISKY) WELL AGING

瓶以及外包装设计 1992年

按窖藏年限进行分类，分为17年、21年、25年三种。

精心设计的数字配上唤起人们回忆的插图。

表现了珍藏久远的威士忌。





051





052

051 - 052

AGF咖啡(COFFEE MAXIM)

速溶咖啡以及非速溶咖啡 1994年

在日本销售最多的普通速溶咖啡之一

而生产量同威士忌完全不同。

制定非常广泛的指标，面向谁都喜欢的流行设计。

瓶装、听装同时大量生产，是考虑生产力的设计。



77



053

063

AGF BLENDY 咖啡

速溶咖啡标签设计 1996年

这是普通咖啡品牌之一。

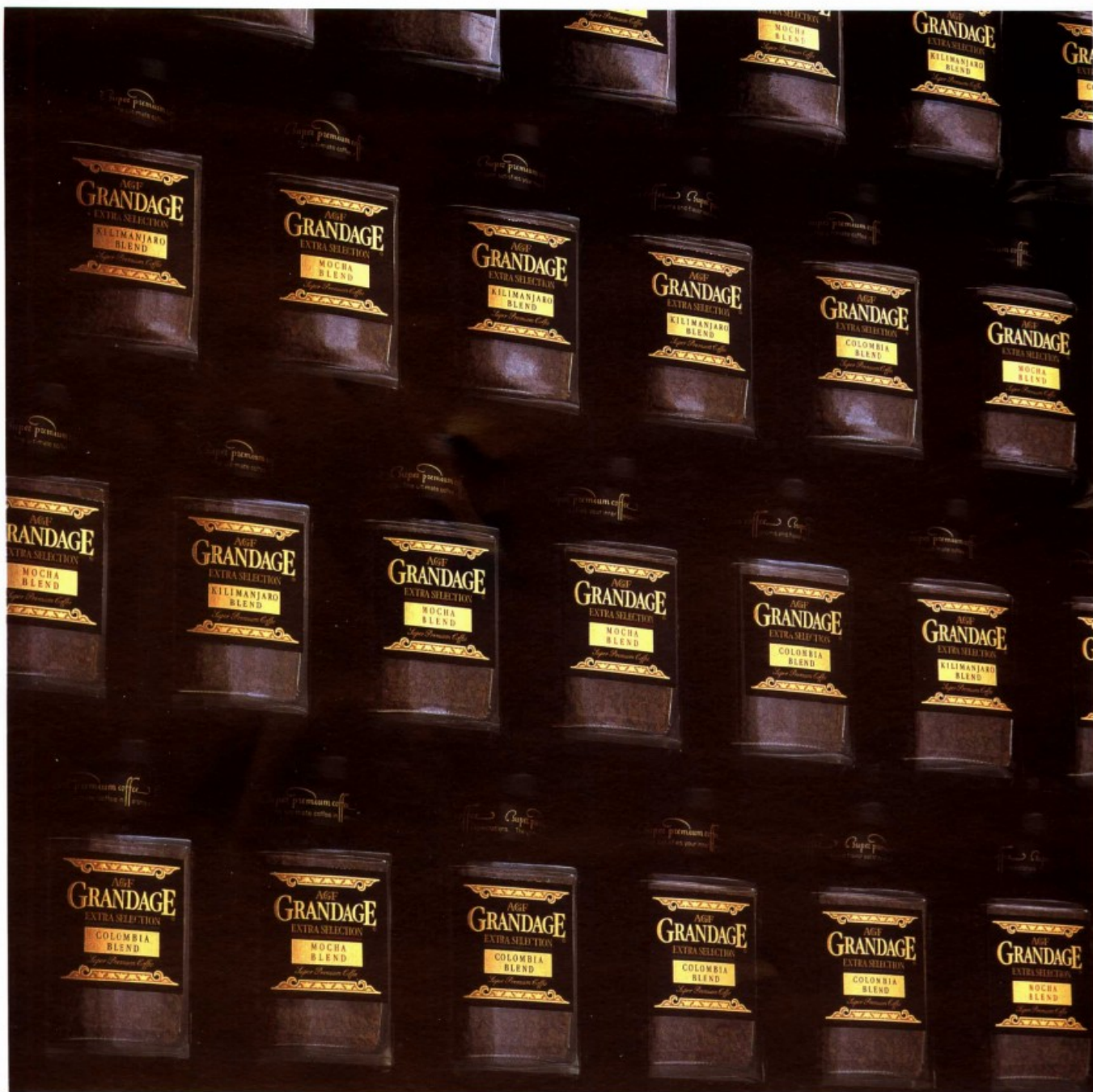
低价位商品。

设计的主旨是将信任感、亲切感与高品质合而为一。

将绿色这一冷色用于咖啡的包装，这一点是独特的，使人有一种回归自然的感觉，受到普通用户的好评，成功地获得优秀品牌的共识。



78



054

054

AGF“伟人时代”精选咖啡

标签设计 1995年

主要用于赠品的高级速溶咖啡。

在几乎无差别的批量生产中，寻求品牌与
众不同的焦点是设计中主要思考的问题。



79



056

055 · 056

新潟县岩船米

VI和包装设计 1999年

提高日用品的质量，我很早就想过。

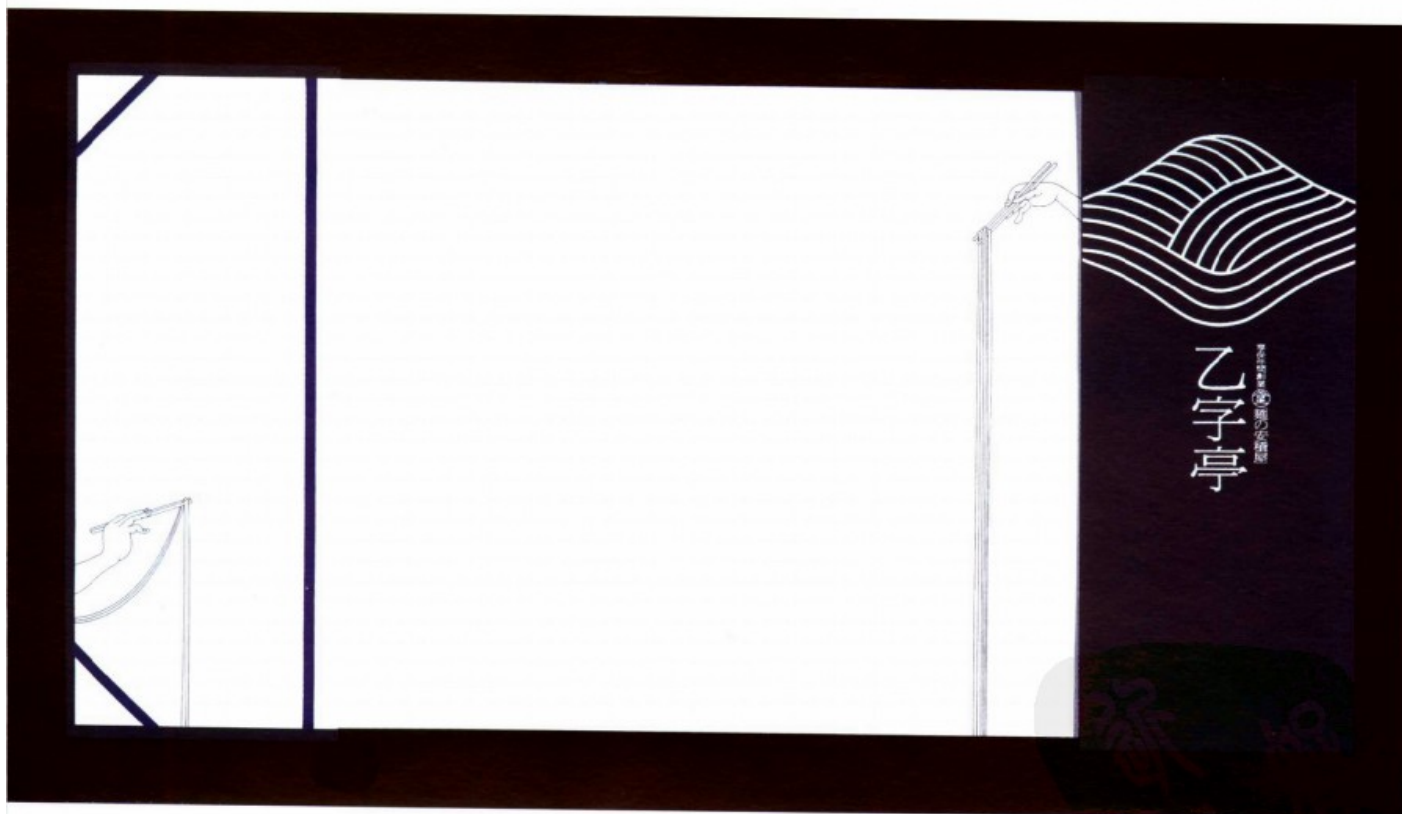
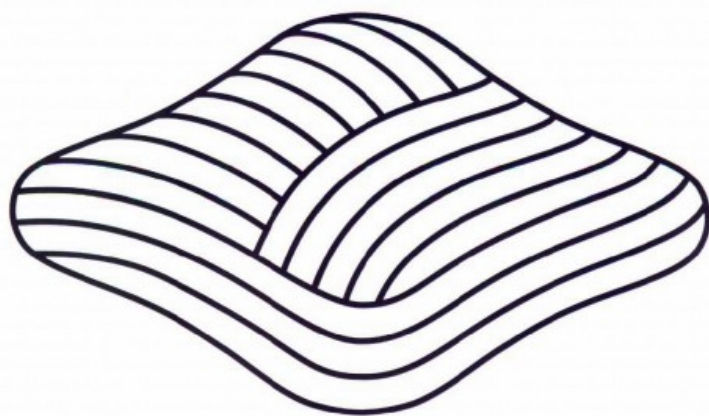
稻米是日本人的主食，但平常被装在塑料袋里，其实受到了冷遇。

日本政府根据第二次世界大战后实施的法律，优质稻米也好，非优质稻米也好，均采用同一价格的流通体系，长期管理着稻

米的流通。结果使稻米成了不被重视质量且没有生气的商品。

这里的商品是因质量上乘而闻名的新潟县岩船地区出产的稻米。

各个生产地区有各自的品牌，发挥自己的长处，假如能形成像法国葡萄酒那样的有深度的商品世界的话，日本的稻米文化也就搞活了。



057





058

057 · 058

安积屋荞麦面系列设计 1998年

安积屋是位于福岛县的，出产荞麦面的老字号。这一品牌形象始终是统一连贯的。这家店铺坐落在小溪边，所以是用流水及荞麦面纹样来进行构思的。



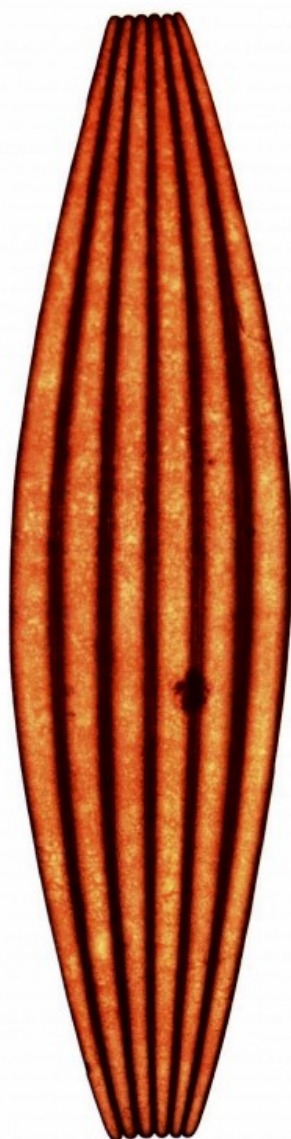
059

059
白金
瓶装设计 1998年

4

ART POSTERS





Takeo Paper World '91

TEL: 03-5404-4221 (FAX: 03-5404-4222) (会場: アートフォーラム六本木 TEL: 03-5404-4221/03-5404-7261 (7F) 会場直営)

交通: 地下鉄日比谷線六本木下車 徒歩5分 (TEL: 03-5404-4221) 主催: 株式会社 有尾 TEL: 03-5292-5611 (大塚5F)

APR. 15 (MON.) 10:00 - 20:00 APR. 17 (WED.) 10:00 - 18:00 ART FORUM ROPPONGI, MINATO-KU TOKYO TEL: 03-5404-4221

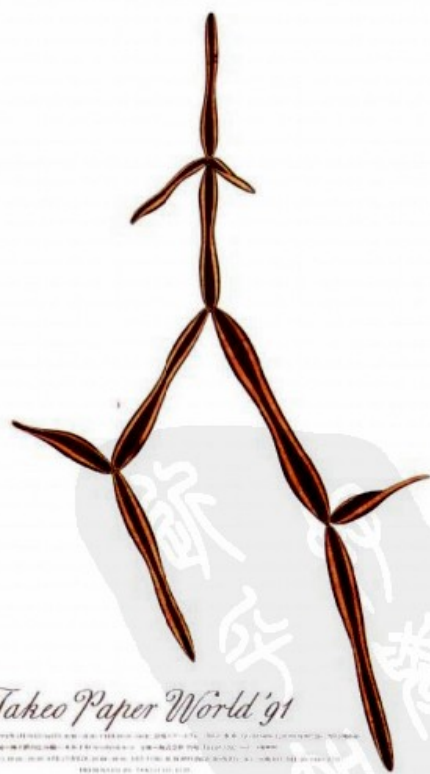
PRESENTED BY TAKEO CO., LTD.





Takeo Paper World '91

info@openoffice.org 和 help@openoffice.org 的邮件地址。 您还可以访问 <http://www.openoffice.org> 来了解更多信息。 openoffice@openoffice.org
 如果您遇到任何问题，请向 openoffice@openoffice.org 或 help@openoffice.org 寻求帮助。
 OPENOFFICE.ORG 和 www.openoffice.org 的邮件地址。 您还可以访问 <http://www.openoffice.org> 来了解更多信息。 openoffice@openoffice.org
openoffice@openoffice.org 和 help@openoffice.org 的邮件地址。 您还可以访问 <http://www.openoffice.org> 来了解更多信息。



Takeo Paper World '91

電話：02-2652-1111 傳真：02-2652-1112 地址：台北市中山區南京東路二段111號11樓 服務時間：上午9時至下午6時
 台北：中山區南京東路二段111號11樓 電話：02-2652-1111 傳真：02-2652-1112
 台中：中山路111號11樓 電話：04-2222-1111 傳真：04-2222-1112
 高雄：中山路111號11樓 電話：07-2222-1111 傳真：07-2222-1112
 台北：中山區南京東路二段111號11樓 電話：02-2652-1111 傳真：02-2652-1112

060 · 061 · 062 · 063 · 064 · 065 · 066 ·
067

TAKEO纸张世界展览会海报 1991年—1994年

亲自担任竹尾商社召开的以纸材料为核心的展览会的策划、组织及艺术指导工作。这组海报的设计目的是为表现纸张的印刷效果，并不仅是说明性的宣传海报。作为设计师的作品既要有严谨的逻辑性，又要显现出独特的创造力。这一系列海报将我对造型的独特的都表现出来。具体地说，是运用感性的形态和细致的肌理描绘，创造出具象中的抽象形态。

TAKEO PAPER WORLD 92



TAKEO PAPER WORLD 92 会期——4月13日(水)10:00—20:00 15日(木)10:00—18:00 会場——アートフォーラム六本木 Telephone: 03-3404-4221/03-3470-7261(会費等別添) 主催——株式会社竹尾 Telephone: 03-3292-3611 入場無料

062

新刊
知
冊
PDG

A vertical strip of a film negative, likely from a microfilm. It features handwritten text in cursive script, which is mirrored and appears upside down. The text includes names like "H. J. ...", "J. ...", and "J. ...". A series of black squares, possibly sprocket holes or markers, are visible along the right edge of the strip. The background is a light, textured surface.

TAKED PAPER WORLD '92

063

063



TABLET PAPER 规格: 10 号——LPS10mm-130mm-50-5020 规格: 1010-1000 重量: 70-72g/m² 电话: 33-0454 4271 33 3670-7210 传真: 33-0454 4271 33 3670-7210 电报: 33-0454 4271 33 3670-7210 电报: 33-0454 4271 33 3670-7210

[illegible]

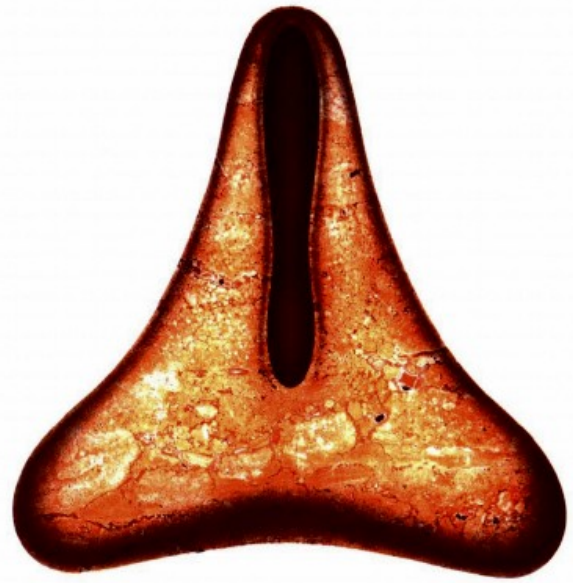


TAKE O PAPER WORLD '94

TAKE O PAPER WORLD '94 会期—4月11日(日) 14日(土) 10:00-20:00 (最終日は19:00迄) 会場—アートフォーラム六本木 Telephone: 03-3404-4221/03-3470-7261 (05会場連絡) 主催—株式会社竹尾 Telephone: 03-3292-3611 (入場無料)

066

新刊
知
船
PDG



TAKEOPAPERWORLD '94

TAKEO PAPER WORLD '94 春期—4月18日(木)—4月19日(金) 会場—アートフォー—5A、6F 本誌 Telephone 03-3434-4221/63-3470 7261(※FAX) 主催—東京新聞 竹尾 Telephone 03-3232-3611 入場無料

067

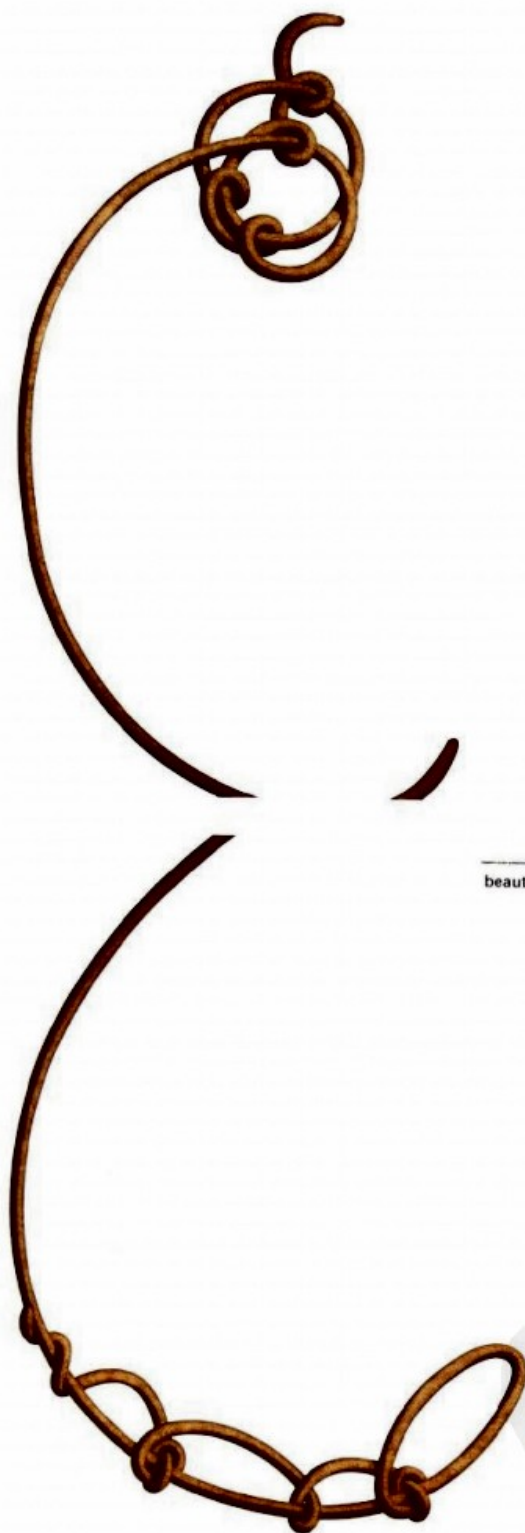


life is there



there is a hope





beauty is life

068 · 069

生活(LIFE)宣传画 1994年

为日本设计委员会主办的(LIFE)这一主题制作的宣传画。

植物的藤蔓，让我感受到生命的意志。这些有机曲线，是我对生命的理解。

这一作品使我感到这种生命在继续，生命通向美。

museum products

practical design with innocent allure



070 · 071 · 072 · 073

博物馆产品(MUSEUM PRODUCTS)

为博物馆产品设计的宣传画 1994年

博物馆在纸张世界展览会上搭建出售自己产品的商店。

这是为在那里出售的商品而制作的形象广告画。

museum products

practical design with innocent allure



071

97

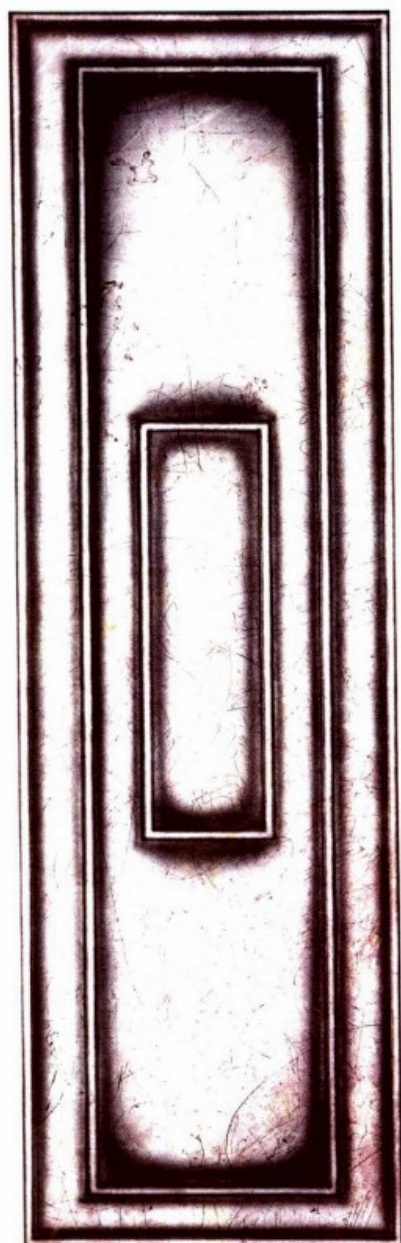
museum products

practical design with innocent allure



museum products

practical design with innocent allure



museum products
practical design with innocent allure



museum products
practical design with innocent allure



一冊の本



朝日新聞社



一冊の本



朝日新聞社



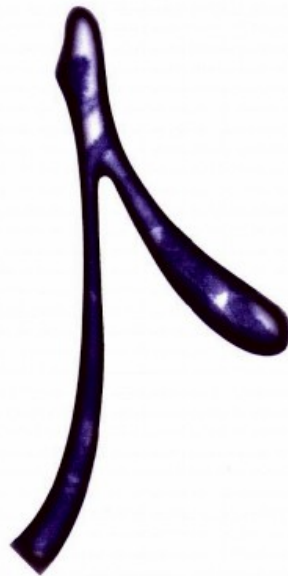
075

一冊の本



朝日新聞社

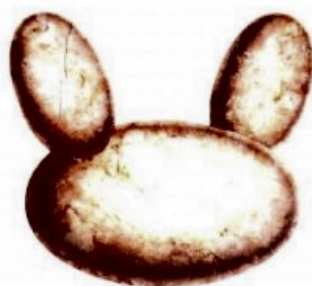
一冊の本



朝日新聞社

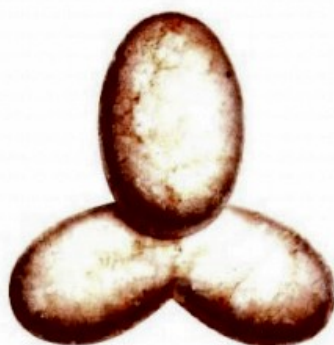


一冊の本



朝日新聞社

一冊の本



朝日新聞社

074・075・076・077

《一本书》书籍杂志宣传画 1998年
担任朝日新闻社每月发行的《一本书》杂志的封面设计。

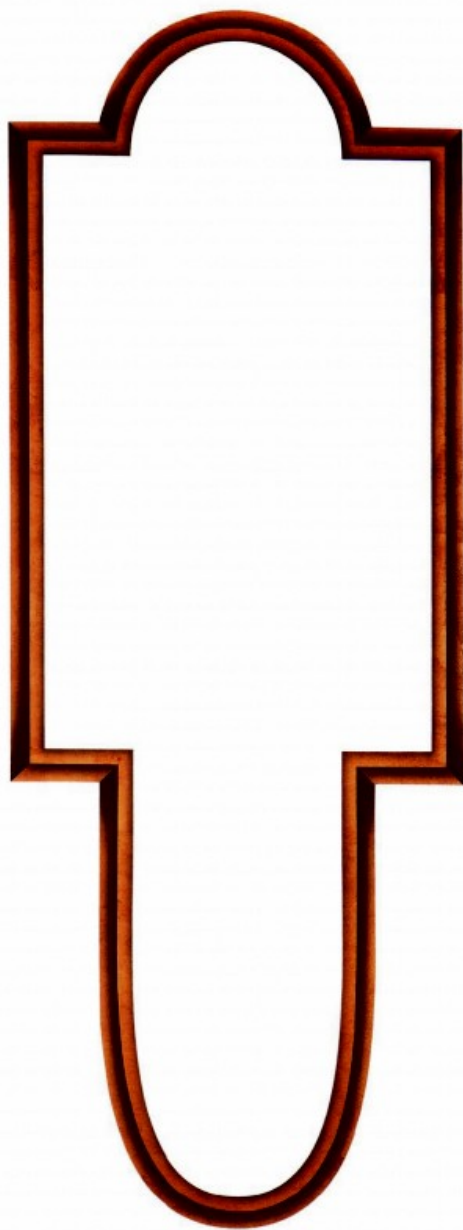
《一本书》这一名称中包含着尊重一个人、一次相遇和一次经历这样的独一无二的感觉。

我在每期的封面上，使用包括具体、抽象、神秘等不同的载体。

这些载体是《一本书》的隐喻。这些宣传画是以《一本书》的封面设计为基础的。



077



KENYA HARA EXHIBITION
THE 103RD GINZA GRAPHIC GALLERY EXHIBITION

ggg
GINZA GRAPHIC GALLERY





KENYA HARA EXHIBITION
THE 103RD GINZA GRAPHIC GALLERY EXHIBITION

ggg



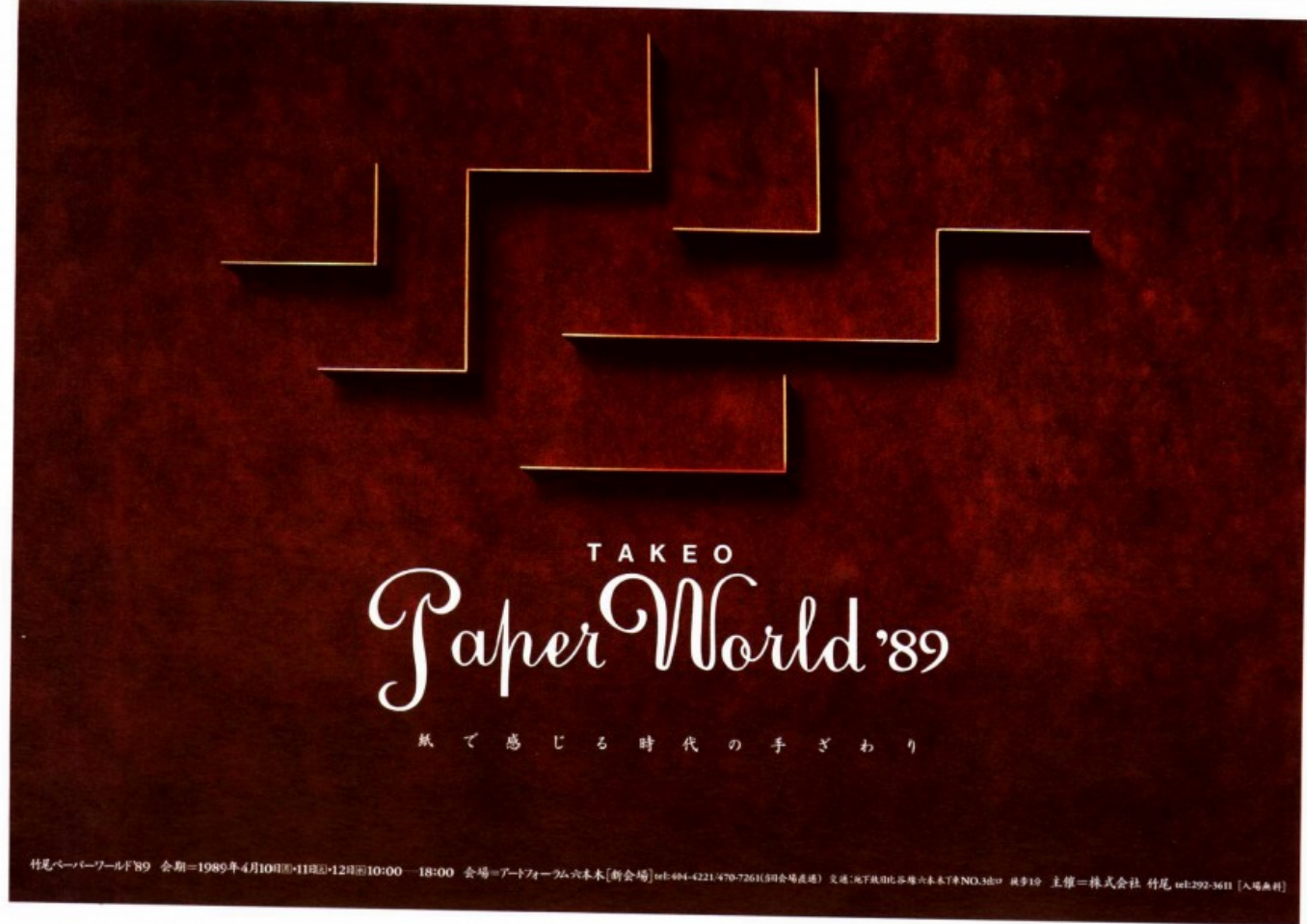
079

078 · 079

原研哉展览会

个展海报 1995年

中间什么也没有，只用框表现的宣传画，表示的是我设计的造型感觉。什么也没有的空口中，孕育着无限的可能性，这是日本人的传统见解。



080



080

TAKEO纸张世界(PAPER-WORLD)'89展
覧会宣传画 1989年
展览告知性宣传画
图案预示着迷宫般的展览会空间

5

SPACE DESIGN AND SIGN DESIGN





081





082

081 · 082

TAKEO纸张世界(PAPER WORLD)'90

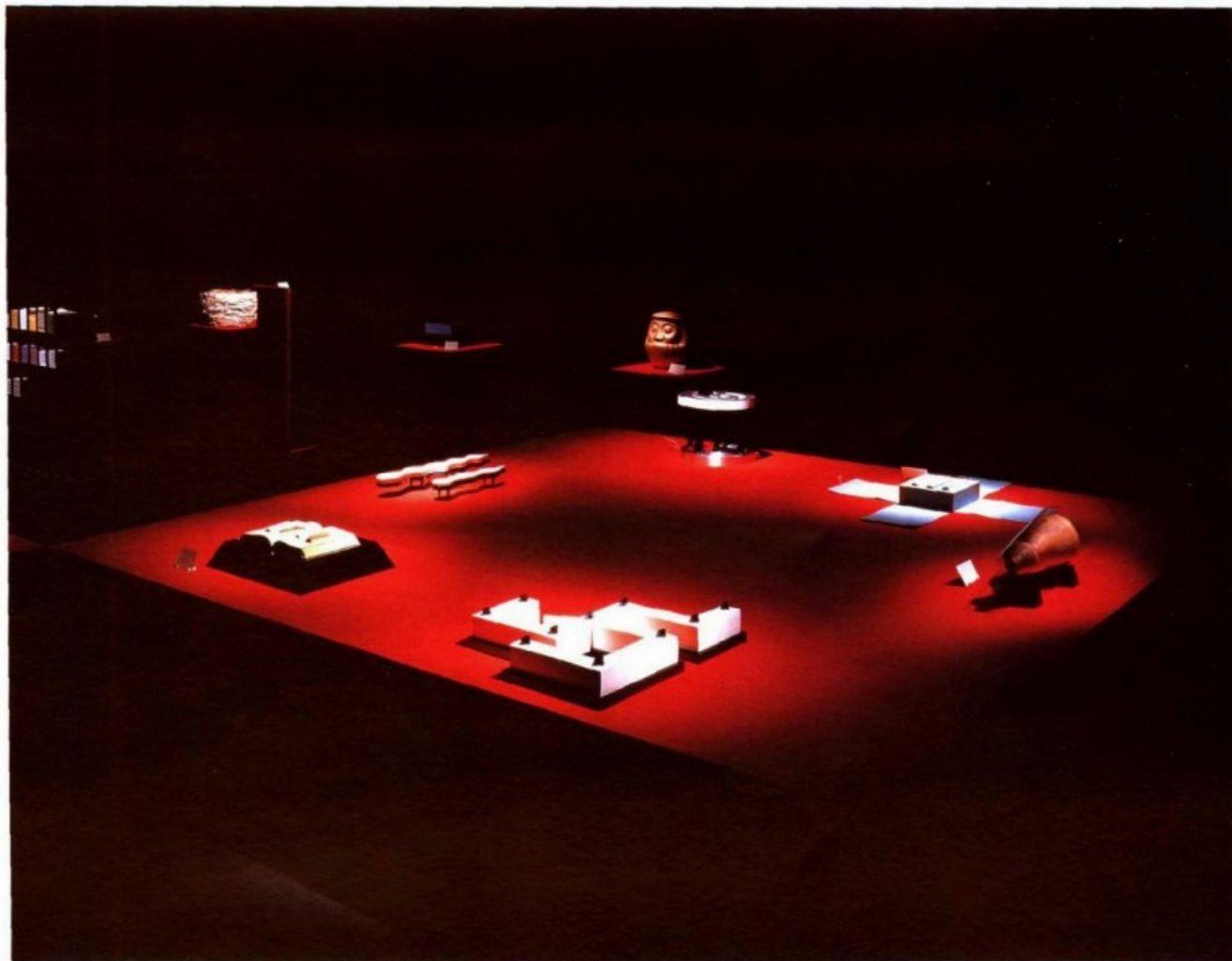
展览会会场设计 1990年

展览会会场空间的设计也是我的工作之一。因是数日之间便拆掉的空间，所以允许的设计自由度很有限。

这张照片是为展示各式手抄纸设计的展台。在迷宫般的展台上陈列着发明于中国的手抄纸。

展台设计表现出从印度、尼泊尔、中东、非洲、西欧、中欧然后传入北欧以及从中国经朝鲜传入日本的传播路线。





083

083 · 084 · 085 · 086

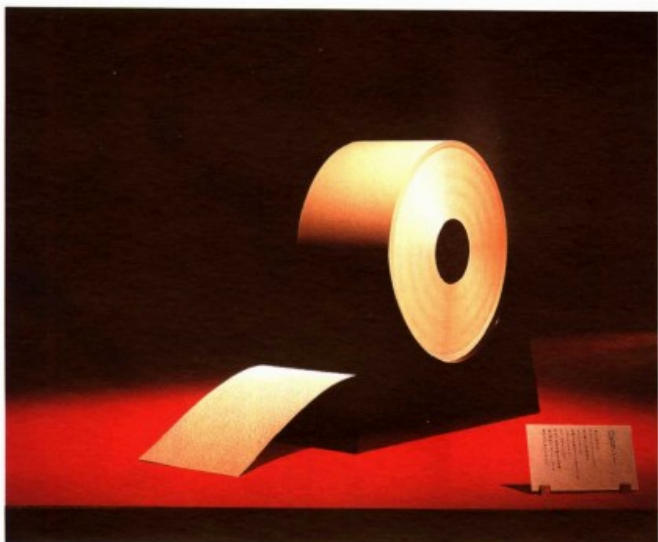
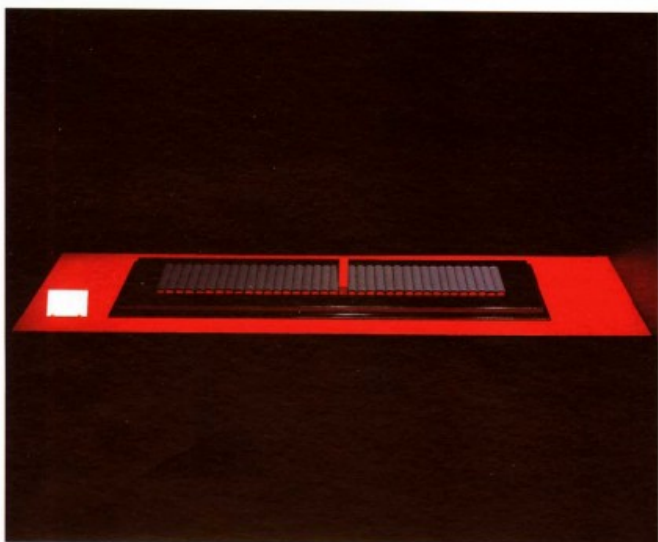
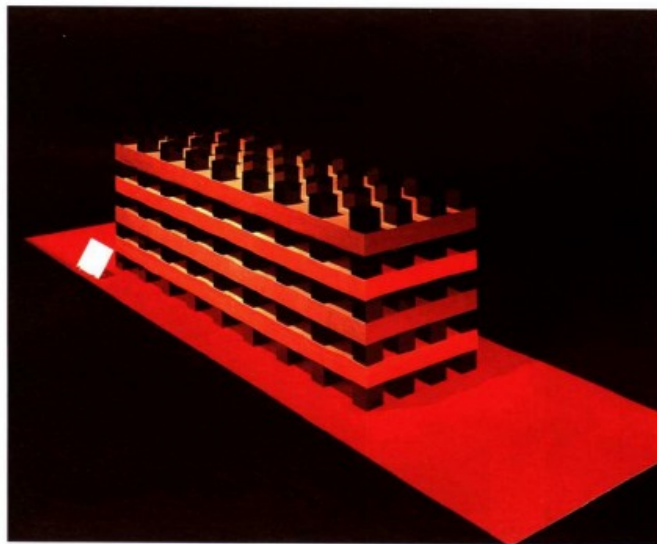
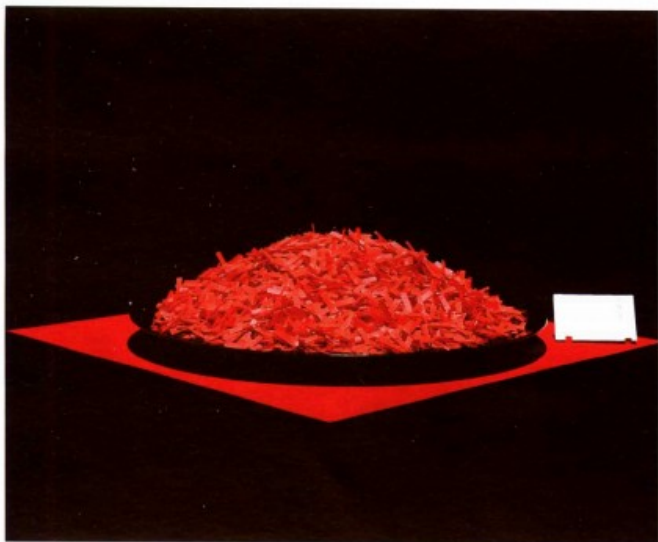
TAKEO纸张世界(PAPER WORLD)'93

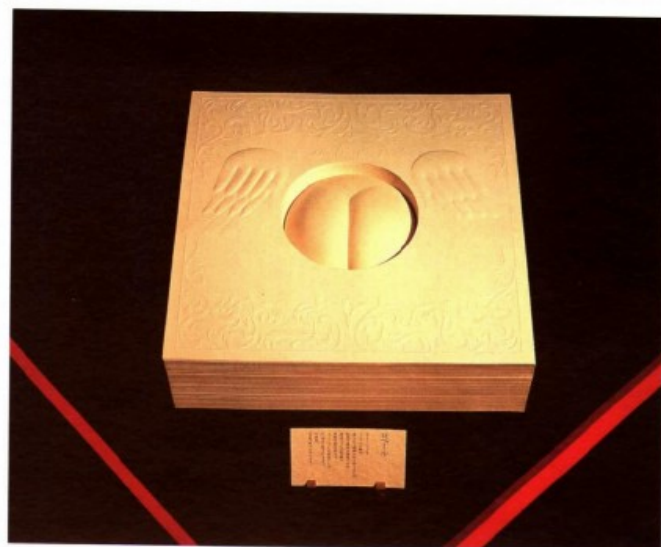
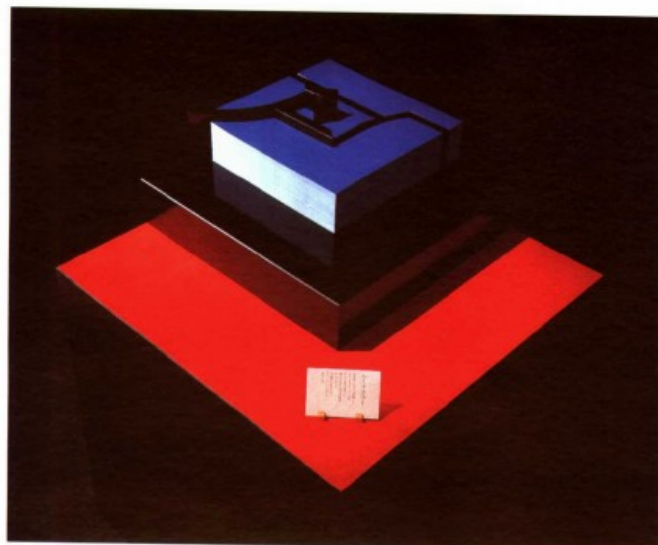
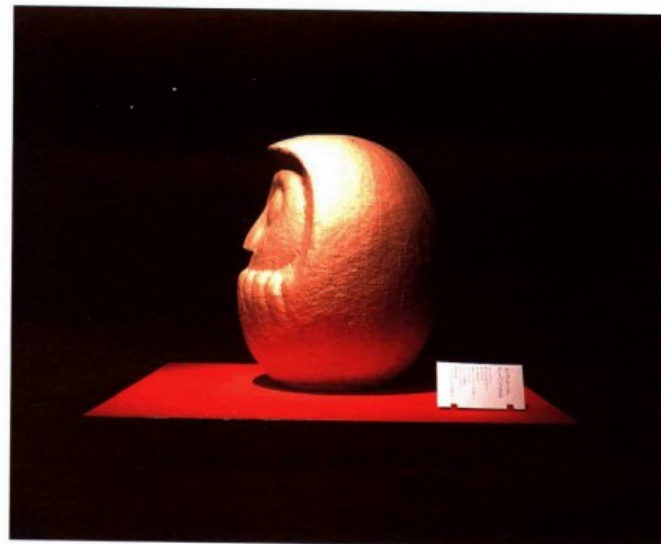
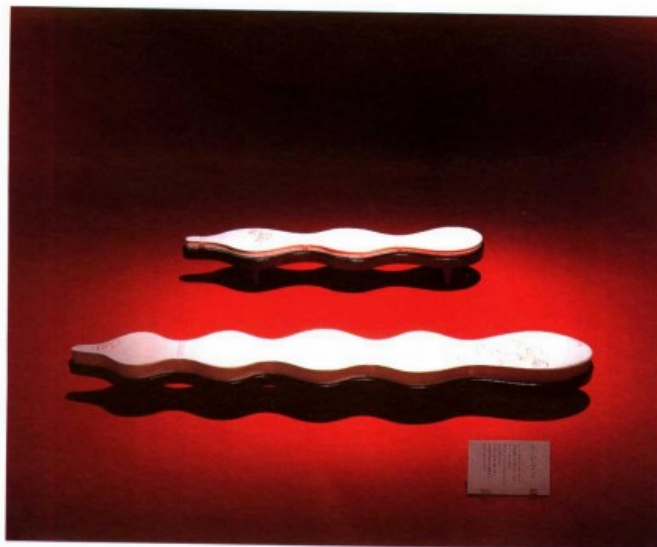
展览会策划、展示设计 1993年

为介绍各种各样新奇的纸的展览陈列而设计。

有效地结合各种纸的特点，表现出使用这种纸的独特方法。

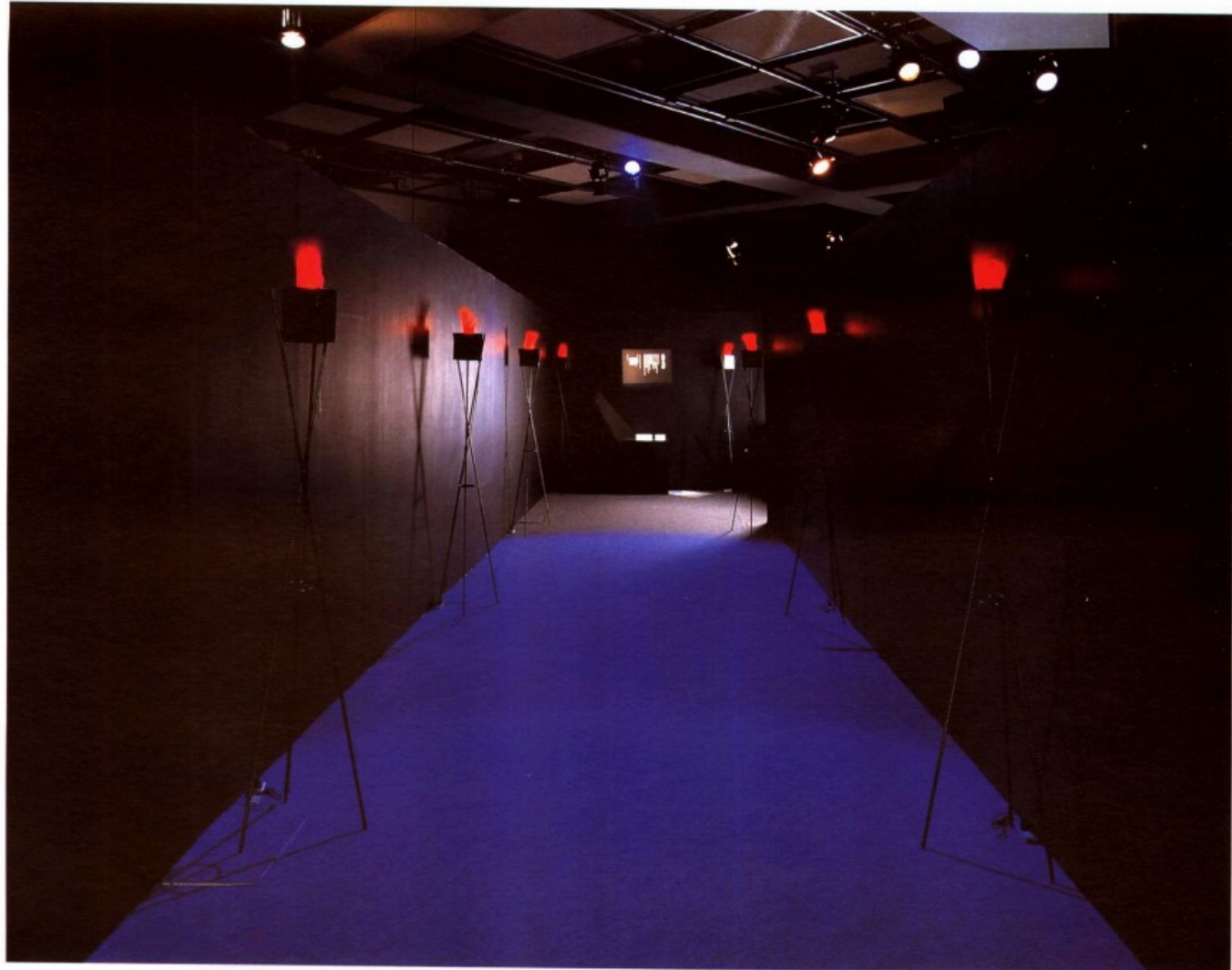
这个展览会被授予了“群纸百景”的称号。





086

PDG



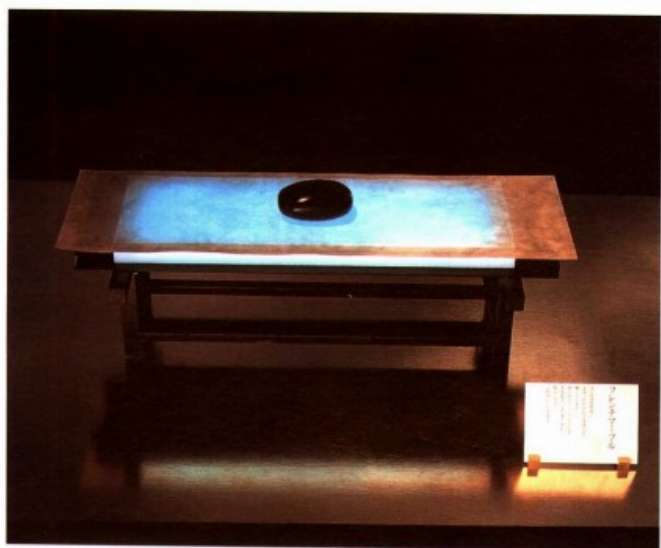
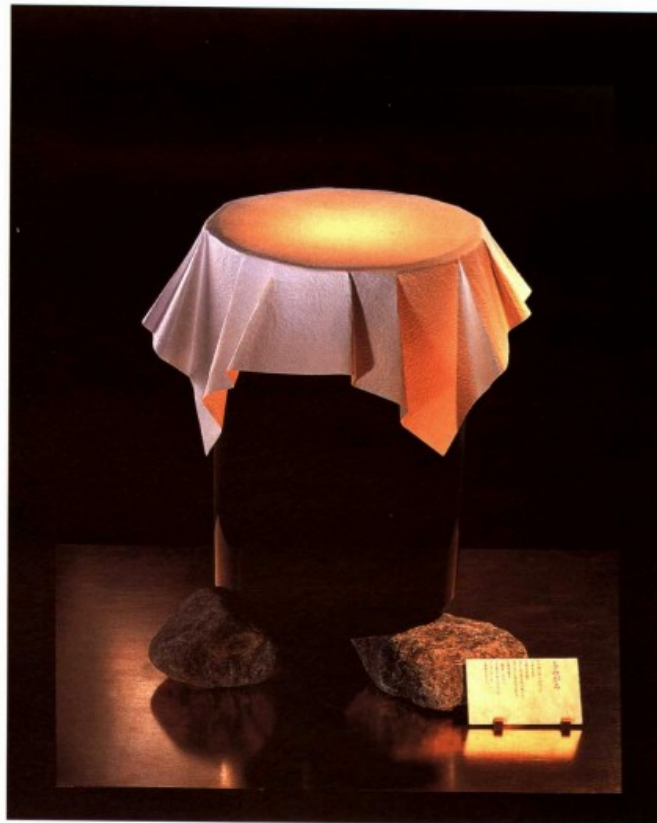
087

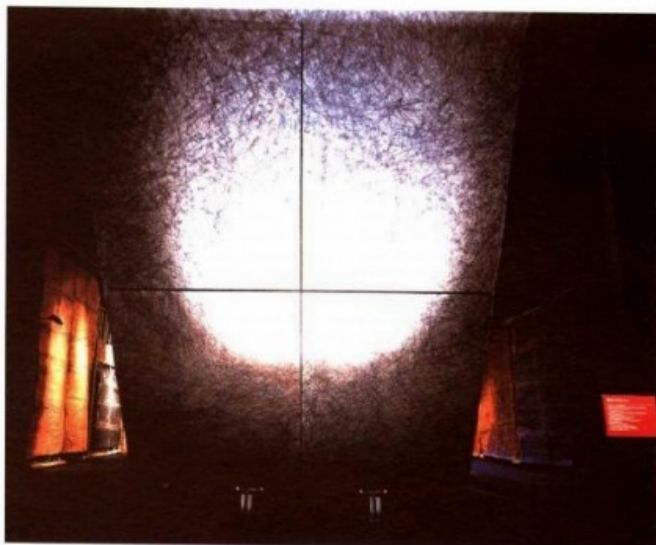
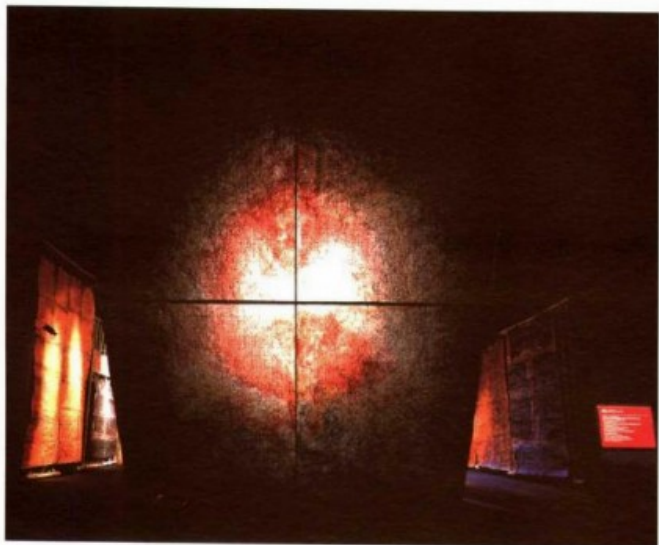
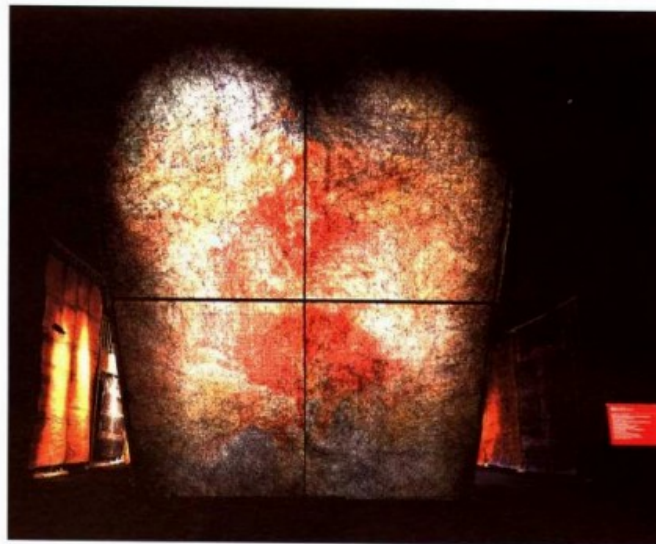
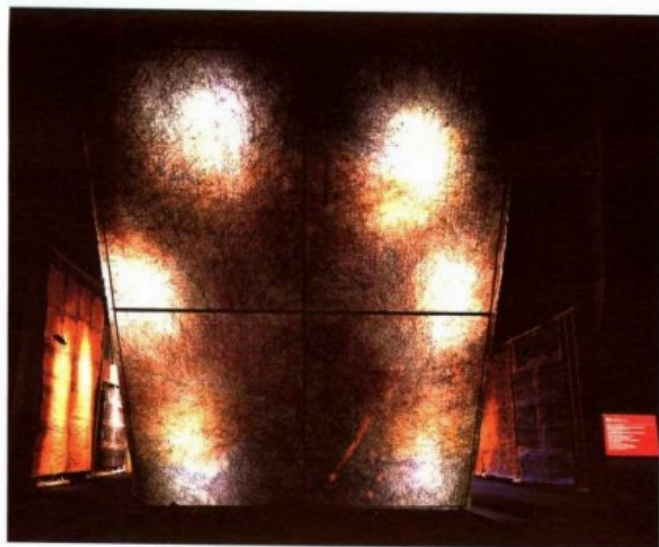
087 · 088

TAKEO纸张世界(PAPER WORLD)'94

展览会策划、展示设计 1994年

用与“群纸百景”相同概念设计的展览会，
但在这里使用了光，透过纸能看到光。着力于
介绍纸张的质感。

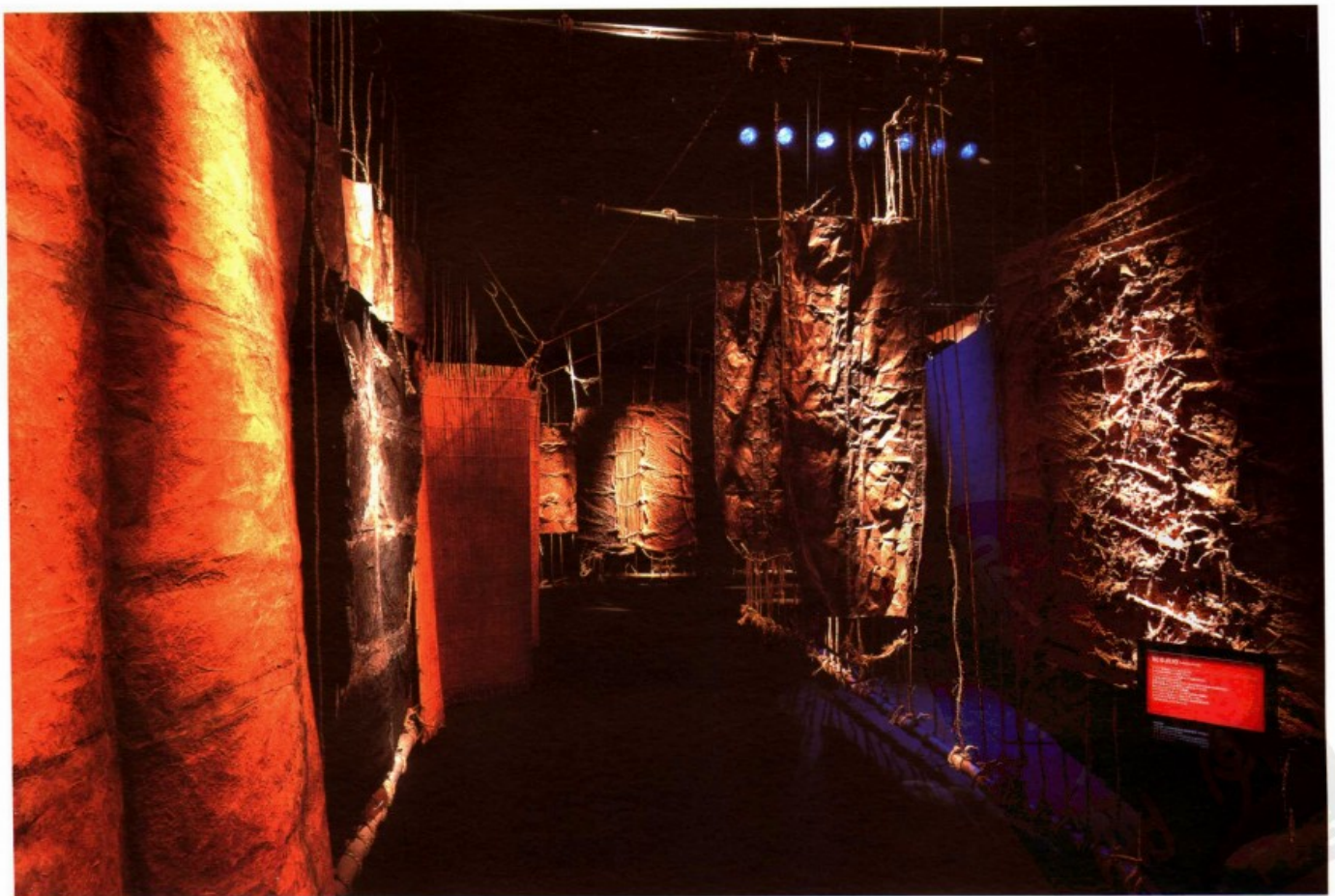




089

089
TAKEO纸张世界(PAPER WORLD)'92
展览会策划、组织 1992年
以侧光从纸张的表面改变灯光，纸张戏剧性的改变着形态。
这是纸张设计师堀本惠里的作品。

090
TAKEO纸张世界(PAPER WORLD)'92
展览会策划、组织 1992年
这里展示的不是普通的平整的薄纸，而是专门制作凹凸不平的特种纸的坂本直昭的作品。





091





092

091 · 092 · 093

建筑师的空心粉设计展览会

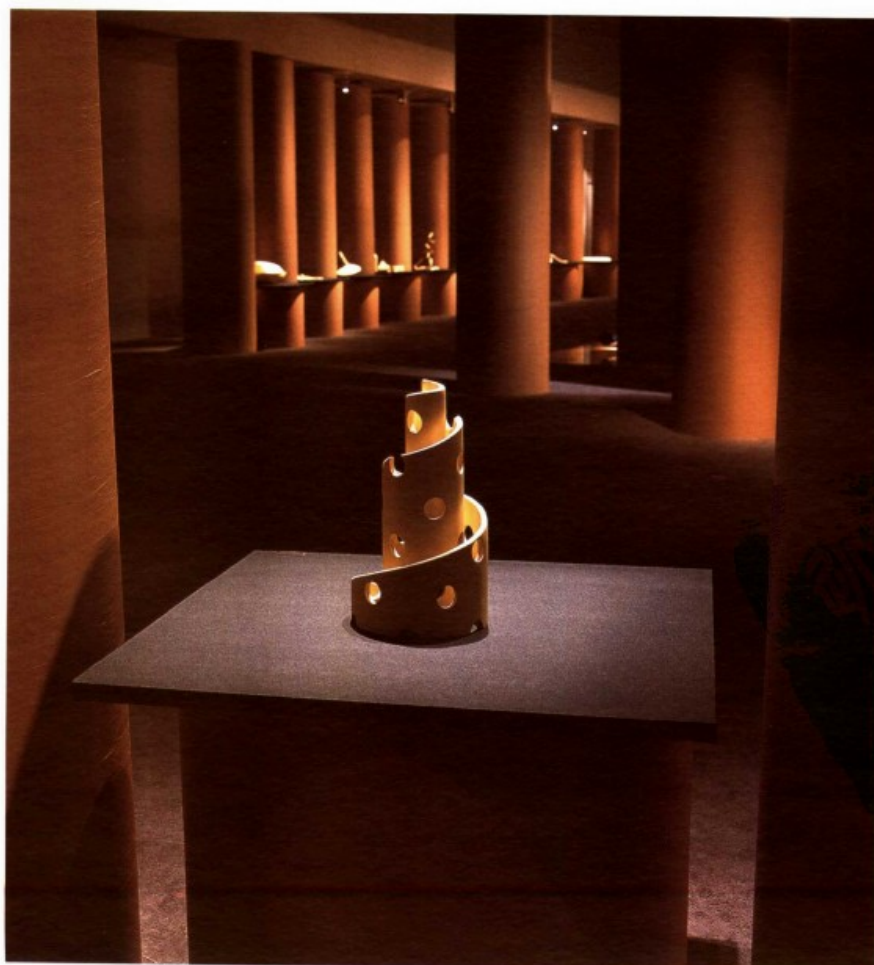
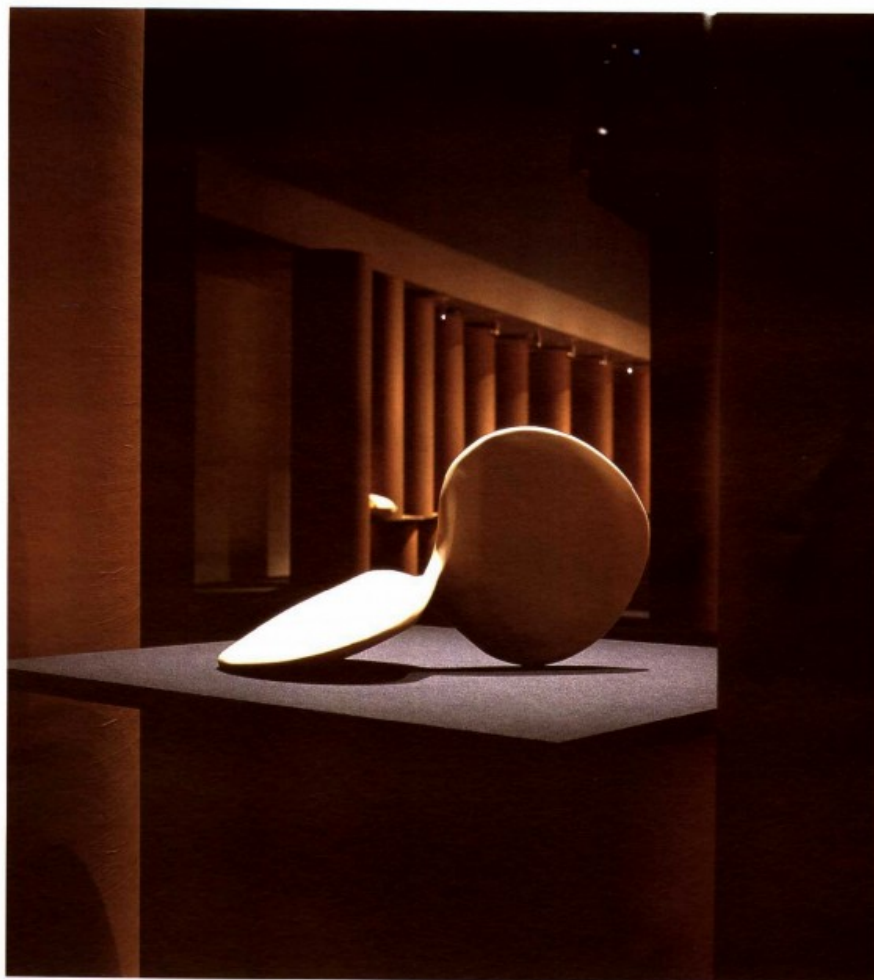
展览会策划、会场设计 1995年

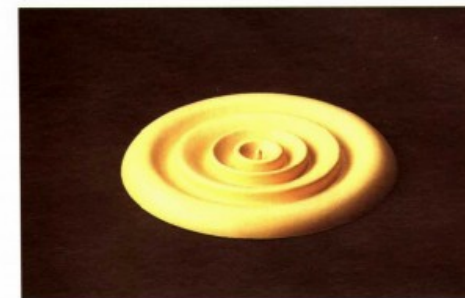
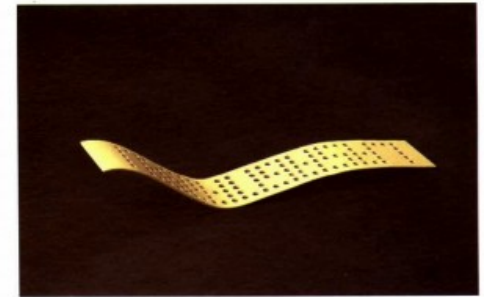
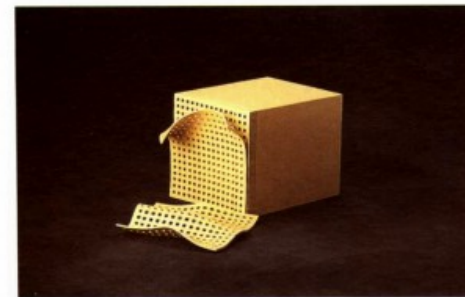
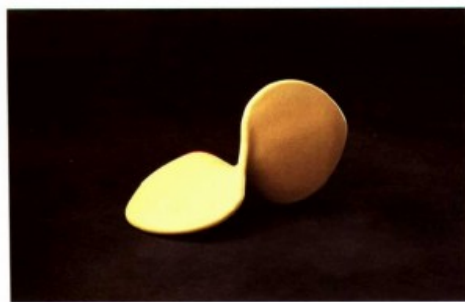
将建筑师的创造力用通俗的形式，向普通参观者展示出来。我用“空心”概念作为展览会的主题。“空心”是最具想像

力和深度的。因为是食品，必须要能引起食欲；又是建筑设计，又必须能很好地表现出结构的关系。

可以认为是“能吃的建筑物”。在这里请建筑设计师来设计空心粉，展品都是放大20倍的模型。照片是陈列时的情景。







094

094

建筑师的空心粉设计展览会

展览会策划、组织 1995年

这些图片是参加展览会的空心粉设计作品。

约放大20倍制成的模型。

这些作品以通俗的手法反映了建筑师的构想，

使建筑师们的构想比实际建筑更容易理解。



Pasta! Pasta!! Pasta!!!



建築家たちのマカロニ展

会期：1997年7月3日[木]—9月2日[火]

会場：TOTO食の情報館 5Fギャラリー

主催：TOTO食の情報館 RECIPE

共催：日本建築家協会 (JIA)

協力：PAVAN株式会社

architects' macaroni

Date: July 3rd(thu)-Sep 2nd(tue), 1997

Place: TOTO Recipe 5F Gallery

Organizer: TOTO Recipe

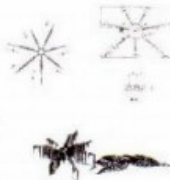
Co-organizer: JIA, Kanto-koshinetsu branch

Cooperator: PAVAN SPA

095

PDG

設計：若林広幸 Hiroshi Wakabayashi

[illegible]設計：今川憲美 *Michiko Imakawa*[illegible][illegible]

Archives: London (Original Manuscript)

1. 問題
 例題として次の問題を
 解答せよ。また解答を、
 オムニマス問題の解答に添えて、20枚の
 雑誌、1冊の文庫本を1冊の
 文庫本に交換して贈るものとしたい。
 以下にその条件を示す。
 解答欄のオムニマスに1冊の雑誌が
 1冊ある。これを交換して贈るものと
 したい。
 解答欄のオムニマスに1冊の雑誌が
 1冊ある。これを交換して贈るものと
 したい。



據瞭解，「中國醫藥」的出口市場，
 第一，是向東南亞出口，如泰國、馬來西亞、新加坡、
 菲律賓等國。第二，是向日本、韓國、台灣、
 香港等地區出口。第三，是向美國、加拿大、
 歐洲等地區出口。第四，是向非洲、
 南美洲等地區出口。第五，是向大洋洲、
 中東等地區出口。第六，是向俄羅斯、
 烏克蘭等地區出口。第七，是向印度、
 巴基斯坦等地區出口。第八，是向孟加拉、
 斯里蘭卡等地區出口。第九，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第十，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第十一，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第十二，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第十三，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第十四，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第十五，是向日本、
 韓國等地區出口。第十六，是向台灣、
 香港等地區出口。第十七，是向美國、
 加拿大等地區出口。第十八，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第十九，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第二十，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第二十一，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第二十二，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第二十三，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第二十四，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第二十五，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第二十六，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第二十七，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第二十八，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第二十九，是向日本、
 韓國等地區出口。第三十，是向台灣、
 香港等地區出口。第三十一，是向美國、
 加拿大等地區出口。第三十二，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第三十三，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第三十四，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第三十五，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第三十六，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第三十七，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第三十八，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第三十九，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第四十，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第四十一，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第四十二，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第四十三，是向日本、
 韓國等地區出口。第四十四，是向台灣、
 香港等地區出口。第四十五，是向美國、
 加拿大等地區出口。第四十六，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第四十七，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第四十八，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第四十九，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第五十，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第五十一，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第五十二，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第五十三，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第五十四，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第五十五，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第五十六，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第五十七，是向日本、
 韓國等地區出口。第五十八，是向台灣、
 香港等地區出口。第五十九，是向美國、
 加拿大等地區出口。第六十，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第六十一，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第六十二，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第六十三，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第六十四，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第六十五，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第六十六，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第六十七，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第六十八，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第六十九，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第七十，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第七十一，是向日本、
 韓國等地區出口。第七十二，是向台灣、
 香港等地區出口。第七十三，是向美國、
 加拿大等地區出口。第七十四，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第七十五，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第七十六，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第七十七，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第七十八，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第七十九，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第八十，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第八十一，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第八十二，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第八十三，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第八十四，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第八十五，是向日本、
 韓國等地區出口。第八十六，是向台灣、
 香港等地區出口。第八十七，是向美國、
 加拿大等地區出口。第八十八，是向歐洲、
 非洲等地區出口。第八十九，是向南美洲、
 大洋洲等地區出口。第九十，是向中東、
 俄羅斯等地區出口。第九十一，是向烏克蘭、
 印度等地區出口。第九十二，是向巴基斯坦、
 孟加拉等地區出口。第九十三，是向尼泊爾、
 不丹等地區出口。第九十四，是向蒙古、
 朝鮮等地區出口。第九十五，是向越南、
 柬埔寨等地區出口。第九十六，是向老撾、
 緬甸等地區出口。第九十七，是向泰國、
 馬來西亞等地區出口。第九十八，是向新加坡、
 菲律賓等地區出口。第九十九，是向日本、
 韓國等地區出口。第一百，是向台灣、
 香港等地區出口。



097

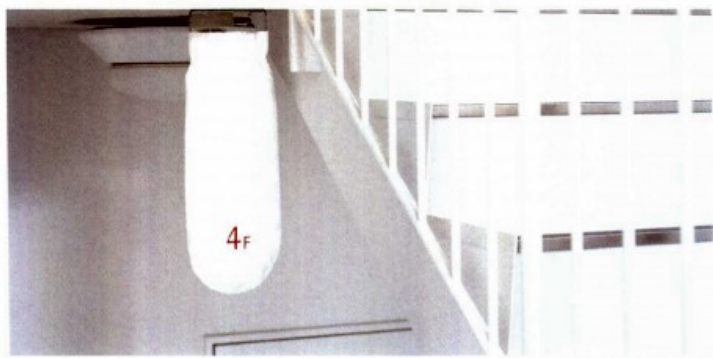
097 · 098 · 099

梅田医院视觉识别系统设计 1997年
医院的标志设计及空间设计要求，不只是
场所定位机能。

医院保证向患者传达可信、卫生、优质服务等信息。从这一观点出发，我进行了这一设计。具体地说，设计材料使用布，设计做到穿脱容易，洗涤简便。

布是缓和紧张的柔和材料，还可以和床上的床单一样保持其清洁，向人们传达了那里清洁的信息。

因材料成本低廉，各种标志准备4份，因为耐洗涤，10年以后，也可以保持最新状态。





099

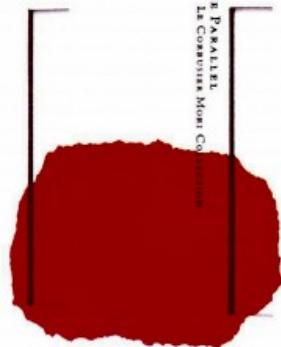


6

BOOK EDITORIAL DESIGN

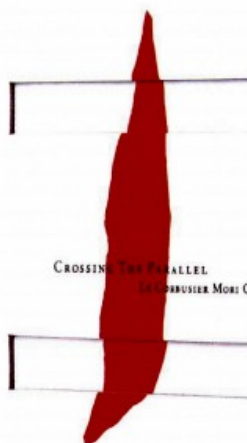


CROSSING THE PARALLEL
LE CORBUSIER MORE COLLECTION



CROSSING THE PARALLEL
LE CORBUSIER MORE COLLECTION

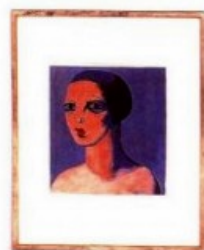
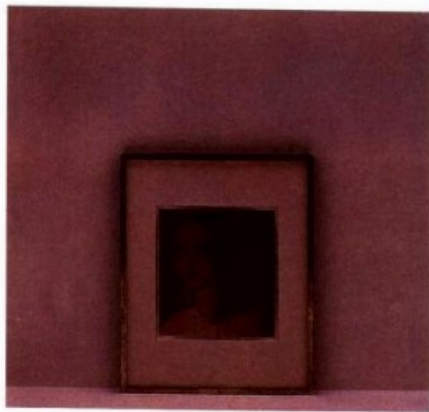
CROSSING THE PARALLEL
LE CORBUSIER MORE COLLECTION



CROSSING THE PARALLEL
LE CORBUSIER MORE COLLECTION



100



100 · 101

《跨越平行线》(CROSSING THE PARALLEL)

书籍设计 1999年

在电子传媒时代，书籍的存在是重要的。关于如何尽早传播这一观点，纸的媒体虽然将主要位置让给了电子媒体，但在如何更好地传播，充分地记载这一观点上，对书籍来说其未来是广阔的。

这本书收集了建筑家勒·科布西尔的美术作品，将建筑与美术、东洋与西洋、平面与空间等似乎不交叉的概念交叉在一起，用作品的摄影形式，以及书籍的设计形式表现建筑家的思想。

SKELETON

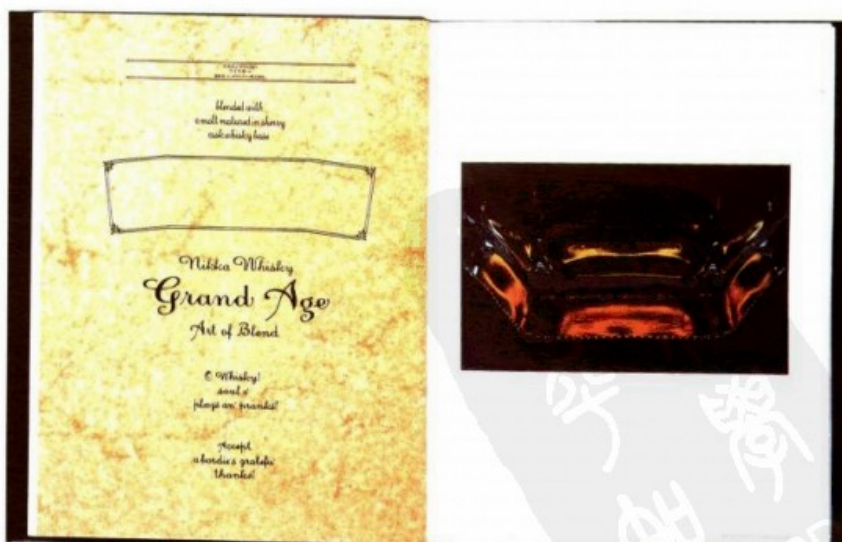
原研哉 佐藤卓 パッケージデザイン集 写真—藤井保
HARA KENYA and SATOH TAKU PACKAGE DESIGN COLLECTION

Photograph by
FUJII TAMOTSU



102





102 · 103

《SKELETON》原研哉·佐藤卓包装设计作品集
书籍设计 1995年

将通过包装设计思考的问题，以书籍的形式重新编辑这本作品集。

展示了瓶、标签、文字等的设计形态。

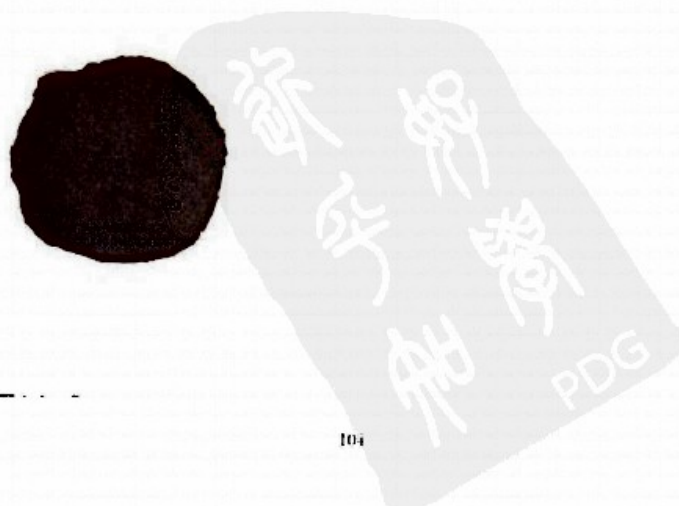
我重新组织了各种各样的设计要素。

这本书可以说是我包装设计的概念书。

103

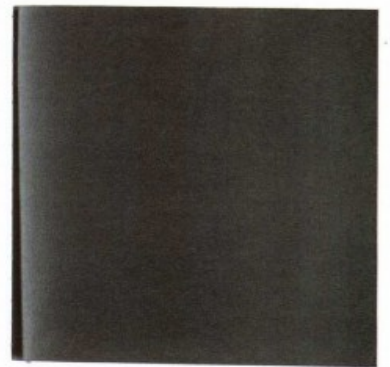
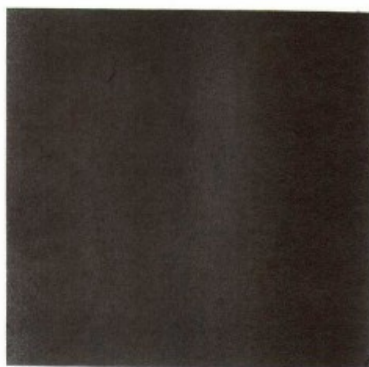
余白のよな時間——ひかり

無行有





104 · 105
无何有旅馆简介 1995年
位于日本石川县的温泉旅馆。



104 · 105
无何有旅馆简介 1995年
位于日本石川县的温泉旅馆。

ISBN-8387-0377-5
C0093 #1200E

ISBN-8387-0377-5
C0093 #1200E

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カオルコ

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カオルコ

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カオルコ

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カ

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カオルコ

106

変奏曲
Himeno Kaoruko
姫野カオルコ





107



106

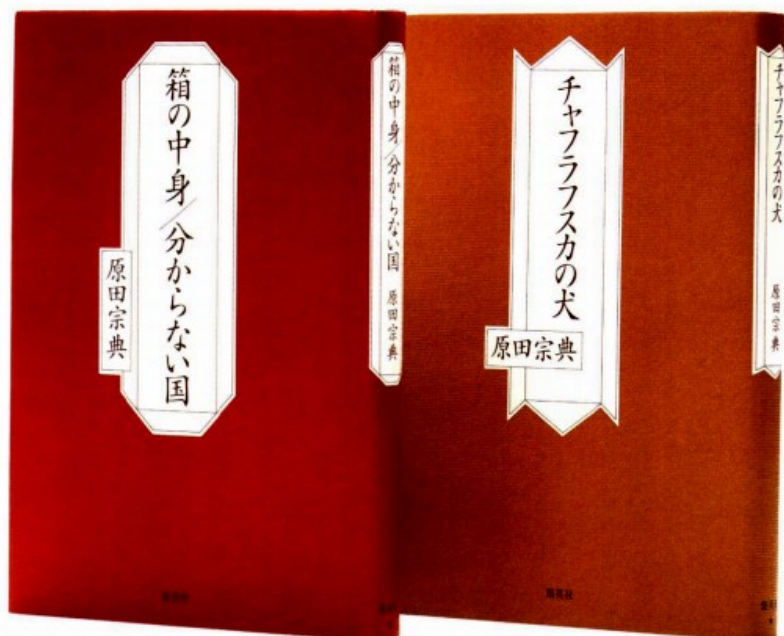
《变奏曲》书籍装帧 1992年

107

《请盗窃海报》书籍装帧 1995年
由纸张厚度带来的物质性、材料带来的充实感，构成简洁的书籍装帧设计。



135



108



109



110

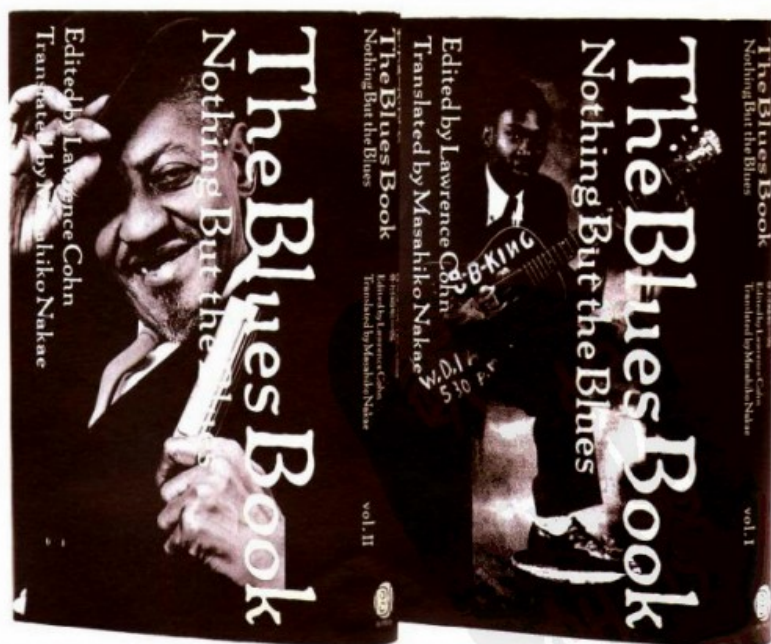
108
《箱的内容/不了解的回家》书籍装帧 1990年

《查夫拉斯加的狗》书籍装帧 1993年

109
《我是一个难对付的人》书籍装帧 1990年
《当代灵魂生态学》书籍装帧 1992年

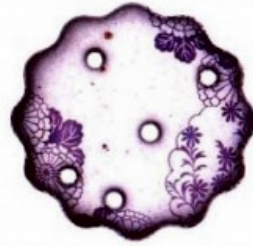
110
《葬送曲》书籍装帧 1990年
《情书》书籍装帧 1994年

111
《THE BLUES BOOK》书籍装帧 1997年



111

一冊の本



1996
11

朝日新聞社

一冊の本



1997
12

朝日新聞社

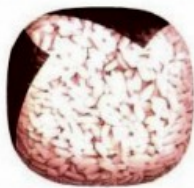
一冊の本



1996
10

朝日新聞社

一冊の本

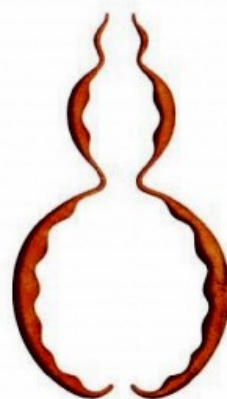


1997
11

朝日新聞社

112
鄭子知
和
PDG

一冊の本



1998
12

朝日新聞社

一冊の本



1999
2

朝日新聞社

113

一冊の本



1998
11

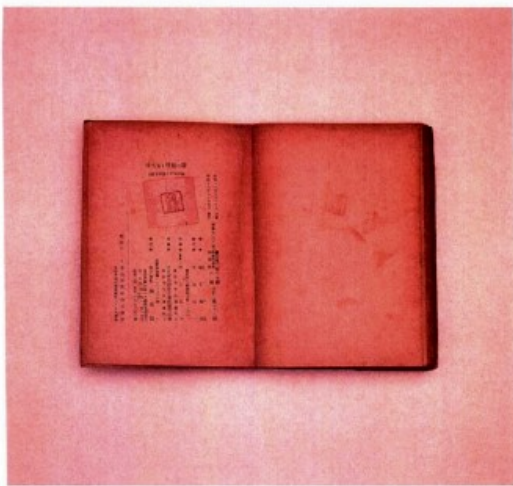
朝日新聞社

一冊の本



1999
1

朝日新聞社



秘蔵の書 —1231

夏堀正元 *Masamoto Natsume*

偉大なる憤怒の書

A・L・ウーリンスキー—著 堀谷雄高—訳

●1974年 東京出版

写真—藤井保 *Tamotsu Fujii*



秘蔵の書 —1242

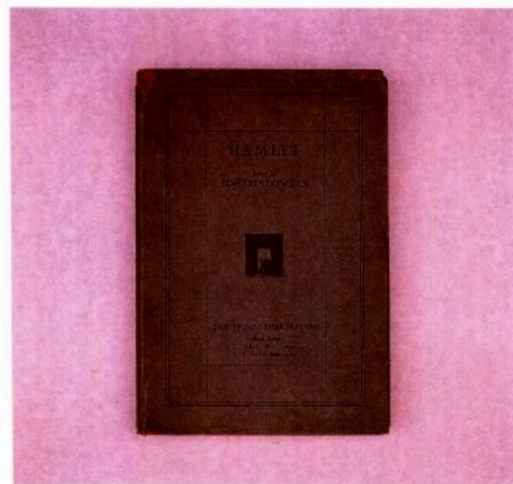
寺田博 *Hiroyuki Terada*

邂逅

椎名麟二—著

●1972年 文芸春秋出版 東京出版

写真—藤井保 *Tamotsu Fujii*



秘蔵の書 —1281

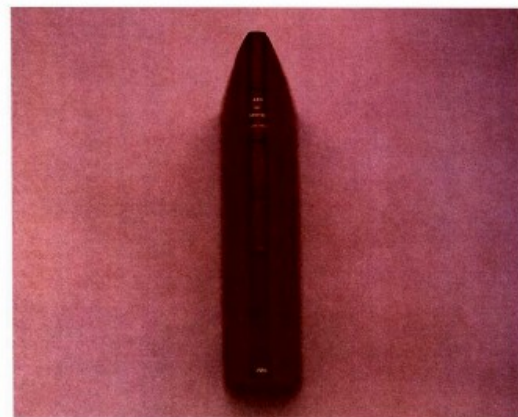
小田島雄志 *Yoshiyuki Ogasawara*

HAMLET

W・シェイクスピア—著 E・ダウデン—編 訳

●1984 MCHUGHEN & CO. LTD. 英

写真—藤井保 *Tamotsu Fujii*



秘蔵の書 —1211

木下順二 *Junji Kimoshita*

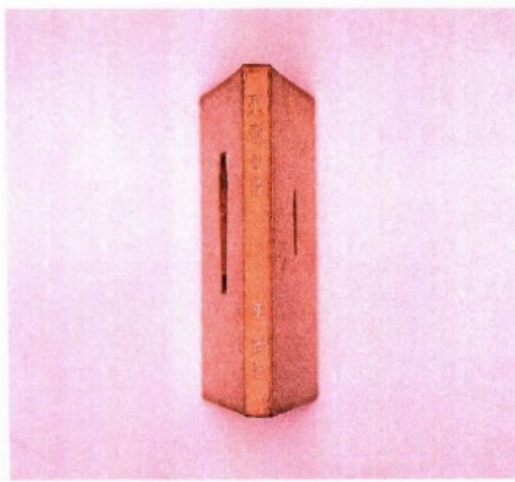
馬術 *The Art of Riding*

ジョン・アストリー—著

●1984 Imported in London by Kinoshita Chokichi

写真—藤井保 *Tamotsu Fujii*

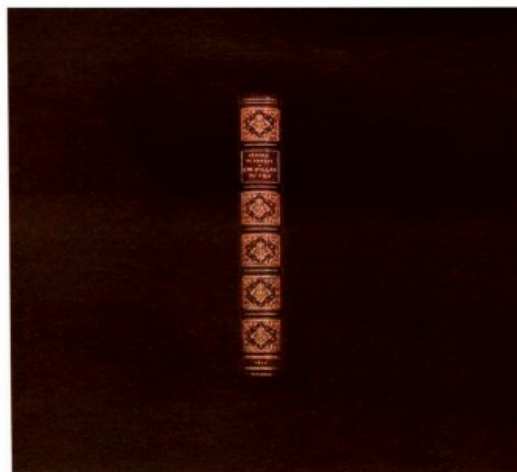




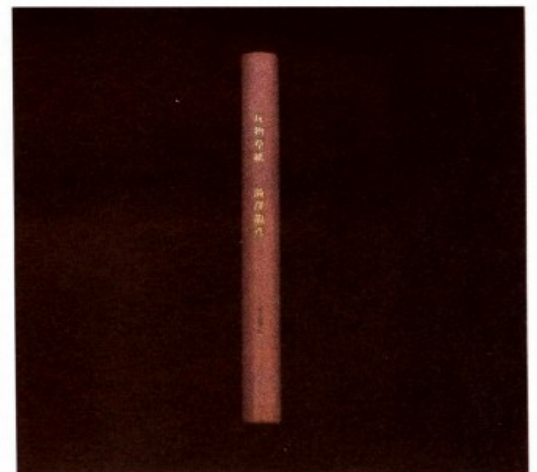
秘蔵の書——120
作家 車谷長吉 Chikata Karamatsuzi
死者の書
釋道空——著
●1945 東京堂刊
写真——藤井保 Tomoe Fuku



秘蔵の書——113
アーティスト 葛西 薫 Kamei Kaori
le livre des BOISSONS
フェルナール・ルカン——著
●1978 ROBERT MONTJON
写真——藤井保 Tomoe Fuku

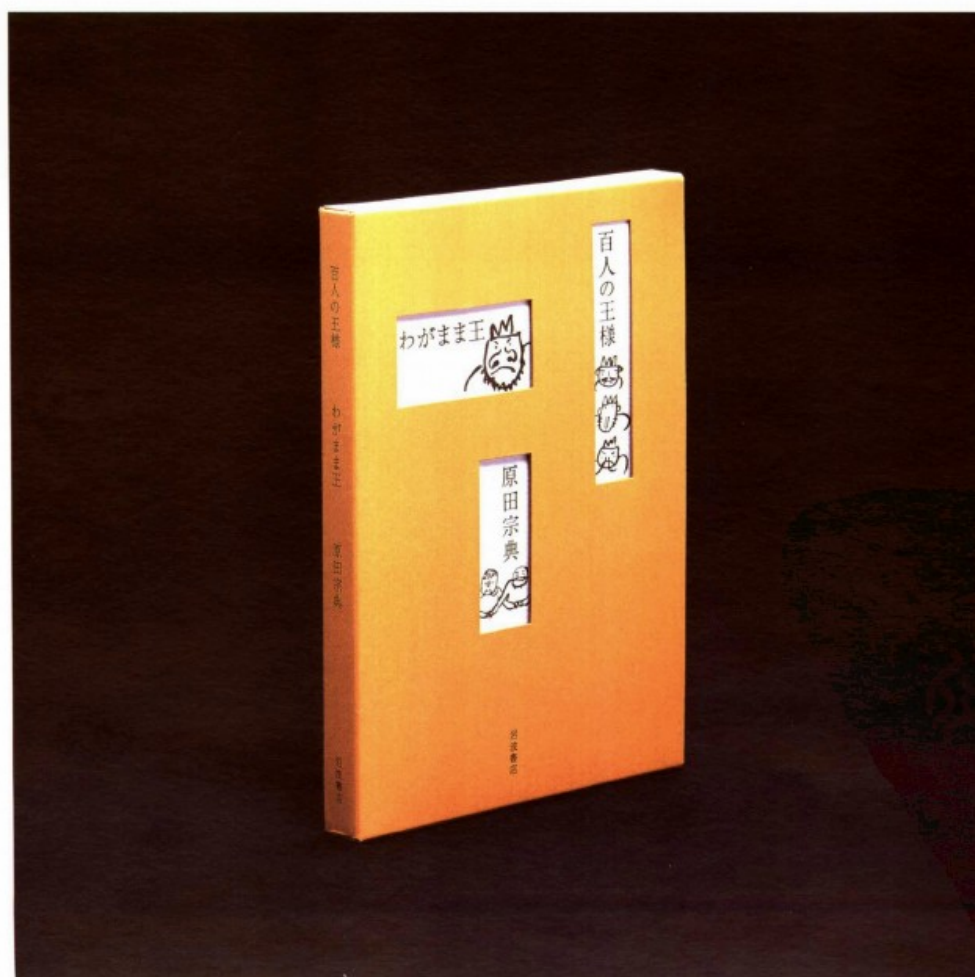
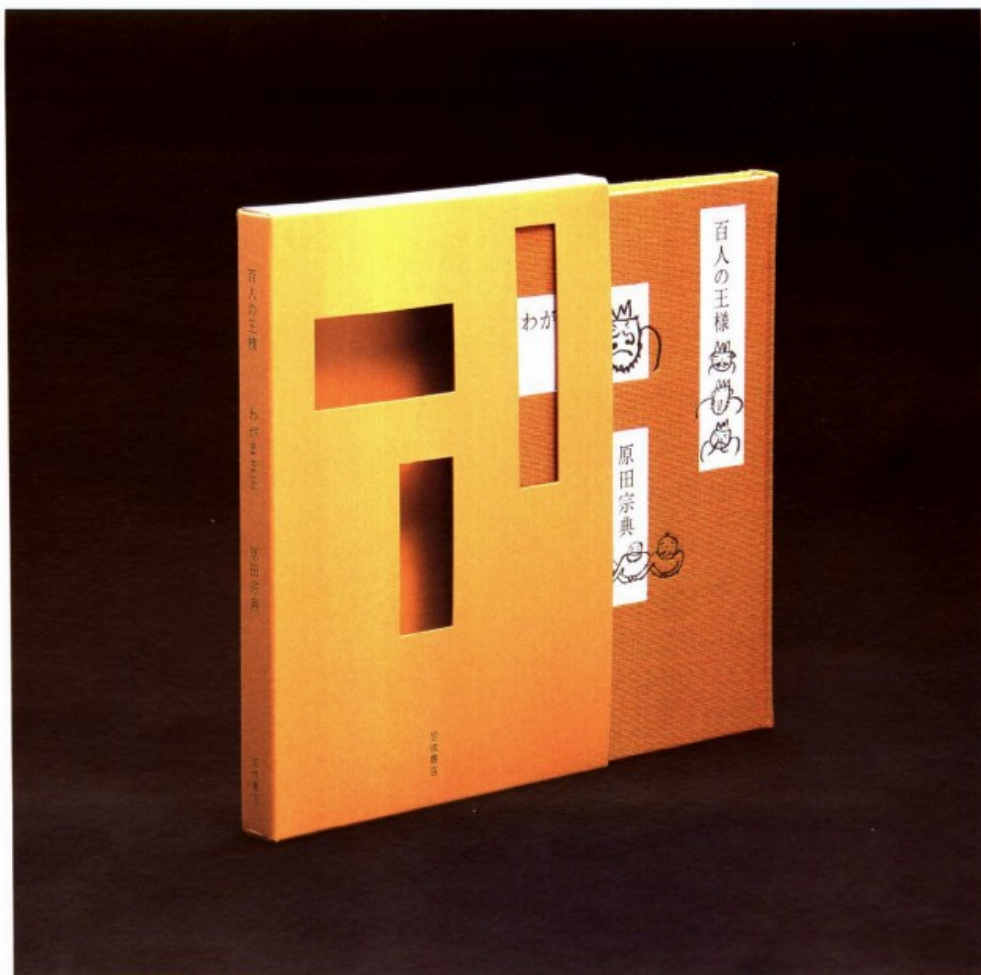


秘蔵の書——112
詩人、フランス文学者 入沢康夫 Kamei Yasuo
LES FILLES DU FEU
ジェラルド・ネルヴァル——著
●1947 DOKKADO
写真——藤井保 Tomoe Fuku



秘蔵の書——111
詩人 加山又造 Koyama Yuzo
玩物草紙
詠澤龍彦——著
●1948 戦後文芸 戦後文芸 戦後文芸 戦後文芸
写真——藤井保 Tomoe Fuku





116
《百人之王》书籍设计
1998年
成人连环画
亲自动手设计友人作
家原田宗典的书籍。
本书是其中之一。





在日本设计中心原研哉设计研究所

- 1958 年 生于冈山县
- 1974 年 毕业于冈山县立冈山操山高等学校
- 1977 年 考入武藏野美术大学造型学部，师从向井周太郎学习设计学和设计符号学
- 1981 年 师从高田修地学习书籍装帧设计
- 1982 年 在石冈瑛子设计事务所工作了一年
- 1983 年 获武藏野美术大学硕士学位
开始在日本设计中心就职
着手《三星堂选书》的书籍装帧设计
到1987年为止连续负责了丰田汽车公司对海外宣传用的产品说明书的设计工作
- 1985 年 着手“Nikka CIDRE”的包装设计
- 1986 年 着手设计1987年度威格挂历
- 1988 年 开始负责竹尾纸展的艺术指导工作
出任日本米其林轮胎公司的企业广告设计艺术指导
- 1989 年 获 DESIGN FORM'89 金奖并开始制作艺术海报
开始着手白兰地“Alambic”的包装设计
- 1990 年 到1992年为止连续负责了伊势丹百货店礼品广告战略的艺术指导
到1992年为止连续负责了伊势丹美术馆展厅设计
出任香港设计协会“DESIGN'90”评审员
着手威士忌“The Blend of Nikka Selection”的包装设计
着手威士忌“Grand Age”的包装设计
获日本设计师协会(JAGDA)新人奖
竹尾纸世界'90的海报获东京 ADC 奖
- 1991 年 着手威士忌“余市”的包装设计
竹尾纸世界'91的海报获东京 ADC 奖
- 1992 年 在日本设计中心设立原研哉设计研究所
成为东京 ADC 协会会员
为竹尾纸业公司策划“Re Design”展
在银座松屋画廊举办个展
着手 AGF 咖啡“MAXIM”的包装设计
- 1993 年 为竹尾纸业公司策划“群纸百景”展
着手 AGF 咖啡“Grand Age”的包装设计
- 1994 年 为竹尾纸业公司策划“纸的光芒”展
为《设计现场》杂志撰写专栏“COMPLEXPOOL”
着手鸟取县的设计地区情报事业机构的报纸广告制作
在银座设计画廊举办个展
- 1995 年 为日本建筑家协会策划“建筑师们的 MACARONI 展”
着手 AGF 咖啡“BLENDY”包装设计
由六耀社出版包装设计作品集《SKELETON》
为鸟取县青谷町因州和纸博物馆做整体形象设计
参加巴塞班现代美术馆举办的“日本人”主题海报展
由新潮社出版个人散文集《请盗窃海报》
- 1996 年 在 G8 画廊举办个人“SKELETON”包装设计展
为宫城县登米町的小能剧舞台“森舞台”设计舞台布景及演出海报



在香港和香港设计师陈幼坚、刘小康在一起

出任朝日新闻社月刊《一本书》的封面设计艺术指导
出任 2005 年国际博览会日本竞标方案书的设计艺术指导
获日本文化设计奖

散文集《请盗窃海报》的书装设计获讲谈社出版文化奖
为三宅一生事务所设计的产品图录《im》获纽约 ADC 特别奖
参加在布拉格国立博物馆举办的主题海报展“JAPAN”

出任开发鸟取县特产“梨糖·花梨糖”、“风纹纸”的艺术指导
受意大利政府邀请由原研哉策划的“建筑师们的 MACARONI 展”赴意开展
由原研哉策划的“建筑师们的 MACARONI 展”在银座 TOTO 艺术馆开展
着手福岛县荞麦面店“安积屋”的 CI 策划和包装设计工作
着手为武藏野美术大学设计形象海报

获香港 Asia Poster Exhibition 临时区域市政府海报设计奖
与日本设计师协会同仁赴纽约、波士顿、旧金山、洛杉矶考察

1998 年 着手长野冬季奥运会开幕式和闭幕式宣传册的设计工作
为梅田医院制作的 CI 获 CI 设计大奖
参加世界巡回展“亚洲平面设计师 20 人展”
成为 2005 年日本国际博览会设计专家评审团团员
出任开发鸟取县特产“北条葡萄酒”、“布袋堂和果子”、“弓滨拼”的艺术指导
出任三宅一生事务所 im 系列产品广告宣传的艺术指导
出任东海道开道 400 周年纪念活动的 VI 设计艺术指导
着手新潟县岩船农协产品“岩船米”的包装设计艺术指导
成为 JAGDA 年鉴评审员

为 2005 年日本国际博览会制作的挂历获内阁总理大臣奖
1999 年 为森念、卢·柯布西埃藏品《Crossing the Parallel》做书装设计
与竹尾稠氏赴英国、德国考察造纸公司
为石川县旅馆“无何有”设计介绍手册
出任开发鸟取县特产“纯米酒福寿海”、“竹轮”、“大山茶”的艺术指导
出任长野县小布施堂“升一市村造酒厂” CI 设计艺术指导
为 2005 年日本国际博览会设计博览会图录
为北海道鹉川町特产“蒲公英酒”设计包装
着手创作“NATURAL WONDER”系列海报
为竹尾纸业设计的产品图录获通产大臣奖
为 2005 年日本国际博览会设计的海报获通产大臣奖
AGF MAXIM
出任集英社新书书装设计艺术指导
出任森大楼 CI 设计艺术指导
成为 JAGDA 年鉴评审委员会委员
参加 2005 年日本国际博览会标志竞标

著书

1995 年 包装设计作品集《SKELETON》六耀社
散文集《请盗窃海报》新潮社

2001 年 日本平面设计家系列丛书《原研哉的设计世界》广西美术出版社



在摄制现场



在工作室

作品一览表

001・002・003・004・005・006・007 长野冬季奥运会开幕式、闭幕式策划方案 图录 1998年 击凸烫金平版印刷 312mm × 257mm 插图: 谷口广树 长野冬季奥运会组织委员会	025・026・027・028 “它一生的“我的品牌”目录 商品目录 1997年 平版印刷 215mm × 145mm 摄影: 藤井保 On Limits Inc.	041 尼柯“伟大时代”牌威士忌 瓶及商标设计 1990年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	054 AGF“伟大时代”精选咖啡 标签设计 1995年 味之素集团公司
008・009・010・011 以“连结”为主体的海报 海报 1995年 平版印刷 1030mm × 728mm MUSUBI 公共关系委员会	029・030 “我的品牌”宣传画 商品海报 1997年 平版印刷 1030mm × 728mm 摄影: 藤井保 On Limits Inc.	042・043 尼柯“选择”牌威士忌 瓶及标签设计 1991年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	055・056 新潟县岩船米 VI和包装设计 1999年 设计协助: 井上幸惠 安积屋制面公司
012・013 2005年国际博览会日本竞标设计方案 图录 1998年 击凸烫金平版印刷 320mm × 265mm 插图: 武田育雄 21世纪万国博览会全国推进协议会	031 “我的品牌”宣传画 海报 1998年 平版印刷 1030mm × 728mm 摄影: 藤井保 On Limits Inc.	044・045 尼柯 COFFEY 威士忌 标签设计 1992年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	057・058 安积屋荞麦面系列设计 包装设计 1998年 新潟县 JA 岩船
014・015・016・017 2005年日本国际博览会 宣传画 1999年 平版印刷 1030mm × 728mm 2005年日本博览会协会	032 “我的品牌”杂志广告 1998年 平版印刷 297mm × 460mm 摄影: 藤井保 On Limits Inc.	046 尼柯苹果酒 瓶及标签设计 1985年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	059 白金 瓶包装设计 1998年
018・019・020・021 2005年日本国际博览会 图录 1999年 击凸烫金平版印刷 297mm × 210mm 插图: 大野高史 设计协助: 井上幸惠 2005年日本博览会协会	033・034 大自然奇观宣传画 海报 1999年 平版印刷 1030mm × 728mm 摄影: 藤井保 MAMA Corporation	047・048 尼柯阿兰比克白兰地 V.S.O.P 瓶、标签以及外包装设计 1989年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	060・061・062・063・064・065・066・067 TAKEO 纸张世界展览会海报 展览会海报 1991年—1994年 平版印刷 1030mm × 728mm 株式会社竹尾
022 森舞台宣传画 海报 1996年 平版印刷 1030mm × 728mm 宫城县登米町	035・036 华歌尔年历 1987年 平版印刷 430mm × 560mm 摄影: 高木松寿 Waccol	049・050 尼柯威士忌(NIKKA WHISKY)WELL AGING 瓶以及外包装设计 1992年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	068・069 生活 (LIFE)宣传画 海报 1994年 平版印刷 1030mm × 728mm 日本设计委员会
023 展览宣传画 海报 1995年 平版印刷 1030mm × 728mm 银座平面美术馆	037 牙买加蓝山咖啡宣传画 1996年 平版印刷 1030mm × 728mm 摄影: 小林鹰 牙买加咖啡进口协会	051・052 AGF 咖啡 (COFFEE MAXIM) 速溶咖啡以及非速溶咖啡 1994年 设计协助: 井上幸惠 味之素集团公司	070・071・072・073 博物馆产品 (MUSEUM PRODUCTS) 为博物馆产品设计的宣传画 1994年 平版印刷 1030mm × 728mm 株式会社竹尾
024 一本书的目录 戏剧宣传画 1989年 平版印刷 1030mm × 728mm 东京一組	038・039・040 尼柯威士忌 瓶及商标设计 1990年 客户指导: 清野嘉平 尼柯威士忌株式会社	053 AGF BLENDY 咖啡 速溶咖啡标签设计 1996年 设计协助: 井上幸惠 味之素集团公司	074・075・076・077 《一本书》书籍杂志宣传画 书籍宣传海报 1998年 平版印刷 1030mm × 728mm 朝日新闻社

078・079

原研哉展览会
个展海报 1995年
平版印刷 1030mm × 728mm
银座画廊

080

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'89
展览会宣传画 1989年
平版印刷 1456mm × 1030mm
株式会社竹尾

081・082

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'90
展览会会场设计 1990年
平版印刷 1456mm × 1030mm
株式会社竹尾

083・084・085・086

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'93
展览会策划、展示设计 1993年
设计协助:长冈坚明、井上幸惠
株式会社竹尾

087・088

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'94
展览会策划、展示设计 1994年
设计协助:长冈坚明
株式会社竹尾

089

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'92
展览会策划、组织 1992年
展示设计:堀本惠里
株式会社竹尾

090

TAKEO 纸张世界(PAPER WORLD)'92
展览会策划、组织 1992年
展示设计:堀本直昭
株式会社竹尾

091・092・093

建筑师的空心粉设计展览会
展览会策划、会场设计 1995年
社团法人日本建筑家协会

094

建筑师的空心粉设计展览会
展览会策划、组织 1995年

095

建筑师的空心粉设计展览会宣传画 1995年
展览会策划・演出 1995年
展示设计:象设计集团、今川亮英、宫崎慎、大
江田、奥村昭雄、原田顺、若林广幸、林昌二、
隈研吉、永井一正
设计协助:村上千博
社团法人日本建筑家协会

096

建筑师的空心粉设计展览会
书籍设计 1995年
平版印刷 1030mm × 728mm
社团法人日本建筑家协会

097・098・099

梅田医院视觉识别系统设计
CI设计 1997年
设计协助:井上幸惠
医疗法人至诚会梅田医院

100・101

《跨越平行线》(CROSSING THE PARALLEL)
书籍设计 1999年
山西平版印刷 257mm × 185mm

102・103

《SKELETON》原研哉・佐藤卓包装设计作品集
书籍设计 1995年
平版印刷 305mm × 235mm
六耀社

104・105

无何有旅馆简介
旅馆说明书 1995年
山西平版印刷 200mm × 200mm
设计协助:下田理惠
加贺山代温泉红屋

106

《变奏曲》
书籍装帧 1992年
平版印刷 257mm × 185mm
MAGAZINE集英社

107

《请盗窃海报》
书籍装帧 1995年
平版印刷 135mm × 194mm

108

《箱的内容 / 不了解的国家》
书籍装帧 1990年
《查夫拉斯加的狗》
书籍装帧 1993年
平版印刷 135mm × 194mm
集英社

109

《我是一个难对付的人》
书籍装帧 1990年
平版印刷 135mm × 194mm
早川书房
《当代灵魂生态学》
书籍装帧 1992年
平版印刷 135mm × 194mm
新潮社

110

《葬送曲》
书籍装帧 1990年
平版印刷 135mm × 194mm
插图:永谷嘉孝
讲谈社
《情书》
书籍装帧 1994年
平版印刷 135mm × 194mm
插图:幸内一
光文社

111

《THE BLUES BOOK》
书籍装帧 1997年
平版印刷 135mm × 194mm
BI PRESS

112・113

《一本书》杂志封面设计
书籍设计 1996年
平版印刷 145mm × 210mm
朝日新闻社

114・115

《珍藏书》
编辑、设计 1996年
平版印刷 145mm × 210mm
摄影:藤井保
朝日新闻社

116

《百人之路》
书籍设计 1998年
山西平版印刷 135mm × 194mm
插图:原田宗典
岩波书店