

Tokyo TDC, Vol.25
The Best in International Typography & Design



ISBN 978-4-88752-037-0
C3002 ¥6900E

Prefaces

Type Directors' Index

Jurors

Prize Winning Works

Winners' Comments and Outline of Their Careers

Prize Nominee Works, Excellent Works

Small Graphics

Editorial, Book Design

Type Design

Mark & Logotype, Corporate Stationery, Branding

Signage & Display, Package Design

Advertising

Poster

Experimental Works

RGB

Comments on the Prize Nominee Works

Feature pages:

The pages feature

three prize-winning book design works

Tokyo TDC Members List

Advertisement

写真と写真集の関係は絶えず進化してきた。1960年代以降、日本の写真家にとって、写真集という形式は重要なものとなっていった。作品を広める手段としてというよりも、ギャラリーで展示するオリジナルプリントと同等の、あるいはそれ以上の表現方法となったのだ。なお、写真集を巡るこうした主題については、Japanese Photobooks of the 1960s and '70s (Aperture, 2009年) [邦訳: 『日本写真集史 1956-1986』]を参照していただきたい。日本では写真集自体が作品として成立している。というのも、無味乾燥なカタログのように写真が並べられているわけではなく、写真の内容と写真集という形式が、密接不可分なものとして分かちがたく結びついているからだ。いまや写真集は写真の本質をあらわすものとして、少数だが熱心なファンを獲得している。グラフィックデザイナーの町口覚は多くの写真集に関わってきた。その仕事ぶりは幅広く、どれも卓越しており、同世代の中では突出した存在と言えるだろう。町口の仕事を考える際、マッチアンドカンパニーの成り立ちに目を向けることも重要だ。このデザイン事務所を立ち上げたのは、町口同様、グラフィックデザイナーとして活躍していた彼の父親である。デザインのDNAは父から息子へと確実に受け継がれているのである。町口は「マッチ」というニックネーム(彼の「激しく燃える」ような気性にぴったりではないか)とともに事務所を引き継ぎ、2005年以降は出版社としても活動を始めた。

同世代の写真集を出版するという志を掲げ、マッチはMレーベルを立ち上げた。代表的な作品集に、ホンマタカシ『Trails』(2009年)、大森克己『すべては初めて起こる (Everything happens for the first time)』(2011年)、野村佐紀子『Nude/A room/Flowers』(2012年)、蛸川実花『Self-image』(2013年)などがあり、本稿執筆の時点で31冊の写真集を出版している。その中には佐内正史の作品集も数多く含まれているが、佐内の写真集はほとんどとっていきいらい、マッチが関わっている。ふたりの協働は1997年に始まった。マッチがまだ無名だった佐内の写真集をデザインしたのだ。といっても、その時点で出版のあてはなく、ふたりは写真集のダミーを抱えて、いくつもの出版社を回った。最終的には、当時、創業したばかりの青幻舎から刊行される運びとなった。佐内の記念すべきデビュー作『生きていく』は、空虚さに満ち満ちた独自の感覚が話題となり、順調に版を重ねた(現在、第4刷)。

マッチが関わった写真集は、どれもレイアウトや印刷が古典的かつ丹精で、そのアプローチは、たとえばロバート・フランクの『The Americans』やスティーブン・ショアの作品集と同様、本としての美学を感じさせてくれる。これは写真集全体の流れを重視するため、ときには過激なくらい念入りに編集・構成を行っているからだ。マッチが関わる写真集の多くは、通常の印刷に加え、写真の上からニスを重ねることが多い。そのうえ布張りというなんと豪華な装丁で、いまだきの出版事情からは考えられないくらい手がかかっている。

ここ10年ほど、日本では多種多様なブックデザインが登場し、そこには時代の先端を行くようなものが多く含まれている。Mレーベルの出版物もこうした動きを如実に反映している。Mレーベルはいわゆる一般受けは狙っていない。そのラインナップを眺めると、むしろコアな読者を狙い撃ちするかのような個性的なタイトルがずらりと並び、ある意味では日本の現代写真のショーケースのようでもある。Mレーベルを立ち上げたことで、マッチは出版社として、またデザイナーとして、同世代の写真家たちを世に送り出すことができるようになったのだ。その活動の特徴づけているのはDIY精神である。マッチアンドカンパニーではさらにふたつのレーベルも動き始め、どちらも順調な歩みを見せている。ひとつはマッチの弟である景(ひかり)がディレクションする「M/Light」。これは田村彰英、三好耕三、今道子、藤原新也、立木義浩など、父親の世代に属する写真家たちの仕事を再検証し、新たに写真集を出版しようという試みである。もうひとつは「MMM」。編集者の本尾久子、写真家の森山大道とともに三人で始めたものだ。このレーベルには森山の作品集を毎年出しつづけていこうという目標がある。

1990年代後半、日本経済は不況を迎え、市場は大きな打撃を受けた。もちろん出版業界も例外ではない。さらに2000年代初頭になると状況は激変した。市場が縮小したため、老舗とも言える出版社が倒産し、雑誌販売は劇的に落ち込んだのだ。厳しい状況の中、写真集を制作するのは難しい。マッチは自分で出版社を立ち上げようとした。とはいえ、国内市場だけを当てにしている、いずれ立ち行かなくなってしまうだろう。Mレーベルは、2008年から「バリ・フォト」に参加し、徐々にではあるが、その名を知られるようになっていった。その結果、写真集専門のリトルプレスとして、なんとかやっていける体制を整えることができたのだ。

Mレーベルはいわゆる商業的成功を目指しているわけではない。また、エディションナンバー付きのオリジナルプリントや、写真集のデジタル版を販売することにも関心がない。Mレーベルが実践しているのは、あくまでも紙に印刷し、きちんと製本された写真集を出すという、まっとうな営みであり、そうした姿勢は多くの日本人写真家から信頼を勝ち得ている。昨年、マッチは写真集の写真集『町口覚 一〇〇〇』(一〇〇〇 BUNKO, 2013年)を上梓した。これはマッチが所有する膨大なコレクションの中から、自身に影響を与えた写真集をいくつか選んだうえで、それらのページを複写・再編集したモノクロの写真集である。そこには日本の写真史における古典から、ユルゲン・テラーのような現代写真の巨匠に至るまで、多彩な写真が収められている(なお、この写真集はオンデマンド印刷のプラットフォーム「BCKKS」を通して刊行された)。「町口覚 一〇〇〇」はさまざまな写真集を通して綴られたマッチ自身の自叙伝であると同時に、デザイナーと写真集の抜き差しならない関係を実体化した作品でもある。マッチは古びたページを組み換えることで、新しい本を構築したのである。

アイヴァン・ヴァルタニアン

ライター、キュレーター、発行者、定義を超える関わり方で写真と写真家と多面的な活動を国内外で行っている。ゴリガという会社名(www.goliga.com)で本の発行、インスタレーション、展覧会、エディションの作成など、日本の写真家と東京をベースに活躍。2009年に東京都写真美術館の金子隆一と共著で『日本写真集史: 1960年~70年代』(英日仏共同同時出版)を企画し、『Setting Sun: Writings by Japanese Photographers』(2007年、Aperture 発行)など、数多くの本を手がけている。パフォーマンスという前衛的な仕組みで出版物、イベント、実験、体験などを企画・プロデュース。

- (1) P263
Katsumi Omori
"Everything happens for the first time"
- (2) P264
Sakiko Nomura "Nude/A room/Flowers"
- (3) P265
PARIS PHOTO 2013 ^{MOU}
at Beijing ^{MOU}
- (4) P262
"Satoshi Machiguchi -OOO"
-OOO BUNKO, BCKKS / 2013

- (1) P263
大森克己
「すべては初めて起こる」
- (2) P264
野村佐紀子
「Nude/A room/Flowers」
- (3) P265
PARIS PHOTO 2013 ^{MOU}
北京にて ^{MOU}
- (4) P262
「町口覚 -OOO」
-OOO BUNKO, BCKKS / 2013

The relationship between photography and the photobook has been evolving continually. Since the 1960s, the photobook has had particular significance for photographers in Japan not only as a means of disseminating their work, but also supplanting exhibition prints as that work's final form—a topic I explored in *Japanese Photobooks of the 1960s and '70s* (Aperture, 2009). In recent years, the photobook's function has recognisably gone beyond its early function as a vessel of transmission with little to no affect on its cargo to a form that is indistinguishable from its contents. Now the photobook is an intrinsic component of how photography can engage its audience. Designer's Satoshi Machiguchi's contribution to the field of photobooks is remarkable not only for the authenticity and scope but also for being the culmination of a generation. In recognizing the achievements of Machiguchi through his design office Match and Company, we are acknowledge the importance of lineage and tradition too. This legacy is in Machiguchi's DNA; Match and Company was started by his father, also a graphic designer. Machiguchi inherited that mantle along with the Match moniker—well-suited to his fiery character—and expanded to become a publisher in 2005.

He started the publishing enterprise, commonly referred to as "M Label," with the ambition to design and publish monographs by photographers of his own generation, such as an experimental body of work by Takashi Homma titled *Trails* (2009), *Everything happens for the first time* by Katsumi Omori (2011), *Nude/A room/Flowers* by Sakiko Nomura (2012), and *Self-image* by Mika Ninagawa (2013). At press time, M Label had released thirty-one titles. This includes many monographs by Masafumi Sanai, who has published almost all his books with Match. Their working relationship began in 1997, when Match designed a book dummy for the then-unknown photographer; they went together from publisher to publisher to pitch the project until Match persuaded a newly launched Kyoto publisher, Seigensha, to take the plunge. The book, *Ikiteiru*, Sanai's debut publication, immediately became a topic of discussion for its studied emptiness. It is currently in its fourth printing.

The books Match has designed have a classic, near-standard sensibility in their approach to printing and layout, harkening back to the aesthetic of books such as Robert Frank's *The Americans* or any publication by Stephen Shore. Rather than using full-bleeds, giving photographs an aggressive treatment, the aim is to present a sequence of plates. Most of the books are clothbound with a layer of varnish over the photographs—the kinds of elements, which are the first to get cut from emaciated publishing budgets.

Although many exquisite examples of cutting-edge book design have emerged from Japan during the last ten years, the solid selection and assembly of projects under M Label reflects another side of this close-knit industry. Its publishing list presents an idiosyncratic but particular history of contemporary Japanese photography; rather than addressing a general public, Japanese photography of the last ten years seems much more at ease addressing a specific, local audience. M Label allows Match to act as designer, publisher, and collaborator for a generation of photographers that is in part defined by its DIY mentality. His company now publishes books under two other imprints as well: M/Light, directed by Match's younger brother Hikari and dedicated to publishing and researching the work of photographers from their father's generation, such as Akihide Tamura, Kozo Miyoshi, Michiko Kon, Shinya Fujiwara, and Yoshihiro Tatsuki; and MMM, a label he established with editor Hisako Motoo and photographer Daido Moriyama, with the sole aim of publishing a monograph of Moriyama's work every year.

The economic instability in Japan during the mid- to late 1990s affected nearly every sector of the country's economy, and the publishing industry was certainly not immune. In the early 2000s, the publishing landscape was marked by the bankruptcy of several long-established publishing houses and the dramatic shrinking, to near extinction, of the magazine industry. It was that difficult climate and the frustration of not being able to produce photobooks that led Match to become his own publisher. But relying on the Japanese market alone would not provide enough traction: it wasn't until 2008, after several years of attending Paris Photo, that M Label became an established presence in the bookselling market and the whole prospect of publishing started to seem sustainable.

M Label is not focused on the business side of publishing books. It doesn't produce limited print editions or digital editions of its publications. Rather, it is a decided allegiance to paper, printing, and binding that drives its projects, and has garnered the publisher the trust of many Japanese photographers. Last year Match produced an omnibus photobook titled *Satoshi Machiguchi 1000* by photographing books from his collection and reediting them together into one black-and-white brick. The titles he selected range from Japanese classics to those by more contemporary masters such as Juergen Teller, and it was published via an on-demand platform. A design project as much as it is an autobiography of influence, 1000 is also a demonstration of how this designer relates to photobooks: by piecing together a new structure from existing leaves.

Ivan Vartanian is a writer, curator, and publisher based in Tokyo. Under the imprint Goliga (www.goliga.com), he has collaborated on and produced many projects—books, exhibitions, installations, performances, events, and limited editions with Japanese photographers. Vartanian is the co-author of *Japanese Photobooks of the 1960s & 70s* (Aperture, 2009) and *Setting Sun: Writings by Japanese Photographers* (Aperture, 2006).