

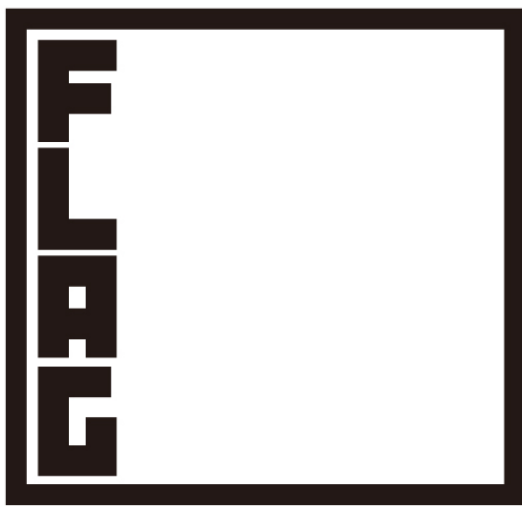
FLAG stands for Foreigner's Live Art Guide. Quarterly, bilingual and in full colour, FLAG is the only portable guide to live art and creative events in Osaka.

This issue: Back from the New Years Holidays, Osaka is full of great things to see! Especially one very interesting Package Design Exhibition...

FLAG (Foreigner's Live Art Guide) は000が発行する、季刊のバイリンガル大阪アートガイドです。

Published by: ○○○ outoffice.jp

partners (in alphabetical order):



Foreigner's Live Art Guide, Osaka

007

Jan - Mar 2011

FREE

www.f-l-a-g.net

Supported by:



Printed by: 国際印刷出版研究所

JAPANESE PACKAGING DESIGN EXHIBITION

Mar 1 Tue - 21 Mon 11:00 - 21:00 at d~ba in E-ma

JAPANESE PACKAGING DESIGN EXHIBITION

No matter what you think about Japanese Packaging Design—

- Just love it, I'm an addicted collector.
- It's so much more beautiful and elaborate than packages in my country.
- It's amazing, all the attention put into the details.
- Never thought of it as special.
- Too excessively packaged.
- Ridiculous! It's crap!
- Other:

—we hope to offer you a new perspective on this topic.

The products on display will be ordinary daily-life commodities available at supermarkets, convenience stores and department stores. Brought into an exhibition environment however, they can't be purchased, and thus you have to 'acquire' them in a different way: Experiencing and considering the qualities they possess rather than possessing them.

Have you ever wondered why polystyrene food trays are clad with sheets mimicking wood, Japanese paper or lacquerware texture?

- It makes the food look more appealing, and delicious.
- Err... Are they?
- It's totally unnecessary.
- The warmth of the real material could never be conveyed by a fake pattern.
- Other:

Imagine a new soft drink or snack you really like. After a short period of time, the product isn't available anymore. Would you be annoyed?

- No. There will be new interesting products. I wouldn't miss it.
- No. If it's really good, it'll pop up again, and I'm looking forward to that moment.
- I'm not fond of soft drinks or snacks.
- Yes, this happened to me. I can't understand this obsession with limited products.
- Other:

Do you use the umbrella bags provided at entrances of shops and restaurants on rainy days?

- Yes, of course. It's a matter of courtesy, important to prevent slippery floors and to avoid wetting other people and products.
- Yes, if there is a shop assistant who does it for me.
- Yes, but I never gave it a thought; I just use them.
- No. These umbrella bags bother me! What a waste!
- Other:

These are just a few 'packaging phenomena' that leap into the eyes of foreigners in Japan. (And some probable responses, reflecting the thoughts we came across, of both Japanese and foreign people.)

We appreciate these 'phenomena' and believe, that the Japanese approach to packaging—including sales and service strategies as well as 'packing' beyond commercial purposes—is a manifestation of Japanese customs, culture and mindset.

Even today's modern packaging design is influenced by the change of the seasons and the joy of evanescence. Japanese culture has yielded from this. It has incorporated the concept of seeking harmony between contradictory positions, trying to be both efficient and lavish. And it embraces the idea that 'everything is connected', maintaining the 'big picture' attitude by taking into consideration the different stages of use, providing more fun as well as avoiding any inconveniences.

The presented design examples will vividly illustrate the underlying Japanese thought processes. Looking at them with different eyes will be inspiring and thought provoking for not only for design concepts but cross-cultural understanding as well.

Thus, everybody—not just designers, Japanese as well as foreign visitors—will have an insightful yet fun time at our exhibition. We hope to see you at d~ba in the E-ma building, from the 1st till the 21st of March, 2011.

will attend

パッケージデザインに興味がありますか?

- とても好きで集めている
- 細部までこだわっていて素晴らしい
- 特に意識したことはない
- 過剰包装だと思う
- とるに足らないものだ
- その他

あなたの答えがどうであれ、私たちはパッケージデザインの新しい見方を提案したいと思います。

本展の展示物は、スーパーやコンビニ、デパ地下など日常生活で見かけるありふれた商品です。しかしながら、展示環境に置かれたこれらの商品は作品となり、買うことはできません。消費するのではなく、鑑賞することで、これらについて考えます。

今までに和紙や漆器などを模した食品トレーについて考えたことがありますか?

- はい、食べ物を美味しそうにみせていると思う
- 結局フェイクだし、必要ないと思う
- えっと、そんなのありましたっけ?
- その他

好きなおかしやドリンクのことを想像してください。短期間でお店からなくなってしまう商品が多いことは残念ではないですか?

- いいえ、他の新しい商品が見れて楽しい
- いいえ、とても良いことだと思う。また市場にでてくる瞬間が待ち遠しい
- ドリンクやおかしは好きじゃない
- 強迫観念のように新しい期間限定商品が発売されるのは理解できない
- その他

雨の日にレストランやお店の入り口に置かれている傘袋は使いますか?

- はい、もちろん。床や商品を濡らさないために重要だと思う
- はい、それをしてくれるショップアシスタントがいるから
- はい、でもあまり真剣に考えたことはない
- いいえ、まったくの無駄だと思う
- その他

これらは日本に住む外国人の目に飛び込む「パッケージ現象」のいくつかの例です。(そして、外国人と日本人両方のこれらの「現象」に対する反応です。)

これらの「現象」は、パッケージデザインのみならず、習慣や文化などを含む、日本人の「包むこと」への考え方を明らかにするものだと考え、それを検証します。

現代のパッケージデザインにおいても、日本的な「季節の変化」や「はかなさへの憧憬」の影響を見ることが出来ます。またパッケージデザインは、矛盾と調和を両方含むような日本人の考え方も密接に結びついています。そして、「すべてのものに関係がある」という日本的な考えから、さまざまな状況での使用が考えられ、不便さをすべて解決しながら楽しさも追求するような、「全体」が考えられています。これらはあまり西洋のパッケージデザインには見受けられない点です。

本展で展示される商品はこれら日本人の考えや姿勢をビビッドに表しています。いつも目にする商品をいつもとは違った視点で見つめることは、デザインだけでなく、文化的にもとても刺激的な体験です。デザイナーだけでなく、多くの日本人と外国人にとって、示唆にあふれ、同時に楽しいものとなると思います。ぜひ3月から梅田のイーマの多目的ギャラリー、ディーバで開かれる本展に足を運んでください!

参加する

ニッポンのパッケージデザイン展

~これを剥がさんと欲すれば、必ずしばらくこれを包む~

2011年3月1日(火) ~ 3月21日(月) 11:00 ~ 21:00
d~ba [E-ma] (FLAG 3, Map: Kita 1-B)



ニッポンのパッケージデザイン展
JAPANESE PACKAGE DESIGN EXHIBITION

To unwrap something, you need to wrap if first.

「これを剥がさんと欲すれば、必ずしばらくこれを包む」

Osaka (Japan)

March 1 Tue - March 21 Mon, 2011
@ Gallery space "d~ba" in E-ma, Umeda
E-ma多目的ギャラリースペースd~ba (梅田)

Frankfurt (Germany)

April 27 Wed - May 1 Sun, 2011
Nippon Connection Film Festival
ニッポンコネクション映画祭

Organizer / 主催: JPDEX committee / JPDEX実行委員会 [Bianca Beuttel / Tetsuya Goto / Duncan Brotherton]

Support / 後援: Goethe Institut Osaka / ドイツ文化センター・大阪

[日独交流150周年記念事業]



www.jpdex.net