

賞日式平面美學 睹得獎設計風采

■玉置太一為服裝品牌創作的母親節報紙廣告。



裝潢精緻的日本書籍、簡約有趣的日本海報、題材豐富的日本電視廣告……日本設計的獨特風格，吸引着一眾設計愛好者。要一睹日本平面設計師的匠心獨具，可到中環PMQ元創方，參觀下一年一度的Graphic Design in Japan 2023 (Hong Kong Edition)。該展覽由PMQ元創方與日本平面設計協會(JAGDA)舉辦，是日本以外的唯一海外展。 文、攝：小凡

Graphic Design in Japan 2023 (Hong Kong Edition)

展覽日期：即日起至5月5日
時間：11:00 - 19:00
地點：PMQ元創方A座地下 SG03 - SG07
費用：全免

設計重在傳遞愛與美

■岡崎智弘為《啊！設計neo》設計的片頭動畫。

■藤田佳子為香林居做的周邊設計。



設計師玉置太一為服裝品牌創作的母親節報紙廣告於2022年採用了為人熟悉的角色——《我們這一家》的花師奶作為主角，翻頁報紙的特性在讀者心目中留下了深刻的印象。第一頁，報紙一小格畫面中的花師奶說：「那個，後天是什麼日子呢？」接着三分之一報紙版面的花師奶說：「母親節快到了啊，但我需要什麼禮物嘍！」再往後翻，半版廣告大的花師奶又說，「不需要嘍、不需要禮物嘍、真的！」最後佔據整個版面的花師奶說：「真的不需要母親節禮物嘍！」短短幾句帶出了「雖然媽媽總說不需要母親節禮物，但沒有一位媽媽會忘記這個節日，傳達感謝給她吧！」的含義，巧妙地將品牌與母親節連結在一起，讓人印象深刻。

展覽中的一則Copen汽車海報，打破以往汽車廣告重於宣傳車的常態，而是拍攝了美輪美奐的風景，將車放在看似不起眼的位置，表達擁有車便是擁有美景的主題，實現了美學和宣傳的統一，畫面的留白也是日本設計的一個重要特點。

■三澤遙作品「玉造幼稚園視覺與指標系統」。



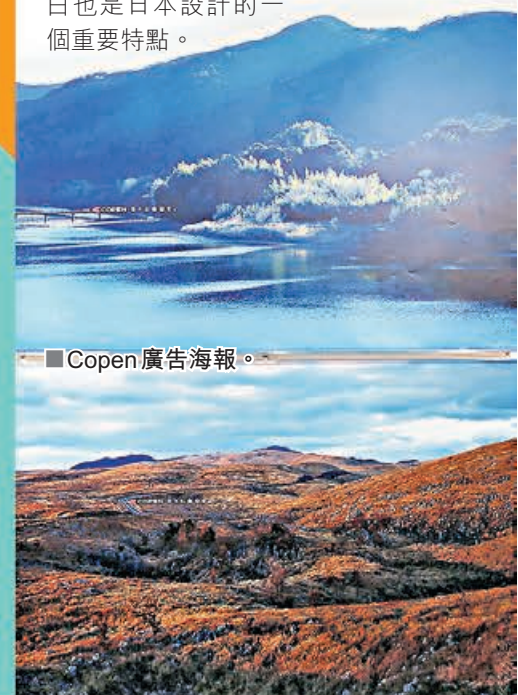
本次展覽展出當中逾300件獲選作品，包括第25屆龜倉雄策賞得獎者岡崎智弘、三澤遙，以及JAGDA新人賞得主藤田佳子、矢後直規等設計師的作品。2023年日本JAGDA獎收到約2,100件投稿，最終580多件作品入選，入選率僅28%。展覽期間更有設計講座、設計師導賞團等免費活動，匯集設計師與跨界創意人對話，從美學、廣告創意、公共體驗打開設計的視野。

■展覽中的獲獎海報。

■獲得JAGDA新人賞的藤田佳子(右二)和矢後直規(右三)來港分享。



■Copen廣告海報。



首領並列大獎

每年一眾評委都會從提交的作品中，評選出最具影響力的作品及其創作者，頒予龜倉雄策賞。而在去年的第25屆，大會首次頒發並列大賞予設計師岡崎智弘與三澤遙。

岡崎智弘為節目《啊！設計neo》的續集製作的開場動畫令其獲得第25屆龜倉雄策賞。他使用日文的「啊」(あ)和圓圈圖案描繪一個人用自己的雙手創造一些東西時，或用自己的眼睛看世界時的體驗和感受。他

表示，在創作時想像了孩子們在房間裏觀看影片時全神貫注的氣氛，利用傳統的平面設計媒介「紙」與「動畫影像」結合。

另一位大獎獲得者則是設計師三澤遙。她為玉造幼稚園設計的視覺與指示牌系統色彩飽和、線條圓滑，每個指示牌都有大小不一的造型，不論在自然環境中、或是在白色和原木色為主的建築外牆上，各個指示牌都顯得十分精巧又顯眼。即使是尚未識字

的孩子，也能嘗試用豐富的童心想像力來理解周圍的世界，藉由獨特的造型指示找到正確的方向。

新人賞獲得者來港分享

獲得JAGDA新人賞的2位設計師藤田佳子和矢後直規將在港參加展覽相關活動，與本地設計師和設計迷們近距離交流。

藤田佳子為日本奈良藝術飯店「香林居」設計了極具記憶點的印刷品。香林居內

外有很多拱型設計，藤田佳子使其變成平面視覺符號，運用在房間鑰匙、門牌、名片與盥洗用品的包裝上，通過巧妙而優雅的視覺翻新，讓入住的旅客從內到外都能深切感受到酒店及當地充滿文化藝術氣氛的魅力。

矢後直規的「HOPE - 希望的形狀」展覽主視覺設計，則以「孩子代表希望，大人代表智慧」為靈感，他表示「女兒就是我的HOPE」，於是矢後直規在女兒的塗鴉基礎上繪製出該套作品，作品下方的數字則是記錄了與女兒合作繪畫出各個部分的日期。