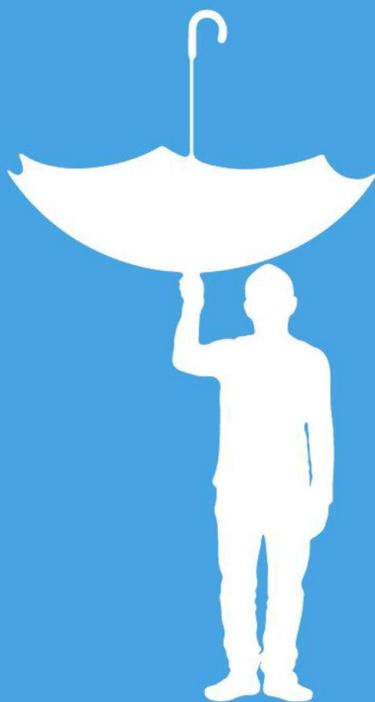


記

マークの本

號



AI時代，由人類創造記號的價值與優勢何在？

佐藤 卓

的120個標誌設計思考

佐藤卓——著
嚴可婷——譯

作者

佐藤卓

平面設計師。1979年東京藝術大學設計科畢業，1981年東京藝術大學研究所課程修畢。曾任職電通廣告公司，1984年成立佐藤卓設計事務所（現更名爲株式會社TSDO）。

自從參與「NIKKA WHISKY PURE MALT」商品開發以來，經手的案例包括「LOTTE XYLITOL樂天木糖醇口香糖」、「明治好喝牛乳」產品包裝設計、「PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE」平面設計、「國立科學博物館」、「全國高等學校棒球錦標賽」的象徵記號等。

曾擔任NHK教育頻道【日本語遊戲】節目藝術總監、【啊！設計】綜合指導、21_21 DESIGN SIGHT館長等，跨足各領域。2018年6月，出任日本平面設計協會（JAGDA）會長。2021年獲頒紫綬褒章。著有《鯨魚在噴水。》、《塑思考》等書。興趣是衝浪與拉丁音樂。

譯者

嚴可婷

東吳大學日文系畢業，曾任職書店與出版社。在誠品文具館工作期間，廣泛接觸生活器物及各類紙製品，對色彩、質材、空間的演繹頗感興趣。譯有《展覽的表裏》、《無印良品的文具》、《1+1+1的uniqlo時尚疊穿術》、《日本建築大師：伊東豐雄·觀察記》、《住宅造園完全解剖書》等。

マークの本

佐藤 卓

記號

佐藤卓的120個標誌設計思考

佐藤 卓

「マークの本」台湾版出版にあたって

この本は、私が制作した120点のシンボルマーク（以下マーク）やロゴを、私自身の解説とともに掲載したものです。普段の生活の中に溶け込んでいるマークやロゴの背景に、どのような物語が潜んでいるのか。一度、多くの方に伝えてみたいと思いました。

マークやロゴの制作は、グラフィックデザインの根幹にあたります。それは組織やブランドをよく理解した上で、「らしさ」を表現することであり、時代の流れに左右されない堅牢さや、多くの人の印象に残るものにしなければならず、さらに現代では動画や立体など、様々なメディアを前提に考えなければいけないからです。この仕事に長い間従事してきたことによって、グラフィックのみならずあらゆる事象を統合するデザインの力を身につける意味で、とても鍛えられたと思っています。

グラフィックデザインの世界にも今後AIが積極的に導入され、ほんの数秒で100案マークを提案してくれる時代がもうそこまで来ています。しかし果たしてそこで選ばれたものが、どれだけ未来に残るのか。300年の歴史ある家紋を、引き継ぐのか全く新しくするのかをAIに委ねることがいかに馬鹿げているかは誰もがわかることでしょう。マークをつくるということは、一見とてもシンプルなことなので、一般的には簡単に思われているかもしれませんが、しかし簡単に見えるものをつくるのは、簡単ではないのです。

この本が、今後の台湾のデザイン文化に少しでもお役に立てるとしたら、これほど嬉しいことはありません。

グラフィックデザイナー 佐藤 卓

台灣版序

本書收錄120種我所設計的象徵記號（以下簡稱為記號）與商標，並搭配我本人的解說。平常融入生活中的象徵記號與商標，背後究竟隱藏著什麼樣的故事？我想趁這個機會，向外界一次說明。

記號與商標的製作，屬於平面設計的基礎。首先要充分瞭解公司組織與品牌，再表現其特色，同時，最好能超越時代潮流的變化屹立不搖、讓社會大眾印象深刻，時至今日，更要考慮是否能透過影片或立體造型等媒體傳達。長期從事這份工作，不僅能駕馭平面設計，也將具備整合各種事物的設計力，我想這是種很好的鍛鍊。

平面設計的世界今後也將積極導入AI科技，只要幾秒的時間就能獲得100種記號設計的時代即將來臨。雖然有諸多選擇，但其中究竟有多少種能持續沿用到未來？到底要承襲已有300年歷史的家徽，還是由AI設計全新的記號，我想答案顯而易見。記號的設計乍看之下好像很簡單，所以一般人或許以為很輕鬆。然而製作看似簡單的東西，其實沒那麼容易。

如果這本書能對台灣今後的設計文化有所貢獻，我將感到不勝欣喜。

2024年 10月 佐藤 卓

前言

就平面設計這項牽涉廣泛的工作，我想象徵記號（以下簡稱為記號）的製作應該屬於核心。因為這表示要為組織、品牌、機構或活動打造門面，相當重要。

組織或品牌「想傳達的訊息不勝枚舉」或許是常態，但如果記號設計得太複雜，在資訊量龐雜的社會除了容易混淆，恐怕也不好記。想讓一般人瞭解複雜的訊息又希望獨樹一幟，這樣的表現就像只用一句話解釋存在的理由，也可說是將理念視覺化。

聆聽顧客的話，掌握對方前來委託的意圖與背景，再對照社會現況與人們的價值觀、對未來的預測等加以視覺化，經討論再反覆調整設計，終於決定標誌最後的樣貌。由於每一個案例都是獨一無二的，所以每次的過程都不相同。

這次我想試著整理目前為止自己所設計的記號，其中也包括標誌在內。原因與近年來各領域開始加速導入人工智慧不無關係。

當我聽到在將棋與圍棋的領域，AI（人工智慧）已超越人類的訊息，不難想像標識設計軟體也將登場。無論最後的水準高低，為了某種目的，透過網路收集世界上的記號並加以檢視編輯，不論是一百例甚至一千例，應該都很容易。

時至今日，面臨這樣的時代，自己過去所設計的記號，究竟有什麼意義？今後AI對於人與環境、人與人、人與物之間的關係將造成改變，這時人類創造記號的價值何在？在如此自問的同時，如果這些內容能讓各界人士閱讀、思考，也將令我感到欣慰。

每一個記號在簡短的文章裡，都涵蓋著說不完的故事，不過在本書中，我試圖將焦點放在最想說的部分，希望讓大家以流暢的節奏閱讀。但願這些承蒙無數相關人士協助與歷經錯誤嘗試的過程，能為各位帶來閱讀的樂趣。

台灣版序 2

前言 4

- 001 「顛倒的傘」蘊含的訊息 「water」展 12
- 002 想像力的入口 國立科學博物館 14
- 003 當盤子打破時 兒童設計獎 16
- 004 從上俯瞰臼齒 LOTTE XYLITOL 樂天木糖醇口香糖 18
- 005 建築本身也可以化為記號 金澤21世紀美術館 20
- 006 在看不見的地方默默支持 覺醒象徵符號 22
- 007 蘊含可能性，未完成的存在 全國高等學校棒球錦標賽 24
- 008 意義不明 大正製藥 ZENA 26
- 009 讓大家發笑的世界 吉本興業 28
- 010 智慧與知識的輪廓 北海道大學 30
- 011 三位一體，就在這裡 大地藝術祭 32
- 012 欸，你發現了嗎？ 樂天口香糖薄荷系列 34
- 013 連續的風車 光村圖書出版 38
- 014 日本畫的纖細 山種美術館 40
- 015 美的瞬間 美術出版社 42
- 016 好奇心的多種型態 兒童科學博覽會 44
- 017 適度而大方 京都鳩居堂 46
- 018 描繪時自然出現的形狀 島村樂器 48

- 019 象徵入口的嘴唇符號 GRANSTA TOKYO 50
- 020 以眼睛做為記號 知弘美術館 52
- 021 活化資產 神戶可樂餅 54
- 022 美味的記號 BS朝日 58
- 023 順其自然 京都藝術大學 60
- 024 五條橡皮筋 YRGLM 62
- 025 將要素束起 elleair 64
- 026 溢出的表現 岡本太郎紀念館 66
- 027 從嚴肅到有趣 腦活性綜合研究所 68
- 028 等高線的形狀 P.G.C.D. JAPAN 70
- 029 由背景襯托出的富士山 山梨縣立富士山世界遺產中心 72
- 030 對話因此而生 設計的松屋 74
- 031 避免過於新潮 菊正宗酒造 76
- 032 利用錯覺 文化廳媒體藝術祭 78
- 033 以知識為基礎，累積智慧 平凡社 80
- 034 傳統的繼承 JAKUETS 82
- 035 從窗戶看到的P PRESTIGE INTERNATIONAL 84
- 036 象徵循環的「石」 石坂產業 86
- 037 擴大山的頂點 山川出版社 88
- 038 文字的街景 ASCOT 90
- 039 由「木樺」構成的三角形 三角屋 92
- 040 銜接起來後就會出現 HARMONICK 94
- 041 象徵記憶 太陽之塔 96

- 042 微幅更新 黑龍酒造 98
- 043 緩緩上升 Park Court 赤坂檜町 The Tower 100
- 044 連續的笑顏 EGAO 102
- 045 偶然誕生的兩扇「門」 THE GATE HOTEL 104
- 046 看得見與看不見的圓 ZENETEC 106
- 047 以圓形擷取圖樣 Diamond Realty Management 108
- 048 傳統與歷史 軒尼詩 NA-GEANNA 110
- 049 當礦石鑿開時 METERRA 112
- 050 銜接的形狀 HAMACHO HOTEL 114
- 051 只留下點，讓人自在小酌 百默 116
- 052 讓平常看不到的物體可見化 SCIP 118
- 053 把焦點放在目黑的「目」 MISC 120
- 054 刨子的剖面 PLANE 122
- 055 修剪髮型的技術 SORA 124
- 056 貨真價實的米字符號「米展」 126
- 057 把字音化為標記 東京紅豆寒天 128
- 058 雙關語般的記號 番薯乾學校 130
- 059 無性別時代的課題 洗手間的標示 132
- 060 有前瞻性的設計觀點 21_21 DESIGN SIGHT 134
- 061 以「啊」做為表徵「啊!設計展」 138
- 062 淨水的標幟 Gleansui 142
- 063 TOYOBO之窗 東洋紡 144
- 064 雞蛋的蛋黃 NHK Educational Corporation 146

- 065 窗戶的LOGO hobonichi 148
- 066 戶外生活的起點 A&F 150
- 067 日之丸與格子 日本遺產 152
- 068 全球化時代的標誌 ZENB 154
- 069 「普通」的樣貌 明治好喝牛乳 156
- 070 經過漫長醞釀後想出的設計 TORIBA咖啡 158
- 071 吉祥物標誌的運用 HOT NOODLE 160
- 072 以包包的幾何格紋構成 BAO BAO ISSEY MIYAKE 162
- 073 會動的標誌 NHK教育頻道【日本語遊戲】 164
- 074 對原有標誌稍加微調① SIGMA 166
- 075 建立在地球上的家 AERA HOME 168
- 076 田中一光先生的字體 IKKO TANAKA ISSEY MIYAKE 170
- 077 試著並排兩個A KAAT神奈川藝術劇場 172
- 078 採用打破常規的字體 東京千鳥屋 174
- 079 無特徵卻很有個性 積水化學工業 176
- 080 納入紅色圓形一隅 CERAMIC VALLEY 178
- 081 對原有標誌稍加微調② NSK 180
- 082 微幅的整理整頓 「小心燙傷」 182
- 083 MIMU與倉庫 MIZKAN味滋康博物館 184
- 084 支撐著蛋 InaRIS 186
- 085 以音樂聯繫 BLUE NOTE JAPAN 188
- 086 溫柔的形狀 Attento 190
- 087 復興與設計 木之屋石卷水產 192

- 088 配合潮流變化的必要性 ORBIS 194
- 089 書與四分休止符 BLUE & BOOKS CAFÉ 196
- 090 調整既有的記號與標誌 JIDA 198
- 091 置於大地的標誌牌 GEO SYSTEM 200
- 092 表現中立 NIKKEI DESIGN《日經設計》雜誌 202
- 093 襯線字體的纖細與力量 SMO 204
- 094 可旋轉的LOGO JAPANGLE 206
- 095 尋找爵士樂的印象 BLUENOTE東京30週年 208
- 096 做為標籤的標誌記號 尾西食品 210
- 097 在表決時不易入選的設計 兵庫縣伴手禮發掘專賣店 212
- 098 極細與極粗銜接 武藏野美術大學 美術館·圖書館 214
- 099 以直球決勝負 神戶牛肉派 216
- 100 略為縝密的豐富感 S&B SPICE&HERB 218
- 101 水分子的角度 Cafe, Dinning & Bar 104.5 220
- 102 品味與華麗的平衡 GINZA FASHION WEEK 222
- 103 隱藏在神木中的小鳥 神木隆之介出道25週年紀念 224
- 104 旋轉20度的軌跡 文化村20週年 226
- 105 直接將產品類別做為名稱 HAND CREAM 護手霜 228
- 106 復古創新 石見銀山 群言堂 230
- 107 隨著震動搖晃 「骨」展 232
- 108 充滿力道而顯眼 ICHIOSHI辛奇 234
- 109 讓心靈放空的森林 天空之森診所 236
- 110 女性，柳橙，海洋以及運動感 Aranmare 238

- 111 悄悄置入假名 真穴蜜柑 240
- 112 留白的形狀別具意義 SILVER LINING 咖啡館 242
- 113 靈感無所不在 一之瀨咖啡 244
- 114 房間的形狀 CON TON TON VIVO 246
- 115 彷彿要咬下去的識別圖像 CROSS TALK 248
- 116 中性的無襯線字體 JAPAN DESIGN COMMITTEE 日本設計委員會 250
- 117 為傳統的名字帶來新意 SAHNE 紗奈潤澤乳霜 252
- 118 15369 4649 佐久間 草莓牛乳 254
- 119 64個會動的正方形 虫塚 256
- 120 藍染之愛 BUAISOU 258

後記 260

工作人員名單 264

[用語]

記號……人類創造的圖樣

LOGO……人類創造的文字標誌

LOGOMARK……標識記號，人類創造的圖樣，包含經過裝飾的文字

CI (Corporate Identity) ……企業識別

VI (Visual Identity) ……視覺識別

品牌設計……組織或品牌整體的設計

象形圖……以圖或繪畫表現的記號（例如：道路標誌）

襯線……在歐文字體筆劃末端的突起

無襯線體……沒有襯線的歐文字體

字腳……在漢字橫畫右端的三角形小山

「顛倒的傘」蘊含的訊息

這只由男子手持顛倒雨傘的藍色記號，是我在2007年擔任21_21 DESIGN SIGHT 藝術總監時為「water」展特別設計的。傘通常用來遮雨，但是顛倒過來就會變成可以集雨的形狀。人類接下來將如何安排水資源，與地球上的生命是否能倖存的重大議題息息相關。我想以水為主題的展覽，代表的象徵記號也必須蘊含訊息，因此設計出這個圖形。放眼全世界，幾乎所有國家都仰賴自來水做為飲用水，而且不論為了準備食物或是工業產品的製造，都需要大量的水。一碗牛肉蓋飯從無到有，就需要高達兩公升的水，其中包括牛本身要喝的水、種植稻米與牛隻飼料穀物所需要的水。我們肉眼所見的水其實只佔了一小部分，水在人們看不到的地方，維繫著這個世界。在舉辦這場展覽的同時，我們也開放這個記號的著作權，提供無償使用。希望這個手持顛倒雨傘的水藍色輪廓，將會逐漸運用在各種與水有關的企畫活動。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

想像力的入口

像國立科學博物館這樣的場所，代表的意義究竟是什麼？首先必須釐清這點，才能設計象徵記號。當我接到委託時，立刻實際前往博物館感受。館內除了介紹世界各地的岩石、展示昆蟲、動物的剝製標本、望遠鏡的歷史、人類的歷史、宇宙的起源，以及火箭等最先進技術，各種物品展示時也都附有解說牌。從小這個場所就令我感到興奮不已，如今重新思考這裡究竟提供了什麼，才發現這裡是培育想像力的場所。透過各種各樣的事物與現象，想像過去與未來，也帶來更多活力，接下來人類將如何求生存的構想也因應而生。我在館內畫速寫時，想到以恐龍的上顎為意象的象徵記號。我為記號附上「想像力的入口」的標語，但是不需要讓大家注意到這是恐龍的上顎，避免讓人看了立刻聯想到「就是那個呀！」如此直接的表現，也為了預留讓大家猜測「這是什麼？」的想像空間。



未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

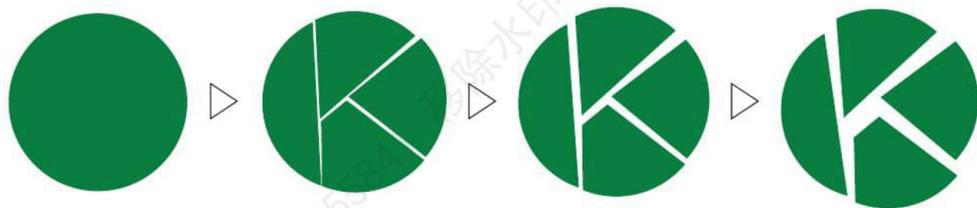
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

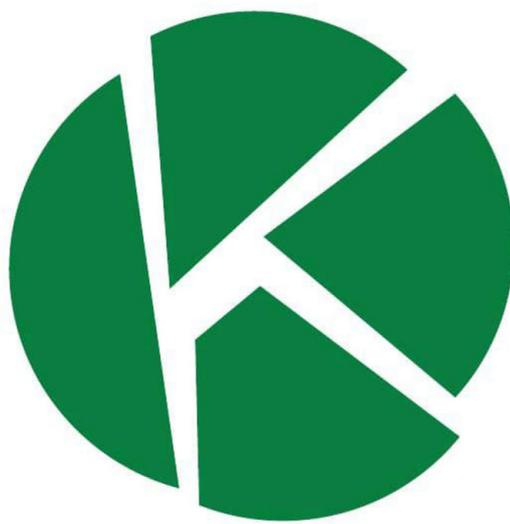
當盤子打破時

「兒童設計獎」旨在表揚注重兒童安全環境的優良設計。這個獎勵設計出可讓孩子安心又安全使用的獎項，象徵的標誌一般會以「安心安全」為主題。首先我試著朝這個方向思考，但是不難想像這樣的標誌已經很多，因此放棄。接著重新思考，產生「人在處於放心又安全的狀況時，不會特別察覺到什麼，一旦發生什麼危險，才會驚覺到原先的處境有多麼值得珍惜。」的心得。試著從各種面向描繪草圖，想像著周遭潛伏的危險狀態，將其具象化。因為設計的是記號，運用時圖案也可能縮小，所以不宜太複雜，必須盡量設計的單純一些。就在嘗試描繪各種草圖的過程，我看到盤子碎裂的形狀，心想「就是它！」。盤子碎裂後的形狀，不正可以表現出KID的字首「K」嗎？將形狀稍微調整之後，完成的就是這個記號。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

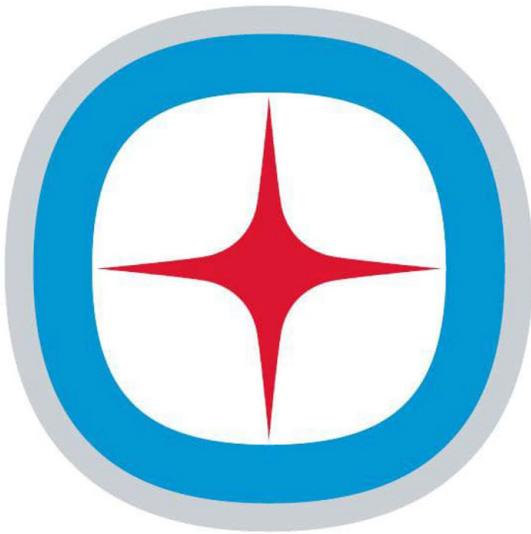
從上俯瞰白齒

1997年上市的「樂天木糖醇口香糖」，採用不易產生酸性物質的木糖醇做為甘味劑，可避免蛀牙。當我接到包裝設計的委託，開始思考能否以「牙齒」為概念著手設計。也就是擺脫甜點或口香糖既有的印象，試著將齒科治療與刷牙的印象帶入口香糖的世界。基於這樣的構想，我試過不同的LOGO與配色。而且在產品剛上市時，除了粒狀的口香糖，廠商還開發了板狀、錠狀等各種不同形狀的系列商品。我曾聽說這些產品陳列在店面的不同區域，瞭解到最好能讓大家一目瞭然它們屬於同品牌，既然如此，我試著加上標誌。基於齒科的概念，我試著設計成從上俯瞰白齒。這樣的標誌陳列在店面時，不論商品是橫向還是縱向排列，看起來都完全相同。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

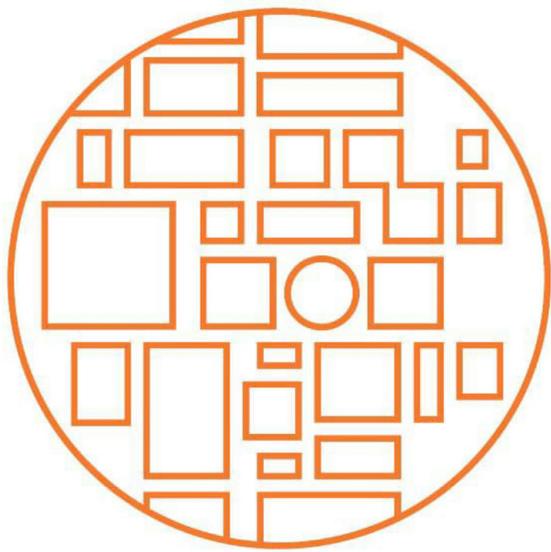
建築也可以化為記號

這個案例是將建築俯瞰圖直接做為標誌。當我在構思設計時，無意間正好看到博物館的俯瞰圖，發現其中已存在著記號。當建築在建造時，累積了對目的、地域文化、機能、構造、獨特性、耐久性、預算等各種各樣的驗證，才得以成形。也就是說，建築本身已經釐清各項條件，直接成為一種象徵。而記號也象徵著建築設施。既然如此，以凝聚著各種意義的建築俯瞰圖擷取的輪廓做為主題，豈不是別具意義？想像著二十一世紀，刻意塑造出意義不明的標誌之手法已落入俗套，因此最後定案的就是這個記號。巴黎的龐畢度中心也是將建築的立面化為標誌的例子，所以這樣的手法已經有人運用，金澤21世紀美術館則是在沒有特定方向的圓形內，展示出各房間的布局，因此我將俯瞰圖直接轉化成記號，也藉此將建築、記號，以及館內的標識整合為一致的形式。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

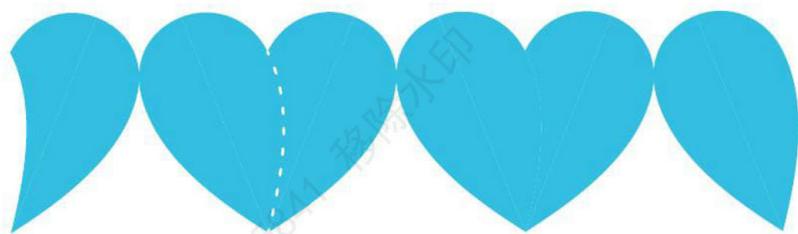
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

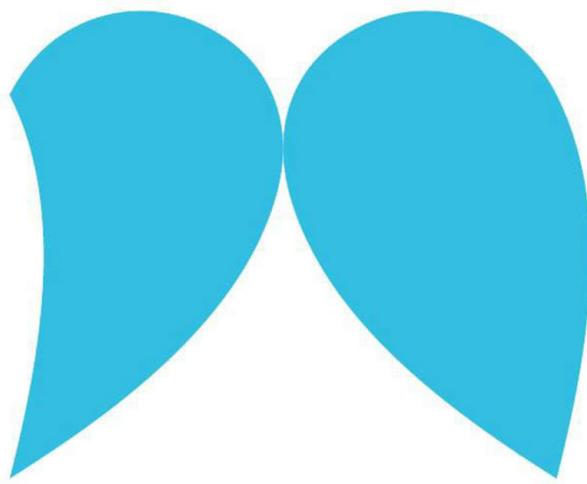
在看不見的地方默默支持

我接到厚生勞動省的委託，是為了讓更多人瞭解成癮症狀的治療及協助患者恢復正常而設計的記號。聽客戶解說之後，讓我明白許多人以為成癮者對酒精、賭博、藥物等產生依賴，是因為當事人意志力薄弱，因此歧視他們，其實這些都是偏見。我在展開這次的工作前，也先反省自己是否心存偏見。正如這次的例子，在為自己不瞭解的領域設計標誌時，首先應該正確地理解狀況，這點非常重要。於是我想到：如果要為他人設想，最重要的還是心，所以沒有比心更適切的主題。不過我想表現的並不是隨處可見的一顆心，乍看之下彷彿像蝴蝶的這個標誌，連接起來就會出現心形，我將這個圖樣取名為蝴蝶心形。其中蘊含的意義是：為了幫助成癮症患者自立，無須露骨地表示親切，而是在背後善意支持。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

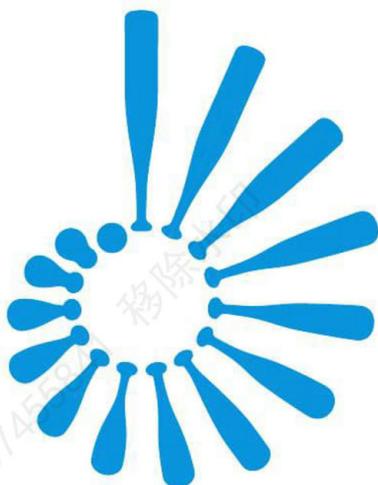
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

蘊含可能性，未完成的存在

將戴著打擊頭盔，往右上方仰望的高中棒球隊員頭部形狀設計成記號。在製作過程中，我曾速寫各種讓人一目瞭然，象徵棒球的物品如球棒、本壘板等。由於職業棒球常以球棒做為典型的標誌，令我想到難道不能以打擊頭盔為主題嗎？於是完成這個標誌。不過其實我也向業主提供了幾種構想，都是以跟棒球有關的物品為主題。最後決定採用的這個標誌，融合了以優勝為目標的精神，以及高校球兒在打擊區專注於投手投出球路的姿態。這裡沒有使用豐富的色彩呼應多彩多姿的棒球世界，而是採用象徵青春的單一藍色。至於臉部的位置，還沒有具體的輪廓成形。這也蘊含著每個人尚在摸索中，接下來將如何成長、實現夢想的過程。也就是說，這次做出的是代表「未完成」的象徵記號。

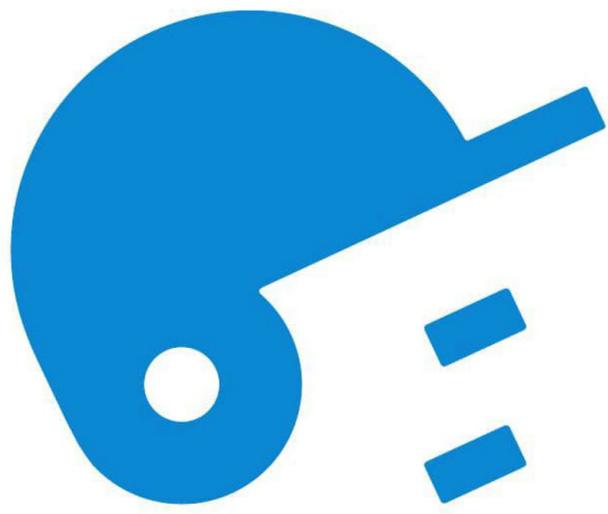


未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

意義不明

這個記號是專為大正製藥的滋養補身飲料「ZENA」製作。在開始著手設計時，我盡可能找出市面上販賣的能量飲料，辨識其中的共通點。因為平常從這類產品的包裝設計，似乎總能感受到不可思議的魅力。我總覺得要是摒除了包裝，這類飲料恐怕沒人想買吧。雖然有許多商品設計得像化妝品一樣清爽簡潔，不過據說走這種路線的能量飲料都賣不好，因此我最後決定的概念是「意義不明」。構想是：需要這種能量飲料的人正陷入疲勞，揣摩當事人的心理狀態，彷彿神秘不可測，但似乎有效的東西特別有吸引力，會讓人想伸手購買。由於原先希望是一般「看得懂」的設計，為了說服業主，後來我又製作了兩百種「看得懂」的提案，讓對方參考。最後決定採用一開始所提出，「意義不明」記號的包裝設計。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

讓大家發笑的世界

以搞笑為專業的吉本興業，究竟適合什麼樣的記號呢？之前搭配漢字「吉」的笑容標誌，我覺得是很獨特也很優良的設計。「笑容」無論如何就像吉本興業的資產，我認為新的標誌也應該承襲。最後定案的這個象徵記號，完全不需要說明，就像世界共通的視覺語言。而且因為是吉本興業，標誌上出現的不是微笑的「笑容」，而是捧腹大笑的「笑容」。仔細一看，嘴巴還呈現心形。彷彿為了突破無聊，打造讓大家發自內心大笑的世界。我試著將他們的這些精神化為具象——以笑為主軸，盡量做些有趣的事，並且藉由笑創造出讓眾人心靈相通的環境，對社會有所貢獻。雖然訂下使用規則，但也允許根據這個記號創造藝術作品，或是改變表情，甚至幫這張笑臉添加對話框。因為我想創造讓大家愉快參與的象徵標誌。



原有標誌

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

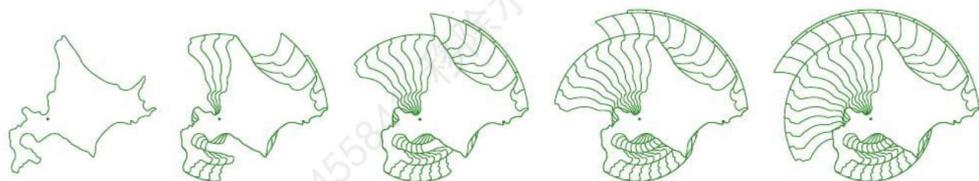
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

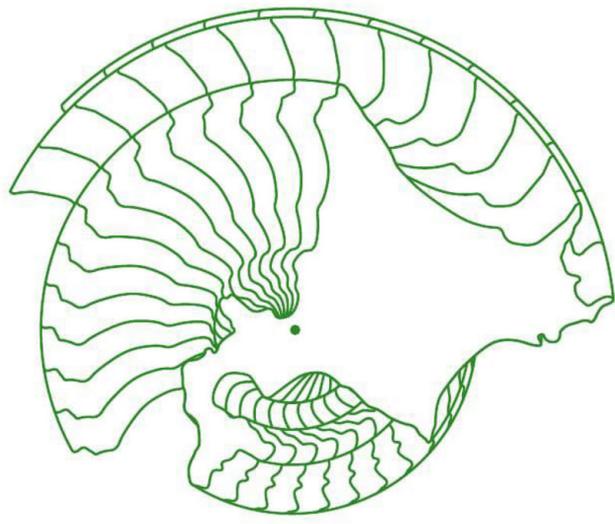
智慧與知識的輪廓

2006年當我接受委託時，由於國立大學法人化，各校開始積極展開宣傳活動，北海道大學也決定製作有別於傳統校徽的宣傳標誌。經過反覆嘗試，提出多個設計，最後定案的是這個標誌。由於北海道大學的歷史可追溯到1876年創立的札幌農學校，跟與商品連結的標誌相比，這個標誌所代表的更像是知識的累積。它是以當時奠基130週年的北海道大學在地圖上的位置為中心，將北海道旋轉130度而得到的形狀。也就是以一度代表一年，每一條線代表十年。旋轉的概念象徵智慧（IDEA），旋轉的軌跡象徵知識（KNOWLEDGE），我附上「智慧與知識的輪廓」這句話後交稿。由於北海道的輪廓原本就存在，因此最後定案的記號圖形不是由我自己描繪，可說是根據構想而誕生的圖形。而且根據這個構想，每隔十年就可以再增添一條輪廓線，將成為舉世罕見的「有生命的記號」。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

三位一體，就在這裡

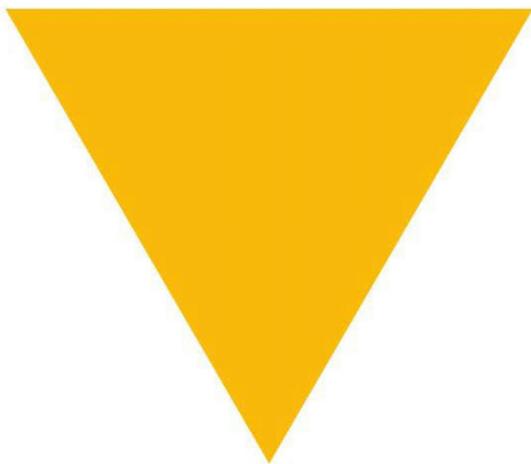
越後妻有大地藝術祭是以新潟的十日町市、津南町為中心舉辦的在地藝術祭。當北川富朗總監邀請我擔任藝術祭的創意總監時，大地藝術祭已經舉辦了好幾年，因此我隨即前往現場參觀。我所見識到的不只是展示在山間建築物或田地、隧道等空間的藝術品，還有面帶笑容親切接待的當地農家。於是我明白，這是由藝術家、當地居民、行政單位通力合作構成的劃時代藝術祭。三種角色各異的人，以藝術為中心合為一個整體。我想，首先應該要以記號表現這一點，於是提議以最單純的形狀—黃色的倒三角形傳達。當許多藝術品展示在大自然之間，我想正適合以每個人都能立刻心領神會的單純形狀做為象徵。搭配容易引人注意的黃色，倒三角形的形狀也蘊含著「就在這裡」標識的意思。



Photo: Osamu Nakamura

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

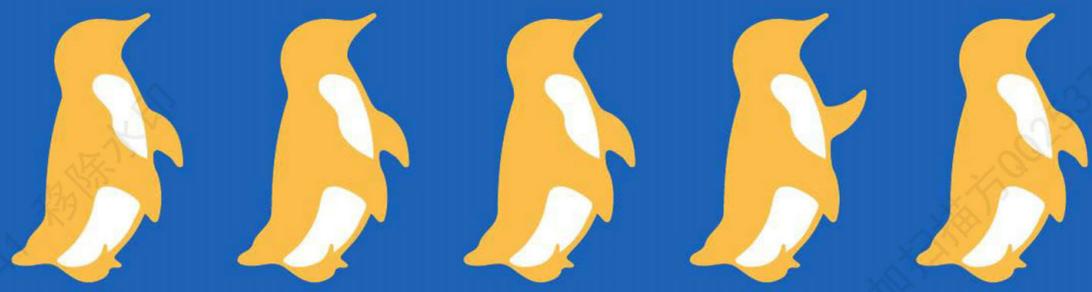
欸，你發現了嗎？

在噴水的鯨魚旁，有一隻企鵝仰望著夜空，畫面令人聯想到南極。長年受到消費者喜愛的樂天薄荷口香糖，舊包裝插畫傳達出優美的氣氛。當產品包裝將從七片裝改為九片裝時，我受委託負責重新設計。我發現當口香糖改為九片裝時，側面跟正面的厚度幾乎一致，而且在店面陳列時，會同時看到這兩面，也就是有COOLMINT字樣與有插畫的一面。於是再試著讓五隻姿勢相同的企鵝並排，但發現少了舊包裝插畫的意境，因此我試著安排只有仔細看才會發現的變化。這樣的趣味性，正因為是零食類產品才能自由發揮。在這裡靈光一現的構想是：在五隻企鵝中，只有一隻舉起翅膀。我想像著如果有人察覺到，一定會問身旁的人：「你發現了嗎？」原來右邊第二隻企鵝悄悄地舉起了翅膀。如果以人類社會來譬喻，或許就像位居領頭的社長之後，排在第二順位的人必須鼓起勇氣向後方的社員傳達訊息。



加扫描方00253745

加扫描方002537455841 移除水印



加扫描方002537455841 移除水印

加扫描方002537455841 移除水印

7055841 移除水印



加扫描方QQ2537455841



加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841

加扫描方

7455841 移除水印

連續的風車

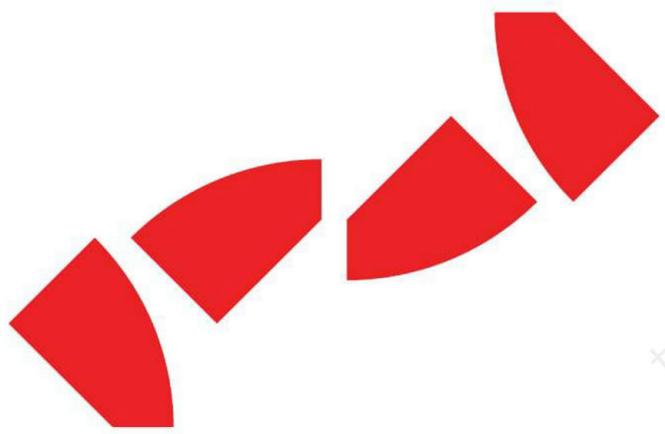
這個象徵符號的主題是風車。雖然乍看之下還意會不出是風車，如果將圖案橫向連在一起，在記號與記號之間就會出現風車。這個意象在「光村圖書出版」1950年首次發行，收錄在小學「新國語」六年級下學期教材的詩〈風車之歌〉中首次登場。在這首詩中，風車的四枚扇葉代表「聽、說、讀、寫」的溝通基礎，這與光村圖書出版代表生命泉源的「頭腦、心、手、健康」，象徵世界和平的「東、西、南、北」與象徵文化理想的「真、善、美、聖」意義重疊，換句話說，這首詩象徵著該社的精神，也成為公司的理念，伴隨公司一路至今。在過去，風車就像看不見的象徵存在於社員心中。而這個象徵記號明確賦予其形式。隨著人與人、智慧與智慧串聯，風車將持續旋轉，我懷抱著這樣的想法，設計出這個「連續的風車」之標誌。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



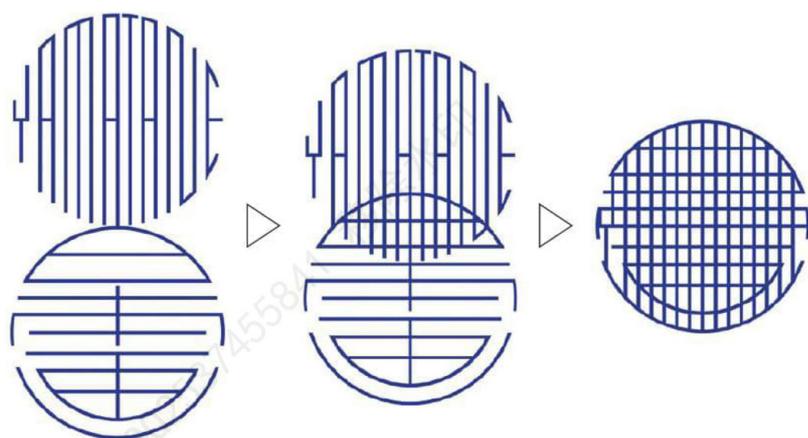
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

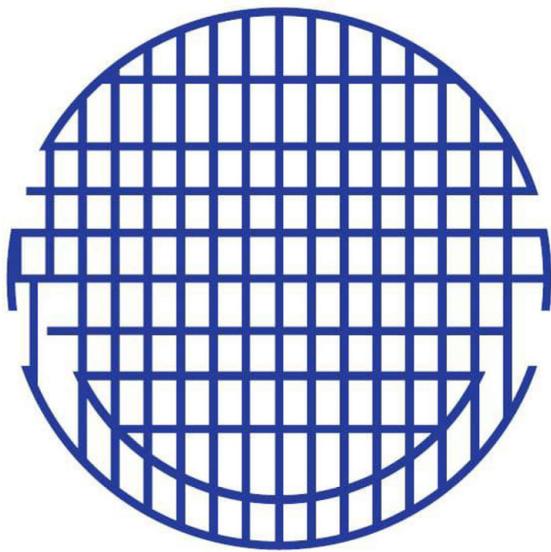
日本畫的纖細

山種美術館是專門展出日本畫的美術館。這個館徽其實是由橫向排列的英文字母「YAMATANE」與縱向的漢字「日本畫」重疊而成。「YAMATANE」的字母縱線長，而「日本畫」漢字的橫線較長，兩者組成格子狀，輪廓則是象徵「和」的圓。橫向英文字母與數字在現代日本社會已相當普及，我對於這點不予以否定，讓兩者搭配組合，表現紮根已久的現代日本文化、日本畫的樣貌。館徽的色彩採用日本畫常出現的日本傳統色「群青色」。在纖細的線條間有部分空著，乍看之下彷彿未完成，這正好與日本畫帶來想像空間的「留白」不謀而合。有別於形狀單純，力求顯眼的品牌標誌，日本畫般的纖細特質，或許更適合山種美術館的館徽。記號既可以設計得很搶眼，也能選擇纖細的表現。這其中的轉換，往往取決於內容。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

美的瞬間

長年出版藝術圖書的公司，究竟適合什麼樣的標誌呢？我提出多種設計，最後獲選的這個標誌，即使看了也難以理解究竟是什麼意思。藝術作品本來就無法一眼看透其中的含意，任憑觀看者自行詮釋。這是追溯藝術的本質而完成的設計。那麼，這個記號究竟代表什麼？首先仔細看，在記號中央有個白點。我將「美」這個漢字的各筆劃以白點為中心旋轉，轉到某處停下來，就成為這個記號。至於停止的時間點，完全憑我個人對美的感覺。當我意識到不可思議的美，就在這一瞬間停下來。換句話說，首先我製作出「美」這個漢字的黑體字，再把它筆劃拆開，試著以不同的點為中心旋轉，等待美的瞬間來臨，最後完成這個標誌。這或許可說是由我自創的程式所產生的記號。

美 美 美 美 美

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

好奇心的多種型態

這個記號是由公益財團法人稻盛財團主辦的活動「兒童科學博覽會」的象徵記號，小孩本來就不太懂萬事萬物的道理，所以好奇「這是什麼？」的機會遠比大人來得多。不可思議的事、不懂的事、無法理解的事，只要對這些感興趣，就有可能成為開拓未來的契機。所謂的「兒童科學博覽會」，就是激發兒童潛能的場合。這個記號看來就像小孩正在觀察不可思議的洞穴，或是透過圓形的窗口眺望未來，又像是腦中浮現無數想像。就像小朋友般，我設計出沒有既定印象，可以有各種詮釋的標誌。做為培養想像力場所的記號，必須符合這些條件。在設計標誌時，最重要的是釐清組織或團體存在的意義，同時摸索靈感。另外，記號採用深橘色，表示這是對大人小孩都給予溫暖守護的色彩。



未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

適度而雍容大方

鳩居堂的店面位於京都與東京，是書畫用品、線香、和風文具的老字號專賣店。我接到的是京都鳩居堂委託設計線香的包裝，並從事新商品企劃等。負責這家店的熊谷直久先生是位很特別的人，不論是產品包裝設計的具體委託，或是告訴我：「不管想到什麼，都歡迎提出建議。」時，他說話總是面帶笑容，我幾乎從未遇過這樣的人。記得某一天，我建議店裡提供的紙袋最好印上符合鳩居堂風格、氣度雍容的標誌。為了製作樣本提供參考，首先設計了這個記號。因為這是間有悠久歷史的商號，我設計時，思考著最重要的是如何展現落落大方的形象，亦不要顯得太過新穎。在提案時，起初曾設計將標誌放大的版本，不過由於業主表示不希望表現得這麼明顯，因此我將大小調整到適中後完成。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

描繪時自然出現的形狀

島村樂器的記號，是音符與翅膀合為一體的形狀。音樂彷彿長出翅膀，也像是能將我們帶到各處的魔法。這個象徵符號蘊含音樂將帶領我們前往無限寬廣的美好世界，以及島村樂器希望聯繫眾人的心願。通常如果要表現這樣的記號，應該會設計成一眼就能辨識這是與「音樂」相關的公司，我也不例外。我曾認真考慮過，是否要使用樂譜的記號。首先是高音譜記號——即使不刻意去查，也能想像存在於世界上。五線譜——光憑五條線，無法想像音樂。四分音符——下面是帶斜的橢圓，上方只伸出一條線，恐怕無法塑造出令人印象深刻的記號。接下來是八分音符——感覺似乎比前面的四分音符更能塑造出有個性的標識。但光只是這樣，還不足以構成記號，如果採用樂器做為象徵，又會對音樂的種類造成限制。我就這樣邊畫著失敗的速寫，邊確認是否真的不行，就在嘗試的過程中，意外發現有翅膀的音符。所以這是個手腦並用而產生的記號。

島村樂器

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



象徵入口的嘴唇符號

我為東京車站的商場「GRANSTA TOKYO」設計的象徵標誌以嘴唇（lips）為主題。東京車站的行人各有不同目的，像是通勤、旅行、購物等，這裡可說是東京的入口，而且各出入口還有個別名稱，如丸之內口、八重洲口等。這裡有餐廳可以享用美食，還有許多店家販售為生活增添色彩的商品，其間因應而生的愉快會話，也是透過嘴唇說出。不過這個標誌的特徵，是第一眼還意會不到這是嘴唇。「這個記號究竟象徵什麼？」這也能讓感到好奇的人，獲得展開對話的契機。一旦理解自己感興趣的目標，人就不會遺忘相關訊息。而且這個嘴唇標誌由十四個圓縱向移動的軌跡構成，只要移動這些圓並搭配聲音，就能製作出彷彿在說話般的影像。所以這個標誌也適用於影像時代，是個會說話的記號。



あ



い



う



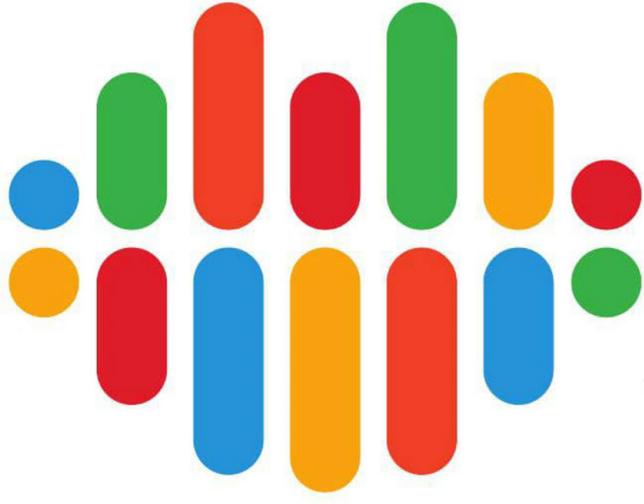
え



お

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

以眼睛做為記號

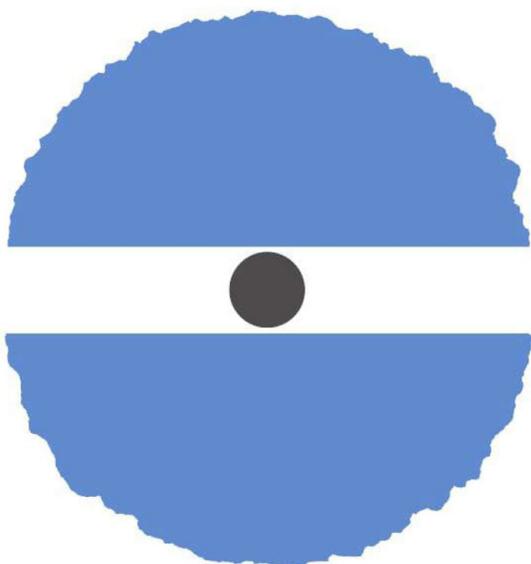
這個記號是特別為紀念岩崎知弘（1918-1974）的繪本美術館製作。1997年安曇野知弘美術館開館時，與東京的知弘美術館共用標誌。因為主題是岩崎知弘美術館，所以我曾試著不藉由記號，直接以岩崎知弘的畫為象徵。但這間美術館不限於知弘女士的作品，也介紹世界各國的繪本，所以我試著從各種角度思考，最後定案的是以「眼睛」為主題的這個記號。因為在知弘女士的作品中，眼睛是個相當令人印象深刻的元素。中央小小的黑點代表兒童，上下的半圓象徵大人，整體表現出大人培育、守護著兒童的情境。即使孩子跟外界的互動活絡，常常跑去外面玩耍，總有個隨時可以回去的地方。我覺得這或許正是知弘女士所描繪的世界。



岩崎知弘
《穿著粉紅色毛衣的女孩》
(1970年)

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

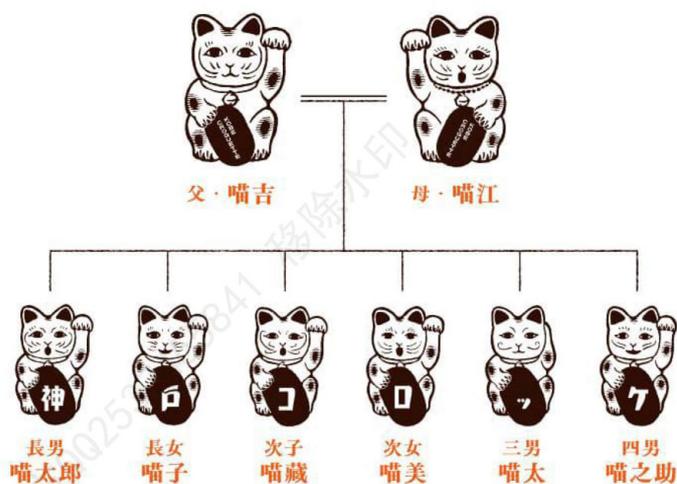
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

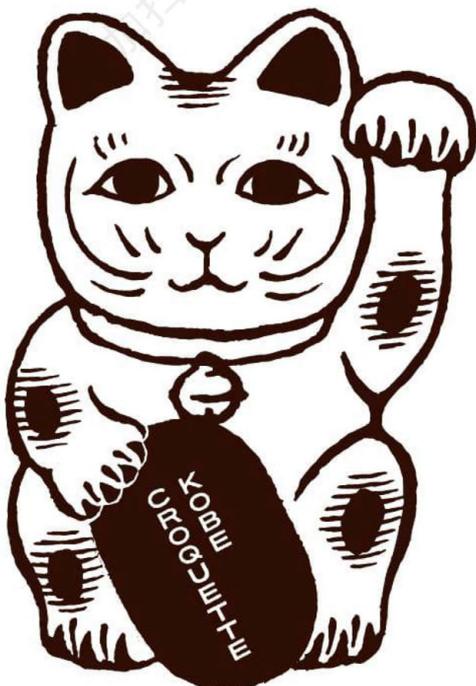
活化資產

這是在開幕時引起話題，讓消費者大排長龍的名店「神戶可樂餅」的商標。我接受委託時，這家公司已經在全日本的百貨公司與商店街都有設店，是業界的大品牌。招財貓的象徵標誌是從創立時就已問世，有一定的辨識度，不過由於歷年來換過幾任藝術設計，所以這個品牌同時有數種不同吉祥物存在，狀況有些紛亂。也就是說，有些設立已久的店面還繼續保留剛成立時的吉祥物，新店面則採用新的吉祥物，作法不太一致。當時正好這家可樂餅回歸創立時的風味，隨著客戶重新為菜單定調，我也試著將招財貓稍加調整，以傳統且富有親切感的風格呈現，於是這次的設計案獲得採用，沿續至今。因為這個機會，我畫出招財貓家族，為每隻貓分別取名字，也模擬它們的個性。就像這次的例子，有時候將零零散散的要素重新整合，這樣的過程也會跟商標設計有關。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

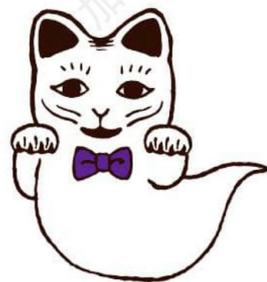
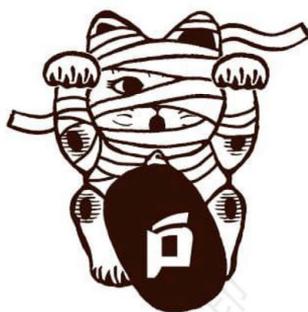
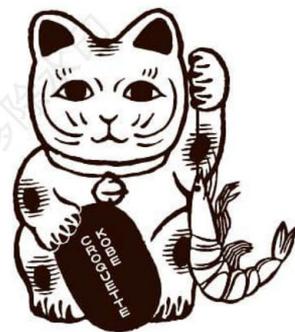
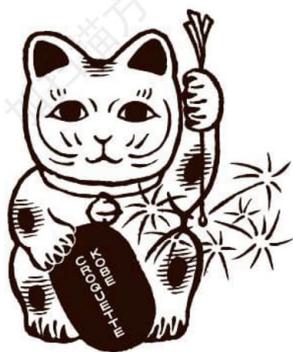


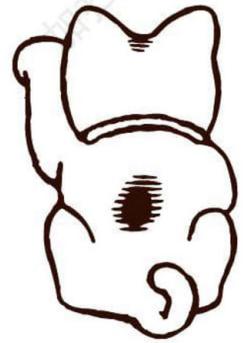
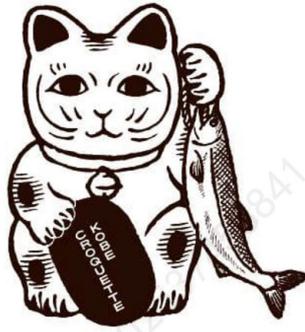
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印





美味的記號

這是電視台「BS朝日」的標誌，以ASAHI的首字母「A」為象徵。將首字母象徵化，是設計時最管用的一招，可說是設計師通常最先想到的手法。這個記號是我以各種方式畫字母「A」的草圖時，漸漸掌握到的。「A」的文字形狀是兩條斜線與正中央的單條水平線，完全由直線構成，原始的形式尖銳而俐落，容易帶來冰冷堅硬的印象。在描繪的過程中，我想到不知道能否改為曲線般柔和的印象，而且必須看起來像「A」。在把字母畫圓的過程中，我發現正中央空著的部分可以是漂亮的圓形。因為想塑造柔和的外形，為了嘗試膨脹的效果把字體立體化，於是外觀變得像糖果，再試著加上橘色，看來似乎是個很可口的記號。再賦予它意義，象徵提供人們所需、對世界有益的資訊，標誌便完成了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

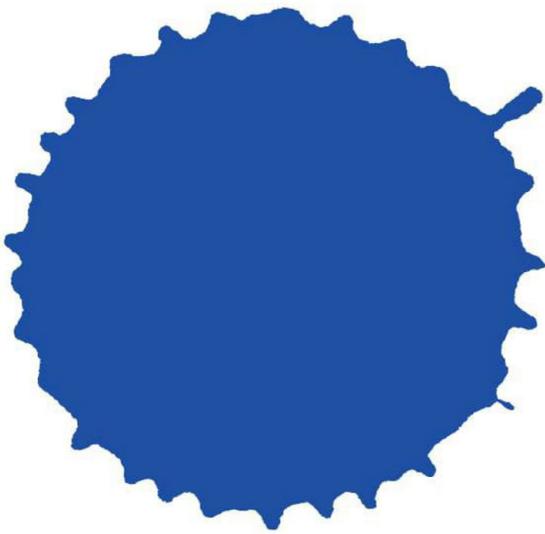
順其自然

這個記號是一滴墨水落在紙上時偶然出現的形狀。也就是說，最後的形狀是由自然完成。一滴墨水的量、為了讓墨水滑落而準備的器具、固定用的道具、底下鋪的紙的質地、墨水滴落時的高度與控制的力道，這些都由人決定，但最後還是要交給自然。交付自然的作法，也出現在書法或陶瓷工藝品，從中可令人感受到自古以來紮根於亞洲及日本風土的自然觀。瓜生山學園京都藝術大學建校以來的主張也令人感受到此精神。雖然我們也曾提出偏向人工形狀的記號，但還是這個概念比較能引起共鳴，因此決定採用。就像世界上不會有完全一樣的墨滴形狀，這也象徵著生命的多樣性、每一種生命的尊嚴，表現以學園理念「藝術立國」為目標的人類觀與世界觀。自從製作這個校徽，我開始思考：如果各種事物最後都必須順其自然，或許在設計的過程，也可以試著將自然的變化置入其中一個階段。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

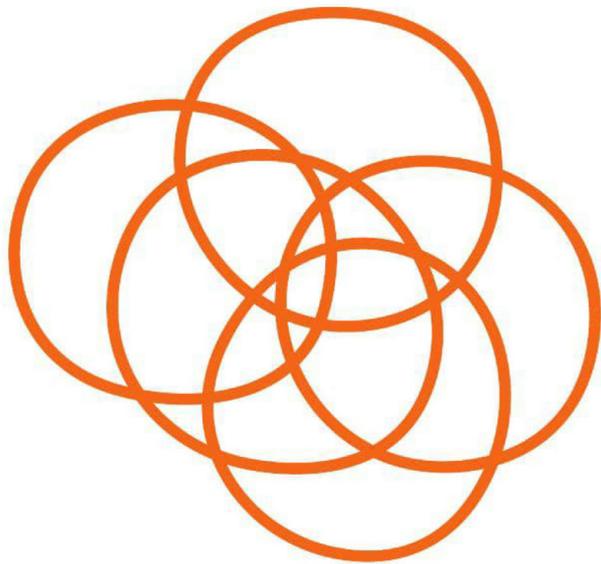
五條橡皮筋

YRGLM是提供資料及技術支援，協助企業擴展行銷活動的公司。在重新思考這間公司的CI，亦即構思新社名及企業理念、標語時，我也負責製作公司的社徽與LOGO。因此設計過程是從訪問公司的社員開始。這間公司以年輕的社員居多，朝氣蓬勃，我覺得應該要把握這種潛在的優勢。而最後完成的標誌，是每個人都認得出的「橡皮筋」。YRGLM的名字本身沒有意義，我將構成的五個字母排列在一起。通常公司的社徽沒有變化，只有一個固定的圖形，但是YRGLM社徽五條橡皮筋的位置會出現各種各樣的變化。那不是固定不動的標誌，而是即使排列出現變化，仍然具有辨識度的記號。原本橡皮筋不具有任何意義，但在使用時就會產生意義。彷彿使用時將衍生無限可能性的素材，即是YRGLM這家公司的寫照。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

將要素束起

以面紙及衛生紙等產品為人熟知的「elleair」，是大王製紙的品牌。elleair是由法文的elle（她）與air（風）連接起來的造語，構成的意思是「風的精靈」。業主希望像舒服的風迎面吹來，讓產品傳遞給許多人，因而取了這個名字。由於之前的「elleair」片假名線條較細，帶給人柔弱的印象，因應未來商品將銷往海外等需求，廠商委託我重新塑造品牌形象，包括涵蓋英文字母的商標與面紙盒的包裝設計。其實客戶並不是一開始就委託我設計商標，正好在並列品牌elleair的片假名與英文字母時，我想到是否該搭配標誌，表現收束起來的感覺，因此主動提議這個象徵地球、風、溫柔的商標。合作過程有時候也會像這次的例子，由設計師先提出標誌存在的意義。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

溢出的表現

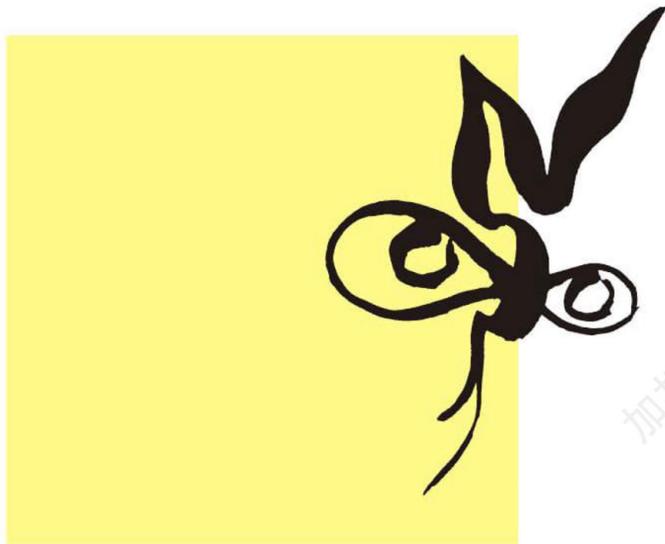
這是位於東京南青山的岡本太郎紀念館的館徽。黃色的正方形是將受到既定概念束縛、僵硬的現代社會抽象化，從這塊正方形中，溢出由岡本太郎描繪的眼睛。由於是溢出的狀態，仍保持與正方形的關聯。考量到岡本太郎的作品大膽且強烈、總是試圖傳達某些訊息，就像藝術在這個社會上的角色，因此我採用這樣的表現方式。他的名言「藝術就是爆炸！」、參加設計師雲集的日本設計委員會（JAPAN DESIGN COMMITTEE，參照第116篇）活動，都可以做為佐證。製作了「拒絕被坐的椅子」的岡本太郎，與世界級建築師丹下健三及室內設計師劍持勇一起參加為設計啟蒙而創立的組織，這件事可說是耐人尋味。做為標記的正方形，採用易喚起注意力的黃色。黃色是明亮的色彩，雖然正方形的框架並不明顯，不過固定概念往往看不出清晰的輪廓，在館徽中也蘊含了這樣的訊息。



岡本太郎（由岡本太郎紀念館提供）

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

從嚴肅到有趣

「腦活綜研」的正式名稱是腦活性綜合研究所，是為了預防失智症，定期實施腦活性度檢查的公司。失智症是腦部的疾病。等症狀出現後才治療，為時已晚。有鑑於預防的重要性，業主成立了這個機構，並委託我製作標誌。人在健康時不太會想到要預防，但是對於一旦罹患就無法治癒的疾病，預防是非常重要的。必須讓處於健康狀態的人察覺到預防失智的重要。在構思標誌時，我想到兩個主要的方向：第一種是讓人聯想到疾病，有點嚴肅，令人聯想到腦部是很纖細脆弱的；而另一種相反，帶有活潑愉悅的印象。最後定案的是第二種。由健康有朝氣的人自在地接受檢查，比較能塑造輕鬆愉快的印象。而且一筆完成，彷彿象徵頭腦在動的這個記號，如果在網頁上用游標點，就會出現局部顫動，藉此表現腦部活躍的狀態。各位可以用手機掃描底下的QR CODE 體驗看看。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

等高線的形狀

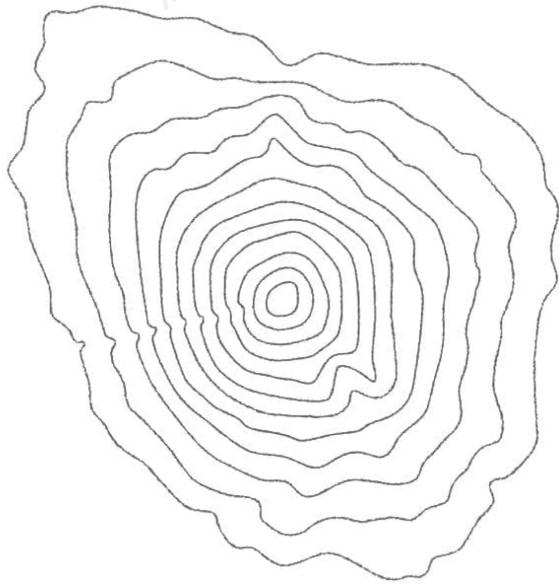
P.G.C.D. JAPAN 是化妝品的品牌。我長年接受這家公司委託，負責產品包裝等設計，不過承接這次的設計案時，我想起初次見面時，前任社長曾感慨地說：「當我從九州來到東京，想到自己終究越過了富士山，深深地感到意義重大。」我想像著在名為日本的國家建立前，自遙遠的繩文時代以來，在這片土地生長的人民就會對最高的美麗山脈充滿想像，或是賦予意義。我邊模糊地思索著這些，試著畫出各種素描。不過從側面看富士山，實在太平凡。當我開始煩惱究竟怎樣才能更有原創性，忽然想到如果從上方俯瞰，呈現的等高線會是什麼樣子？於是立刻著手查詢。而結果如何？富士山的輪廓很美，不過等高線當然不會是正圓，而是感覺還不錯、稍微有點偏斜的形狀，我立刻決定採用這個構想，擷取適當的高度範圍製作標誌。



NASA Image and Video Library

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

由背景襯托出的富士山

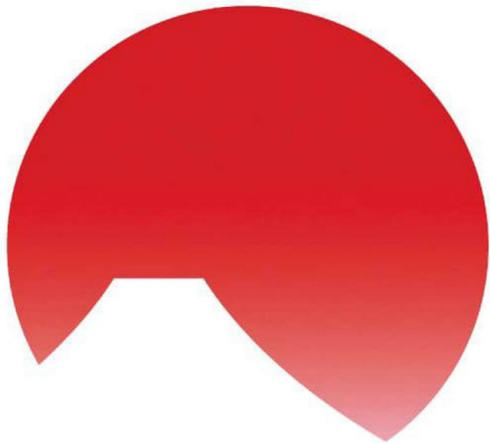
山梨縣立富士山世界遺產中心的象徵記號概念是「從背景浮現的富士山」。富士山不僅外觀壯麗，還包括二十五個構成資產，整體已登錄世界遺產。在山脈優雅的身影中，涵蓋著多種珍貴的文化遺產。為了讓大家認識這些內涵豐富的富士山構成資產，我內心浮現光是眺望還無法瞭解的富士山真實樣貌。因此象徵記號並不是表現富士山本身，而是以太陽為背景，讓輪廓浮現。我同時也製作了影像，在影片中太陽的色彩持續變化，富士山輪廓的印象也隨之改變。在富士山剪影底下，由象徵二十五個構成資產的記號連成結界。於是這個象徵記號的遠處是太陽，前方是富士山，更前面是結界，構成有層次的景色。象徵標誌的製作，不局限於單一的形式。



設立於山梨縣立富士山世界遺產中心庭院的紀念碑。
民眾可以在標誌之間拍攝紀念照。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

對話因此而生

デザインの松屋



デザインの松屋



デザインの松屋



デザインの松屋

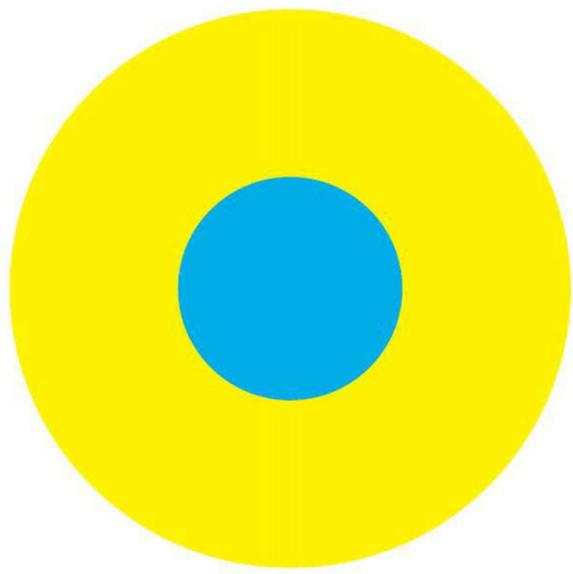


デザインの松屋

2019年適逢松屋銀座創業滿150週年，業主請我擔任150週年企畫的創意總監。松屋與長期致力於設計啟蒙活動的日本設計委員會（參照第116篇）合作已有多年歷史，因此我先定調為「用心設計」，提出「設計的松屋」標語，向公司內外推廣。藉此讓大家認同公司存在的價值——也就是藉由設計讓大家的的生活變得更美好，同時建立了讓員工參加的各種有趣委員會。這個計畫的象徵就是此記號，也將其製作成徽章，別在員工胸前。由於設計簡單，像是富有時尚感的點綴，也不會讓人覺得礙眼。而且當客人詢問「這是什麼？」時，員工也必須加以解釋。也就是說，這個記號也是讓全松屋百貨員工正確理解150週年企畫的一種方式。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

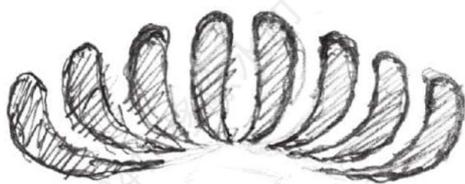
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

避免過於新潮

當我受託設計這個商標時，菊正宗酒造雖然已有創業360年的歷史，在過去品牌卻沒有正式的商標，這種情形並不罕見。業主一邊推動已經著手進行的日本酒新品牌，同時計劃未來將產品銷往海外，這時他們覺得應該要有個象徵品牌的商標，因而有這次的委託。像這樣歷史悠久的品牌，究竟適合什麼樣的商標？當然也有可能塑造出偏現代／未來的風格，我也曾試著畫草圖，不過在初期階段就發現那樣的嘗試並不適合。在這個案例最重要的，就是不可以打造出全新的印象。要承襲過往的傳統，不受流行左右，設計成彷彿從以前就存在的象徵標誌，考量這些要素最終完成了這個商標——從側面看菊花，所有的花瓣都朝向中央的上方。這除了表現出事業多樣化的發展，也呈現出菊正宗目標專一的堅定決心。



正式完稿前的想法草圖

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

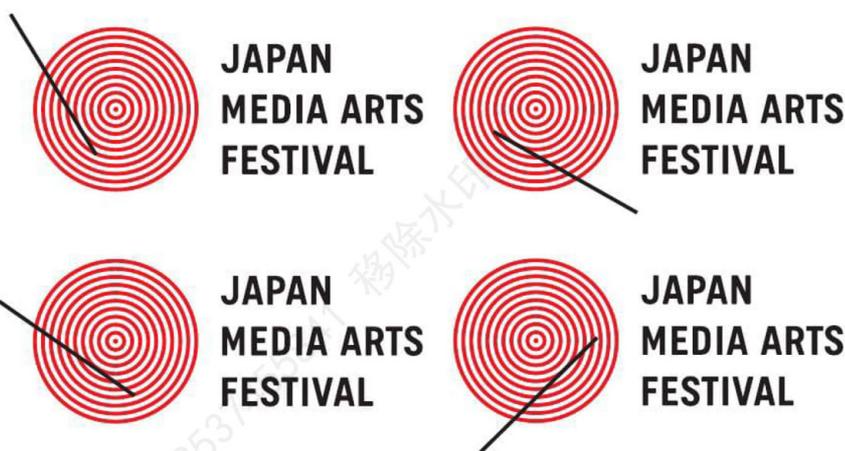
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

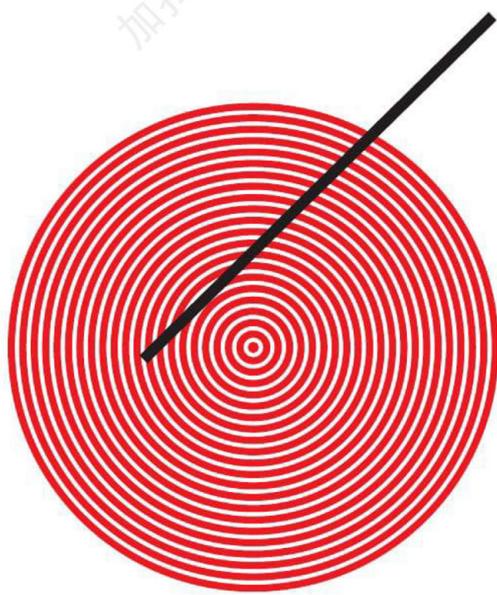
利用錯覺

這是由文化廳主辦的藝術祭 LOGO，宗旨是向全世界募集媒體藝術作品，評鑑並介紹國內外優秀創作。提到媒體藝術，在想像中可能是運用數位技術，或是影像與機械性運動的物體、體驗型的作品等，但是象徵藝術祭的記號卻必須是平面的，這令我深感煩惱。因此我想到利用錯覺的圖形。以一條直線穿過多層的同心圓，受到曲線的影響，看起來可能會略顯彎曲？歷史上也有許多例子，是利用視覺效果或錯覺構成畫作與圖樣。我想像著這類圖形，一邊描繪著草圖。考量到做為 LOGO 需要一定的辨識度，也必須夠明瞭，因此我腦海浮現出圓與線的簡單構成。此外想到或許可以將穿過圓的直線位置中稍加移動，比較圓與線的幾種排列位置，最後終於製作出彷彿可動式的 LOGO。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

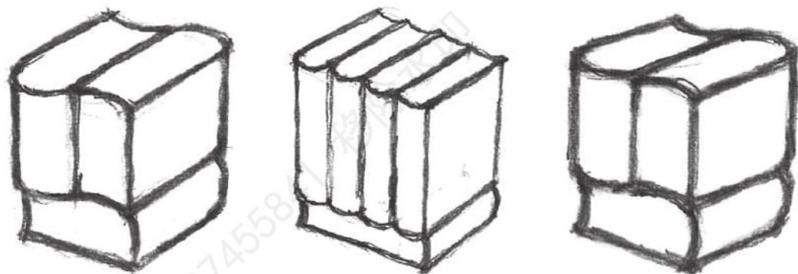
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

以知識為基礎，累積智慧

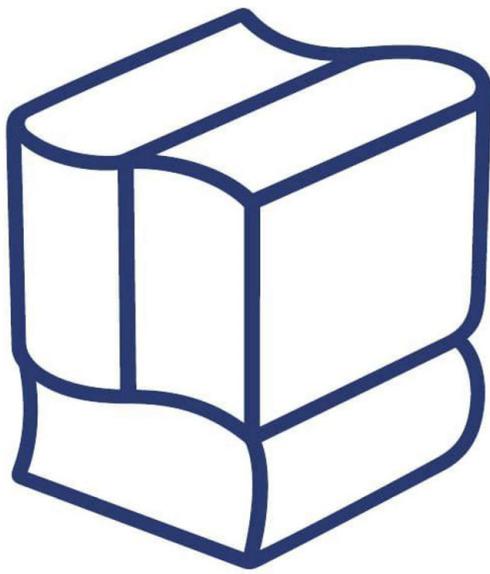
平凡社創立於1914年，是一間為了發行小事典而成立，後來以出版大部頭百科事典廣為人知，頗有歷史的出版社。為迎向創業100週年，過去沒有正式標誌的平凡社委託我設計專屬的象徵記號。這個標誌是在一本令人聯想到百科全書的橫放厚重書籍上，再疊上兩本直立的大書。意謂著知識的不斷累積。以先人留下的知識聚集而成的書為基礎，持續發展。知識是想像的源頭。想像力以及將它具體實現的創造力，對於人們的工作相當重要，而做為源頭的書本，可說是想像力與創造力的養分吧。這個象徵記號表現出平凡社的宗旨：持續出版好書，累積提供想像／創造力所需的養分。我以前畫過不少草圖，不過為這個標誌的設計稿花了特別多時間。為了要讓以線條構成的書本符合遠近法的比例，經過無數次的修改，試著調整距離，而且這是無法用電腦完成的作業。



正式完稿前的想法草圖

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

傳統的繼承

這是為JAKUETS公司設計的社徽，這家公司主要經營的項目是幼兒園的設計、保育教材的企劃開發與製造販售，總公司位於福井縣。由於富山縣政府與建築師內藤廣先生邀請我為新建的富山縣美術館設計屋頂，而JAKUETS公司委託我設計遊樂設施，在這樣的契機下，JAKUETS公司的CI（企業識別）後來也請我設計。在此之前，這家公司的LOGO主要採用片假名「ジャクエツ」，考量到今後在海外發展等諸多可能，我提議採用英文字母標示，製作「JAKUETS」的LOGO，由於原本的「犬張子」的圖樣已有很長的歷史又很可愛，我認為應該予以保留。將英文字母LOGO與「犬張子」圖樣實際搭配在一起，提供給客戶參考後獲得採用。不過並不是直接使用，我先調整圓形與犬張子的大小與位置，並微調色彩，經過3D資訊化，讓圖樣看起來更立體，再以FRP（玻璃纖維強化塑膠）製作成半立體記號，運用在公司建築的招牌等。正如這次的案例，辨識出客戶寶貴的資產並延續到未來，也是工作相當重要的一環。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

從窗戶看到的P

PRESTIGE INTERNATIONAL的經營理念是「聆聽消費者的不便與煩惱，協助解決」。以日語提供車輛道路救援與車禍處理、在國外遇到的信用卡使用疑難雜症等協助為事業整體的基礎，進而發展到更廣的領域。為了重新確認自身的定位，也為將來的發展做準備，這家公司委託我設計新社徽。雖然PRESTIGE INTERNATIONAL的服務遍及各地，但是從表面看不出他們的貢獻。想要象徵性地傳達這間公司的存在，則是標誌的任務。這個象徵記號的外觀是正方形，襯托出象徵社會的窗。如果仔細看，在不太會注意到的地方將隱約發現字母P。有時顯而易見，有時人們渾然不覺，但PRESTIGE INTERNATIONAL會一直以對社會有所貢獻為志。我也製作了一小段影片，可透過底下的QR CODE觀賞。不只是圖形，希望記號代表的意義也會跟著圖像留在記憶裡。



加扫描方QQ2537455841

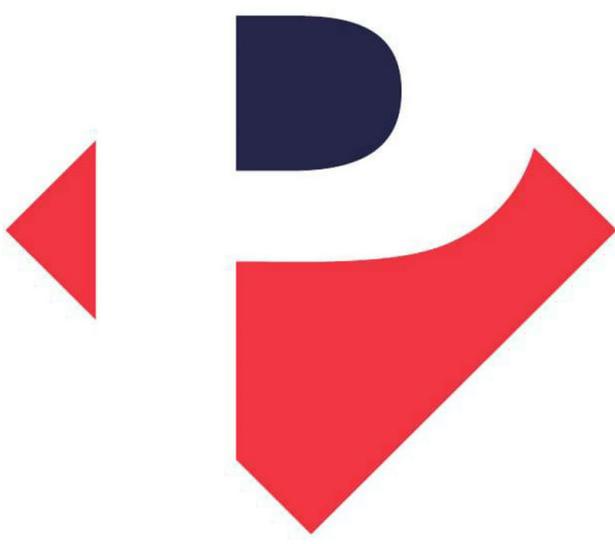
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



象徵循環的「石」

石坂產業是專門處理工業廢棄物的公司。時至今日，聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）表現出人類對於環境的關心，不過這家公司早就在進行廢棄物的再資源化與里山的再生，活用可再生能源等，以「循環」為關鍵字展開各種各樣的措施。當我試著查證相關資料，發現公司的經營理念裡竟然沒有出現對公司來說最重要的「循環」這個詞，因此提議以「設計循環的公司」做為標語。為了搭配這個標語，還設計了新的社徽。以圓形輪狀物表現「循環」很常見，不過我從以前就覺得回歸原點的形狀還不夠理想，因此以不重返原點的循環，也就是螺旋的構造，套入石坂產業的漢字「石」設計成標誌。「石」字第一劃橫線右上角，也就是明體字字腳（參照 P.11〔用語〕）的部分以箭頭表現，在旋轉（循環）的同時也出現轉角，藉此表現石坂產業積極正向的強烈決心。



表現概念的圖形

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

擴大山的頂點

山川出版社是專門出版歷史書、教科書、學習參考書的出版社，原本的標誌是山與川，他們委託我重新設計。從小就喜歡畫畫的我，對歷史這門科目其實很頭痛，各位不難想像我學生時代的日本史、世界史成績有多糟。不過我察覺到，這時必須思考的不是做為知識的歷史，而是歷史這門學問的本質是什麼？歷史究竟是什麼？我試著簡單思考，覺得歷史是由人編寫，聚焦在某一部分，將過去語言化與視覺化的行為。於是我想出的這個記號，象徵著把鏡頭對準三角形（山）的頂點放大。也就是假設圓的部分是鏡頭，對準底下小三角形（山）上方的部分。這表示：人們感興趣、特別意識到時歷史才會存在，聚焦在新的話題並持續探索過去的事實，就是山川出版社的定位。



舊標誌

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

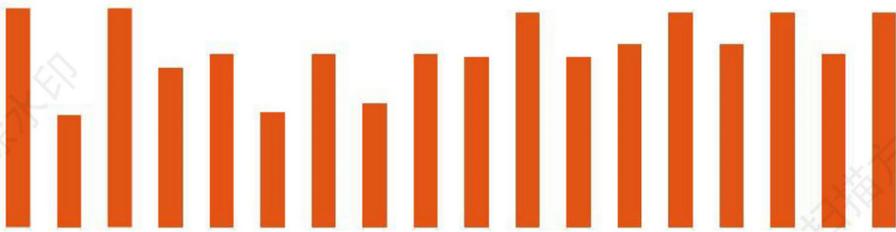
文字的街景

ASCOT 株式會社是地產開發商。基於「空間會帶給人力量」的理念，提倡符合現代人調性、稍微帶些特色的生活空間，以此展開多元業務，並委託我設計 VI（視覺識別）。這個條碼般的標誌，完全以直線構成 ASCOT 的 LOGO，將每一個字母的筆劃拆散，從 A 字的最後一劃開始，依序從左排列。我製作影片在提案時呈現，首先出現的是 ASCOT 的文字，接下來字母散落，漸漸地排成一列，變成記號。我想藉由抽象的動態，表現藉由一棟棟的大樓，讓街道更有魅力的想法。為什麼會設計出像這樣伴隨動態的提案？理由正如前述，因為 ASCOT 這家公司不只推出大眾化的建案，也提供洗練而有特色的空間。看到影像的人會記得這個記號的意義，或許也將告訴不知道的人。各位可透過以下的 QR Code 瀏覽影片看看。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

由「木樺」構成的三角形

三角屋是京都的裝修設計公司，將傳統建築技術運用在不同的建築與空間。我曾經去施工現場參觀，他們會拆卸收藏古老家屋樓梯上鋪的石板，經歷過數百年的石板建材帶有獨特的風韻，而且表面自然磨圓。也會為了運用在嶄新的建築或空間，將拆除古民家時得到的舊木料妥善保存，是間相當獨特的公司。以架設新網站為契機，這家公司委託我更新社徽與商標。當我想著或許能以日本傳統的木樺為象徵，試著畫出各式各樣的草圖，忽然發現既然公司名稱裡有三角形，其實可以活用三角的圖形。但光只是單純的三角形，還無法代表這家別具特色的公司，因此我想到是否能透過「木樺」的概念呈現，歷經一再嘗試與失敗，發現將三角形從三個不同方向同時往外拉，會得到出乎預料的形狀。最後這個標誌獲得客戶採用。

(※現在這個標誌已停用)



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

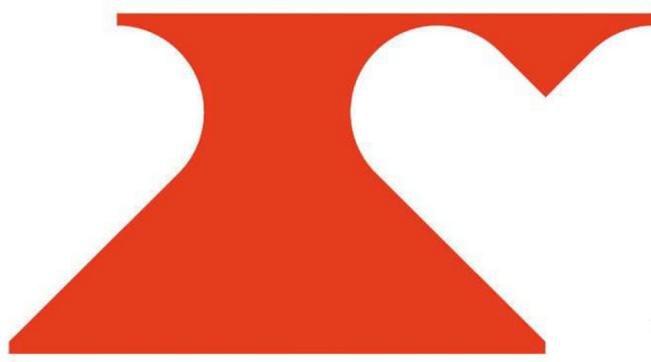
銜接起來後就會出現

這是代客送禮公司 HARMONICK 的標誌。在這次接受委託之前，我對於代客送禮服務一無所知。代客送禮的服務項目包括代辦婚禮小物等，不過並不是幫客戶致贈禮物，而是藉由目錄讓人們選擇自己喜歡的東西，這種簡單明瞭的系統，近年來已發展為大規模的商業模式。選禮目錄涵蓋許多種類，最近不只是「物」，也可以致贈旅遊或用餐等「體驗」。提出新企畫、配合企畫設計目錄、建立正確順利送達的系統，都是這間公司的工作內容。貼近致贈者的心情，想像收禮者的感受，擔任雙方的橋樑，就是這間公司存在的意義。既然如此，我不想設計單一完整的標誌，思索著有沒有可能連在一起後出現某種意義。想要表現致贈、收禮的「心情」，心形是最普遍的形狀，因此摸索出銜接在一起後呈現心形的標誌。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

象徵記憶

太陽之塔由藝術家岡本太郎設計，1970年建造於大阪日本萬國博覽會的象徵區，後來做為萬博紀念公園的象徵保留下來。趁著內部展示修繕之際，太陽之塔也全面更新，這時有關單位委託我設計記號與商標。太陽之塔可說是一種象徵，讓許多人留下強烈的印象。大家記憶中的太陽之塔，應該都是正面吧。這麼一想，我決定將世人普遍的印象呈現在平面設計，也就是將社會大眾的記憶視覺化。不過從正面觀看太陽之塔，臉在頂端，手臂向左右伸展，如果直接使用整體形狀，氣勢會減弱，因此只強調位於塔中央的臉，將塔頂的臉裁去，以略為大膽的方法呈現。我決定表現受到左右光照，呈現出陰影的風格。而且讓太陽的「太」字橫畫呈現手腕的形狀，讓此記號與商標具有一致性。

太陽の塔

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

微幅更新

黑龍酒造以製造黑龍、九頭龍、石田屋等日本酒聞名，在福井縣設有酒藏釀造、儲藏酒，是個遵循傳統的品牌。繼負責產品包裝設計與介紹當地文化的複合設施的VI（視覺識別）等，黑龍酒造也向我諮詢商標設計。最後定案的這個標誌，跟目前為止他們所使用的標誌幾乎沒什麼差別，乍看之下可能會以為根本不會改變。原先的商標落落大方，本來就已經很好，將酒屋或酒藏的象徵，也就是垂掛在屋簷下的「酒林」（又名杉玉，以杉樹枝葉紮成的球狀物）為主題旋轉四十五度，與屋號「石田屋」所包含的漢字「石」相似，我覺得沒有必要大幅改變。唯一令我在意的，是記號完全由直線構成。我察覺到這是視覺上的缺點，因此賦予些微的曲線。也就是藉由讓線條稍微翹起，讓形狀更有張力。因為我想藉由商標，凸顯黑龍鮮明的特色，表現出不會過甜、富有絕妙口感的日本酒滋味。那不是純粹由直線構成的形狀，這時完成的商標在傳達對酒的執著、繼承傳統的同時，也微幅更新。



舊商標

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

緩緩上升

建於東京赤坂的三井不動產住宅「Park Court 赤坂檜町 The Tower」，由我負責設計標示（引導標示與記號），隨後業主也委託我住宅標誌的設計。標誌也會運用在招攬住戶的廣告，造型甚至可能製作成大廳的藝術作品，所以不只是平面，從一開始就決定同時以立體的方式呈現。早在很久以前，當平面的標誌定案後，我們幾乎都會討論如何製作影像，近年來，像這樣平面、立體、影像並行的案例增加了。也就是對平面與立體、動態同時進行模擬。我根據對住戶的印象，想出數個上升的不規則形狀。關於標誌，首先我聯想到塊狀的形狀，因為不是在設計企業的社徽，因此我認為不需要受既定概念束縛。最後決定的這個標誌，經過半立體化陳列在大廳裡，並設置大面的鏡子，使這些塊狀物看起來像是浮在空中。



Photo: Kawasumi · Kobayashi Kenji
Photograph Office

加扫描方QQ2537455841

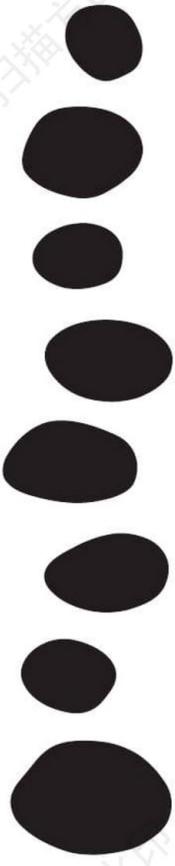
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



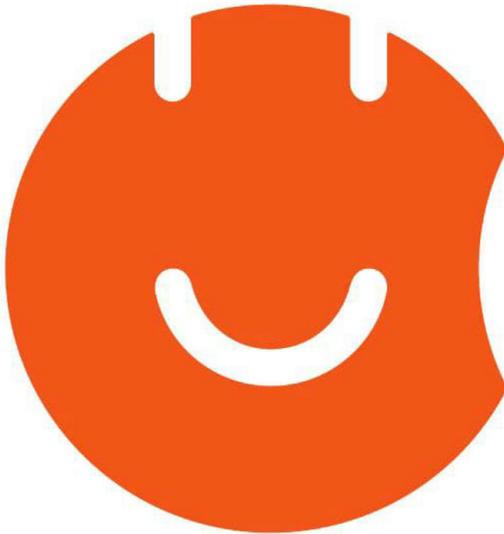
連續的笑顏

株式會社 EGAO 的總公司位於熊本，是一家健康食品公司。隨著總公司搬遷到新大樓，他們委託我重新設計公司專屬的標誌。為了不忘感謝，讓遇到的人們心連心相繫在一起，而將公司名稱取為「EGAO」（笑顏），因此笑容就是最好的主題。不過，就像笑容符號般，以笑臉為主題的標誌在全世界一定很多。我邊想像著這些可能邊畫著笑顏的速寫，忽然想到在圓的外圍加上眼睛。因為鼻子不太會影響到表情，笑顏就像笑容符號般能藉由眼睛嘴巴表現，不過嘴巴應該就是帶著笑意的上揚曲線吧。既然如此，能夠展現特色的部分就是眼睛了。基本的笑臉完成後，我總覺得還少了什麼，正在煩惱時忽然想到可以把它們銜接起來。藉由讓左頰凹進去，讓相鄰的笑顏可以銜接，或許藉著這個小小的變化，也為單純的笑顏記號賦予特色。於是讓笑顏接連不斷的標誌就這樣完成了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

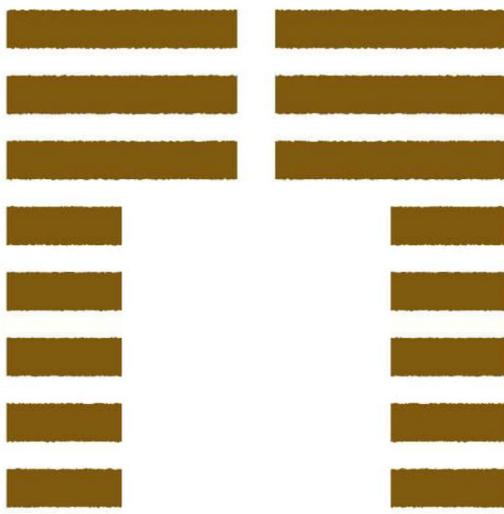
加扫描方QQ2537455841 移除水印

偶然誕生的兩扇「門」

當我接受委託時，客戶已決定以「THE GATE HOTEL」做為飯店名稱，因此我提出幾種以「門」為主題的設計，最後採用的是全部由橫線構成漢字「門」的標誌。門這個字純粹由縱線與橫線構成，形狀單純，首先我試著將這個漢字直接改為標誌，但是這樣跟漢字本身的印象毫無差別，而且和風感過於強烈，我想並不適合做為飯店的象徵，於是又想出其他幾種設計。但還是無法放棄將漢字做為標誌，後來以不同的心情重新畫草圖，這時忽然想到「對了！如果只以橫線表現會如何？」於是專心描繪，完成這個記號。這家飯店順利開幕以後，虎之門之丘（Toranomom Hills）純粹以直線呈現「門」字的美麗標誌登場。這樣的偶然著實令我訝異。同樣的主題可以有不同的表現方式，兩者的對比可說是相當好的範本。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

看得見與看不見的圓

ZENETEC是家為了更有效率地活用急速成長的數位環境，同時經營軟體與硬體的公司。具體來說，他們開發一款APP，是當災害發生，無法藉由智慧型手機取得聯繫時，仍然可以透過APP跟家人連絡；以及藉由這家公司的強項「數位分身」(DigitalTwin)整合虛擬與現實世界，達成更有效率的科技環境。這間公司委託我變更從創立以來持續使用的標誌以及公司的名片設計。這個標誌由兩個圓構成，其中之一是左側以G塑造成「看得見的圓」，另一個是右側以紅點為中心的「看不見的圓」。看得見與看不見的圓並存，象徵著ZENETEC試圖趨向不可見的「保障人身安全·令人安心」、「作業效率化」立場，左側的圓象徵物理空間，右側看不見的圓象徵虛擬空間，藉此表現這間公司的強項「數位分身」。自創業以來使用的藍色以及象徵熱情的紅色，則繼續沿襲在新的標誌。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

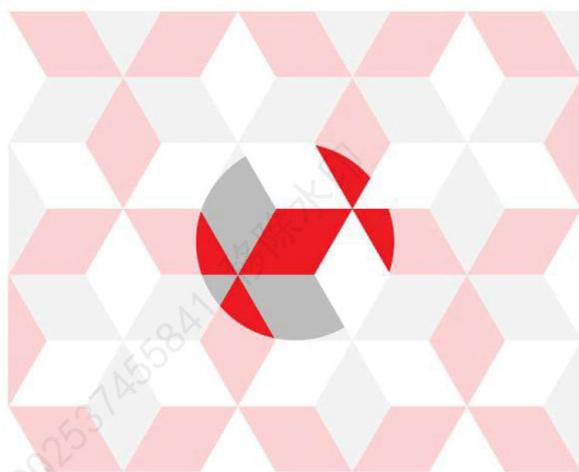
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

以圓形擷取圖樣

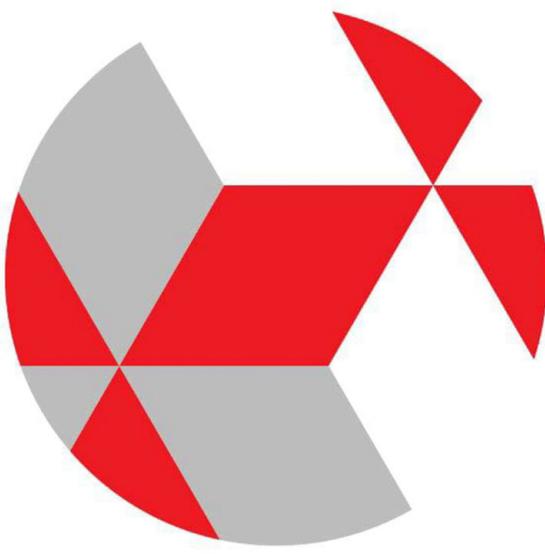
「鑽石房產管理公司」(Diamond Realty Management) 屬於三菱商事集團，從事不動產投資、開發及運用。這家公司委託我設計社徽與標誌，讓應用程式的使用介面更符合未來的趨勢。首先我著手訪問公司員工。根據資歷分組，由我向他們提出各式各樣的問題，視情形也會讓他們交換意見。問題包括工作的意義、這家公司值得自豪的建樹、有別於其他公司的獨特之處等。我們先不預設結果，讓大家自由討論，我也請他們彙整對於新設計社徽的感想，藉由這樣的過程讓員工產生參與感。原本他們彼此之間並無互動，經過這樣的過程，形成對公司的集體認同。這個社徽是在圓形中擷取由社名「鑽石」意象連續構成的圖樣。表現出這家公司為不動產經營的專業團隊，提供世界級高品質服務的定位。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



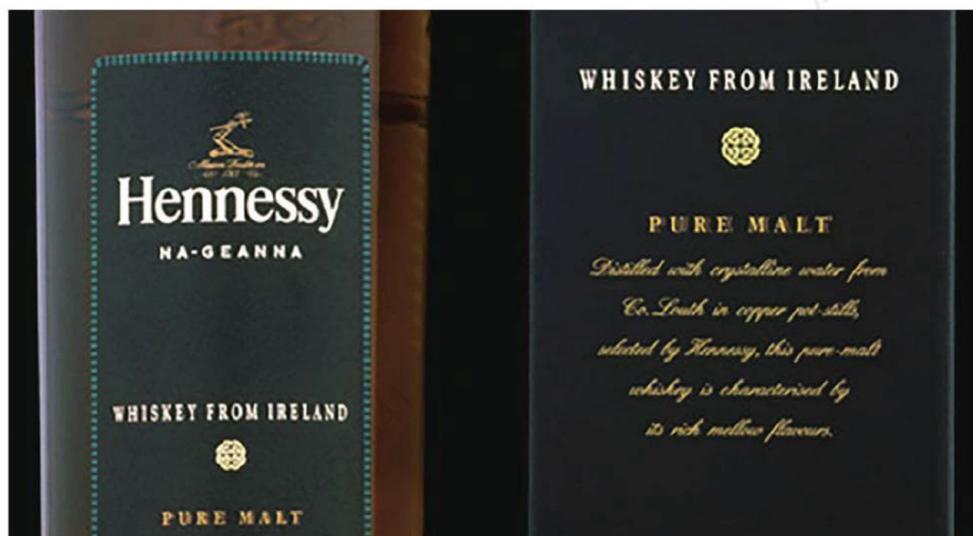
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

傳統與歷史

著名的干邑白蘭地品牌軒尼詩，由李察·軒尼詩（Richard Hennessy）創立，這是為在他家鄉愛爾蘭釀造的純麥芽威士忌「NA-GEANNA」所設計的標誌。「NA-GEANNA」是凱爾特語的「野鴨」，蘊含18世紀時軒尼詩如野鴨般從愛爾蘭越洋到法國的寓意。我受委託設計酒瓶與外包裝，思考著軒尼詩特有的品格、愛爾蘭威士忌有哪些有別於干邑白蘭地的特性，不斷摸索設計。目標是希望看不出由日本人設計，感覺像來自法國或愛爾蘭。因此在稍微有點厚重的深色標籤上，參考凱爾特的紋樣放上小小的記號，也就是置入紋章。這枚紋章其實是由兩條粗繩交錯，表現創始人的祖國愛爾蘭與法國交織為一體的意思。



左圖是酒標，右圖是外包裝的部分。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

當礦石鑿開時

株式會社 METERRA 是將馬特拉礦石粉碎，運用在多種商品的公司。馬特拉礦石是個通稱，泛指在愛媛縣大約三百萬年前的地層發現的流紋岩，也直接做為公司名稱。由於這種礦石具有抗菌等不可思議的特性，這家公司以科學方法經過25年研究，運用獨家技術將其製成粉末並商品化。在接下包裝設計的同時，我也受託設計這家公司的標誌。雖然以 METERRA 的「M」為象徵的商標已經存在，不過依社長判斷，做為開發販售高品質商品的公司，今後仍需要更適合的標誌，因此決定變更。我想到既然社名與礦石名稱相同，就直接以馬特拉礦石為意象。當我在畫各式各樣的草圖時，忽然浮現一個念頭：將馬特拉礦石切鑿開來，看起就像 METERRA 的首字母「M」。當然標誌的顏色就直接採用馬特拉礦石的色澤。



馬特拉礦石

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

銜接的形狀

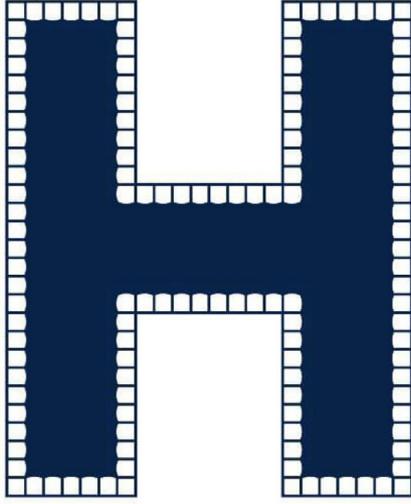
H 是 HAMACHO 的首字母，同時也是 Hub、Hospitality、Human、Handmade、Harmony 以及 Happy 的首字母。單純明快又好記的這個字母形狀，蘊含了七種意思。原本浜町在江戶時代就是大名（封建領主）家的下屋敷（別邸）或藏屋敷（倉庫）集中的武家宅邸區域，做為隅田川遊覽的起點，相當繁榮。有許多工匠曾居住在這一帶，促成繁華的街道，而且為了物流運送也發展水運，在當時是相當先進的區域。標誌使用成黑體的現代字型，而且在字體周圍保留讓人聯想到細緻手工藝的裝飾，完全是為了向這塊土地所蘊含的本質表達敬意。原本 H 這個字母如果以日本建築的角度解釋，就像由兩根柱子與一條樑銜接的形狀，聯繫起兩種事物。換句話說，也是為這裡賦予銜接傳統與未來、訪客與在地人、工作與休閒、科技與手工藝等價值的意義。另外，由於這一帶有許多稱為紺屋的藍染工坊，標誌的顏色選了紺色。



Photo: Nacasa & Partners Inc.

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

只留下點，讓人自在小酌

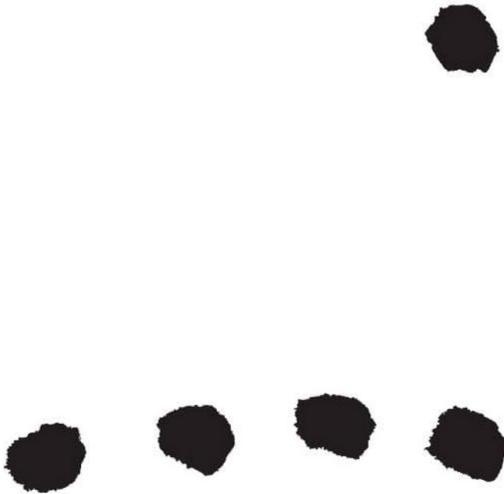
百默是菊正宗酒造開發的日本酒品牌。我提供諮詢協助品牌推廣，從企畫開始參與並擔任藝術指導，命名與文案則由日暮真三先生擔任。這款酒的名字隱含「百默一言」的寓意（沉默寡言的人會說出真正有份量的一句話）。我請書家用毛筆直寫「百默」，這或許是日本酒常見的手法，但的確成為別具風格的酒標。與過去口感嗆辣的傳統酒相比，這款日本酒適合搭配現代的餐點，帶有摩登的品味，因此避免添加裝飾，只搭配簡單的酒標與包裝設計。我向客戶提議為這款酒製作專屬的酒瓶，設計出造型後，如果不搭配適合這款酒的字跡，顯不出獨特之處。我曾考慮採用「百默」的書法做為標誌，進一步又想到只取筆劃中「點」的部分貼在玻璃瓶上。當大家喝酒時，或許不希望酒瓶上如同廣告宣傳的標誌映入眼簾吧，這是我的考量。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

讓平常看不到的物體可見化

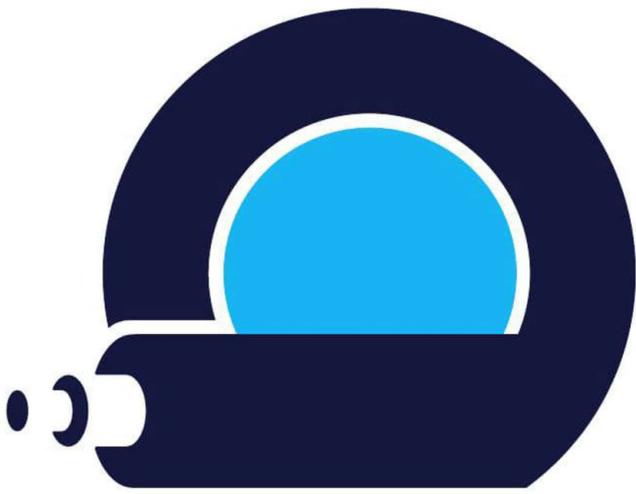
在這個記號下方橫放的筒狀物象徵海底電纜，中央青色的部分象徵地球表面約有七成由海洋覆蓋，而外圍由海底電纜包覆。即使忽然解釋這些，恐怕還是令人一頭霧水吧。我在提供諮詢時，有時因為對方的專業領域過於陌生，只能沉默地聆聽說明。在維繫現代高度資訊化社會的技術中，就像抬頭仰望天空，遠處存在著衛星，運用在汽車導航等用途一樣，當我們俯瞰遼闊的海洋，海底也架設著通訊用的電纜。雖然以前毫不知情，但是當我瞭解細節之後，明白這是今後攸關國力的重要工作。在與海底電纜相關的會議或工作坊等，需要踴躍交換意見的場合，為了讓日本擁有的技術力在印度洋及太平洋地域的通訊電纜市場發揮影響，需要適當的標誌。將日常生活中看不到的物體可見化，也是標誌設計的功能之一。



海底光電纜。運用光纖交換每秒 250 兆位元訊號。
(國際電纜船株式會社 提供)

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

把焦點放在目黑的「目」

MISC是2007年成立，以地域活化為目標的「目黑家具店社群」這個團體的首字母。以東京目黑通為中心，由60間家具店、30家咖啡館、餐廳等富有特色的店面組成。目黑通從20世紀末開始出現時髦的家具店，當時我正為古董家具著迷，也經常去那一帶。這個標誌不用說，是以目黑的「目」為意象。我也曾構思過其他各種各樣的設計，不過「目」這個漢字本身看起來就像五斗櫃，加上有挑選家具的「眼光」之意，我將形狀稍微調整後，改變橫線與縱線的顏色，漸漸地掌握到整體的感覺。這個記號如果完全以黑色表現，感覺會過於沉重，因此我試著只讓橫線呈現黑色，於是得到仍可辨識出是「目」這個漢字，獨特的、彷彿地毯圖案般的標誌。同樣的主題也會因為表現方式不同，而呈現截然不同的印象。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



刨子的剖面

「PLANE」是由工業設計師渡邊弘明擔任負責人的設計公司，曾請我為標誌設計提供諮詢。PLANE也意謂著木工所使用的「刨子」的意思。刨子可以讓不平的木材表面變平滑、木頭勘合的部位順利銜接，在現場進行設計圖以外的微調，因此刨刀必須保持鋒利。製造時會把刀刃打造成能夠在現場微調的形狀。西方似乎也有這樣的工具，不過和式的刨子通常是簡單的四邊形，效果完全取決於使用者的技術。日本的設計可說是由各種必然條件累積而成。這個專屬於「PLANE」的標誌是由刨子的剖面、與圖像等寬的PLANE字樣一起構成。在標誌的設計上，強烈表現出對於以工業設計為主軸的「PLANE」設計公司，希望像刨子般發揮作用的企圖。因為這個形狀不太好懂，令人忍不住好奇想發問，應該也會帶來對話的可能吧。

PLANE

INDUSTRIAL DESIGN



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

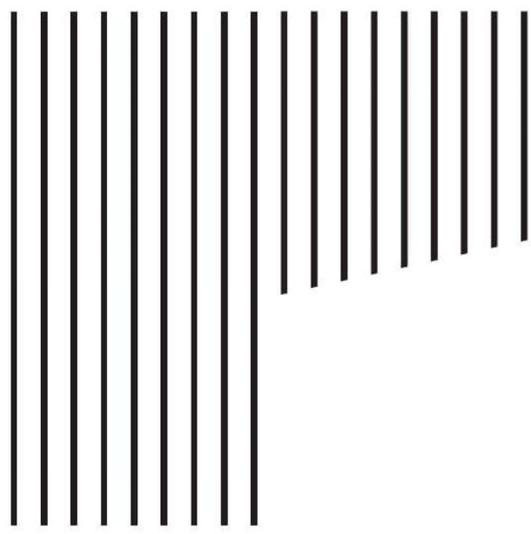
修剪髮型的技術

SORA是東京都內有三家店面的髮廊。這個標誌是抽象地表現剪頭髮。在修剪之前的輪廓是正方形。以直線構成基本的正方形，再以剪刀修飾出形狀。剪髮是換新髮型時最基本的技術，只要剪過一次，大概就知道設計師的功力如何。SORA除了與時俱進、引進新的技術，最重視的仍然是基本的理髮，因此帶來這個標誌的靈感。在積極向前開拓時代的同時，也不忘基本，藉由這個標誌表現理念。我也準備了剪髮時髮絲飄落的趣味影片與圖像給客戶。安排在旁邊的SORA字樣相當簡單，看起來似乎很常見，其實是為髮廊特別設計，全世界獨一無二的字體。這個標誌表現出SORA的立場：為了符合人們的需求保持中性，但也不忘自己的個性。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

貨真價實的米字符號

日本的稻作文化始於彌生時代，這也意謂著稻米大量生產的開始。有穩定的糧食供給使人口增加，而匱乏時也會造成大飢荒。後來稻米不僅是食糧，也做為上繳的稅收，收成後留下的稻稈，更用於製作茅葺屋頂或榻榻米芯、草鞋，或是捆成束包裹納豆，串起經濟與文化，在社會體系中佔有重要地位。然而稻米的角色隨著時代變遷，因縱向社會結構及以利益優先的效率主義而分裂，人們只著眼於稻米的價格與風味，過去構成日本風景的茅葺屋頂已經很少見。既然稻米是支撐日本這個國家的要素，如果以設計的觀點來檢視，我想應該很不錯，因此有一次在21_21 DESIGN SIGHT以稻米為主題舉辦展覽。當我思索著要用什麼做為展覽的象徵，頓時想到「對了，就是米字符號（※漢字是「米印」）！」，於是設計出這個標誌。在圖樣中融合了經濟與文化，也兼具介紹展覽內容的功能。



Photo: Satoshi Asakawa

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

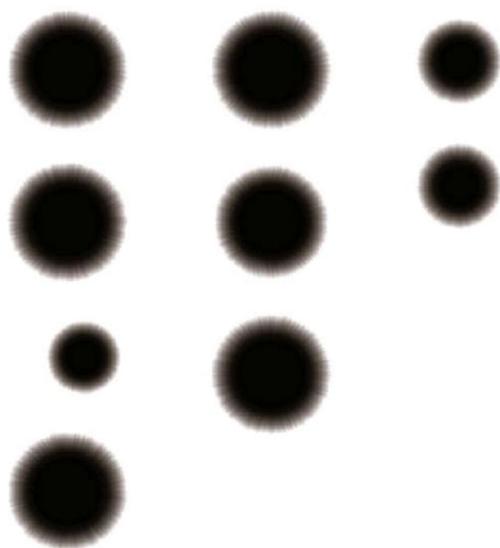
把字音化為標記

這是為東京千鳥屋「東京豆沙寒天凍」產品包裝特別設計的標記。這款點心主要是為送禮而推出，先將紅豆餡炒軟，再加入寒天製成長方體的果凍狀和菓子。由於先以紙質單獨包裝再放入盒中，紙盒與個別包裝的設計最好有所關連。在販售伴手禮的地方，陳列時多半將盒子疊起，只打開其中一盒展示。在沒有銷售人員的店面，必須讓顧客一眼就明白這是什麼點心。屬於和菓子的包裝設計有很多種，當我在思考究竟怎樣才會讓人印象深刻時，忽然靈光一現，將「東京豆沙寒天凍」這幾個字的「聲音印象」視覺化。因為這是和菓子，所以把名稱分成三行直排，就可以讓四方形的外盒、長方形的個別包裝看起來整齊美觀。隱約透著和風的圓，在「東京」的位置帶有韻律感地稍微縮小，別具特色的聲音標記就完成了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

雙關語般的記號

茨城縣常陸那珂市的外圍，是日本著名的番薯乾產地。2006年在水戶藝術館現代藝術藝廊舉辦展覽時，內容也包括番薯乾的商品開發，必須在會場展示、解說製造過程，我因此認識相關栽種者。在展覽結束後有業者來洽詢，希望運用補助金正式將番薯乾開發為機能食品。不過我更想做些什麼，不只是讓特定對象獲利，還能夠為番薯乾產區整體帶來正面的影響。於是在現場建議成立「番薯乾學校」，甚至發出豪語「讓我們透過番薯乾看見全宇宙！」，彷彿創意大爆發，試圖從太陽、水、土、風、品種改良等各種角度解析番薯乾。大家聽到突如其來的提議都很驚訝，當下沒有表示什麼，後來才跟我連絡「那就試試看吧！」，於是出版書籍、召開講座、舉辦番薯乾節與世界番薯乾大會，近年來甚至還想創建番薯乾神社。我猜想總有一天會需要標誌，所以提出這個帶有芋頭紋理的星形記號設計，也具有同音的雙關語效果。（番薯乾的日文為「ほしいも」，星星的日文也是「ほし」）。像這樣奇特的記號，應該是全世界獨一無二的吧。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

無性別時代的課題

這是為2022年春天竣工的SIGMA公司（參照第74篇）製作的廁所標誌。隨著社會進入無性別時代，廁所的標誌應該是什麼樣子呢？過去的標誌通常以紅色呈現女性穿著裙子，藍色呈現男性穿著長褲，現在成為必須重新思考的重要課題。因此我所思考的，除了盡可能排除既有的性別表現，仍必須能讓人看出這是廁所標示。無性別廁所已逐漸增加，在SIGMA總公司將廁所分為女廁、男廁、其他共三種，除了門上有文字標記，走廊通往廁所方向的轉角也有設置這組標示，並採用公司的象徵色彩黑色。畢竟這不是我原創的標示，而是將既有的廁所標示加以改良，世界上說不定還有相同的設計，因此我將這個標誌的著作權釋出，讓大家自由使用。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

有前瞻性的設計觀點

在英語中，正常的視力以20/20 Vision (Sight) 表現。21_21 DESIGN SIGHT 在日本通常讀作「TWO-ONE TWO-ONE DESIGN SIGHT」，不過各國對於21_21的念法會稍有不同。這個名稱是由三宅一生主導，與包括我在內的其他藝術指導討論後，從設計的觀點期待這個場所具有超越20/20的前瞻性而定的。這個標誌是以一枚鐵板製成的片狀物為基本，我自己給它「產品標誌」這個獨特的稱呼。彷彿門牌般的設計，表示這棟建築是個「場域」，並且讓這枚鐵片成為設計的隱喻。譬如標示在街上，就會以設計的觀點觀察街道，如果用來襯托食物，就會從設計的觀點看食物。藉由這樣的行為，我們就會試著從設計的觀點去看日常生活中無意識接觸到的東西，也可能透過今後的提案，表現21_21的存在意義。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

21_21

加扫描方QQ2537455841 移除水印

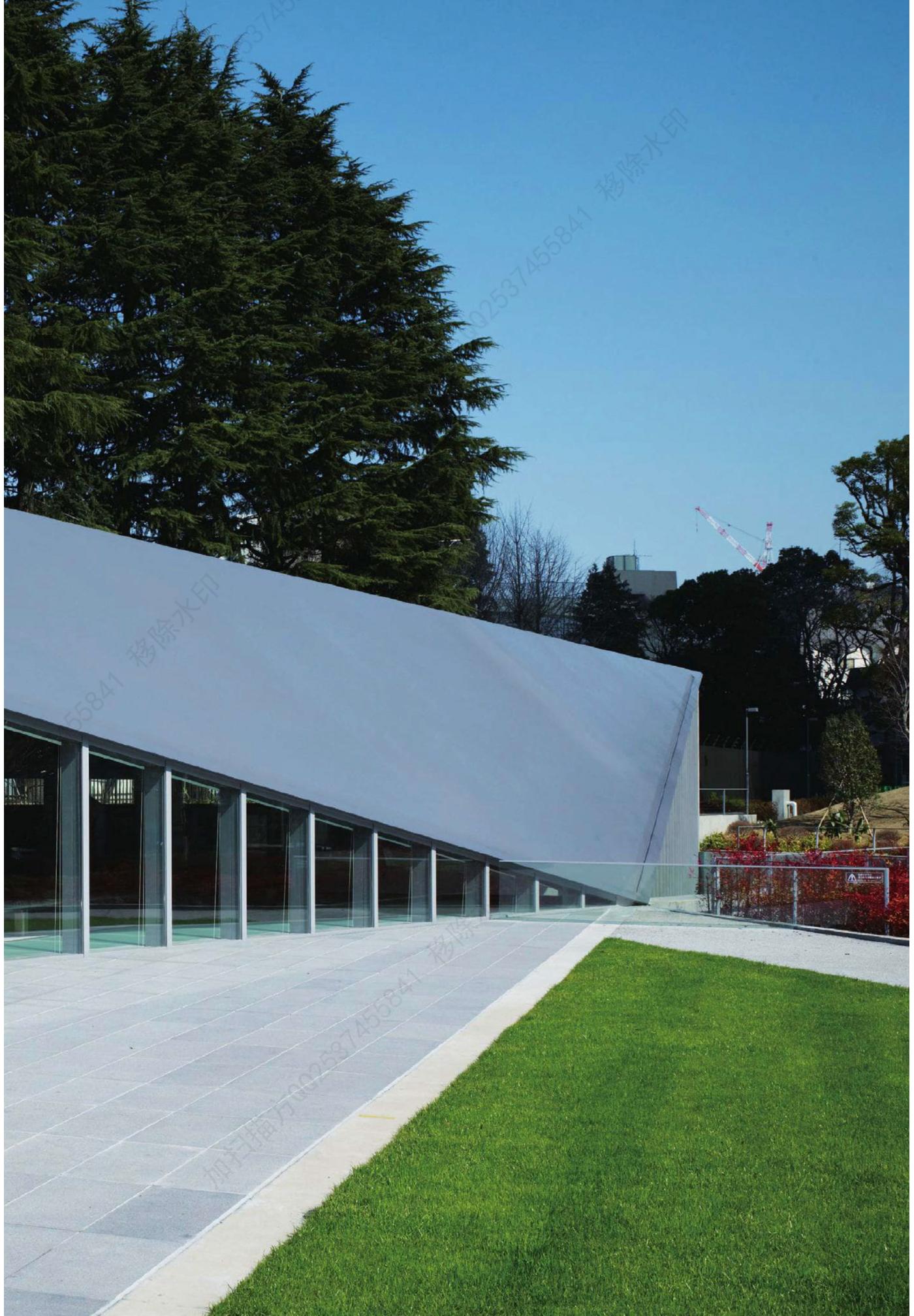
加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印



21_21

Photo: Masaya Yoshimura



以「啊」做為表徵

《啊！設計》(デザインあ)是NHK教育頻道的節目，以兒童設計教育為出發點，我從企畫階段開始參加。將這個節目策劃成展覽，就成為「啊！設計展」。整體的概念是世上沒有與設計無關的事物，既然如此就應該從小培養孩子對設計的思考能力，於是促成這個節目。「啊」的意思是：忽然想到什麼時發出「啊！」的聲音，同時它也是五十音的第一個字。在討論節目名稱時，由於這是與設計有關的節目，所以「設計」應該優先納入，如果再加上其他文字就會變長，當我想到最短只需加上一個字時，立刻想到「啊！」，只有「啊」這個字最適合。雖然以NHK的節目名稱來看幾乎是史無前例，相當特別。我認為這樣的「特殊」是件好事。「特殊」蘊含著新的可能性，而且「啊！設計」的名稱確定後，平假名的「あ」字也將成為節目與展覽的特色。以眼睛看，用耳朵聽，可說是既簡單又簡短的標誌。

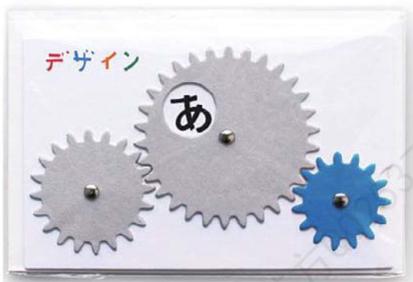


Photo: Yusuke Nishibe

デザイン

あ

展





淨水的標幟

21_21 DESIGN SIGHT 曾經推出以水為主題的企畫展覽（參照第1篇）。在這個契機下，經營淨水器的三菱化學可菱水株式會社（Mitsubishi Chemical Cleansui Corporation）向我提出邀請，請我參加跟水有關的對談。我正想著不可能對這家公司一無所知就參加對談，正好他們舉辦發表會，有機會了解各項業務，也因此注意到這家公司的企業識別沒有統一，於是我直接向聯繫的窗口反映——比起對方提議的對談，企業識別的部分更令我在意。於是討論趨向公司整體的品牌設計（參照 P.11〔用語〕），當時正好跟社名改為 Cleansui 的時機重疊，於是我提出全新的標誌設計，並決定將象徵淨化水質的公司標誌以紅色表現。就像所謂的水藍色，水有藍色的印象，但是表現水本身沒有意義，應該傳達處理水的「公司的色彩」，於是比稿時我提出跟其他同業截然不同的「紅色」。水從上方滴落，穿透紅色的標誌，落下後即是乾淨的水。我想將這個高品質淨水的標誌與所有社員分享。



加扫描方00253745

加扫描方002537455841 移除水印



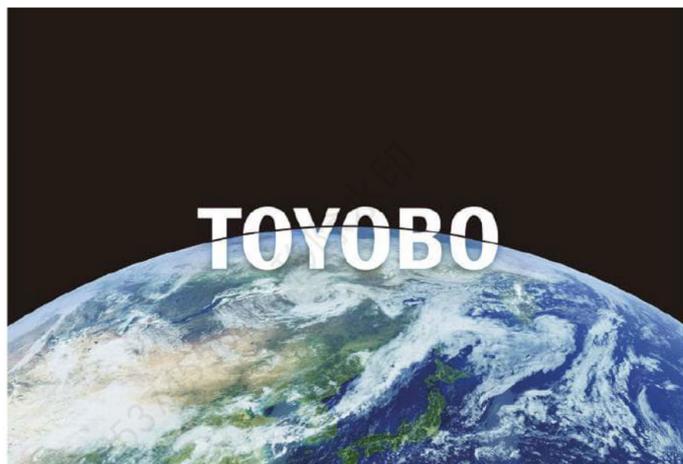
002537455841 移除水印

加扫描方002537455841 移除水印

7455841 移除水印

TOYOBO 之窗

以紡織為主要經營項目的東洋紡公司，在創立一百週年時（1982年）曾邀請龜倉雄策設計標誌，當時的標誌是以布匹的軸心為象徵。後來隨著時代變遷，東洋紡的事業領域從紡織擴大到薄膜、功能樹脂、醫療保健等，在邁向140週年時重新檢視業務，決定因應時代變遷製作新標誌，並將此任務交付給我。為了表現這是家先進的公司，展現開放的印象，新的標誌並沒有外框，只特別設計加長的基本字體，不刻意標新立異。在文字中置入象徵地球輪廓的圓弧，上方是黑，下方是藍。也就是將 TOYOBO 的標誌想成從宇宙觀看地球的「窗」，表現出東洋紡今後宏大的遠景，以及順應地球環境積極展開各項事業，繼續前進的強烈決心。由於標誌整體就像窗戶，字母的間距比較密。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

TOYOBO

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

雞蛋的蛋黃

NHK教育製作（NHK Educational Corporation）是為NHK教育頻道製作節目與教材的公司。這家公司為了整合視覺識別（VI），委託我設計標誌、名片、信封等。我首先著手的是訪問各部門工作人員，詢問他們個人覺得公司的特徵為何，對於現有的視覺識別有什麼想法。我同時試著將這家公司存在的意義「以教育為支柱」語言化，畫出各種各樣的草圖。設計的條件是必須置入NHK的LOGO。我讓NHK的LOGO向右傾斜，並且將字體修飾得有弧度。這幾個字母必須要有整體感。我畫了好幾種草圖，交出將近十種選擇，在客戶公司內部先進行投票，用意是提升社員對於換新LOGO的參與感。最後決定的版本，是這個在蛋黃中置入「NHK EDU」字樣的設計。蘊含的意思是：這家公司致力於傳遞如蛋黃般營養豐富的資訊，並小心不讓其受損。



其中幾種草圖

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

窗戶般的 LOGO

或許有很多人已經知道「HOBO日」，那是由創意人系井重里負責，相當獨特的一家公司。過去長年受他們照顧，將「HOBO日手帳」交給我的公司TSDO設計。而在他們公司股票上市時，系井先生也請我設計公司標誌。「HOBO日」由兩個形狀相同的平假名搭配一個漢字，是個結構相當單純的名字，只要呈現令人印象深刻的效果，就可以做為標誌或社徽。字數簡短的公司名稱只要將標誌設計得有特色，就可以直接當成社徽使用，出於這樣的構想，我大約製作了十種設計提案。系井先生也參考過社員的意見，後來告知決定採用在內部討論時並未引起話題的選項。系井先生告訴我，讓文字彷彿變成一扇扇窗的這個設計「彷彿讓對側的空氣流通到這一端，感覺很好」。這次的經驗也讓我再次體會到，標誌的設計首先還是要讓客戶中意吧。



未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

白话白

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

戶外生活的起點

A&F 創立於1977年，是家進口戶外生活用品的公司。有感於國外許多品牌的標誌都令人印象深刻，他們為了重新確立自家公司的形象而向我諮詢，並請我設計新的標誌。最後決定的標誌採用帳篷形狀的輪廓。帳篷是戶外生活的起點，換句話說，我以 A&F 是「戶外生活的起點」的出發點而設計出這個標誌。接下來這家公司將提出戶外生活的新構想、推出更好的用具、串起人與人之間的交流。經過不斷改良後的帳篷既輕巧又方便攜帶、堅固，每個人都能自行組裝拆卸，可說是戶外生活用品中最適合代表二十一世紀的產品。這個標誌與鮮明、強調自我主張的方向相反，採用能夠柔和地融入大自然的深綠色。在與周遭環境自然協調的同時，也成為戶外生活的起點，我想藉此表現 A&F 公司的自許。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

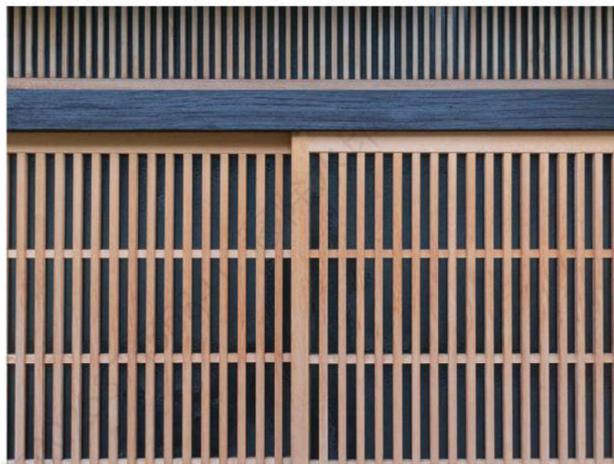
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

日之丸與格子

所謂日本遺產是經由文化廳認定，日本文化遺產的保護制度。將各地域富有魅力的有形與無形文化財依照地域區分，並加以整頓活用，藉由向國內外宣傳，達到促進地域活化的目的。由於設計標記將會運用在文化廳認定地域的各種場所，首先必須是看得出是「日本」的標記，因此以令人聯想到日之丸的紅色圓形為象徵。除此之外，我還繼續探索各種可能性，試著製作出以鳥居為象徵的標記。最後選出的是：在紅色圓形之下有格柵般的「JAPAN HERITAGE」字樣。因為的確沒有比紅色圓形更容易讓人理解「這是日本」的象徵，加上考量到公平性，盡量避免讓人聯想到特定宗教的印象，或是以特定物體為主題，因此最後選出了這個設計。以線條構成格柵般的視覺效果，本身雖然不是文化遺產，卻表現出地域文化層面的「日本遺產」特徵。



加扫描方QQ2537455841

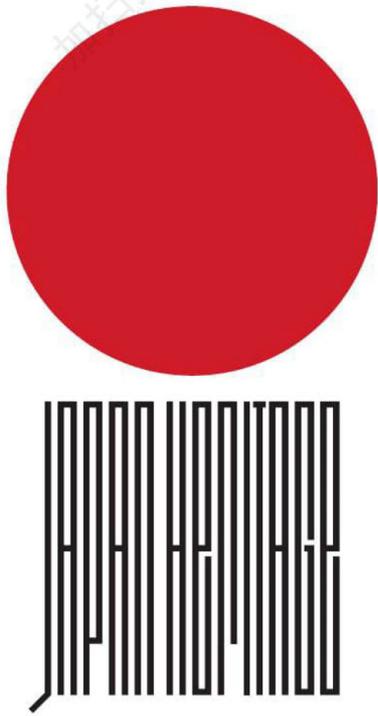
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



全球化時代的標誌

ZENB是味滋康的品牌，提倡妥善利用明明有營養，卻遭到捨棄的植物的皮、芯、莢、種子等部分，創造健康美味又對環境有益的新飲食文化。我從草創時期就加入，全程參與品牌打造。在命名時，一開始就規劃品牌不只限於日本，也將銷往國外，既然包括蔬菜的皮或芯等「全部」都將做為食材，我的腦海自然浮現ZENBU這個名字。在以這個名字製作LOGO時，我發現把後面的U去掉，在B就結束，除了看起來比較簡短，同時發音也剛剛好，所以將「ZENB」製成LOGO。不過在提案時，E的中央不是葉子，而是水平的橫槓。當國外詢問是否能製作包含植物形象的品牌LOGO，味滋康的高層建議我試著在E的中央置入葉形。這是個非常好的主意，所以我立刻更換，完成了這個LOGO。我想，積極採用好的創意、共同創造是相當重要的過程。藉由下方的QR Code，可以參考這個品牌的發展。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

ZENB

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

「普通」的樣貌



當我受託設計牛奶盒包裝時，首先想到的是從生活者的角度來看，其實外觀「普通就好」。最好在店面能讓人注意到，在餐桌上有日常的氣息。換句話說，要設法解決其中的矛盾。在眾多表現牛乳特徵的設計稿中，這個設計看似並不特別講究，但是從普通的外表卻浮現特殊的魅力。陳列在店面的商品都經過費心設計，因此反而是看起來沒有特別設計的商品相對顯眼，我想這樣就能解決最初的問題。再加上簡單的商品名稱，普通的設計就完成了。為了包裝設計也盡量製作出看起來簡單、適合牛乳的字體。基本上是略粗的楷書體。起初為了表現香醇的口感，將字體筆劃末端稍微變圓，最後應客戶要求，希望表現出生乳清爽的後味，將筆劃變尖。雖然是在用心設計的字樣，最後因應需求做出微調也很重要。

明治
おいしい牛乳

經過漫長醞釀後想出的設計

當以販售美味咖啡豆為主的TORIBA咖啡在銀座開幕時，委託我設計商標、名片、包裝設計等項目。我製作將字體與圖樣分開來、以及兩者合而為一的設計，依不同方向每次製作5到6種選項，經過提案與討論，花了一年半最後以這個標誌定案。我也很喜歡咖啡，一天從早開始會喝好幾杯。因此包括現代的咖啡館文化在內，我也希望對世界的咖啡文化有一定程度的瞭解。這時面臨的課題是：究竟是延續既有的概念製作記號與商標，還是展現獨特的風格？雙方花時間反覆開會的意義也在於此。我們也曾赴夏威夷島的咖啡農園拍攝，跟經營者一起出外景。這時一行人忽然聊起搖滾樂，大家產生共識，設計應該符合搖滾的精神，決定採用過去在咖啡品牌前所未見、黑膠唱片封面般的標誌圖案。費時烘焙的咖啡豆所散發的香味，最後將與形象重疊。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

吉祥物標誌的運用

HOT NOODLE是東洋水產於1992年創立的品牌。1994年東洋水產委託企畫人佐藤雅彥統籌產品更新，他向我諮詢關於商標與包裝設計的部分。企畫的主要架構由雅彥想出，設計出的吉祥物商標將運用在電視廣告與包裝設計。首先雅彥讓我看他畫的草圖，他將NOODLE的OO畫成眼睛，讓整體構成可愛的廚師樣貌。在草圖中，眼睛上方直接戴著帽子，在更上面畫著HOT的文字，我建議他試著將HOT與帽子上下替換，並調整文字的粗細、讓字體的邊角變圓，最後完成了這個標誌。這個吉祥物經過雅彥獨特的詮釋，拍成電視廣告播映，在產品包裝上也佔了一席之地，成為電視廣告與產品包裝的橋樑，推出後吸引了許多人注意。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印


HOT
NOODLE


加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

以包包的幾何格紋構成

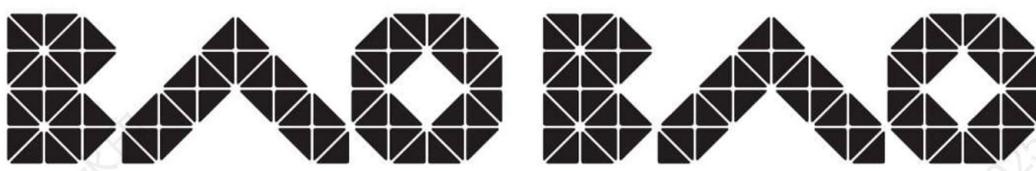
BAO BAO ISSEY MIYAKE 是 ISSEY MIYAKE 三宅一生的包包品牌，因為表面是以直角等邊三角形排列而成的美麗圖樣，於是我想到了否能同樣以三角形構成 BAO BAO 的字型，彷彿拼圖般組合而成的圖形，就是這個標誌。其中 A 的造形拉得特別長，從中可以感受到標誌的特色。除了這個設計之外，我還提出了幾款與三角形無關的設計，經客戶討論之後，決定採用這個提案。由於商標或標誌可以自由塑造形狀，因此很容易被歸類為富有創造性的工作，但其實在工作環境裡就潛藏著許多線索，換句話說，就是發掘既有的事物加以活化。設計並不是從零開始創造出什麼，而是適切地串連起各項元素，所以在工作環境裡試著聆聽，就會發現重要的訊息。如果想要創造新事物的意識很強，就不會誕生這樣的標誌。



Photo: Yasuaki Yoshinaga

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



ISSEY MIYAKE

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

會動的標誌

NHK教育頻道的長壽節目【日本語遊戲】(にほんごであそぼ)，出發點是將美好的日本語文化傳達給小朋友，教育孩子們，我長期擔任這個節目的藝術總監，跟製作單位一起構思企畫案，並落實在設計中。一開始以平面設計的角度來看，最重要的是畫面裡出現的文字。語言與文字是一國文化最重要的部分，我提議最好為節目特別製作畫面裡出現的文字，因為文字的造形會強烈影響節目的印象。但是漢字的數量實在太多，想從零開始設計字體幾乎不可能。既然如此，就讓既有的字體變粗，塑造出柔和獨特的印象，節目名稱也採用這種字體。藉由將節目名稱製成一個個字牌，讓字體可以移動。藉由這樣的設計，就能展現趣味的動態，而且不論怎麼移動都能保持節目的特色。



©NHK

に ほ ん ご
で あ そ ぼ

對原有標誌稍加微調①

SIGMA 是家主要生產相機交換鏡頭的光學機器製造企業，在福島縣的會津設有工廠。SIGMA 的鏡頭與數位相機幾乎全都在日本國內製造，銷往全世界。我接受品牌塑造的委託，在檢視企業整體條件時，對於標誌的外觀與協調感有點在意，因此試著加以修正。基本的文字架構與排列不需要改變，只要在不改變整體印象的前提下稍微調整就好。如果以人體譬喻，字體也有貫穿中心的骨骼，這樣或許比較容易理解吧。如果姿勢不良造成脊椎彎曲，導致肌肉的運用也跟著不自然，經年累月一定會出問題。雖然人體有自癒的能力，但字體就必須經過人為的調整才行。要讓五個字母的大小協調，字體之間的距離適中，再稍微調整每個字母的字形。只要像這樣做一點微調，字體與排列就會更完善。正如這個例子，不需要徹底更新，只是單純地以繼續維持三十年為目標，稍作調整，這樣的工法也很重要。

The image shows the original SIGMA logo in a bold, black, sans-serif typeface. The letters are slightly irregular, with some variations in stroke thickness and spacing, characteristic of a classic, established brand identity.

原有標誌

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

SIGMA

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

建立在地球上的家

AERA HOME 是間住宅營造商，以鋁箔覆蓋住家，藉由隔熱阻絕冷暖氣的逸失，提供舒適的居住空間。為迎向創立五十年，AERA HOME 想引進新的企業識別（CI），故委託我設計。由於這家公司的強項是兼顧環境保育的獨特設計，因此我提議以「環境設計的家」為標語，搭配標誌。既然是住宅營造商，以「家」為象徵應該是最恰當的，不過如果以一般的住宅做為標誌，恐怕不會令人印象深刻。因此當我畫著各式各樣的草圖時，忽然想到「家是蓋在地球上」。說來似乎理所當然，地球是圓的。既然要在球形的地球上蓋房子，底邊難道不應該是圓弧嗎？一般通常畫成直線，我從未看過房屋底部的輪廓有弧度。我直覺認為「這就對了！」而且如果在房屋的輪廓中置入 AERA HOME 這兩行字寬度剛剛好。於是乍看之下很簡單，象徵在獨一無二的地球上蓋房子的標誌就完成了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

設計師田中一光的字體

「IKKO TANAKA ISSEY MIYAKE」是為了紀念田中一光先生而推出的企畫案，向這位曾與三宅一生長期共事的平面設計師表達尊敬與感謝之情。三宅一生告知，希望這個系列的LOGO能夠傳神地代表田中先生富有力道的作品，於是我著手製造原創的字體。後來在某個時間點，我忽然想到或許可以運用田中先生設計的「光朝」字體，於是立刻嘗試。結果究竟如何呢？聽來或許理所當然，我一開始特別製作的LOGO根本無法與光朝體相提並論。我意識到沒有字體可以超越這種由極細的橫劃、粗而充滿力道的縱劃構成的風格，就直接以光朝體排列成LOGO。原先LOGO的設計只採用黑色，為了更符合田中一光的風格，我為每個字母注入不同的色彩，並且以簡單的漸層表現。也就是說，在這個設計案僅運用既有的元素，就足以完成富有美感的LOGO。

田中一光

「光朝」字體

IKKO TANAKA

ISSEY MIYAKE

試著並排兩個 A

在有人潮的場所，常會需要日英文對照的標示。像神奈川藝術劇場是以漢字與 Kanagawa Arts Theatre 的英文標示。客戶要求我將名稱轉化為記號。當我嘗試以各種各樣的構想描繪草圖後，察覺到最根本的問題是名稱太長恐怕會記不住。在類似情形中，最成功的案例應該是紐約現代藝術博物館吧。它以 MoMA 的簡稱為世界各國的人熟知。我思索著能否將同樣的原理運用在這個案子，劇場的英文名稱簡寫是 KAT。轉換成片假名是「カット」，聽起來發音像 CUT，恐怕無法給人什麼好印象。當我陷入煩惱時，重新注視著 Kanagawa Arts Theatre 的拼字，這時我想到如果取 Kanagawa 開頭的 Ka，跟接下來 Arts 的 A 相連，就會變成 KAAT。我覺得光是這樣就顯得別具特色，也不自覺想起建築家妹島和世與西澤立衛的事務所名稱 SANAA。決定採用「KAAT」而不是「KAT」以後，標誌記號也隨之成形。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

KAAT

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

採用打破常規的字體

東京千鳥屋專門製造販售饅頭與巧克力和菓子等甜點，這是它的標誌。由於我負責這家公司的產品包裝設計，後續也著手設計印在紙袋上的標誌。因為東京千鳥屋同時經營和菓子與洋菓子，因此我留意讓標誌的風格既不偏和式也不偏西式。譬如用毛筆字設計標誌會呈現和風，採用英文字母就會呈現洋風。這讓我想到，用英文字母設計家徽，是自明治年間以來常見的和洋折衷手法。先以超縱長的形式呈現CHIDORIYA的英文字母，彷彿格柵般，再將字體置入紋樣基本形式的圓圈內。我發現這麼一來，正好可以讓千鳥屋的頭字母C構成圓，而接下來的字母就置於其中。試著排列超縱長的英文字母，但是不論全部採用大寫或小寫，效果都不理想，無法順利解讀。因此我進一步想到日本人特有的變通方式，也就是跟「日本遺產」標誌（參照P.153）相同，將大小寫字母穿插在一起。各位如果仔細看，將會發現「CHIdORlYa」的字樣。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

無特徵卻很有個性

這個設計案是積水化學工業株式會社的LOGO。由於這家企業經營的範疇包括住宅、基礎設施管線、工程塑料等，因此我試圖以感覺較為中規中矩、不偏任何風格卻仍然有特色的LOGO為目標。「中庸」與「特色」就某種意義來說是完全相反的，所以如何讓這兩種特色並存是重點。為了設計LOGO，我以「對人友善、對環境友善、互利共生」等關鍵字為前提，試著描繪各種字體，最後選出了這個LOGO。將字母拉長，讓邊角帶圓弧，呈現柔和的印象。此外，為了兼顧LOGO本身的整體性又有簡潔感，在E當中添加紅色的圓點表示地球，不僅襯托出共存共榮的氣氛，也是視覺焦點。先以中規中矩的標準字體為基礎，再以紅點塑造出特色，讓相反的特質共存。我想這也是讓截然不同事物並存的一種方法。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

SEKISUI

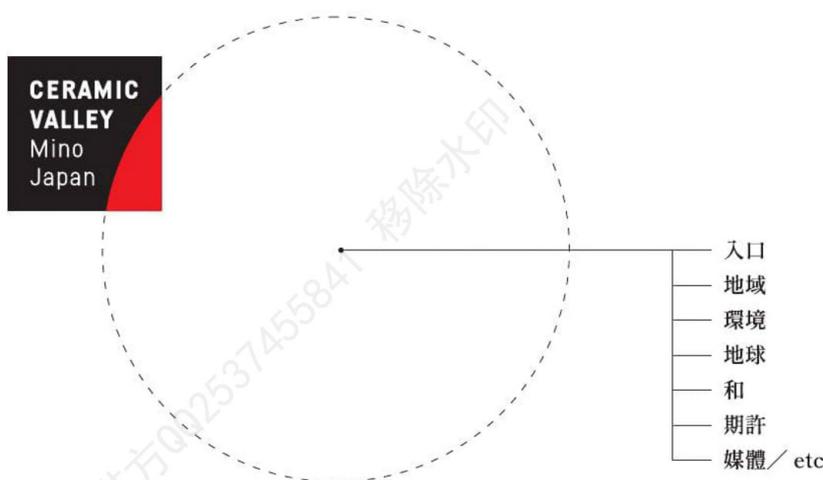
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

納入紅色圓形一隅

岐阜縣稱為東濃的區域，包括多治見市、土岐市、瑞浪市、可兒市，是日本規模最大的陶瓷器生產地，在這一帶製作的器物稱為美濃燒。這裡除了生產志野、瀨戶黑、黃瀨戶、織部等傳統陶器，也兼營白瓷等瓷器、瓷磚，以及便宜的食器，製品相當多元化，但也被批評為缺乏在地特色，於是要如何向世界介紹這個陶瓷器產地成為一大課題。我為塑造在地品牌提供諮詢，因此發現這裡並不缺乏原創性，而且多樣化發展正是在地特色。多年來我前往當地，提出各種活動企畫並付諸實行，也借助文案寫手日暮真三與作家橋本麻里小姐的協助，將這裡的產區命名為「瓷谷」(CERAMIC VALLEY)、製作標誌。我認為如果旗幟沒有圖樣，就算揮舞旗子也毫無意義。從這個標誌的右下角可以看到一部分的紅色圓形。這塊紅色圓形象徵地域的界線、熱情，以及日本，而眼睛看得見的地方只佔了一小部分，這是其中蘊含的意義。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

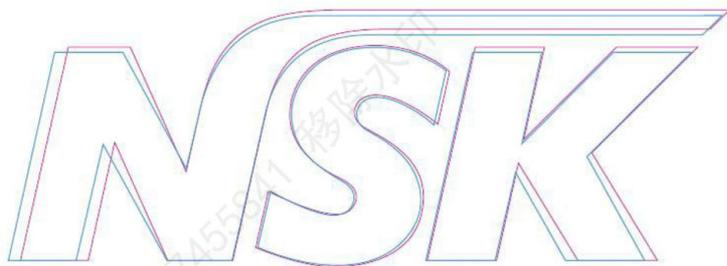
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

對原有標誌稍加微調②

NSK在日本國內稱為NAKANISHI，是將超高速旋轉技術運用在齒科醫療用製品、外科醫療用製品、一般產業用製品這三大領域的企業，他們在栃木縣鹿沼市設有製造廠，幾乎所有的零件都是在日本國內生產。我承接這家跨國企業的委託，協助建立品牌，包括目錄的平面設計、展示空間的設計、影像表現等，構築品牌整體的風格。在剛開始著手時，跟設計SIGMA的LOGO（參照第74篇）情形類似，我注意到LOGO整體可以改善的部分，稍加調整後請客戶檢視。表現齒科治療主要儀器「鑽牙機」的字母N往右上方延伸的線條，以及整體向右傾斜的造型，基本上維持不變，只是讓略顯大的字母N微幅縮小，稍微調整字母S的外觀與周圍的空隙，修飾細節以呼應高性能製品。為了表現新的識別，我將右上方的尖角調整為45度，也提議讓這個角度成為NSK的企業特色。現在不論是平面或空間設計，都採用這個角度。



藍色是舊LOGO（1957-2019），紅色是新LOGO（2019-）

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

NSK

加扫描方QQ2537455841 移除水印

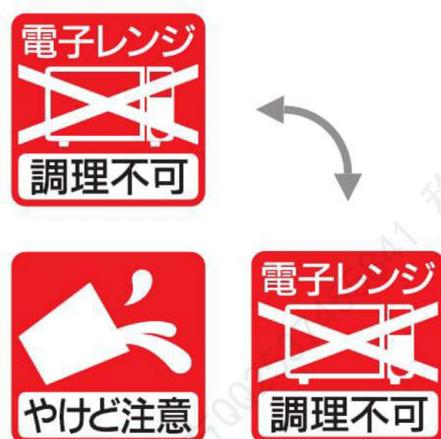
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

微幅的整理整頓

在設計東洋水產杯麵的產品包裝時（參照第71篇，我連帶完成「製造物責任（PL）警告標誌」。像這樣的標誌是外包裝側面必須添加的元素，但是客戶原先交給給我的是標誌與文字分開的圖稿，警語會跟周圍的文字融合，其實並不好運用。雖然客戶並沒有委託我設計警告標誌，但是如果將文字安置在正方形的標誌內，將會容易運用得多，因此我試著自行完成構想，業主看到後也認可這樣的設計。由於在狹窄的位置不論是縱向或橫向排列，都能運用自如，於是加以採用。後來客戶的其他產品以及日本即席食品工業協會也想採用同樣的警告標誌，都經過我的同意。現在不僅是杯麵，各式各樣的商品也採用了這系列標誌。像這類的「象形圖」標誌（參照P.11〔用語〕）原本只有圖形，在這裡同時運用圖形與文字，更能明確地喚起注意力。這也可說是加以微幅修飾的設計。



不論縱向或橫向陳列，都能美觀地排列

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

MIMU 與倉庫

味滋康博物館座落於愛知縣半田市，能夠讓民眾愉快地瞭解釀醋的歷史、前人對於器物的講究、飲食文化，是一間體驗型博物館。包括博物館命名、LOGO、官網設計、展覽空間的標示等，都由我的事務所規劃。在我提出的五種設計案中，客戶採用的是稱為「MIMU」的構想。MIZKAN的前兩個字母「MI」與MUSEUM的頭字母「M」連起來就讀成「MIMU」，除了這個簡稱，我也附帶提出LOGO設計。為全名較長的博物館取簡稱，並製作LOGO是常見的手法，譬如像紐約的MoMA即為一例。當我在描繪MIM的草圖時，腦中浮現半田市運河畔味滋康倉庫的外觀，正好與「M」的造型重疊，於是想到或許可以設計成LOGO。另外，LOGO的顏色選擇較深的紺藍，表達味滋康這家企業對於水與海洋的重視與深厚感謝。這個LOGO正是根據客戶給予的條件、潛藏在環境中的主題製作而成的案例之一。



Photo: Takaya Sakano

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

支撐著蛋

InaRIS是稻盛集團從2019年起輔助基礎科學研究的計畫。這個名稱是以Inamori Research Institute for Science的開頭字母構成，在剛接受委託時，就已經決定只有「na」是小寫，而且LOGO與標誌將構成一個整體，也就是在LOGO中融入記號，成為一個完整的形式。我看著字母排列的樣子，小寫字母「na」上方的凹陷是一大特徵，為了活用這個特色，我試著畫素描，在凹陷處放入各種不同的圖形，當我看見圓形的蛋的瞬間，彷彿InaRIS正支撐著蛋。我腦中靈光一現「說不定這個可以！」，於是將腳踏實地的研究者比喻為蛋，獲得InaRIS支持並小心翼翼地呵護保溫，根據這樣的意象完成了標誌記號。蛋殼的色彩則選擇以琉璃礦製作的著名日本畫材青色，蘊含著「經過磨練會散發更耀眼光彩」的意義。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



InaRIS

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

藉由音樂聯繫

BLUE NOTE是著名的爵士樂俱樂部，發源地位於紐約，在日本以BLUE NOTE東京為首，採用相同名號的俱樂部、系列據點很多，都由BLUE NOTE JAPAN經營。在紐約長年使用的BLUE NOTE英文LOGO一直象徵著爵士樂俱樂部，這次我應邀為管理各據點的BLUE NOTE JAPAN設計LOGO。這家公司不僅經營爵士樂俱樂部，也兼營餐廳與咖啡館。不過無論業態為何，都是以音樂為中心展開各項商業活動。聲音、音樂、連繫、間、箱、場等，各種各樣的關鍵字在我的腦海漸漸構成草圖。就在構思的過程中，我受到表演舞台後的線路連接器形狀吸引，那就是音樂世界的「銜接者」。我在這個形狀內置入BN的字樣，並且在B與N的左下角自然而然地加上代表音符的字腳（參照P.11〔用語〕）。藉此也可以表現品牌與音樂的關聯性。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

溫柔的形狀

Attento 是成人用紙尿布的品牌。在店面陳列衛生紙與紙尿布的區域，產品包裝通常包括大量文字與插圖，儘可能傳達產品的優點，訊息量豐富到令人眼花撩亂。在這些內容中，為了一目瞭然地表現產品名稱，我用線條圍繞 Attento 的字樣，試著讓 LOGO 成為記號。由於這是紙尿布的品牌，我試圖表現溫柔地承接落下物體的形狀。為了凸顯 Attento 的字樣，我讓縱向的筆劃加寬，橫劃稍微變細、邊角磨圓，帶來溫柔的印象。像這類商品必須呈現大眾化的外觀。時髦漂亮的設計並不困難，但是顧及年長者的喜好也很多樣化，應該盡量提出符合客層需求的設計。而標誌記號上方橫線的部分則融入一家人形象的插畫，藉此讓商品更有親切感。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

復興與設計

位於宮城縣石卷市的木之屋石卷水產，工廠在東日本大震災時因海嘯而徹底損毀。許多人應該都聽說過，當時在毀壞工廠裡殘留的罐頭，成為受災者維生的重要食糧。震災過後，我在東京思索著自己是否也能盡一份心力，這時正好有熟人提議，木之屋推出用鯨魚肉製作鯨魚咖哩的企畫，要不要一起無償提供協助？於是我很高興地答應了。由於罐頭工廠徹底遭到破壞，木之屋剛開始是以販售袋裝咖哩重新出發，後來在內陸地區設立新工廠，終於又能販售眾所期盼的罐頭，我也繼續提供包裝設計。有感於木之屋商標跟美味的罐頭內容物難以產生聯想，我自行提出這款商標設計，並獲得採用。能夠以多樣化的方式協助復興，或許也是件好事。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

配合潮流變化的必要性

國際級品牌的LOGO，經常會隨著時代漸漸地變粗或變圓。這是因為既要保留在世界上已經廣為人知的LOGO，又要配合時代變遷，以乍看之下不會發現的程度微幅改變。不論時間或人都處於潮流之中，為了保有相同的位置，必須配合潮流變遷。由於人的記憶是模稜兩可的，不會記得字體正確的寬度，如果只是稍作調整不會有問題。ORBIS是以網購為主的化妝品公司，而我擔任總監，負責為該公司的產品包裝設計把關，覺得如果沿用原本的LOGO恐怕撐不過未來十年，所以雖然不在客戶委託範圍之內，我還是提出了調整LOGO的建議。這時我向客戶表示LOGO應與時俱進的主張，在保留印象的同時，也試著稍作調整。由於這個品牌旗下涵蓋相當多種商品，不可能全部同時更新，但即使有段時期是新舊LOGO並存，因為看起來似乎一樣，所以不會有問題。而且我還製作了最新版本的LOGO，不僅能配合未來的經營策略，外觀也更為洗練。

ORBIS ▷ ORBIS ▷ ORBIS

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

ORBIS

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

書本與四分休止符

這是由BLUE NOTE JAPAN經營的咖啡館標誌。在BLUE NOTE可以邊欣賞爵士樂現場表演，邊享用美食佳餚與飲酒，是為成熟的客層設立的俱樂部。這家公司也推出可以輕鬆聽音樂與享用美食的咖啡館，委託我命名及設計標誌。在可以聆聽現場表演的咖啡館，用藍色的書本裝飾是否恰當？當我想像著在店內陳列著各種大開本藍色書籍的空間，腦海很自然地浮現BLUE & BOOKS CAFÉ的名字。這種彷彿帶有韻律感的發音聽起來很舒服。通常LOGO只有一個，當我思索著有沒有辦法不受這個觀念拘束，想到或許可以創造出由多種視覺要素構成的標誌。因為這裡也是工作結束後放鬆的場所，好像可以採用休止符。我將這些元素搭配在一起，由書本、休止符與兩種文字構成，完成了既是LOGO也是標誌的視覺傳達設計。



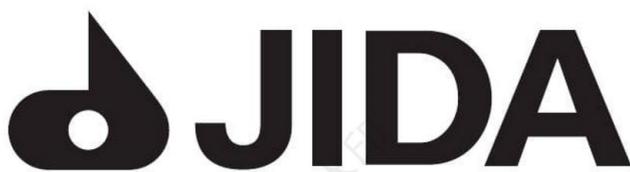


**BLUE
BOOKS**

cafe

調整既有的標誌與 LOGO

我受到 JIDA（日本工業設計協會）的委託，將協會的 LOGO 微幅調整。原先的標誌由龜倉雄策先生製作，LOGO 則是由 JIDA 的會員提出。協會對於象徵小寫 d 的標誌並不打算改變，希望讓 LOGO 跟標誌融合。一直以來協會所使用的 LOGO，感覺的確與標誌沒有關連，我參考過去的資料，瞭解這兩者常有獨立分開使用的情形。接下來標誌與 LOGO 將成為一體，因此必須要對 LOGO 稍加調整。由於這是設計師協會的標誌，我想太過特殊的設計並不合適，因此試著提出三種設計：有個性的 LOGO、最簡單的 LOGO，以及介於兩者之間的選擇。協會內部討論的結果，決定選擇最簡單的 LOGO。這個 LOGO 最難處理的部分其實是 J。由於左上角留有大片空白，因此我試著讓 J 底部的弧度（曲線的彎曲）跟標誌的弧度一致，以達到期望的效果。



標誌與舊 LOGO



標誌與新 LOGO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

JIDA

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

置於大地的標誌牌

株式會社 GEO SYSTEM 是承包土地測量、補強擋土牆與道路鋪設計畫等工程的公司。在拜訪這家公司時，外面停放著據說是專業級的大型無人機，令人感受到所謂現代土木工程的規模有多龐大。由於這是跟大地有關的公司，所以 GEO 這三個字母以地球為意象，都以圓形的造型呈現，整體標示在一片板面上。由於以板這項「物體」表現，如果是平面可以做為標誌使用，要是以金屬或樹脂的材質表現立體效果，可以搬運到各種地方，也能安置在特定的場所。也就是這種標誌牌有可能設置在地球上的各種空間，這也傳達出 GEO 集團今後可能的發展。業主另外還參考了五種截然不同的標誌設計，最後決定選擇這個構想。由於集團內包括三家公司，因此透過符合各家印象的不同色彩，就能對它們的差異一目瞭然。



GEOSYSTEM



GEOCREATE



GEOWING

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

表現中立

《日經設計》是創刊於1987年，已有漫長歷史的設計資訊類雜誌。隨著社會變遷，設計雜誌的角色也跟著發生變化，為了徹底更新原先印著日文LOGO的封面，在創刊歷經12年的1999年，出版社委託我設計封面的格式及製作新的LOGO。對方並沒有特別指定一定要用日文或英文標示，不過想像到今後內容將持續變化，我決定以日文羅馬拼音為主。雖然雜誌的內容是日文，但是封面的LOGO採用羅馬拼音看起來會更像符號，在視覺上比較不會造成妨礙，而且如果開發中性的字體，更能凸顯出視覺上的特色，或許也能讓讀者感受每期封面變化的樂趣。換句話說，不是以LOGO做為雜誌的門面，而是讓背景的視覺圖像成為主體。而且以N為開端，並做為結束也很恰當。加上這個LOGO離封面頂端稍有些間隔，雖然簡單但是有足夠的辨識度，由於採用騎馬釘，我試著讓整體的設計從封面到封底都能自由連貫。



《日經設計》2016年10月號

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

NIKKEI DESIGN

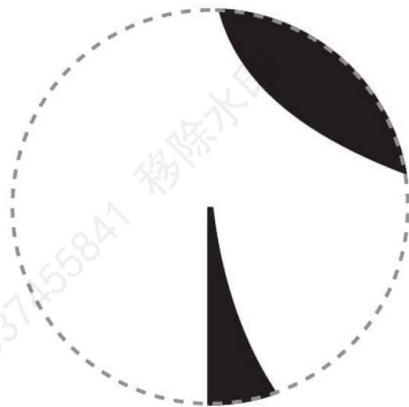
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

字腳透露的纖細與強度

SMO是以「讓真正的好東西延續到未來」為存在意義，重視事物真正的價值，率先將這樣的品牌價值引進日本、提供諮詢服務的公司。執行長齊藤三希子的著作《打造品牌宗旨》（宣傳會議出版）副標題是「不是從『要做什麼？』，而是從『為什麼去做』思考」。正如她的主張，SMO的目標是時常回顧公司的存在意義，融合創意的力量構築企業識別。我接受委託設計這家公司的LOGO，試著掌握最重要的關鍵字，想到「實質」、「本質」的詞彙，同時試著動手畫草圖，腦中浮現「安心」、「信賴」以及「纖細」等名詞。而且為了跟各領域的企業對應，需要中性的印象。因此最後想到的是橫劃字腳極細的字體，縱劃則維持中度的比例，而且字腳尖端也維持相當的銳利度。這樣的尖端也表現工作的高精確度。通常「S」是瘦長的字母，搭配從右側挾著「M」的「O」，整體的感覺彷彿更寬廣，外觀纖細而有力的LOGO就完成了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

SMO

加扫描方QQ2537455841 移除水印

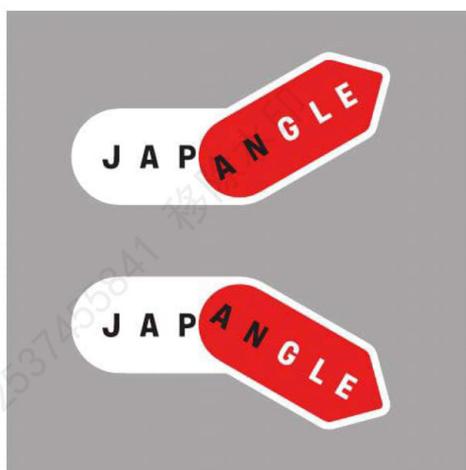
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

可旋轉的 LOGO

JAPANGLE 是由 JAPAN 與 ANGLE 合併的新詞彙，也是 NHK 教育頻道的節目名稱。以外國人的觀點分析日常生活中的日本文化，並且以趣味性的方式傳達。我以總監的身分參與製作。節目以公共廁所、漫畫、壽司等在日本幾乎是理所當然的事物為主題，從新鮮的角度詮釋並呈現於影像或動畫中。在構思這個節目名稱的 LOGO 時，我思索著如何表現將 JAPAN 與 ANGLE 這兩個單字合併起來的趣味。當我用鉛筆描繪草圖時，想到如果以箭頭為隱喻，製作成可以將 ANGLE 移向不同角度的 LOGO，在節目中也可以派上用場，於是朝這個方向思考。接下來我將 JAPAN 的字體選為黑色，ANGLE 的底色採用紅色，藉由白與紅的配色表現日本風格，於是完成了紅色部分是箭頭，可以移動的 LOGO。比照這個可旋轉的 LOGO，位於節目角落的標題也以相同的手法表現，最後成為節目的特色之一。



加扫描方00253745

加扫描方002537455841 移除水印



加扫描方002537455841 移除水印

加扫描方002537455841 移

加扫描方002537455841 移除水印

7455841 移除水印

尋找爵士樂的印象

2018年適逢BLUE NOTE東京成立三十週年，他們邀請我製作標誌與LOGO。既然是週年紀念的標誌，就必須涵蓋過往的時光。在這樣的原則下，如何表現三十這個數字是關鍵。光是排列數字並不有趣，因此我努力構思，想著有沒有什麼適當的表現方式，同時畫出各式各樣的草圖。雖然我希望儘可能展現特色，但BLUE NOTE是為成熟客層設立的爵士俱樂部，因此不想表現得太稚氣。而且這是爵士樂，不是搖滾樂或古典樂。究竟要怎樣才符合爵士樂的印象？當我陷入苦思之際，發現從側面看3這個數字有點像嘴唇。但是如果直接用3的形狀，會像是吹奏著「撲」或「啾」的唇形，令我有些困擾。就在這時，我忽然想到喇叭吹奏者的唇形。於是運用這個概念，儘量讓圖形看起來像3，最後這個標誌終於成形。雖然它的形狀並不是一眼就可以看懂，但是被評為「獨特、富有成熟趣味的標誌」，並且獲得採用。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

做為標籤的標識記號

我接受寺西食品的委託，為這家公司設計企業識別與食品包裝，只要將他們的產品整袋放入水裡浸泡六十分鐘，熱水的话只需十五分鐘，就能享用美味可口的飯。在露營或登山等必須在戶外用餐的場合，或是發生災害時都能派上用場。以往的包裝設計雖然符合實用性，但是外觀不太能促進食慾。就算遇到災害，人們還是會想吃好吃的東西，而且包裝設計最好能讓人印象深刻，所以在數個提案中，客戶最後採用了以線條圍繞文字資訊的設計稿。基本的形式是搭配用木匙舀飯，看起來很美味的照片，以及在左上角安排 Onisi 的標誌記號。如果拼音採用 Onishi，字母稍嫌過多，因此我去掉 h，以 Onisi 為字樣。在這個標誌記號的右下角保留空白的圓弧，預設在許多情況下都能運用。藉由把 LOGO 當成「標籤」，今後也能在各種不同的情況中派上用場。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

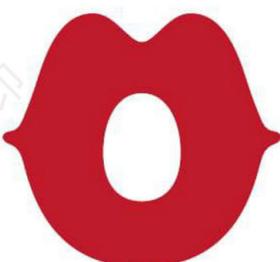
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

難難以在表決時獲選的設計

兵庫縣特選名產專賣店委託我為其命名及設計相關的標識記號。店面的位置可以跟新幹線神戶站相通，積極推廣兵庫縣還不是很有名的罕見商品，也可以說是個表現在地魅力的空間。我從「發現、尋找」的字彙，想出「發掘」這個關鍵字。通常一般店家不會在店名採用這種感覺較為冷僻的詞彙，不過換個角度想，這種違和感似乎也很有趣。我另外也提出幾個可以做為對照，感覺比較現代的幾種設計案，最後客戶決定採用這個別具特色的標誌。對於選品特別費心的店家，講究的精神也應該反映在店名與標誌。標誌中開挖者腳下黑色的圖案正是兵庫縣的輪廓。也就是他正在用鏟子挖掘兵庫縣。像這類有特色的標誌，在表決時通常不會出線。只能仰賴有決定權的關鍵人物，最終才有可能獲選。

AREMO
KOREMO
DOREMO



未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



兵庫県
おみあげ
発掘屋

HERE

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

極細與極粗銜接

武藏野美術大學的美術館與圖書館相連，建築物是由建築師藤本壯介設計，校方邀請我設計LOGO與館內的標誌、桌子與其他配件等。這座設施的正式名稱是「武藏野美術大學 美術館·圖書館」，我先從標誌著手。我所想到的並不是重新設計，而是或許可以善加運用之前美術大學教授勝井三雄設計的「MAU」LOGO。這個字體極粗的LOGO已經製作成標誌，如果取MUSEUM & LIBRARY的頭字母M&L，似乎可以跟MAU並排。只是MAU的LOGO極粗，這麼一來M&L究竟該如何表現？我嘗試描繪各種各樣的草圖，在過程想到或許可以讓極粗與極細搭配，於是完成了這個LOGO。我為粗體的MAU搭配清爽的顏色，以黑色表現纖細的M&L。這個LOGO讓形狀與顏色的角色顛倒過來，兼具厚重與纖細的特質，出現在館名標示牌與目錄等場合，成為館方的特色。



Photo: Koji Udo

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

WUM&L

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

以直球決勝負

「神戸牛肉派」是以年輪蛋糕聞名的尤海姆公司（Juchheim Co., Ltd.）旗下另一個品牌。當客戶來委託我命名及製作LOGO時，已經逼近開店日期，而且店鋪的空間設計也正要展開，時間相當緊迫。這家店採用神戸牛肉製作美味的肉派，在製作LOGO前，首先我思考著該如何命名，並想出各種各樣的選項。但是無論名稱有多時髦，如果無法說明究竟在賣什麼，就失去傳達的效果。而且店面設在百貨公司相當顯眼的位置，周圍又有排山倒海的資訊。在這樣的背景下，以英文字母構成的商品名稱也很容易被忽略。正當我苦惱時，忽然想到如果取名為「神戸牛肉派」或許可以行得通。這跟「NIKKA純麥芽威士忌」或「明治好喝牛乳」一樣，名字本身很單純，只是以內容物做為名稱，直白地表達。幸好後來順利趕上開店，開幕時大排長龍，這也是直球對決奏效的案例之一。



神戸牛の
ミートパイ

略為縝密的豐富感

在設計香料的外包裝時，最重要的是符合商品的形象。牛乳要像牛乳，化妝品要像化妝品，這是最基本的要求。不過當內容發生劃時代的改變，有時反而會追求「不像的設計」，一切取決於商品本身。印著這個 LOGO 的是小包裝的調味料，全系列包括超過五十種香料，能夠簡便地為料理增添風味。價格平易近人，讓大家可以輕鬆愉快地享用各種美味佳餚。就這層意義來看，我想產品包裝設計還是要讓人感受到香料的氣味，產生愉悅的印象。因為是小包裝，從遠處看會顯得瑣碎，不過因為系列包裝設計有制式規格，我想這也可能在賣場增添品牌的辨識度，我還確認過除了制式規格，是否也能清楚辨識 LOGO。通常在設計產品包裝時，我會稍微濃縮文字的元素，在這個案例則是將四段文字置入方框內。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

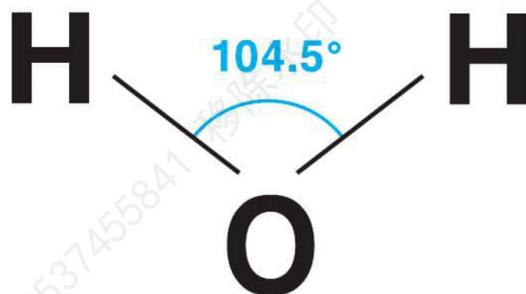
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

水分子的角度

當 BLUE NOTE JAPAN 準備在東京神田淡路町 WATERRAS 設店時，請我針對店面的概念與整體設計等提供諮詢。在這個場所可以聆聽迷人的爵士樂與享用美食、飲酒聊天，體驗與人交流的愉快時光。當我想像著這樣的情景時，腦中浮現水分子的結構。水分子 H₂O 是由一個氧原子與兩個氫原子鍵結而成，而鍵角是 104.5 度，藉由這個微妙的角度可以達到安定的效果，因此我想到或許能以「104.5」做為店名。據說在地球上幸虧水以液體的形式存在，才会有生命誕生，因此 104.5 對於地球環境應該也是個相當重要的數字。而且附近過去也有稱為神田上水的水道，是個跟水有緣的區域。另外，水的存在似乎一直都很理所當然，所以最好不要選太有特色的字型，盡量選看起來普通的字體製作 LOGO。於是這個象徵感恩的數字（104.5）為店名的咖啡館就誕生了。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

104.5

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

品味與華麗的平衡

松屋銀座、銀座三越、和光、東急PLAZA銀座、GINZA SIX幾家百貨公司每年都會聯合舉辦時尚週，這是專門為活動設計的標誌。在活動期間，每家百貨都會使用同樣的標誌宣傳，將銀座襯托得熱鬧非凡。設計時要考量到對象包括在地居民、涵蓋各年齡層的族群，既要偏向任何風格，又要兼具格調、時尚的華麗感，節慶的氣息以及原創性。標誌記號與LOGO雖然可以分開製作，但是世界上已經有數不清的標誌記號，我想如果光靠形狀跟顏色設計，無法讓人印象深刻，如果在標誌內置入GFW的頭字母會如何呢？因為這不是某個品牌的標誌，如果要增添節慶般的華麗氣息該怎麼做呢？在我嘗試的幾種設計中，有一款是以GFW的字母環繞圓周裝飾。我提供客戶多種選項，經過協議會討論的結果，這款將文字像太陽般裝飾的標誌獲選。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

隱藏在神木中的小鳥

大約在10年前因雜誌安排的對談，我見到演員神木隆之介。神木自從兩歲出道後，就以童星的身分在眾多電影與戲劇登場，成為能夠詮釋多種角色的獨特演員，持續成長。實際跟他見面後，我發現神木既謙虛又開朗，具有澄澈清爽的氣質，予人中性的印象。後來紀念他出道25週年的專書籌備出版時，出版社請我提供關於書籍設計的創意，我欣然答應。因為編輯希望包括裝幀在內，都由我自由提案，因此我提出各種構想，最後出版社看中風格不同的三種提案，不過神木本人偏好的封面運用了我很喜歡的這個標誌。「神」這個漢字的部首與偏旁底下都是一豎，讓我想到「這好像可以構成一棵樹」。於是我完成了與神木本人氣質相符的溫和造型。不過其中還隱含著一個富有故事性的圖形，那就是我在神字裡試著安排了一隻小鳥。請各位猜猜，為神木帶來幸運的小鳥在哪裡？



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

旋轉20度的軌跡

這是為2009年，澀谷的複合文化場所東急文化村（Bunkamura）邁入20週年所製作的標誌。在這一年，這個圖樣會運用在廣告與紙袋、店頭宣傳等慶祝週年的媒介。乍看之下看不出來是什麼，似乎是個不可思議的記號，不過看了影像就知道究竟代表什麼。那就是將帶有在文化村度過快樂時光意象的手繪 LOGO 旋轉20度，將這個軌跡化為記號。除此之外我還製作了數種提案，表現常見的20th anniversary 字樣，不過客戶選了最看不出意思的這個設計。文化村做為文化活動場所已有漫長的歷史，提供場地舉辦音樂會、戲劇演出，放映電影，舉辦展覽及藝文活動，設立與藝術相關的特色書店等，因此適合嶄新的標誌，反而不需要穩重的 LOGO 與記號。這次因為跟主事者的理念一致而受到青睞，是個特例，由於客戶理解標誌的藝術性而獲選。透過下方的 QR Code，可以觀看將 LOGO 旋轉20度的影像。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

直接將產品類別做為名稱

這是資生堂^{※1}護手霜的標誌記號，它的特徵是把「產品類別」列入標誌設計。也就是令人印象深刻地呈現像「洗髮精」、「牛乳」這類品名，而不是像一般商品一樣，將特別取的名稱設計成標誌。當我接受委託，著手進行產品包裝設計時，這款護手霜還沒有特別取名，只是在企業名稱後面附著護手霜的字樣^{※2}。其實這樣也算是簡單的名稱，於是我產生了這樣的構想。既然在店面銷售時，要跟其他競爭對手的各種產品一起陳列，就必須思考怎樣才會讓人印象深刻。方法包括顏色或形狀安排的方式，或是整體搭配起來構成前所未見的視覺效果等，不過我認為如果強調平凡無奇的產品類別，就能瞬間理解內容物是什麼，也可以讓人印象深刻。我以片假名標示產品類別，另外用英文標記將片假名夾在中間，就成為極其簡單的標誌記號。



- ※1 2021年更名為 FineToday 資生堂。
- ※2 右頁標誌記號是商品上市時的設計，現在「護手霜」已改名為「藥用護手霜」。

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

復古創新

在島根縣大田市大森町，有著世界遺產「石見銀山」遺跡。群言堂是「石見銀山生活文化研究所」的名稱，由松場大吉與松場登美兩位創立。他們在保留古老街道的大森町以服飾品牌為主，販售紮根於在地的生活雜貨，持續提倡有質感的美好生活。透過生長於大田市的攝影師藤井保介紹，我得以接觸他們的生活。如果以跟自然共存為目的，很容易傾向於否定現代社會，他們在與時代適度妥協的同時仍追求好好過日子的態度，充分展現在「復古創新」這個正向的名詞。我參加當地舉辦的活動，談論今後的發展。由於目前為止還沒有將石見銀山與群言堂統合的設計表現，我想到或許可以藉由將兩個名字合併，達到統一的效果而提出這個LOGO。我運用群言堂原本就有的毛筆字，讓「群」字向下延伸的部分稍微短一點，與其他字並列。考量到對於這樣的生活文化，最好不要讓人察覺到太明顯的設計感。透過下方的QR Code，可以看到他們別具魅力的生活片段。



石見銀山

Iwamiginzan Gungendo

群言堂

隨著震動搖晃

這是為在21_21 DESIGN SIGHT舉行的「骨」展設計的標誌。這場展覽由產品設計師山中俊治擔任藝術總監，以骨頭為主題，邀請眾多創作者參加，展示許多獨特的作品。由於我負責這場展覽的海報、傳單、票券等平面設計，想到或許能以「骨」這個漢字為象徵。如果試著重新審視這個漢字，看起來也像動物的骨骼。但是只將漢字視覺化並不有趣，因此我想到在半透明乳白色約2mm厚的壓克力板上，零散地呈現骨這個漢字的筆劃。首先將正確完整的骨字置於壓克力板，從下方製造震動讓筆劃散開來，捕捉過程的瞬間視覺化。這段實驗的影像可以透過QR Code瀏覽。趁每次搖晃時拍照記錄，選出崩解得最漂亮的骨字，即是偶然促成的文字標誌。將最終的形式交託給自然，我想這樣的行為就像再現從遺跡發現的人骨形狀。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

骨

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

充滿力道而顯眼

「ICHIOSHI KIMUCHI」是專門製作辛奇（泡菜）的美山株式會社推出的品牌。由於接受包裝設計的委託，我也提出新的LOGO設計，原有的包裝設計在粗框內以片假名直寫著「イチオシ」，並以小小的片假名標示「キムチ」（辛奇），搭配戴著廚師帽的人物插畫裝飾。雖然這樣說有些失禮，但是這款包裝給人的第一印象設計感偏弱。在原有包裝上大大標示出吃辛奇的益處，在資訊量龐大的賣場反而容易被忽略。譬如超市陳列這件商品的區域本來就商品豐富，如果再擺上包裝設計很飽滿的商品就會迷彩化，變得不顯眼。這是很自然的道理。因此我思索著，有沒有能夠襯托辛奇，簡單而又醒目的表現方式。在思考的過程中，我想到以厚重的毛筆字「一」帶來深刻的印象，在上下試著分別置入「いちおし」、「キムチ」，不知效果如何。比起全部都採用片假名，以平假名表現ICHIOSHI，感覺更有力道。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印



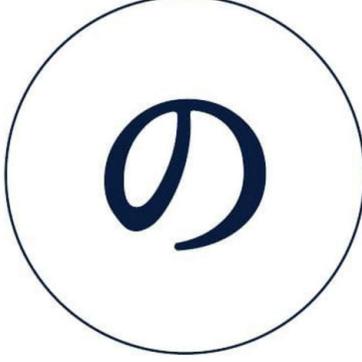
讓心靈放空的森林



主視覺設計（插畫：黑塚直子）

「天空之森」是沖繩島尻郡八重瀨町專門治療不孕症的診所。由於原址略為狹小，搬遷到更寬闊的新空間時，診所邀請我擔任創意總監。也就是在只確定新址的時期，就全權委託我。因此經過反覆思索後，我想到的概念是「天空之森」。首先我注意到，沖繩本島南部的林地比較少，如果以此為契機，增加當地的樹木會如何呢？森林原本就是孕育各種生命的的地方。而且當我聽到根據研究，當女性承受的壓力減輕，懷孕的機率也會提高，腦中即浮現「空」這個字。「空」既是SKY天空的空，也是空曠的空。為了讓心靈獲得喘息所以暫時淨空。因此空間設計感覺像休閒設施，名稱直接套用概念。在空與森之間的「の」字周圍有圓圈，轉移空與森在圓圈外的角度，就能取得橫向或斜向排列的字體。

空



森

女性，柳橙，海洋以及運動感

Aranmare是由PRESTIGE INTERNATIONAL（參照第35篇）設立的運動隊伍名稱。這個名字的由來，是以柳橙的義大利文arancia與象徵海的mare合併而成。為了讓地區活化、創造讓女性活躍的舞台，PRESTIGE INTERNATIONAL在公司分部所在的秋田縣設立籃球隊、山形縣設立排球隊、富山縣設立手球隊，並委託我設計LOGO。我想到這是女子球隊，還要加上名稱由來「柳橙」美味多汁的印象，同時表現大海的遼闊，當然也要讓LOGO能夠代表運動隊伍。由於涵蓋的英文字母很多，如果以英文的手寫體——書法體來縮短字母間的距離，就能讓長度變得適中，於是試著用鉛筆畫出緊密而流動的文字。如果再將字首與字尾修飾成躍動的效果，就完成了彷彿為柳橙汁設計的LOGO。我還幫各支球隊設計了標誌記號，提出名為「小阿蘭馬」(アラマちゃん)的吉祥物。現在，採用這個標誌記號的隊伍正在各地奮戰中。



小阿蘭馬

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

悄悄置入假名

愛媛縣八幡浜市，是位於四國西海岸的蜜柑產地，在當地可以採收真穴蜜柑，這種可口的柑橘個頭小而甜，酸味恰到好處。我受委託為最高等級的真穴蜜柑命名、設計專屬包裝以及幫網站進行品牌推廣。而拜訪當地時，發現記憶中的日本原鄉風景依然存在，深受感動。我在幫蜜柑推廣品牌的同時，也想到應該要將如此美好的蜜柑文化流傳後世，因此提議先來製作攝影集。後來我跟攝影師廣川泰士多次赴現場取景，出版後同時在東京與愛媛舉行攝影展。至於標誌記號的部分，原先的標誌是在圓圈中置入片假名「マ」，已經很理想，因此只需稍加調整即可保留，再搭配客戶希望採用的名字「貴賓」形成樸素的印象，就完成了這個看起來略帶古意的標誌記號。其實，為了簡單易懂地介紹稍微有點難度的漢字，我分別在「貴賓」裡的「貝」悄悄安排了「キ」與「ヒン」的片假名。



加扫描方QQ2537455841

まあな
真穴みかん

薄皮



極甘

貴賓

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

留白的形狀別具意義

這個標誌記號屬於位在東京浜田山的一間咖啡館。SILVER LINING代表光線從陰霾天空的烏雲間穿透，表示「希望之光」的意思。以這個寓意為前提，我以雲與光為主題，想出各種提案，最後客戶決定採用這個設計。看到店名首先會覺得名字很長。字母很多，而且包括兩個字彙。如果想以一行呈現，名字會變得很長。如果印在紙杯、名片或顯示在手機畫面，文字勢必會變得很小。不過，正好兩個字彙都是六個字母，如果分成兩行就可以左右對齊。我試著以這個方式排列文字，經過一再的嘗試，名字的意義始終無法呈現在LOGO。這時我想到可以將兩排字中間以雲的形狀表現，並且將上下文字微幅調整後終於完成設計。灰色象徵著烏雲密布的天空，不過接下來將調整為天空彷彿即將放晴的淺灰色。



未採用的設計之一 ©TSDO

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

SILVER LINING

加扫描方QQ2537455841 移除水印

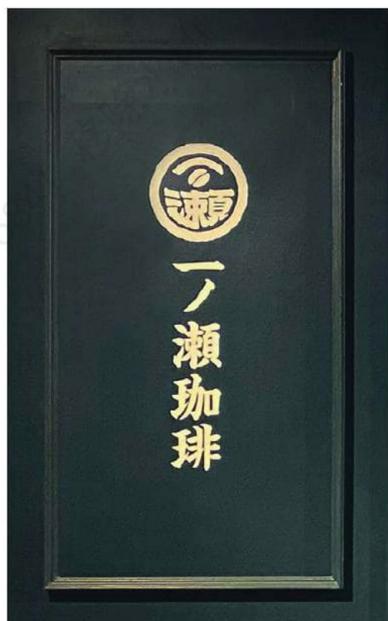
加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

靈感無所不在

一之瀨咖啡是位於神奈川縣相模原市的小型咖啡店。大約在7年前，我從小就認識的一之瀨君，睽違50年後主動跟我聯絡，因為他要開咖啡店，想委託我設計記號與LOGO、名片。過去不管我們去哪裡，比我小一歲的一之瀨總是尾隨在後，而且面帶笑容，相當討人喜歡。久別重逢自然令人高興，我告訴他很樂意提供協助，隨即開始進行設計。在思考記號與LOGO時，我提議用綠色做為店面及識別的色彩，在咖啡店到處都可以看到焙煎過的咖啡豆色彩，也就是褐色，因此我選擇稍微再更深一點的綠色。將牆壁等處漆成綠色，希望讓經過店前的人記得這家「綠色的咖啡店」。而店外的記號正是這個「一之瀨」標誌。我在容易運用的圓圈內，試著排列「一之瀨」的字體，並且想到將「之」的部分以咖啡豆表現。底下「瀨」的漢字筆劃很多，這種密集的狀態也成為我的靈感來源。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

房間的形狀

過去跟我一起組拉丁樂團的朋友，在四谷成立了稱為「CON TON TON VIVO」的小型展演場地，並委託我設計LOGO。CON在西班牙文是前置詞，指「跟～一起」。TON是敲打擊樂器的聲音，VIVO是現場表演的意思，所以這個名字是將這些字有韻律感地排列在一起。聽朋友說，這個場地不僅限於演奏拉丁樂，也可以舉辦脫口秀等跟音樂有關的各種活動，我還拿了座落於三角形基地、形狀相當獨特的建築照片，以及預計將入駐的地下樓層平面圖。原本只是想製作名稱易讀，適合的LOGO，不過這是間格局獨特的LIVE HOUSE，而且我這位朋友很特別，如果幫他的店簡單設計，一點意思也沒有，於是又回到原點。我想到或許可以設計讀不出來，感覺奇特的LOGO，接著視線停留在平面圖的形狀。於是我直接將房間的形狀設計成LOGO。在拉長的字母之間，置入兩個標示TON的圓，於是乍看之下看不懂的LOGO就完成了。像這樣獨特的場所，正適合看了就不會忘記的奇特記號。



大樓的牆面看板

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

彷彿要咬下去的標識記號

21_21 DESIGN SIGHT 是舉行各種主題設計展的場所，每場展覽都會舉辦座談會，不過我想座談會也可以另外定期舉行，於是開始思考活動名稱與 LOGO 製作。因為設定是會邀請各領域的人士跟 21_21 DESIGN SIGHT 的藝術總監對談，首先我將活動取名為 CROSS TALK，並嘗試描繪草圖。起初我用很嚴肅的心情去設計，但是總覺得成果不怎麼有趣，連帶也會讓人覺得談話內容很無聊吧。所以我開始畫左右兩側相對的嘴唇。在中間試著加入風格跟 21_21 相似的字體，但又總覺得少了什麼。正在苦思的時候，忽然想到赤塚不二夫的漫畫《小松君》（おそ松くん）裡大板牙的暴牙，我試著畫出彷彿正要咬合的牙齒後忽然開始有漫畫的感覺，終於變得比較有趣了。再稍加調整暴牙的程度與細字的平衡感，於是完成彷彿要咬下去，奇特的標誌記號。隨著談話內容不同，可以改變標誌記號的顏色。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

中性的無襯線字體

日本設計委員會在1950年代中期，聚集了試圖以設計啟發社會的設計師，到2022年的今日，成員包括我在內共有32名，有建築師與評論家等各領域的人才，持續舉辦展覽及活動。委員會從創立初期就以銀座松屋為據點，直到現在仍定期聚會，成為交換資訊與討論各種問題的場合。有一次委員會決定設計正式LOGO，交給我負責。我想到的關鍵字是「中性」，因為委員會聚集了許多各有強項的設計師，因此LOGO應該盡可能保持中立。既不要太細也不能太粗，而且盡可能排除帶有情緒性的印象。由於名稱的英文字母很多，所以最好是看起來好像很常見，其實是獨一無二特別設計的字體，藉此構成LOGO。因為我不是英文字母的專家，所以成果可能跟正式字體設計有些微妙的差異。不過我已做好心理準備，憑自己的直覺設計中性的字體。最後設計出的英文字母，或許隱約還是帶有某種日本風格吧。



日本設計委員剛成立時討論的情景
(日本設計委員提供)

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印

JAPAN DESIGN COMMITTEE

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

7455841 移除水印

為傳統的名字帶來新意

這個跟包裝設計一起完成的標誌記號，總共使用了20年，到2019年為止。當我承接委託時，紗奈潤澤乳霜問世已有超過40年的歷史，可說是國產乳霜的代表。這項跨世代受到支持的國民商品，今後該以什麼樣的面貌呈現？也就是要如何重新包裝經典產品，讓經常回購的客人，能夠在店面瞬間認出這是「過去持續使用」的產品。在更換全新的包裝設計時，會透過電視廣告等傳達更新的訊息，也需要一些費用。而新設計也必須帶來不同的觀感，否則更新沒有意義。因此我想設計出能夠立刻辨識是「SAHNE 紗奈潤澤乳霜」的LOGO。由於產品有足夠的知名度，只要能認出名字，我想就算換新包裝也不會造成辨識上的困難。我將名稱直接置入做成柔軟乳霜感覺的輪廓，在包裝上放大標示，創造出每個人都看得懂的新面貌。

（目前設計已再度更新）



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

15369 4649



這是為佐久間製菓的長銷商品「草莓牛乳」設計，印在便利商店小包裝上的LOGO。為了做成隨手包，客戶決定採用長方形的包裝袋。慣用的LOGO是將「草莓」與「牛乳」的平假名橫排成兩列，但如果排列在縱長型的包裝上，字會變得非常小。日本的文字原本是直排，如果讓「草莓牛乳」像「明治好喝牛乳」一樣縱向排列或許也可以，不過我想到更好的主意。我本來就希望零食的包裝設計可以很有趣，想要玩點小把戲的念頭蠢蠢欲動，這個靈感就是將文字數字化。「草莓」（いちご）很容易聯想成1跟5，而「牛乳」（みるく）不就可以轉換為369嗎？就像我們經常看到將「よろしく」標示成4649的玩法。如果把這些數字放大排列在包裝上，乍看也不會立刻懂的「草莓牛乳」LOGO就完成了。不過這種專門在便利商店販售的商品壽命很短，遺憾的是沒過多久就從市面上消失了（淚）。

サマ
15369

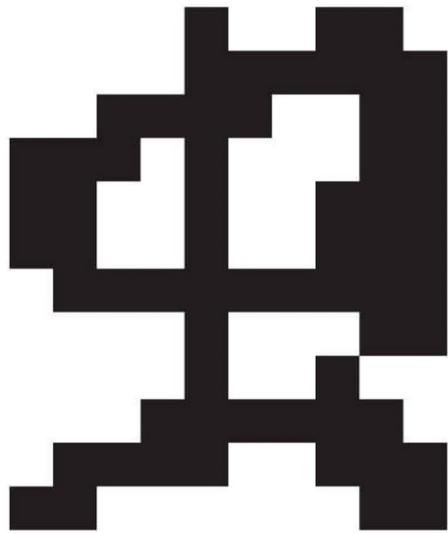
六十四個會動的正方形

解剖學者養老孟司教授向來以喜愛昆蟲聞名，在他的提議下，鎌倉的建長寺建立了蟲塚。以建築師隈研吾設計的紀念碑為背景，於每年6月4日（蟲之日）為昆蟲祭拜祈福，我也有參加。喜愛昆蟲的人在此聚會，也開設了養老教授的講座，漸漸地規模越來越大。我小時候也很喜歡锹形蟲，夏日的清晨幾乎每天都會去森林捕捉。2019年獲得養老教授首肯，由他客串總監，在21_21 DESIGN SIGHT舉辦「蟲展」。許多創作者也有參加，呈現出前所未見的獨特展覽。有一天，我想到或許可以為蟲塚建立象徵記號，於是向養老教授提議這個蟲之記號。很高興他理解我的用意，決定採用。這個記號由64個正方形構成，能夠像蟲一樣移動。這些正方形也可以隨著隈研吾先生設計的網狀紀念碑連動。由於帶著些許玩心製作，今後可以繼續探索蟲之記號各種各樣變化的可能。



加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

藍染之愛

這是銀座松屋地方創生計畫的一環，我因此認識在德島縣活動的BUAISOU成員。BUAISOU是從藍草的栽培開始，在藍染這個分工很細的傳統世界中實行藍靛、染色、設計，以及織品之一條龍式的製作。BUAISOU也成立工作坊向世界傳達藍染真正的魅力。我曾經造訪當地，現場參觀藍染過程並深受感動。在2005年5月，於東京銀座的Ginza Graphic Gallery (ggg) 舉辦「佐藤卓TSDO展〈in LIFE〉」時，我提起想跟他們一起製作展覽紀念的藍染製品，對方欣然同意。為了那批製品而完成的平面設計，是將漢字「藍」做為心型的記號。也就是隱含藍與愛這個令人笑不出來的雙關語（藍與愛在日文諧音都是あい），此一誠實又魯莽的構想，對於只顧追求輕鬆簡單的當今社會微微隱含諷刺的意味。這個記號已成為圖樣設計的元素，出現在各種各樣的布製品中。



真正成為記號前的構想草圖。

加扫描方QQ2537455841

加扫描方QQ2537455841 移除水印



加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

加扫描方QQ2537455841 移除水印

後記

製作記號及提案時，我一定會提供數種選項讓客戶參考。至少要有3款，多的話也有可能到10款。基本上提出的這幾款設計並不相似，都是依據不同的構想完成。也就是不會由同樣的創意衍生選項。

當設計完依照不同構想產出的成果時，設計師應該負責選出最佳提案，推薦給客戶。當然對其中任一款設計都不能敷衍了事。那麼既然如此，為什麼不秉持自信，只提供單一選項呢？

經常有人問我：難道你沒有自信嗎？聽這麼一說，我確實沒有把握。

所謂設計這份工作是適切地達成聯繫，究竟有沒有實現目的，並不是我所能決定的。如果只提出一個選項，對方沒有討論的餘地，只能接受，這樣我覺得委託人已經徹底被排除在設計製作之外。

然而，如果試著並列出不同構想的幾種設計，可以獲得跟這些有關的感想、意見與質問。對話也將從中產生，我認為這個過程相當重要。

甚至藉由提出方向性不同的選項，向委託人解說為什麼會這樣設計，能夠讓人覺得「設計真的很有趣！」

當設計案討論進入這樣的狀態，對於在場所有人員來說，過程也會更愉快。

如果客戶對於每個設計案還想看經過討論、修正後的結果，我也會提供修改過的內容。要是做不到，我也會仔細地說明為什麼無法實現。經過這樣的歷程，現場每個人也會產生「我曾參與製作過程」的認同感。既然是自己製作的記號，以後必定會加以珍惜吧。試著觀察已成為經典的包裝設計，就會發現多半是經過熱烈討論的案例。

包括受限於紙張規格而沒有收錄在本書的設計、最後沒有獲選的備案，我們工作室不知道設計過多少記號與LOGO。每一種在設計時，都預期可能將受到青睞，提案時加以解說並經過討論。因此這樣寶貴的談話與經驗，也成為後來工作重要的參考，奠定今日的成果。我想趁這個機會，向參與討論的各界人士致謝。

另外，各種記號在本書刊登的順序不含特殊意義。根據《記號》這個書名，主要的結構是從介紹記號開始，後半部轉為介紹LOGO。

感謝慨允授權刊載的每一家客戶、從邀請我出書後，始終耐心等待我交稿的紀伊國屋書店出版部和泉仁士先生、總是催促我積極出書，也同時擔任本書裝幀的蘆澤泰偉先生、對於有難度的製版印刷仔細處理的大日本印刷工作人員、我們TSDO工作室負責整理資料與文章的同事，我想向上述各位致謝。

最後要特別提及，「記號」的英文 mark，除了有「印、痕跡、記號、商標」的意思，也有「汙點、傷痕」的負面意義。雖然瞭解這一點，我還是特地以記號做為書名，也在此說明。

記號的製作通常需要全心全意投入，但是成果對社會究竟有沒有貢獻，無法由設計師自行判斷，最終必須由客戶以及社會決定。

Marks by Taku Satoh——自己所完成的記號，究竟有沒有沾上汙點或傷痕，確實成為聯繫人與人，或人與物的媒介？我想，保持自我懷疑很重要，因此選擇使用這個書名，也有持續警惕自己的意味。

2022年 4月 佐藤 卓

工作人員名單

編號 | 名稱 (製作年) | AD = Art director 藝術總監 | D = 設計師 | CL = 客戶

- 001 21_21 DESIGN SIGHT 企画展「water」(2007年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓 | CL 21_21 DESIGN SIGHT
- 002 國立科學博物館 (2007年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL 獨立行政法人國立科學博物館
- 003 兒童設計獎 (2007年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL 特定非營利活動法人兒童設計協議會
- 004 LOTTE XYLITOL 樂天木糖醇口香糖 (1997年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、加賀田恭子 | CL 株式會社樂天
- 005 金澤 21 世紀美術館 (2004年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石一志 | CL 金澤 21 世紀美術館
- 006 覺醒象徵符號 (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL 厚生勞動省
- 007 全國高等學校棒球錦標賽 (2015年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三上悠里 | CL 株式會社朝日新聞社、公益財團法人日本高等學校棒球聯盟
- 008 大正製藥 ZENA (1992年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓 | CL 大正製藥株式會社
- 009 吉本興業 (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三上悠里 | CL 吉本興業控股株式會社
- 010 北海道大學 (2006年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL 北海道大學
- 011 大地藝術祭 (2010年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、田久保彬 | CL 大地藝術祭實行委員會
- 012 樂天口香糖薄荷系列 (1993年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三澤紫乃 | CL 株式會社樂天
- 013 光村圖書出版 (2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、森智明 | CL 光村圖書出版株式會社
- 014 山種美術館 (2015年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL 公益財團法人山種美術館
- 015 美術出版社 (2008年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、柚山哲平 | CL 株式會社美術出版社
- 016 兒童科學博覽會 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、江連有美 | CL 公益財團法人稻盛財團
- 017 京都鳩居堂 (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、山崎友里 | CL 株式會社京都鳩居堂
- 018 島村樂器 (1998年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、天野和俊 | CL 島村樂器株式會社

- 019 GRANSTA TOKYO (2020年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、森智明 | CL 株式會社 JR East Cross Station
- 020 知弘美術館 (1997年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、加賀田恭子 | CL 公益財團法人岩崎知弘紀念事業團
- 021 神戸可樂餅 (2003年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL ROCK FIELD CO.,LTD.
- 022 BS朝日 (2000年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石一志 | CL 株式會社BS朝日
- 023 京都藝術大學 (2000年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL 學校法人瓜生山學園京都藝術大學
- 024 YRGLM (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、藤卷洋紀 | CL 株式會社 YRGLM
- 025 elleair (2015年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、山崎友里 | CL 大王製紙株式會社
- 026 岡本太郎紀念館 (2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、栗崎洋 | CL 公益財團法人岡本太郎紀念現代藝術振興財團
- 027 腦活性綜合研究所 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、白石卓也 | CL 株式會社腦活性綜合研究所
- 028 P. G. C. D. JAPAN (2000年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三澤紫乃 | CL 株式會社 P.G.C.D. JAPAN
- 029 山梨縣立富士山世界遺產中心 (2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、杉浦草介 | CL 山梨縣立富士山世界遺產中心
- 030 設計的松屋 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL 株式會社松屋
- 031 菊正宗酒造 (2020年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL 菊正宗酒造株式會社
- 032 文化廳媒體藝術祭 (2012年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、田久保彬 | CL 文化廳
- 033 平凡社 (2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、栗崎洋 | CL 株式會社平凡社
- 034 JAKUETS (2018年) | AD 佐藤卓 | D 鈴木文女 | CL JAKUETS Inc.
- 035 PRESTIGE INTERNATIONAL (2015年) | AD 佐藤卓 | D 野間真吾 | CL Prestige International Inc.
- 036 石坂產業 (2022年) | AD 佐藤卓 | D 森智明 | CL 石坂產業株式會社
- 037 山川出版社 (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、杉浦草介 | CL 株式會社山川出版社
- 038 ASCOT (2006年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL Ascot Corp.
- 039 三角屋 (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL 株式會社三角屋

- 040 HARMONICK (2012年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL Harmonic Inc.
- 041 太陽之塔 (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、向井翠 | CL 大阪府日本萬國博覽會紀念公園事務所、公益財團法人岡本太郎紀念現代藝術振興財團
- 042 黑龍酒造 (2021年) | AD 佐藤卓 | D 江連由美 | CL 黑龍酒造株式會社
- 043 Park Court 赤坂檜町The Tower (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL 三井不動產住宅株式會社
- 044 EGAO (2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、栗崎洋 | CL EGAO Co., Ltd.
- 045 THE GATE HOTEL (2012年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL Hulic Hotel Management Co., Ltd.
- 046 ZENETEC (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、白石卓也 | CL GENETEC CORPORATION
- 047 Diamond Realty Management (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、杉浦草介 | CL Diamond Realty Management Inc.
- 048 軒尼詩 NA-GEANNA (1998年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、天野和俊 | CL MHD MHD Moët Hennessy Diageo K.K.
- 049 METERRA (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL MATERRA Inc.
- 050 HAMACHO HOTEL (2018年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、江連有美 | CL 安田不動產株式會社
- 051 百默 (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三上悠里 | CL 菊正宗酒造株式會社
- 052 SCIP (2020年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、江連有美 | CL 株式會社三菱綜合研究所
- 053 MISC (2007年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓 | CL MISC
- 054 PLANE (2009年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、岡本健 | CL PLANE co., ltd.
- 055 SORA (2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、杉浦草介 | CL SORA Corporation
- 056 21_21 DESIGN SIGHT 企劃展「米展」(2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL 21_21 DESIGN SIGHT
- 057 東京紅豆寒天 (2002年) | AD 佐藤卓 | D 日下部昌子 | CL 千鳥屋總本家株式會社 (該公司已停止營運, 因此在未能取得聯繫的狀態下, 刊登公司標誌)
- 058 番薯乾學校 (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、向井翠 | CL 一般社團法人番薯乾學校
- 059 洗手間的標誌 (2022年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、向井翠 | CL SIGMA Corporation
- 060 21_21 DESIGN SIGHT (2007年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石一志 | CL 21_21 DESIGN SIGHT

- 061 21_21 DESIGN SIGHT「啊!設計展」(2013年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子
| CL 株式會社NHK教育頻道、21_21 DESIGN SIGHT / 「啊!設計展」商
品(2018-2021年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子、田上亞希乃 | CL 株式會社
NHK教育頻道、株式會社NHK PROMOTIONS
- 062 Gleansui(2009年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL 三菱化學可菱水
株式會社
- 063 東洋紡(2022年) | AD 佐藤卓 | D 森智明 | CL 東洋紡株式會社
- 064 NHK教育頻道(2018年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子 | CL NHK Educational
Corporation
- 065 hobonichi(2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL Hobonichi
Co., Ltd.
- 066 A&F(2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、岡本健 | CL A&F Corporation
- 067 日本遺產(2015年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓 | CL 文化廳
- 068 ZENB(2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL ZENB JAPAN
- 069 明治好喝牛乳(2001年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、三澤紫乃 | CL 明治株式
會社
- 070 TORIBA 咖啡(2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL BIRD
FEATHER NOBU LTD.
- 071 HOT NOODLE(1994年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、古賀友規 | CL 東洋水產
- 072 BAO BAO ISSEY MIYAKE(2010年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、野間真吾 | CL
ISSEY MIYAKE INC.
- 073 NHK教育頻道《日本語遊戲》(2003年) ©2003 | AD 佐藤卓 | D 三澤紫乃 |
CL 日本放送協會
- 074 SIGMA(2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、田久保彬 | CL SIGMA
CORPORATION
- 075 AERA HOME(2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、森智明 | CL AERA HOME
Co.,Ltd
- 076 IKKO TANAKA ISSEY MIYAKE(2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、山崎友里
| CL ISSEY MIYAKE INC.
- 077 KAAT 神奈川藝術劇場(2011年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL
公益財團法人神奈川藝術文化財團
- 078 東京千鳥屋(2000年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、天野和俊 | CL 千鳥屋總本
家株式會社(同057)
- 079 積水化學工業(1997年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、加賀田恭子 | CL 積水化
學工業株式會社
- 080 CERAMIC VALLEY(2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、鈴木文女 | CL
CERAMIC VALLEY協議會

- 081 NSK (2019年) | AD 佐藤卓 | D 野間真吾 (NOMA Inc.) | CL NAKANISHI Inc.
- 082 「小心燙傷」(1994年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓
- 083 MIZKAN味滋康博物館 (2015年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL 株式會社 Mizkan Holdings
- 084 InaRIS (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、江連有美 | CL 公益財團法人稻盛財團
- 085 BLUE NOTE JAPAN (2012年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子 | CL BLUE NOTE JAPAN Co., Ltd.
- 086 Attento (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、山崎友里 | CL 大王製紙株式會社
- 087 木之屋石卷水產 (2016年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL 株式會社木之屋石卷水產
- 088 ORBIS (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL ORBIS Inc.
- 089 BLUE & BOOKS CAFÉ (2017年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL BLUE NOTE JAPAN Co., Ltd.
- 090 JIDA (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、向井翠 | CL 公益財團法人日本工業設計協會
- 091 GEO SYSTEM (2020年) | AD 佐藤卓 | D 藤卷洋紀 | CL Geo Systems Co., Ltd.
- 092 NIKKEI DESIGN (1999年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓 | CL 株式會社日經BP社
- 093 SMO (2012年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、岡本健 | CL SMO Inc.
- 094 JAPANGLE (2017年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子 | CL 日本放送協會
- 095 BLUE NOTE東京三十週年 (2018年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、江連有美 | CL BLUE NOTE JAPAN Co., Ltd.
- 096 尾西食品 (2006年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石志一 | CL 尾西食品株式會社
- 097 兵庫縣伴手禮發掘專賣店 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、田上亞希乃 | CL M's Branding Co., Ltd.
- 098 武藏野美術大學 美術館・圖書館 (2010年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、野間真吾 | CL 武藏野美術大學 美術館・圖書館
- 099 神戸牛肉派 (2011年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、岡本健 | CL Juchheim Co., Ltd.
- 100 S&B SPICE&HERB (2010年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、日下部昌子 | CL S&B FOODS INC.
- 101 Café,Dinning & Bar 104.5 (2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子 | CL BLUE NOTE JAPAN Co., Ltd.

- 102 GINZA FASHION WEEK (2013年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、林里佳子、鈴木文女 | CL 株式會社松屋
- 103 神木隆之介出道二十五週年紀念 (2020年) | AD 佐藤卓 | D 田上亞希乃 | CL Amuse Inc.
- 104 Bunkamura 二十週年 (2020年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、中島史朗 | CL 株式會社東急文化村
- 105 HAND CREAM 護手霜 (1994年-) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、天野和俊 | CL 株式會社FineToday 資生堂
- 106 石見銀山 群言堂 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 林里佳子 | CL 株式會社石見銀山生活文化研究所
- 107 21_21 DESIGN SIGHT 企劃展「骨」(2009年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、柚山哲平 | CL 21_21 DESIGN SIGHT
- 108 ICHIOSHI 辛奇 (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、白石卓也 | CL 株式會社美山
- 109 天空之森診所 (2014年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、KAORU MACHIDA | CL 醫療法人杏月會
- 110 Aranmare (2022年) | AD 佐藤卓 | D 野間真吾、白石卓也 | CL Prestige International Inc.
- 111 真穴蜜柑 (2008年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、福原奈津子 | CL 真網代青果株式會社
- 112 SILVER LINING 咖啡館 (2019年) | AD 佐藤卓 | D 田上亞希乃 | CL SILVER LINING
- 113 一之瀨咖啡 (2014年) | AD 佐藤卓 | D 山崎友里 | CL 一之瀨咖啡
- 114 CON TON TON VIVO (2021年) | AD 佐藤卓 | D 長谷川桃 | CL CON TON TON VIVO
- 115 CROSS TALK (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、白石卓也 | CL 21_21 DESIGN SIGHT
- 116 JAPAN DESIGN COMMITTEE 日本設計委員會 (2001年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石一志 | CL 日本設計委員會
- 117 SAHNE 紗奈潤澤乳霜 (1999年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、大石一志 | CL 衛采株式會社
- 118 佐久間草莓牛乳 (2006年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、曾根友星 | CL 佐久間製菓株式會社
- 119 虫塚 (2021年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、向井翠 | CL 虫塚事務局
- 120 BUAISOU (2022年) | AD 佐藤卓 | D 佐藤卓、田上亞希乃 | CL 株式會社TSDO

記號：佐藤卓的120個標誌設計思考（マークの本）

作者 佐藤卓
翻譯 嚴可婷
責任編輯 張芝瑜
書封設計 Bianco Tsai
內頁排版 郭家振
行銷企劃 張嘉庭
日文原書裝幀 芦澤泰偉
日文原書設計 五十嵐徹

發行人 何飛鵬
事業群總經理 李淑霞
社長 饒素芬
主編 葉承享
出版 城邦文化事業股份有限公司 麥浩斯出版
E-mail cs@myhomelife.com.tw
地址 115台北市南港區昆陽街16號7樓
電話 02-2500-7578
發行 英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
地址 115台北市南港區昆陽街16號5樓
讀者服務專線 0800-020-299 (09:30~12:00; 13:30~17:00)
讀者服務傳真 02-2517-0999
讀者服務信箱 Email: csc@cite.com.tw
劃撥帳號 1983-3516
劃撥戶名 英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
香港發行 城邦(香港)出版集團有限公司
地址 香港九龍九龍城土瓜灣道86號順聯工業大廈6樓A室
電話 852-2508-6231
傳真 852-2578-9337
E-mail hkcite@biznetvigator.com
馬新發行 城邦(馬新)出版集團Cite(M) Sdn. Bhd.
地址 41, Jalan Radin Anum, Bandar Baru Sri Petaling, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia.
電話 603-90578822
傳真 603-90576622

總經銷 聯合發行股份有限公司
電話 02-29178022
傳真 02-29156275

製版印刷 凱林彩印股份有限公司
定價 新台幣315元
2024年12月初版
版權所有·翻印必究
ISBN (EPUB) 9786267558621

其他類型版本說明：
2024年12月初版
ISBN 9786267558584 (平裝)

『マークの本』(佐藤卓)

MARKS

Copyright © 2022 by Taku Satoh

Original Japanese edition published by Kinokuniya Company Ltd., Tokyo, Japan

Traditional Chinese edition published by arrangement with Kinokuniya Company Ltd.

through Japan Creative Agency Inc., Tokyo and Jia-xi Books Co., Ltd., Taipei

This Traditional Chinese translation is published by My House Publications, a division of Cite Publishing Ltd.

Marks

Taku Satoh

品牌 logo 的組成，除了視覺上看到的圖像之外，背後其實蘊含了許多耐人尋味的巧思，每一種色彩、形狀都擁有設計師所賦予的象徵意義，讓我們一起透過本書來探索蘊含在品牌符號中的故事與設計脈絡！

—— 圈外設計 | Chris

符號就是最真誠俐落的自我介紹。

—— 究方社創意總監・SIDOLI RADIO 創意總監 | 方序中

「設計是一種聯繫的工具」多年前有幸參與佐藤老師的講座，這句話猶令我深刻，讀了這本書就能了解其深意。

—— 平面設計師 | 施博瀚

《記號》介紹了佐藤卓大師如何將品牌價值以視覺化呈現的獨特設計思考。做為一名平面設計師，我深深被他的創意與洞察力啟發。這本書不僅展示多樣的設計作品，更提供豐富的案例分析，推薦一讀。

—— 凱文設計 | 郭政佑 Kevin

從記號來窺探佐藤老師的視覺化語言，是最為淺顯易懂的方式，從精鍊但多變的記號中，就能看見整個設計思考的脈絡。

—— 平面設計師 | 楊士慶

從人類社會的通用認知經驗出發，簡明傳達圖像訊息——佐藤卓的這本書是我認為成熟設計背後的必修課。

—— 設計師 | 聶永真

記號 (mark) 是組織、品牌、產品或活動的門面，要能夠傳達複雜的訊息、又要獨樹一幟。每個記號的產生都是設計師聆聽顧客需求、對照社會現況、加入個人詮釋、經過反覆打磨調整而成，具有獨一無二的樣貌。

本書收錄日本平面設計大師佐藤卓從數十年設計工作中精選出的120個記號、標誌、logo作品及其核心思考，可從中一窺他將品牌的關鍵價值以視覺化語言呈現背後的设计思考脈絡。從熱賣十數年的明治牛乳包裝設計、21_21DESIGN SIGHT的視覺識別到越後妻有大地藝術祭的標誌，都有讓人驚嘆而多變的創意視角。

Marks Taku Satoh



city
城邦
媒體

ISBN 9786267558584 1GW049 NT\$450 HK\$150