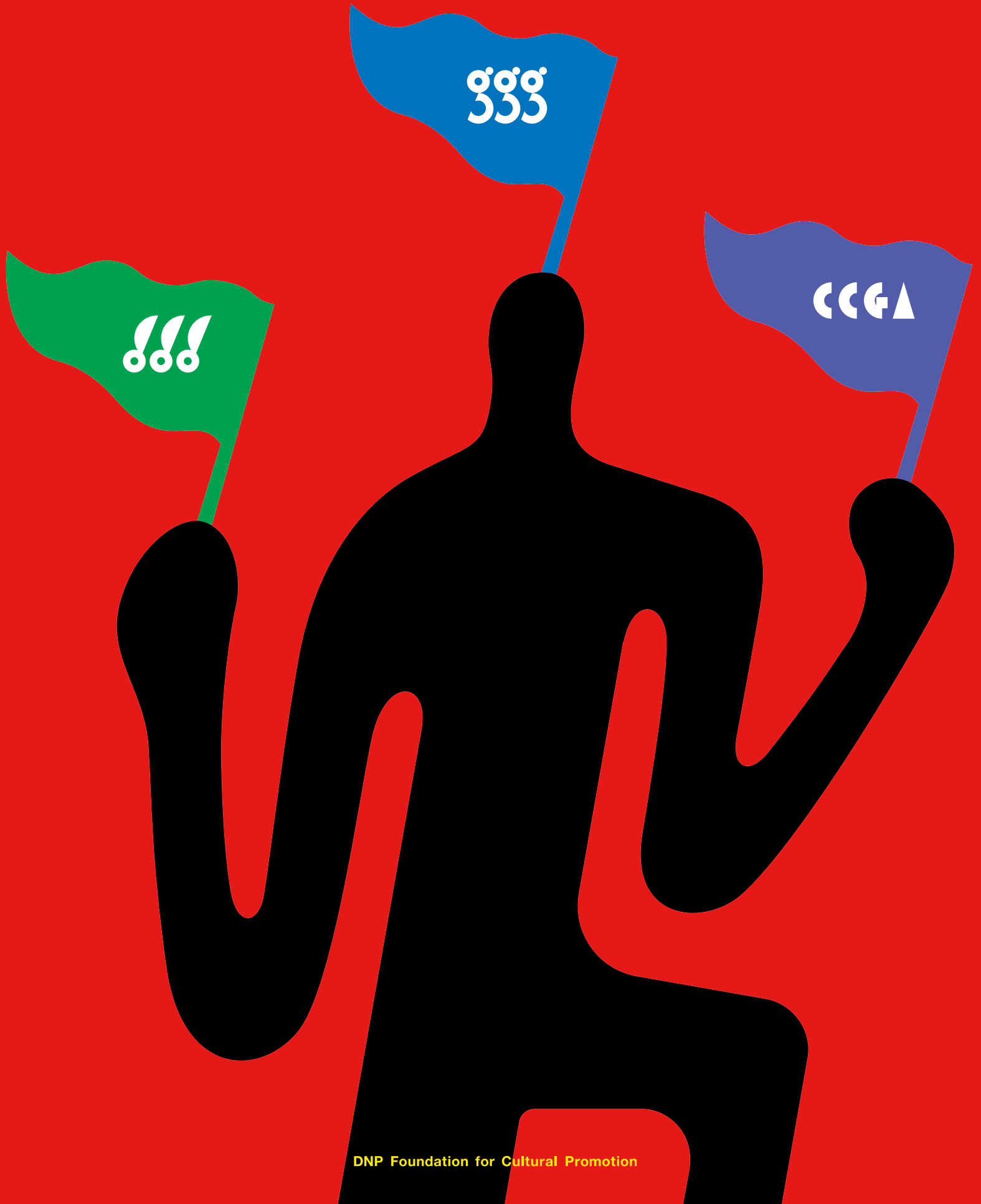
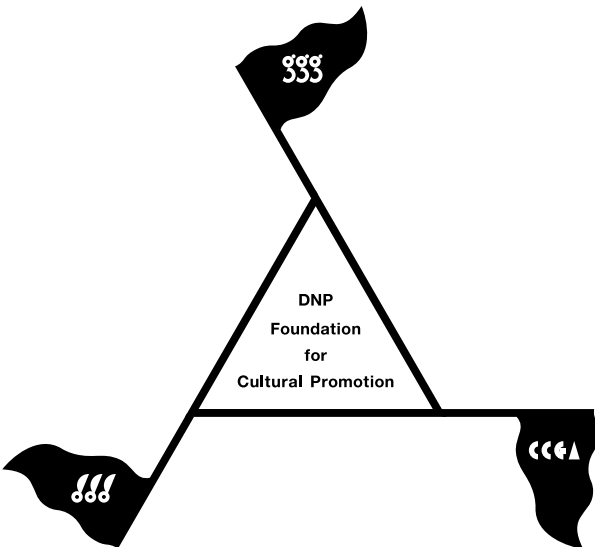


Graphic Art & Design Annual 08-09



Graphic Art & Design Annual 08-09



文化印の三つの旗

旗を振ってお祝いするのは、とても能動的で、視覚的で、私は大好きである。世代によっては、日本人にとって物悲しい風景ともだぶる時期があった。しかし、この御時世では元氣印の風景として思いきり復活させたいという気分である。今回、アニュアルレポートをリニューアルデザインするにあたって、活躍するDNPマンに文化印の三つの旗を持たせることにした。

松永 真 グラフィックデザイナー

Three Flags for Three Cultural Messengers

Waving a flag in celebration, an action very proactive and visual, is something I really like. For Japanese people of a certain generation, for a time flag-waving overlapped with scenes of great sadness. But in these times of ours, my desire is to bring flag-waving fully back to life as a scene of spirited enthusiasm. In creating a new design for this year's Annual, I opted to feature a figure—whom I call “DNPman”—waving three flags to cheer on DNP's three cultural messengers.

Shin Matsunaga, Graphic Designer

Graphic Art & Design Annual 08-09 ggg ddd CCGA

Publication: DNP Foundation for Cultural Promotion

DNP Ginza Building, 7-7-2 Ginza,

Chuo-ku, Tokyo 104-0061

Phone: +81 3 5568 8224

Planning & Editing: ginza graphic gallery

Art Direction: Shin Matsunaga

Design: Shinjiro Matsunaga

Photography: Mitsumasa Fujitsuka (ggg),

Akihito Abe, Ryota Sakai (Gallery Talk),

Fumiyoshi Hashimoto (Tonami Art Museum),

Ryota Atarashi (Venice)

Translation: Rei Muroji, Office Miyazaki Inc.

Cooperation: Shoji Usuda, Keiichiro Fujisaki

Printing & Binding: Dai Nippon Printing Co.,Ltd.

Contents

目次

はじめに	5
北島 義俊 (DNP文化振興財団理事長)	

序論:	6
「DNP文化振興財団の可能性と期待」	
柏木 博 (デザイン評論家)	

1 展示事業	11
「やはり野に置け蓮華草——気まぐれ展覧会批評」	12
天野 祐吉 (コラムニスト、元「広告批評」編集長)	
ギンザ・グラフィック・ギャラリー (ggg) 2008–2009	14
dddギャラリー 2008–2009	46
CCGA現代グラフィックアートセンター 2008	60

2 教育・普及事業	69
「慶応と芸大の教育現場から——ビジョンとケーススタディ」	70
佐藤 雅彦 (東京藝術大学大学院映像研究科メディア映像専攻教授、慶應義塾大学環境学部特別招聘教授)	
ggg, dddギャラリートーク	72
アメリカ現代版画への招待:	84
CCGA現代グラフィックアートセンターコレクションより	
出版活動	85
「ネヴィル・ブロディ: ggg Books—世界のグラフィックデザイン88」	86
出版記念トークイベント BRODY@ggg	

3 アーカイブ事業	89
「『田中 一光アーカイブ』目録作成の現場に立ち合って」	90
臼田 捷治 (デザインジャーナリスト)	
DNPグラフィックデザイン・アーカイブ	92

4 国際交流事業	95
「日本のグラフィックデザインとアートの未来」	96
ジャン・カルロ・カルツァ (ヴェネチア大学東アジア美術史教授、国際北斎研究センター (ミラノ) 所長)	
TDC 2008 New Graphic Design Japan	98

5 研究助成事業	101
「21世紀の新しい『助成』活動にむけて——」	102
文化のサステナビリティの危機とその克服」	
前田 富士男 (慶應義塾大学名誉教授、日本学術会議会員)	

展覧会概要	108
展覧会一覧	114
ギャラリー概要	120

Foreword	5
Yoshitoshi Kitajima (Chairman of the board of directors, DNP Foundation for Cultural Promotion)	

Introduction: <i>Possibilities of and Expectations toward the DNP Foundation for Cultural Promotion</i>	6
Hiroshi Kashiwagi (Design Critic)	

1 Exhibitions	11
<i>Leave the Flower in the Meadow: A Capricious Critique of Exhibitions</i>	12
Yukichi Amano (Columnist / Former Editor in chief, <i>Kokoku Hihyo</i>)	
ginza graphic gallery (ggg) 2008–2009	14
ddd gallery 2008–2009	46
Center for Contemporary Graphic Art (CCGA) 2008	60

2 Education & Enlightenment	69
<i>Education at Keio and Geidai: Vision and Case Study</i>	70
Masahiko Sato (Professor, Department of New Media, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts / Guest Professor, Faculty of Environment and Information Studies, Keio University)	
ggg, ddd Gallery Talk	72
Invitation to Contemporary American Prints:	84
Works from the Collection of the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA)	
Publications 2008–2009	85
ggg Special Event:	86
Neville Brody New Book Launch and Talk BRODY@ggg	

3 Archiving	89
<i>Cataloguing The Ikko Tanaka Archives</i>	90
Shoji Usuda (Design Journalist)	
DNP Graphic Design Archives	92

4 International Exchange	95
<i>Japanese Graphics and the Becoming of Art</i>	96
Prof. Gian Carlo Calza (Professor, East Asia Art History, Ca'Foscari University of Venice / Director, The International Hokusai Research Centre, Milan)	
TDC 2008 New Graphic Design Japan	98

5 Research Support	101
<i>Toward New "Funding Support" Programs for the 21st Century: Overcoming the Crisis of Cultural Sustainability</i>	102
Fujio Maeda (Professor Emeritus of Keio University / Member of the Science Council of Japan)	

Review of ggg, ddd and CCGA 2008–2009	108
List of Exhibitions 1986–2009	114
Galleries' General Information	120

Foreword

はじめに

2008年1月から2009年3月までのギンザ・グラフィック・ギャラリー (ggg) では、「グラフィックデザインの時代を築いた20人の証言 Interviews by 柏木博」展をはじめ、15回の企画展を開催いたしました。dddギャラリーでは、10回の企画展を、現代グラフィックアートセンター (CCGA) では、「タイラーグラフィックス・アーカイブコレクション展」を3回開催いたしました。さらに、DNPグラフィックデザイン・アーカイブの収蔵作品展「きらめくデザイナーたちの競演」を、ggg、ddd、CCGAの3拠点で巡回開催しています。また、「DNPグラフィックデザイン・アーカイブ CREATORS FILE」の20巻セットDVDを発行し、全国の図書館、美術館、学校などに寄贈しました。

2008年の7月、ggg、ddd、CCGAの活動が「DNP」から「DNP文化振興財団」に引き継がれて、一年が経過いたしました。これも多くの皆様のご支援の賜と深く感謝しております。本レポートでは、2008年1月から2009年3月までのグラフィックアート及びグラフィックデザインにかかわる文化活動の内容と、DNP文化振興財団の事業内容を合わせてご紹介いたします。

デジタル化やネットワーク化の進展は、情報コミュニケーションのあり方も変えており、グラフィックアートやデザインにも多大な影響を与えています。

DNP文化振興財団では、こうした環境の変化にも留意しながら有意義な活動を行い、これからも社会に貢献して参ります。

今後とも、皆様のご理解とご支援をお願い申し上げます。

DNP文化振興財団 理事長
北島 義俊

Between January 2008 and March 2009, a total of 15 exhibitions were held at ginza graphic gallery (ggg), including “Testimonies from Twenty Pioneers of the Graphic Design Era: Interviews by Hiroshi Kashiwagi”; at ddd gallery, 10 exhibitions were mounted; and at the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA), three exhibitions were held focused on prints from the Tyler Graphics Archive Collection. The exhibition “Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design” was held at all three venues. In addition, “DNP Archives of Graphic Design: CREATORS FILE,” a set of 20 DVDs, was published and donated to libraries, art museums, schools and other organizations throughout Japan.

A full year has now passed since the activities of ggg, ddd and CCGA were transferred in July 2008 from DNP to the DNP Foundation for Cultural Promotion, and we wish to express our deep gratitude to all those whose support has enabled the transition to be carried off with resounding success. This report has been prepared to present the cultural activities related to graphic art and graphic design conducted between January 2008 and March 2009, and also to introduce the operations of the DNP Foundation for Cultural Promotion.

Current developments in digitalization and networking are changing the way information is communicated, and these changes are also having a major impact on graphic art and graphic design. While keeping alert to these changes in the environment, the DNP Foundation for Cultural Promotion is determined to continue undertaking a full range of significant activities that will make meaningful contributions to society in the years ahead.

We ask for your continued support and understanding.

Yoshitoshi Kitajima
Chairman of the board of directors, DNP Foundation for Cultural Promotion

DNP文化振興財団の可能性と期待

柏木 博

デザイン評論家

大日本印刷株式会社 (DNP) は、1986年に東京銀座にギンザ・グラフィック・ギャラリー (ggg) を開設、続く91年に大阪市にdddギャラリー、さらに95年には福島県郡山に現代グラフィックアートセンター (CCGA) を開設し、グラフィックデザイン、グラフィックアートの展覧会、そして作品の収集・保存の活動を行ってきた。

展覧会にともなう出版やセミナーなどをふくめると、結果的には研究や教育にかかわる活動を同時にすすめてきたことになる。その活動はすでに20年以上になる。

DNPのこうした活動を前提にしつつ、DNPの創立130周年の節目として、昨年、2008年に「財団法人DNP文化振興財団」が設立された。したがって、ggg、ddd、CCGAの活動も財団のもとに位置づけられることになる。これによって、グラフィックデザインやグラフィックアートに関するこれまでの事業をさらに充実させていくことになるはずだ。財団の設立趣意書には、そのことが明確に述べられている。趣意書にしたがえば、その事業項目は、アーカイブ、展覧会、出版・セミナーなどの教育・普及、調査・研究助成、国際交流などになる。一言でいえば、グラフィックデザインやグラフィックアートに関する広い意味での教育・研究のセンターとしての役割を担って行くことになるだろう。またそのような役割を持って機能していくことが期待される。

●グラフィックデザイン、グラフィックアートの世界的に認知されるセンター的な役割を

一般的には、デザインの教育・研究などの機能を持つセンターは、デザイン・ミュージアムが担っている。ちなみに、ロンドンのヴィクトリア・アンド・アルバート・ミュージアムは、1852年に設立された「産業博物館」を母胎とした世界で最初のデザイン・ミュージアムだ。その役割を産業界、デザイナー、デザインを学ぶ人、そして生活者にデザインを啓蒙することとしている。専門家と同時に市民にむけてのデザインの教育的施設として位置づけられているのである。そのコレクションと展示の方法は、各時代、各地域別で分類しており、作品を「鑑賞」するための展示と同時に、「閲覧」するための展示がある。

また、アメリカでは、企業がインスティテュートやセンターを設立することが少なくない。たとえば、現在では国立のデザイン・ミュージアムになっており、そのコレクションのスケールも膨大なものとなっ

ているクーパー・ヒューイトであるが、元はといえば、個人が設立した組織である。

1897年に、産業界のピーター・クーパーの三人の孫が設立した、科学と芸術の促進のためのクーパー・ユニオン (The Cooper Union for the Advancement of Science and Art) が母胎となっている。それが1967年に、国立スミソニアン博物館の分館として現在のかたちになった。建物はアンドリュー・カーネギーの屋敷を転用しているため美術館としてはさほど巨大なものではない。セントラル・パークわきのフィフス・アベニューには、資産家の屋敷が多く、それを転用した美術館がいくつか並んでいる。

特徴的なことは、デザインに関する資料や書籍を収めた図書館が充実していることである。図書館を利用するには、2日前に電話で予約する必要がある。ノーマン・ベル・ゲディーズの自筆の資料など、アメリカのデザイナーの一級の資料をみることができる。専門家むけのすばらしい施設である。もちろん、市民にむけての小さな企画展も行っている。

しかし、知られるように、日本ではデザイン・ミュージアムが整っていない。「DNP文化振興財団」はグラフィックがテーマになるわけだが、たとえジャンルが限定されているにしても、アーカイブや展覧会活動を行い、ミュージアム的な機能の一端を担ってくれることになる。したがって、こうした機能を持つセンター的な機関が成立したことは、作家や研究者そして市民にとっても実に豊かなものをもたらしてくれるはずだ。また、この財団の存在が世界的に認知されるものになっていくことを期待したい。

●DNP文化振興財団の活動

「DNP文化振興財団」の設立によって、その目的と機能はより鮮明なものになっていくと思われるけれど、冒頭でふれたように、すでにggg、ddd、CCGAの活動での実績があり、そこには今後の活動にむけてのさまざまな可能性が示されている。

アーカイブについてだけでも、さまざまな可能性がある。2009年の年頭にgggで開催され、以後dddそしてCCGAに巡回する「きらめくデザイナーたちの競演」展は副題に『DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展』とあるとおり、アーカイブに収められているポスターによって構成された展覧会であった。こうした形式で、収蔵作品

を展覧会という形式で一般公開することは、今後もちろん行われるであろう。

今後、アーカイブの収蔵資料をデジタル利用できるようにする必要がある。そのデジタル化された資料をインターネットで公開、配信する可能性も探る必要があるだろう。資料公開によって新しい研究の出現も期待できる。また、アーカイブの収蔵資料のデジタル化の作業を、研究活動として接合していく可能性もあるだろう。

アーカイブに収蔵された作品は膨大である。2003年に東京都現代美術館で開催された「田中一光回顧展」を開催するにあたり、およそ5000点の田中一光作品の中から約500点の作品をセレクトした。その田中一光作品のほぼすべてが、最近「DNP文化振興財団」のアーカイブに収蔵された。すでに回顧展のうちに、レゾネも制作しているので、研究者は研究にさいして、レゾネにしたがって必要があれば原物を確認していくことが可能である。アーカイブに関しては、まさに研究者にとって有効な施設になっていくはずだ。

ついでながら、今年完成した『クリエイターズ・ファイル』は20人の作家へのインタビューをDVDにしたものであるが、DVDに使わなかった長時間の映像・音声が残されており、これも研究者にとって有効な資料になるだろう。今後、DVDとして完成することを目的としなくとも、作家へのインタビューを残していくこともアーカイブとしては必要だろう。

2006年には、gggの20周年の展覧会として「EXHIBITIONS」展が開催された。20年間に開催された展覧会への出品作家たちの代表的な作品を構成するものであった。およそ160人以上におよぶ内外の作家の作品が並んだ。内外の作家の作品を紹介してきた膨大な数の展覧会がその背後にうかがえた。展覧会は、市民にとっても楽しみを与える。もちろん作家たちにとっても研究者にとっても貴重な情報をもたらしてくれる。展覧会活動もまた「DNP文化振興財団」の活動として大きな役割であり続ける。

また、160以上におよぶ作家たちの作品とプロフィールを入れた展覧会カタログは、作家たちのネットワークを構成する手がかりとなっている。「DNP文化振興財団」は、内外の作家たちをネットワークするセンターとしての機能も持つはずだ。

同じ2006年、DNPアーカイブの作品による「今日の日本のポスター展」(Japanese Posters Today)を、ミュンヘンのディ・ノイエ・ザムリングで開催し、以後、チューリッヒ・デザインミュージアム、フラン

クフルト市立応用芸術博物館、そして07年にプラハ美術工芸博物館、ベルリン・アートライブラリーなどに巡回した。

gggなどでの展覧会とともに、こうした展覧会でも、海外の美術館とのネットワークが形成される。

したがって、「DNP文化振興財団」の今後の活動は、すでにこれまで行われてきた活動の延長ではあるが、その活動を通してこれまで以上に作家や研究者あるいは美術館などの組織のネットワークを強化し、グラフィックデザインやグラフィックアートに関する世界的に注目されるような情報センター化をはかって行く必要があるし、またそれを期待したい。

ところで、外部の組織あるいは個人との共同研究や助成に関しては、これまでさほど多くは手をつけてこなかった領域である。したがって、その活動の方向性やすすめ方などについては、「DNP文化振興財団」独自のスタイルを今後つくりあげていかなければならないだろう。

他の文化財団では、研究費の助成、あるいは在外研究支援、出版助成、共同研究のサポートなどさまざまな活動を行っているが、かならずしもすべての財団がそれぞれの独自性を持っているわけではない。そうした中であって、ぜひ「DNP文化振興財団」らしいと思われるスタイルがつくられることを期待したい。そのためにも、アーカイブ、展覧会、出版・セミナーなどの教育・普及、調査・研究助成、国際交流などの活動領域が相互に有機的に結ばれることが前提になるように思える。「DNP文化振興財団」の活動が世界的に注目されるものとなることを期待したい。

Possibilities of and Expectations toward the DNP Foundation for Cultural Promotion

Hiroshi Kashiwagi

Design Critic

Dai Nippon Printing Co.,Ltd. (DNP) established ginza graphic gallery (ggg) in the heart of Tokyo in 1986. This was followed by the opening of ddd gallery in Osaka in 1991, and the launch of the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA) in Sukagawa, Fukushima Prefecture, in 1995. Through these three facilities, DNP has organized exhibitions of, and collected and preserved, works of graphic design and graphic art. When the publications, seminars and other undertakings carried out in tandem with its exhibitions are included, ultimately DNP can be recognized as having performed activities relating to research and education as well. Those diverse activities now span more than 20 years.

As a further step in conducting these multifarious activities, in 2008, to mark the 130th anniversary of its founding, DNP established the DNP Foundation for Cultural Promotion. With its creation, the activities of ggg, ddd and CCGA are now carried out under the aegis of the Foundation, an arrangement that enables enhanced performance in the various operations relating to graphic design and graphic art conducted to date. This intent is clearly stated in the Foundation's founding prospectus. According to that prospectus, the activities pursued by the Foundation broadly fall into five categories: archiving, exhibitions, education & enlightenment (publications, seminars, etc.), research support and international exchange.

In a nutshell, in a broad sense the DNP Foundation for Cultural Promotion is positioned to fulfill a role as an educational and research center pertaining to graphic design and graphic art. Moreover, high expectations are held toward its successful functioning in line with that role.

A center for graphic design and graphic art recognized worldwide

Generally, functions such as design education and research are performed under the auspices of design museums. The world's oldest design museum is London's Victoria and Albert Museum, which evolved out of the Museum of Manufactures founded in 1852. The V&A's role is to offer enlightenment in the realm of design to industrialists, designers, students of design and the general public: i.e. the museum serves as an educational facility for design targeted simultaneously at both experts and everyday citizens. The V&A's collections and displays are categorized by period and region, with displays intended both for the visitor's appreciation and open perusal.

In the United States, a considerable number of institutes or centers have been founded by business corporations. One example is Cooper-Hewitt, which is today a national design museum with a collection of enormous scale. Originally, however, it was an organization set up by private individuals – three granddaughters of industrialist

Peter Cooper – known as The Cooper Union for the Advancement of Science and Art. The museum took its current form as an annex of the Smithsonian Institution in 1967. As museums go, Cooper-Hewitt is not of gigantic scale, occupying premises that were formerly a mansion owned by Andrew Carnegie. It is one of a number of museums on Fifth Avenue alongside Central Park in Manhattan that were converted from the former estates of wealthy individuals.

A distinguishing feature of Cooper-Hewitt is its outstanding library containing books and other materials relating to design. Persons wishing to use the library are required to reserve by telephone two days in advance. Among the prime materials on American designers accessible here are items handwritten by Norman Bel Geddes. In this respect, Cooper-Hewitt is a facility intended for specialists, yet at the same time it also hosts small exhibitions targeted at the general public. In Japan, by contrast, design museums are still lacking. At the DNP Foundation for Cultural Promotion, graphic is the overriding theme, and while in genre it may be limited, through its archiving and exhibition activities the Foundation also functions in part like a museum. As such, the creation of a central institution possessing functions of these kinds can be expected to enrich the lives of artists, researchers and the general public alike. It is my sincere hope that its existence will come to be recognized worldwide.

Activities of the DNP Foundation for Cultural Promotion

The establishment of the DNP Foundation for Cultural Promotion is expected to clarify even further ggg, ddd and CCGA's objectives and functions; but as noted at the outset, these facilities already boast significant track records that point to an array of possible directions for the Foundation's activities to take in the future.

In the realm of archiving alone, the possibilities are diverse. "Brilliant Rivalry," an exhibition initially held at ggg early in 2009 that subsequently traveled to ddd and CCGA, bears the subtitle: "Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design." As this implies, the exhibition consisted of posters contained in the DNP Archives. Exhibiting works from this collection in a format open to the public is an undertaking that will clearly take place again in the future. Going forward, the materials included in the DNP Archives will need to be made accessible for digital use. By the same token, there is a need to probe possibilities for making the digitalized materials openly accessible for distribution through the Internet. Placing these materials on open view raises expectations for the emergence of new research, and it is also conceivable to link the process of digitalizing the Archives materials to research activities.

The number of works contained in the Archives collection is vast.

When the Museum of Contemporary Art Tokyo held a retrospective exhibition of the works of Ikko Tanaka in 2003, some 500 items were selected from the roughly 5,000 he had created. Recently, nearly all of Mr. Tanaka's works were permanently transferred to the DNP Graphic Design Archives. At the time of the retrospective exhibition, a complete catalogue was prepared; its presence affords researchers a reference in itself as well as a starting point for verifying their research using original works when necessary. Indeed, the DNP Archives are destined to become a useful facility for persons doing research.

The "Creators File," which was completed this year, consists of DVDs containing interviews of 20 designers. Many hours of video and interview were not included in the final DVDs, however, and these too should make for useful materials for researchers. Going forward, even without intent to complete them in DVD format, interviews of designers should be preserved as an archive.

In 2006, an exhibition titled "Exhibitions" was held to commemorate ggg's 20th anniversary. It comprised representative works of the artists who had exhibited their works at ggg during its first 20 years. Works were on show by more than 160 artists from Japan and overseas, and the event provided evidence of the huge number of exhibitions that had been held to introduce their works. Exhibitions also bring pleasure to the general public, while naturally they provide precious information for artists and researchers alike. Exhibitions are thus destined to play a major role within the DNP Foundation's roster of activities.

The *EXHIBITIONS* catalogue, which contains the works and biographical information of the more than 160 featured artists, serves as a starting point for a network of artists. The Foundation is thus positioned to function as a networking center for designers both within Japan and around the world.

Also in 2006, the exhibition "Japanese Posters – Today," spotlighting works from the DNP Graphic Design Archives, was held at Die Neue Sammlung in Munich, Germany. Subsequently the exhibition traveled to Museum of Design Zurich, Frankfurt's Museum for Applied Art and, in 2007, the Museum of Decorative Arts in Prague and Berlin Art Library.

In addition to the exhibitions held at ggg and the other venues, exhibitions such as these foster networking with museums overseas.

As the foregoing indicates, whereas the future activities of the DNP Foundation for Cultural Promotion will in part be extensions of the activities that have already been conducted until now, it will be necessary to strengthen even further the networks of artists, researchers, and museums and other organizations, and to pursue the Foundation's development as a center of information on graphic design and graphic art that will garner attention worldwide.

Two areas that the Foundation has not been very active in until now are joint research with external organizations or individuals and funding support. As such, going forward the Foundation must develop its own style relating to the directions and methods for such activities.

Although other cultural foundations engage in a broad array of activities such as research funding, support of external research, publication funding assistance and support of joint research, not all such foundations possess their own unique approaches. Against that backdrop, we hope that the DNP Foundation for Cultural Promotion will develop a style that can be considered to be uniquely its own. Toward that end also, it should be imperative to organically interconnect such areas of activity as archiving, exhibitions, education & enlightenment, research funding and international exchange. We hope to see the Foundation's activities attracting attention globally in the near future.

展示事業

Exhibitions

やはり野に置け蓮華草——気まぐれ展覧会批評

天野 祐吉

コラムニスト、元「広告批評」編集長

たとえば、亀倉雄策さんのポスター展に行く。と、当然のことながら、会場の壁面に亀倉さんの作ったポスターたちが、額に入れられて所せましと並んでいる。で、ぼくらはそんな亀倉さんのすぐれた「作品」たちに、ひとつひとつ対面し、対話しながら、ゆっくり会場をまわっていく。

それが、ごくふつうに見られる展覧会場の風景である。横尾忠則さんの絵画展でも、上田義彦さんの写真展でも、それはほとんど変わらない。

が、展示されるものが、広告の場合はどうか。たとえば、大貫卓也さんや佐藤可士和さんの、あるいは、片岡敏郎さんの広告展の場合はどうか。

たぶん、答えは同じである。それぞれにさまざまな工夫がこらされることはあっても、基本の考え方は同じだ。げんに、いつかぼくが見た片岡さんの広告展では、おなじみのスモカ齒磨の広告たちが、ひとつひとつ額に入れられて壁に並んでいた。

それでけっこう楽しめたし、それでいいともいえる。が、あちこちで開かれる広告展を見ていると、額に入れられた広告たちは、どれも居心地が悪そうな顔をしている。落ちつきがないのだ。

その理由は、広告が「作品」ではないからだ、とぼくは思っている。印刷広告やテレビCMを、便宜的に「作品」と呼んだり「作品」として扱うことはあるし、ぼく自身もそうしてきた。それがいけないとは思わないが、それはあくまでも便宜的なものであって、絵画や写真が「作品」であるのとは、やはり本質的に違う。

絵画や写真が、自立した芸術表現であるのに対して、広告は商品やサービスと結びついたジャーナリズム表現である。ジャーナリズム表現を周辺から切り離して額に入れることは、ジャーナリズム表現の息をとめてしまうことにひとしい。「手に取るなやはり野に置け蓮華草」(瓢水)ということか。(ちなみに、昔は芸術表現も切り取られて額に入れられるようなことはなかったと思う)

テレビ番組の審査をするときなどに、いつも突き当るのもそのことだ。テレビ番組は、ドラマやバラエティなども含めて、すべてジャーナリズム表現だと、ぼくは思っている。それでもまだ、ドラマは「作品」として審査の対象にすることはできるけれど、「筑紫哲也のニュース23」や「古舘伊知郎の報道ステーション」のような番組を、どう審査することができるか。ある日の一回分の放送だけを対象に審査しても意味はないし、だから結局は、そういう報道番組は除外して審査しやすいものだけを審査することになる。仕方がないといえばそれまでだが、テレビの中核である報道番組を抜きにしてテレビ番組を審査することに、はたして、どんな意味があるだろうか。

広告の場合はそれとは違うように見えて、実は同じだ。広告は、「作品」としてとらえ、「作品」として展示しようとしても、スルリとそこから何かが、

それも本質的な何かが逃げていってしまう。片岡さんのスモカ齒磨ならまだなんとかなっても、大貫さんや佐藤可士和さんの広告を展示するとなると、これはもう至難のわざだといっている。

では、広告の展覧会は成り立たないのか。

そんなことはない、とぼくは思う。が、それを成り立たせるためには、広告を「作品」として額におさめるという展覧会の古典的作法の呪縛から、思いきり自由になることが必要だ。広告を鑑賞の対象としてではなく、体験の対象としてとらえ直す発想が必要ではないかと思う。

たとえば、片岡さんのスモカの広告展なら、突き出しサイズのあの広告をひとつひとつ新聞から切り抜いて見せるのではなく、スモカの広告がのっている新聞のページをそっくりそのまま見せていく。で、展示する空間の壁面をスモカの広告ののっている数百ページの新聞で埋め尽くす。そうすれば、大正の末期から昭和初期にかけての世の中の出来事と一緒に、いいかえれば当時のナマの空気を吸いながら、スモカの広告群に触れることができるだろう。

そうした試みはすでに始まっているとは思うけれど、額もいらないし、場所も展覧会場に限ったことではない。自由に、大胆に、21世紀にふさわしいジャーナリズム表現の展示方法をきりひらいてほしいと思う。博物館の元祖といわれるドイツの「不思議の部屋」(16世紀)や、奇想天外の展示物でアメリカ中をあっといわせたバーナムの「アメリカ博物館」(19世紀)など、かつてミュージアムは、人びとにとって、生氣と熱氣あふれるオモシロ空間だった。

Leave the Flower in the Meadow: A Capricious Critique of Exhibitions

Yukichi Amano

Columnist / Former editor in chief of *Kokoku Hihyo* (Advertising Criticism) magazine

Say you go, for example, to an exhibition of posters by Yusaku Kamekura. As you would expect, the venue walls are filled with Mr. Kamekura's posters hanging in frames. And we, as visitors, proceed slowly around the room, or rooms, standing face-to-face, engaging in dialogue, with Mr. Kamekura's outstanding works, one after another.

This is an altogether normal scene in an exhibition space. It's virtually no different from what takes place at a show of Tadanori Yokoo's paintings or of photos by Yoshihiko Ueda.

But what if what is being displayed are advertisements? For example, a show of advertisements by Takuya Onuki, or Kashiwa Sato, or Toshiro Kataoka?

The answer is likely the same. Though a variety of schemes might be worked out for each type of exhibition, the basic thinking behind them is all the same. Indeed, when I once went to a showing of Mr. Kataoka's ads, his well-known ads for Smoca Dentifrice were lined up on the walls, each in its own frame.

I rather enjoyed seeing them that way, and I see nothing wrong in it either. Yet when I visit exhibitions of advertisements here and there, the framed ads always seem to look ill at ease, jittery.

The reason, in my opinion, is because advertisements aren't "works." Print advertisements and TV commercials are, for the sake of convenience, called "works" and treated like "works" – and I have always done so myself. And while I find nothing wrong in that, this is altogether a case of doing so for convenience – which makes this essentially different from the way paintings or photographs are "works."

Unlike paintings or photographs, which are independent artistic expressions, advertisements are journalistic expressions tied to products or services. To separate a journalistic expression from its surroundings and put it in a frame is equivalent to stopping that expression from breathing. Maybe, as the haiku poet Taki Hyosui (1684-1762) wrote, "The flower, rather than be picked, is best left in the meadow." (Incidentally, in olden days I don't think it was common practice to put works of artistic expression in frames either.)

I always run up against this matter when I'm asked to judge a TV program or some such thing. TV programs, including soap operas and variety shows, are all, in my opinion, journalistic expressions. That said, soap operas can, I think, be considered as "works" to be judged; but how can one make a judgment about a news program, for instance? It's meaningless to render a judgment based on any individual broadcast, and it's for that reason that ultimately news programs of that nature are excluded and the judging is carried out only for programs that are easy to judge. Perhaps it can't be helped, but then again, what meaning could there possibly be in judging TV programs leaving out news programs, the core of TV programming?

In the case of advertisements, the situation seems different but is actually the same. Try as one might to treat advertisements as "works" and to exhibit them as "works," something – something essential – inevitably is lost. Though one could conceivably squeak by in the case of Mr. Kataoka's Smoca Dentifrice ads, exhibiting the ads of Mr. Onuki or Mr. Sato would, I suggest, be an imposing task.

So, can there be no such thing as an exhibition of advertisements?

Indeed there can, I would say. But in order for it to work, it's necessary to shed

the shackles of the classic format of an exhibition – treating ads as "works" and putting them in frames – and let the ads run totally free. I would suggest that rather than considering ads as targets of viewing appreciation, we need to change our thinking and treat them as objects to be experienced.

If one were mounting a show of Mr. Kataoka's Smoca Dentifrice ads, for example, instead of showing his individual ads cut out from the original newspapers, one should show the newspaper pages that contain them, in their entirety, as they are. Then the wall surfaces throughout the whole exhibition space would be filled with several hundred pages containing Smoca ads. That way, the visitor would be able to make contact with the Smoca ads together with the events that were occurring at the time, i.e. breathe in the actual air of those days (the mid-1920s to 1930s).

Experiments of that kind have already gotten under way, I think; and not only are no frames needed, the venue shouldn't be limited to the exhibition hall either. I'd like to see ways of exhibiting journalistic expressions that are free, bold, and appropriate to the 21st century. Think of Germany's "Wunderkammer" – "cabinets of curiosities" (16th century) said to be the earliest form of museum – or Barnum's American Museum (19th century), that stunned America with its bizarre exhibits. In earlier times, museums were engrossing places packed with vitality and excitement.

ginza graphic gallery 08-09

January 9–31, 2008

Toda Today: Poster Art by Seiju Toda

February 6–29, 2008

**Testimonies from Twenty Pioneers of the Graphic Design Era:
Interviews by Hiroshi Kashiwagi**

March 6–31, 2008

Textasy: Brody Neuenschwander

April 4–26, 2008

Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

May 9–31, 2008

Alan Fletcher: The Father of British Graphic Design

June 5–28, 2008

Hiroshi Sasaki, Leader of a Cheering Squad for the Japanese Advertising World

July 4–30, 2008

2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

August 5–28, 2008

Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

September 3–29, 2008

The Design Cycle of Keiko Hirano: Origin, Terminus, Origin

October 7–31, 2008

White: Kenya Hara Exhibition

November 4–26, 2008

M/M(Paris) The Theatre Posters

December 2–24, 2008

OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

January 9–31, 2009

**Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in
the DNP Archives of Graphic Design**

February 5–28, 2009

Helvetica forever: Story of a Typeface

March 6–30, 2009

DRAFT: Branding and Art Directors

ggg



Toda Today: Poster Art by Seiju Toda

January 9–31, 2008

アートダ！戸田正寿ポスターアート展



今度の展覧会は、B倍判ポスター80点余りを展示しました。

出品作品は、16歳の時から現代アートを学んだコンセプトをテーマに作ったポスターである。

グラフィック界において、ポスターの価値があまり認められていない現代において、また、日本のポスターの価値が世界に再認識されることを願っている。また、新しい作品のスタートとなった。

戸田正寿

For this exhibition, I showed more than 80 of my outsize (1030×1456mm) posters. The works on display were created on the theme of contemporary art learned starting from the age of 16. Today, when the value of posters is not recognized very much within the graphic world, my hope is that Japanese posters will win recognition again worldwide. This exhibition served as a new starting point.

Seiju Toda



Testimonies from Twenty Pioneers of the Graphic Design Era: Interviews by Hiroshi Kashiwagi

February 6–29, 2008

グラフィックデザインの時代を築いた20人の証言 Interviews by 柏木博



会場は、話しをするクリエイターたちをそれぞれモニタに映し出し、言葉を一部抜き出して見せるという展示であった。モニタからの声は、相互に干渉しあって聞き苦しいのではないかと想像したが、まったく問題はなかった。照度を落とした会場は、まるで現代美術のビデオ・インスタレーション作品のようでもあった。したがって、この展示方法がとてもよかったといえるだろう。

オープニングにはクリエイター本人も多く参加され、楽しい雰囲気になった。熱心にモニタの前で話に聞き入る人も多く、やはり興味を持たれるのだということを再認識した。また、展示されたDVDを個人的に欲しいという人もかなり多く、さらには、活字にして欲しいという話も出た。

柏木 博

For this event, the gallery was laid out with monitors each showing a designer being interviewed, together with selected excerpts projected on cloth backdrops. I had imagined the interviews might be difficult to understand given all the voices coming from the monitors simultaneously, but this proved to be no problem. The dimmed lighting in the gallery also gave the show the semblance of a video installation of contemporary art. This exhibition method was quite successful, I would say.

The opening party, attended by many of the featured designers, was very enjoyable also. Many people stood in front of the monitors listening intently, giving me reaffirmation that they were interested in the interviews as hoped for. There were also a fair number of people who expressed a desire to acquire the featured interviews on DVD, and some even said they would like to see them available in print.

Hiroshi Kashiwagi



早川 良雄 Yoshio Hayakawa



中村 誠 Makoto Nakamura



灘本 唯人 Tadahito Nadamoto



木村 恒久 Tsunehisa Kimura



永井 一正 Kazumasa Nagai



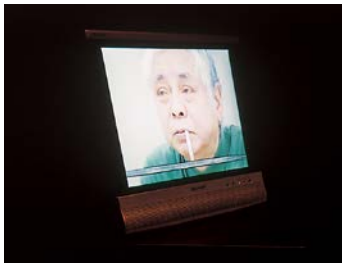
栗津 潔 Kiyoshi Awazu



勝井 三雄 Mitsuo Katsui



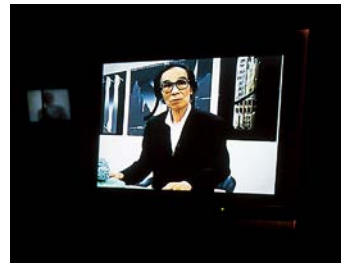
福田 繁雄 Shigeo Fukuda



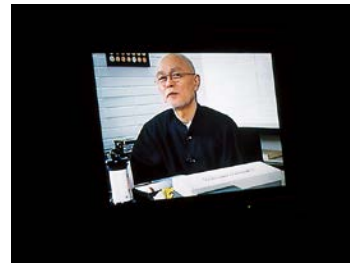
仲條 正義 Masayoshi Nakajo



宇野 亜喜良 Akira Uno



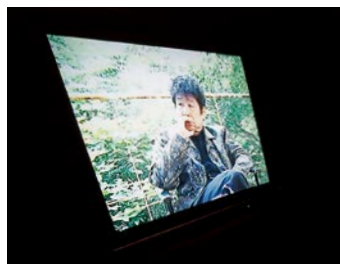
岡本 滋夫 Shigeo Okamoto



木村 勝 Katsu Kimura



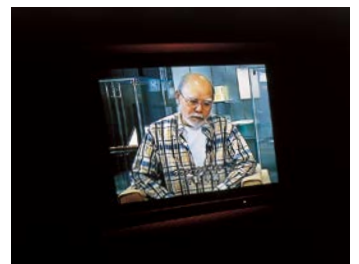
田名網 敬一 Keiichi Tanaami



横尾 忠則 Tadanori Yokoo



和田 誠 Makoto Wada



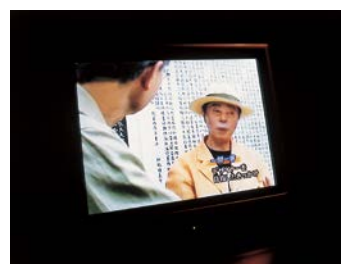
平野 甲賀 Kouga Hirano



青葉 益輝 Masuteru Aoba



長友 啓典 Keisuke Nagatomo



浅葉 克己 Katsumi Asaba



松永 真 Shin Matsunaga

Textasy: Brody Neuenschwander

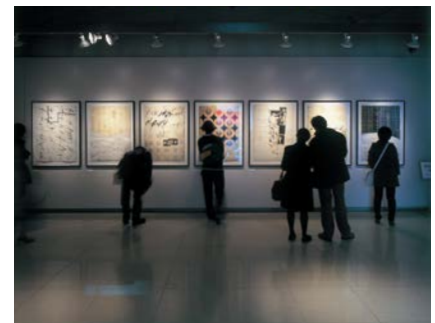
March 6-31, 2008

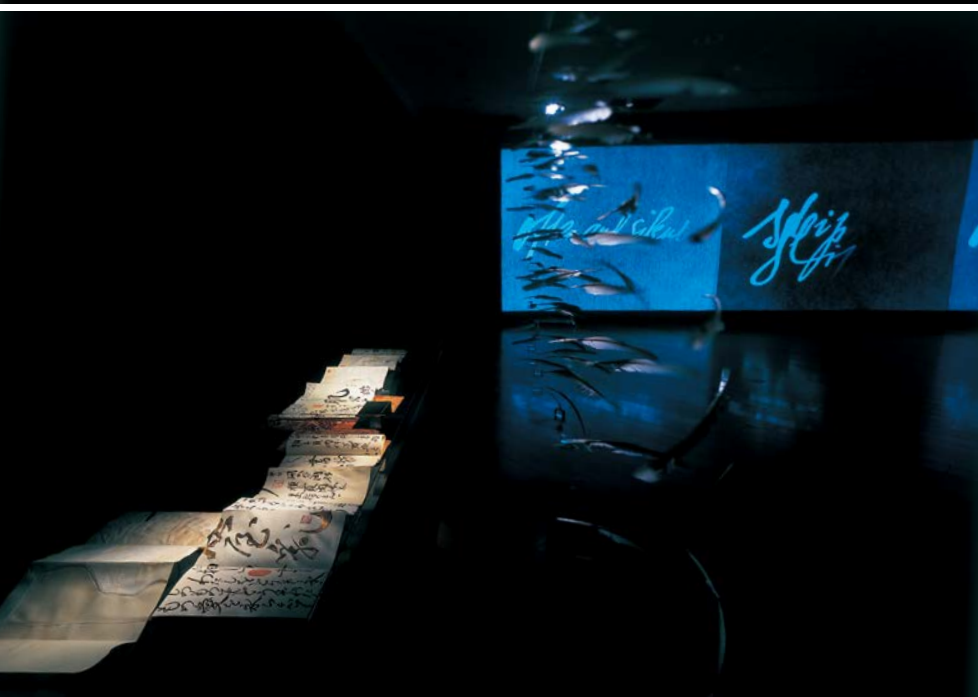
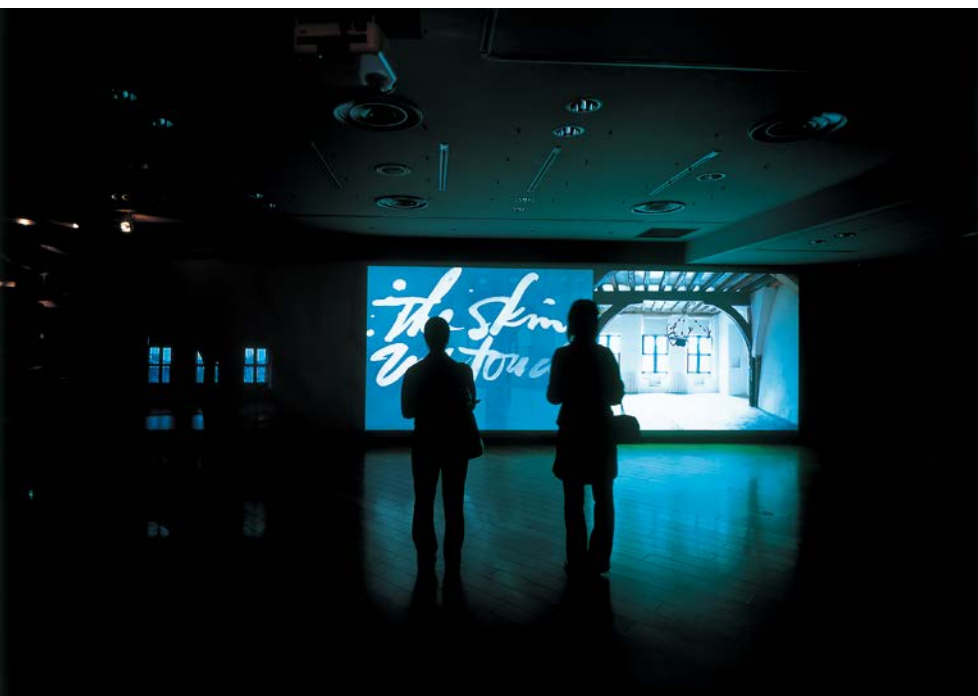
TEXTASY: ブロディ・ノイエンシュヴァンダー展



西洋のカリグラフィと文字芸術の世界を日本で紹介することはかなり思い切った試みです。私の作品は西洋、アラブ、日中のカリグラフィ・書道に加え、モダンアートからも影響を受けています。伝統技法と新しいメディアが一体となり、古の美を現代に再現します。西洋では理解されにくいこともあります。が、ギャラリー来館者の皆さんはキャンバスや紙の作品、ビデオ・インスタレーションに即座にそして深く反応し、多くの方が時間をかけて作品を鑑賞しているようでした。おかしな平仮名を書いていると思われたのではないのでしょうか。このような展覧会は他のギャラリーでは不可能だったでしょう。gggの皆さんの惜しみない協力とすばらしい動きに感謝いたします。 ブロディ・ノイエンシュヴァンダー

It takes considerable courage to show western calligraphy and text art to the Japanese public. My work is influenced by western, Arabic and Chinese/Japanese calligraphy, as well as modern conceptual art. Traditional techniques combine with new media to situate an ancient art form in a modern context. Western viewers do not always understand this work, but I felt that the Japanese visitors to the gallery responded immediately and profoundly to the canvases, works on paper and video installation. Many visitors spent considerable time with the work. Perhaps they thought my writing was a strange hiragana style! My thanks to the staff of the ggg, whose generosity and efficiency were most impressive. Brody Neuenschwander





Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

April 4–26, 2008

08 TDC展



「文字って、時代によってさまざまな形に変化し続ける。さらにコミュニケーション空間が拡大したこのごろでは、世界中の異なる設計の文字が同じ紙面上にならぶことも増えてきて、大騒ぎです。各国から寄せられたタイポグラフィの力にノックアウトされちゃってください。またTDCはいよいよブックデザイン賞も設けることにしました。審査では、ポスターなどにくらべると小さくてつまみしい本および、そのなかにごうめく文字組にもスポットをあててみなくちゃ、って気持ちです」(祖父江慎)

東京TDC賞2008の成果を披露する本展は、3千を超える応募から選りすぐった約100作品を展覧。英国、米国、中国、ドイツから7名の海外受賞者が来日した。

東京タイプディレクターズクラブ



"The written word continues to change in various ways in line with the times. And in these days when communication domains have expanded, writing systems of differing designs from all over the world are increasingly sharing the same space on a page – causing great commotion. I invite you to be knocked for a loop by the power of typography drawn from countries everywhere. TDC has finally opted to inaugurate prizes for book design. The feeling is that an attempt should be made to put the spotlight at judging sessions on books – which are smaller and unassuming compared to posters and the like – and on the typographic layouts that wriggle on their pages." – Shin Sobue, book designer

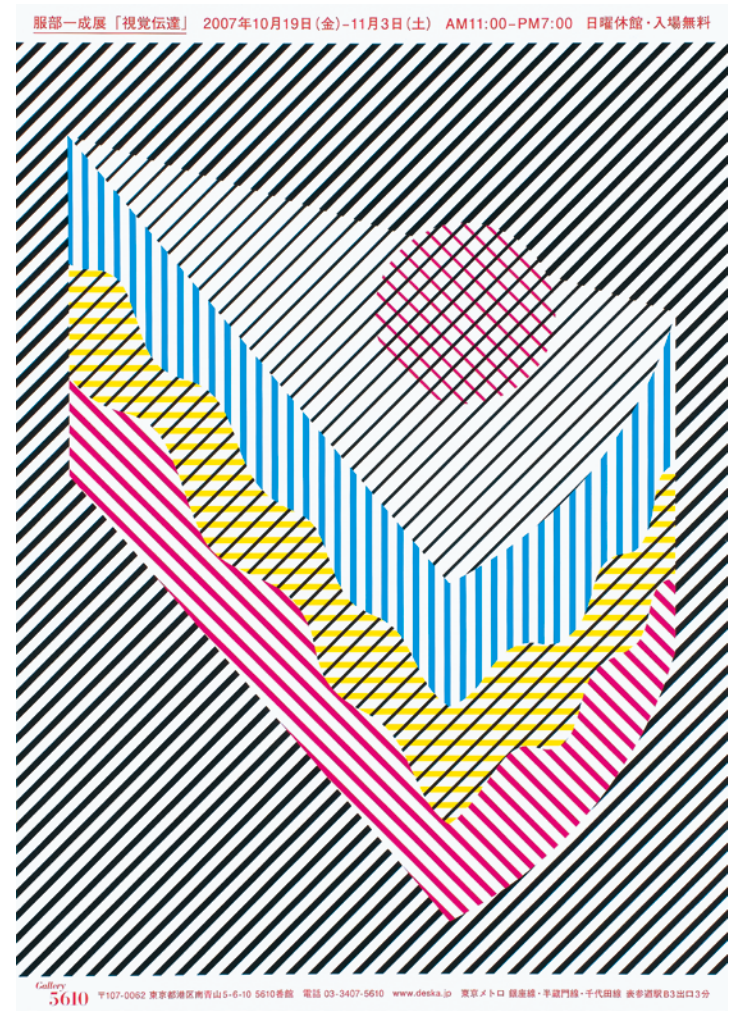
This exhibition, which displayed the outcome of the Tokyo TDC Annual Awards 2008 competition, showed some 100 works selected from among more than 3,000 entries. Seven overseas winners – from the UK, the United States, China and Germany – came to Japan for the occasion. Tokyo Type Directors Club



1



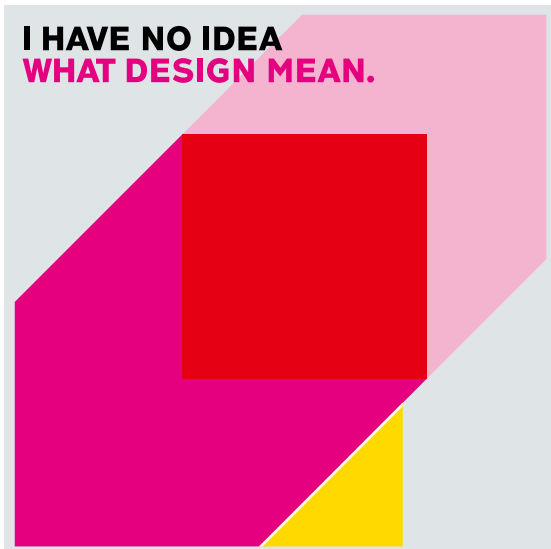
2



3



5



4



6

1. Kjell Ekhorn+Jon Forss, Non-Format
2. Guang Yu
3. Kazunari Hattori
4. Hideki Nakajima
5. Borries Schwesinger
6. Fernando de Mello Vargas

Alan Fletcher: The Father of British Graphic Design

May 9–31, 2008

アラン・フレッチャー：英国グラフィックデザインの父

gggで開催されたアラン・フレッチャーのポスター展でキュレーターを務めさせていただきましたことは、私の大いなる喜びとするところです。展示も完璧で、来館者からも非常に好評でした。アランもことのほか満足したことでしょう。初日のギャラリートークでは、光栄にも数多くのアランの親友、仲間、ファンの皆さんを前に話をさせていただき、また皆さんにオープニングの場で個別にお会いできたことは幸いです。皆さんからの反応は概して知的で温かいものでした。多数の来場者を数えたことは、アランの変わらぬ魅力と重要性を物語っています。このタイミングですばらしい展覧会を開催できましたのもgggのご尽力のおかげと感謝しております。

エミリー・キング (キュレーター)

I was very grateful for the opportunity to curate the exhibition of Alan Fletcher's posters at ggg. The installation was immaculate and the response of the audience was incredibly gratifying. I know that Alan would have been extremely pleased. In delivering the introductory lecture on the opening night, I was honoured to be addressing so many of Alan's friends, colleagues and admirers, and it was a pleasure to meet them later at the private view. Overall the response was intelligent and warm. The very many visitors who came to the gallery during the exhibition are testament to Alan's lasting appeal and relevance. I would like to thank ggg for helping me to realise this beautiful and timely exhibition.

Emily King, Curator of the exhibition



The gin speakers
 Anneke Brady UK
 Adam Gurney UK
 Alan Fletcher UK
 Neil Lane Italy
 Per Munksgaard Denmark
 Woody Price USA

20th Insignia Design Seminar
 The Insignia International Design Seminars annually attract over 1,000 students, college lecturers and young designers from all over Europe.

The two day programme provides a unique opportunity to meet and meet distinguished designers attend two workshops, make contact with other delegates, visit design studios and go to galleries and museums.

The Lecture Programme
 21 & 22 February 1999
 Doors open 8.45 am
 9.15 am to 12.30

The theme is images of the creative design process from the initial sketch through to the final solution.

Alan Fletcher Chairman
 (Insignia Insignia Design Seminars)
 Venue: The Oxford Cinema
 Market Arch, London EC1

Monday 21 February
 9.15 am to 12.30
 Adam Gurney UK
 Woody Price USA

Tuesday 22 February
 9.15 am to 12.30
 Per Munksgaard Denmark
 Anneke Brady UK

Real World Symposium
 Monday 21 February 1999
 Doors open 8.45 am
 9.15 am to 12.30
 (Additional ticket required)

Discussion workshops on the realities of making a living. Meet five working designers for the seminar delegates.

Chris Ludlow Chairman
 (Chartered Society of Designers)
 29 Bedford Square, London WC1

The Horizon Evening
 Monday 21 February 1999
 6.30 pm to 8.30 pm
 (Additional ticket required)

An evening gathering at a famous design studio to meet all the speakers, seminar delegates and sponsors.

Mary Mullen Chairman
 (Secretary General, Insignia)
 Venue: 4 Park, Pinner, Middlesex
 (Oxley Street, London N7)

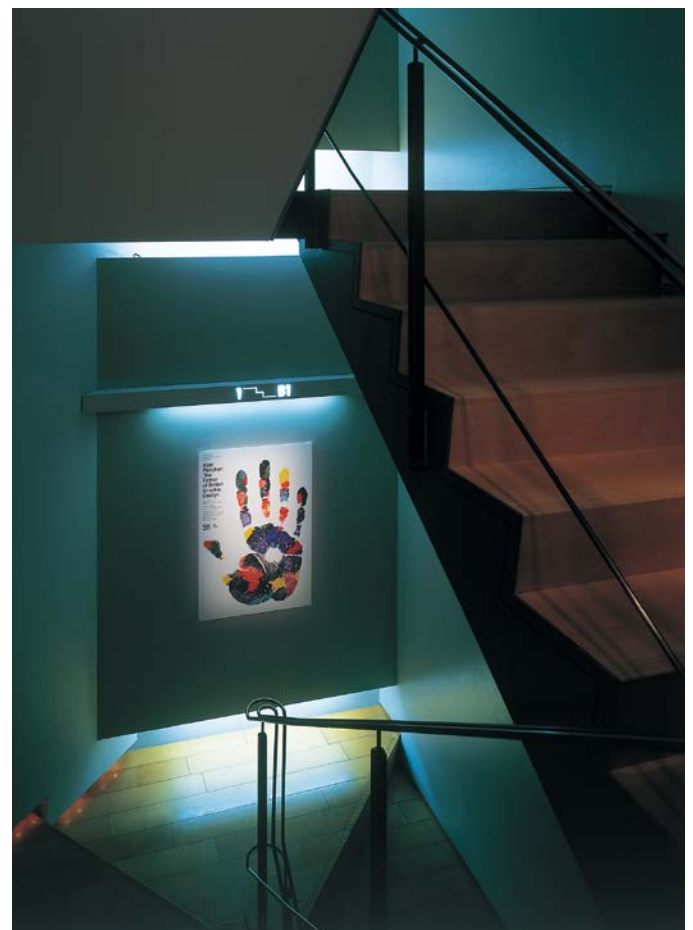
Fair Masters Symposium
 London 22 February 1999
 2.30 pm to 5.00 pm
 (Additional ticket required)

Discussion workshops on the state of the art held by working typographers for the seminar delegates.

Colin Barnes Chairman
 (Society of Typographic Designers)
 29 Bedford Square, London WC1

Tickets & Information
 David Campbell Organiser
 Barnes Souter Ltd, 15 Park Mead,
 London NW11 0AD
 Telephone: (071) 266 8805
 Fax: (071) 363 4754

Insignia
 The National Council of Graphic Design Associations

Hiroshi Sasaki, Leader of a Cheering Squad for the Japanese Advertising World

June 5–28, 2008

がんばれニッポン、を広告してきたんだそう言えば、俺。応援団長 佐々木●宏

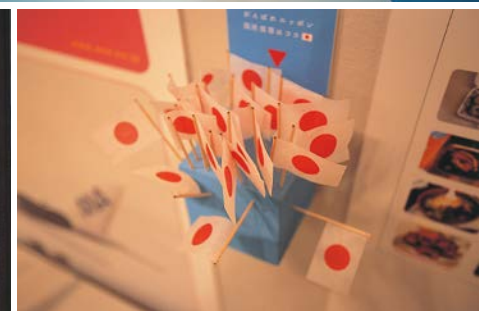


これでもう思い残すことなく死ぬる。と思いましたね。いや、ホントの話。この私が、個展？ クリエーターというよりは、自称応援団長ですからね。自分の生前葬ならやってもいいと言った覚えがあります。断る口実に。(笑) もちろん、拒否されましたが、実は、こっそり、自分なりの生前葬だったのです。自分を振り返ったりしながら、過去の仕事の整理をしつつ、その一つ一つに遺言を書いている感じでした。7000人を超える方に来場いただいたと聞きました。1時間ぐらい滞在する方が少なくなくて、泣いて感動する方も約2名いて、惜しいヒトをなくしたと。(笑) やってよかったと思います。こういう葬式なら、もう何回かやってもいいなと…。合掌。

佐々木 宏



After this show, I thought now I can die in peace, leaving nothing undone behind me. Actually, to tell the truth, I was dumfounded at the very notion of my holding a one-man show. Me? More than a creative artist, I'm a self-styled "leader of a cheering squad." As an excuse not to hold a show, I remember having said I wouldn't be averse to holding a funeral for myself while I am still alive. Of course, my suggestion was turned down, and yet actually, this was, in a sly way, a funeral-in-life of sorts. Looking back over who I have been, preparing my past work for exhibition, I had the feeling I was writing a last will and testament for each piece. From what I'm told, more than 7,000 visitors came to the show. Quite a few stayed up to an hour or so, and around two were moved to tears at the loss of the "dearly departed." I'm glad I did this. With a funeral like this, I wouldn't mind doing it several times more.... May I rest in peace. Hiroshi Sasaki



2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

July 4–30, 2008

2008 ADC展



突出した表現が見当たらない。これが2008年の実感だった。CMでは宇宙人ジョーンズのBOSSやソフトバンクの白い犬が確かに気をはいてはいたが、ソフトバンクは昨年度グランプリ、BOSSはそこには至らない。結果、2008年度のグランプリには井上嗣也氏の作品集が選ばれた。パルコやコムデギャルソンという時代の先鋒をひた走ってきた圧倒的パワーデザインが凝縮された氏のデザインの歴史。個人の作品集という領域を超えての堂々たるグランプリだ。広告表現がいまひとつパツとしない中、一般ADC賞に旭化成の環境がテーマのグラフィカルな新聞広告、JR東海のシンプルでスマートな新幹線の広告があり、広告の未来に明るい希望を感じさせた。

副田高行（ADC展委員）

To be honest, this year I found no works to be truly outstanding. Among the commercials, decent showings were put in by Suntory's BOSS (canned coffee) and SoftBank's mobile phone ads; but SoftBank had won the Grand Prize last year, and BOSS was not worthy of the top honor. Ultimately, the Grand Prize was awarded to Tsuguya Inoue for his anthology of graphic works. His design portfolio is a condensed history of the overwhelming design power of such pioneers as Parco and Comme des Garçons, and in this sense Inoue's anthology transcends the realm of a collection of an individual artist's works, making it worthy of the Grand Prize.

Takayuki Soeda,
ADC Exhibition Committee Member





2



1

1. Tsuguya Inoue
2. Masayoshi Nakajo
3. Taku Sato



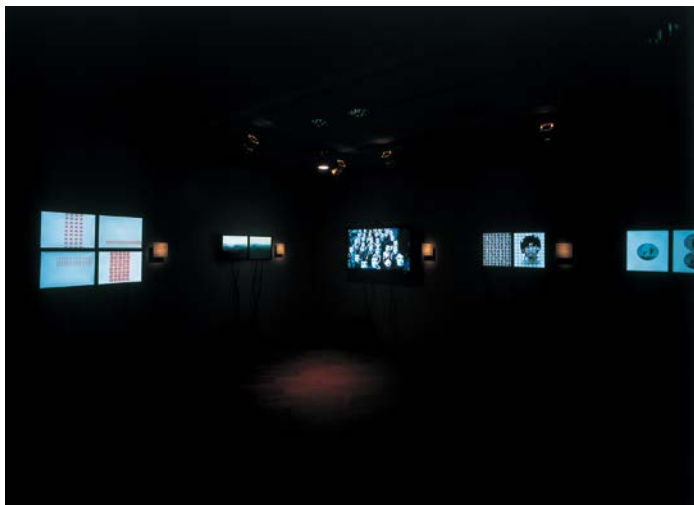
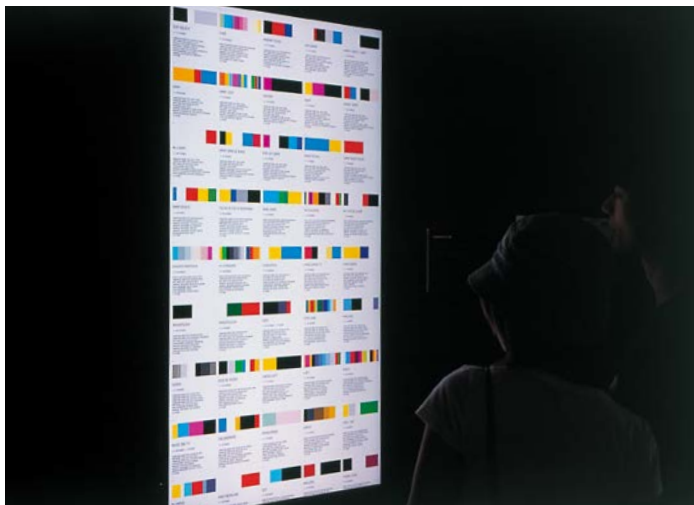
3



Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

August 5–28, 2008

Now Updating... THA／中村勇吾のインタラクティブデザイン



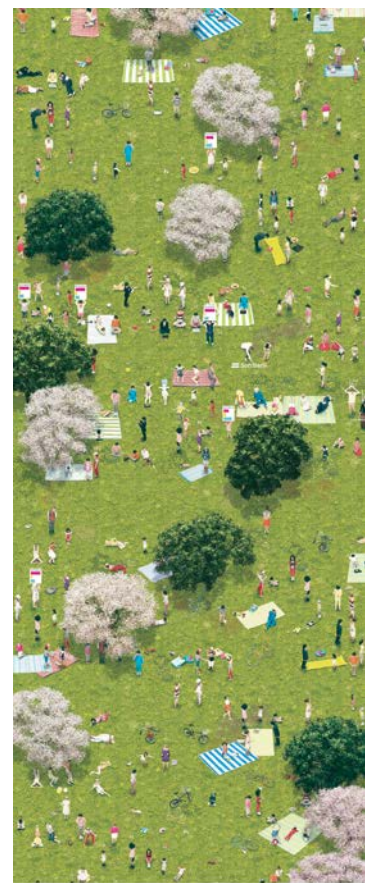
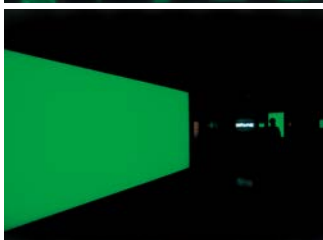
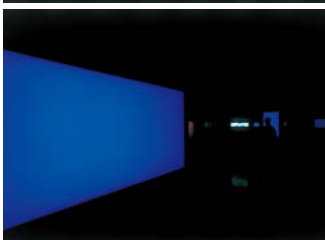
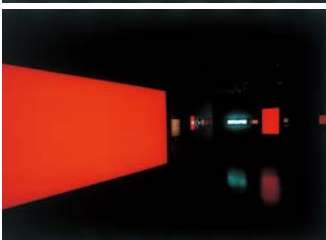
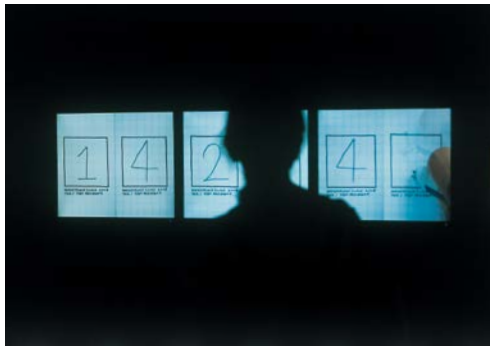
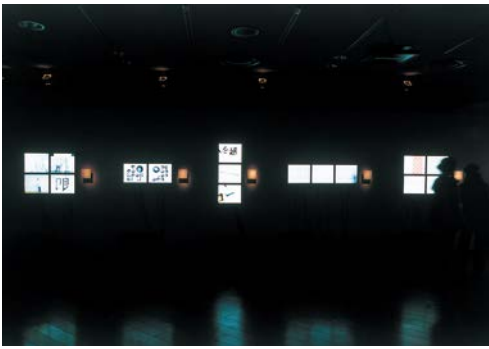
普段、誰でも何処でも見ることができるウェブサイト
を、わざわざ展覧会まで見に来て頂くお客さんに
再プレゼンテーションするため、様々な展示方法を
試みた。マウスやキーボードで操作するようなイン
タラクティブ性は敢えて抑え、ほとんど全てのプロ
グラムを自動無人運転させることで、グラフィック
やイラストレーションの展示に近い形とし、さらに
全体を1秒毎の時計のリズムで進行させ、ある瞬間
に全ての作品をシンクロさせる、といったような手
法を試みた。小粒の仕事を数多く作っている弊社の
スタイルに合っていたように思う。薄暗い部屋の中
でそれぞれの作品群がチマチマと一生懸命動き続け
るさまを見て、一同ニヤニヤと幸せを噛みしめた。

中村勇吾

I experimented with an array of exhibition meth-
ods so as to offer a fresh presentation to
visitors. Among the methods I experimented
with was playing down the interactive aspect
and making nearly all the programs operate
automatically without human intervention; I
then made the whole advance rhythmically to
the second-by-second ticking of a clock, bring-
ing all the works into synchronicity at a certain
instant. I think this meshed well with the style
of my company, which undertakes a large num-
ber of small jobs. Watching the various works
all moving continuously with such purpose in
the darkened room, we all relished the happy
moment with a broad grin.

Yugo Nakamura





The Design Cycle of Keiko Hirano: Origin, Terminus, Origin

September 3–29, 2008

平野敬子「デザインの起点と終点と起点」



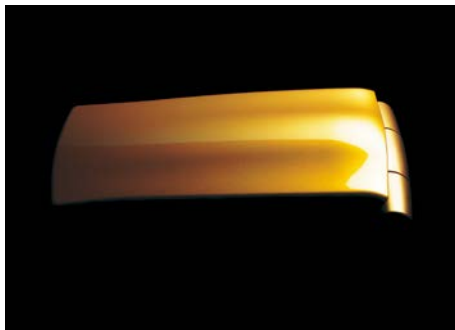
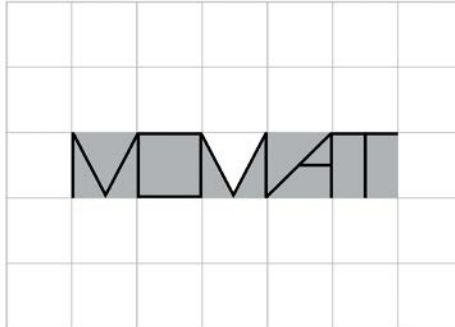
「白」、「グリッド」、「有機性」。自らの仕事を振り返り、繰り返し現れるこれらデザインの構成要素について考察する。10年前に白いポストカードで全面を覆った壁面を、10年後に白い本『White Book—思考の言語化の記録』で覆う。本には会場に展示しているデザインの根底を成す考えを言葉により表現している。インスタレーションの一片である本を壁から抜き取り、会場の中を移動できる。来場者は、この展覧会の為にデザインした椅子に座るなどして、それを読みながら、ゆっくりと自分のペースで展覧会を体験できる。人々が本を持ち、会場内を移動する情景、その行動によって展覧会のデザインは完結する。展覧会におけるコミュニケーションデザインの提案。

平野敬子

Looking retrospectively over my past work, I examined three compositional elements of design that have appeared in my work repeatedly: white, grids and organicity. Ten years ago I covered a wall with white post cards; ten years later, here I covered the wall with white books – a book called *White Book: A written record of my thoughts*. The book contains written descriptions of the fundamental thoughts underlying the design works that were on display. Visitors could take a copy of the book – a fragment of my installation – from the wall and move with it about the venue. They could read it, sitting on one of the benches I designed specially for the occasion, and experience the exhibition leisurely, at their own pace. The scene of their movements, book in hand, around the exhibition rooms brought the exhibition's design to completion. In this way I offered up a proposal on communication design within an exhibition hall.

Keiko Hirano

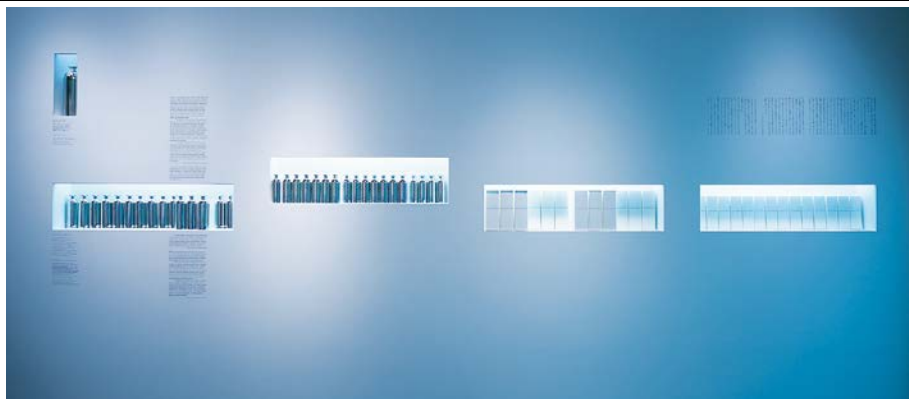
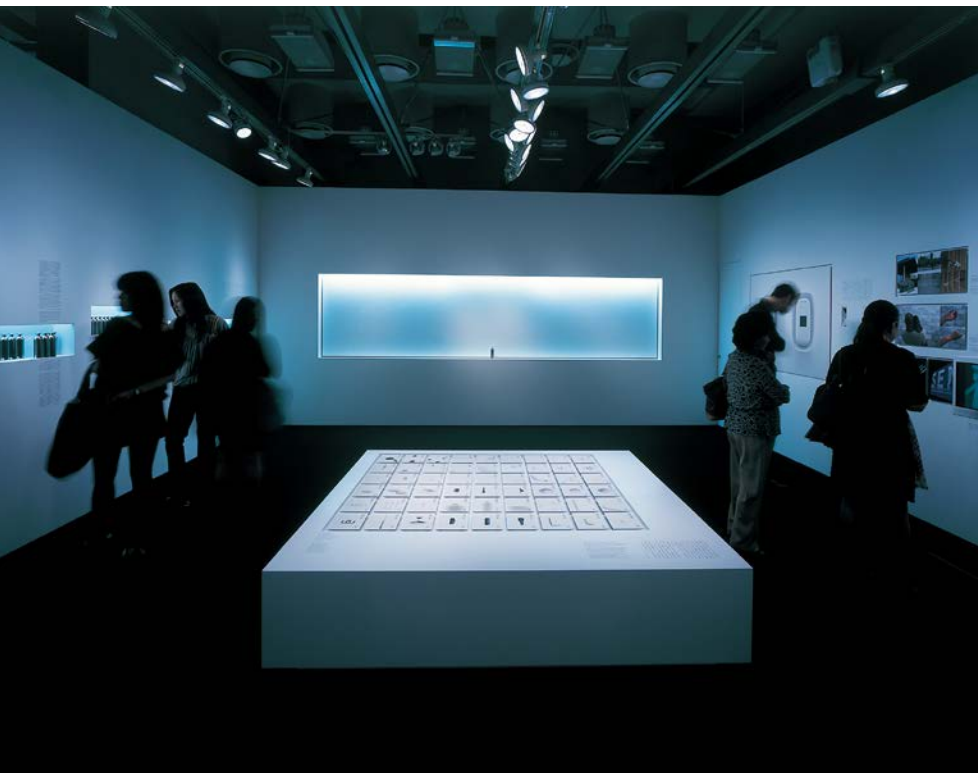




White: Kenya Hara Exhibition

October 7–31, 2008

「白」原研哉展



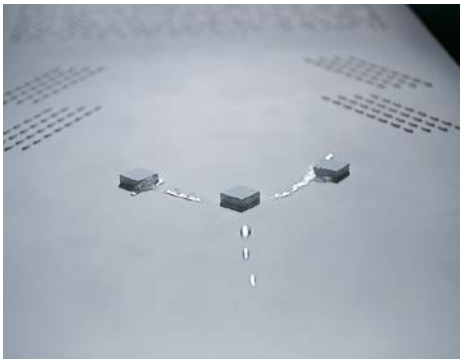
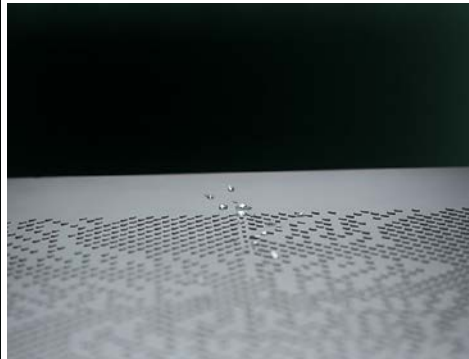
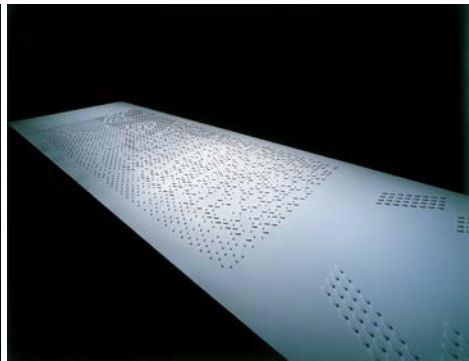
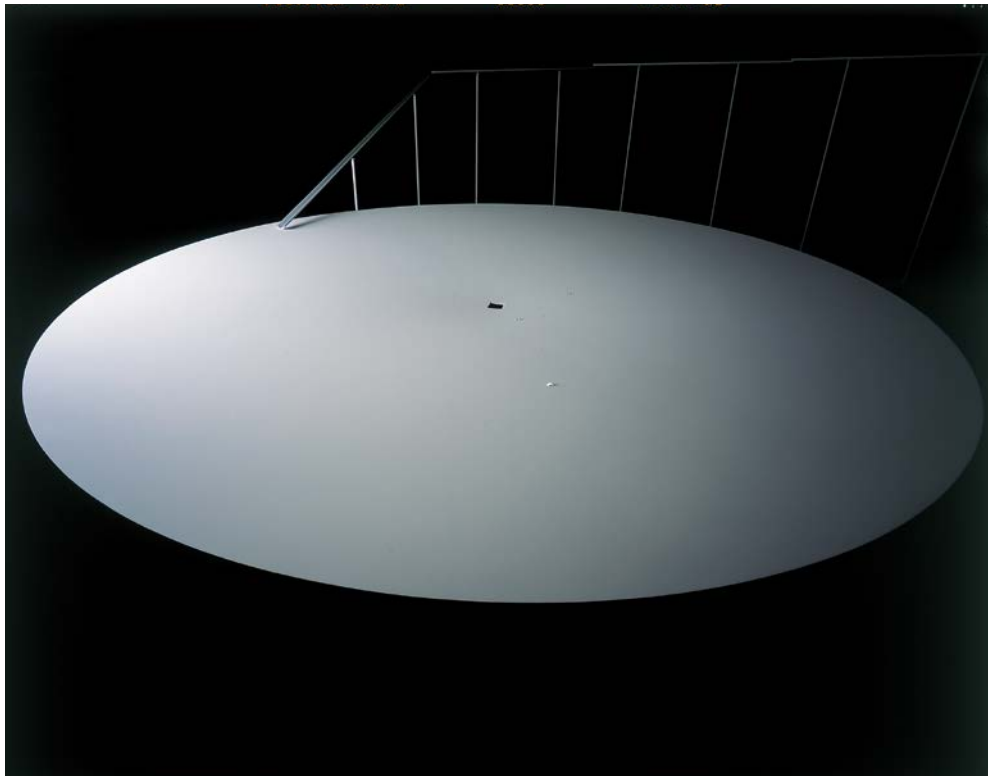
自分がしばらく意識してきた「白」についての論考が同名の書籍になった。

2008年の個展は、この「白」から抜粋した言葉を、近作に併置することで、デザインを行う瞬間ごとに自分が感じていた心象を浮かび上がらせる試みであった。テキストと、展観している作品とは具体的な関係は持たないものの、言葉は作品を作り出す時の緊張や意識の張りに呼応しているように思われた。地下会場では、超撥水技術を用いた作品3点を集めてみた。運動する水滴をコントロールすることは容易ではないが、超撥水技術の運用はそれを可能にする方法の一つである。水滴の行方を目で追ううちに、そこから目が離せなくなる。

原 研哉

My studies of “white,” which I have focused on for some time, led to the publication of a book with that title. This solo exhibition of 2008 was an attempt, by taking excerpts from that book and juxtaposing them alongside my recent works, to evoke mental images of what I had felt every moment I engaged in design. Although there was no specific connection between the text and the works on display, the words seemed to correspond to my tenseness or focused concentration when I create my works. In the basement gallery I brought together three works making use of super water-repellent technology. Controlling moving water droplets is not easy, but utilizing super water-repellent technology is one method that makes this possible. While visually tracing where the water droplets go, it becomes impossible to take one’s eyes off the work.

Kenya Hara



M/M(Paris) The Theatre Posters

November 4–26, 2008

M/M(Paris) The Theatre Posters



このたびの展覧会を開催するにあたり、クラシックなグラフィック作品集のような展示を考えました。私たちの作品をより大きな視点から見渡し、失われていたリンクをつなげて全体像を構築することができると考えたからです。

期せずして、また頑なな姿勢により、12年以上に亘りブルターニュ演劇センター・ロリアン劇場とのコラボレーションが続いています。自由でありながら一貫した姿勢でつくってきたこのポスターシリーズを顧みることが正に時間旅行。長きに亘る私たちの視覚的、イデオロギー的発展の足跡を振り返ることになります。私たちのアーカイブとラボを同時に訪れる体験にも似ています。これはM/Mの普遍的な視覚言語がぎゅっと詰まったモノグラフなのです。

M/M (Paris)

For our first big exhibition in Japan in a graphic gallery we were obsessed with the idea of making an exhibition in the format of a classic graphic design monograph, so the viewer could have the opportunity to get a bigger picture on our graphic production, they would this way be able to construct the missing links.

By chance and by being stubborn we have been collaborating with a theatre based in Lorient, France (Centre Dramatique De Bretagne) for more than 12 years. Looking back at this free minded but consistent series of posters is a real travel through time. It gives the viewer the opportunity to follow our visual and ideological development over a large period of time. It is like being able to look at our archives and or laboratory at the same time. It is a real condensed and precise monograph of our universal visual language. M/M (Paris)



OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

December 2–24, 2008

OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

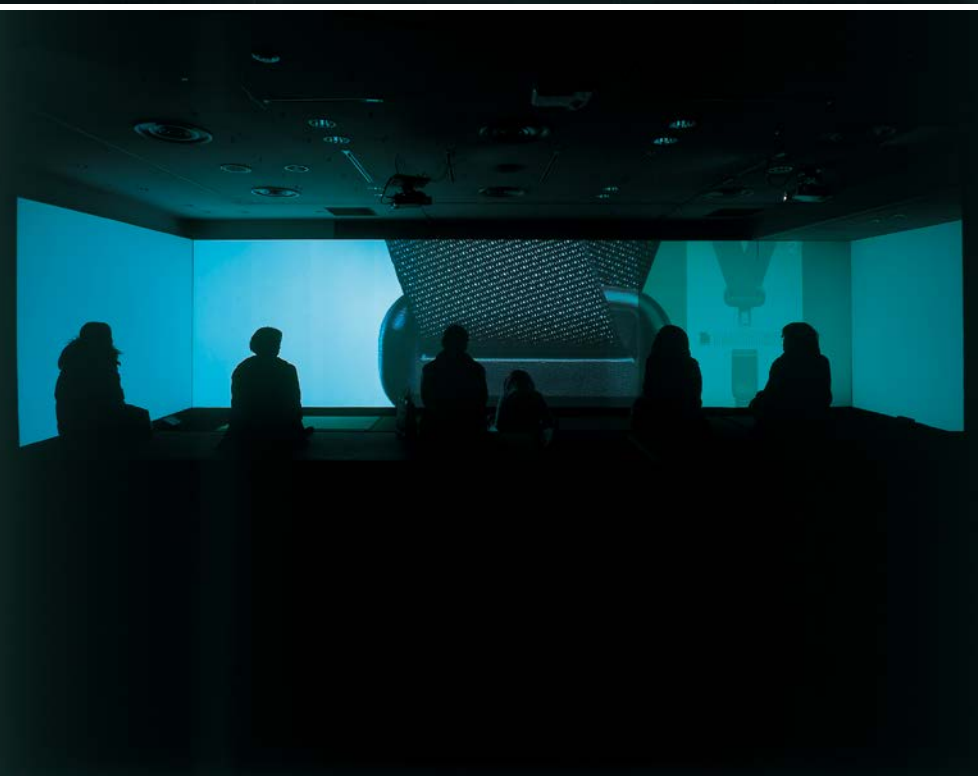


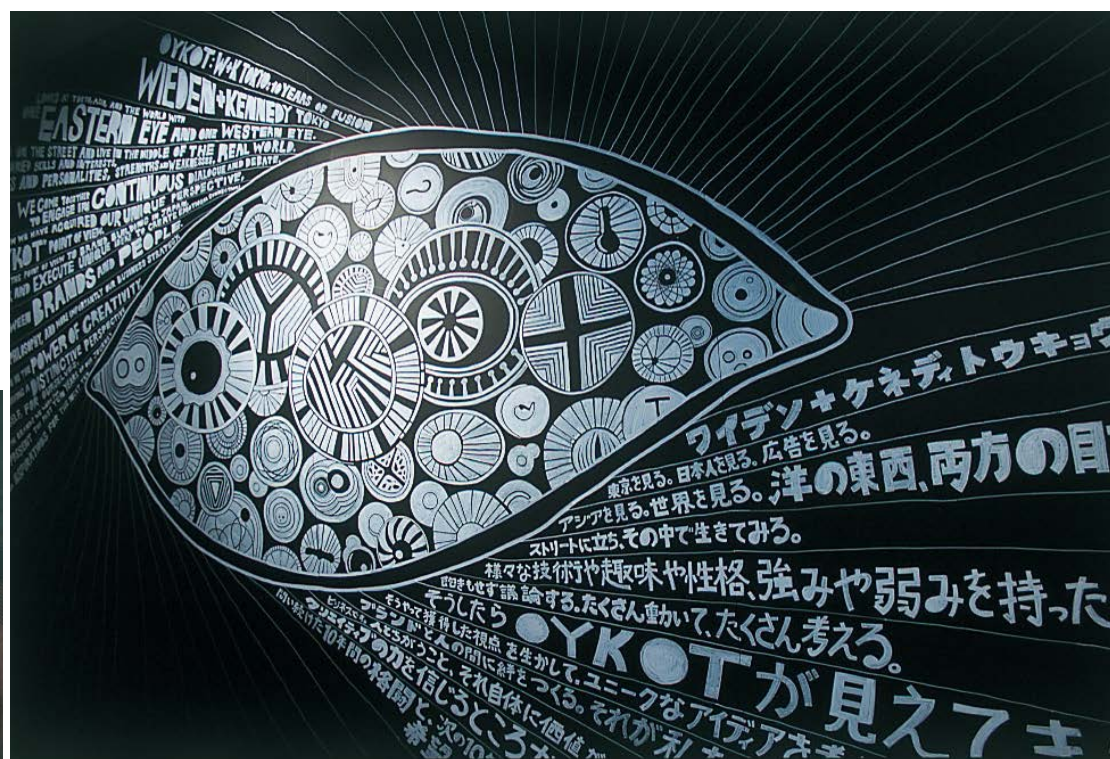
クリエイティブエージェンシーとしての一面を体感してもらうべく、NIKEやGOOGLEをはじめとする仕事のビジュアルプロジェクションから、ユニークかつハイブリッドなスタッフ一人一人を紹介するインスタレーション、週代わりで変化していく壁画等、ワイデンらしいエキジビションができたと言える。TOKYOという街をワイデンのフィルターを通して見た時、気付かなかった新しいTOKYOが見える…それが今回のテーマである“OYKOT”。そこには「人」(＝社員)を最もリスペクトすることによって、個人の持つ能力を最大限に引き出し、高いクオリティのクリエイティブを創造するWIEDENISMともいえるべきスピリットが凝縮されている。

ワイデン+ケネディ トウキョウ

This was an exhibition well befitting Wieden + Kennedy. To give visitors a sense of what this creative agency is all about, it incorporated visual projections of the agency's work for Nike, Google, etc., a unique hybrid installation introducing its individual staff members, and wall decorations that changed every week. Tokyo, when viewed through Wieden + Kennedy's filter, reveals itself to be a new city we never noticed before – hence “OYKOT,” the exhibition theme. Here, in condensed form, we find the spirit of “Wiedenism” – the performance of high-quality creative work by extracting the maximum capabilities of each individual (employee) by offering them maximum respect.

Wieden + Kennedy Tokyo





Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design

January 9–31, 2009

きらめくデザイナーたちの競演—DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展

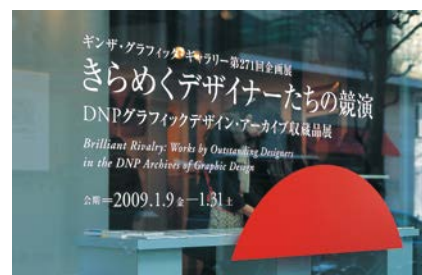


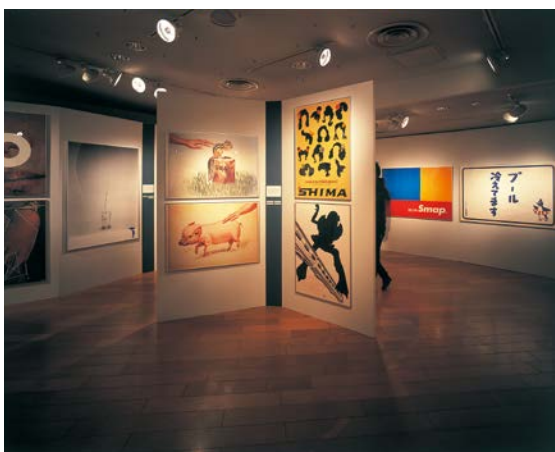
戦後1960年代から日本のグラフィックデザインは、世界のポスタービエンナーレ等で次々と高位賞を受賞するなど急速に世界の脚光をあびてきた。それらは現在まで脈々と受け継がれ、日本の経済・社会・文化に深く関わってきた。そのシンボルとしてのポスターが一堂に会した。約半世紀に亘る69作家の作品群は百花繚乱、壮観であった。そして2作家ずつ対比しながら続く展示により、それらの隆盛は同年配のデザイナー達が競い合うことによって、より輝きを増していったことが良く分かり、又それぞれのデザイナーの特性が際立って見え、興味深かった。名作は古びないということを改めて感じる事ができた展覧会でもあった。

永井一正

In the 1960s Japanese graphic design came rapidly into the international limelight by winning numerous top awards at poster biennales and other events worldwide. That legacy continues to the present, and today graphic design is deeply ingrained in the Japanese economy, society and culture. This exhibition brought together posters – the medium most symbolic of graphic design – by 69 designers spanning roughly half a century, their rainbow of styles making for an impressive spectacle. From the juxtaposition of works by contrasting pairs of designers, the visitor could perceive how each era achieved all the greater brilliance by dint of the competition among its contemporary designers. This layout scheme was also of deep interest in how it placed the outstanding characteristics of individual designers in high relief. The exhibition reaffirmed my conviction that brilliant works stand the test of time.

Kazumasa Nagai





Helvetica forever: Story of a Typeface

February 5–28, 2009

Helvetica forever: Story of a Typeface ヘルベチカ展



1957年に登場したヘルベチカは、落ち着いた、機能的なコミュニケーションのモデルとして1950年代から60年代にかけて世界に普及した、スイス・グラフィックデザインの顔とも言える存在です。金属活字からデジタルフォントへ、変わらぬ美しさを保ち続けるヘルベチカは、1957年に一気にその名を世に知らしめます。世界有数のグラフィックデザイナーたちが、60年代から、ヘルベチカを使って優れた作品を残しています。本展ではサインデザインからパーティフライヤーまで、数々のオリジナルな作品により、ヘルベチカが半世紀にわたり、いかに様々な分野と場面で利用されてきたかを紹介しました。

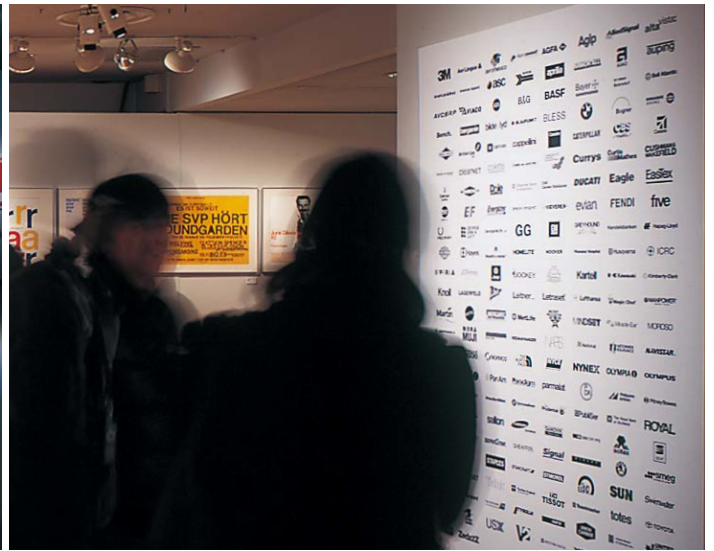
ヴィクトル・マルシー

Designed in 1957, the Helvetica font is an icon of Swiss graphic design, which was a model of sober, functional communication throughout the world in the 1950s and 60s. Helvetica, as an aesthetic constant, mastered the quantum leap in 1957 from metal type to the digital age of wordprocessing. The best designers and graphic artists in the world have been using this typeface since the 1960s and with excellent results.

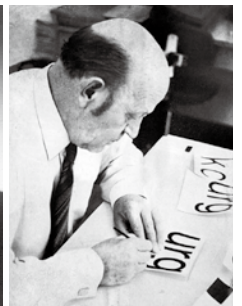
"Helvetica forever," the exhibition retraces Helvetica's history, compares it to the well-known sans serif fonts of the twentieth century. Numerous originals show a multitude of ways the font has been used in five decades from a wide variety of fields – from signage design to party flyers.

Victor Malsy

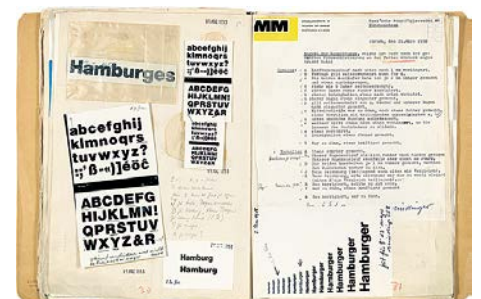




Eduard Hoffmann



Max Miedinger



Hoffmann's journal

DRAFT: Branding and Art Directors

March 6–30, 2009

DRAFT: Branding & Art Director



社会は一つの分岐点に立っている。サブプライム問題に始まった世界的不況から、日本は必要なものと必要の無いものをハッキリ振り分ける時代に入ったようだ。いらないとされた企業や人は社会から価値のないものというレッテルを貼られてしまう。我々広告デザイナーは、今何をどうすれば社会の中で存在感があり、価値ある関係を作り上げる事ができるだろうか? 今回は、我々と企業との関わりを「ブランディング」という切り口で行った。テーマとなる考え方を紹介しながら広告や販促、ショップ展開まで、DRAFTのデザイン制作の裏側をプロジェクターで展示。また、ブランディングにとって最も重要なアートディレクター（ドラフト在籍9名）の仕事映像で紹介した。

宮田 識



Society today stands at a crossroads. Amidst the global recession tracing back to the sub-prime problem, Japan appears to have entered an era in which a clear distinction is being drawn between necessities and non-necessities. Companies and people deemed unnecessary are being labeled as things of no value. As advertising designers, what can we do today to build a strong presence and forge a valued relationship with society? In this exhibition, we focused on our involvement with business companies from the perspective of “branding.” While introducing our thinking on the topic, we used projectors to show visitors what takes place behind the scenes at DRAFT in design production, including advertising, sales promotion and shop development. We also introduced, on video, the work done by our art directors (currently numbering 9), the most important factor in terms of branding.

Satoru Miyata





ddd gallery 08-09

November 25 – December 24, 2008

Truth And / Or Virtue:

Graphic Designs by Shinnoske Sugisaki and Yoshimaru Takahashi

January 15 – February 23, 2008

Welcome to Magazine Pool: Ten Creators Crossing Boundaries for Magazine Design

February 29 – April 12, 2008

Ginza Salone Osaka: Kenjiro Sano Attacks ddd

April 22 – June 6, 2008

Shinya Nakajima TV Commercial Exhibition: Shinya Nakajima with 29 Art Directors

June 13 – July 23, 2008

Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

August 5 – 28, 2008

Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

September 9 – October 8, 2008

2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

October 17 – November 15, 2008

Aoba Show: Masuteru Aoba One-Man Show

January 15 – February 27, 2009

Helvetica forever: Story of a Typeface

March 10 – April 16, 2009

**Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in
the DNP Archives of Graphic Design**



If you
ever
believed
things
quite
nice

もし

もし



dddギャラリー

OBTD 展

OBTD 展

NOW UPDATING

入場無料 11:00 - 10:00

休館日 月曜日、火曜日、水曜日

Truth And / Or Virtue: Graphic Designs by Shinnoske Sugisaki and Yoshimaru Takahashi

November 25–December 24, 2008

真 and/or 善 杉崎真之助と高橋善丸のグラフィックデザイン

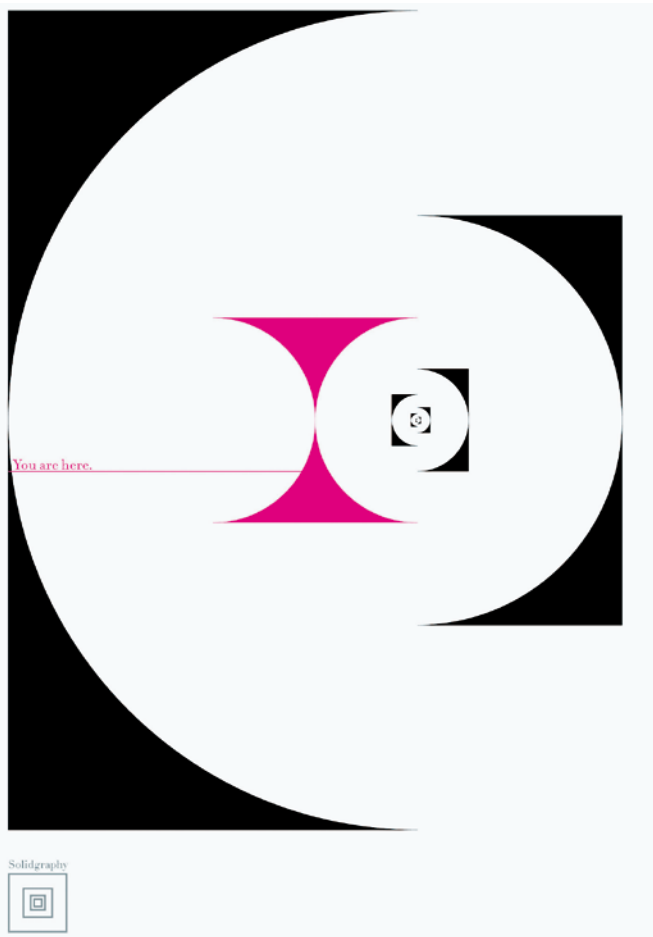


私たちの会話は、二人展であることの意味は何かというところから始まりました。情報と印象を設計する杉崎。情感と湿度を表現する高橋。正反対とも言われる志向性。気がつけば杉崎はソリッドグラフィ、高橋はエモーショナル・タイポグラフィと個別のサブテーマができあがり、二人のデザイナーをつなぐ共通性のANDと独自性のORがそのままタイトルになりました。ポスターの展示に加えて、それぞれのテーマを本という形でも明確にすることで、二人展のコンセプトを再確認しました。しかし同大学で同学年、同じ時代を背景に持っていることは確かです。会場ではお互いの相違点よりも類似点が際立ったとの感想が多く、それが私たちに意外でした。

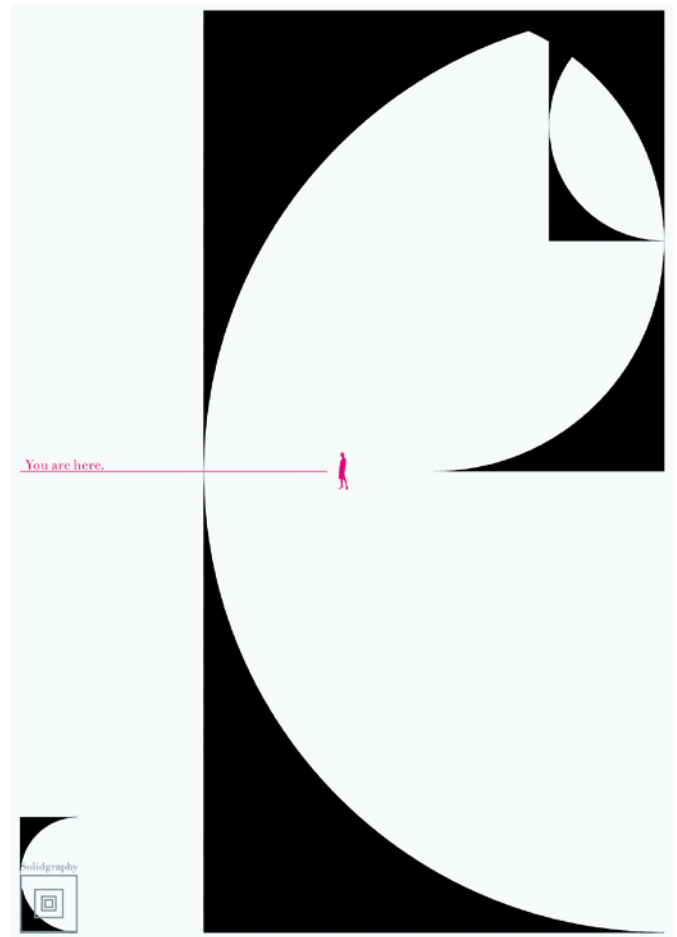
杉崎真之助 高橋善丸

Our conversation began with a discussion of the meaning of our holding a two-man show. Us especially – working at what could be said to be polar opposites: Sugisaki designing information and impressions = solidography, Takahashi expressing emotions and humidity = emotional typography. Our exhibition title reflects what our respective designs share in common (“And”) and what sets each apart (“Or”). Nevertheless, there is no denying we share the same temporal background, having graduated from the same university in the same year. Surprising to us, many people expressed the view that our exhibition highlighted our similarities more than our differences.

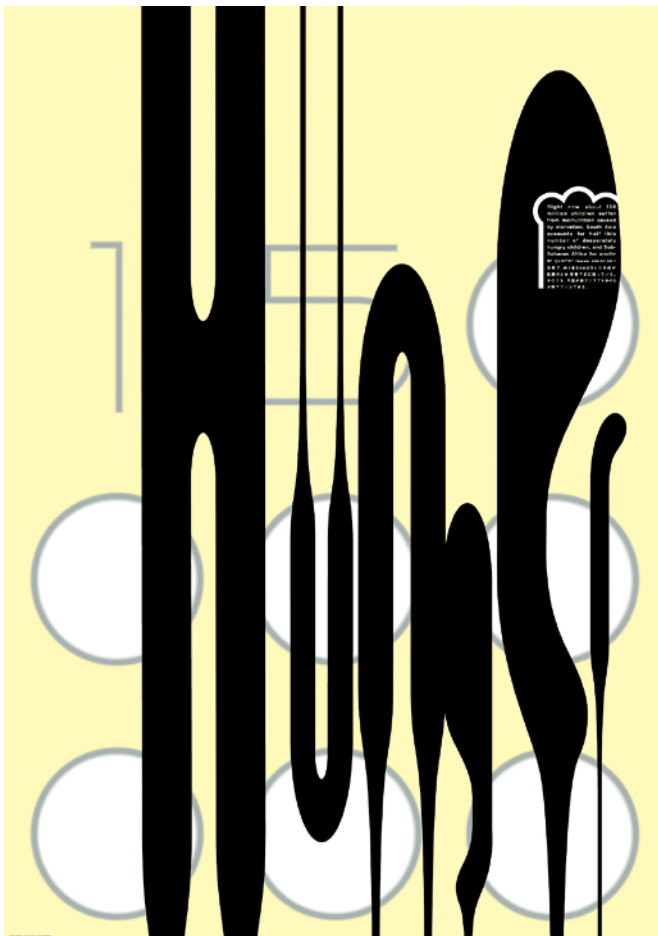
Shinnoske Sugisaki, Yoshimaru Takahashi



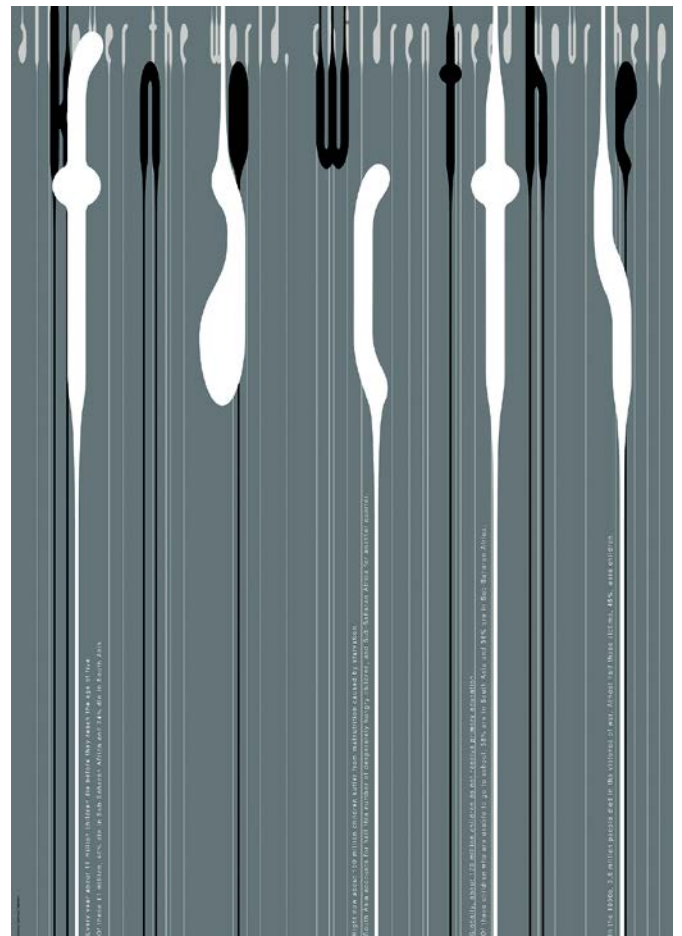
Shinnoske Sugisaki



Shinnoske Sugisaki



Yoshimaru Takahashi

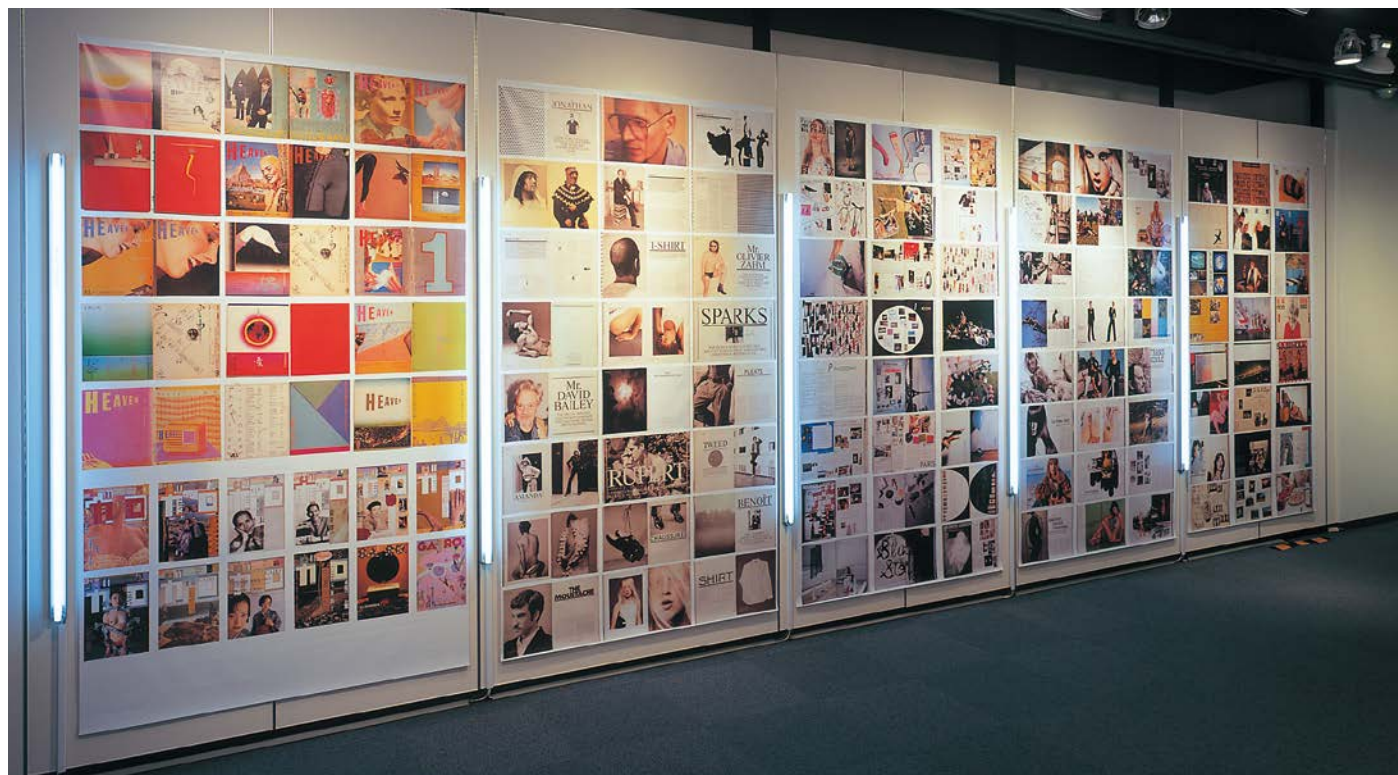


Yoshimaru Takahashi

Welcome to Magazine Pool: Ten Creators Crossing Boundaries for Magazine Design

January 15 – February 23, 2008

Welcome to Magazine Pool : 雑誌デザイン10人の越境者たち



Ginza Salone Osaka: Kenjiro Sano Attacks ddd

February 29–April 12, 2008

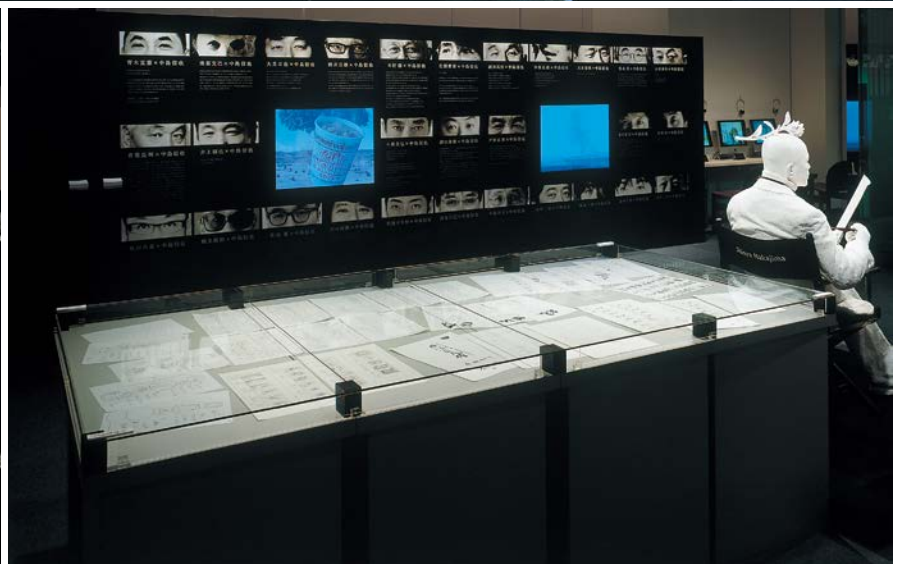
佐野研二郎：ギンザ・サローネ・オーサカ



Shinya Nakajima TV Commercial Exhibition: Shinya Nakajima with 29 Art Directors

April 22 – June 6, 2008

中島信也CM展 中島信也と29人のアートディレクター



Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

June 13–July 23, 2008

08TDC展



Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

August 5–28, 2008

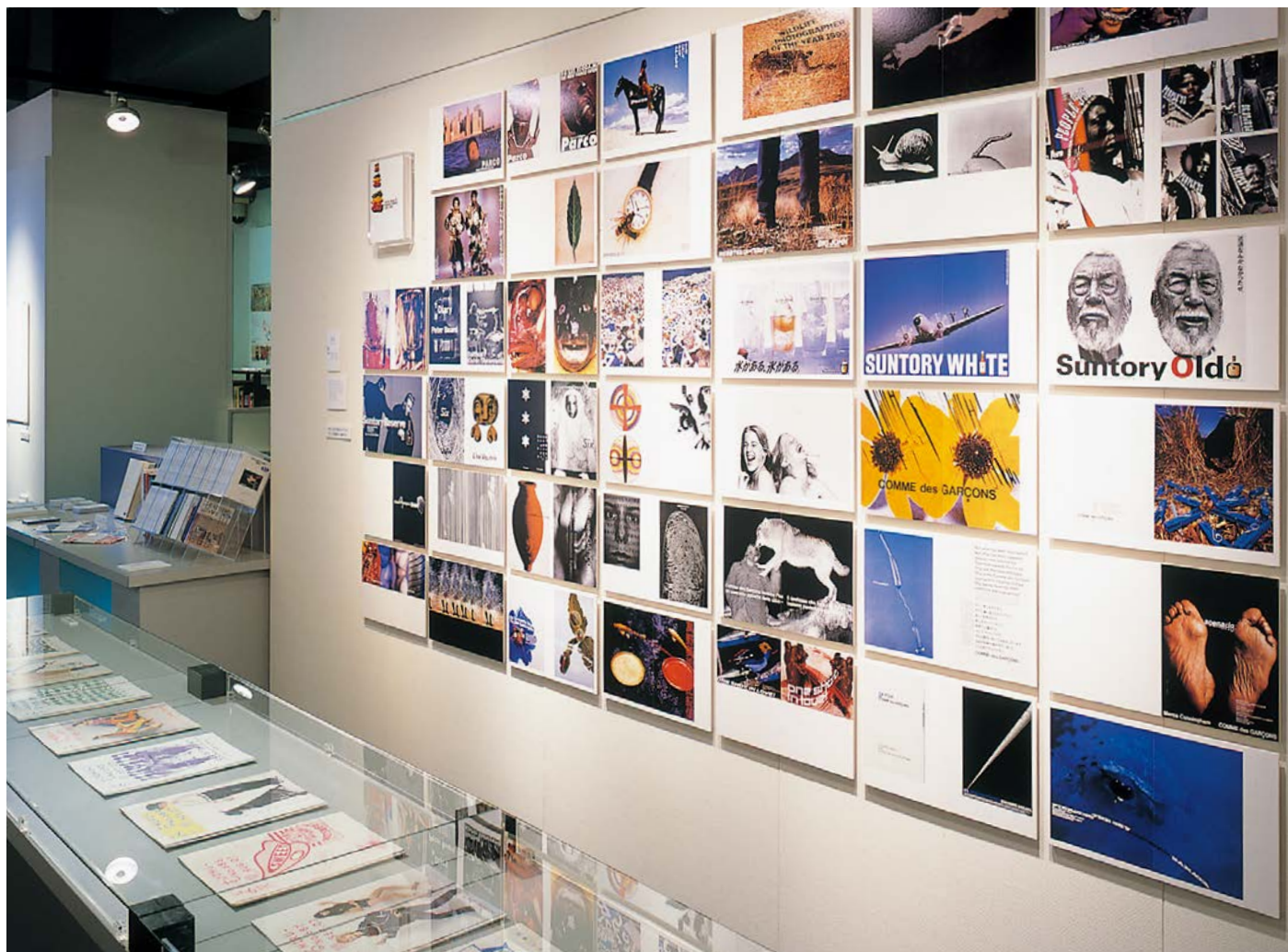
Now Updating... THA／中村勇吾のインタラクティブデザイン



2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

September 9–October 8, 2008

2008 ADC展



Aoba Show: Masuteru Aoba One-Man Show

October 17–November 15, 2008

Aoba Show: 青葉 益輝ワン・マン・ショー



Helvetica forever: Story of a Typeface

January 15–February 27, 2009

Helvetica forever: Story of a Typeface ヘルベチカ展



Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design

March 10–April 16, 2009

きらめくデザイナーたちの競演—DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展





March 1 – June 15, 2008

Thick with Color:

17th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

June 21 – September 7, 2008

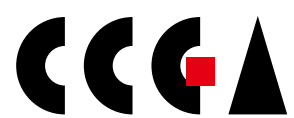
Big Prints, Small Prints:

18th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

September 13 – November 24, 2008

Monologues in Black:

19th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection



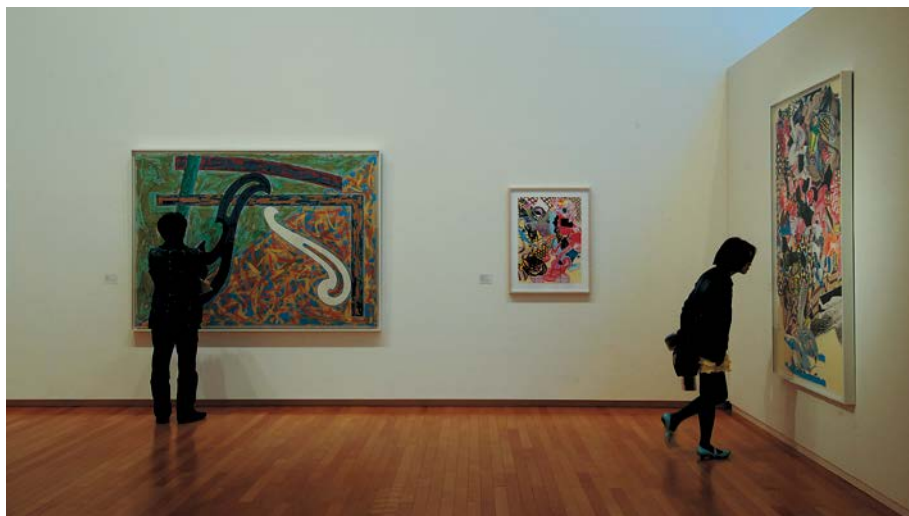
Thick with Color: 17th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

March 1 – June 15, 2008

厚い色：タイラーグラフィックス・アーカイブコレクション展 Vol.17



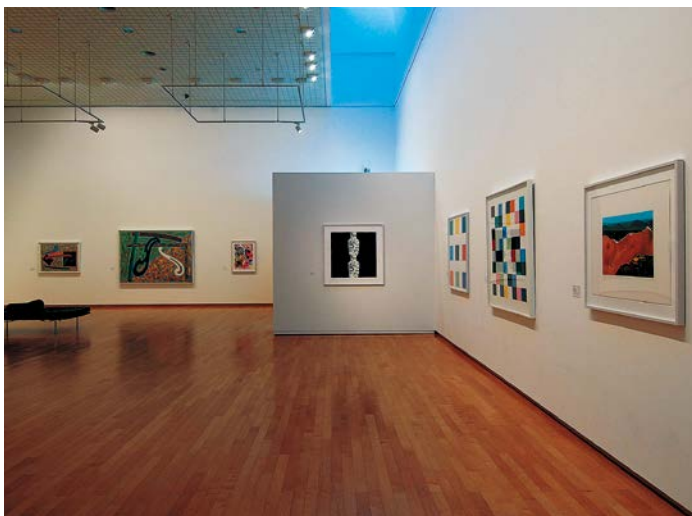
スクリーンプリント(シルクスクリーン)は、インクが版を通過して紙に転写されるという点が特徴である。この技法が注目を浴びようになったのは、1960年代のポップ・アートの隆盛がきっかけだった。広告や漫画などのイメージや工業製品に現代の新たな美を見出したポップ・アーティストにとって、明快な色面を得ることができ、写真製版も利用可能なスクリーンプリントは、うってつけのメディアだった。また、幾何学的抽象絵画の作家たちにとっても、スクリーンプリントはその作風の実現に適していた。本展では、ジョセフ・アルバースやロイ・リキテンスタインらの作品を展示し、スクリーンプリントの魅力を検証した。



A characteristic of screen prints (silkscreen) is that the ink is transferred to the paper by passing it through a template or screen. This technique began attracting attention as works of art with the flourishing of pop art in the 1960s. Pop artists found new value, new beauty, for their times in the images such as advertising and comics and contemporary industrial products. Screen-printing was the perfect medium to enable color surfaces of clarity as well as the use of photomechanical transfer. Screen-printing was also welcomed by artists working in abstract geometric canvases; they too saw screen-printing as a printing mode most suited to the realization of their artistic idiom.

This exhibition displayed works by artists such as Josef Albers and Roy Lichtenstein that showed the viewers an attractive aspect of the print medium.

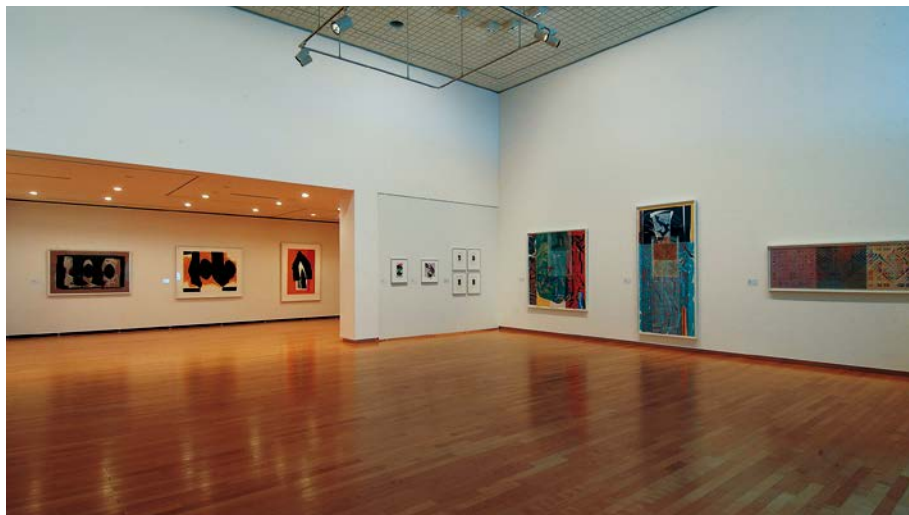




Big Prints, Small Prints: 18th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

June 21–September 7, 2008

大きな版画、小さな版画：タイラーグラフィックス・アーカイブコレクション展 Vol.18



版画は長い間、大画面とは無縁の小さなメディアだった。その理由は、版画が、本来個人が所有して手にとって眺めるものだったことにある。さらに版材やプレス機など技術的な制約もあった。

しかし1960年代以後、技術革新の結果、版画はサイズの制限を克服した。この動向をリードしたタイラーグラフィックスは、壁画と見まがうような大作を世に送り出してきた。

もちろん、現代でも小品は作られている。大画面の可能性と同時に、鑑賞者との一対一の対話を誘う版画本来のありかたに、作家たちが魅力を感じているからに他ならない。

本展は、ホックニー、ローゼンクイストらの手による、大作版画と小品を展示し、版画表現の幅広さを紹介した。



For a long time prints were a small-scale medium, an art form not typically a works of grand scale. The reason is because they originated primarily as privately owned works to be admired holding them in one's hands. Moreover, making large prints was difficult owing to technical constraints imposed by the print materials and press size.

The situation changed completely in the 1960s, however, with technological innovations. Tyler Graphics was among the leaders of the new trend and has created works so large in scale as to occasionally be mistaken for wall paintings.

Today of course, works of small size are still being produced. This is because print artists, while on the one hand attracted to the possibilities for expressions through large prints, simultaneously are attracted by the way in which small prints invite a dialogue between the artist and the viewer.

This exhibition displayed prints, both big and small, created by artists including David Hockney and James Rosenquist and introduced visitors to the breadth of artistic expression possible with the print medium.





Monologues in Black: 19th Exhibition of Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

September 13 – November 24, 2008

黒のモノローグ：タイラーグラフィックス・アーカイブコレクション展 Vol.19



黒という色は、古くから私たちが惹き付けてきた。ネガティブな意味を表わす場合も多いが、だからこそ人間の本质を問う表現に適している。あるいはイメージや線描の造形的要素をストレートに伝えたい場合にも、黒一色で描くことは有効である。

色彩豊かな作品が、音楽や台詞によって壮大なドラマを演出するオペラだとすれば、黒一色の作品は、一人芝居のモノローグ（独白）である。シンプルさゆえの力強さ、深みがその魅力であり、色彩の氾濫する現代にあってもこうした表現が好まれる理由の一つだろう。

本展は、マゼウエル、ステラらによる黒一色もしくは黒を基調色とした作品を展示し、黒に対するさまざまなアプローチを紹介した。

The color black has appealed to us since ancient times. It is often viewed as a color that expresses meanings of a negative kind, yet it is precisely for this reason that black can also be suited to artistic expression that probes our true human nature. Meanwhile, depicting something entirely in black is an effective way for the artist to directly convey the shape or profile of his image.

If richly colored works can be likened to an opera that plays out a grand drama through elements of music and lyrics, then works that are totally black can be compared to monologues, soliloquies delivered by a single actor on stage. They appeal by evoking an aura of strength and depth through their very simplicity. This is one reason why even today, in an era overflowing with color, many artists choose black as their preferred mode of expression. This exhibition displayed prints by artists such as Robert Motherwell and Frank Stella, in which black is either the only color or the base color. It introduced various approaches of these artists toward the color black.





教育・普及事業

Education & Enlightenment

慶応と芸大の教育現場から——ビジョンとケーススタディ

佐藤 雅彦

東京藝術大学大学院映像研究科メディア映像専攻教授、慶應義塾大学環境学部特別招聘教授

ちょうど10年前の1999年の春、私は慶應義塾大学のSFC（湘南藤沢キャンパス）に着任した。

その前年、「新しいメディア環境における表現の研究と教育」の要請を大学側から打診された時は、はたして表現という領域が、大学そして私が扱う科目として成立するのかどうか確信が持てなかったが、次の二つの事を鑑みて、最終的に教壇に立つこと、研究室を作ることを決心したのだった。

1) そもそも大学の社会的役割である「研究と高等教育」は、換言すれば、「世界を解釈するための知の体系作りとその知を有する者の輩出」である。そこには、言語化という工程が通常必要で、それ故、言語化できないものを別の形で創造する表現とは、根本的な点で相容れないはずである。しかし、自分がそれまで採ってきた表現方法は、言語化を制作現場で悉く試してきた経緯があり、そうやって言語化された表現方法を用いれば、研究と教育が表現という分野でも可能になるのではないか。

2) そこから遡ること2年前、『佐藤雅彦全仕事』という書籍を上梓したのを境に、私には広告以外にも表現範囲を広げたい衝動が生まれ、自分自身の新しい形を模索していた。慶応からの要請を受け、佐藤雅彦というよりも佐藤雅彦研究室として活動する方が新しい何かを生む形であると感じたのである。

まず慶応大学で行ったことは、大教室で、言語化してきた表現方法を講義することであった。この講義のために日々作成したノートと整備した資料のおかげで自分がやってきたことが体系化でき、これからどこに進むべきなのか、が見渡せてきた。同時に佐藤研（ゼミ）をスタートし、「教室で生む表現」に取りかかった。それまで気になってはいたが、あまりに実験的で仕事としては取り組むことのできなかった計算機科学や、認知科学から生まれる表現について、模索を始めた。ワークショップを多用し、まだ言語化されていない事柄に対して、少人数で毎週、新しい試みを行った。この頃のワークショップには「アルゴリズムが生む表現」「デジタルとは何か」などがある。3年目からは、ワークショップで生まれた新しい表現の形をプロジェクト化する方針を立て、実行した。慶応の佐藤研プロジェクトには、『動け演算』（トランスアート）、『日本のスイッチ』（毎日新聞社）、『任意の点P』（美術出版社）、『ピタゴラススイッチ』（NHK教育）、『佐藤雅彦研究室展』（999）などがある。その結果として、『動け演算』が大学の機関としては初めて、ADC賞と同時に原弘賞を受賞したのを皮切りに、『ピタゴラススイッチ』が、国際教育番組コンクールのプリ・ジュネス賞、スロバキア・ドナウ賞を、『佐藤雅彦研究室展』を中心としたこれらの教育活動に対して、2006年度の毎日デザイン賞をいただくこととなった。

東京藝術大学が、従来の美術領域でもなく、音楽領域でもない映像領域を扱う科を新設するに伴い、そこへの招聘要請を受けたのは2005年のこと

であった。確かに、現在、世界で生まれている表現の多くが、テレビ・映画・インターネットなどをメディアとする映像である。私は、慶応の佐藤研が順調に進んでいるので、正直悩んだが、更に新しい形を求めて新天地へ向かうことを決めた。校舎や組織や制度もこれから作るという段階からの参加であった。2006年の春、新しい学校がスタートした。芸大には、作家養成という大きな目的があり、今まで慶応で行ってきた研究室単位で生む表現はとれない。それでも、作家養成にも有効と考え、表現方法論は教育することにした。一方、今まで研究室としての活動を主としていたので、自分の新しい在り方を模索するはめになった。まず試みたのは教員ユニットであった。慶応では研究分野があまりに違うために難しかったのだが、芸大の映像研究科では、そもそも専攻が絞られていて、それが可能だったのである。まず同じ専攻で工学博士の桐山准教授とユークリッドと名付けたユニットを結成し、「数理概念を基にした表現」というテーマを掲げ、活動を始めた。翌年、森美術館で行われた六本木クロッシングというグループ展に出展要請があり、議論の中から作品も生まれた。それは「計算の庭」というRFID技術を用いたインスタレーションで、桐山さんという存在、そして芸大の環境（工作室や広いスタジオ）が無ければ生まれ得なかったものである。「計算の庭」は、翌年、ICCからも出展を要請され、この作品を含め、私と桐山さんは、「君の身体を変換してみよ展」という展示を作り上げた。これは、2009年度の文化庁メディア芸術祭の優秀賞を受賞する結果となった。この教員同士のユニットは、さらに他専攻の教授も巻き込んで進行中である。

大学が表現を生み出すこと、映像領域で高等教育を行うことは可能なのか、という問いかけに対して、10年前までは疑心暗鬼であった私も、今は肯くことができる。しかし、私の事例は、慶応大学のSFC、そして芸大の映像研究科という類い希な成り立ちを持った環境があつてのことであり、そこで許された無謀とも言える多くの模索と失敗が基になっていることを追記しなければならない。



Education at Keio and Geidai: Vision and Case Study

Masahiko Sato

Professor, Department of New Media, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts /

Guest Professor, Faculty of Environment and Information Studies, Keio University

Exactly 10 years ago, in the spring of 1999, I took up a post on the Shonan Fujisawa Campus (SFC) of Keio University. The previous year the university had approached me with a request to offer a course on the study of and education relating to artistic expression in the environment of today's new media. My first reaction was a sense of uncertainty as to whether or not the realm of expression could stand as a subject suitable both for the university and for myself. Ultimately, however, I decided to teach the course and to create a laboratory at Keio in light of the following two factors.

First, given that the underlying social roles of a university are research and higher education, these are tantamount to creating systems of knowledge for the purpose of interpreting the world around us, and the ongoing production of individuals who possess such knowledge. To do so, verbalizing is normally a requisite process; and therefore, as artistic expression involves the creation, in different forms, of things that cannot be verbalized, in this fundamental point it does not fit the situation. However, with the methods of expression that I had adopted up until that time, I had tried every way to verbalize within a creative setting; and I felt that if I were to use the expressive methods I had verbalized in that manner, it should be possible for research and education to be carried out even within the realm of expression.

Second, two years earlier, after having published a compendium of all of my works to date, I had been driven by the impulse to broaden the scope of my artistic expression beyond advertising, and I myself was groping for new forms. I felt that by accepting the offer from Keio and pursuing activities not so much as Masahiko Sato but more as the "Masahiko Sato Laboratory," I would be more likely to produce new forms of some kind.

To begin, what I did first at Keio was to lecture in a large classroom on the methods of expression I had verbalized up until that point. Thanks to the notes I prepared and the materials I organized daily for those lectures, I was able to systematize what I had done and get an overall view of where I should proceed from there. Meanwhile I also started a seminar and set to the task of achieving "expression born in the classroom." I had had it in mind all along, but it was then that I began to probe expression born from computer science or cognitive science – fields I had previously been unable to get involved in because such work would be too experimental. I held a large number of workshops and, in small numbers, carried out new experiments every week in things that had not yet been verbalized. Among the topics dealt with in my workshops of this period were "expression born from algorithms" and "What is digital?" Starting the third year, I began carrying out a program to take the new expressions that had been born in my workshops and transform them into projects. Those projects included *Calculation in Motion: 16 Flipbooks* (published by TransArt), *Nippon no Switch* (The Mainichi Newspapers), *An Arbitrary Point P* (Bijutsu Shuppan-sha), "Pythagora Switch" (NHK Educational TV) and "Masahiko Sato Laboratory Exhibition: Problems and Their Solutions" (ggg). In the end, *Calculation in Motion* won a Tokyo ADC Award and Hiromu Hara Prize – the first time for a university institution to win such honors – followed by "Pythagora Switch" garnering the Prix Jeunesse International Award (for educational programming) and Prix Danube (Slovakia). For the ggg exhibition and my other educational activities, in 2006 I received a Mainichi Design Award.

In 2005 I received an invitation from Tokyo University of the Arts (Geidai) on the occasion of the launch of a new faculty dealing not in the traditional fields of art or music but in the realm of "film and new media." Indeed, today the bulk of expression being created worldwide is in media such as television, cinema and the Internet. Frankly, I was in a quandary because the Laboratory at Keio was going so well; but ultimately I decided to move on to new territory in a quest after even newer forms. I participated from the early stages, with the new faculty's classroom building, organization and systems all as yet undecided. The new program was launched in spring 2006. At Geidai, a major goal is to cultivate new artists – which meant that expression born as a laboratory, as at Keio until then, was a path that could not be taken here. Nevertheless, thinking it would be effective for cultivating artists, I decided to teach expressive methodology. Meanwhile, because up until that time my Laboratory activities had been my mainstay, I was put in the awkward position of groping for a new way of doing things for myself. What I tried first was a unit of instructors. At Keio this was difficult owing to the significant differences between the various fields of study; but at Geidai's Department of Film and New Media, since the range of majors was narrow to begin with, this was possible. To start, I formed a unit, named "Euclid," together with Takashi Kiriya, Associate Professor in the same department who holds a doctorate in engineering. We began our activities on the theme of "expression based on mathematical concepts." The following year, we received a request to take part in a group exhibition called "Roppongi Crossing" to be held at the Mori Art Museum, which led to the creation, amid active debate, of a new work: "Arithmetik Garden," an installation employing radio frequency identification (RFID) technology. This would not have been possible without Professor Kiriya and the Geidai environment (workroom and spacious studio). The next year we received a request to exhibit "Arithmetik Garden" at NTT's InterCommunication Center (ICC), and Professor Kiriya and I worked up an exhibition, including "Arithmetik Garden," called "Transform Yourself." It won the "Excellence Prize" at the Agency of Cultural Affairs' 2009 Japan Media Arts Festival. Our unit is currently in the process of getting professors from other departments involved as well.

Until 10 years ago I was highly suspicious of the likelihood of a university giving birth to artistic expression or of undertaking higher education in the realm of film and new media. Now, I can nod my head in confident affirmation. Still, in my case this has been made possible by the environments, which came about under very unusual circumstances, at Keio University's SFC and Geidai's Graduate School of Film and New Media. I must add that at the base lie the numerous gropings and failures, that can only be called reckless, that those environments permitted.

ggg, ddd Gallery Talk Overview

ギャラリートーク概要

TEXTASY: プロディ・ノイエシュヴァンダー展

出演者：プロディ・ノイエシュヴァンダー

展覧会の主要部分を占めた最新作インスタレーション「SKIN」を中心に、映画監督ピーター・グリーンナウェイとのプロジェクトである、映画「プロスペローの本」「ピーター・グリーンナウェイの枕草子」のほか、インスタレーション作品「ボローニャ・タワー 2000」、そしてオペラコンサート「ライティング・オン・ウォーター」について、その映像とともに紹介。ノイエシュヴァンダー氏は文字の判読性や表現、文字がイメージに変わっていく過程、それぞれの境界線の消失、といったことに挑みながら、テキストと映像／イメージとの関係性の新しい可能性を探索し続けます。カリグラフィの定義を超えた懐の深さが印象に残りました。



がんばれニッポン、を広告してきたんだ そう言えば、俺。 応援団長佐々木●宏

出演者：佐々木宏+宮田識／
佐々木宏+細谷蔵／
佐々木宏+副田高行

佐々木宏氏が尊敬してやまないアートディレクター、クリエイティブディレクターの宮田識、細谷蔵、副田高行三氏との3回にわたる対談。年齢を重ねるにつれ都合のいい頭になっていき、物事が自動的につながっていく、つまり経験が経験を結ぶと宮田氏が言えば、細谷氏は人生には厳しい人が周りに3人くらいいたほうが切磋琢磨せざるを得ないからばけずに済むと言いつつ、広告は本当に生活の中であって、そこで人の心を動かしたり、ちょっと笑わせたりすることが一番素敵なことだと、広告の立ち位置を問う副田氏。三組三様の対談の中、佐々木氏の展覧会にかけた「一回死んでもう一度生き返ろう」というほどの意気込み、そこに込めた意味が引き出されました。



Now Updating... THA / 中村勇吾の インタラクティブデザイン

出演者：中村勇吾&阿部洋介 (THA) +
菅井俊之&田中良治
(セミトランスペアレント・デザイン)

これまで迎ってきた道、ウェブの世界に入ってから経てきた道筋がわりと一緒だというTHAとセミトランスペアレント。日頃から仲良くしている彼らが、ウェブデザインあるいはインタラクティブデザインを展覧会でどう見せることができるか、インタラクティブというのは手法の一つであり、そこに生じている「5秒消費問題」の話、プロフェッショナル精神VSアマチュア志向、同じことを繰り返すこともしないとイヤなと思う今日この頃、形式・仕組みと内容の両方をつくるということ、「FFFOUND!」に見るウェブサービスとしての表現の可能性など、短い期間で発生～成長してきたメディアならではの現状が見えてくる、現在進行形トークとなりました。



アラン・フレッチャー： 英国グラフィックデザインの父

出演者：エミリー・キング

イギリスグラフィックデザインの父と称されるアラン・フレッチャーの急逝から2年余り。ロンドンのデザイン・ミュージアムに保管されているポスター作品から、ggg展のために新たに構成された本展のキュレーターであるエミリー・キング氏が来日、ギャラリートークを行いました。アラン・フレッチャーの作品について、人柄やデザイン観そして人生観まで、愛情溢れる表現で丁寧に語ります。グラフィックデザインという職業そのもの、社会におけるデザイナーの立場というものを確立した人物でもあるフレッチャーが、その生涯を通じて影響を与える存在で有り続けたわけ、そしていかに愛すべき人物であったかがうかがえる内容となりました。



2008 ADC展

出演者：佐藤卓+服部一成

2008ADC会員賞の佐藤卓氏と服部一成氏。デザインには表と裏、芯と外側の二面性がある。一つは目的を達成する、いわばコミュニケーションという面。もう一つはそれがどんな目的にそっていようが関係なく、そのものを持っている力。そこに確かに人は反応しているという実感。平面的なこと、印刷されたものなど、グラフィックが素朴に好きと言い切る服部氏と、グラフィックデザインに常に片足を置いておきながらも、もう片方はどこへ行ってもいいと考え、表現以前の世の中の仕組みや概念を通して新しいつながりをつくっていかうとする佐藤氏が、グラフィックデザインという物理的制約度が低いからこそ存在できる「何か」、そしてその可能性を、素直な言葉で語り合いました。



平野敬子 「デザインの起点と終点と起点」

出演者：平野敬子+永井一正／
平野敬子+夏野剛+山中俊治／
平野敬子+大貫卓也

平野氏のことを、ここまで一貫した美学とゆるがない信念のある、デザインの良心を持ったデザイナーはいないと評する永井一正氏。NTTドコモF702iD Shosaを共同開発したプロダクトデザイナーの山中俊治氏と技術者である夏野剛氏は、今回の展覧会をデザインとは何だろうと考えさせられる展覧会だと言い、現在の日本でのデザインに対する理解の低さ＝民度の低さ、特に企業のトップの姿勢にするどいメスを入れます。そして意表をつく組み合わせとなった大貫卓也氏は、しかしものごとの本質というものを見たいというところが二人の共通点であると指摘、大貫氏独自の広告そしてコミュニケーションの突き詰め論を繰り広げました。



「白」原研哉展

出演者：原研哉

デザインのコンセプトとしての「白」について書くきっかけとなった考え方が「エンプティネス」。今、世界で問題なのはグローバリズムを謳歌した結果の文化の均質化。クロード・シャノンのコミュニケーションモデルが必ずしも通用しなくなっている現代社会で、阿吽の呼吸やアイコンタクトが成立することを生み出す仕組みがコミュニケーションであると考えれば、空っぽの器＝エンプティネスを差し出して、そこに誤解も含めて各々の解釈、イメージを持ち込める、これこそが日本が持っている大きなコミュニケーションの資源ではないか、そこにデザインというものが働くのではないか——世界の人々に伝わる言葉で、ユニバーサルな文脈で、丁寧に伝えます。



OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

出演者：佐藤澄子+米村浩+
ジョン・C・ジェイ+ダン・ワイデン

「Independence is Everything」「The Work Comes First」「Fail Harder」など、W+Kのフィロソフィーを軸に、優れたクリエイティブを生み出すために必要なことは何か、佐藤氏と米村氏による東京オフィスを中心とした話を、後半、東京オフィスの創立メンバーであるジョン・ジェイ氏とW+K創設者ダン・ワイデン氏が引き継ぐ形となりました。創設者自らが語るの、大きな集団の声ではなく、個人の声、一人ひとりのメッセージを聞きたいのだということ。そして世の中の変化を受け入れ、常に進化していく姿勢を持つこと。また、自分たちのできることをコミュニティに還元すべく実行している、スクールやボランティア活動などのユニークな試みも紹介しました。



Helvetica forever: Story of a Typeface ヘルベチカ展

出演者：ラース・ミュラー+
ヴィクトル・マルシー+
フィリップ・トイフル/
高岡重蔵+小林章+小泉均+高岡昌生

本展キュレーター三氏は、無個性、ニュートラルといわれるヘルベチカが世界で爆発的に人気を博していった背景、そして魅力を伝えました。何よりその無個性こそが成功のキーであり、デザイナーのアイデアを視覚化する際に、フォルム自体の意志を押し付けることなく、自由な創造を可能にしてくれる優れた書体なのです。もう一つのレクチャーは、ヘルベチカという文字の形と組版のこと、今や語られることの少なくなったヘルベチカ誕生に至るグロテスク/サンセリフ体の歴史、日本に金属活字のヘルベチカが導入された当時の話など、タイプデザイン、タイポグラフィ、活版印刷の各専門家による貴重な体験談と深く深い見識は、聴衆を惹きつけて止みません。



真 and / or 善 杉崎真之助と高橋善丸のグラフィックデザイン

出演者：杉崎真之助+高橋善丸

物理学的アプローチで構築的なデザインをする杉崎氏と、文学的アプローチで質感、温度ある情感的なデザインをする高橋氏。二人展を通じて、これまでのやり方、表現と少し違った面も見せ始めたのは、相互に何かが生まれている故でしょうか。各々のデザイン観やコミュニケーション論を、確固とした信念で語ります。グラフィックデザインは時代を語る文化であり、後に歴史的事実として残らないようなごく一般的な出来事も、その時代のグラフィックデザインを見ればリアルに雄弁に語られているはずだと高橋氏が言えば、デザイナーである限り歴史の連続の中のひとコマに在るという意識が大切と杉崎氏。デザインと真摯に向き合う二人の姿がうかがえました。



M/M(Paris) The Theatre Posters

出演者：M/M(Paris)=
マティアス・オグスティニアク&
ミカエル・アムザラフ

今回の展覧会は開かれた本のように見てほしいと言うM/M(Paris)。彼らの12年間の物語がそこから伝わってくるはずであると。そしてそこから見えてくるのは、例えばバウハウスの原理に基づいてつくったタイプフェイスに、装飾的なものや人々の嗜好を取り入れて発展させていくなど、合理的なものから非合理的なものへ、二次元から三次元へと生まれ変わらせていく、M/Mのダイナミズム。オンゴーイング・プロジェクトであるプルターニュ演劇センター・ロリアン劇場のポスターは、舞台の告知であると同時に、M/Mによるその演目の解釈でもあり、無限に解釈できる演劇のポスターを創るということは、その表現方法も無限にあるのです。



きらめくデザイナーたちの競演— DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展

出演者：永井一正+柏木博

展覧会の監修を務めた両氏によるギャラリートークは、後に日本を代表するグラフィックデザイナーとなる永井氏本人を含む数多くのデザイナーたちが活躍を始める1950年代から、変わらぬ力を放つ現代のグラフィックまで、展示構成同様に、同時代を生きて表現を続ける2人あるいは3人を対比して見ていきました。そこに見られる対比のおもしろさが、日本のグラフィックデザインの幅をつくっていったのです。時代を遡りながら、その時代ごとの風潮が見えてき、デザイナー同士のつながりやお互いの影響力を感じ、関東と関西の違い、そして日本のグラフィックや創造の特色まで、世界的に評価の高い日本のグラフィックデザインの原点を確認する時間となりました。



DRAFT: Branding & Art Director

出演者：宮田謙+富田光浩+内藤昇+田中竜介/
宮田謙+和田恵+福岡南央子/
宮田謙+広瀬正明+日高英輝/
宮田謙+渡邊良重+植原亮輔
司 会：藤崎圭一郎

ドラフト『デザインするな』の著者、藤崎氏が司会、宮田氏とドラフトの新旧アートディレクター、そしてドラフトを支えるプロジェクトと一緒にやってきた仲間による4回にわたるトークシリーズ。4回を通して見えてきたのは、単発のつきあいではなく長く続けていくことを目指しているという宮田氏/ドラフトのクライアントやスタッフに対する常に変わらぬ真摯な姿勢と、世の中に必要のないものはつくるべきではないという正直な態度。デザインをグラフィックやプロダクト、建築等々分類することなく他分野の人たちと一緒に組むことでデザインの考え方が変わってきたら、グラフィックがどれだけでもしるくなるか——宮田氏の言葉から、デザインの新しい可能性が感じられます。



Textasy: Brody Neuenschwander

Speaker : Brody Neuenschwander

Mr. Neuenschwander spoke primarily about "Skin," his most recent installation that accounted for a major portion of this exhibition, as well as about the two film projects he undertook with director Peter Greenaway: "Prospero's Books" and "The Pillow Book." He also introduced, with video presentations, his sound-and-light installations "Bologna Towers 2000" and "Writing On Water," the latter created in tandem with an opera concert. In taking up such challenges as the legibility and expressiveness of writing, the process by which writing transforms into image, and the blurring of their respective boundary lines, Mr. Neuenschwander continues to probe new possibilities in the relationship between text and image. The profundity of his work, transcending calligraphy in its conventional meaning, left a strong impression.



Hiroshi Sasaki, Leader of a Cheering Squad for the Japanese Advertising World

Speakers : Hiroshi Sasaki + Satoru Miyata / Hiroshi Sasaki + Gan Hosoya / Hiroshi Sasaki + Takayuki Soeda

Three sessions took place, each between Hiroshi Sasaki and an art or creative director he greatly admires: Satoru Miyata, Gan Hosoya and Takayuki Soeda. Mr. Miyata opined that as one gets older, the mind gets more malleable and things become automatic, and in this way experience leads to more experience. Mr. Hosoya quipped that having three or so severe people around us in life keeps us from losing our mental faculties, because their presence makes us strive hard. Mr. Soeda addressed the question of the position of advertising in our lives, offering that advertising is truly part of our lives, inspiring us and making us laugh a bit, which he said is the nicest thing about it. The three sessions drove home the enthusiastic determination Mr. Sasaki had put into the exhibition: "If I die, I'll just come back to life again!"



Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

Speakers : Yugo Nakamura & Yosuke Abe (THA) + Toshiyuki Sugai & Ryoji Tanaka (Semitransparent Design)

THA and Semitransparent Design say they have taken pretty much the same road, followed pretty much the identical path since entering the world of website design. In the course of the discussion between the two sides, who are all good friends, the current picture of their medium – which matured so rapidly since its initial appearance – came into view. Among their topics: how to show website or interactive design in the format of an exhibition; interactive design is a method, that gives rise to the problem of "five-second consumption;" the balancing act between professional spirit and the trend toward amateurism; the recent conclusion that it's necessary to do the same thing repeatedly; the simultaneous creation of form/composition and content; and the possibilities of expression through website services as seen in "FFFFFOUND!"



Alan Fletcher: The Father of British Graphic Design

Speaker : Emily King

This Gallery Talk featured Emily King, curator of this exhibition newly put together from the poster works of Alan Fletcher in the permanent collection of London's Design Museum two years after the sudden death of this artist widely known as the "father of British graphic design." She spoke, elaborately and in loving terms, of the way in which Fletcher's personality, design philosophy and even his philosophy of life are infused into his works. The audience came away with an understanding of why Fletcher, who played a fundamental role in establishing graphic design as a profession and in solidifying the position of the designer in society, had such a profound impact throughout his lifetime. They also came to see why Fletcher was, and continues to be, such a beloved artist.



2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

Speakers : Taku Satoh + Kazunari Hattori

The speakers were Taku Satoh and Kazunari Hattori, the two winners of the 2008 Tokyo ADC Members Awards. They discussed how design has two sides to it: a front and back, a core and an outer shell. One aspect is communication: the achievement of an objective. The other is the power of design itself, unrelated to the purpose at hand. One can sense that people truly react to it. Mr. Hattori declared that he simply loves graphics – works in two dimensions, printed works and the like. Mr. Satoh said he likes to always keep one foot firmly planted in graphic design and, thinking it's OK to put the other one anywhere, he attempts to create a new connection via the makeup or concept of the world, without focusing on artistic expression. They discussed, in frank terms, what graphic design is capable of, and its possibilities, because of its modest physical constraints.



The Design Cycle of Keiko Hirano: Origin, Terminus, Origin

Speakers : Keiko Hirano + Kazumasa Nagai / Keiko Hirano + Takeshi Natsuno + Shunji Yamanaka / Keiko Hirano + Takuya Onuki

Kazumasa Nagai considers Keiko Hirano unrivaled as a designer who possesses a unified aestheticism, unwavering creed and firm design "conscience." Product designer Shunji Yamanaka and engineer Takeshi Natsuno, who collaborated in developing NTT DoCoMo's F702iD Shosa mobile phone, stated that Ms. Hirano's exhibition made one ponder the meaning of design, and they said it deeply probed the low level of understanding toward design in Japan today – i.e. the low cultural standard – and in particular the stance of today's top corporate echelons. Takuya Onuki, who made for an unexpected pairing off, pointed out that he and Ms. Hirano in fact share a desire to see the core essence of things. He described his unique and penetrating views on advertising and communication.



White: Kenya Hara Exhibition

Speaker : Kenya Hara

What spurred Kenya Hara to write about "white" as a design concept was the notion of "emptiness." Today, a problem impacting the world is the homogenization of culture resulting from singing the praises of globalism. Mr. Hara noted that in today's world, where the model of communication proposed by Claude Shannon is no longer viable in all cases, communication is a mechanism that allows for the viability of unspoken understanding or eye contact. As such, he suggests that a major source of communication in Japan is the presentation of an empty vessel – emptiness – that enables both sides to inject their own interpretations and images, including mistaken ones. This, he says, is where design comes in – conveying messages meticulously, in a universal context, in words understandable to people everywhere.



OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

Speakers : Sumiko Sato + Hiroshi Yonemura + John C. Jay + Dan Wieden

"Independence is everything!" "Work comes first!" "Fail harder!" Centering on these tidbits of W+K's philosophy, the focus was on considering what it takes to produce outstanding creative work. Ms. Sato and Mr. Yonemura of the Tokyo office led the discussion, with John Jay, a founding member of the Tokyo office, and Dan Wieden, one of the founders of W+K, taking over during the second half. What Mr. Wieden talked about was his desire to hear the voices of individuals, individual messages, and not the voices of big groups. He also spoke of his desire to maintain a stance that accepts change and always evolves. He also introduced W+K's unique endeavors – its educational and volunteer activities – aimed at doing what they can to pay back their debt to the community.



Helvetica forever: Story of a Typeface

Speakers : Lars Müller + Victor Malsy + Philipp Teufel / Juzo Takaoka + Akira Kobayashi + Hitoshi Koizumi + Masao Takaoka

The three curators of this exhibition talked about the appeal and background of Helvetica, a typeface said to be neutral, nondescript in character, that became explosively popular worldwide. More than anything, it is the nondescriptness of Helvetica that is the key to its success, for it is an outstanding typeface that enables designers, when visualizing an idea, to create freely, without being pressed by the "will" of the typeface forms. The other session, by specialists in type design, typography and letterpress print, covered such topics as the forms and typesetting of Helvetica, the history of Grotesque / sans serif that led to the birth of Helvetica – a topic rarely discussed nowadays – and the situation around the time when metal type Helvetica was introduced into Japan. Their precious tales of their personal experiences, along with their broad and profound knowledge, kept the audience enthralled.



Truth And / Or Virtue: Graphic Designs by Shinnoske Sugisaki and Yoshimaru Takahashi

Speakers : Shinnoske Sugisaki + Yoshimaru Takahashi

Mr. Sugisaki creates structured design based on a physics approach, while the designs created by Mr. Takahashi are emotive, textured and by no means dry, based on a literary approach. Could the fact that their joint show revealed aspects slightly different from their earlier methods and expressive modes perhaps reflect that something new has been born in them both? They discussed their respective views on design and communication with firm conviction. Mr. Takahashi expressed the view that graphic design is culture that speaks for its era, and even with extremely general occurrences of a kind that do not subsequently get passed on as historical facts, looking at the graphic design works of the period at hand eloquently bespeaks them in real terms. Mr. Sugisaki said it is important to keep in mind that, so long as one is a designer, one exists within one moment within the continuum of history.



M/M (Paris) The Theatre Posters

Speakers : M/M (Paris) = Mathias Augustyniak & Michaël Amzalag

M/M (Paris) said they hoped visitors would look at their exhibition as they would an open book. They said the exhibition should convey their story spanning 12 years. And what the visitor would come to see would be M/M's dynamism – a transition from the rational to the irrational, a forced rebirth from the two-dimensional to the three-dimensional in the manner, for example, of adding ornamental touches or personal preferences to a typeface created based on Bauhaus principles. Their ongoing project of creating theatre posters for the Centre Dramatique de Bretagne – Théâtre de Lorient on one hand equates to stage notices, but simultaneously also incorporate M/M's interpretations of each staged play. The creation of posters about plays that are open to limitless interpretations means that the methods of artistic expression available to M/M are limitless as well.



Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design

Speakers : Kazumasa Nagai + Hiroshi Kashiwagi

This talk examined and compared, just as the exhibition's arrangement had, two or three designers from identical generations. They started from the 1950s – when many designers who ultimately became representative graphic designers of Japan – and continued through to the graphics of today, which still exude great strength. The interest deriving from such contrasts served to give graphic design in Japan its broad diversity. By tracing back over each era, the trends of each period come into view and yield a sense of the connections that have existed between designers and the impact they have had on one another. The discussion also covered the differences between design trends in the greater Tokyo and Osaka areas, as well as the special features that distinguish Japanese graphics and Japanese creative work. In these ways, this session was an occasion confirming the root source of Japan's globally acclaimed achievements in graphic design.



DRAFT: Branding & Art Directors

Speakers : Satoru Miyata + Mitsuhiro Tomita + Noboru Naito + Ryusuke Tanaka / Satoru Miyata + Megumi Wada + Naoko Fukuoka / Satoru Miyata + Masaaki Hirose + Eiki Hidaka / Satoru Miyata + Yoshie Watanabe + Ryosuke Uehara
Moderator : Keiichiro Fujisaki

Taking part in the discussions were Satoru Miyata, current and past art directors of DRAFT, and various people who have supported DRAFT with their participation in its projects. Two things came into clear view from the four sessions: the always unchanging, sincere stance toward clients and staff of Mr. Miyata and DRAFT – who say they aim for long-term ongoing relationships and not one-off ones – and the honest attitude that one shouldn't make things the world doesn't need. Mr. Miyata suggested that graphics would become so much more interesting if design came to be viewed in such a way that collaboration were undertaken with people from other fields without dividing design into categories such as graphics, products, architecture, etc. From his words one could sense new possibilities in design.



Gallery Talk

アラン・フレッチャー：英国グラフィックデザインの父

エミリー・キング

エミリー・キング アラン・フレッチャーの作品を今回日本に紹介することができ、非常にうれしく思っております。この企画が実現するまでには時間がかかりましたが、gggの展示が素晴らしいので、フレッチャー自身もこれを見ることができたなら喜んだことと思います。今日はこの場にフレッチャーの娘さんでいらっしゃるラファエラさん、そしてラファエラさんの息子さんのトビアさんも来てくださっています。

今回はロンドンのデザイン・ミュージアムで行ったフレッチャー展からのイメージをスライドでお見せしながら進めたいと思います。まず1枚目の写真ですが、同展覧会での入口の作品となります。こちらはスタジオでフレッチャーが仕事をしている写真。このスタジオには大きな白いテーブルがあります。そしてそのテーブルの上には作業中の作品などが数多く置かれています。また背景には掲示板のようなものがあり、こちらには彼の作品、仕事の資料とか、人からもらったギフトなどが貼られています。この写真そのものがフレッチャーの私生活と仕事がどれだけ融合されていたかを示しています。生活の場と仕事の場所がスライドドアのみで仕切られている形でしたので。

これは初期の作品でスペイン・バルセロナを描いた絵です。戦後の制約があってまだ暗かったロンドンから離れて海外に出てどれだけワクワクしたか、そのエキサイトメントが伝わってきます。このエキサイトメントは彼の生涯にわたって存在したものでした。

フレッチャーはロイヤル・カレッジ・オブ・アートに在学中にアメリカのイエール大学留学の奨学金を得ることができました。イエール大学ではグラフィックデザインを学びました。当時アメリカはその中心地でした。

数年間アメリカに滞在しましたが、アランとイタリア出身の妻のパオラはホームシックにかかりました。南米ベネズエラ経由でイタリアに渡り、そこでしばらく働いてからロンドンに戻り、かつての学友だったコリ

ン・フォーブスと一緒にスタジオを立ち上げました。こちらはそのスタジオで作った作品のいくつかです。個人的な作品がここにありますが。例えば右側の下のほうにラファエラという文字が見えますが、彼の娘の誕生を祝うために作った作品です。当時ロンドンにいた他のデザイナーと同じように、フォーブスとフレッチャーも、ペンギンブックスという出版社の本のカバーのデザインなどにも携わりました。

その後1962年に二人はもう一人のデザイナー、アメリカ人のボブ・ギルと共同して会社を立ち上げます。当時、このように小さなデザイン会社を興すということは、あまり前例のない非常に大胆なことでした。フレッチャーは「英国グラフィックデザインの父」と呼ばれていますが、これは彼のスタイルだけが理由ではありません。フレッチャーはグラフィックデザイナーという仕事そのものを、そしてその立場というのを作り上げたわけです。

写真のこの本はページをめくることによって彼とフレッチャー、ギルの3人の体を好きなように組み合わせることができますが、ただ3人であることだけではなく、共同で仕事をすることによって非常にユニークな作品が生まれることを示しています。

これは「graphis」というスイスの雑誌の表紙です。私はこれを個人的にとて気に入っております。フレッチャーの作品が載ったわけですが、そのとき彼が郵送したパッケージがそのままのように表紙となっている。自動的に作品が仕上げられたといってもよい、非常に匿名性の高い作品となっております。

そしてこちらのポートフォリオですが、ビルが離れていった代わりに、セオ・クロスビーという建築家を新しいパートナーに招いて「クロスビー／フレッチャー／フォーブス」という組織となって、新しい分野へと仕事を広げることができた時代のものです。その仕事の一つにロイター通信社からの依頼がありました。ロイター社の包括的なコーポレートデザインを行ったわけ



です。

そして1972年にまた「ペンタグラム」という企業に変わりました。このペンタグラムは独自の組織を持っておりまして。5人のデザイナーがいたわけですが、各デザイナーが一人ひとりチームを持ち、そのチームのクライアントを有していました。そして、各デザイナーがそのチームの利益に対して責任を持っていたわけですが、ただし、5人のデザイナーは利益に拘わらず全員が同じ報酬を受けていました。

フレッチャーが作った数少ない商品の一つがこちらのグラム・アッシュトレイという貝殻の灰皿です。今でもお店などで売られています。

こちらの作品は彼が最後に手がけたCIの仕事です。彼が非常に楽しんだ作品でもありました。クウェート商業銀行のプロジェクトだったのですが、クウェートで初めて一般大衆向けに作られた銀行でした。

1992年の終わりにフレッチャーはペンタグラムを離れ、一人でスタジオを立ち上げます。そしてこちらは、フレッチャー作品の鍵となるものだと思います。ここに「Writing is drawing is writing」と書かれていて、「文章を書くことは絵を描くことであり、そしてそれは文章を書くことである」と。彼にとって、文章を書くことと絵を描くことは密接に関連していたわけですが。こちらはスケッチブックのセクションです。彼はどこへ行くにも必ずこのスケッチブックを持って出かけていました。そしてその中のイメージからわかるのは、彼が非常に注意深く、人々と物事を観察しており、そしてそこに常に遊び心があるということ。1950年代の彼のスペイン・バルセロナの絵と同じ要素がここにもまだ残っています。



1



2



3

Gallery Talk

Alan Fletcher: The Father of British Graphic Design

Emily King

Emily King I would like to first say how pleased I am to be here. I'm very glad that Alan's work has reached Tokyo, at ggg gallery. It has been a long time in the making, and I'm really pleased with how the galleries look. I think that Alan would absolutely love the way it has been hung and arranged. And we have Alan's daughter Raffaella in the audience and Alan's son Tobia.

The images I'm going to show today are from the exhibition at the Design Museum. They were taken while it was on. This first image we are looking at is from the entry to the exhibition. It is a photograph of Alan Fletcher in his studio. Alan Fletcher sat at a large white kind of table. And on top of the table were all the things he was working on very neatly arranged. And behind him was a pinboard with lots of different bits. There was work he was doing. There were things people sent as gifts. So to kind of suggest this sense of the mix between life and work. And he worked in a studio next to his house, divided by a big sliding door. And his life and work were already one.

So, to show the earliest work we included in the show, these were drawings made by Alan Fletcher in Barcelona in very early 1950s. If you look at them closely, you can see that Spain in the 1950s was kind of more like Morocco or Turkey is now. It had a lively culture. And I think you really get a sense of how excited Alan was about the rest of the world and how excited he was to observe things and see details in the world. And this kind of excitement and his ability to see things other people might miss is a theme throughout his life.

While Alan was at Royal College of Art he managed to negotiate a scholarship to study at Yale in the United States. And at the time, America really was the core of graphic design activity.

After a few years in America, Alan became homesick, and I think particularly Paola became homesick for Europe. And they returned to Europe. They returned via Venezuela. He spent a short working in Milan, then he moved on to London and set up a studio with his former classmate Colin Forbes.

And what you see here is work that he designed when he was sharing a studio with Colin Forbes. And it is

typical of kind of a young designer, very personal things. And you can see Raffaella's birth announcement on the right-hand bottom corner. Like a lot of graphic designers in London at the time, Colin and Alan sustained themselves designing covers for Penguin Books.

After a few years, in 1962, Colin Forbes and Alan Fletcher were joined by Bob Gill. What they were doing was really very pioneering, because most graphic designers worked within kind of large agencies or advertising companies at the time. So it was really unusual.

So when we call Alan Fletcher the father of graphic design, it's more than simply a matter of style. He actually invented what it was to be graphic designer in Britain.

The book that you can see on the left is open sort of different ways three times. It's a book where you can mix and match different parts. So you can have Alan's top, Colin's middle, and Bob's feet. And what it is trying to communicate is that there are three of them, but they are one. But together they are more than the sum of their parts. The three of them join to make something that is quite unique.

I particularly like the *Graphis* cover. *Graphis* is a Swiss graphic design magazine that asked to publish the portfolio of Fletcher, Forbes, and Gill in the early 1960s. To make the cover of the magazine the designers asked to have the package that they sent their portfolio in photographed, in effect the design was made by the Swiss post office. It's an automatic design project, almost anonymous.

In 1965 Fletcher, Forbes, and Gill became Crosby, Fletcher, Forbes. Colin Forbes and Alan Fletcher were ambitious to work in kind of a more multidisciplinary way. Employing the architect Theo Crosby took them into new territory, such as the identity design for Reuters.

In 1972 Crosby, Fletcher, Forbes became Pentagram, with the addition of two new partners Kenneth Grange and Mervyn Kurlansky. Pentagram has a unique structure in that each designer in Pentagram works as his own profit center. They employ their own teams, and they have their clients. And yet, all profits are pooled,



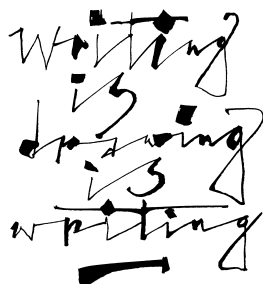
and they are all paid the same wage. And this was invented by the five original partners of Pentagram and still operates in Pentagram worldwide.

This is one of the very few products Alan designed. I think it might be the only retail product. It's called the clam ashtray. And the ashtray is still in production and I think will probably remain so until smoking becomes entirely illegal.

And this is one of the last corporate identities I felt Alan really enjoyed doing. It was the identity for a bank in Kuwait. And I think maybe he enjoyed it because effectively it was one of the first high street banks in Kuwait, one of the first banks where you could go in and actually do banking transactions. So it not only involved designing an identity, it also involved inventing how a bank would be in an Arab state.

Alan left Pentagram at the very end of 1992 and set up his own studio in his house, connected to his living space by a pair of grand sliding doors and began to concentrate on the projects that he loved to do. And you can see on the walls that he really began to revisit and explore the kind collages that he had first made in the 1950s. He had time to expand on ideas that he had been having all those years. In this piece the idea is that writing is closely related to drawing. For Alan there was always a tight connection between writing a sentence and creating a picture.

This is a selection of Alan Fletcher's sketchbooks. Throughout Alan's life he had a sketchbook on the go. And he would take it wherever he went. It would take it out to dinner and draw pictures of his friends. And if you look at the images, you still see that kind of keen sense of observation and also some sense of play that you really saw over 50 years ago in the sketches from Barcelona.



4

1. Drawing, Barcelona 1952
2. Reuters Logotype
3. Clam Ashtrays
4. Writing is Drawing
5. Alan Fletcher in his studio



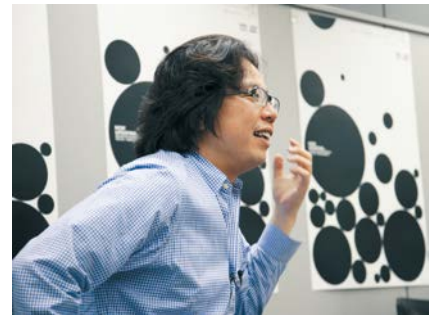
5

Gallery Talk

Now Updating… THA／中村 勇吾のインタラクティブデザイン

中村 勇吾、阿部 洋介 (THA) +

田中 良治、菅井 俊之 (セミトランスベアレント・デザイン)



中村 勇吾 トークショーということでセミトランスベアレントのお二人、田中さんと菅井さんをお呼びしたのは単純にすごく仲が良くて、よく飲んで話が合うということで。仕事でも一緒にやってたりとかね。さっきまで和気あいあいとしゃべっていました。

田中 良治 もう緊張してカチカチです(笑)。

中村 阿部を紹介しておきますと、僕が昔ビジネス・アーキテツツという会社でやっていたときに会ったんです。

阿部 洋介 まだウェブデザインを仕事にしている人はあまりいなかった。だいたい10年ぐらいの年月ですね。

中村 展示はどうでした？

田中 意外に展示がシンプルですよ。やろうと思えば、もっとマッチョにゴテゴテとできるわけじゃないですか。そうしなかったのは何なんだろうなと、逆に思ったんですね。

菅井 俊之 地下に行ってもマウス1台すらない……。

阿部 当初、インタラクティブな要素がいっぱいアイデアとしてはあったんですけど、間際になったら「なし、なし」と言って、今の形になったんですね。

中村 うん。マウスで触ったら、いきなり家空間になるし、メディアアートのインスタレーションみたいに、ちょっと暗い部屋つくって、何か体動かして「へえ」みたいな、そういうことをやるタイプでもないし。モニターを縦型にしてプロポーションを変えたらいいんじゃないかと。しかも、モニターの構成、並びをいろいろやってみたりとか、全部のものを地味につくり直したりしています。上にひとつモニターがあって、そのコンピュータが出す時計のタイミングに全部同期するようにして、「シンクロナイズドおれらの仕事」みたいな。

田中 あそこでシンクロナイズドさせちゃうデザイナー心というか、「まとめたかったのかな？」みたいなを感じつつも、でも、やっぱり空間としてはあまりインタラクションがなかったことが、僕は結構「これは正解なんじゃないか」と思った。

中村 要するに、その奥で流れているルールであったりとかが見えればいいんですね。

田中 僕自身、感じていることとして、インタラクティブなものをつくっているときに、何か触っ

た、マウスで何かした、何かインタラクションが起きた、その結果を知って納得した、そこでおしまい、みたいになっちゃう傾向が最近あって、そういうのを僕は「5秒消費問題」と言ってる。5秒ぐらいで消費されていく……。

中村 いい呼び名だ。その5秒消費問題がわりとあって、広告のキャンペーンに顕著ですけど、「はい、これ」「はい、このメニュー」「はい、こういうことしました」「はい、チェック」「はい、OK」みたいな。そこで終わっちゃう。そういう業界的な見方だけ流通していて広がらない状態に抗しているいろいろ突破したいなとは思っていましたね。比較的 successfulしたのは、阿部ちゃんが作ったamanaの「『伝える』から『伝わる』」のとき。

阿部 コンテンツ置いてきぼりでない、始まりがあって終わりがあみたいじゃない型式でムービーを見せるというもの。時計連動でどこから始まって、どこで終わってもよしという……。

中村 結構、フォーマットをつくった感があって、してやったり度が高い。

田中 そういう意味では、ソフトバンクの「HELLO, WORLD!」でやられた、ずーっとジェネレートされていくのも同じですね。終わりと始まりが不明瞭みたいな感じで。

中村 僕らのTHAがやっている、画像をみんなで共有するというサービスの「FFFFFOUND!」で何かそれに似た写真があったよね。

阿部 航空写真みたいなので、人がワッサワッサいっぱい写ってる。

中村 海岸線でいろんな人が寝たりとか、走ったりとかをしているのを超俯瞰で捉えているのがあって、「こんなんだ」って。

田中 「こんなんだ」ですか(笑)。

阿部 あの「FFFFFOUND!」にデザインっぽい画像が多く出てくるじゃないですか。それって、あくまでそれを良しとするユーザーが決めているだけで、たとえば、すべて建築写真ばかりになるといったことが起こってもおかしくはない。でも、なぜか空気が形成されていて、そういうところがとてもおもしろいですよね。

菅井 サービスと言いつつも、コミュニティまでちゃんと立ち上がるというフレームワークをつくったこと自体は評価されるべきでしょう。あえて

つくりましたみたいなコミュニティってほしいつまらなくて、途中で頓挫する。けれど、自然的にどんどん自浄作用を持って、ぶれずに行くというのはすごいな。

阿部 言葉を入れない、使わないということを必死で守っている。それはすごく良かったんだと思いますね。タグが欲しいという要望はたくさんある。でも、タグ自体はメッセージになるので、絵に対して意味づけがいくらでもできちゃう。そういうのがないから、今もこういう形で動いているのかなという気はしますね。

菅井 この仕事をしていると、機能を削るデザインというか、付けられいいというものでもないという部分でのせめぎ合いってあるじゃないですか。あれはその極みだなという感じがあって……。

阿部 THAが作ったというアピールをしつつも、作った側が消えていたほうが機能する。

中村 そうだね。何かキャラが出ちゃうと、サービスとしてもうダメなんですよ。

Gallery Talk

Now Updating... The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

Yugo Nakamura & Yosuke Abe (THA) +

Ryoji Tanaka & Toshiyuki Sugai (Semitransparent Design)



Yugo Nakamura The reason I invited Tanaka-san and Sugai-san, both of Semitransparent Design, to this talk show is simply because we're very good friends. We often talk about things over a drink, and we occasionally work together. Just a few minutes ago, we were chatting up a storm.

Ryoji Tanaka Now I'm getting all nervous!

Nakamura To introduce Abe-san, he and I met a long time ago when we were working for a company called Business Architects.

Yosuke Abe That was about 10 years ago, in the days when there weren't many people working in website design.

Nakamura What did you think of the exhibition?

Tanaka It's surprisingly simple, isn't it. If you wanted to, you could have made it more elaborate, more "macho." I was actually wondering why you didn't.

Toshiyuki Sugai There isn't even a mouse down there.

Abe At first our idea was to have a slew of interactive elements, but as the opening approached we just said "nope" to this and that and ended up with the format as it is.

Nakamura Fiddling with a mouse would be just like being at home, I thought, while making the room a bit dark and getting the viewer involved by moving his body, as with a media art installation, wouldn't feel right either. Instead I thought it might be interesting to change the proportions by placing the monitors vertically. I also tried configuring the monitors in various ways, remaking the whole into something unremarkable. Putting a monitor on the top, then having all the others synchronize to the timing of a clock coming from that computer, ending up with something that would sort of say, "Here we are, synchronized. These are our works."

Tanaka Your sense as a designer, deciding to synchronize like that, was the right answer, I think. While giving the sensation of wanting to pull it all together, ultimately there wasn't all that much spatial interaction.

Nakamura In the end, it's enough if the rules that form the deep undercurrent are visible.

Tanaka One thing I personally feel is that when making something interactive, there's a tendency these days to be satisfied knowing a result – something was touched, something was done by moving a mouse, some form of interaction occurred – and that's the end of it. I refer to this as the problem of "5-second consumption." The whole thing gets consumed in about 5 seconds.

Nakamura That's a good way of putting it. 5-second consumption is a problem, especially in the context of advertising campaigns. "Here, take this." "Here's the menu." "Here's what we've done." "Check." "OK." Things just come to an end. With that sort of industry viewpoint prevailing everywhere, I wanted to rebel against that stagnant situation and break out of it in various ways. Where relative success was achieved was with Abe's "From 'convey' to 'understand'" campaign for amana.

Abe Showing a movie in a form that doesn't leave out content and doesn't have a beginning and an end. It can start from anywhere and end at any point, linked to a clock.

Nakamura It seems to have a pretty solid format, with a strong sense of having accomplished what you set out to do.

Tanaka In that sense, it's the same as what you did with "Hello, World!" for SoftBank, that ongoing generating movement, where there's no clear sense of beginning and end.

Nakamura There was a photo somewhat similar to that in "FFFFFOUND!" – our service, operated by THA, for sharing images with everybody.

Abe Being like an aerial photo, it shows hordes and hordes of people.

Nakamura It's a super-bird's-eye view of people of all sorts lying on a beach, running about, and so on. "Here's how it goes," so to speak.

Tanaka "Here's how it goes," is it!?

Abe "FFFFFOUND!" contains a lot of design-like images, doesn't it? It's just that the user has decided that's OK; for example, it would be feasible for all the photos to be architectural images. Yet for some reason an atmosphere takes shape. That's what so interesting about it.

Sugai Call it a service, but I think you should be commended for having created a framework in which it starts up a community. A community that one goes out of the way to make is generally boring, and it ends up going nowhere. To go unwaveringly straight ahead, though, with a self-purification effect produced naturally, is awesome.

Abe We've held firmly to injecting no words, to not using words, and that's what I think is so good about it. There have been many requests for tags. But since a tag in itself becomes a message, it's possible to infuse meaning into a picture to any extent. Since there's none of that, I think that's why it continues to move in this form.

Sugai In this line of work, there's a kind of struggle in areas where it's not necessary just to add something for the sake of adding it in – sort of design that pares down functions. This [FFFFFOUND!], I feel, is taking it to the heights.

Abe While promoting the fact that it was made by THA, it would function better if those on the production side were to become invisible.

Nakamura True. Once it takes on some sort of character, it loses its function as a service, doesn't it.

Gallery Talk

ヘルベチカ展

ラース・ミュラー、ヴィクトル・マルシー、フィリップ・トイフル／
高岡重蔵、小林章、小泉均、高岡昌生(司会)

マルシー 私が話している間にスクリーンにいろいろな写真等をお見せいたします。今ご覧いただいているのは、エドワード・ホフマンとマックス・ミーディンガーが交わしました、いわば議事録にあたりますノートです。その表紙が今見えております。このノートの中に、ヘルベチカが開発されるプロセスが記録されているわけです。1956年から57年の間、両名の間で交わされました情報、意見の交換がここに記録されています。

それでは話に入らせていただきます。一つ目のテーマは「現象」というタイトルがついています。ある書体が有名になるというこの現象。その書体は無個性であるといわれ、ニュートラルで、また感じがよく、どこにでもあるような目立たない書体です。この書体はそのことで「世界標準の書体」になりました。ヘルベチカの通ってきた道筋、その広がり、ひょっとしたらボブ・ディランやコカ・コーラに匹敵するものかもしれません。

トイフル ヘルベチカと時代ということでもいいますと、この書体は装飾性が愛されていた、また奇跡の経済成長が始まった50年代のさなかに突然出現しました。その中にあって、ヘルベチカの止めることのできない動きは「静かな革命」だったといえます。

いろいろな企業の指定書体やロゴマークに使われてきました。バイエル薬品、BMW、ダイムラーベンツ、あるいはドレスナー銀行、ルフトハンザ航空など。こうしたことは今日、コーポレートデザインといっているわけですが、企業を代弁する書体になったわけです。また、デザイナーのアイデアを視覚化するに際して、フォルムの意志を押し付けることはありませんでした。デザイナーに対して自由な創造を可能にしてくれたのです。

マルシー 次のタイトルは「ヘルベチカの成功」です。その成功は、この製品自体が可能にしてくれたものです。この書体は問題解決の手段として、とてもよいタイミングで現れました。そして世界中で好かれ、信頼を寄せられ、ブランドとして確立されていきました。

でも、有名で人気があるということは、必ず通俗性を意味するのでしょうか。なぜヘルベチカはあまりにも普通だと批判されるのでしょうか。本当に偉大なものというのは、簡潔さや明白さ、そし

て使いやすさによって決まってくるのではないのでしょうか。このことこそ、ヘルベチカのアイデンティティなのではないでしょうか。

ミュラー 私の話の内容は、タイポグラフィと文字そのもののデザインに関します。80年代ぐらい、デジタル時代の開始とともに欧米のデザイナーの間では次のような誤解が広がっていきました。つまり書体デザインは字そのもののデザインだ、と。字体のデザインという領域がデザイナーの自己実現の楽園のような状況になってしまったのです。しかしながら、字体そのものだけではなく、タイポグラフィとしてのデザインこそもっとも重要な領域の一つであるわけです。どのようなテキストをどのような書体を使って、どうバランスよくまとめていくか。そこに重要な点があると私は考えます。ヘルベチカはどんなアイデアにも合い、どんな形で使うことのできる大変便利なツールです。デザインに慣れていない人にも十分使えます。つまりヘルベチカはフォーエバーだということです。

高岡(昌) 私は父(重蔵)とふたりで活版印刷の嘉瑞工房を東京・新宿の片隅でやっています。たまたまヘルベチカの金属活字を持っていたりとか資料を保有していたりしたものですから、今回の展示に協力させていただきました。

小泉 実は重蔵先生だけ違いますが、3人ともジーンズを履いてきているのです。アドリアン・フルティガーという書体デザイナーがヘルベチカをたどって「ジーンズみたいな書体だ」と言ったものですから。僕は鉛活字が好きで若い頃から買っていた。ヘルベチカは持っていないのですが、大日本印刷の見本帳など当時のものが気に入っています。ヘルベチカを最初に売り出したハース社のあるバーゼル市に90年代初めに留学しましたが、ハース社はもうなくなって、現在はその工場がそのままシュタイナー学校になっている。それで、ヘルベチカは開発当初、「R」だけで最終的な一応のOKを出すのに9カ月かかっているんですね。こういうところ一つにもタイプデザインの大変さがわかります。

今回の展示にあわせて出版された日本語版『ヘルベチカ・フォーエバー』を監修させていただきました。日本語なので実はヘルベチカでは組めない。



それで結構苦労しました。和文は「こぶりなゴシック」と混ざって組んでいます。

高岡(昌) ヘルベチカは金属活字として1957年に誕生しています。僕は同じ年の生まれです。そして東京オリンピックが1964年にあって、その関係から日本に初めてヘルベチカが入ってきたというあたりの経緯を父に聞きたいと思います。

高岡(重) デザインの大御所の原弘さんが東京オリンピックのときにヘルベチカを使いたいということだった。それで、大日本印刷にいた、タイポグラフィに詳しい小池光三さんという方がハース社に、オリンピックのためだけに使うので便宜を図ってくれという手紙を書いた。ハースはOKをくれたのです。僕の想像では、小さいのから大きいまで活字をワンセットずつだけ送ってきたのだらうと思います。

高岡(昌) ということは、金属活字そのものよりは、ライセンスというか、複製の許諾権の契約をハースとしたということですね。

高岡(重) ヘルベチカの権利がステンベル社に移ったとき、同社の設計室を訪ねた。そしたらスチールの物差しを1本渡して、直線を探せと言うのです。サンセリフのXですよ。直線で全部できていると思ったら全然ない。

小林 そのステンベルがそのあとライノタイプ社に吸収されます。そんなわけで、ライノタイプにいる私が今こうやってヘルベチカの話をしているわけです。サンセリフ書体が19世紀初めに登場してから、ヘルベチカが出てやっと均整が取れたバランスになっていく。微妙な曲線をうまく使って組み合わせている。これ以上もう改良できないところまでデザインを突き詰めて、洗練したかたちにしています。でも、ヘルベチカの一人勝ちということではない。実際にはヨーロッパでは他のいろいろな書体も普通に使われています。

Gallery Talk

Helvetica forever : Story of a Typeface

Lars Müller, Victor Malsy, Philipp Teufel /
Juzo Takaoka, Akira Kobayashi, Hitoshi Koizumi, and
Masao Takaoka as a Moderator

Malsy As I'm speaking, we'll be showing you a variety of photos and the like on the screen. What you see now is a notebook, a sort of written record, exchanged between Eduard Hoffmann and Max Miedinger. Here we see the cover. This notebook contains a record of the process by which Helvetica was developed. They are a record of the exchanges of information and opinions between these two men between 1956 and 1957.

Now I would like to get to the heart of my discussion. My first theme is titled "The Phenomenon" – the phenomenon of a certain typeface becoming famous. The typeface in question is said to be characterless, neutral and pleasant, a typeface of a kind found everywhere, one that doesn't stand out. For those reasons, this typeface became a global standard. The path followed by Helvetica, the way it spread, can perhaps be compared to the phenomenon of Bob Dylan or Coca-Cola.

Teufel In terms of its era, the Helvetica typeface appeared suddenly during the 1950s, a period when decorative embellishment was in favor, and also a time when miraculous economic growth was just getting under way. Against that backdrop, Helvetica can be said to have been an unstoppable movement – a "quiet revolution."

Helvetica has been used as the designated typeface and in the logomarks of a variety of companies: Bayer, BMW, Daimler-Benz, Dresdner Bank and Lufthansa, among others. Today this is referred to as corporate design, but Helvetica became a typeface that spoke for the company using it. Also, when the designer was visualizing his ideas, with Helvetica there was no conscious form forced upon him; Helvetica enabled the designer to create freely.

Malsy The next title is "The Success." The success of Helvetica was enabled by the product itself. As a problem solver, this typeface appeared with excellent timing. It was favored all around the world, it was trusted, and it established itself as a brand.

But do fame and popularity inevitably signify ordinariness? Why is Helvetica criticized as

being too "ordinary"? Aren't "great" things defined by their conciseness, clarity and ease of use? Isn't this the very identity of Helvetica?

Müller The content of my talk relates to typography and the design of lettering itself. In the 1980s, in tandem with the start of the digital age designers in the West increasingly became victim to the misconception that typeface design equates with the design of letterforms itself. The area of lettering design became a sort of paradise self-realized by designers. But not only letterform design, but design as typography is one of the most important areas.

What typeface to use for what text, and how to achieve a good balance: it's here, I believe, that an important point lies. Helvetica is a very convenient tool that matches ideas of any kind, that can be used in any form. It can also be adequately used by people who are unaccustomed to design. In that respect, I think that Helvetica is destined to be with us forever.

M. Takaoka My father (Juzo) and I operate a letterpress printing studio, Kazui Press, tucked away in a back alley in Shinjuku. We cooperated in this exhibition because we happened to have movable metal type in the Helvetica typeface as well as related materials.

Koizumi As you see, with the exception of Juzo, the three of us are all wearing jeans. We're doing so because Adrian Frutiger, the typeface designer, referred to Helvetica as the "jeans" among typefaces. I personally am a fan of lead type, and I started buying it when I was quite young. Though I didn't purchase Helvetica, I quite like a specimen book by DNP around the time. In the early 1990s I studied abroad in Basel, the Swiss city where Haas – the first company to sell Helvetica – was located. Haas was no longer in existence, and today in its former location and building is the Goetheanum. When Helvetica was first being developed, it took nine months just for the letter "R" to be given final approval. This illustrates the difficulties involved in type design.

I was asked to oversee the publication, timed



to coincide with this exhibition, of the Japanese-language version of *Helvetica forever*. Being in Japanese, the book can't be put together using Helvetica – a situation that created considerable difficulty. Ultimately, we used a typeface called "koburina gothic."

M. Takaoka Helvetica as a movable metal type was born in 1957 – the same year I was born. The Tokyo Olympics took place in 1964, and it was through that connection that Helvetica first entered Japan. I'd like to have my father tell us something as to how that all came about.

J. Takaoka Hiromu Hara, one of the major figures in the design world, wanted to use Helvetica at the time of the Tokyo Olympics. At his request, a man working at DNP, Kozo Koike, who was well versed in typography, wrote a letter to Haas requesting that they accommodate since it would be used only for the Olympics. Haas acquiesced. I conjecture that they sent only one set of type in each size, from small to large.

M. Takaoka So, more than the metal movable type itself, this was a licensing agreement, a contract under which Haas gave its approval for reproducing the Helvetica typeface.

J. Takaoka When the rights to Helvetica were transferred to Stempel, I visited the company's design department. They handed me a steel ruler and told me to look for the straight lines. The only one answering that description was the sans-serif X. What I had thought was made up entirely of straight lines in fact didn't have any at all.

Kobayashi Stempel was later bought out by Linotype. And that's how I, who work for Linotype, ended up talking about Helvetica here today. Sans-serif typefaces first appeared in the early 19th century, but it wasn't until the arrival of Helvetica that they finally acquired a balanced sense of proportion. They're skilful combinations of fine curves. As a design, they've been improved about as far as they can, and today their form is very refined. Still, Helvetica is not alone in achieving this kind of success. In Europe, there are actually a variety of typefaces in common use.

Gallery Talk

DRAFT: Branding & Art Director

宮田 識、渡邊 良重、植原 亮輔

宮田識氏のトークは質問タイムが面白い。本展では東京でギャラリートークを4回、大阪で1回行った。トークの後半いずれも30分以上、参加者との質疑応答を行った。宮田識氏、渡邊良重氏、植原亮輔氏のトークから1時間近くに亘った質疑応答を抜粋する。

質問者A 展覧会に併せて刊行された『デザインするな』を読んで、宮田さんは迷いが無い方とお見受けしたんですけど、迷うことはあるのでしょうか。

宮田 「どうあるべき」では迷わないけど、「どうするか」ではいつも迷ってます。一つの仕事を始めるときは、最初に数年先、20年先にそのブランドが「どうあるべきか」という「着地」を考えます。僕の場合は、言葉探しをする。ひと言の場合もあれば、長めの文章を書くときもある。明快な言葉が見つかると、10年、20年、その言葉は生きる。しかしファッションっぽい言葉だと半年ももたない。また探し直すことになるから、スタッフ全員を悩ましてしまうということになる。そこで悩んでおくと「どうあるべきか」ということはもう迷いません。しかし、いま目の前の案件を「どうするか」ではいつも迷っています。だから迷いっぱなしですよ。

B 植原さんに質問です。私は今年から植原さんの後輩として多摩美のテキスタイルに入るんですが、植原さんはどんな学生だったのでしょうか。学生のときにやっておくべきことがあったら教えてください。

植原 僕は二浪したのですが、本当はグラフィックに行きたかったし、東京藝大に行きたかったから、ちょっとグレてたんです(笑)。絵ばかり描いていました。僕の学生時代は参考にならないですよ。でも、テキスタイルでは、もっぱら形と色と素材を追求することをやっていたから、そこに関しては自信ができました。仕事を始めてから、良かったんだと思うようになりました。

C 渡邊さんと植原さんがD-BROSのプロダクトをつくるとき、アイデアをどうやって出していくのですか。

植原 具体的な例で話しましょう。ミラーのカップ&ソーサーだったら、ミラーの筒をつくって、手元に置いて、これで何かできるよねって話から

始まっています。最初は何かグラフィック的なものでも、本でもよかったんです。

渡邊 きっかけは植原から出てくることが多くて、たいてい二人で会話をしながらテンポよく掛け合っていくうちに、デザインが固まっていきます。

植原 ミラーに映り込むのはアイデアとしては単純です。だからそのアイデアだけが目立ってしまうことがないようにするのがデザインのポイントですね。

D 渡邊さんにアートディレクター観をお聞きたいと思います。

渡邊 私はアートディレクターとは何かということとはよく分かりません。私自身はデザイナーだと思っています。質問の趣旨から外れるかもしれませんが、私は宝物をつくりたいという気持ちで仕事に取り組んでいます。私にとっての宝物で、誰かにとっての宝物でもあるもの。イタリアの建築家・デザイナーのエットレ・ソットサスが「デザインとは、愛する人に、花を贈るような行為ではないかと思う」と語っていたのを雑誌で読んだことがあるのですが、その言葉にとっても共感するものがありました。

E 先ほど、宮田さんからやるべきことを決めているから、ブレないといった話がありましたが、宮田さんが「こうあるべき」と言っても、企業のほうがなかなか踏み切れないことがあると思います。どうやって企業を決断へ導いていくのでしょうか。

宮田 どっぷり浸かることが重要だと思います。企業の人たちと何しろいっしょに考えていく。分からなかったら、いっしょに専門の技術者に聞きに行ったり、工場まで見学に行く。だんだん「あなたは外注だから」という感覚がなくなって、スタッフに一体感が生まれます。そうすると必ず相手は動いてくれるようになります。

F デザイン以外の趣味をお聞かせください。

植原 最近ペットかな(笑)。犬と猫を飼っているんですけど。あとは、映画を観たり、音楽を聴くこと。でも趣味と言えるかな。

渡邊 植原の趣味はたぶん「考えること」じゃないですか。よく私に植原が自分の考えたことを書いたノートを見せながら話してくれるんです。抽象



的な話が多いのですが、私はその話を面白いと思っている植原が面白いと思って、話を聞いています(笑)。

司会 どんな話なんですか？

植原 たとえば最近だと、太陽系の関係が人の関係やものづくりの関係に似ているって考えついたんです。ビッグバンが起きて、塵が散って、それが固まり、星ができ、恒星を中心に惑星が公転するようになっていく。その過程は、何かが起こって、考えが生まれて、それがまとまって、それを中心に物事がうまく回っていくことに似ていますよね。花を生けるとき、最初は花器の上に何もなければいけども、花が一本一本挿されて、ある時点でひとつのまとまった見え方ができて、関係論が生まれてくる。そうしたことに似ているなあって。

司会 渡邊さんの趣味は？

渡邊 私の場合は、今やっている仕事に興味といえば趣味かもしれませんね。

宮田 僕はゴルフ。毎週末ゴルフ場に行っていますが、そこで出会ったことが仕事につながるものがたくさんある。もともと仕事に興味だと思っているところがあります。仕事が仕事になってしまいうとあまり稼げない。趣味であったほうが稼げる。これは社長としての極意ですね。全部が仕事になってしまうと、作品もつukれない。食べるためにだけデザインはやっていられない、というのが基本にあります。僕ら広告をつくる人間は、たとえばテレビCMを1回打つと、何千万人に向けて意見を言えるんです。だから僕はイヤだと思う商品の広告はやりたくない。世の中に必要ないと思っている会社の宣伝を、なんで何千万の人に向けてしなければならないのか。自分がいいと思う会社や商品だけに付き合いたい。そう思っているから仕事を超えてしまっているところがある。だからそれは趣味とも言える。自分の生き方そのものってことなんですけどね。

司会 本日はどうもありがとうございました。

(司会・文責＝藤崎圭一郎)

Gallery Talk

DRAFT: Branding & Art Directors

Satoru Miyata, Yoshie Watanabe, Ryosuke Uehara

At Satoru Miyata's talk sessions, Q&A time is always interesting. In tandem with this exhibition, four Gallery Talks were held. On each occasion, the second half was devoted to a Q&A session of more than 30 minutes. The following are excerpts from one such session.

Q1 Mr. Miyata, I read your *Dezain suru na* (Don't Design) and I had the impression that you're a person who never wavers. Are there times when you do waver?

Miyata I don't waver about how something should be, but I'm always wavering when it comes to what to do. When I begin a job, first I think of its landing point – how the brand at hand should be several years, or even 20 years, down the road. In my case, I search for words. In some cases it's a single phrase, at other times I write a longish passage. When I find the crystal-clear words I'm looking for, they can have staying power for 10 or 20 years. With words in vogue, though, their lifespan is less than six months – which means having to start the search all over again, which would cause trouble for the entire staff. When I agonize at that initial stage, there's no longer any wavering about how the brand should be; but when it comes to what to do with what lies immediately at hand, that's something I'm always wavering over. So yes, I'm forever wavering.

Q2 This spring I'll be starting at Tama Art University, following in Mr. Uehara's footsteps studying textile design. Mr. Uehara, what kind of student were you? Also, please tell me anything you feel I should do while I'm a student for my future benefit.

Uehara I failed my entrance exams two years running, I really wanted to study graphic design, and I wanted to go to Tokyo University of the Arts, so I sort of fell by the wayside. All I did was draw and draw. So you see, my student years won't serve as anyone's point of reference. But as far as textile design goes, I largely sought to know about shape and color and material, and in those areas I gained confidence. After I started working, I came to appreciate what I'd studied.

Q3 Ms. Watanabe and Mr. Uehara, when you create products for D-BROS, how do you

come up with your ideas?

Uehara Let me give you a specific example. In the case of our mirror cups and saucers, we began by rolling the mirror into a tube, setting it down in front of us, and then discussing what we could make from it. To begin, something graphic, or even a book, would have served the purpose.

Watanabe Things most often get started by Mr. Uehara, and then the two of us generally talk, throwing ideas back and forth at each other until we come up with a design.

Uehara Reflecting a pattern in a mirror is simple as far as an idea goes. The point in working up a design is to make sure that it's not just the idea that ends up standing out.

Q4 Ms. Watanabe, please tell us something about your views on being an art director.

Watanabe I don't really understand just what it means to be an art director. I think of myself as a designer. I take up a job with a desire to create something precious – something that's precious to me, and that will be precious to someone else, too. I once read in a magazine what the Italian architect / designer Ettore Sottsass told. "Design," he said, "is an act like giving flowers to someone you love." Those words resonated in me very much.

Q5 Mr. Miyata, earlier you talked about not wavering because what should be done is decided. Though you speak of "what should be done," I imagine there are times when the client company finds it hard to take the plunge. How do you go about bringing the client to deciding to go with your idea?

Miyata I think it's important to get totally involved. You mull the matter over with the client, together. If there's something they don't understand, you go together and ask a technical expert, or visit the factory. Gradually the client no longer has the sense that you're just someone being outsourced, and a sense of solidarity with the staff emerges. It's then that the client will inevitably move in your direction.

Q6 Please tell us what hobbies you enjoy, apart from your design work.

Uehara Lately, my pets, I guess. I have a dog and a cat. Besides that, I go to the movies and

listen to music – though I'm not sure you could call those hobbies.

Watanabe I think Mr. Uehara's greatest pastime is probably "thinking." He often talks to me showing me notes on which he'd written his thoughts about something. What he talks about is often abstract, and as I'm listening I often find him interesting for thinking that what he's talking about is interesting. (laughter)

MC What kind of things does he talk about?

Uehara As an example, the thought recently occurred to me that the relation of the solar system is similar to human relations or relationships relating to making things. The Big Bang occurred, particles scattered, then they solidified to form stars, after which the planets came to revolve around fixed stars. That process is similar to something happening that gives birth to an idea, then your general notion takes shape, and finally things go smoothly centered on that. When you arrange flowers, to begin there's nothing in the vase, on the tray, etc. But as you add one flower after another, at one point it comes to look like a well-ordered whole, giving birth to relations. It's similar to that, too.

Watanabe In my case, I'd say the job I'm working on at the moment is my hobby.

Miyata My hobby is golf. I go to the golf course every weekend, and in many instances it's acquaintances I've made there that led to work. Deep down, part of me has always thought of work as my hobby. When work becomes work, you can't make much of a living. It's better when work is your hobby. That's the secret to being president of a company. If everything becomes work, you can't come up with anything creative. Those of us who create advertising – say a TV commercial – can state our opinion to millions of people. That's why I don't want to do advertising for a product I don't like. Why should you push, to millions of people, a company that you think the world has no need for? I want to associate only with companies or products that I think are good. And it's because I think that way that what I do goes beyond just work. That's why I can say it's my hobby. It's my very way of life.

MC/text editor: Keiichi Fujisaki



Invitation to Contemporary American Prints: Works from the Collection of the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA)

アメリカ現代版画への招待：CCGA現代グラフィックアートセンターコレクションより

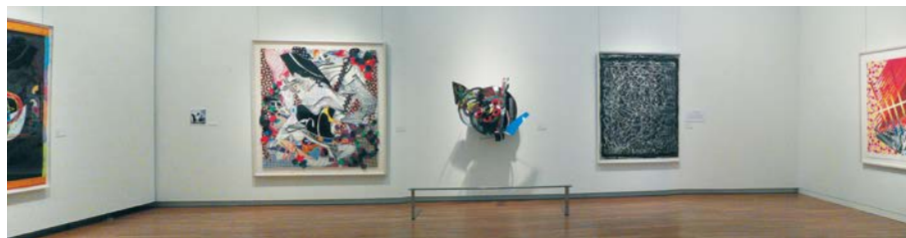
CCGAではアーカイブ事業や展覧会事業のほかに、文化面での社会貢献を館内外にかかわらず広く行うことを目的として、他施設からの作品貸出依頼に応じている。通常は、他美術館で行われる各種展覧会での出品作品の一部として、CCGAで収蔵しているタイラーグラフィックス・アーカイブコレクションの版画作品や、DNPグラフィックデザイン・アーカイブのポスター作品などを貸し出しているが、2008年には富山県の砺波市美術館にて、タイラーグラフィックス・アーカイブコレクションを大々的に紹介する展覧会が開催され、15作家60点を貸出展示した。また展覧会開幕となる11月8日には、CCGA学芸員による、アメリカ現代版画とタイラーグラフィックスについて紹介する講演会とギャラリートークが開催された。

「アメリカ現代版画への招待：
CCGA現代グラフィックアートセンターコレクションより」
会場：砺波市美術館（富山県）
会期：2008年11月8日～12月14日
主催：砺波市美術館、読売新聞北陸支社、美術館連絡協議会
協力：(財)DNP文化振興財団



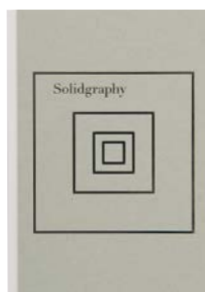
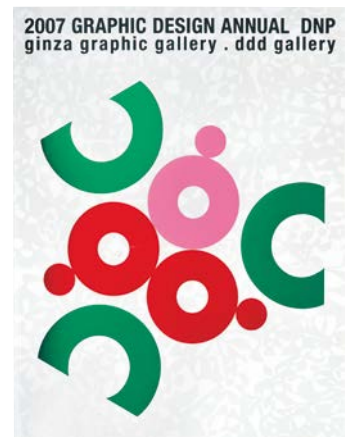
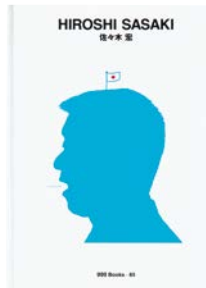
CCGA, in addition to its archiving and exhibition activities, also accommodates requests from other facilities to borrow works in its collections, as a way of undertaking broad contributions to society through culture both within and beyond its own facilities. Normally, the works that CCGA lends for inclusion at exhibitions at other art museums consist primarily of prints in its Tyler Graphics Archive Collection and posters in the DNP Graphic Design Archives. In 2008, a showing of works in the Tyler Graphics Archive Collection was held on grand scale at the Tonami Art Museum in Toyama Prefecture, for which CCGA loaned 60 works by 15 artists. In conjunction with the exhibition's opening on November 8, a CCGA curator gave a presentation and led a Gallery Talk introducing Tyler Graphics in the context of contemporary American prints.

"Invitation to Contemporary American Prints:
Works from the Collection of
the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA)"
Venue: Tonami Art Museum (Toyama Prefecture)
Dates: November 8 - December 14, 2008
Organizers: Tonami Art Museum,
The Yomiuri Shimbun Hokuriku Branch Office,
The Japan Association of Art Museums (JAAM)
Cooperation: The DNP Foundation for Cultural Promotion



Publications 2008–2009

出版活動



- ggg Books 84 前田ジョン
- ggg Books 85 佐々木宏
- ggg Books 86 平野敬子
- ggg Books 87 M/M(Paris)
- ggg Books 88 ネヴィル・ブロディ
- 杉崎真之助『ソリッドグラフィ』／
高橋善丸『情感のあるタイポグラフィー』
dddギャラリー第165回企画展 Graphic West「真and/or善」展

- ggg Books 84 John Maeda
- ggg Books 85 Hiroshi Sasaki
- ggg Books 86 Keiko Hirano
- ggg Books 87 M/M(Paris)
- ggg Books 88 Neville Brody
- Shinnoske Sugisaki: Solidgraphy/
Yoshimaru Takahashi: Emotional Typography
ddd gallery 165th Exhibition, Truth And/Or Virtue



- DNPグラフィックデザイン・アーカイブ
CREATORS FILE—グラフィックデザインの時代を築いた20人の証言
Interviews by 柏木博

- DNP Archives of Graphic Design
Creators File—Testimonies from Twenty Pioneers of the Graphic Design Era:
Interviews by Hiroshi Kashiwagi

ginza graphic gallery Special Event

『ネヴィル・プロディ：ggg Books—世界のグラフィックデザイン88』出版記念トークイベント BRODY@ggg

ネヴィル・プロディ



ネヴィル・プロディ このような出版機会を与えてくださったgggに感謝いたしております。

私の事務所リサーチ・スタジオはかつてリサーチ・アンド・ディベロップメントという社名でやっていました。しかしディベロップメント、開発と呼べるほど人材が多くなかったため、ディベロップメントは落としてリサーチだけ残しました。

私のほとんどの仕事内容は言語、タイポグラフィが主なものです。特にこの言語では、人々が考えるとき、その気持ちをオープンにさせるように心がけています。広告ですとかブランディングは、やはりお客様の反応をしっかりとらえていなければ、私たちのやった作業というものは失敗に終わるはずで、それをオープンにすることによってできる限りそのダイナミックさを引き出そうと努力しています。

こちらは私が数年前にモスクワでやった展覧会の作品です。どなたかアレクサンドル・ロトチェンコをご存じですか。彼は私にとってヒーロー的な存在です。100年近く前、「ロシアの夢」と言われたデザイナーで、パワフルで現代的な作品を生み出しました。

世界各国で仕事をしておりますが、95%ほどはイギリス国外の仕事です。実は日本でもかなり多く手がけてきました。

これはOneキャンペーンといいまして、アメリカで手広くやっております慈善事業の一つ。この事業はお金を集めようという趣旨ではなくて認知度を上げようというものです。世界のエイズ、もしくは貧困に苦しむ人々に対してもっと力を注ぐことはできないだろうかという内容です。

私たちはタイポグラフィを使って非常に数多く実験を行っています。こちらの作品はロンドンの文化センター（ICA）に収められた作品です。私はよく、現代におけるアイデンティティとはなんなのか、もしくはアイデンティティというものを取り除いたときはどうなのかということを謳って作品にしています。私は人々を観察するときに、人々から醸し出される詩的な

ものを探します。文化、言語によってやはり何かしらのパターン化がなされる。そのプロセスを経て一つのものに導き出すわけです。こちらを見ていただきますと数字ですとか句読点、もしくは人物像が描いてありますが、これを私はビジュアル・ポエトリーと呼んでおります。

こちらの作品は、先ほどお見せしましたICAで行われたものですが、若手のアーティストによる展覧会で、アプローチを変えてみました。展覧会のタイトル「ベックス・フューチャー」、これをどうやったらアイコン的、象徴的なものにできるかということで、よく見ていただきますとレタリングの中にアーティスト一人ひとりが出てくる。各アーティストがいわばアイコン的存在となるようにできています。

私たちはまた、コミュニケーションの中に流れるドラマを常に意識しております。アルフレッド・ヒッチコックはとてもいい例だと思うのですが、彼は物語の中でいかに「何も語らないことを語っているか」を工夫しているところに私たちは感銘しました。ストーリーというものはあまり伝えすぎてしまうと、視聴者は見なくなってしまう。ドラマ性を生み出すためには、そのコントラストをいかに、どれぐらいの具合で出のがいいのかということにも気を使っています。

興味深いのはこの20年間ぐらいの間に、アナログがデジタルになりました。そこからまた私たちはアナログに戻ろうとしているのです。仮に印刷界をアナログ的と言うならば、印刷というものはやはりすばらしい空間だと思います。『タイムズ』紙、こちらは世界で最も古い新聞といわれていますが、2年ほど前、タブロイド版に縮刷されたのを契機に、彼らからデザインを変えてほしいというお話をいただきました。これはチャレンジだと思ったのは、この新聞を誰にも気付かれないようにがらりとデザインを変えてほしいと言われたことです。クリエイティブな人間にしてみれば、ショックとしか言いようがない要請ですよ。そこでふと気付いたのは、デザインというものはかつて

公益デザインの一つでしかなかった。それがいつの間にか個人のものになってしまったということでした。ロゴやレイアウトなどに変更を加えましたが、新しい新聞にはやはりインパクトもなければいけないということでこのようなフォントになりました。実際に使われる文字というものは非常に数が多いのですが、それもすべて創り出しました。ああ、漢字じゃなくて良かった。本当にどうやって皆さんは漢字を覚えるのでしょうか。驚きです。

サックとですが、『FUSE』という言語的な実験を行っている作品をお見せしたいと思います。FUSEとは、アーティストやデザイナーにアルファベットを使って“ビジュアル・ミュージック（視覚音楽）”を創り出してもらう試みです。フリーフォーム・タイポグラフィと呼んでいるアプローチですが、書かれた言語は、そこからコンテンツを取ったら何が残るのだろう。また、言語は人と人との間に結ばれている契約だと思っています。ですが、あえて抽象的にとらえるならば、文字というものはいろいろな組み合わせがあるわけであって、そうするといろいろな言語も生み出せるのだと思います。そういう意味で言語というものは“可能性”だと考えております。

私は今、文化がこの25年間ぐらい凍結した状態にあると思っています。銀行がもつシステムが破綻しました。信じてきたものが本当ではなかったのです。そういう意味で、私たちは未来のために新しい世界をもう1回作らなければいけない義務があります。平和、愛、もしくは進歩、革命といった、もう使わなくなった言葉を再確認する必要がありますし、リスクというものに挑んでいかなければいけない。ルールは破ってもいいのだと自分に許可を与えてください。安定というものに甘んじてはいけません。そして隣人を愛する。愛というものをしっかりとらえなければいけないと思います。



1



2



3



4

ginza graphic gallery Special Event

Neville Brody New Book Launch and Talk BRODY@ggg

Neville Brody

Neville Brody First of all, I would like to thank ggg for giving me the opportunity to publish the book on my work.

My studio, Research Studios, was originally called Research and Development, but we realized we didn't have enough people to do the development, so we stayed with Research, focusing on the brain and the creative.

A lot of our work focuses around the idea of language, especially written language, typographic language and the idea that language is used to control the way we think. We work in such a way that we are using language to open people's minds. This means that we often end up in a very abstract or ambiguous space. We like to treat communication as a dialog, where we create the beginning of a piece of communication that is then only completed by the person who is looking at it.

Advertising and branding relies on the idea that you must have a specific response, it has to control your reaction, otherwise the product fails. But we are trying to engage in an open thought process and actually have a dynamic connection.

This is from my exhibition in Moscow a couple of years ago. Do any of you know the work of Alexander Rodchenko? He was a constructivist and a hero of mine. His work was begun around 100 years ago and not much has been invented in design since then. He was part of the Russian dream working in both very constructive and very abstract ways.

We have done a lot of different projects round the world. I would say that 95% of our work is done outside the U.K. We have actually done a lot of projects here in Japan over the years.

This is the One campaign, which is probably the largest charity and lobby effort in the U.S. right now. It's not about raising money. It's about raising awareness, which is something that we are, I think, very sympathetic toward. The One campaign is pressuring governments to give more focus and energy to helping eradicate AIDS and poverty around the world.

This piece was a joint mural for a major cultural center in London called the ICA. A lot of my work, focuses around the idea of identity and loss of identity in the modern city. I look for a kind of poetry in watching people

and watching groups of people, with the idea of pattern linking, the idea that there is coincidence, cultural codes and languages that are in a constant process of shift and change. Numbers, punctuation, and human-figure symbols are all used in what I call visual poetry, typographic poetry.

A lot of work we do, actually, is for cultural institutions. But we try to approach this in a different way. This is for an exhibition every year of young artists, again at the ICA. We took the name of the show, which was Beck's Futures, and created an icon out of the lettering, which is barely readable. The icon then became a window to each one of the artists. So each artist became an icon. We are always trying to be aware of the drama within communication. So we tend to think about scale, crop, focus and how much of a story is within the frame. Alfred Hitchcock worked best on what he didn't tell you rather than what he did tell you in a story. I think if you tell too much of a story you exclude the viewer as participant.

I think it's interesting: analog to digital and then back to analog is the curve we have done in the last 20 years. Digital publishing, digital experience, has changed our whole behavior in the analog print world. And we developed an easy grid for all the work to fall into. So I think print is an absolutely fascinating space again.

The Times newspaper, which is the oldest newspaper in the world, approached us about two years ago to redesign their paper. They had reduced from a large broadsheet size to a tabloid size overnight but hadn't changed their design at all. The challenge that we had was that the newspaper said, "We want you to completely redesign the paper, but we don't want anyone to notice." For a designer or any creative person, the idea of doing something where nobody knows what you have done is a shock. It made us realize just how much ego we invest in the work that we do. Design used to be a public service. It used to be strictly for public support. And it is only in recent times that it has become more or less just a personal expression.

We brought urgency, readability and impact to the different fonts that we designed for the newspaper. The complete set, which we applied to all the different weights, is a huge amount of characters. Thank God it's



not in Kanji! I don't know how you guys manage.

This is part of our ongoing experimentation laboratory in language, called FUSE. It's a box that used to contain a floppy disk and four posters. FUSE is about asking artists and designers to use the alphabet as a way of creating visual music. Coming right to the beginning of what I was saying in this presentation, which is looking at the possibility of written language after you have taken the words out, the content. And we call this approach free-form typography.

The other thing is that we think of an alphabet as a fixed entity, but language is a contract between two people. If you take that in a very abstract way, you can create an unlimited amount of alphabets and new language to express all the other things we can't express. Language is about possibility.

I come from what I would call a revolution generation, and that is shared by a lot of artists that believed that the work we were doing was actually for society and could help society improve. Certainly, in the U.K. and in the U.S. this was replaced about 25 years ago by Thatcher and Reagan with something where culture was about shopping and not thinking. Most designers that I have worked with since then have been from what I call the "comfort and prestige generation." They think design is about an easy job and quick celebrity.

I think culture has been in the deep freeze, in hibernation, for 25 years. With the collapse of the banking systems, this is over. It's actually the beginning of a brand-new period of possibility. The things we believed in weren't real. When was the last time you saw an idea that was really dangerous? I think we are in a pretty much an amazing period now of possibility of change, of exploration, of personal expression. We are able now to think in terms of words we don't use anymore, like peace, love, progress, and revolution.

The thing is that the future we have created for our children is no longer a hopeful one. We have a duty to create a new world again. We have to remember how to take risks and give ourselves permission to break the rules again. We have to embrace our fellow man. We have to embrace love. We have to embrace uncertainty. And we have to do what Apple proposed to do, which is to think differently.



1. Exhibition Poster, Moscow
2. ICA, "Beck's Futures"
3. One Campaign, "Make Poverty History"
4. FUSE 1, "Invention"
5. The Times



アーカイブ事業

Archiving

「田中一光アーカイブ」目録作成の現場に立ち合っ

臼田 捷治

デザインジャーナリスト

すぐれた制作活動と並行して、ギンザ・グラフィック・ギャラリーの監修など、グラフィックデザインを取り巻く基盤づくりにおいても抜きん出た指導力を発揮された田中一光氏が逝ったのは2001年1月。日本および世界のデザイン界が深い喪失感に沈んだ巨星の急逝から7年余を経た昨2008年に、財団法人DNP文化振興財団への作品一括寄贈を決断された田中氏の令妹である鬼澤節子さんとご主人のグラフィックデザイナー・邦さん夫妻との共同作業で、田中一光アーカイブ寄贈目録の作成が着手された。

財団の平山好夫さんの入念な事前調査を経て、同年7月、田中氏が1999年に新築移転した最後の仕事場、南青山の田中一光デザイン室での目録づくりがスタートした。関わったメンバーは、財団から平山、尾澤あすささん両氏が加わり、ポスターと関連資料類担当、書籍・雑誌担当の2班総8名での進行となったが、私は監修者的な立場での参加で、主にポスター・版画、関連資料等を受け持たせていただいた。不世出のデザイナーの創作活動の足どりをまのあたりにすることのできる、願ってもない機会であった。

青山の事務所内はすみずみに田中氏の美意識の反映が体感できて、常に身が引き締まる思いだった。アーカイブ資料の大半は地階室に設置された括り付けの収納棚に保管され、ポスター、版画、原画等の作品類、校正刷り、版下、デザイン見本、賞牌、写真・映像記録等の関連資料類を始めとし、デザイン・写真・建築関係の書籍と雑誌、展覧会図録等々の資料がひしめいていた。また、内外のデザイナー達から寄せられた寄贈作等、質量ともに膨大であった田中氏の仕事の集積とクリエーションへの熱い想いに加えて、多岐にわたる友人達との交歓、単なるデザイン界に止まらぬ交流の豊饒な歩みがたしかな感触をともなって伝わってきた。その他に1階のミーティングルームのデザイン作品集、ADCやJAGDA、イラストレーション年鑑類、2階のデザイン制作室には田中氏やスタッフ達の仕事机、パソコン、カラービューアー等、制作途中のポスター、色見本、用紙見本、さらに、日常の仕事の進行半ばの姿で、食や料理等の大量な資料が置かれていた。最上階3階、田中氏のプライベートな空間には、日本と東洋の伝統美術や書、古典芸能等に関わる豪華本を中心として、さらに氏のライフワークでもあるSABIE（「茶美会」）の茶道具類の数々が残されていた。これらの資料からは、琳派などの伝統的意匠美との深い親和が象徴するように、生前の田中氏のデザインの特徴である、モダニズムデザインへと洗練され、定着されることとなる重層的な「和」の精華が、揺るぎない精神的なバックグラウンドとなっていたことを感受できて興味尽きない。

目録作成はこうした膨大な資料を、デザイン室の保管棚に付した棚番号に沿って1点ずつ撮影し、そのつどパソコンにデータを打ち込むという、資料の記録をこつこつ積み重ねる作業の連続であった。なお、アーカイブの目録作成に当たって留意したのは、田中氏が生前着手されていたと思われ

るデザイン室各フロアーの資料配置と分類、構成を損なうことなくそのまま踏襲することであった。言い換えると、氏が半世紀にわたって営々と築いた世界を、新しい移転先において忠実な再現を可能とする目録づくりであった。

私はデータ入力がほぼ終了した9月末に現場から離れさせていただいたが、錯綜するデータの整合と作品類の分別、梱包、搬出などの作業はこの後も継続した。そして、12月初めに現代グラフィックアートセンター（CCGA、須賀川市）への収蔵がとどこおりなく終了。延べ5ヶ月にわたる取り組みを経て、一連の作業は無事終了し、鬼澤節子さんにも当地で確認していただくことができた。

地味で根気のいる作業ではあったが、それらをとおして痛感したのは、田中氏の創作プロセスの奥の深さと活動の広がりであった。最終的にまとめられた精細な田中一光アーカイブの寄贈目録はA4判514ページ、総項目数で10万件を優に超えるものとなった。このうち、傑作である「第八回産経観世能」や「Nihon Buyo」を含むポスターおよび版画のフルセットはポスター1349点、版画160点、総1509点にのぼる。とりわけ、前者の圧倒的な数字は世界のデザイン史上屈指のポスター作家であることを如実に示している。この想像を超える件数からも明らかなように、半世紀をかけて紡がれた田中イズムの類なき恩沢をどう受け止め、どう次代に伝えていくべきか……。私たちに課せられた重い宿題だといってよいだろう。

ひとつ報告しておかなくてはならないことがある。作業も終盤を迎えていた11月5日に、温かなまなざしで見守ってくださっていた鬼澤邦さんが病に倒れて帰らぬ人となった。痛恨事だったが、つつがなく決まりが付いたことを彼の世で喜んでおられるに違いない。

Cataloguing The Ikko Tanaka Archives

Shoji Usuda

Design Journalist

It was in January 2001 that Ikko Tanaka passed away. In parallel with his superb creative activities, in his supervisory capacity at ginza graphic gallery as well as through other involvements Mr. Tanaka exercised truly outstanding leadership in establishing a solid base upon which graphic design could thrive in Japan. In 2008, more than seven years after the sudden demise of this great luminary – a passage deeply mourned by designers and design aficionados both in Japan and worldwide – Mr. Tanaka's sister, Setsuko Kizawa, donated the entire body of her brother's works to the DNP Foundation for Cultural Promotion. In collaboration with Ms. Kizawa and her husband, graphic designer Kuni Kizawa, a project was launched to catalogue the works contained in what is now known as The Ikko Tanaka Archives.

Following a meticulous preliminary survey by the Foundation's Yoshio Hirayama, the cataloguing project got under way in July 2008 at Mr. Tanaka's design studio in Minami-aoyama, where he relocated in 1999. In all, eight members took part, including Mr. Hirayama and Azusa Ozawa, also of the Foundation. The participants were divided into two groups: one in charge of posters and related materials, and the other in charge of books and magazines. I served in a supervisory function, my assigned area being posters, prints, related materials and such. Being able to trace the path of this peerless designer's creative activities firsthand was truly a golden opportunity.

In Mr. Tanaka's studio I was able to perceive, all around me, the manifestations of his sense of beauty, instilling me with a constant feeling of humble admiration. The bulk of the archives material was stored on built-in shelves in the basement, the various materials all packed in tightly: works including posters, prints and original drawings; related materials such as proofs, camera-ready art, design samples, awards and medals, photographs and visual records; books and magazines on design, photography and architecture; exhibition catalogues; and so on. There were also works presented to Mr. Tanaka by designers from both Japan and abroad. From these I got a clear sense not only of the enormous size and quality of Mr. Tanaka's body of work and his passion for artistic creation, but also of his expansive network of friends and associates and the rich wealth of his interactions transcending the realm of design. On the ground floor, his meeting room contained design anthologies, the Tokyo ADC and JAGDA annuals, illustration yearbooks and the like. On the second floor, in his actual design studio were his and his staff's work desks, computers, color viewers, unfinished posters, color samples, paper samples, plus a large volume of materials on food, cooking and such that he would often leaf through while working.

In Mr. Tanaka's private space up on the top floor were left his deluxe editions of books on traditional Japanese and Oriental art, calligraphy, the classical performing arts, etc., as well as numerous SABIE tea utensils – another endeavor to which he devoted his creative life. As his deep familiarity with traditional beauty of design – the Rimpa school, for example – symbolizes, from these materials we can perceive how the quintessence of multilayered "Japaneseness" which became refined and firmly established as modernism, the characteristic feature of Mr. Tanaka's designs, formed the constant spiritual backdrop to his work. This is a revelation of enormous interest.

The cataloguing was carried out by photographing, one by one, this huge body

of materials, proceeding according to the numbers affixed to the storage shelves in his design studio. For each photograph taken, the relevant data was entered into computers, resulting in an ongoing and methodically accumulated record of the materials. A point to which great attention was paid during the archiving work was to follow precisely the layout, categorization and composition of the materials on each floor of his studio, which we assumed Mr. Tanaka had arranged himself. The cataloguing process thus enabled us to faithfully reproduce at its new venue the same world that Mr. Tanaka had assiduously forged over the course of a half-century.

I remained on the site until the data entry work was nearly completed in late September, but even after that the work continued: coordinating conflicting data, dividing the works into categories, packing them, collating them in preparation for shipment, etc. It was then in early December that the move – to the Center for Contemporary Graphic Art (CCGA) in Sukagawa, Fukushima Prefecture – was undertaken and our task brought to a successful conclusion. The project had taken five months in all, and once it was completed without any problems, we were able to have Setsuko Kizawa perform the task of confirming its completion on-site.

While our duties had been methodical and demanded great patience, I came away with a keen sense of the profundity of Mr. Tanaka's creative process and the breadth of his activities. Ultimately the finely detailed catalogue of works donated to The Ikko Tanaka Archives reached 514 full-size pages containing well over 100,000 items. Included were 1,349 posters, including such masterpieces as "Sankei Kanze-Noh Vol. 8" and "Nihon Buyo," and 160 full sets of prints – 1,509 items in all. The overwhelming number of his posters, especially, vividly demonstrates that Ikko Tanaka was a poster artist on a scale rare in the history of design worldwide. And as this unimaginable wealth of works clearly suggests, how to receive and pass on to the next generation the unrivaled blessings of "Tanaka-ism" woven over the course of a half-century, is a weighty task to which we have been assigned.

One footnote needs to be mentioned. On November 5, 2008, just as the work was nearing its end, Kuni Kizawa, who had watched over the project with a warm gaze, passed away after an illness. Although without doubt he must have regretted not seeing the work through to its completion, he is surely pleased to see, from that other world, that the project was finished without a hitch.

DNP Graphic Design Archives

DNPグラフィックデザイン・アーカイブ

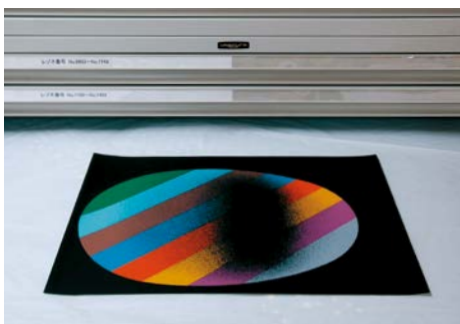
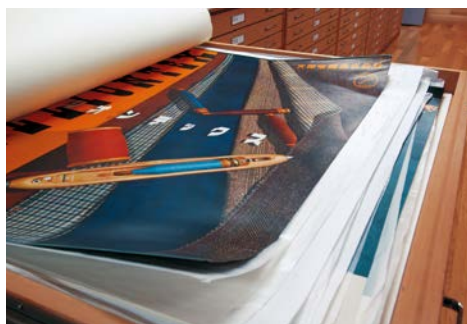
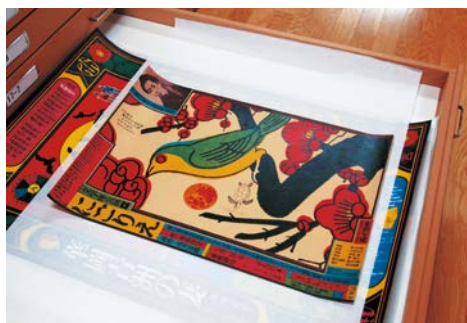


財団法人DNP文化振興財団は、2000年に「DNPグラフィックデザイン・アーカイブ」を設立し、歴史的に優れた作品の収集・保存・整理を行ってきました。この活動の目的は、世界的に必要性の高まるアーカイブへの期待に応えるとともに、広く情報発信を行い、グラフィックデザインの発展向上に寄与することです。具体的には、ポスターを主体とするグラフィックデザイン作品と関連資料の収集・保存、コレクションのデータベース化とWeb上での公開、コレクションによる展覧会開催、および主要美術館、教育機関等への貸出、グラフィックデザインに関する調査・研究等を行っています。現在のコレクション数は、作家63名、ポスター約7,250点。また、昨年は「田中一光アーカイブ」として、田中一光氏のポスターをはじめ、約10万点にわたる作品、資料を、ご遺族より寄贈いただきました。コレクション普及の展覧会活動としては、2006年ドイツのディ・ノイエ・ザムmlung美術館を皮切りに、2007年末まで、「Japanische Plakate – heute (今日の日本のポスター展)」を、ヨーロッパ各国の6つの美術館で巡回。また、今年1月には、アーカイブ作家の作品を展示した「きらめくデザイナーたちの競演展」を開催しました。

In 2000 the DNP Foundation for Cultural Promotion established the DNP Graphic Design Archives and began collecting, preserving and collating graphic design works of historical significance. The aims of these activities are twofold: to respond to the expanding need, worldwide, for such an archive; and to disseminate related information broadly as a way of contributing to the development and advancement of graphic design. Specifically, the Foundation collects and preserves graphic works – especially posters – and converts this body of works to an online database. It also organizes exhibitions of the collected works, lends works to noted art museums, educational institutions and the like, and undertakes research and investigations pertaining to graphic design. The collection currently contains roughly 7,250 posters by 63 designers. In 2008, the Foundation also received some 100,000 items – posters and other works and related materials – from the family of the late Ikko Tanaka, now collectively known as the “Ikko Tanaka Archives.” To win broader recognition of the DNP Graphic Design Archives collection, in 2006 through 2007 a show titled

“Japanische Plakate – heute” was mounted for show at six art museums in Europe, starting with Die Neue Sammlung in Munich. In January 2009 an exhibition titled “Brilliant Rivalry” was held at ggg showcasing works by outstanding designers in the Archives.





収蔵作家

青葉 益輝	秋田 寛	秋月 繁	秋山 育
秋山 具義	浅葉 克己	新井 苑子	栗津 潔
五十嵐 威暢	伊藤 憲治	宇野 亜喜良	蝦名 龍郎
太田 徹也	大橋 正	葛西 薫	勝井 三雄
上條 喬久	亀倉 雄策	河村 要助	河原 敏文
木田 安彦	北川 一成	木村 勝	木村 恒久
清原 悦志	K2	小島 良平	佐藤 可土和
佐藤 晃一	U.G.サトー	佐野 研二郎	澤田 泰廣
下谷 二助	新村 則人	鈴木 八朗	副田 高行
タイクーングラフィックス		田中 一光	戸田 正寿
永井 一史	永井 一正	中島 英樹	仲條 正義
中村 誠	灘本 唯人	新島 実	服部 一成
早川 良雄	平野 甲賀	福島 治	福田 繁雄
松永 真	三木 健	宮田 識	矢萩 喜從郎
矢吹 申彦	山形 季央	山口 はるみ	山本 容子
湯村 輝彦	横尾 忠則	吉田 カツ	若尾 真一郎

Artists List

AOBA Masuteru	AKITA Kan	AKIZUKI Shigeru	AKIYAMA Iku
AKIYAMA Gugi	ASABA Katsumi	ARAI Sonoko	AWAZU Kiyoshi
IGARASHI Takenobu	ITOH Kenji	UNO Akira	EBINA Tatsuo
OHTA Tetsuya	OHASHI Tadashi	KASAI Kaoru	KATSUI Mitsuo
KAMIJYO Takahisa	KAMEKURA Yusaku	KAWAMURA Yosuke	KAWAHARA Toshifumi
KIDA Yasuhiko	KITAGAWA Issay	KIMURA Katsu	KIMURA Tsunekisa
KIYOHARA Etsushi	K2	KOJIMA Ryohei	SATO Kashiwa
SATO Koichi	SATO U.G.	SANO Kenjiro	SAWADA Yasuhiro
SHIMOTANI Nisuke	SHINMURA Norito	SUZUKI Hachiro	SOEDA Takayuki
TYCOON GRAPHICS	TANAKA Ikko	TODA Seiju	NAGAI Kazufumi
NAGAI Kazumasa	NAKAJIMA Hideki	NAKAJO Masayoshi	NAKAMURA Makoto
NADAMOTO Tadahito	NIJIMA Minoru	HATTORI Kazunari	HAYAKAWA Yoshio
HIRANO Kouga	FUKUSHIMA Osamu	FUKUDA Shigeo	MATSUNAGA Shin
MIKI Ken	MIYATA Satoru	YAHAGI Kijuro	YABUKI Nobuhiko
YAMAGATA Toshio	YAMAGUCHI Harumi	YAMAMOTO Yoko	YUMURA Teruhiko
YOKOO Tadanori	YOSHIDA Katsu	WAKAO Shinichiro	

国際交流事業

International Exchange

日本のグラフィックデザインとアートの未来

ジャン・カルロ・カルツァ

ヴェネチア大学東アジア美術史教授、国際北斎研究センター（ミラノ）所長

私がチューリッヒのデザイン美術館で現代日本ポスター展を手がけたのは、今から30年前のことである。日本のグラフィックデザイン界において重要な4名のデザイナー、亀倉雄策、永井一正、田中一光、横尾忠則の熱い支持と協力を得て実現した。

その4年前、日本のポスターに関心を持ち始めた私に、亀倉氏が彼のアトリエで最新の作品を見せてくれた。そして私は恋に落ちた。その記号や色彩の豊かさに、心の琴線に触れる絵と言葉の調和に、すっかり心を奪われた。伝統的にしてまったく今日的なもの、同時にすでに未来に向けているものと感じられたのだ。

日本のポスターの美が今もって私にもたらし続ける感覚は、どこか陶酔に似ている。ポスターを目の前にして私は、眼前にある視覚的なものを超越し、生のさまざまな意味に満ちた空間へと連れ去られるかのような感覚に襲われる。言葉と絵、概念と見ることとの間にあって、私の知覚を刺激し増強するのである。

いったいどうしてポスターが、かくも大きく深い感覚を私に与えるのか。アート表現以上に、ポスターこそが強力な美的メッセージをつくり出していると思われるのはなぜだろうか。

私は日本の版画をめぐる現象のことを思い出した。日本の名高い木版画、北斎などのように今日世界中で巨匠と仰がれる浮世絵師たちの作品は、もともと作品として賞賛されるものではなかった。それらは日本の風俗を知らせようとヨーロッパに持ち込まれた装飾的な絵だったのだ。

印象派、ポスト印象派、アール・ヌーヴォーの芸術家たちがそれを重要な作品へと変化させた。彼らはそこに、まだ存在しなかった現実のビジョンを読みとり、豊かな主題を認め、革新的な概念を見出したのである。彼ら自身、アカデミックな絵画の不動性や、形式だけを重視する気だった社会、もはや死んだも同然の物事の考え方に対して、審美面ではもちろん、倫理的にも激しく戦っていた。日本の版画が国際的な重要性を得たのは、それ以前には明瞭ではなかった、いや存在すらしなかった現実を伝えるものとして、価値を認められたからだ。その現実が浮世の文化であったのだ。日本のポスターはヨーロッパにおいて、かつて木版が果たしたのと同様の役割を果たすことができると、私は考えている。

今日のアートとアート市場のグローバル化システムは、かつてのアカデミズムと形式主義に照らし合わせることができる。グローバル化は、自分と異なる社会的・文化的現実との接触を容易にした。しかしそこにはリスクもある。一つには、相互の価値を深め合うことをせずに、他者の表現的感性を自分たちのそれに従わせようとする傾向である。あるいは自分のアイデンティティの塔に閉じこもり、他者とコミュニケーションすることなく、それぞれが自分の言葉だけを語る巨大なバベルを生じさせてしまう危険もある。

そうならば愛をもって自身の限界を超えようとすることもなく、接触が増えるにつれて各々がますます孤立し、互いの不理解を増すことになる。今日のアートが陥っている混乱状態は、現実とバーチャルとの境が曖昧さを増す社会の混乱を反映している。そこでは、伝達されるイメージは個別な現象の広告の一形式となる。ときにまったく純粋な広告として残るが、何の宣伝をしているかは理解できない。アーティストは現実の新たな感性を生みだそうというのではなく、ただ自分自身に向けて創作している。アートのもつ最大の危険は自己言及性に陥ることである。

それでは、アートとは何なのであろうか。それを定義するのは難しいが、その機能を定義することはできる。ある観点からは、科学（技術ではない）、あるいは高度の政治（公共の管理運営ではない）と同じと言える。つまり、新しい現実をつくりだす力、そして自分の作品を通じてその現実についての意識を人々に普及させることである。この意味において、今日アートと考えられているものの大部分は排除される。それらは、よくても既存の現実を解釈するにとどまり、よってすでに過去となったものを描写しているのであって、未来の建設にかかわるものではないのだ。

これはグラフィックデザイン、特にポスターには当てはまらない。ポスターが自己言及的になっては市場から姿を消してしまう。ポスターは依頼者の要求に応えなければならない。そして自身のメッセージを伝えるためには、社会の新しい傾向を解釈し先取りすることも必要とする。日本のグラフィックデザイナーには、彼らの祖先である浮世絵師たち同様に、伝統の力がある。だから日本のポスターは、今日その大いなる使命を失ったかに見えるアート自体にインスピレーションを与え得るのだ。

私はこの偉大なアートの様式（グラフィックデザイン）を紹介したいと思い、チューリッヒの後もさまざまなイベントを手がけることになった。昨年は建築ビエンナーレ開催中のヴェネチアで東京TDC展を開催できた。

このような流れを途切れさせないことが肝心である。いや、さらにこれを強め永続的なものにして、両国が相互に影響し合えるよう新しい橋を建設しなければならない。日本と、西洋文化の古くて新しい生みの母、イタリアとの間で。

Japanese Graphics and the Becoming of Art

Prof. Gian Calro Calza

Professor, East Asia Art History, Ca'Foscari University of Venice /
Director, The International Hokusai Research Centre, Milan

It's exactly thirty years now since I last took care of an exhibition focused on contemporary Japanese posters for the Museum für Gestaltung in Zürich, then called Kunstgewerbemuseum. It was the major show dedicated to posters ever organized and for the selection of the works I was supported with enthusiasm and helpfulness by four among the most influential names of the Japanese graphic art: Yusaku Kamekura, Kazumasa Nagai, Ikko Tanaka and Tadanori Yokoo.

I had fallen in love with Japanese posters as soon as I had begun to take an interest in them four years before, when Kamekura had taken me to his atelier at Maison Hirakawa to show me his latest works. I was absolutely amazed by that richness in colors and signs, by that eurhythmics of images and words which moved me deep inside, by that ancient tradition – and yet somehow topical – which I perceived as something already projected into the future.

The beauty of Japanese posters gives me a sensation which is similar to a sort of intoxication. In front of them I experience the feeling of finding myself in a space full of life meanings which are not a real thing yet, which seem to be outside the visual proposal in front of me, but which are taking shape. It is as though the experience of this birth meant new spurs and a deepening of my perceptive faculties between words and images, between concepts and visions. Why do posters excite so profound and strong effects? Why do I think that they can convey an aesthetic message in today's society even stronger than other "nobler" or more "esteemed" artistic languages in our contemporary world? At first I was unable to find an answer and wondered if there were similar experiences in the field of art which could suggest the comprehension of this phenomenon.

It occurred to me that a similar phenomenon had already happened between the second half of 19th century and the early 20th century, namely the phenomenon of Japanese prints. The well-known woodblock prints of the Rising Sun, the works by those who are today acclaimed worldwide as art giants, such as Hokusai, had no such reputation in those days. They were more or less decorative images which were supposed to explain Japanese customs to Europeans. In this capacity, to make one example, they were taken to the Netherlands in 1830 by Philipp-Franz von Siebold (1796-1866).

It were the impressionists, the post-impressionists, the Art Nouveau masters who eventually contributed to make them fundamental works of art. In fact, they were able to properly interpret them and read by way of them a yet non-existing new vision of reality, multifaceted subjects, and innovative concepts. It was to assert a similar reality that they were fighting a great ethical and aesthetic battle against the inactivity of the academic painting, against the respectability of a society which merely appreciated formal aspects, against a dying concept of things. The international value of Japanese prints to interpret a new type of reality not previously expressed, actually not previously existing, namely the Floating World society, descended from the recognition and the appreciation of their importance by Western artists. Personally I believe that Japanese posters can play in Europe a role similar to the prints in nineteenth century Paris' society.

Today's equivalent of yesterday's academism and formalism can be found in art's and art market's globalization systems. The globalization process has

actually enabled us to get in touch, more than ever before, with social and cultural worlds which are completely different from ones' own. But there are certain risks. On the one hand some currents want to standardize the sensitivity and tastes of the others according to their own personal ones instead of studying in depth the benefits of mutual qualities. On the other hand everyone retreat themselves into the ivory tower of their identity, notwithstanding the multiplicity of contacts and the richness in varieties within reach, thus leading to an absolute Babel where everyone speaks their own language without communicating with other people, without actually accepting to go beyond their own limits through love. In this paradoxical situation, personal isolation and individual incomprehension are bound to increase, although the number of human contacts is getting higher.

The chaos which present art has to face reflects the chaos of a society where the bounds between real and virtual are getting more and more indistinct. Where the image shown becomes a sort of mere advertisement of a specific phenomenon or remains pure advertisement one does not even know what of. It is an artist's exercise not toward the creation of a new sensibility of reality, but of himself alone. Here is the major risk of art: being self-referential.

So what is then art? Impossible to define, but perhaps her function is. From a certain point of view it coincides with science (not with technique), with high politics (not with the common welfare administration), which means being able to create a new reality and, through one's own work, spreading its knowledge among people who are willing to discover it. In this way the most part of what is considered art today remains left out because, at best, it limits itself to interpret a reality already existing in society and to describe it in a way which substantially resembles what already exists and consequently belongs to the past rather than to a future constructive action.

Not so graphics and posters, in particular. In fact posters cannot be self-referential, or they would disappear from the market. Posters are supposed to meet clients' needs just like the artists of the past, who had to comply with clients' requirements to convey their message, moreover they also have to interpret new social tendencies. Of course this does not include Japanese posters only, but also posters from every country. And yet, Japanese graphic artists, just like the old masters of the woodblock prints from which they descend, can boast a particular characteristic: the power of tradition. With this they can inspire not only the Western world but the very way of creating art, which seems today to have lost its great mission.

Hokusai Research Centre in Milan and lots of friends in Japan have therefore supported me in communicating this great form of art through many events. After Zürich a group exhibition showcasing 500 posters at Triennale of Milan in 1996; a one-man show of Ikko Tanaka at the Pavilion of Contemporary Art (PAC) in Milan the following year; a huge group exhibition at Palazzo Ducale of Genoa in 2005 with 600 posters and 65 designers; and the Tokyo TDC show in Venice during the Biennial of Architecture and Design last year.

It is fundamental that this current doesn't stop its course. It should be rather intensified and made permanent in order to create a new bridge linking the reciprocal influences between Japan and Italy, the old and modern mother of all Western cultures.

TDC 2008 New Graphic Design Japan

September 10 – November 2, 2008

TDC 2008 New Graphic Design Japan

2008年9月10日から11月2日まで、イタリアはヴェネチアのサン・ジョルジョ・マッジョーレ島に08TDC展が巡回しました。「TDC 2008 New Graphic Design Japan」と銘打った本展は、08TDC展作品に過去の実賞作品を加えた、日本から発信するユニークなタイポグラフィ、タイポグラフィック・デザイン、タイプデザイン作品のセレクションをイタリアに紹介する、貴重な機会となりました。オープニングに合わせてのセミナーでは、TDC会員で08TDC賞受賞者の一人でもある北川一成氏が、東京TDCの独自性や、現代日本のグラフィックデザインを通して日本人また日本文化の理解につながる話をしてくださり、現地オーディエンスの関心を最後まで惹きつけました。また、展覧会グラフィックは、同じくTDC会員である井上嗣也氏によるもの。蜂と亀をモチーフにしたポスターやバナーが、地中海の青い空と海に映える、とても効果的で印象的なグラフィックとなりました。

本展はチニ財団、国際北斎リサーチセンター、そして東京TDCの多大なるご協力によって実現することができた、DNP文化振興財団にとっての国際交流の最初の一步と言えます。

From September 10 through November 2, 2008, the Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008 traveled to the isle of San Giorgio Maggiore in Venice, Italy. Titled "TDC 2008 New Graphic Design Japan," the exhibition was a rare opportunity to introduce Italy not only to the works featured in the 2008 TDC show, but also to past award-winning works, which represented a selection of unique typography, typographic design and type design emanating from Japan. At the seminar held in conjunction with the exhibition opening, Tokyo TDC member Issay Kitagawa – winner of a 2008 TDC Prize – spoke on the organization's uniqueness and on how Japanese graphic design leads to an understanding abroad of the Japanese people and their culture, topics that kept Mr. Kitagawa's audience enthralled from start to finish. The graphics created for the exhibition were the work of Tsuguya Inoue, also a Tokyo TDC member. His posters and banners featured a tortoise and bees very effectively arranged against the azure blue backgrounds of the Mediterranean Sea and sky.

This exhibition – realized through close cooperation among the Giorgio Cini Foundation, the International Hokusai Research Centre and the Tokyo TDC – can be said to have marked the DNP Foundation for Cultural Promotion's first step in international cultural exchange.



研究助成事業

Research Support

21世紀の新しい「助成」活動にむけて—文化のサステナビリティの危機とその克服

前田 富士男

慶應義塾大学名誉教授、日本学術会議会員

澄んだ青空のもと、緑の芝生の庭先のむこうにライン川を望む一部屋。ボン大学のたくさんの学生寮のなかでも、景観に恵まれた場所に位置する寮である。ドイツでは「父なるライン／母なるドーナウ」と呼ばれるように、ライン川は力強い。水量が豊かで、流れも速い。出航はバーゼルだろうか、これからデュッセルドルフやオランダの河口ロッテルダムにむかう船は、かなりの速度で下流におりてゆく。しかし、これからローレライの岩を通り抜けてフランクフルトや上流にむかう船の速度は、まさに蝸牛の歩みに等しい。船倉をおおう広い甲板上で昼寝するイヌの表情もみえるほどだ。心躍るラインの夏の光景である。

若い未熟な一研究者として1975年8月、西ドイツ政府のドイツ学術交流会(DAAD)による私の留学生活はこうしてスタートした。むろん9月の冬学期開始までにこの寮を出なければならぬから、間もなくやってくる家族のために下宿を探さねばならない。何よりも美術史学研究所(美術史学専攻)でのこれからの研究環境など、不安な気持ちも打ち消しがたい。まして、留学のために神奈川県立近代美術館を退職してやってきた無職の者ゆえ、将来の見通しも立たない。だが、DAADはこの徒手空拳の貧しい研究者に対し、たんなる奨学金給付者の立場ではなく、より良い留学環境を配慮する視点からつねに相談に応じ、的確な支援を惜しまなかった。奨学金そのものは必要最低限の水準だが、研究や日常生活には支障がなかったから、研究には安心して専念できた。夏のライン川沿いの寮で始まった2年間の留学生活——私はこの地で、ささやかで素朴な経験ながら、研究助成という事業がいかに着実に見事に運営されるものかと驚き、そのありようを心に銘記した。

1. 「給付」から「競争的資金」へ

「助成」事業の対象は、研究者はもとより、教育者、芸術関係者、一般社会人などの個人、また法人や組織・団体も含むから、その範囲はひろい。事業者側もわが国でいえば、文部科学省・経済産業省や関連の諸機構、また地方公共団体・公企業などの公的機関、また民間の公益法人や会社、あるいは個人や団体・組織など多岐にわたる。そもそも「助成」の概念も、実際の場面では補助金、助成金、給付金などと表記されてきたが、国の行政的手続からみれば、昭和20年代より、公益上必要と認められる事業に関して税金などから交付する「金銭的給付」を意味してきた。補助金と助成金とは、国や地方公共団体、民間団体から支出され、原則的に返済不要な給付で、両者は同義とみなしてかまわない。あえてその差異を、前者が特定期間の募集や採択数を限定する方式、後者がより広い対応をとる方式と理解する向きもあるようだ。しかし、こうした概念の規定や用法には多様性や歴史

的推移もあり、一義的ではない。

そもそも助成事業は社会的に多種多様なかたちをとるとはいえ、やはり国家的な基本方針や取り組みが大きなガイドラインになる事態は、洋の東西を問わない。その点で、わが国の状況を振り返ると、21世紀を迎えた局面における「国」の次元での大きな展開に注目せざるをえないだろう。ここで「給付」としての助成は、「競争的資金」へと変化するからだ。

2001(平成13)年1月、内閣府設置の「重要政策に関する会議」の一つとして、内閣府設置法にもとづき「総合科学技術会議」が設置された。会議議長を内閣総理大臣とし、各省をこえた高度な水準からわが国の「知」全般のありようを展望し、かつ科学技術政策の根幹を企画・実施するきわめて重要な組織にほかならない。そして他方で政府は、1995年に制定した「科学技術基本法」に則して、わが国の科学技術の振興と推進を目指す「科学技術基本計画」として第1期(平成8～12年度)、第2期(平成13～17年度)、第3期(平成18～22年度)の基本計画を策定・実践してきた。そして、この基本計画の策定を担うのが「総合科学技術会議」なのである。

いささか耳慣れない運営組織の名称と響くかもしれないが、わが国のいわば知的文化的財産の形成活動とそのための「助成」事業は、この「会議」と「基本計画」という土台の上に構築されているのだ。その規模も巨大で、基本計画の投資総額は第1期で17兆円、第2期で24兆円、第3期で25兆円におよぶ。いま現在はちょうど、第4期基本計画(平成23～27年度)の策定が開始された局面である。

そして、「助成」概念からみると、その大きな変容がこの「基本計画」に端的に示されている。それは、従来の助成金・補助金概念に替わる「競争的資金」概念の定着である。

第2期の開始時期に発表された「競争的資金の制度改革について(意見)」(2001(平成13)年12月25日)で、総合科学技術会議は「競争的な研究開発環境を醸成し、我が国の研究を活性化するため」、「競争的資金に係わる改革を行う」とマニフェストする。その方針をここで詳述する余裕はないが、競争的資金の定義は引用しておこう。「競争的資金とは、資金配分主体が、広く研究開発課題を募り、提案された課題の中から、専門家を含む複数の者による、科学的・技術的な観点を中心とした評価に基づいて実施すべき課題を採択し、研究者等に配分する研究開発をいう」。

ちょうど2000年に白川英樹氏、2001年に野依良治氏、2002年には田中耕一氏と小柴昌俊氏が自然科学系のノーベル賞を相次いで受賞し、21世紀日本における科学技術立国政策、つまり「科学・技術的な観点を中心とした評価」にもとづく「研究開発」が時宜にかなう施策として賛同をえたともいえよう。

2001年に中央省庁再編により旧文部省と旧科学技術庁が統合され、文部

科学省が開設。それと並行して「科学技術基本計画」に対応するさまざまな補助金事業がスタートした。そのなかでも研究拠点形成等補助金事業の「21世紀COE (Center of Excellence) プログラム」がよく知られている。わが国の全大学の約5%を世界的水準に引き上げようとする計画で、2002年度から2004年度にかけて11分野92大学274プログラムが採択され、その後、後継制度として「グローバルCOE」が事業化された。すなわち、わが国の「助成」事業の主流は21世紀を迎え、5年間などの有期期限をもつ研究開発大型プロジェクトを基軸とする「競争的研究資金」へと、大幅な変革と改善を経験したのだ。

2. ビッグ・サイエンスとサービスと「価値」

競争的研究資金としての助成事業を支えているのは、生命科学や情報科学、自然科学を主体とする「科学・技術的な観点」に立つ「ビッグ・サイエンス」への志向であり、そして、人文・社会科学領域では研究・教育機能を検証する「サービス」概念の適用である。

「競争的研究資金」の施策がわが国の学術の発展に寄与しつつある事実は、確認しておいてよい。COEとともに、法科大学院の「専門職大学院形成支援」プログラムや、地域医療のニーズに対応する「医療人教育支援」プログラムは、必然性のある競争的資金供給といえよう。また、第3期科学技術基本計画の掲げた競争的資金の役割・目的、たとえばモノの開発ではなく「人材の養成」、トップダウン型とボトムアップ型の適正なバランス調整、若手・女性研究者の活躍促進、研究の継続性の重視、ハイリスク研究の支援、国際競争力の強化、間接経費比率の向上なども適切であろう。それ以上に、基本計画が、「モノの豊かさ」を追求した20世紀に対し、「心の豊かさ」が21世紀の学術の課題であると明示し、科学技術と文化芸術との融合領域をメディアアート発展への期待に重ねてみることとも看過できない。基本計画は、現代社会の情報技術の独走やグローバル化の肥大を危機的な事態と認識しているのだろう。

われわれはしかし、こうした危機認識を評価するものの、政策的次元では実践に結びつかず、課題認識や期待がたんなる提言の域をこえていないことをあえて指摘しておきたい。つまり、大型プロジェクトを核とするビッグ・サイエンスが「科学・技術的な観点」から優先され、人文・社会科学の「観点」、とりわけ文化・芸術の「観点」は著しく等閑視される状況なのである。「給付」としての助成事業に終止符をうつことは進歩といえようが、それでは、「競争的研究資金」への助成概念の転換は適正に行われているのだろうか。

競争的資金概念の成立を振り返ると、この時期に世界的に広まった「サステナビリティ (持続可能性 sustainability)」を考えないわけにゆかない。こ

れは1987年に国連の「環境と開発に関する委員会」で議論され、その後、今日にいたるまで国際的に強い影響力を持つ概念にほかならない。すなわち、50年後の2040年頃に世界人口はおよそ90億人に達すると想定すれば、食糧・エネルギー・水を視野におき、人間生活に必要な衣食住、医療、教育をいかに供給し続けうのか、との問いかけであり、その課題解決にむけた取り組みが緊急不可欠との提唱である。「科学・技術的な観点」からの「研究開発」を志向する「競争的資金」は、基本的に「サステナビリティ」の問題提起に対応する性格も有するにちがいない。サステナビリティの重要性はもちろん、明確である。とはいえ、われわれ芸術研究の立場からすれば、環境問題の重視とともに、かえって「文化のサステナビリティ」が学術の視野から消えかねないと憂慮する。

人間生活における「心の豊かさ」は、情報の精度や、機器の利便性ではなく、言うまでもなく「価値」の水準に生起する。「信じる」や「愛する」、「敬う」といった行為は、ひとり一人のたんなる感覚とも、知的な操作や合理的な作業とも異なり、人間が共に生きるコミュニティの歴史や自然観、宗教や芸術など文化的基盤のうえに成り立つ。今日、「高齢化社会」や「死生学」が問われ、仏像の「阿修羅」展覧会に一日1万人が来場し、日々眼にする新聞の報道としてスポーツという「身体知」がこれほどに注目されるのは、「価値」問題が現代社会に特有なテーマになりつつあることを告げていよう。「価値」の探究が学術的にも緊要な今日的課題であるにもかかわらず、第3期科学技術基本計画のなかに、思想・倫理・宗教・芸術における「価値の探究」をモチーフとする活動や構想、課題はほとんど見いだせない。これは危機的な状況である。

1990年代から少子化問題がクローズアップされるとともに、大学などの教育機関は、サービスの需要者である学生と供給者である大学という構図のもとで、教育内容・施設・教員・専門職的技能獲得などを座標軸とする「高等教育サービス」を目指すようになる。1991年の大学設置基準の大綱化とともに、大学の個別的重点的サービスが重視されるようになり、その結果、「価値」の体験や、人間の交流を支える共感能力や対話能力・想像力の涵養といった直接にサービスの指標にならない活動は、周辺的な位置に追いやられざるをえなくなった。

助成事業における「競争的研究資金」の重視は、問題解決型の中期的ビッグ・プロジェクト間の競争となり、サービスの組み立てではなく、サービスの本源として「価値の探究」を目指す問題発見型の、しかも歴史や伝統に接続する長期的なプロジェクトは当然、助成の採択審議のテーブルから脱落せざるをえない。

こうした状況とともに、21世紀になってますます情報社会の巨大化加速化が進捗したことも無視できない。2005年にアメリカで開設されたインタ

ーネットの動画共有サイト「you tube」は、わずか4年間で約1億点のコンテンツを持つにいたった。量や規模の問題ではなく、ここにはサービスの現代性とでも呼ぶうる特異な場面が出現している。「私性 (privateness)」と「公共性 (publicness)」との独特な接続である。ネコの日向ぼっこする場面からワン・クリックでテロの悲惨な場面に、あるいは町内のゴミ屋敷から現代建築家P・ツムトーアの作品へ移ることができる。従来は、個人的主観的な判断と社会的評価との間には良かれ悪しかれ、議論や評価、批判が機能し、ひとつのディスコース (共有的言説) が生まれてきた。だがここでは、「私性」が突出し、「公共性」を飛び越えてしまう現象がグローバル化しているのだ。「you tube」を批判しているのではない。私はむしろ、こうしたメディアに21世紀社会の持ちうる一種の新しい可能性があるとも考えている。なぜならこれは、近代が培ってきた対話と反省、制作と表現、作品と鑑賞、個人と社会といったフレームとはおよそ異なる場面が成立しているからである。言い換えれば「私性」と「公共性」の関係が寛容しているのだが、重要な焦点は、「価値」の共有、あるいはその差異、異質性の相互理解のはずだ。巨大なインターネット社会におけるコンテンツ「サービス」が拡大してゆくいま、「価値」問題の再検討はここでも急務である。

3. 新しい「助成」と「評価」に期待する

このたび、グラフィックアートやグラフィックデザインの領域を中核とし、ひろく芸術文化活動支援の恒久化をめざすDNP文化振興財団の活動が緒に就いた。そのスタートをおおいに喜びたい。21世紀を迎えたわが国のいま、この新しい公益法人の「助成」事業は、きわめて期待と注目に値する。うえに述べてきたように、わが国の学術的また文化的活動に対する助成事業は現在、大きなターニング・ポイントを迎えている。まず、公的な助成事業が「競争的資金」に舵取りし、科学・技術的な領域におけるビッグ・サイエンス的プロジェクトが優先され、助成を受ける団体・組織の社会貢献とサービス性とは短絡的に重視されがちである。こうした状況では、むしろ小型で、しかも長期的なビジョンをもつ事業への支援が大切であろう。第二に、文化的「価値」への関心である。価値の探究は情報社会の現在、とくに重要なテーマだが、助成事業としてこの問題に正面から取り組む財団はけっして多くない。周知のようにデザイン、あるいはプロダクト・デザインの領域では、芸術制作論的価値と機能論的価値と複雑な関連を形成しており、「文化的価値」の伝統的ありようと未来像とが文字通り交錯する。知識や情報の授受におけるサービスという機能もこの領域では、明瞭な価値指標をもって評価されうる。つまり、現代社会における「価値の探究」の一翼は、まさにデザイン領域がよく担いうるのだ。第三に、国際性である。

今日、環境問題あるいは情報社会のグローバル化を通じて、共生や協生、世界スタンダードというキーワードが語られる。だが、文化的価値を問う立場からみると、実は文化圏や伝統のもつ異質性こそが大事なのだ。異質性を解消するために同質化や統一化を急ぐのではなく、異質や差異を相互理解のうでで受け入れ、対話してゆく「サステナビリティ」こそが求められるべきなのだ。デザイン領域は一種の世界言語性を備えている。異質なイメージやメッセージを対話のうちに理解しあう国際性世界性が成立可能な場にほかならない。

DNP文化振興財団の諸事業のなかでも、研究助成事業は、こうした観点からみて、きわめて豊かな可能性を持っている。いささか僭越な表現かもしれないが、「競争的研究資金」の名のもとで実践されている助成事業とは一線を画した事業が期待できよう。デザイン領域であればこそ、「文化のサステナビリティ」を担いうるビジョンを掲げてよい。

そしてあえて附言しておけば、「助成」そのものをたえず反省する取り組みも不可欠であろう。「給付」概念が後退した理由は、「給付者」の特権的な位置が問題視されたからでもある。新しい21世紀の助成事業においては、助成をうける者よりも、むしろ助成する者の姿勢がきわめて重要になるのだ。すでに指摘されてきたように、日本における助成事業では、助成をうける者に成果発表や報告が義務づけられる一方で、助成者側の評価作業・審議はほとんど報告・発表されない。助成者の「説明責任」を重視せよ、という理解しやすいかもしれないが、そうではない。「評価」概念の見直しが不可欠なのである。

21世紀においては、「助成事業」そのものが「文化のサステナビリティ」以外の何ものでもないのだ。助成する者と助成される者との豊かな対話や相互理解そのものが、実は「助成」の本質をなす営みなのである。「評価」とは、採択内容の審議や成果の検証の作業ではない。助成をめぐる豊かな対話や相互理解が「評価」なのである。DNP文化振興財団にその意味で、新しい「助成」と「評価」の活動を期待してやまない。

関連文献

『科学技術基本計画と我が国科学技術の現状——基本計画の達成効果の評価のための調査』、文部科学省科学技術政策研究所編、2005年。

坂井利之・東倉洋一・林敏彦編著『高度情報化社会のガバナンス』、NTT出版、2003年。

菅裕明『切磋琢磨するアメリカの科学者たち——米国アカデミアと競争的資金の申請・審査の全貌』、共立出版、2004年。

Toward New “Funding Support” Programs for the 21st Century: Overcoming the Crisis of Cultural Sustainability

Fujio Maeda

Professor Emeritus of Keio University / Member of the Science Council of Japan

Under clear blue skies, beyond a yard of manicured grass, a room overlooking the Rhine. Among all the many dormitories at the University of Bonn, this one is in a location blessed with especially beautiful scenery. The Rhine, which the Germans refer to as “Father Rhine” in contrast to “Mother Danube,” is, as its reputation suggests, a powerful river, its waters abundant and its current swift. Ships, perhaps having set out from Basel, pass downstream – heading for Dusseldorf or for Rotterdam, Holland, at the river’s mouth – at fair speed. But ships heading upstream – toward the rock of Lorelei on their way to Frankfurt or somewhere – proceed slowly, indeed at a snail’s pace, slowly enough to catch the expression on the face of a dog napping on the broad deck covering the hull. Such is the thrill of the Rhine’s scenery in summer.

It was here that my life abroad began as a young and immature research student back in August 1975, under the German Academic Exchange Service (Deutscher Akademischer Austausch Dienst: DAAD) program. As I had to vacate this dorm before the start of the winter semester in September, it was incumbent on me to search for a place where I could live with my family, who would be joining me soon. Above all, I was at a loss to erase my feelings of uncertainty toward what lay ahead, including the study environment at the Art History Institute (Faculty of Art History). All the more so as, in order to undertake this study program abroad, I had retired from my job at the Museum of Modern Art, Kamakura & Hayama and was unemployed, with no prospects as to what my future was to hold. DAAD, however, continuously offered this impoverished and feckless research student support, gracious and always appropriate, not simply from the vantage point of my being a scholarship recipient, but to provide me an ever better study environment. The scholarship itself was enough to cover the bare essentials, but since my situation did not interfere with my studies or everyday life, I was able to concentrate on my studies with peace of mind. In the two years that began along the banks of the Rhine that summer, though modest was my experience here, I came to marvel at how brilliantly a program of research assistance could be operated – feelings that I etched deeply in my mind.

1. From “Payouts” to “Competitive Funding”

Those eligible to receive “funding support” fall into a broad range, including not only research students but also individuals, corporations, organizations and groups involved in education, the arts, etc. In Japan, providers of such assistance run the gamut: from the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology (MEXT), Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) and related organizations; to local governments, public enterprises and other public institutions; to nonprofit organizations and companies in the private sector; to individuals, groups and organizations. As to the original concept of “funding support,” in real practice it has been called such things as “subsidies,” “grants” and “payouts”; but from the perspective of national administrative procedures, funding support has equated to “monetary benefits,” drawn from tax coffers, granted in the postwar era to undertakings recognized as being of public necessity. Subsidies and grants are provided by the national and local governments and by private groups, and as a rule their repayment is unnecessary. The two terms are virtually synonymous, but if a distinction were to be drawn

between them, a subsidy appears to be understood as having a specified application period and a limited number of recipients, whereas a grant is conceived as having a broader response range. The stipulations and methods pertaining to these concepts are diverse and fluctuate historically; they are by no means fixed in meaning.

Although funding support projects take a socially diverse array of forms, it remains true, at virtually all points of the compass, that basic policies and initiatives at the national level serve as major guidelines. An examination of the Japanese situation from this standpoint inevitably draws our attention to a significant development at the national level as the country entered the 21st century. For it was at that juncture that assistance in the form of “payouts” shifted to “competitive funding.”

In January 2001, based on the Act for Establishment of the Cabinet Office, the Council for Science and Technology Policy (CSTP) was established as one of various councils relating to important government policy created by the Cabinet Office. Headed by the Prime Minister, the CSTP is an extremely important body charged with overseeing the nation’s comprehensive “knowledge” from a position transcending the various ministries, and with planning and implementing fundamental science and technology policies. Meanwhile, in keeping with the Science and Technology Basic Law enacted in 1995, the Government has set out and implemented the “Science and Technology Basic Plan” targeted at promoting and advancing the nation’s science and technology. The 1st Basic Plan spanned FY1996-FY2000; the 2nd, FY2001-FY2005; and the 3rd, FY2006-FY2010. The body in charge of formulating these Basic Plans is the CSTP.

Although the name of this operating body may be somewhat unfamiliar, it is the CSTP and the Basic Plan that serve as the foundation for the activities that shape Japan’s intellectual and cultural properties and the “funding support” initiatives to support them. In terms of scale, the parameters are huge, with total investments reaching 17 trillion yen under the 1st Basic Plan, 24 trillion yen under the 2nd, and 25 trillion yen under the 3rd. Currently, the process has just started to formulate the 4th Basic Plan, which is to cover FY2011-FY2015.

From the perspective of the funding support concept, the major change under way is concisely indicated within this Basic Plan: namely, a shift from the earlier concept of subsidies and grants to the notion of “competitive funding.” In a nonbinding paper on competitive funding system reform released near the start of the 2nd Basic Plan (December 25, 2001), the CSTP issued a manifesto calling for reforms pertaining to competitive funding in order to cultivate a competitive R&D environment and vitalize research in Japan. Without going into the details of that policy here, I would like to paraphrase the definition accorded to “competitive funding”: research and development in which the fund allocating body calls broadly for R&D topics and, from the topics submitted, selects, by judgment of a panel including experts, and allocates funds to researchers, etc. whose topics are deemed worthy of implementation based on evaluations focused on scientific and technological viewpoints.

The foregoing events generally coincided with the successive winning of Nobel Prizes in the natural sciences by Hideki Shirakawa in 2000, Ryoji Noyori in 2001, and Koichi Tanaka and Masatoshi Koshihara in 2002. The timing was thus opportune for the Government’s policy to make science and technology the

base of Japan's growth in the 21st century – a policy calling for R&D based on evaluations focused on scientific and technological viewpoints – and it was backed strongly.

In 2001, under the reorganization of the governmental ministries, the former Ministry of Education was integrated with the Science and Technology Agency to create the new Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology. Parallel with this change, a variety of funding support programs were launched in response to the Science and Technology Basic Plan. Among them, one that is well known is the 21st Century COE (Center of Excellence) Program, targeted at supporting the formation of research bases, etc. Between FY2002 and FY2004, the program, aimed at elevating some 5 percent of all universities in Japan to world-class level, picked out 274 programs at 92 universities, spanning 11 fields. Subsequently, the program was reorganized into the “Global COE Program.” In this way, with entry into the 21st century the mainstream of Japan's funding support activities underwent a major transformation – and improvement – to competitive R&D funding centered on large-scale R&D projects having fixed terms of five years, etc.

2. Big Science, Services and “Value”

Two things underpin the funding support activities surrounding competitive R&D funding: the trend toward “Big Science” based on a scientific and technological perspective and centering on life sciences, information science and natural sciences; and, in the fields of humanities and social sciences, application of the concept of “services” to verify research and educational functions.

One can safely say that measures to promote competitive R&D funding are increasingly contributing to Japan's academic development. In addition to COE, MEXT's “Support Program for Professional Graduate School Formation,” which includes law schools, and its “Program to Support Medical Education” in response to community healthcare needs can also be said to be competitive funding based on necessity. Furthermore, the roles and targets of competitive funding hoisted in the 3rd Science and Technology Basic Plan – the cultivation of human resources instead of the development of “things,” achievement of a proper balance between top-down and bottom-up approaches, promoting the activities of female and young researchers, stress on the continuity of research, support of high-risk research, strengthening of international competitiveness, raising indirect cost ratios, etc. – also apply. More importantly, the Basic Plan clearly states that the academic theme of the 21st century is inner fulfillment as opposed to the pursuit of wealth measured by “things” in the 20th century, and one cannot overlook the fact that areas that fuse science and technology together with culture and the arts overlap with expectations toward the development of media arts. The Basic Plan sees current society's single-minded quest after information technology and inflated globalization as constituting a critical situation.

We must point out, however, that whereas this critical awareness is to be commended, that awareness fails to lead to actual implementation at the level of government policy, and problem awareness and hopes fail to go beyond the scope of simple suggestions. Big Science, which centers on large-scale proj-

ects, is accorded priority from a “scientific and technological” standpoint, and the standpoints of humanities and sciences, especially culture and the fine arts, are sorely neglected. While putting an end to funding activities in the form of grants may be said to be progress, this does not necessarily mean that the switch to a funding concept consisting of “competitive funding” is being properly carried out.

Considering the formulation of the concept of competitive funding in retrospect, associations with “sustainability,” a concept that gained currency worldwide within the given timeframe, are inevitable. Since it was first debated at the United Nations World Commission on Environment and Development, the concept of sustainable development has subsequently come to wield powerful impact internationally. The Commission posed the question of how to continue providing for the living, food and clothing needs – with food resources, water and energy at the core, but also including medical care and education – of the estimated 9 billion inhabitants of the Earth some 50 years down the road, i.e. around 2040, and the Commission contended that initiatives toward resolving this issue were urgent and indispensable. In its nature, competitive funding, which leans toward R&D from a scientific and technological standpoint, fundamentally and inarguably responds to the presentation of sustainability as an issue needing to be addressed. The importance of sustainability is all too clear. And yet, from the standpoint of those of us involved in fine arts research, along with emphasis on environmental issues we are concerned that “cultural sustainability” stands the risk of vanishing from academia's field of vision.

“Inner fulfillment” within our lives obviously derives from a level of values, and not the level of accuracy of information or of the convenience of a machine. Acts of human behavior – to believe, or love, or respect – differ from mere individual perceptions, intellectual maneuvers or rational deeds; they exist on cultural foundations based on the history or horizon of nature, religion, arts, etc. of the community in which people live together. Today questions are being raised about our aging society and thanatology issues, a recent exhibition of Buddhist statuary at the National Museum drew 10,000 visitors per day, and we see mention of body intelligence daily in the sports pages of our newspapers. The reason these issues are the focus of so much attention is, it can be declared in fairness, because the question of “value” is increasingly becoming a topic characteristic of our contemporary society. Although the pursuit of value is a timely and weighty issue academically as well, the 3rd Science and Technology Basic Plan contains virtually no activities, schemes or topics where the motif is the “pursuit of value” within philosophy, ethics, religion or the arts. This makes for a crisis situation.

When the issue of Japan's declining birthrate came into sharp focus in the 1990s, the nation's universities and other educational institutions began targeting “higher education service” – with coordinate axes consisting of curriculum, facilities, teaching staff, acquisition of vocational skills, etc. – under a framework in which students are the service users and the university is the service provider. With the benchmarking of University Establishment Standards in 1991, universities began placing emphasis on individually tailored, focused services; and as a result activities that do not directly serve as service indicators

– for example, “value” experience, cultivation of the capacities to empathize, engage in dialogue and be imaginative, all of which underpin interpersonal exchanges – were inevitably pushed to the sidelines.

Emphasis on “competitive R&D funding” within funding support activities induces competition among problem-solving type big projects of medium duration; and in the process, problem-seeking type projects of long-range duration that target the “pursuit of value” as the source of service and do not put together such service – and which moreover are connected to history or tradition – inevitably get dropped from the judging table for selecting fund recipients. In addition to the situation just described, another point that cannot be overlooked is the progress since the start of the 21st century in the further aggrandizement and acceleration of our information-intensive society. In the mere span of four years, YouTube, the video sharing website launched in the U.S. in 2005, has grown to include some 100 million videos. Setting aside questions of the service’s volume or scale, what we find here are remarkable scenes one could say define “contemporary” service. It is a unique interconnection between the private and public realms. With a single click the viewer can shift from a cozy scene of a cat dozing in the sun to a horrific scene of terrorism, or from the depiction of a house surrounded by mountains of rubbish to a sleek modern building designed by Peter Zumthor. Traditionally, for better or worse, discussion, evaluation and criticism functioned between individual, subjective judgment and social evaluation, giving rise to discourse. Here, though, the phenomenon of privacy coming to the fore and leaping over publicness is reaching global proportions. My intent is not to criticize YouTube. On the contrary, I believe media of this sort harbor a kind of new potential for society in the 21st century. This is because scenes are viable that are generally different from the frames cultivated by modern times: dialogue and self-reflection, production and expression, artwork and appreciation, individual and society. Stated another way, the relationship between what is private and what is public is transmuting; the important focus should be the sharing of “values,” or a mutual understanding of their differences or dissimilarities. Today, at a time when the “service” content within our giant Internet community is expanding, reassessment of the question of “value” is an urgent issue.

3. Expectations toward New “Funding Support” and “Evaluations”

The DNP Foundation for Cultural Promotion has recently launched its activities targeting broad and perennial support of artistic and cultural activities centered on the realms of graphic art and graphic design – an occasion of great joy. The undertakings in “funding support” of this new public service corporation, now, here in Japan in the 21st century, are extremely worthy of our attention and our expectations.

As I have described above, funding support of academic and cultural activities in Japan today has reached a major turning point. First, with public funding support now steered in the direction of “competitive funding,” Big Science type projects in the realms of science and technology are given preference, and there is a tendency to focus too easily on the social contributions and service aspect of the groups and organizations receiving such assistance. Under these circum-

stances, it is on the contrary important to support undertakings of small scale that possess a long-range vision. The second point is interest in cultural “value.” The pursuit of value is a particularly important theme in today’s information-intensive society, but the number of foundations taking initiatives to directly deal with this issue from the standpoint of funding support is by no means large. As is widely known, in the realm of design or product design, a complex association exists between art production type value and functional value, and the traditional status and future image of “cultural value” are literally intertwined. In this realm, the function that constitutes service in the bidirectional transfer of knowledge and information can be evaluated using a clear barometer of value. That is to say, the design realm is in a prime position to lend its hand in the “pursuit of value” in contemporary society. The third point is internationality. Today, by dint of environmental issues or the globalization of our information-intensive society, the key words bandied about are coexistence, cooperative existence and global standard. But from the standpoint of probing cultural value, what is actually important is the heterogeneity of cultural spheres and traditions. Instead of rushing to achieve homogenization or unification in order to eliminate heterogeneity, what should be called for is acceptance of mutual understanding of differences and dissimilarities and sustainability through dialogue. The design realm has a kind of universal language aspect to it. It is a realm in which internationality or global universality can be achieved through mutual understanding, through dialogue, of different images and messages.

From this perspective, among all the activities undertaken by the DNP Foundation for Cultural Promotion, research funding support has extremely rich potential. Though it may be somewhat presumptuous to say so, one can look forward to activities a line apart from the funding support carried out in the name of “competitive R&D funding.” Of all realms, it is within the design realm that one can hoist a vision capable of supporting “cultural sustainability.”

To be somewhat bold, I would also add that initiatives to continuously reflect on support funding itself are indispensable. One reason the concept of “grants” receded is because the privileged status accorded to grant recipients was viewed to be problematic. With the new funding support activities of the 21st century, rather than the entity on the receiving end of a grant, it is the stance of the grant provider that is of extreme importance. As I have already pointed out, in the case of funding activities in Japan, while the funding recipient is obligated to release research results and make reports, virtually no reports or announcements are made concerning how the funding provider renders its evaluations and makes its final judgments. My point would be easily understood if I were to urge placing importance on the accountability of the funding provider, but that is not what I intend. What is indispensable is a rethinking of the concept of evaluations.

In the 21st century, funding support itself equates precisely to cultural sustainability. Rich dialogue and mutual understanding between the fund provider and the recipient are what form the true essence of funding support. Evaluation is not the screening of selection contents or verification of results. Evaluation is rich dialogue and mutual understanding surrounding funding support. In that sense, I have high expectations toward the DNP Foundation for Cultural Promotion’s new funding and evaluation activities.

Review of ggg 2008-2009

ggg 展覧会概要

アートダ! 戸田正寿ポスターアート展

会期=2008年1月9日-31日

作家略歴=1948年福井県生まれ。70年高島屋宣伝部を経て73年日本デザインセンター入社。76年戸田事務所設立。82-84年サントリーローヤル、ペンギン缶ビール、ペンギンズバー、87年三宅一生のファッション広告、展示会等、86-95年伊勢丹ファッションキャンペーン全般とCI、[AERA]表紙アートディレクション、バルコ、ビブレ21ファッションキャンペーンとCI、96年よりバーバリーブルーレーベル他を手がける。2003年森ビル六本木ヒルズオープンキャンペーンディレクション。ラハチポスタービエンナーレグランプリ、東京ADC会員賞最高賞ほか受賞多数。

展示概要=ポスターデザインにおけるアートとは何か? 一枚のポスターに緊張と均衡を保って構築された狂気と静寂。2次元表現の限界を越えて心象世界を生み出すインスピレーションのはかりしれない自由さ。セイジュー・トダの冒険と驚きに満ちたクリエイションを通じて、日本のポスターアートを再考し、未開の可能性の扉をたたき。代表作のサントリーローヤルから、VIVRE、伊勢丹、AERA、X線シリーズ、そして現在アメリカをはじめ各国巡回中のHEIANシリーズまで、約80点のポスターを一堂に紹介。

Toda Today: Poster Art by Seiju Toda

Dates = January 9-31, 2008

Artist Profile = Born in 1948, in Fukui Prefecture. Joined the Advertising Department of Takashimaya in 1970, relocated to Nippon Design Center in 1973, and established Toda Office Inc. in 1976. His major works include: Suntory Royal Whisky and "Penguin"/"Penguin's Bar" canned beer (1982-84); Issey Miyake fashion advertising, exhibition, etc. (1987); Isetan fashion campaigns and CI (1986-95); AERA magazine cover art direction; Parco and Vivre 21 fashion campaigns and CI; Burberry "Blue Label" (1996-date); Mori Building Roppongi Hills opening campaign direction (2003). Major awards: Grand Prix at Lahti International Poster Biennial, Tokyo ADC Members Highest Award, etc.

Exhibition Overview = Toda addresses the question of the role of art in poster design. In a single poster coexist lunacy and tranquility configured so as to maintain tension and balance between them. In another lurks the immeasurable freedom of inspiration conjuring up mental images that transcend the bounds of two-dimensional expression. Through the creative works of Seiju Toda abounding in adventure and surprise, Japan's poster art is considered anew, knocking on the door to previously unknown possibilities. This exhibition featured some 80 of Mr. Toda's representative works, including those for Suntory Royal, Vivre, Isetan, AERA, the "X-ray" series, and the "Heian" series, which is currently touring the United States and elsewhere.



グラフィックデザインの時代を築いた20人の証言 Interviews by 柏木博

会期=2008年2月6日-29日

出展作家=青葉益輝、浅葉克己、粟津 潔、宇野亜喜良、岡本滋夫、勝井三雄、木村 勝、木村恒久、田名網敬一、永井一正、仲條正義、長友啓典、中村 誠、灘本唯人、早川良雄、平野甲賀、福田繁雄、松永 真、横尾忠則、和田 誠

企画監修=永井一正、柏木 博

展示概要=財団法人DNP文化振興財団は、グラフィックデザイン作品を組織的に収集・保存する目的で、2000年にDNPグラフィックデザイン・アーカイブ (DGA) を立ち上げる。その一環として2003年には、作家本人が自身の作品や制作について語る姿を映像として記録する「人物アーカイブ」プロジェクトを発足。同プロジェクトは、デザイン評論家の柏木博が、戦後日本のグラフィックデザイン界を代表するデザイナー20人にインタビューし、作家の詳細な年譜と合わせて編集したもの。本展では、柏木の視点により、グラフィックデザインの時代と20人の作家の関わりに焦点を当て、それぞれ40分に編集した映像を紹介。1940年以降の日本のグラフィックデザインが築かれてきた様子を総括的に捉える機会となった。

Testimonies from Twenty Pioneers of the Graphic Design Era: Interviews by Hiroshi Kashiwagi

Dates = February 6-29, 2008

Featured Designers = Masuteru Aoba, Katsumi Asaba, Kiyoshi Awazu, Akira Uno, Shigeo Okamoto, Mitsuo Katsui, Katsu Kimura, Tsunehisa Kimura, Keiichi Tanaami, Kazumasa Nagai, Masayoshi Nakajo, Keisuke Nagatomo, Makoto Nakamura, Tadahito Nadamoto, Yoshio Hayakawa, Koga Hirano, Shigeo Fukuda, Shin Matsunaga, Tadanori Yokoo, Makoto Wada

Planning & Supervision = Kazumasa Nagai, Hiroshi Kashiwagi

Exhibition Overview = In 2000 DNP Foundation for Cultural Promotion established the DNP Graphic Design Archives with the aim of systematically collecting and preserving works of graphic design. And in 2003 the "Archives of People" were launched to record, on video, the designers speaking about their own works and creative processes. The project consisted of interviews by design critic Hiroshi Kashiwagi of 20 of the leading Japanese graphic designers of the postwar era, complemented by their detailed chronologies. This exhibition featured those interviews and focused on the involvement of the 20 featured designers in the era of graphic design, from Kashiwagi's perspective. It provided a comprehensive overview of the development of graphic design in Japan from the 1940s to the present day.



TEXTASY: プロディ・ノイエンスシュヴァンダー展

会期=2008年3月6日-31日

作家略歴=1958年米ヒューストン生まれ。プリンストン大学、コートールド美術研究所で美術史、ローハンプトン研究所でカリグラフィを学ぶ。その後、カリグラフィのドナルド・ジャクソンに師事。90年以降、映画監督ピーター・グリーナウェイと、映画「プロスペロの本」「枕草子」、イベント「Bologna Towers 2000」ほかオペラなどのコラボレーションを続ける。93年よりベルギーのブルージュ在住。

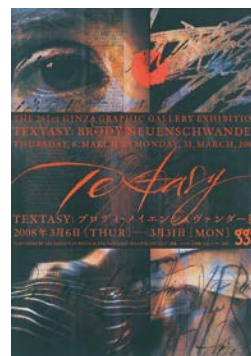
展示概要=流麗なカリグラフィを駆使するノイエンスシュヴァンダーは、紙やキャンバス上での表現に留まらず、コラージュ、立体作品、舞台空間、映像と活躍の場を広げている。また、ピーター・グリーナウェイ監督の「プロスペロの本」「枕草子」では、氏のカリグラフィが映画の最も重要な要素の一つとして鮮烈な印象を残した。本展覧会では、ベルギーの中世の病院を改築した美術館のために制作した、映像とキャンバス画で構成されるインスタレーション作品「SKIN」を中心に、ノイエンスシュヴァンダーの創造世界を紹介。氏のカリグラフィを堪能できる映画の上映会も開催。

Textasy: Brody Neuschwander

Dates = March 6-31, 2008

Artist Profile = Born in 1958, in Houston, Texas. Studied art history at Princeton University and the Courtauld Institute in London, and calligraphy at the Roehampton Institute. Subsequently studied under calligrapher Donald Jackson. Since 1990 he has collaborated with film director Peter Greenaway on the films "Prospero's Books" and "The Pillow Book," the installation "Bologna Towers 2000," opera, etc. Since 1993 he has taken up residence in Bruges, Belgium.

Exhibition Overview = Neuschwander, a master of elegant and flowing calligraphy, has expanded his scope of activities beyond conventional paper and canvas to include the realms of collage, three-dimensional works, stage sets and film. In Peter Greenaway's "Prospero's Books" and "The Pillow Book," his calligraphy leaves an indelible impression as one of the most important elements in those films. This exhibition introduced Neuschwander's creative world, with "SKIN" - an installation comprising video and canvas art, created for an art museum converted from a medieval Belgian hospital - at center stage. Films were concurrently screened offering visitors an opportunity to appreciate Neuschwander's calligraphy firsthand.



08 TDC展

会期＝2008年4月4日～26日

受賞作家＝○グランプリ＝服部一成 ○TDC賞＝グアン・ユー、中島英樹、チェル・エクホルン＋ジョン・フォース、Non-Format、北川一成、フェルナンド・デ・メーリオ・ヴァルガス ○インタラクティブデザイン賞＝ジョナサン・ハリス ○タイプデザイン賞＝宇治工房 代表：鳥海修 ○ブックデザイン賞＝ポリス・シュヴェージンガー ○特別賞＝チャオ・シウロン

展示概要＝毎年、先鋭的なタイポグラフィ作品が一堂に会するコンペティションとして、東京タイプディレクターズクラブが主催する国際的デザインコンペティション「東京TDC賞」の成果を紹介するTDC展。2007年秋に公募した「東京TDC賞2008」は、ますます高まる国内外からの評価・注目を受け、日本国内2,283点、海外857点、計3,140点のエントリーを数えた。その中から、厳正な審査の結果決定した受賞作品をはじめ、ノミネート作品、優秀作品を合わせた約100作品を展覧。また展覧会に合わせての国際デザインフォーラム「TDC DAY」が女子美術大学にて開催された。

Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

Dates = April 4-26, 2008

Award Winners = ○Grand Prix = Kazunari Hattori ○TDC Prize = Guang Yu, Hideki Nakajima, Kjell Ekhorn + Jon Forss: Non-Format, Issay Kitagawa, Fernando de Mello Vargas ○Interactive Design Prize = Jonathan Harris ○Type Design Prize = JIYUKOBO (Osamu Torinomi, Executive President) ○Book Design Prize = Borries Schwesinger ○Special Prize = Chao Siroleong
Exhibition Overview = Each year, an exhibition is held to introduce the winners of the annual Tokyo Type Directors Club Awards, an international competition conducted by the Tokyo TDC to bring together the latest works in the realm of typography. In 2008 (entries called in autumn 2007), thanks to increasing acclaim and attention both at home and abroad, the competition attracted a total of 3,140 entries: 2,283 domestic and 857 from overseas. This exhibition displayed roughly 100 works, including those that were selected as award winners through a rigorous judging process, works that had been nominated for awards, and outstanding entries of note. "TDC Day," an international design forum, was held in conjunction with the exhibition (at Joshibi University of Art and Design).



アラン・フレッチャー： 英国グラフィックデザインの父

会期＝2008年5月9日～31日

作家略歴＝1931年ケニア生まれ、2006年9月没。5歳でイギリスへ渡る。ロイヤル・カレッジ・オブ・アート、イエール大学で学んだ後、ソール・バスの元で働く。62年フレッチャー・フォープス・ギル社設立、72年ペンタグラム共同設立。92年自らのスタジオを開設。94年よりファイドン・プレス of クリエイティブ・ディレクター。2006年11月にロンドンのデザイン・ミュージアムで大回顧展「Alan Fletcher: Fifty Years of Graphic Works (and Play)」開催。

企画監修＝エミリー・キング

展示概要＝イギリスのみならず、現在のグラフィックデザインに多大なる影響を与える存在、巨匠アラン・フレッチャーの逝去から2年余り。本展ではロンドンのデザイン・ミュージアムの所蔵作品からポスターを中心に約60点を紹介。ペンタグラム創設者の1人であり、ウィットと風刺を駆使して新しいデザインの可能性を切り開き、ファイドン・プレスのCDとして、数多くの美術書籍を広く普及させた立役者。その長いキャリアの中で、ビジュアルへの豊かな好奇心を保ち続けたフレッチャーの世界が繰り広げられた。

Alan Fletcher: The Father of British Graphic Design

Dates = May 9-31, 2008

Artist Profile = Born in 1931, in Kenya; relocated to the UK at age 5. After attending the Royal College of Art and Yale University, he worked under Saul Bass. In 1962 he founded Fletcher/Forbes/Gill, and in 1972 he participated in the establishment of Pentagram. He opened his own studio in 1992, and from 1994 served as creative director at Phaidon Press. Following his death in September 2006, that November a retrospective – "Alan Fletcher: Fifty Years of Graphic Work (and Play)" – was held at the Design Museum in London.
Planning & Supervision = Emily King
Exhibition Overview = This exhibition was held less than two years after the death of Alan Fletcher, a grand master of graphic design whose influence has spread well beyond the UK. It featured some 60 of his works, centering on his posters included in the permanent collection of the Design Museum in London. As one of the founders of Pentagram, Fletcher employed wit and satire to open up new possibilities within the realm of design; as creative director at Phaidon Press, he played a leading role in popularizing numerous art books. His works demonstrated the abundant curiosity toward visual arts that Fletcher sustained throughout his long career.



がんばれニッポン、を広告してきたんだ そう言えば、俺。 応援団長佐々木・宏

会期＝2008年6月5日～28日

作家略歴＝1954年生まれ。慶應義塾大学卒業。77年電通入社。新聞雑誌局に6年。クリエイティブ局に転局して20年。コピーライター、クリエイティブディレクター、クリエイティブ局長職を経て、2003年7月シンガタを設立。企業イメージや商品イメージのブランディングをはじめ、数多くの魅力的な広告作品を世に送り続けている。東京ADC賞グランプリ、カンヌ国際広告フェスティバル金賞他受賞多数。

展示概要＝シンプルで強いアイデア。見る人へ鮮烈な印象を残す数々のTVCMや新聞広告などメジャーな広告キャンペーンを次々に世に送り出し、ヒットを連発するクリエイティブディレクター、佐々木宏。広告一筋30年。本展では、これまでの仕事を通し、キャンペーン広告の創造過程、その中で果たすクリエイティブディレクターの役割、広告が果たす効能効果、広告という仕事の魅力を紹介。SoftBank 全キャンペーン、サントリー「BOSS」ほか数多くのTVCM映像、新聞やポスターなどのグラフィックにより検証。

Hiroshi Sasaki, Leader of a Cheering Squad for the Japanese Advertising World

Dates = June 5-28, 2008

Artist Profile = Born in 1954. After graduating from Keio University, joined Dentsu in 1977. After working there for six years in the newspaper advertising bureau and 20 years in the creative bureau, serving as copywriter, creative director and bureau chief, in July 2003 he established Shingata Inc. With a focus on corporate and product image creation, he continues to produce an ongoing array of highly appealing advertising works. Among his awards to date are the Tokyo ADC Grand Prize and the Cannes Lions International Advertising Festival Gold Award.

Exhibition Overview = Hiroshi Sasaki is a creative director who, in a career spanning 30 years, has launched a string of highly successful major advertising campaigns. His numerous TV commercial and newspaper ads in particular, employing simple but powerful ideas, have left vivid impressions on their viewers. Through this exhibition of his works, visitors were introduced to the creative process behind campaign advertising, the role of the creative director, advertising's impact, and the attraction of the advertising profession. Among the works on show were Sasaki's complete campaign for SoftBank, numerous TV commercials for Suntory "Boss" coffee and other products, and his newspaper ads, posters and other graphics.



2008 ADC展

会期＝2008年7月4日～30日

受賞作家＝○グランプリ＝井上嗣也 ○ADC会員賞＝佐藤 卓、服部一成 ○原弘貴＝仲修正義<以下G8にて展示>○ADC賞＝福里真一＋八木敏幸、丹野英之＋上田義彦、澤本嘉光＋山内健司、新村則人、中嶋貴久＋藤井 保、檜原由比子、信藤洋二＋丸橋 桂、福岡南央子、青木康子、野尻大作

展示概要＝2007年5月から2008年4月までの1年間に発表されたポスター、新聞・雑誌広告、エディトリアル、CI・マーク&ロゴ、TVCFなど、多様な分野の10,000点を超える応募作品の中から、84名のADC会員によって厳正な審査が行なわれ、グラフィック、広告作品の最高峰ともいえるADC賞が選ばれる。この審査会で選出された受賞作品、優秀作品を、ggg [会員作品]、クリエイションギャラリー G8 [一般(非会員)作品]の2会場で紹介。ADC (東京アートディレクターズクラブ) は、1952年の創立以来、日本の広告・デザインを牽引する活動を行っており、ADC賞はその年の日本の広告・デザイン界の最も名誉ある賞の一つとして注目を集める。

2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

Dates = July 4-30, 2008

Award Winners = ○Grand Prize = Tsuguya Inoue ○ADC Members' Prize = Taku Satoh, Kazunari Hattori ○Hiromu Hara Prize = Masayoshi Nakajo ○ADC Prize (exhibited at Creation Gallery G8) = Shinichi Fukusato + Toshiyuki Yagi, Hideyuki Tanno + Yoshihiko Ueda, Yoshimitsu Sawamoto + Kenji Yamauchi, Norito Shinmura, Takahisa Nakajima + Tamotsu Fujii, Yuiko Hihara, Yoji Nobuto + Katsura Marubashi, Naoko Fukuoka, Yasuko Aoki, Daisaku Nojiri

Exhibition Overview = The Tokyo ADC Award winners, rigorously selected by the Club's 84 members, represent the pinnacle in graphic and advertising works. In 2008, a total of more than 10,000 entries were received in an array of categories encompassing posters, newspaper and magazine advertising, editorial design, corporate identity, symbols and logos, and TV commercials – all launched between May 2007 and April 2008. The award-winning works and other outstanding entries were shown at two venues: works by ADC members at ggg, and works by non-members at Creation Gallery G8. Since its founding in 1952, the Tokyo ADC has continuously served as a driving force in Japan's advertising and design realms, and the Club's awards attract great attention each year as one of the most prestigious honors granted in these fields.



Now Updating... THA / 中村勇吾のインタラクティブデザイン

会期＝2008年8月5日－28日
作家略歴＝インターフェースデザイナー／プログラマー。1970年奈良県生まれ。東京大学工学部大学院修了。98年よりインタラクティブデザインの世界に。2004年にTHA Ltd.を設立。以後、数多くのウェブサイトや映像のアートディレクション、デザイン、プログラミングの分野で縦横断的に活動を続ける。ユニクロ、ソフトバンク、MoMAなどにおけるクライアントワークを精力的に行う一方で、オリジナルの自社プロジェクトをウェブ上で展開。カンヌ国際広告フェスティバル・グランプリほか多数受賞。
展示概要＝中村勇吾、THAにとって初の展覧会となった本展では、NEC「ecotonoha」、アマナ「fotologue」、SAMURAI、UNIQLO USA、SoftBank、MoMA、イメージブックマークサービス「FFFFFOUND!」などのこれまでの仕事から、習作、展覧会用オリジナル作品、これからの試作まで、様々なプログラムを同期させて、世界中でその瞬間瞬間に、来訪者との一期一会を重ね続けるインタラクティブデザインの面白さ、魅力を紹介。

Now Updating...The Interactive Design of THA/Yugo Nakamura

Dates = August 5-28, 2008
Artist Profile = Interface designer and programmer Yugo Nakamura was born in 1970, in Nara Prefecture. After completing a Masters in Engineering at The University of Tokyo, he entered the world of interactive design in 1998. Since establishing THA Ltd. in 2004, he has been active in the art direction, design and programming of numerous web-sites and moving images. While assiduously catering to the needs of clients such as Uniqlo, SoftBank and MoMA, he also undertakes his own company projects on the Internet. He has won numerous prizes to date, including Grand Prix at the Cannes Lions International Advertising Festival.
Exhibition Overview = At THA/Yugo Nakamura's very first exhibition, visitors were synchronously introduced to a variety of programs: from their previous work done, among others, for NEC "ecotonoha," amana "fotologue," SAMURAI, Uniqlo USA, SoftBank, MoMA, and the image bookmark service "FFFFFOUND!" to studies, original works prepared for the exhibition, and prototypes for future projects. In the process, they were given a sense of the fascination and appeal of interactive design that links visitors, moment by moment, with their counterparts worldwide.



平野敬子「デザインの起点と終点と起点」

会期＝2008年9月3日－29日
作家略歴＝兵庫県生まれ。1997年HIRANO STUDIO設立。2005年に工藤青石とともにコミュニケーションデザイン研究所（CDL）を設立。東京国立近代美術館のシンボルマーク&VI計画、資生堂qjoraの米国導入時トータル・アートディレクション、NTTドコモ「F702iD Shosa」トータル・アートディレクション、「時代のアイコン」展、「デザインの理念と実践」展の企画、構成、会場デザイン、同タイトル書籍の著作、編集、デザインなど。2001年度毎日デザイン賞受賞他受賞多数。
展示概要＝Graphic Wave 1998から10年の時を経ての個展。極限までにシンプルな幾何学的形態による表現、飽くことのない「白」の追求、多様なメディアを横断する有機的なコミュニケーションを駆使した化粧品ブランド、ゴールドとマゼンタを中心とした携帯電話の色展開。平野にとっては必然性に駆られた試みの数々は、その後のデザイン界の動向の布石となってきた。そんな平野のこれまでの軌跡、思考の集積を総括し、新たななる領海へ踏み出す起点となった展覧会。

The Design Cycle of Keiko Hirano: Origin, Terminus, Origin

Dates = September 3-29, 2008
Artist Profile = Born in Hyogo Prefecture. Established Hirano Studio in 1997, then in 2005 together with Aoshi Kudo she founded Communication Design Laboratory (CDL). Her major works to date include: symbol design and visual identity planning for the National Museum of Modern Art, Tokyo; total art direction for launching Shiseido's "qjora" cosmetics in the U.S. and NTT DoCoMo's "F702iD Shosa" mobile phone series; planning, configuration and venue design for the "Icons of the Times: 50 Years of Japanese Graphic Design" exhibition. She has won numerous awards to date.
Exhibition Overview = This exhibition marked Hirano's first solo show at ggg, coming 10 years after her participation in "Graphic Wave 1998." Her work is highlighted by geometric forms of extreme simplicity, her insatiable pursuit of pure whiteness, cosmetics branding that employs organic communication cutting across a diverse range of media, and her development of colored mobile phones, most notably of gold and magenta. Her numerous experimental innovations – which for her were driven by necessity – have paved the way for subsequent trends in the world of design. This exhibition retraced the path of her works to date, provided a comprehensive overview of the thoughts behind her works, and marked a starting point for delving into new uncharted waters.



「白」原研哉展

会期＝2008年10月7日－31日
作家略歴＝1958年生まれ。グラフィックデザイナー。武蔵野美術大学教授。2002年より、無印良品のアートディレクションを担当。「もの」ではなく「こと」のデザインを志向している。「RE-DESIGN」「HAPTIC」「SENSEWARE」など既存の価値観を更新するキーワードを擁する展覧会を制作し世界に巡回。また、長野オリンピックの開・閉会式プログラムや、愛知万博のプロモーションでは、深く日本文化に根ざしたデザインを展開した。一連のデザイン活動によって日本文化デザイン賞ほか受賞多数。著書多数。
展示概要＝余分なものをなくすこと、そして、ものの本質を知ろうとすることへの静かな洞察を示した本展。香水「KENZO POWER」、日本酒「白金」のパッケージ。「一冊の本」[RE-DESIGN]「HAPTIC」等のブックデザイン。天から降り注いだ水が「透明な玉」と化し消えていく「踏踏」(TSUKUBAI)など、本質に還元されることによって生み出された数々の作品を、「白」というひとつの美意識あるいはコンセプトを通して振り返ることで、デザイナーの思想の核心に触れる。

White: Kenya Hara Exhibition

Dates = October 7-31, 2008
Artist Profile = Born in 1958, Kenya Hara is a graphic designer, professor at Musashino Art University, and prolific writer. Since 2002 he has served as art director for MUJI. He aspires to designing "states" rather than "things." Among his creations are exhibitions – which have toured worldwide – embracing key words that overturn pre-existing values: for example, "RE-DESIGN," "HAPTIC" and "SENSEWARE." Meanwhile, for his design of the programs for the opening and closing ceremonies of the 1998 Nagano Winter Olympics and his promotional campaign for AICHI EXPO 2005, he developed designs deeply rooted in Japanese culture. For his design activities he has garnered numerous awards, including the Japan Inter-Design Forum Award.
Exhibition Overview = This exhibition demonstrated Mr. Hara's subtle insight into the elimination of the extraneous and his quest to understand the essence of things. Under the aestheticism or concept of "whiteness," this show took a retrospective look at his many works created as a return to the essential: his packaging for "Kenzo Power" fragrances for men and "Hakkin" sake; his design of books such as *One Book*, *RE-DESIGN* and *HAPTIC*; and "TSUKUBAI," his installation in which water droplets falling from above change into clear bubbles and disappear. In this way, the show allowed visitors to touch the core of this designer's thinking.



M/M (Paris) The Theatre Posters

会期＝2008年11月4日－26日
作家略歴＝マティアス・オグスティニアックとミカエル・アムザラグによる二人組。1992年結成。アムザラグはパリ国立高等装飾美術学校卒(1986-90)、オグスティニアックはロンドンの英国王立芸術大学でグラフィックデザインとアートディレクションの修士号を取得(1989-91)。M/Mは自身を、文化と広告の間を戦略的かつクリエイティブに仲介する存在にとらえ、作品を通して既存の秩序が持つ枠を広げようと試みる。
展示概要＝デザイン、ファッション、現代美術の各界を巻き込み、衝撃を与え続けるM/M (Paris)。本展では1995年以来手がけているCDDDBポスターを紹介。ユーモラスでエキセントリック、無邪気なことも攻撃的なこともあり、装飾的なことも、グロテスクなことさえあるこのシリーズは、M/Mの特性が最も発揮された作品と言える。即興的な印象を与えるが、実は個々の視覚的破調は、綿密に統制された全体の一部を構成しており、夫々の作品は共鳴しあい、進めるような視覚的連続性を感じさせつつ、一度として自己満足や陳腐な表現に陥ることがない。

M/M (Paris) The Theatre Posters

Dates = November 4-26, 2008
Artist Profile = M/M (Paris) is a unit formed by Mathias Augustyniak and Michael Amzalag in 1992. Augustyniak earned a masters degree in graphic design and art direction at the Royal College of Art in London, in 1991; Amzalag attended Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (ENSAD) in Paris, 1986-1990. M/M sees itself as a strategic and creative mediator between culture and advertising, and through its works it seeks to expand the framework of existing order.
Exhibition Overview = M/M (Paris) continues to embrace and shock the worlds of design, fashion and contemporary art. This exhibition introduced the posters this duo has produced since 1995 for Théâtre de Lorient at Centre Dramatique de Bretagne (CDDDB). The series fully demonstrates their unique characteristics: humorous and eccentric, at times playful, aggressive or decorative, sometimes downright grotesque. Although they give the impression of being spontaneous, in fact each visual blip makes up one part of a meticulously ordered whole. The works all resonate together, creating a sense of outpouring of visual continuity but without ever lapsing into self-complacency or cliché.



OYKOT Wieden+Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

会期=2008年12月2日-24日

作家略歴=オレゴン州ポートランドの本社のほか、東京、ロンドン、アムステルダム、ニューヨーク、上海、デリーにオフィスを構え、常にストーリーカルチャーにセンセーションを巻き起こし続けているNIKEを始め、HONDA、Coca-Colaなどの数々のビッグキャンペーンを、卓越した表現の力で成功に導き、広告業界のトップを走り続けるクリエイティブ・エージェンシー。

展示概要=1998年の設立以来、常に現状を打ち破ることに挑戦し続けるWieden+Kennedy Tokyo（ワイデン+ケネディ トウキョウ）の10年間の格闘（仕事）を、様々な個性と才能のフュージョンの結果獲得した視点“OYKOT”を通して紹介。彼らの広告やコミュニケーションに対するアイデアやクリエイティブ、パッションがどこから生まれてくるのか、W+K Tokyoの「仕事」「人」「オフィス」はどう育まれているのか、東京という都市の持つ文化的ダイナミズムの中で、どんな人たちがどのようにモノをつくり、これからも生み出していくのか。その10年を振り返り、未来を想像／創造する。

OYKOT Wieden+Kennedy Tokyo: 10 Years of Fusion

Dates = December 2-24, 2008

Artist Profile = With headquarters in Portland, Oregon, Wieden+Kennedy have offices in Tokyo, London, Amsterdam, New York, Shanghai and New Delhi. Through their outstanding powers of expression, they have wrought success in numerous major campaigns for the likes of Honda, Coca-Cola and Nike, a company that continually creates sensations within the realm of street culture. Wieden+Kennedy is a creative agency that maintains a solid position among the top ranks of the advertising industry.

Exhibition Overview = This exhibition introduced the “struggles,” i.e. works, of Wieden+Kennedy Tokyo, who continuously battle to break through the status quo, from the first 10 years since this office was established in 1998. It did so from the perspective of “OYKOT,” a vantage point derived from the fusion of a diversity of unique personalities and talents. As it looked back over those first 10 years, the exhibition also probed how to imagine and create the future. Among its considerations: Where do the ideas, creativity and passion W+K Tokyo infuses into its advertising and communications come from? How did its work, its people and its office develop? Amid the cultural dynamism of Tokyo, what kind of people were involved in its creative undertakings, and how? And how will they continue to create in the years ahead?



きらめくデザイナーたちの競演— DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展

会期=2009年1月9日-31日

出展作家=青木克憲、青葉益輝、秋田 寛、秋月 繁、秋山具義、浅葉克己、新井苑子、粟津 潔、安西 水丸、五十嵐威暢、井上嗣也、宇野亜喜良、蝦名龍郎、太田徹也、大貫卓也、大橋 正、葛西 薫、勝井三雄、上條喬久、亀倉雄策、河口洋一郎、河原敏文、北川一成、木村 勝、木村恒久、K2、小島良平、サイトウマコト、佐藤可士和、佐藤 晃一、佐藤 卓、U.G.サトー、佐野研二郎、澤田 泰廣、澁谷克彦、新村則人、鈴木八朗、副田高行、タイクーングラフィックス、田中一光、戸田正寿、永井一史、永井一正、中島英樹、仲條正義、中村 誠、瀧本唯人、新島 実、服部一成、早川良雄、原 研哉、平野敏子、平野甲賀、福島 治、福田繁雄、細谷 蔵、松下 計、松永 真、三木 健、宮田 謙、矢萩喜俊郎、矢吹彦彦、山形季央、山城隆一、山本容子、横尾忠則、吉田カツ、若尾真一郎、和田 誠

企画監修=永井一正、柏木 博

展示概要=DGA収蔵作品の中から123点を、ライバルとして競演する同世代の作家を2人ずつ組み合わせ、作品を対比するかたちで紹介。優れた作品を比較することにより、作品の時代性や作家の個性がよく鮮明に浮かびあがらせる試み。

Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers in the DNP Archives of Graphic Design

Dates = January 9-31, 2009

Featured Designers = K.Aoki, M.Aoba, K.Akita, S.Akizuki, G.Akiyama, K.Asaba, S.Arai, K.Awazu, M.Anzai, T.Igarashi, T.Inoue, A.Uno, T.Ebina, T.Ohta, T.Onuki, T.Ohashi, K.Kasai, M.Katsui, T.Kamijyo, Y.Kamekura, Y.Kawaguchi, T.Kawahara, I.Kitagawa, K.Kimura, T.Kimura, K2, R.Kojima, M.Saito, Ka.Sato, Ko.Sato, T.Satoh, U.Sato, K.Sano, Y.Sawada, K.Shibuya, N.Shimura, H.Suzuki, T.Soeda, Tycoon Graphics, I.Tanaka, S.Toda, Kf.Nagai, Km.Nagai, H.Nakajima, M.Nakajo, M.Nakamura, T.Nadamoto, M.Nijima, K.Hattori, Y.Hayakawa, K.Hara, Ke.Hirano, Ko.Hirano, O.Fukushima, S.Fukuda, G.Hosoya, K.Matsushita, S.Matsunaga, K.Miki, S.Miyata, K.Yahagi, N.Yabuki, T.Yamagata, R.Yamashiro, Y.Yamamoto, T.Yokoo, K.Yoshida, S.Wakao, M.Wada

Planning & Supervision = Kazumasa Nagai, Hiroshi Kashiwagi

Exhibition Overview = For this exhibition, 123 works were selected from the DNP Graphic Design Archives and displayed in pairs, each pair consisting of works by designers of the same generation. This format served as an experiment employing comparison of outstanding works as a means to bring into sharper relief the timeframe of given works and the individuality of their designers.



Helvetica forever: Story of a Typeface ヘルベチカ展

会期=2009年2月5日-28日

企画監修=ラース・ミュラー、ヴィクトル・マルシー、フィリップ・トイフル

展示概要=その誕生以来、世界で最も知られた欧文書体として根強い人気を保ち続けているヘルベチカ。幅広い用途に使える造形と調和性で、身近な街角の書体から多くのグローバル企業の制定書体まで、世界市場を席巻し驚くべき広範囲にわたり使用されている書体である。会場では日本人デザイナーを含む数多くの国のグラフィックデザイナーによってデザインされたポスターや数々のグッズなど、ヘルベチカを使用した様々な時代の作品を紹介。また、ヘルベチカの生みの親、エドワード・ホフマンとマックス・ミューンガーによるヘルベチカの制作過程が事細かに記録された、大変に重要な資料であるホフマンの日記を、再現して展示した。さらに、現在ヘルベチカの権利を持つライノタイプ社、日本で数少ない欧文活版組版の第一人者である嘉瑞工房の協力を得て、今では目にする機会の少ない数々の貴重な資料も展示。誕生から50年を過ぎます人々の関心を惹きつけるヘルベチカの魅力と実績を紹介した。

Helvetica forever: Story of a Typeface

Dates = February 5-28, 2009

Planning & Supervision = Lars Müller, Victor Malsy, Philipp Teufel

Exhibition Overview = Since its creation, Helvetica has sustained strong popularity as the most widely recognized European typeface in the world. By dint of its broadly applicable design and concordant adaptability, Helvetica has swept the global market and is used in an astonishingly wide range of applications, from everyday signs on street corners to the typeface of choice of many global corporations. This exhibition showcased works of various periods featuring Helvetica, including numerous products and posters designed by graphic designers from many different countries, including Japan. Also on exhibit was a reproduction of the diary of Eduard Hoffmann, who, along with Max Miedinger, was the original creator of Helvetica; this source of great importance records that creative process in great detail. Other items on display were numerous valued materials rarely seen today, their participation made possible through the co-operation of Linotype, which now owns the rights to Helvetica, and The Kazui Press, one of only a few key players in European letterpress typesetting in Japan. This exhibition introduced both the appeal and track record of Helvetica, a typeface that today, more than a half-century after its birth, attracts ever more interest.



DRAFT: Branding & Art Director

会期=2009年3月6日-30日

作家略歴=宮田謙が日本デザインセンター退社後、1978年に(株)宮田謙デザイン事務所(現(株)ドラフト)を設立。モスバーガー、ラコステ、PRGR、キリン一番搾り、麒麟淡麗<生>、日本鉱業、パナソニック電工、花王ソフィーナ、ワコール、世界のKitchenから、ブライトリングなどの広告、SPの企画デザインを中心に、商品開発、業態開発などの企画、プロデュースを手がける。95年D-BROSをスタートさせ、プロダクトデザインの開発、販売を開始。

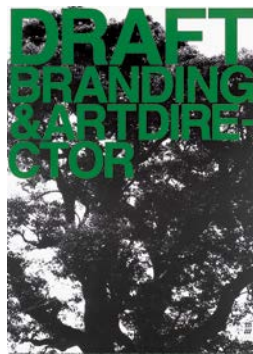
展示概要=「ブランディングとアートディレクター」をテーマに、ドラフトが今まで手がけてきたモスバーガー、ラコステ、キリンなど、企業との商品開発からかわるブランディングや、立ち上げから13年経ったD-BROSにスポットを当てた。さらに、現在ドラフトに在籍する9名のアートディレクターそれぞれの個性ある仕事を、映像を通して紹介。宮田采配のもと「物事の本質に迫る」、「社会とつながる」という共通マインドを持つデザイン集団DRAFTに、今なにが起こっているのか、今まで明かされなかったDRAFT=宮田謙の魅力を解き明かす。

DRAFT: Branding & Art Directors

Dates = March 6-30, 2009

Artist Profile = DRAFT traces back to 1978, when Satoru Miyata left Nippon Design Center to start his own design office. Today DRAFT handles planning and production duties relating to product and business format development, with a focus on advertising and sales promotion planning and design. Clients include Mos Food Services, Lacoste, PRGR, Kirin Brewery, Japan Energy, Panasonic, Kao, Wacoal and Breittling Japan. In 1995 DRAFT launched D-BROS, engaging in product design development and marketing.

Exhibition Overview = This exhibition, taking up the theme of “Branding and Art Directors,” put the spotlight on DRAFT’s branding work, commencing with its participation in product development at various companies, including Mos Food Services, Lacoste and Kirin Brewery. It also focused on D-BROS and its work during its first 13 years, and used video presentations to introduce the unique work of the nine directors currently in DRAFT’s employ. The show shed light as never before on the appeal of DRAFT, i.e. Satoru Miyata, and on what DRAFT – a design group of like-minded art directors under Miyata’s leadership – is up to today as it seeks to get to the core essence of things and to connect with society.



Review of ddd 2008-2009

ddd 展覧会概要

真 and / or 善 杉崎真之助と高橋善丸のグラフィックデザイン

会期=2008年11月25日-12月24日

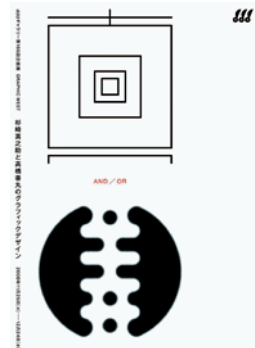
作家略歴=杉崎真之助=1953年奈良県生まれ。75年大阪芸術大学デザイン科卒業。86年真之助事務所設立。デザインを情報の構築と印象の設計と定義し、明快で良質なコミュニケーションの実現を目指す。高橋善丸=グラフィックデザインはそれ自体、時代を語る文化であるということを実践の礎に、湿度ある視覚コミュニケーション表現を探求し、国内外の展覧会やメディア、講演などで作品を発表。横広告丸主宰。展示概要=二人のデザイナーが制作する日々の中で育んできたエッセンスを抽出し、構築と造形というそれぞれの特徴的なスタイルに焦点を当てて、コミュニケーションデザインの原点を探る。テーマは「真 and/or 善」。共通性のANDと独自性のOR。情報と印象を構築する杉崎、情感と湿度の造形を追求する高橋。同大学で同学年。ともに大阪を拠点に活躍。コミュニケーションデザインの領域が拡大・拡散していく現在、もう一度ポスターという表現でグラフィックデザインの本質に迫った。本展のための新作を中心に、過去の実作からセレクトしたポスター約40点を加えて展示。

Truth And / Or Virtue: Graphic Designs by Shinnoske Sugisaki and Yoshimaru Takahashi

Dates = November 25 - December 24, 2008

Artist Profile = Shinnoske Sugisaki was born in 1953, in Nara Prefecture. He established his own design office in 1986. He defines design as the construction of information and the design of impressions, and he aims for the realization of lucid, high-quality communication. Yoshimaru Takahashi bases his artistic expression on the contention that graphic design is itself culture that speaks for its times, and he pursues richly endowed visual communication expression. He is president of Kokokumaru Inc.

Exhibition Overview = This exhibition explored the origins of communication design by extracting the essence of graphic style cultivated by these two designers in their everyday creative work and highlighting their characteristic styles: respectively, constructive and figurative. The theme - "Truth And/Or Virtue" - contains two nuances: the commonality implied in "and," and the individuality inherent in "or." Today, at a time when the realm of communication design is expanding and diffusing, they returned to probe the true essence of graphic design via the medium of the poster. The exhibition centered on new works prepared for this event, complemented by some 40 posters selected from among their previous works.



Welcome to Magazine Pool: 雑誌デザイン10人の越境者たち

Welcome to Magazine Pool: Ten Creators Crossing Boundaries for Magazine Design

会期=2008年1月15日-2月23日

Dates = January 15 - February 23, 2008



佐野研二郎：ギンザ・サローネ・オーサカ

Ginza Salone Osaka:
Kenjiro Sano Attacks ddd

会期=2008年2月29日-4月12日

Dates = February 29 - April 12, 2008



中島信也CM展 中島信也と29人のアートディレクター

Shinya Nakajima TV Commercial Exhibition:
Shinya Nakajima with 29 Art Directors

会期=2008年4月22日-6月6日

Dates = April 22 - June 6, 2008



08TDC展

Tokyo Type Directors Club Exhibition 2008

会期=2008年6月13日-7月23日

Dates = June 13 - July 23, 2008



Now Updating... THA / 中村勇吾のインタラクティブデザイン

Now Updating... The Interactive Design of
THA/Yugo Nakamura

会期=2008年8月5日-28日

Dates = August 5 - 28, 2008



2008ADC展

2008 Tokyo Art Directors Club Exhibition

会期=2008年9月9日-10月8日

Dates = September 9 - October 8, 2008



Review of CCGA 2008

CCGA 展覧会概要

Aoba Show:
青葉益輝ワン・マン・ショー
Aoba Show: Masuteru Aoba One-Man Show

会期=2008年10月17日-11月15日
Dates = October 17 - November 15, 2008



Helvetica forever:
Story of a Typeface ヘルベチカ展
Helvetica forever: Story of a Typeface

会期=2009年1月15日-2月27日
Dates = January 15 - February 27, 2009



きらめくデザイナーたちの競演—
DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展
Brilliant Rivalry: Works by Outstanding Designers
in the DNP Archives of Graphic Design

会期=2009年3月10日-4月16日
Dates = March 10 - April 16, 2009



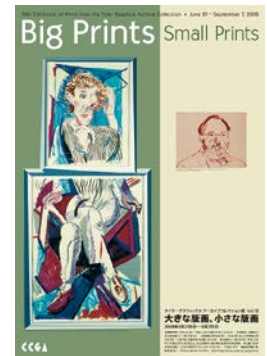
厚い色:
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展Vol.17
Thick with Color: 17th Exhibition of Prints
from the Tyler Graphics Archive Collection

会期=2008年3月1日-6月15日
Dates = March 1 - June 15, 2008



大きな版画、小さな版画:
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展Vol.18
Big Prints, Small Prints: 18th Exhibition of
Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

会期=2008年6月21日-9月7日
Dates = June 21 - September 7, 2008



黒のモノローグ:
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展Vol.19
Monologues in Black: 19th Exhibition of
Prints from the Tyler Graphics Archive Collection

会期=2008年9月13日-11月24日
Dates = September 13 - November 24, 2008



1986

- 3月 1回 大橋正展 野菜のイラストレーション
- 4月 2回 福田繁雄展 Illustic412
- 5月 3回 奥村毅正展 燦々彩譜
- 6月 4回 秋山育展 ピクチャーレリーフ
- 7月 5回 '86 Tokyo ADC展
- 8月 6回 アートワークス展Ⅰ
- 9月 7回 佐藤晃一展 箱についてー2
- 10月 8回 栗津潔展 エノタメノジブンカクメイ
- 11月 9回 追悼・ハーバート・バイヤー展
- 12月 10回 K2 Live!展

1987

- 1月 11回 辻修平 いろはの絵展
- 2月 12回 花の万博十博覧会のシンボルマーク展
- 3月 13回 藤幡正樹展 geometric love
- 4月 14回 松永真 毎日デザイン賞受賞記念展
- 5月 15回 安西水丸 二色展
- 6月 16回 ルウ・ドーフスマンとCBSの
クリエイティブワークス展
- 7月 17回 '87 Tokyo ADC展
- 8月 18回 アートワークス展Ⅱ
- 9月 19回 五十嵐威暢の立体数字展
- 10月 20回 青葉益輝プリンティングアート展
- 11月 21回 オルガー・マチスのポスター展
- 12月 22回 ミルトン・グレイザー展

1988

- 1月 23回 木村勝・パッケージングディレクション展
- 2月 24回 谷口広樹展 猿の記憶
- 3月 25回 銀座百点 表紙原画展
- 4月 26回 吉田カツ展 描き下し刷り下し
- 5月 27回 AGI '88 Tokyo展
- 6月 28回 イッセイ・ミヤケのポスター展
- 7月 29回 '88 Tokyo ADC展
- 8月 30回 アートワークス展Ⅲ
- 9月 31回 情報ポスター・リクルート展
- 10月 32回 早川良雄「女」原画展
- 11月 33回 仲條正義展 NAKAJOISH
- 12月 34回 スタシスのポスターとイラストレーション展

1989

- 1月 35回 ショッピングバッグ・デザイン展
- 2月 36回 矢萩喜従郎展
- 3月 37回 Texture展
皆川魔鬼子+田原桂一+山岡茂
- 4月 38回 タナカノリユキ展 Gokan-都市の表層
- 5月 39回 オトル・アイヒャー展
- 6月 40回 操上和美展 Photographies
- 7月 41回 若尾真一郎展 Wakao Collection
- 8月 42回 アートワークス展Ⅳ
- 9月 43回 永井一正展
- 10月 44回 Europalia '89 Japan
新作ポスター 12人展
- 11月 45回 チャールズ・アンダーソン展
- 12月 46回 清原悦志の仕事展 Hommage

1990

- 1月 47回 秋月繁展 遊びの箱
- 2月 48回 菊地信義展 装幀の本「棚」
- 3月 49回 原田維夫展 木版画「馬」
- 4月 50回 田中一光展 グラフィックアート植物園
- 5月 51回 山城隆一展 猫のいないイラスト
- 6月 52回 松井桂三展 3D
- 7月 53回 寺門孝之展 遺伝子導入天使
- 8月 54回 アートワークス展Ⅴ
- 9月 55回 田原桂一展 光の香り

- 10月 56回 浅葉克己の新作展 アジアの文字
- 11月 57回 伊勢克也展 イメージのマカロニ
- 12月 58回 蓮田やすひろ展 ビープル

1991

- 1月 59回 舟橋全二展
- 2月 60回 太田徹也展 ダイアグラム
- 3月 61回 ペア・アーノルディ展
- 4月 62回 澤田泰廣展 P2(Painting×Printing)
- 5月 63回 新井苑子展 インスピレーションを描く
- 6月 64回 Communication & Print
新作ポスター 10人展
- 7月 65回 中垣信夫+中垣デザイン事務所展
- 8月 66回 アートワークス展Ⅵ
- 10月 67回 Trans-Art 91展
- 12月 68回 '91 Tokyo ADC展

1992

- 1月 69回 アイヴァン・チャマイエフ展 コラージュ
- 2月 70回 立花ハジメ初の個展
- 3月 71回 第4回東京TDC展
- 4月 72回 ヘンリック・トマシェフスキ展
- 5月 73回 シーモア・クワスト展 メタル彫刻
- 6月 74回 鹿目尚志展 BOX・XX
- 7月 75回 中村誠 個展
- 8月 76回 リック・バリセンティ展
- 9月 77回 葛西薫展 'AERO'
- 10月 78回 瀧本唯人、宇野亜喜良、和田誠、
山口はみる展
- 11月 79回 ボール・ランド展
- 12月 80回 フロシキ展

1993

- 1月 81回 小島良平展 Tropica Grafica
- 2月 82回 稲越功一展 アウト・オブ・シーズン
- 3月 83回 '92 Tokyo ADC展
- 4月 84回 第5回東京TDC展
- 5月 85回 U.G.サトウのポスター展 "Freedom"
- 6月 86回 オマーージュ 向秀男展
- 7月 87回 文字からのイマジネーション展
- 8月 88回 現代香港のデザイン8人展
- 9月 89回 勝井三雄展 光の国
- 10月 90回 河村要助、矢吹申彦、湯村輝彦、
安西水丸展
- 11月 91回 ソール・パス展
- 12月 92回 グリーティング・ポップアップ13人展

1994

- 1月 93回 栗津潔展 H²O Earthman
- 2月 94回 第6回東京TDC展
- 3月 95回 上條喬久展 Windscape Mindscape
- 4月 96回 片山利弘展
- 5月 97回 永井一正展
- 6月 98回 オランダのグラフィックデザイン100年展
- 7月 99回 '94 Tokyo ADC展
- 8月 100回 グラフィック・グッズ展
- 10月 101回 平野甲賀「文字の力」展
- 10月 九州の九人の九つの個性展
- 11月 102回 亀倉雄策ポスター新作展
- 12月 103回 原研哉展
- 12月 土橋とし子、中村幸子、メグ・ホソキ3人展

1995

- 1月 104回 ブルーノ・ムナリー展
- 2月 105回 日本のブックデザイン展1946-95
- 3月 106回 第7回東京TDC展
- 4月 107回 ビーター・ブラッティンガ展

- 5月 108回 田中一光展 人間と文字
- 6月 109回 ニクラウス・トロツクスラーポスター展
- 7月 110回 '95 Tokyo ADC展
- 8月 111回 リズム&ヒューズの
コンピュータグラフィックス展
- 9月 112回 八木保展 自然観
- 9月 特別展 世界のグラフィック20人展
ggg Books 20冊刊行記念
- 10月 113回 モダン・タイポグラフィの流れ展ー1
- 11月 114回 戸田正寿・イヤイヤランド展
- 12月 115回 日本のイラストレーション50年展

1996

- 1月 116回 蓮田やすひろ展 お江戸で、ゆらゆら
- 2月 117回 モダン・タイポグラフィの流れ展ー2
- 3月 118回 ポスター 23人展 イン・サンパウロ
- 4月 119回 第8回東京TDC展
- 5月 120回 現代ハンガリーのグラフィック4人展
- 6月 121回 勝岡重夫タイポグラフィックアート展
- 7月 122回 '96 Tokyo ADC展
- 8月 123回 前田ジョン「かみとコンピュータ」展
- 9月 124回 K2-黒田征太郎/長友啓典「二脚の椅子」展
- 10月 125回 チェコ・アヴァンギャルド・ブックデザイン
1920s・'30s
- 11月 126回 Graphic Wave 1996
青木克憲+佐藤卓+山形季央
- 12月 127回 アラン・ル・ケルネ展

1997

- 1月 128回 下谷二助展 人じん
- 1月 特別展 (CCGA)ジョセフ・アルバース展
- 2月 129回 大橋正展 体温をもつ野菜たち
- 3月 130回 東京TDC展
- 4月 131回 仲條正義〇〇〇展
- 5月 132回 今日の雑誌8誌による・特集エコロジー展
- 6月 133回 横尾忠則ポスター展
吉祥招福繁昌描き下ろし!
- 7月 134回 '97 Tokyo ADC展
- 8月 135回 河原敏文とボリゴン・ピクチュアズ展
- 9月 136回 メキシコ10人展
- 10月 137回 Graphic Wave 1997
秋田寛+井上里枝+福島治
- 10月 特別展 「勝負勝負」10周年記念展
- 11月 138回 福田繁雄のポスター〈SUPPORTER〉
- 12月 139回 GLOBAL展 世界33人の
デザイナーによるデュオポスター

1998

- 1月 140回 鈴木八朗展 8RO ART & AD
- 2月 141回 オーデルマット+ティッシ展
- 3月 142回 スタシス・エイドゥリゲヴィチウス展
- 4月 143回 東京TDC展'98
- 5月 144回 スタジオ・ダウンバー展
- 6月 145回 山本容子展 オペラレッスン
- 7月 146回 '98 Tokyo ADC展
- 8月 147回 河口洋一郎展 電脳宇宙への旅
- 9月 148回 Graphic Wave 1998
蝦名龍郎+平野敬子+三木健
- 10月 149回 グンター・ランボー展
- 11月 150回 フィリップ・アペローグ展
- 12月 151回 ヘルベルト・ロイビン展

1999

- 1月 152回 海外作家によるFuroshiki Graphics展
- 2月 153回 日本のタイポグラフィック1946-95展
- 3月 154回 木村恒久構成フォト・グラフィックス展
- 3月 特別展 堀内誠一の仕事展雑誌づくりの決定的瞬間

- 4月 155回 '99 TDC展
- 5月 156回 現代ブルガリアのグラフィックデザイン展
- 6月 157回 日比野克彦展 誘拐したい
- 7月 158回 '99 ADC展
- 7月 特別展 前田ジョン One-line.com
- 8月 159回 矢萩喜従郎展
- 9月 160回 Graphic Wave 1999
鈴木守+松下計+米村浩
- 10月 161回 FUSE展
- 11月 162回 松井桂三展
- 12月 163回 ボール・デイヴィスのポスター展
- 12月 特別展 アーヴィング・ベン
三宅一生の仕事への視点

2000

- 1月 164回 Graphic Message for Ecology展
- 1月 特別展 篠山紀信&マニュエル・ルグリ展
- 2月 165回 ブルーノ・モングッツィ展
形と機能の詩人
- 3月 166回 伊藤憲治展 医学誌「ステスコープ」の
表紙デザイン半世紀
- 4月 167回 '00 TDC展
- 5月 168回 Poster Works Nagoya 12
岡本滋夫+11人のデザイナーたち
- 6月 169回 なにわの、こてこてグラフィック展
- 7月 170回 2000 ADC展
- 8月 171回 日宣美の時代
日本のグラフィックデザイン1951-70展
- 9月 172回 Graphic Wave 2000
秋山具義+Tycoon Graphics+中島英樹
- 10月 173回 D-ZONE / 戸田ツトム展
- 11月 174回 ビエール・ベルナルル展
- 12月 175回 本とコンピュータ展

2001

- 1月 176回 二〇〇一年木田安彦展
- 2月 177回 イタロ・ルビ展
- 3月 178回 "Spring has come"
松永真、ディテールの競演。
- 4月 179回 01 TDC展
- 5月 180回 コントラプункト展
- 6月 181回 原弘のタイポグラフィ展
- 7月 182回 2001 ADC展
- 8月 183回 瀧本唯人展 にんげんもよう
- 9月 184回 Graphic Wave 2001
蒔谷亮彦+永井一史+ひびのこづえ
- 10月 185回 ハングルポスター展
- 11月 186回 サイトウマコト展
- 12月 187回 チップ・キッド展

2002

- 1月 188回 ウーヴェ・レシュ展
- 2月 189回 宇野亜喜良展
- 3月 190回 デザイン教育の現場から：
セント・ジュースト大学院の新手法
- 4月 191回 02 TDC展
- 5月 192回 DRAFT展
- 6月 193回 アラン・チャン展 東情西韻
- 6月 特別展 花森安治と暮らしの手帖展
- 7月 194回 2002 ADC展
- 8月 195回 タナカノリユキ展 OUT OF DESIGN
- 9月 196回 Graphic Wave 2002
左合ひとみ+澤田泰廣+新村則人
- 10月 197回 SUN-AD人展
- 11月 198回 ブラジルのグラフィックデザイン展
ブックデザインにみる今日のブラジル
- 12月 199回 ハーブ・ルバリン展



1992-2009

2003

- 1月 200回 田中一光 ポスターとグラフィックアート展
- 2月 201回 サディク・カラムスターファ展
- 3月 202回 現代中国平面設計展
- 4月 203回 03 TDC展
- 5月 204回 ファブリカ展 1994-03 混沌から秩序へ
- 6月 205回 空山基展
- 7月 206回 2003 ADC展
- 8月 207回 新島実展 色彩とフォントの相互作用
- 9月 208回 Graphic Wave 2003
佐野研二郎＋野田風＋服部一成
- 10月 209回 副田高行「広告の告白」展
- 11月 210回 ステファン・サグマイスター展
- 12月 211回 河野鷹思展

2004

- 1月 212回 永井一正ポスター展
- 2月 213回 伊藤桂司・谷口広樹・ヒロ杉山展
- 3月 214回 雑誌をデザインする集団キャップ展
- 4月 215回 04 TDC展
- 5月 216回 佐藤卓展 PLASTICITY
- 6月 217回 現代デンマークポスターの10年
- 7月 218回 2004 ADC展
- 8月 219回 バーンブリック・デザイン展
Friendly Fire
- 9月 220回 Graphic Wave 2004
工藤青石＋GRAPH＋生意気
- 10月 221回 杉浦康平雑誌デザインの半世紀展
- 11月 222回 佐藤可士和展 BEYOND
- 12月 223回 もう一人の山名文夫展 1920s－70s

2005

- 1月 224回 七つの顔のアサバ展
- 2月 225回 バラリンジ・デザイン展
- 3月 226回 青木克憲XX展
- 4月 227回 05 TDC展
- 5月 228回 和田誠のグラフィックデザイン
- 6月 229回 チャマイエフ&ガイスマー展
- 7月 230回 2005 ADC展
- 8月 231回 佐藤雅彦研究室展
- 9月 232回 Graphic Wave 2005
谷田一郎＋東泉一郎＋森本千絵
- 10月 233回 CCCP研究所展
- 11月 234回 祖父江慎＋cozfish展
- 12月 235回 スイスポスター 100年展

2006

- 1月 236回 亀倉雄策1915-1997展
- 2月 237回 野田風展
- 3月 238回 シアン展
- 4月 239回 06 TDC展
- 5月 240回 永井一史／HAKUHODO DESIGN
- 6月 241回 田名網敬一主義展
- 7月 242回 2006 ADC展
- 8月 243回 アレクサンダー・ゲルマン展
- 9月 244回 Graphic Wave 2006: School of Design
古平正義＋平林奈緒美＋水野学＋山田英二
- 9月 特別展 AGI日本デザイン総会開催記念「掛け輪展
- 10月 245回 勝手に広告展(中村至男＋佐藤雅彦)
- 11月 246回 中島英樹展 CLEAR in the FOG
- 12月 247回 早川良雄展 日本のデザイン黎明期の証人

2007

- 1月 248回 EXHIBITIONS (Part I)
- 2月 EXHIBITIONS (Part II)
- 3月 249回 キムラカツ展：問いボックス店
- 4月 250回 07 TDC展

- 5月 251回 ヘルムート・シュミット：
デザイン イズ アディテュード
- 6月 252回 廣村正彰：2D⇄3D
- 7月 253回 2007 ADC展
- 8月 254回 ワルシャワの風 1966-2006
- 9月 255回 佐野研二郎：ギンザ・サローネ
- 10月 256回 中島信也CM展：
中島信也と29人のアートディレクター
- 11月 257回 Welcome to Magazine Pool：
雑誌デザイン10人の越境者たち
- 12月 258回 Aoba Show：
青葉益輝ワン・マン・ショー

2008

- 1月 259回 アートダ！戸田正寿ポスターアート展
- 2月 260回 グラフィックデザインの時代を築いた
20人の証言 Interviews by 柏木博
- 3月 261回 TEXTASY:
フロディ・ノイエンシュヴァンダー展
- 4月 262回 08 TDC展
- 5月 263回 アラン・フレッチャー：
英国グラフィックデザインの父
- 6月 264回 がんばれニッポン、を広告してきたんだ
そう言えば、俺。応援団長佐々木●宏
- 7月 265回 2008 ADC展
- 8月 266回 Now Updating... THA /
中村勇吾のインタラクティブデザイン
- 9月 267回 平野敬子「デザインの起点と終点と起点」
- 10月 268回 「白」原研哉展
- 11月 269回 M/M(Paris) The Theatre Posters
- 12月 270回 OYKOT Wieden+Kennedy Tokyo:
10 Years of Fusion

2009

- 1月 271回 きらめくデザイナーたちの競演－
DNPグラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展
- 2月 272回 Helvetica forever: Story of a Typeface
ヘルベチカ展
- 3月 273回 DRAFT Branding & Art Director

1992

- 1月 1回 Trans-Art 91展
- 3月 2回 アイヴァン・チャマイエフ展 コラージュ
- 4月 3回 第4回東京TDC展
- 5月 4回 リック・バリセンティ展
- 6月 5回 シーモア・クワスト展 メタル彫刻
- 7月 6回 デザイン・プリント・ペーパー展
- 8月 7回 ヴァン・オリバー展
- 10月 8回 中村誠 個展
- 10月 9回 マイケル・メイヴリー展
- 11月 10回 灘本唯人、宇野亜喜良、和田誠、
山口はるみ展

1993

- 1月 11回 フロシキ展
- 2月 12回 ホワイ・ノット・アソシエイツ展
- 3月 13回 アレン・ホリ＋ロバート・ナカタ展
- 4月 14回 '92 Tokyo ADC展
- 5月 15回 ラッセル・ウォーレンーフィッシャー展
- 6月 16回 第5回東京TDC展
- 7月 17回 文字からのイマジネーション展
- 8月 18回 デザイン・プリント・ペーパー展 PartII
- 9月 19回 ビル・ソーバーン展
- 10月 20回 U.G.サトーのポスター展 "Freedom"
- 11月 21回 勝井三雄展 光の国
- 12月 22回 現代香港のデザイン8人展

1994

- 1月 23回 ソール・バス展
- 2月 24回 グリーティング・ポップアップ13人展
- 3月 25回 リュディ・パウア／
インテグラルコンセプト展
- 4月 26回 河村要助、矢吹申彦、湯村輝彦、
安西水丸展
- 5月 27回 ジェニファ・モウラ展
- 6月 28回 永井一正展
- 7月 29回 ウーヴェ・レシュ展
- 8月 30回 '94 Tokyo ADC展
- 9月 31回 デザイン・プリント・ペーパー展 PartIII
- 10月 32回 デビッド・カーソン&
ゲーリー・ケブキ展
- 11月 33回 亀倉雄策ポスター新作展

1995

- 1月 34回 ヘルマン・モンタルボ展
- 2月 35回 ブルーノ・ムナリ展
- 3月 36回 グラッパ・デザイン展
- 4月 37回 第7回東京TDC展
- 5月 38回 ミシエル・ブーヴェ展
- 6月 39回 田中一光展 人間と文字
- 7月 40回 テレロング展
- 8月 41回 '95 Tokyo ADC展
- 9月 42回 デザイン・プリント・ペーパー展 IV
- 10月 43回 ベレ・トレント展
- 11月 44回 アジアのデザイナー 6人展

1996

- 1月 45回 日本のイラストレーション50年展
- 2月 46回 マーゴ・チェイス展
- 3月 47回 ヴェルネル・イエカー展
- 4月 48回 グンター・ランボー展
- 5月 49回 第8回東京TDC展
- 6月 50回 カリ・ビッポ展
- 7月 51回 現代ハンガリーのグラフィック4人展
- 8月 52回 '96 Tokyo ADC展
- 9月 53回 前田ジョン「かみとコンピュータ」展
- 10月 54回 アラン・ル・ケルネ展

- 11月 55回 ウッディ・バートル展

1997

- 1月 56回 ジョアン・マシャド展
- 2月 57回 K2オオサカ展 黒田征太郎＋長友啓典
- 3月 58回 グラフィックデザイン・イン・チャイナ展
- 4月 59回 東京TDC展
- 5月 60回 メキシコ10人展
- 6月 61回 カトー・デザイン展 思考するデザイン
- 7月 62回 '97 Tokyo ADC展
- 8月 63回 ラルフ・シュライフォーゲル展
- 10月 64回 ジェームズ・ビクトル展
- 11月 65回 GLOBAL展 世界33人の
デザイナーによるデュオポスター

1998

- 1月 66回 ファイトヘルベ／デ・ヴリンゲル展
- 2月 67回 ジャン・ペノア・レヴィ展
- 3月 68回 〈トロイカ〉ロシア3人展
- 4月 69回 フィリップ・アペロウ展
- 6月 70回 東京TDC展 '98
- 7月 71回 スタジオ・ドゥンバー展
- 8月 72回 '98 Tokyo ADC展
- 9月 73回 ザフリキ展
- 10月 74回 デビッド・タルタコバ展
- 11月 75回 台湾四人展

1999

- 1月 76回 海外作家によるFuroshiki Graphics展
- 2月 77回 ビエール・ニューマン展
- 3月 78回 ボーラ・シェアのグラフィックデザイン展
- 5月 79回 ハンブルクのグラフィックデザイン展
- 6月 80回 '99 TDC展
- 7月 81回 ヤン・ライリッヒJr.展
- 8月 82回 '99 ADC展
- 9月 83回 スコット・マケラ[WIDE OPEN]展
- 10月 84回 チャース・マヴィヤネー
デヴィースの世界展
- 11月 85回 マカオ2人展

2000

- 1月 86回 Graphic Message for Ecology展
- 2月 87回 松井桂三展
- 3月 88回 ボール・デヴィス展
- 4月 89回 なにわの、こてこてグラフィック展
- 5月 90回 '00 TDC展
- 6月 91回 アントン・ペイク展
- 7月 92回 ビエール・ベルナル展
- 9月 93回 2000 ADC展
- 10月 94回 イタロ・ルビ展
- 11月 95回 デザイン教育の現場から：
ベルリン芸術大学
オルガー・マチス教室によるアブローチ

2001

- 1月 96回 二〇〇一年木田安彦展
- 2月 97回 コントラプункト展
- 3月 98回 ギルツブルク音楽祭ポスター展
- 5月 99回 01 TDC展
- 6月 100回 チップ・キッド展
- 7月 101回 ハングルポスター展
- 8月 102回 2001 ADC展
- 9月 103回 ウォルフガング・ワインガルト展
- 10月 104回 "Spring has come"
松永真、ディテールの競演。
- 11月 105回 デザイン教育の現場からII：
セント・ジョースト大学院の新手法

2002

- 1月 106回 灘本唯人展 にんげんもよう
- 2月 107回 サイトウマコト展
- 3月 108回 オット+シュタイン展
- 4月 109回 タビロ展
- 5月 110回 02 TDC展
- 7月 111回 ウィーンのパスター展：
ウィーン市立図書館アーカイブ1883-2002
- 7月 112回 三木健展
- 9月 113回 2002 ADC展
- 10月 114回 サディク・カラムスターファ展
- 11月 115回 中国グラフィックデザイン展

2003

- 1月 116回 SUN-AD人展
- 2月 117回 田中一光 ポスターとグラフィックアート展
- 3月 118回 ファブリカ展 1994-03 混沌から秩序へ
- 4月 119回 カン・タイクン+フリーマン・ラウ展
- 6月 120回 03 TDC展
- 7月 121回 ルーバ・ルコーバ展
- 8月 122回 2003 ADC展
- 9月 123回 ステファン・サグマイスター展
- 10月 124回 ヨーロッパの文化ポスター展：
ノイエ・ザムルング・ミュンヘンの
収蔵作品より
- 11月 125回 空山基展

2004

- 1月 126回 副田高行「広告の告白」展
- 2月 127回 永井一正ポスター展
- 3月 128回 現代デンマークポスターの10年
- 4月 129回 雑誌をデザインする集団キャップ展
- 5月 130回 04 TDC展
- 6月 131回 ビエール・メンデル展
- 8月 132回 2004 ADC展
- 9月 133回 パーンブルック・デザイン展 Friendly Fire
- 10月 134回 チェコのポスター展：
ブラハ美術工芸博物館
コレクション1960-2003
- 11月 135回 パラリンジ・デザイン展

2005

- 1月 136回 杉浦康平の雑誌デザイン半世紀展
- 2月 137回 シアン展 ベルリンでの13年
- 3月 138回 佐藤可士和展 BEYOND
- 4月 139回 メーフィス&ファン・デュールセン展
- 5月 140回 05 TDC展
- 7月 141回 CCCP研究所展
- 8月 142回 2005 ADC展
- 9月 143回 青木克憲XX展
- 10月 144回 ドイツAGIグラフィックデザイン展
- 11月 145回 和田誠のグラフィックデザイン

2006

- 1月 146回 スイスポスター 100年展
- 2月 147回 グラフィック・ソート・ファシリティ展
- 3月 148回 野田崑展
- 4月 149回 ブルーノ・オルダーニ展
- 5月 150回 06 TDC展
- 6月 151回 ブラック&ホワイtposter展
- 8月 152回 2006 ADC展

2007

- 5月 153回 EXHIBITIONS
- 7月 154回 07 TDC展
- 8月 155回 ヘルムート・シュミット：
デザイン イズ アディテュード

- 10月 156回 2007 ADC展
- 11月 157回 キムラカツ展：問いボックス店

2008

- 1月 158回 Welcome to Magazine Pool：
雑誌デザイン10人の越境者たち
- 2月 159回 佐野研二郎：ギンザ・サローネ・オーサカ
- 4月 160回 中島信也CM展：
中島信也と29人のアートディレクター
- 6月 161回 08 TDC展
- 8月 162回 Now Updating... THA /
中村勇吾のインタラクティブデザイン
- 9月 163回 2008 ADC展
- 10月 164回 Aoba Show：
青葉益輝ワン・マン・ショー
- 11月 165回 真 and / or 善 杉崎真之助と高橋善丸の
グラフィックデザイン

2009

- 1月 166回 Helvetica forever: Story of a Typeface
ヘルベチカ展
- 3月 167回 きらめくデザイナーたちの競演—DNP
グラフィックデザイン・アーカイブ収蔵品展

1995

- 4-7月 グラフィック・ビジョン：
ケネス・タイラーとアメリカ現代版画の30年
- 8-10月 ロイ・リキテンスタイン：
エンタプラチュア→ヌード
- 11-1月 一瞬の刻印：ロバート・マザウェル展

1996

- 3-4月 アメリカ版画の現在地点：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.1
- 4-7月 デイヴィッド・ホックニー展
- 7-10月 ジョセフ・アルバース展
- 10-1月 スタイルを越えて：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.2

1997

- 3-6月 ジェームズ・ローゼンクイスト展
- 6-9月 版画における抽象：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.3
- 10-11月 大竹伸朗：Printing / Painting
- 12-1月 線／色彩／イメージ：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.4

1998

- 3-5月 フランク・ステラ／ケネス・タイラー
構築する版画：
アーティストとプリンター、30年の軌跡
- 5-9月 主張する黒：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.5
- 9-12月 形象としての紙：アラン・シールズ

1999

- 3-5月 福田美蘭展
- 6-9月 かたる かたち：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.6
- 9-12月 版画の話展

2000

- 3-6月 New Works 1998-1999：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.7
- 6-9月 太田三郎：存在と日常
- 9-12月 DNPグラフィックデザイン・アーカイブ設立展：
ポスターグラフィックス 1950-2000

2001

- 3-5月 版画集への招待：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.8
- 5-7月 折元立身：1972-2000
- 8-10月 藤本由紀夫：四次元の読書
- 10-12月 DNPグラフィックデザイン・アーカイブ展 Vol.2：
グラフィックデザインの時代

2002

- 3-6月 空間に躍りでた版画たち：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.9
- 6-9月 矢萩喜従郎：視触、視弾、そして眼差しの記憶
- 9-12月 DNPグラフィックデザイン・アーカイブ展 Vol.3：
個性の時代

2003

- 3-4月 絵画—永遠の現在を求めて：
リチャード・ゴーマン展
- 4-6月 色彩としての紙：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.10
- 6-9月 ヘレン・フランケンサラー—木版画展
- 9-12月 タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション 新収蔵作品展

2004

- 3-6月 イラストレーションの黄金時代
- 6-9月 パスワード：日本とデンマークの
アーティストによる対話
- 9-10月 版で発信する作家たち2004

2005

- 3-6月 アメリカ現代木版画の世界：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.12
- 6-9月 Breathing Light：吉田重信
- 10-12月 decade—CCGAと6人の作家たち

2006

- 3-6月 版に描く：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.13
- 6-9月 藤幡正樹：不完全さの克服
イメージとメディアによって創り出される、
新たな現実感。
- 9-12月 野田哲也：日記

2007

- 3-6月 凹版表現の魅力：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.14
- 6-9月 再生する版画：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.15
- 9-12月 ユニーク・インプレッション：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.16

2008

- 3-6月 厚い色：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.17
- 6-9月 大きな版画、小さな版画：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.18
- 9-11月 黒のモノローグ：
タイラーグラフィックス・
アーカイブコレクション展 Vol.19

1986

- Mar. 1 Tadashi Ohashi Exhibition
- Apr. 2 Shigeo Fukuda Exhibition
- May 3 Yukimasa Okumura Exhibition
- Jun. 4 Iku Akiyama Exhibition
- Jul. 5 '86 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 6 Art Works Exhibition I
- Sep. 7 Koichi Sato Exhibition
- Oct. 8 Kiyoshi Awazu Exhibition
- Nov. 9 Herbert Bayer Exhibition
- Dec. 10 K2 Live! Exhibition

1987

- Jan. 11 Shuhei Tsuji Iroha Exhibition
- Feb. 12 Flower Expo + Expo Logo Exhibition
- Mar. 13 Masaki Fujihata Exhibition
- Apr. 14 Shin Matsunaga Exhibition
- May 15 Mizumaru Anzai Exhibition
- Jun. 16 Lou Dorfsman and CBS's Creative Works Exhibition
- Jul. 17 '87 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 18 Art Works Exhibition II
- Sep. 19 Takenobu Igarashi Exhibition
- Oct. 20 Masuteru Aoba Exhibition
- Nov. 21 Holger Matthies Exhibition
- Dec. 22 Milton Glaser Exhibition

1988

- Jan. 23 Katsu Kimura Exhibition
- Feb. 24 Hiroki Taniguchi Exhibition
- Mar. 25 Ginza Hyakuten Original Pictures for Cover Exhibition
- Apr. 26 Katsu Yoshida Exhibition
- May 27 AGI '88 Tokyo Exhibition
- Jun. 28 Issey Miyake Poster Exhibition
- Jul. 29 '88 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 30 Art Works Exhibition III
- Sep. 31 Information Posters Recruit Exhibition
- Oct. 32 Yoshio Hayakawa Exhibition
- Nov. 33 Masayoshi Nakajo Exhibition
- Dec. 34 Stasys Eidrigevicius Exhibition

1989

- Jan. 35 Shopping Bag Design Exhibition
- Feb. 36 Kijuro Yahagi Exhibition
- Mar. 37 Texture Exhibition
- Apr. 38 Noriyuki Tanaka Exhibition
- May 39 Otl Aicher Exhibition
- Jun. 40 Kazumi Kurigami Exhibition
- Jul. 41 Shinichiro Wakao Exhibition
- Aug. 42 Art Works Exhibition IV
- Sep. 43 Kazumasa Nagai Exhibition
- Oct. 44 Europalia '89 Japan 12 Artists' Original Poster Exhibition
- Nov. 45 Charles Anderson Exhibition
- Dec. 46 Etsushi Kiyohara Exhibition

1990

- Jan. 47 Shigeru Akizuki Exhibition
- Feb. 48 Nobuyoshi Kikuchi Exhibition
- Mar. 49 Tsunao Harada Exhibition
- Apr. 50 Ikko Tanaka Exhibition
- May 51 Ryuichi Yamashiro Exhibition
- Jun. 52 Keizo Matsui Exhibition
- Jul. 53 Takayuki Terakado Exhibition
- Aug. 54 Art Works Exhibition V
- Sep. 55 Keiichi Tahara Exhibition
- Oct. 56 Katsumi Asaba Exhibition
- Nov. 57 Katsuya Ise Exhibition
- Dec. 58 Yasuhiro Yomogida Exhibition

1991

- Jan. 59 Zenji Funabashi Exhibition
- Feb. 60 Tetsuya Ohta Exhibition
- Mar. 61 Per Arn oldi Exhibition
- Apr. 62 Yasuhiro Sawada Exhibition
- May 63 Sonoko Arai Exhibition
- Jun. 64 Communication & Print Exhibition
- Jul. 65 Nobuo Nakagaki Design Office Exhibition
- Aug. 66 Art Works Exhibition
- Oct. 67 Trans-Art '91 Exhibition
- Dec. 68 '91 Tokyo ADC Exhibition

1992

- Jan. 69 Ivan Chermayeff Exhibition
- Feb. 70 Hajime Tachibana Exhibition
- Mar. 71 The 4th Tokyo TDC Exhibition
- Apr. 72 Henryk Tomaszewski Exhibition
- May 73 Seymour Chwast Exhibition
- Jun. 74 Takashi Kanome Exhibition
- Jul. 75 Makoto Nakamura Exhibition
- Aug. 76 Rick Valicenti Exhibition
- Sep. 77 Kaoru Kasai Exhibition
- Oct. 78 Tadahito Nadamoto, Akira Uno, Makoto Wada, Harumi Yamaguchi Exhibition
- Nov. 79 Paul Rand Exhibition
- Dec. 80 Furoshiki Exhibition

1993

- Jan. 81 Ryohei Kojima Exhibition
- Feb. 82 Koichi Inakoshi Exhibition
- Mar. 83 '92 Tokyo ADC Exhibition
- Apr. 84 The 5th Tokyo TDC Exhibition
- May 85 U.G. Sato Exhibition
- Jun. 86 Hideo Mukai Exhibition
- Jul. 87 Imagination of Letters Exhibition
- Aug. 88 8 Designers in Today's Hong Kong
- Sep. 89 Mitsuo Katsui Exhibition
- Oct. 90 Yosuke Kawamura, Nobuhiko Yabuki, Teruhiko Yumura, Mizumaru Anzai Exhibition
- Nov. 91 Saul Bass Exhibition
- Dec. 92 Pop-up Greetings Exhibition

1994

- Jan. 93 Kiyoshi Awazu Exhibition
- Feb. 94 The 6th Tokyo TDC Exhibition
- Mar. 95 Takahisa Kamiyo Exhibition
- Apr. 96 Toshihiro Katayama Exhibition
- May 97 Kazumasa Nagai Exhibition
- Jun. 98 Dutch Graphic Design A Century Exhibition
- Jul. 99 '94 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 100 Graphic Goods Exhibition
- Oct. 101 Koga Hirano Exhibition
- Oct. Kyushu 9 Designers Exhibition
- Nov. 102 Yusaku Kamekura Exhibition
- Dec. 103 Kenya Hara Exhibition
- Dec. Toshiko Tsuchihashi, Sachiko Nakamura, Meg Hosoki Exhibition

1995

- Jan. 104 Bruno Munari Exhibition
- Feb. 105 Book Design in Japan 1946-95 Exhibition
- Mar. 106 The 7th Tokyo TDC Exhibition
- Apr. 107 Pieter Brattinga Exhibition
- May 108 Ikko Tanaka Exhibition
- Jun. 109 Niklaus Troxler Exhibition
- Jul. 110 '95 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 111 Rhythm & Hues Computer Graphics
- Sep. 112 Tamotsu Yagi Exhibition
- Sep. Special: 20 Graphic Designers of the World, 10th Anniversary of ggg
- Oct. 113 Transition of Modern Typography-1 Exhibition
- Nov. 114 Masatoshi Toda Exhibition
- Dec. 115 50 Years in Japanese Illustrations Exhibition

1996

- Jan. 116 Yasuhiro Yomogida Exhibition
- Feb. 117 Transition of Modern Typography-2 Exhibition
- Mar. 118 Mar. 118 Posters by 23 Artists in São Paulo Exhibition
- Apr. 119 The 8th Tokyo TDC Exhibition
- May 120 Contemporary Graphics in Hungary Exhibition
- Jun. 121 Shigeo Katsuoka Exhibition
- Jul. 122 '96 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 123 John Maeda Paper and Computers Exhibition
- Sep. 124 K2-Seitaro Kuroda / Keisuke Nagatomo Exhibition
- Oct. 125 Czech Avant-Garde Book Design 1920s-'30s Exhibition
- Nov. 126 Graphic Wave 1996: Katsunori Aoki / Taku Satoh / Toshio Yamagata
- Dec. 127 Alain Le Querrec Exhibition

1997

- Jan. 128 Nisuke Shimotani Exhibition
- Jan. Special: CCGA - The Prints of Josef Albers
- Feb. 129 Tadashi Ohashi Exhibition
- Mar. 130 The 10th of Tokyo TDC Exhibition
- Apr. 131 Masayoshi Nakajo Exhibition
- May 132 Magazines Today Exhibition
- Jun. 133 Tadanori Yokoo's Poster Exhibition
- Jul. 134 '97 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 135 Toshifumi Kawahara and Polygon Pictures Exhibition
- Sep. 136 Mexican 10 Graphic Designers Exhibition
- Oct. 137 Graphic Wave 1997: Kan Akita / Satoe Inoue / Osamu Fukushima
- Oct. Special: The 10th Anniversary of Masaru Katsumi Award Exhibition
- Nov. 138 Shigeo Fukuda Exhibition
- Dec. 139 Global Exhibition

1998

- Jan. 140 8ro Art & AD Exhibition
- Feb. 141 Odermatt + Tissl Exhibition
- Mar. 142 Stasys Eidrigevicius Exhibition
- Apr. 143 Tokyo TDC '98 Exhibition
- May 144 Studio Dumber Exhibition

- Jun. 145 Yoko Yamamoto Exhibition
- Jul. 146 '98 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 147 Yoichiro Kawaguchi Exhibition
- Sep. 148 Graphic Wave 1998: Tatsuo Ebina / Keiko Hirano / Ken Miki
- Oct. 149 Gunter Rambow Exhibition
- Nov. 150 Philippe Apeloig Exhibition
- Dec. 151 Herbert Leupin Exhibition

1999

- Jan. 152 Furoshiki Graphics by 18 Designers from around the World exhibition
- Feb. 153 Transition of Modern Typography in Japan 1946-95 Exhibition
- Mar. 154 Tsunehisa Kimura Exhibition
- Mar. Special: The Works of Seiichi Horuchi
- Apr. 155 Tokyo TDC '99 Exhibition
- May 156 Contemporary Bulgarian Graphic Design Exhibition
- Jun. 157 Katsuhiko Hibino Exhibition
- Jul. 158 '99 Tokyo ADC Exhibition
- Jul. Special: John Maeda One-line.com
- Aug. 159 Kijuro Yahagi Exhibition
- Sep. 160 Graphic Wave 1999: Mamoru Suzuki / Kei Matsushita / Hiroshi Yonemura
- Oct. 161 Fuse Posters and Fonts Exhibition
- Nov. 162 Keizo Matsui Exhibition
- Dec. 163 Paul Davis Posters Exhibition
- Dec. Special: Irving Penn regards the works of Issey Miyake

2000

- Jan. 164 Graphic Message for Ecology Exhibition
- Jan. Special: Kishin Shinoyama & Manuel Legris
- Feb. 165 Bruno Monguzzi Exhibition
- Mar. 166 Kenji Itoh Exhibition
- Apr. 167 Tokyo Type Directors Club 2000
- May 168 Poster Works Nagoya 12 Exhibition
- Jun. 169 Osaka Pop Exhibition
- Jul. 170 2000 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 171 The Epoch of the JAAC Exhibition
- Sep. 172 Graphic Wave 2000: Gugi Akiyama / Tycoon Graphics / Hideki Nakajima
- Oct. 173 Tzotm Toda Exhibition
- Nov. 174 Pierre Bernard Exhibition
- Dec. 175 The Book & The Computer Exhibition

2001

- Jan. 176 2001 Yasuhiko Kida Exhibition
- Feb. 177 Italo Lupi Exhibition
- Mar. 178 Shin Matsunaga Exhibition
- Apr. 179 Tokyo Type Directors Club 2001
- May 180 Kontrapunkt Exhibition
- Jun. 181 Typography of Hiroshi Hara Exhibition
- Jul. 182 2001 Tokyo ADC Exhibition
- Aug. 183 Tadahito Nadamoto Exhibition
- Sep. 184 Graphic Wave 2001: Katsuhiko Shibuya / Kazufumi Nagai / Kozue Hibino
- Oct. 185 Hangul Poster Exhibition
- Nov. 186 Makoto Saito Exhibition
- Dec. 187 Chip Kidd Exhibition

2002

- Jan. 188 Uwe Loesch Exhibition
- Feb. 189 Akira Uno Exhibition
- Mar. 190 Design Education: Post-St. Joost's



1992-2009

New Method
Apr. 191 Tokyo Type Directors Club 2002
May 192 Draft Exhibition
Jun. 193 Alan Chan Exhibition
Jun. Special: Yasuji Hanamori and
Kurashi-no-Techo Exhibition
Jul. 194 2002 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 195 Noriyuki Tanaka Exhibition
Sep. 196 Graphic Wave 2002: Hitomi Sago /
Yasuhiro Sawada / Norito Shinmura
Oct. 197 Sun-ad: The People Exhibition
Nov. 198 Graphic Shows Brazil Exhibition
Dec. 199 Herb Lubalin Exhibition

2003

Jan. 200 Ikko Tanaka Exhibition
Feb. 201 Sadik Karamustafa Exhibition
Mar. 202 Contemporary Chinese Graphic
Design Exhibition
Apr. 203 Tokyo Type Directors Club 2003
May 204 Fabrica 1994-03 Exhibition
Jun. 205 Hajime Sorayama Exhibition
Jul. 206 2003 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 207 Minoru Niijima Exhibition
Sep. 208 Graphic Wave 2003: Kenjiro Sano /
Nagi Noda / Kazunari Hattori
Oct. 209 Takayuki Soeda Exhibition
Nov. 210 Stefan Sagmeister Exhibition
Dec. 211 Takashi Kono Exhibition

2004

Jan. 212 Kazumasa Nagai Poster Exhibition
Feb. 213 Keiji Ito / Hiroki Taniguchi /
Hiro Sugiyama Exhibition
Mar. 214 The Magazine Design Studio Cap
Exhibition
Apr. 215 Tokyo Type Directors Club 2004
May 216 Taku Satoh Exhibition
Jun. 217 Danish Posters Over
the Past 10 Years Exhibition
Jul. 218 2004 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 219 The Work of Barnbrook Design
Exhibition
Sep. 220 Graphic Wave 2004:
Aoshi Kudo / Graph / Namaiki
Oct. 221 A Half-Century of Magazine Design
by Kohei Sugiura Exhibition
Nov. 222 Kashiwa Sato Exhibition: Beyond
Dec. 223 Another Side of Ayao Yamana Exhibition

2005

Jan. 224 The Seven Faces of Asaba Exhibition
Feb. 225 Balarinji Design Exhibition
Mar. 226 Katsunori Aoki XX Exhibition
Apr. 227 Tokyo Type Directors Club 2005
May 228 The Graphic Design of Makoto Wada
Jun. 229 Chermayeff & Geismar Inc. Exhibition
Jul. 230 2005 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 231 Masahiko Sato Laboratory Exhibition
Sep. 232 Graphic Wave 2005: Ichiro Tanida /
Ichiro Higashizumi / Chie Morimoto
Oct. 233 Laboratoires CCCP Exhibition
Nov. 234 Shin Sobue + Cozfish Exhibition
Dec. 235 Swiss Poster Art Exhibition

2006

Jan. 236 Yusaku Kamekura 1915-1997 Exhibition

Feb. 237 Nagi Noda Exhibition
Mar. 238 Cyan Exhibition
Apr. 239 Tokyo Type Directors Club 2006
May 240 Kazufumi Nagai Exhibition
Jun. 241 Keiichi Tanaami-ism Exhibition
Jul. 242 2006 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 243 Alexander Gelman Exhibition
Sep. 244 Graphic Wave 2006:
Masayoshi Kodaira / Naomi Hirabayashi /
Manabu Mizuno / Eiji Yamada
Sep. Special: AGI Congress 2006 in Japan,
Kakejiku Exhibition
Oct. 245 Radical Advertisement Exhibition
Nov. 246 Hideki Nakajima Exhibition
Dec. 247 Yoshio Hayakawa Exhibition

2007

Jan. 248 Exhibitions (Part I)
Feb. Exhibitions (Part II)
Mar. 249 Katsu Kimura: Toi Boxes
Apr. 250 Tokyo Type Directors Club 2007
May 251 Helmut Schmid: Design is Attitude
Jun. 252 Masaaki Hiromura: 2D 3D
Jul. 253 2007 Tokyo Art Directors Club
Aug. 254 The Warsaw Wind 1966-2006
Sep. 255 Ginza Salone: Kenjiro Sano
Oct. 256 Shinya Nakajima TV Commercial
Exhibition
Nov. 257 Welcome to Magazine Pool
Dec. 258 Aoba Show:
Masuteru Aoba One-Man Show

2008

Jan. 259 Toda Today: Poster Art by Seiju Toda
Feb. 260 Testimonies from Twenty Pioneers
of the Graphic Design Era:
Interviews by Hiroshi Kashiwagi
Mar. 261 Textasy: Brody Neuenschwander
Apr. 262 Tokyo Type Directors Club 2008
May 263 Alan Fletcher: The Father of
British Graphic Design
Jun. 264 Hiroshi Sasaki,
Leader of a Cheering Squad
for the Japanese Advertising World
Jul. 265 2008 Tokyo Art Directors Club
Ayg. 266 Now Updating... The Interactive
Design of THA/Yugo Nakamura
Sep. 267 The Design Cycle of Keiko Hirano:
Origin, Terminus, Origin
Oct. 268 White: Kenya Hara Exhibition
Nov. 269 M/M(Paris) The Theatre Posters
Dec. 270 OYKOT Wieden + Kennedy Tokyo:
10 Years of Fusion

2009

Jan. 271 Brilliant Rivalry:
Works by Outstanding Designers in
the DNP Archives of Graphic Design
Feb. 272 Helvetica forever: Story of a typeface
Mar. 273 DRAFT: Branding and Art Directors

1992

Jan. 1 Trans-Art '91 Exhibition
Mar. 2 Ivan Chermayeff Exhibition
Apr. 3 The 4th Tokyo TDC Exhibition
May 4 Rick Valicenti Exhibition
Jun. 5 Seymour Chwast Exhibition
Jul. 6 Design Print & Paper Exhibition
Aug. 7 Vaughan Oliver Exhibition
Oct. 8 Makoto Nakamura Exhibition
Oct. 9 Michael Mabry Exhibition
Nov. 10 Tadahito Nadamoto, Akira Uno,
Makoto Wada, Harumi Yamaguchi
Exhibition

1993

Jan. 11 Furoshiki Exhibition
Feb. 12 Why Not Associates Exhibition
Mar. 13 Allen Hori + Robert Nakata Exhibition
Apr. 14 '92 Tokyo ADC Exhibition
May 15 Russell Warren-Fisher Exhibition
Jun. 16 The 5th Tokyo TDC Exhibition
Jul. 17 Imagination of Letters Exhibition
Aug. 18 Design, Prints, Paper Exhibition Part II
Sep. 19 Bill Thorburn Exhibition
Oct. 20 U.G. Sato Exhibition
Nov. 21 Mitsuo Katsui Exhibition
Dec. 22 8 Designers in Today's Hong Kong

1994

Jan. 23 Saul Bass Exhibition
Feb. 24 Pop-up Greetings Exhibition
Mar. 25 Ruedi Baur/Integral Concept Exhibition
Apr. 26 Yosuke Kawamura, Nobuhiko Yabuki,
Teruhiko Yumura, Mizumaru Anzai
Exhibition
May 27 Jennifer Morla Exhibition
Jun. 28 Kazumasa Nagai Exhibition
Jul. 29 Uwe Loesch Exhibition
Aug. 30 '94 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 31 Design, Print, Paper Exhibition Part III
Oct. 32 David Carson + Gary Koepke Exhibition
Dec. 33 Yusaku Kamekura Exhibition

1995

Jan. 34 German Montalvo Exhibition
Feb. 35 Bruno Munari Exhibition
Mar. 36 Grappa Design Exhibition
Apr. 37 The 7th Tokyo TDC Exhibition
May 38 Michel Bouvet Exhibition
Jun. 39 Ikko Tanaka Exhibition
Jun. 40 Terrelonge Exhibition
Aug. 41 '95 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 42 Design, Print, Paper Exhibition IV
Oct. 43 Peret Torrent Exhibition
Nov. 44 6 Designers in Asia Exhibition

1996

Jan. 45 Illustration in Japan 1946-1995 Exhibition
Feb. 46 Margo Chase Exhibition
Mar. 47 Werner Jeker Exhibition
Apr. 48 Gunter Rambow Exhibition
May 49 The 8th Tokyo TDC Exhibition
Jun. 50 Kari Pippo Exhibition
Jul. 51 Contemporary Graphics in Hungary
Exhibition
Aug. 52 '96 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 53 John Maeda Paper and Computers

Exhibition
Oct. 54 Alain Le Quernec Exhibition
Nov. 55 Woody Pirtle Exhibition

1997

Jan. 56 João Machado Exhibition
Feb. 57 K2 Osaka Exhibition
Mar. 58 Graphic Design in China Exhibition
Apr. 59 '97 Tokyo TDC Exhibition
May 60 Mexican 10 Graphic Designers
Jun. 61 Cato Design Inc. Exhibition
Jul. 62 '97 Tokyo ADC Exhibition
Aug. 63 Ralph Schraivogel Exhibition
Oct. 64 James Victore Exhibition
Nov. 65 Global Exhibition

1998

Jan. 66 Faydherbe/De Vringer Exhibition
Feb. 67 Jean-Benoît Lévy Exhibition
Mar. 68 3 Dimensions of Russian Graphic
Design Exhibition
Apr. 69 Philippe Apeloig Exhibition
Jun. 70 Tokyo TDC '98 Exhibition
Jul. 71 Studio Dumber Exhibition
Aug. 72 '98 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 73 Zafryki Exhibition
Oct. 74 David Tartakover Exhibition
Nov. 75 Taiwan 4 Exhibition

1999

Jan. 76 Furoshiki Graphics by 18 Designers
from around the World Exhibition
Feb. 77 Pierre Neumann Exhibition
Mar. 78 Paula Scher Exhibition
May 79 Graphic Design from Hamburg Exhibition
Jun. 80 Tokyo TDC '99 Exhibition
Jul. 81 Jan Rajlich Jr. Exhibition
Aug. 82 '99 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 83 Scott Makela Exhibition
Oct. 84 Chaz Maviyane-Davies Exhibition
Nov. 85 2 Men from Macau Exhibition
Ung Vai Meng / Victor Hugo Marreiros

2000

Jan. 86 Graphic Message for Ecology Exhibition
Feb. 87 Keizo Matsui Exhibition
Mar. 88 Paul Davis Posters Exhibition
Apr. 89 Osaka Pop Exhibition
May 90 Tokyo Type Directors Club 2000
Jun. 91 Anthon Beeke Posters Exhibition
Jul. 92 Pierre Bernard Exhibition
Sep. 93 2000 Tokyo ADC Exhibition
Oct. 94 Italo Lupi Exhibition
Nov. 95 Design Education: The Classroom
Approach of Holger Matthies, Berlin
University of the Arts

2001

Jan. 96 2001 Yasuhiko Kida Exhibition
Feb. 97 Kontrapunkt Exhibition
Mar. 98 Poster of Salzburg Festival Exhibition
May 99 Tokyo Type Directors Club 2001
Jun. 100 Chip Kidd Exhibition
Jul. 101 Hangul Poster Exhibition
Aug. 102 2001 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 103 Wolfgang Weingart Exhibition
Oct. 104 Shin Matsunaga Exhibition

1995-2008

Nov. 105 Design Education II :
Post-St.Joost's New Method

2002

Jan. 106 Tadahito Nadamoto Exhibition
Feb. 107 Makoto Saito Exhibition
Mar. 108 Ott + Stein Exhibition
Apr. 109 Studio Tapiro Exhibition
May 110 Tokyo Type Directors Club 2002
Jul. 111 Posters from the Vienna Municipal
Library Archive Exhibition
Jul. 112 Ken Miki Exhibition
Sep. 113 2002 Tokyo ADC Exhibition
Oct. 114 Sadik Karamustafa Exhibition
Nov. 115 Chinese Graphic Design Exhibition

2003

Jan. 116 San-ad :The People Exhibitionn
Feb. 117 Ikko Tanaka Exhibition
Mar. 118 Fabrica 1994-03 Exhibition
Apr. 119 Kan Tai-Keung and Freeman Lau
Exhibition
Jun. 120 Tokyo Type Directors Club 2003
Jul. 121 Luba Lukova Exhibition
Aug. 122 2003 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 123 Stefan Sagmeister Exhibition
Oct. 124 Cultural Posters from the Collection
of Die Neue Sammlung München
Exhibition
Nov. 125 Hajime Sorayama Exhibition

2004

Jan. 126 Takayuki Soeda Exhibition
Feb. 127 Kazumasa Nagai Poster Exhibition
Mar. 128 Danish Posters Over
the Past 10 Years Exhibition
Apr. 129 The Magazine Design Studio CAP
Exhibition
May 130 Tokyo Type Directors Club 2004
Jun. 131 Pierre Mendell Exhibition
Aug. 132 2004 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 133 The Work of Barnbrook Design
Exhibition
Oct. 134 Posters from the Museum of
Decorative Arts in Prague Exhibition
Nov. 135 Balarinji Design Exhibition

2005

Jun. 136 A Half-Century of Magazine Design
by Kohei Sugiura Exhibition
Feb. 137 Cyan Exhibition 13 Years in Berlin
Mar. 138 Kashiwa Sato Exhibition: Beyond
Apr. 139 Mevis & Van Deursen Exhibition
May 140 Tokyo Type Directors Club 2005
Jun. 141 Laboratoires CCCP Exhibition
Aug. 142 2005 Tokyo ADC Exhibition
Sep. 143 Katsunori Aoki XX Exhibition
Oct. 144 German AGI Graphic Design
Exhibition
Nov. 145 The Graphic Design of Makoto Wada

2006

Jan. 146 Swiss Poster Art Exhibition
Feb. 147 Graphic Thought Facility Exhibition
Mar. 148 Nagi Noda Exhibition
Apr. 149 Bruno Oldani Exhibition
May 150 Tokyo Type Directors Club 2006

Jun. 151 Black and White Posters Exhibition
Aug. 152 2006 Tokyo ADC Exhibition

2007

May 153 Exhibitions
Jun. 154 Tokyo Type Directors Club 2007
Aug. 155 Helmut Schmid: Design is Attitude
Oct. 156 2007 Tokyo Art Directors Club
Nov. 157 Katsu Kimura: Toi Boxes

2008

Jan. 158 Welcome to Magazine Pool
Feb. 159 Ginza Salone Osaka: Kenjiro Sano
Apr. 160 Shinya Nakajima TV Commercial
Exhibition
Jun. 161 Tokyo Type Directors Club 2008
Aug. 162 Now Updating... The Interactive
Design of THA/Yugo Nakamura
Sep. 163 2008 Tokyo Art Directors Club
Oct. 164 Aoba Show:
Masuteru Aoba One-Man Show
Nov. 165 Truth And / Or Virtue:
Graphic Designs by Shinnoske
Sugisaki and Yoshimaru Takahashi

2009

Jan. 166 Helvetica forever: Story of a Typeface
Mar. 167 Brilliant Rivalry:
Works by Outstanding Designers in
the DNP Archives of Graphic Design

1995

Apr.-Jul. Graphic Vision Kenneth Tyler
Retrospective Exhibition: Thirty Years
of Contemporary American Prints
Aug.-Oct. Lichtenstein: Entablature→Nudes
Nov.-Jan. The Prints of Robert Motherwell

1996

Mar.-Apr. American Prints Today:
1st Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Apr.-Jul. The Prints of David Hockney
Jul.-Oct. Autonomous Color: Josef Albers
Oct.-Jan. Transcending Style:
2nd Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection

1997

Mar.-Apr. The Graphics of James Rosenquist
Jun.-Sep. Printed Abstraction:
3rd Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Oct.-Nov. Shinro Ohtake: Printing / Painting
Dec.-Jan. Line-Color-Image:
4th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection

1998

Mar.-May Frank Stella and Kenneth Tyler:
A Unique 30-Year Collaboration
May-Sep. Statements in Black:
5th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Sep.-Dec. Alan Shields: Images in Paper

1999

Mar.-May Miran Fukuda New Works: Prints
Jun.-Sep. Forms That Speak:
6th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Sep.-Dec. The Story of Prints

2000

Mar.-May New Works 1998-1999:
7th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
May-Jul. Saburo Ota: Existence and Everyday
Aug.-Oct. DNP Archives of Graphic Design
Inaugural Exhibition:
Poster Graphics 1950-2000

2001

Mar.-May Invitation to Print Portfolios:
8th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
May-Jul. Tatsumi Orimoto:1972-2000
Aug.-Oct. Yukio Fujimoto:
Reading to Another Dimension
2nd Exhibition of DNP Archives of
Oct.-Dec. Graphic Design:
The Era of Graphic Design

2002

Mar.-Jun. Prints Leaping Into Space:
9th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Kijuro Yahagi: Touching, Piercing, and

Tracing with Vision

Sep.-Dec. 3rd Exhibition of DNP Archives of
Graphic Design: The Age of Individuality

2003

Mar.-Apr. Richard Gorman:
Paintings and Paper Works
Apr.-Jun. Paper as Color:
10th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Frankenthaler: The Woodcuts
Sep.-Dec. 11th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection

2004

Mar.-Jun. The Golden Age of Illustration
Jun.-Sep. Password:
A Danish / Japanese Dialogue
Sep.-Dec. Print Art of Today in Fukushima

2005

Mar.-Jun. The World of Contemporary American
Woodcuts:
12th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Breathing Light: Shigenobu Yoshida
Sep.-Dec. decade – CCGA and Six artists

2006

Mar.-Jun. Painting on Stone:
13th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Masaki Fujihata:
The Conquest of Imperfection-
New Realities Created with
Images and Media
Sep.-Dec. Tetsuya Noda: Diary

2007

Mar.-Jun. The Wonder of Intaglio:
14th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Prints Given New Life:
15th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Sep.-Dec. Unique Impressions:
16th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection

2008

Mar.-Jun. Thick with Color:
17th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Jun.-Sep. Big Prints, Small Prints:
18th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection
Sep.-Nov. Monologues in Black:
19th Exhibition of Prints from
the Tyler Graphics Archive Collection

DNP Foundation for Cultural Promotion

ギンザ・グラフィック・ギャラリー

開設 1986年3月4日
名称 ギンザ・グラフィック・ギャラリー (略称／ggg)
所在地 〒104-0061
東京都中央区銀座7丁目7番2号 DNP銀座ビル
Phone: 03-3571-5206
Fax: 03-3289-1389
開館時間 午前11時～午後7時 (土曜午後6時まで)
休館 日曜日、祝日
監修 永井一正

dddギャラリー

開設 1991年11月5日
名称 dddギャラリー
所在地 〒550-8508
大阪府大阪市西区南堀江1丁目17-28 なんばSSビル
Phone: 06-6110-4635
Fax: 06-6110-4639
開館時間 午前11時～午後7時 (土曜午後6時まで)
休館 日曜日、月曜日、祝日
監修 永井一正

CCGA 現代グラフィックアートセンター

開設 1995年4月20日
名称 CCGA現代グラフィックアートセンター
所在地 〒962-0711
福島県須賀川市塩田宮田1
Phone: 0248-79-4811
Fax: 0248-79-4816
開館時間 午前10時～午後5時 (入館は午後4時45分まで)
休館 月曜日 (祝日・振替休日の場合はその翌日)、
祝日の翌日 (土・日にあたる場合は開館)、
展示替え期間中、冬期 (12月下旬～2月末)
入館料 一般＝300円、学生＝200円、
小学生以下と65歳以上および障がい者手帳をお持ちの方は無料、
特別展示によっては特別料金を適用する場合があります。
サロン
利用料 200円

企画・運営 財団法人DNP文化振興財団
<http://www.dnp.co.jp/foundation>

ginza graphic gallery

Establishment: March 4, 1986
Name: ginza graphic gallery (ggg)
Location: DNP Ginza Building, 7-2 Ginza 7-chome,
Chuo-ku, Tokyo 104-0061
Phone: +81 3 3571 5206
Fax: +81 3 3289 1389
Opening Hours: 11:00am to 7:00pm (Until 6:00pm on Saturdays)
Closed on Sundays and Holidays
Adviser: Kazumasa Nagai

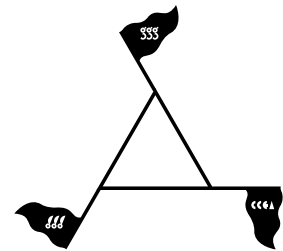
ddd gallery

Establishment: November 5, 1991
Name: ddd gallery
Location: Namba SS Building, 17-28 Minami-horie 1-chome,
Nishi-ku, Osaka 550-8508
Phone: +81 6 6110 4635
Fax: +81 6 6110 4639
Opening Hours: 11:00am to 7:00pm (Until 6:00pm on Saturdays)
Closed on Sundays, Mondays and Holidays
Adviser: Kazumasa Nagai

CCGA Center for Contemporary Graphic Art and Tyler Graphics Archive Collection

Establishment: April 20, 1995
Name: Center for Contemporary Graphic Art and Tyler Graphics Archive Collection (CCGA)
Location: Miyata 1, Shiota, Sukagawa-shi,
Fukushima 962-0711
Phone: +81 248 79 4811
Fax: +81 248 79 4816
Opening Hours: 10:00am to 5:00pm (Admission until 4:45pm)
Closed on Mondays (Tuesday if Monday is a public holiday),
the day immediately after a public holiday (except Saturday and Sunday),
between exhibitions and during winter (late December through February)
Admission: Adults=¥300, Students=¥200,
Free for young children (through elementary school), senior citizens (65 and over) and the disabled.
Special admission charges may be imposed during special exhibitions.
Salon Utilization Fee: ¥200

Planning and Operation: DNP Foundation for Cultural Promotion
<http://www.dnp.co.jp/foundation>



Graphic Art & Design Annual 08-09 ggg ddd CCGA

発行	財団法人DNP文化振興財団 〒104-0061 東京都中央区銀座7-7-2 DNP銀座ビル Phone: 03-5568-8224
企画・編集	ギンザ・グラフィック・ギャラリー
アートディレクション	松永 真
デザイン	松永 真次郎
撮影	藤塚 光政 (ggg会場写真) 阿部 章仁 (ギャラリートーク) 境 亮太 (ギャラリートーク) 橋本 文良 (砺波市美術館) 新 良太 (ヴェネチア写真)
翻訳	室生寺 玲、オフィス宮崎
協力	臼田 捷治、藤崎 圭一郎
印刷・製本	大日本印刷株式会社



財団法人DNP文化振興財団