

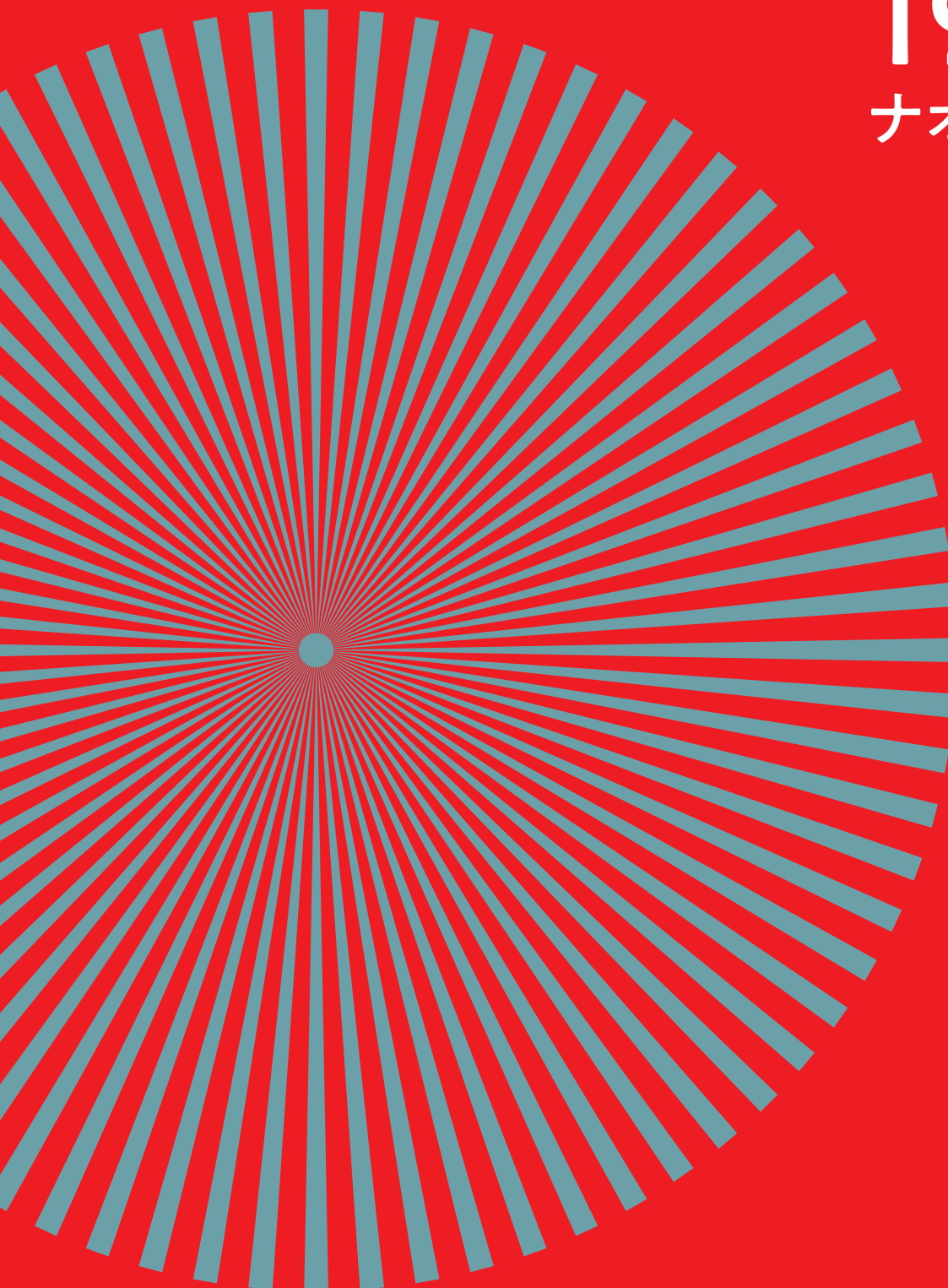
JAPANESE DESIGN Since 1945-

日本のデザイン

1945-

ナオミ・ポロック 著

河出書房新社



世界的に評価されてきた
日本の家電・工芸・ファッション・グラフィック……
戦後から現代までの
デザイン・ヒストリーを網羅もうらしました。

2020年10月下旬発売

小池一子氏 (クリエイティブ・ディレクター) 推薦!



日本のクリエイションが根ざす、いのちとくらしへの愛 これまでのデザイン書に例を見ない切り口が光っている

デザインの巨匠たち

深澤 直人

Naoto Fukasawa

深澤直人 (1956年生) がデザインした製品は、旧友と会ったような気持ちを感じます。どの製品も温かく、心地よく、親しみが感じられるのだ。その製品をずっと前から知っていたような感覚。日々の暮らしにすんなり溶け込み、調整も必要なく、なじみまでに時間がかからない。見ても触れても心地よく、所有したい人に思わせる……そして手に入れたら、これのない生活は考えられなくなる。

デザイナーの作品は、こうした心やすさを必ずしも提供しているわけではなく、見たこともないものを創りたいというデザイナー自身の気持ちや、奇抜さを忍び持っている製品が多い。だが、深澤のデザインの威力は、驚きや見目の注目性の度合いで測れるものではない。彼が創る家庭用品や家具は周囲と違和感なく調和することで、日々の家事がより快適になることが多く、喜びすらもたらす場合もある。自己主張の強すぎないエレガントさは、注目されないという意味ではけつてない。それどころか、深澤の作品には、角の丸みや艶やかなグレーの表面から感じられる温かさが際立っているのだ。

深澤直人の思想的な形を見つけるには、さまざまな基準を踏まえてみる必要がある。なかでも重要なのは、使い手が無言を借れば「思わず」物と関わる。深澤は人の動作を鋭く観察して

いる。ある動作が自然に次の動作へとつながるさまに注目し、この情報をマクロ、ミクロレベルでデザインに取り込む。彼がどこまで微調整をほとんど目に見えないのだが、それが手や身体に大きな差をもたらす。この過程を経て製品は機能性にすぐれ、使い手の一連の動作をほぼ予測している。たとえば、炊飯器 (22ページ) の蓋ははしやもじを置けるよう工夫がなされている。

深澤は、物が周囲と調和することも重視している。彼の壁掛けCDプレーヤー (写真上) が良い例だ。電化製品を長年作ってきた彼は、角張ったアイテムをもっと親しみやすく、より住環境に溶け込むようなものにしたと考えていた。日本の象徴的な台所用換気扇をモチーフにしたこの製品は、既存の音楽プレーヤーからかけ離れている。機器本体を包まず、回転する丸いディスクはむき出しでほぼ四角の小さなケースの中央に置かれ、その回りは内蔵スピーカーとなっている。ディスクの回転は換気扇のファンを思わせ、ひもを引いてオン/オフにする作りも同じだ。この金針が功を奏した。売れたと確信した彼は、すぐさま市場に出すよう勧めた。深澤の壁掛けCDプレーヤーは無印良品で最も売れた製品のひとつとなり、デザイナーとの関係の重要さを如実に示す事例のひとつにもなった。

深澤 直人



深澤は長年にわたり、無印良品でさまざまな能力を発揮してきた。数多くの製品をデザインし、アドバイザーボードメンバーとなり、「Found MUJI」(見出されたMUJI) など新しいイニシアティブを開発している。Found MUJIとは、視野を全世界に広げ、機能美を追求する無印良品の精神を具現化している物を見極める力を従業員に養わせるための。また、深澤は他の数社でもデザインの方向性を提供

し、グッドデザイン賞の審査員を務め、21_21 DESIGN SIGHTのディレクターでもある。21_21 DESIGN SIGHTは東京にあり、デザイン文化の拠点として、デザイン関連の展覧会その他の活動をおこなっている。さらに2012年からは、柳宗悦が創設した日本民藝館の館長も務めている。こうした活動により、深澤の影響力はいわゆるカップソーサーの域をはるかに超えている。

025



デザイナー: 佐藤卓

《明治「おいしい牛乳」パッケージ》2001年

商品名を青い文字で縦書きにし、牛乳を入れた実物大のコップを背景に置いた。パックを手に取らないと気づかないほど、コップは薄い色で仕上げられてある。



水玉土瓶
The Polka-Dotted Teapot

日本人にとって、この青と白の水玉はなじみ深いものの、年齢の人々によってなじみ深いだけではない。若くは、子供の頃、母の手から飲んだお茶の味を覚えている。お茶は日本人の生活に欠かせない飲み物である。水玉土瓶は、そのお茶を淹れるための道具である。水玉土瓶は、1955年に発売された。1955年に発売された水玉土瓶は、日本人の生活に欠かせない飲み物である。水玉土瓶は、1955年に発売された。1955年に発売された水玉土瓶は、日本人の生活に欠かせない飲み物である。

小松 誠
Makoto Komatsu

デザイナーの個性は日本の暮らしにできるほど身近なものにすることが、と小松は言う。これを基盤に実現したのが、彼の「クワンソウ」シリーズの紙袋だ。白紙で包み込んである。実用性を重視しながらも、何の年か、ひとめ見た瞬間、美感的な形におもしろさを感じる。この作品の目指すところはそれだけではない。消費者に親しみやすいデザインである。あるいは、消費者がデザインを愛するようになることだ。

デザイナー: 倉俣史朗
《Miss Blanche》1988年
透明アクリルにプラスチック製の蕾を埋め込んだ椅子。
『欲望という名の電車』のミス・ブランチが着ていたドレスの柄からヒントを得た。

専門家による最先端の研究!

森仁史 (工芸・デザイン史)

「覚醒からモダニズムへ」

ナオミ・ポロック

「日本の空間と椅子のデザイン」

島崎 信 (武蔵野美術大学工芸工業デザイン科名誉教授)

「北欧デザインと日本デザインの再生」

浜田真司 (トヨタ自動車博物館副館長)

「戦後日本の自動車デザイン」

マティルダ・マッケイド

(クーバー・ヒューイット国立デザイン博物館キュレーター)

「13メートルの布」



デザイナー：原研哉、2019年
LIXILのために、従来の公衆トイレをエレガントに再設計。

目次

デザインの巨匠たち The Design Titans

家具 Tables & Chairs

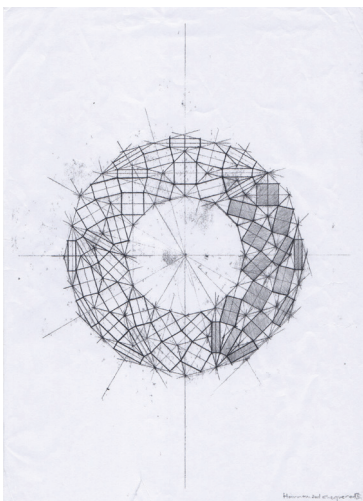
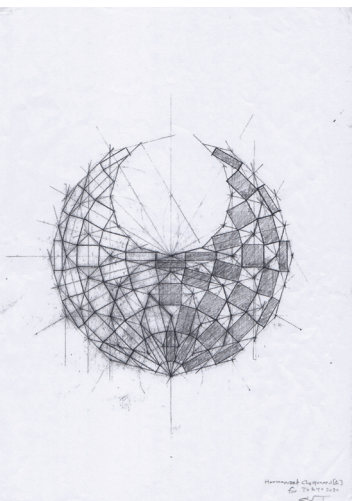
食器・テーブルウェア Food & Drink

電化製品 On & Off

グラフィックデザイン Promotion & Packaging

布・テキスタイル Warp & Weft

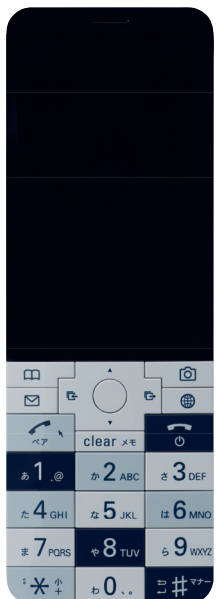
雑貨 Lifestyle & Leisure



デザイナー：野老朝雄
《2020/21年東京オリンピック、パラリンピックのエンブレム原案》
45個の長方形要素で構成され、可能な順列は539,968通り。
オリンピック用には12面体の輪に、パラリンピック用には三日月形とした。



デザイナー：深澤直人
《INFOBAR xv》2018年
ボードゲームのマス目のようなキー操作部に遊び心が感じられる。



デザイナーと日用品「デザインアイコン」 | グラフィックデザイン

松永 真

Shim Matsuonaga

シンプル。松永真のグラフィックデザインの特徴はこの一言に尽きる。直線的の射たデザインは、過剰をそぎ落とし、対象の本質に迫る。そして松永は経験を積んだ目を活かし、視覚表現に磨きをかけていく。彼の作品にはコピーもポスターも、それ自体が語りかける声を持っている。

松永 (1940年生) の鋭いデザイン感覚は、幼少時にすでに芽生えていた。「私にとっていちばん重要だったのは、『戦時中』戦後の著しく対照的な時代を生きた、喜びも苦しみも味わってきたことです」と彼は述べる。東京で生まれた松永は、5年後に一家で九州の福岡県に疎開した。非常に質素で、個性を強いられた時代だったが、それでも彼は日々のささやかな楽しみを覚えていた。父が書道で使う筆の匂い、夕方になると聞こえてくる蛙の声、身の回りのものに対する感受性の強さは、のちにデザインの仕事で表に出てくることになる。学校では美術の作品で賞を取っていたが、グラフィックデザインの世界に入るのは東京に戻り、東京芸術大学に入学してからだ。

大学を卒業後、松永は化粧品メーカー—異業種の宣伝部に勤務した。異業種は、すでに洗練されたポスターや複雑なパッケージングで商品を魅せる工夫を確立していた。松永の独創的なアイデアや力強い色使いは、販売促進キャンペーンにぴったりだった。だが、彼は31歳で退職して松永真デザイン事務所を設立し、以来、さまざまなプロジェクトに関わっている。

独立して間もない頃の成功例のひとつは、紀文の缶詰(上の写真)。自他の罐に内容物を示す画像を印刷し、由に悪いただけというシンプルなものだった。人参、アサリ、その他、画像だけで買ひ物客はなんの食材かわかる。松永は消費者の立場になってみることで、日々の生活から、いつも存在しているが見過ごしやうい光景や音からインスピレーションを得ている。「アイデアはどこにもあります。自分の周囲、半徑3メートル以内にはいつでもですよ」と松永は言う。日常的なものやクロスアップを利用しつつ、彼は顧客の商品に明確で意味のある独自性を創り出す。スーパーの棚から撤去されないのは、そうした独自性があるからとも言える。

松永のベストセラーのひとつはスコットイのティッシュの箱だ (201ページ)。メーカーがデザインのコメンタリーを進行、花をモチーフとすることと条件をつけていた。松永は細いカラフルな線だけのデザインで応募した。花びらの姿はどこにも見えないが、松永が解釈した「花」は見事に優勝し、採用された。フェイシャルティッシュの箱、化粧品のパスター、チョコレートバーの包み紙、どれをとっても、松永のグラフィックデザインは消費者の目を惹きつ……もう一度見てみたいと思わせる。

モダニズムからコンテンポラリーへ——

日本のデザインの粋を、豊富なヴィジュアルとわかりやすい解説で。

デザインが日本を変えた!

1945年から現代までの日本のデザイン最重要項目が1冊に——



- ◇デザインに関わるすべての読者必携
- ◇図書館・美術館・研究機関

著者プロフィール

ナオミ・ポロック Naomi Pollock

建築家。ハーバード大学出身。1988年文部省の奨学金を得て東京大学原広司研究室で修士論文を執筆。著書に『藤本壮介建築作品集』、『Made in Japan』、『Jutaku』（欧タイトルは未訳）などがある。

監訳者

北川玲 きたがわ・れい

翻訳者。訳書に『ディック・ブルーナ』、『死の美術大全』、『OUR PLANET』、『美しい電子顕微鏡写真と構造図で見るウイルス図鑑 101』などがある。

本体 7,200円 (税別)

体裁: A4変形版 (280×230mm) / 448ページ / オールカラー

圧巻の448ページ!

総勢100名以上!

著名デザイナーの代表作700点を網羅

【巨匠たち The Design Titans】新井淳一 / 深澤直人 / 原研哉 / 亀倉雄策 / 剣持勇 /

喜多俊之 / 倉俣史朗 / 三宅一生 / 無印良品 / 佐藤卓 / 田中一光 / 柳宗理 / 吉岡徳仁 / 【家具

Tables & Chairs】芦沢啓治 / ドリルデザイン / 五十嵐久枝 / 川上元美 / 小林幹也 / 新居 猛 / 佐藤オ

オキ | ネンド / 豊口克平 / 内田 繁 / 渡辺力 / 【食器 Food & Drink】安積 伸 / 木村硝子店 / 小松 誠 / 森 正洋

／緒方慎一郎 | シンプリシティ / 大治将典 / 栄木正敏 / 吉田守孝 / 芳武茂介 | 増田尚紀 / 【電化製品 On &

Off】秋岡芳夫 | カック / GK デザイングループ / 岩崎一郎 | イワサキデザインスタジオ / 近藤昭作 / 松下電器 | パナ

ソニック / 柴田文江 | デザインスタジオエス / ソニー / 寺尾 玄 | バルミュダ / ヤマハ / 【グラフィックデザイン

Promotion & Packaging】粟辻美早 & 粟辻麻喜 | 粟辻デザイン / 福田繁雄 / 五十嵐威暢 / 伊藤憲治 / 松永 真 / 永井一正

／仲條正義 / 大智 浩 / 佐藤可士和 / 野老朝雄 / 横尾忠則 / 【布 Warp & Weft】粟辻 博 / 皆川 明 | ミナベルホネン / 皆川魔

鬼子 / 三田修武 / 宮本英治 / 須藤玲子 / 鈴木マサル / 脇阪克二 / 柚木沙弥郎 / 【雑貨 Lifestyle & Leisure】安積朋子 / 藤城

成貴 / 橋田規子 / 居山浩二 / 川崎和男 / 小林良一 | スタジオガラ / 小泉 誠 / 黒川雅之 / 宮 伸穂 | 釜定 / 村田智明 | メタフィス /

【日用品のデザインアイコン】バタフライストूल / 低座イス / ウィンクチェア / 水玉土瓶 / グローバル包丁 / HS スタックタンブラー / 光

の彫刻 「AKARI」 / ミゼット / 新幹線 / aibo / 三越ショッピングバッグ / キッコーマンの醤油瓶 / 東京メトロのマナーポスター / おにぎ

り包装フィルム / てぬぐい / プリーツ プリーズ イッセイミヤケ / ヒートテック / 今治タオル / 空気の器 / ビニール傘 / ウォッシュレット……

河出書房新社

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷2-32-2 Tel. 03-3404-1201 Fax. 03-3404-0338 <http://www.kawade.co.jp/>

日本のデザイン 1945-

著者名 ナオミ・ポロック 訳者名 北川玲

河出書房新社

本体 7200円 (税別) ISBN 978-4-309-25655-9

2020年10月下旬
発売予定

お申し込み書

..... [ご注文数] 冊]

お名前 お電話番号

ご住所

※お近くの書店にお申込みください