

## 1. 派遣概要

派遣先：香港  
派遣者：中臺隆平（国際委員会副委員長）  
派遣費：旅費＝先方、謝礼＝当方

## 2. 参加事業「Graphic Design in Japan 2022 (Hong Kong Edition)」

会期/会場：2023年5月25日（木）～6月11日（日） PMQ 1F「Block A」（香港）  
主催： PMQ、JAGDA  
内容： 「日本のグラフィックデザイン2022」展の作品一式を貸し出し、PMQで展示構成。  
告知ヴィジュアル協力（上西祐理／東京版ヴィジュアルを香港版にリデザイン）。  
費用： 輸送費・展示設営費＝会場負担、作品貸出料＝無料  
後援： 香港デザインセンター、香港デザイナー協会、香港ファッションデザイナー協会、香港インテリアデザイナー協会、香港デザインインスティテュート(HKDI)、香港大学專業進修学院(HKU SPACE)、香港工科大学デザイン学部、ロンドン芸術大学香港同窓会  
協力： LG OLED ART（デジタル作品展示）、Gustaci、H.K. Lovecraft（内覧会ケータリング）  
  
来場数： 5,487人（18日間・304人/日）＋内覧会121人 \*2019年は749人/日  
イベント： 内覧会（121人）、トーク（計4回・182人）、デザイナーによるギャラリートツアー（10回・153人）、自由参加ワークショップ（991人）  
主な掲載： Sing Tao Daily 星島日報（日刊紙/中国語繁体字）、Ming Pao Weekly 明周、日本国香港総領事館Facebookなど

## 3. 派遣スケジュール

5月26日（金）羽田発、27（土）取材対応・トーク、28（日）香港発

## 4. 派遣参加者より

香港のクリエイティブハブであるPMQで行われた「日本のグラフィックデザイン2022」展のトークイベントに登壇してきました。同時に、香港での日本のグラフィックデザインへの関心の高さが、どのような文脈からきているのかを見てきたいと思いました。

PMQは、若手デザイナーが展示販売できる貸出スペースをメインに、大小さまざまな展示会場、宿泊や図書室、カフェやレストランも併設する非常に大きな施設で、香港のど真ん中にあります。私が泊まった部屋も施設内にある「デザイナーインレジデンス」という部屋で、海外からのデザイナーが長期滞在でき、住宅環境が限られている香港で非常に良い取り組みだと思いました。

展覧会は、JAGDAの年鑑2022作品展を凝縮した形でPMQの1階で行われ、その横でワークショップやトークイベントが開催されました。倉倉雄策賞、JAGDA賞、新人賞と、各カテゴリーから選りすぐりの作品が展示され非常に中身の濃い展示で、地元のデザイン系学生やプロのデザイナー、デザイン教育関係者が多く訪れていました。テレビ局の特集取材もあり、日本のデザインへの興味関心が非常に大きいことを感じました。主にJAGDAの取り組みについて、僭越ながらテレビ局の取材にも答えさせていただきました。

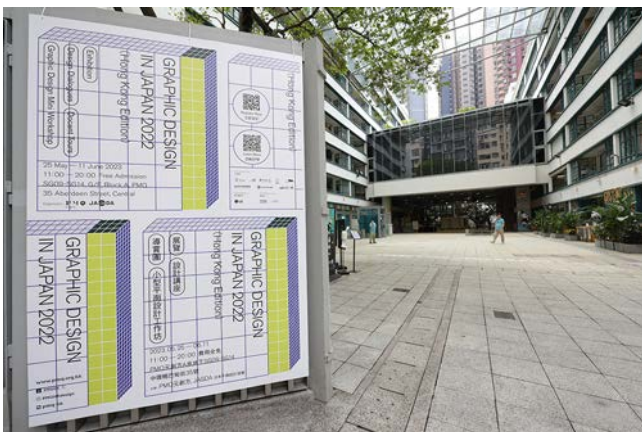
トークイベントは、Hong Kong Design Instituteのコミュニケーションデザイン学科長のKeith Tam氏をモデレーターに、私がゲストスピーカーとして対談しました。Keithさんとは渡航前の打ち合わせで「日本のデザインとは？」というよりはフラットにグラフィックデザイン一般について話すことに決定し、グラフィックデザインという存在自体が何なのかを話す機会となりました。彼が最初に前段を話し、その後グラフィックデザインとはそもそも何で、

社会とどう関係して、どういう役割を担っていくべきか、などを2人でおよそ45分話しました。私的には発見のある面白いトークになりました。印象的だったのは「日本のグラフィックデザインは間違いなくスイスのグラフィックデザインの影響を受けている」というKeith氏の見解でした。何を意図しているのかわかるのですが、その時はそこまで腑に落ちてはならず、ただ現在は、端正で綺麗で整っている様子が同じように見えているのかと思っています。確かにスイスと日本は民族的に真面目な性格は似ていると思っています。

さらに、お互いイギリスでの経験もあったのでアジアとヨーロッパの仕事の進め方の違いなどにも話が及びました。香港は歴史的にもイギリスとの関係性が強いので、参加者もイギリスと日本、両方に興味が強いと感じました。質疑応答では、日本でのクライアントとの関係性など実践的な質問や、日本とイギリスのどちらに進学したらよいと思うか？などの具体的な質問もありました。

視察を通して感じたことは、もちろん香港で日本や日本のデザインへの興味関心が強いことは、日本ブランドへの信頼や共感に現れていて、街ではMUJI、AEON、UNIQLO、GU、ドン・キホーテ、吉野家、山崎パンなどのほか、日本語風の店名も随所に見つけました。現地のデザイナーの友人とも話しましたが、日本らしい（直訳すると日本デザインの影響下にあるデザイン）はすごく人気があり、端正でシンプルで洗練されたものが日本らしいものだとプロのデザイナーである彼も言っているくらいです。やはり日本がアメリカやヨーロッパのデザインを模倣したように、表面的な表現への興味が大きいようにも感じました。

日本のグラフィックデザインが一つにカテゴライズされる嫌悪感と同時に、それを求められているという事実と、その求められている期待に応えたくない気持ちとが混ざりながら、日本人として海外で仕事をするには確実にその期待値も含まれているなど、現実と理想を考える視察になりました。



上左：PMQ入口 上右：中墓氏トーク

左：「藝文誌」TVB（香港の民放TV局）



### 番組紹介文（和訳）

グラフィックデザインは私たちの日常生活に密接に関係しており、パッケージやポスター、メニューに至るまでグラフィックデザインの仕事です。今回は、日本の受賞歴のあるグラフィックデザイン作品を紹介し、香港と日本のデザインコンセプトの違いを理解していただきます。



各賞



複合



ポスター



ジェネラルグラフィック



CI・VI・シンボルロゴ・タイプフェイス・環境空間



ブック・エディトリアル



パッケージ



新聞広告・雑誌広告



映像



内覧会（右から4人目：中原直人氏[在香港日本国総領事館首席領事]、中央：William To氏 [PMQ代表]）



地元デザイナー（左）によるギャラリーツアー



IKEA CHINA 団体見学



展示入口「インタラクティブウォール」

…簡単な質問にシールで投票。入場前にGDについて考えさせる



展示出口「自由参加ワークショップ」

…展示を見終えた後、カードに自分なりのGDを作る