

個展リーフレット制作

田中一光 × MUJI

グラフィックデザイナーの田中一光さん没後20年の企画展を考え、そのリーフレットを制作しました。色、フォントで無印良品らしさを表現しました。裏面は見た人が読みやすいように情報の整理を心がけて制作しました。

企画展
没後20年
IKKO TANAKA
×
MUJI

田中一光

× **MUJI**



ロンドンに。パリに。MUJIの風が吹く。

07/22
2022
08/29

無印良品の誕生、
MUJIの誕生。

〒545-6016
大阪府大阪市阿倍野区阿倍野筋1-1-43 あべのハルカス1
近鉄「大塚阿倍野駅」、JR・地下鉄「天王寺駅」、
阪急上町線「天王寺駅前駅」下車すぐ。
【お問い合わせ】TEL06-4399-9050
【公式サイト】https://www.tanakamuji.jp/



あべのハルカス美術館
ABENO HARUKAS ART MUSEUM

◎火曜日の休館日
◎7/22(土)8/29(日)は、特別展「田中一光展」開催のため休館日
◎主催 あべのハルカス美術館、無印良品、MUSE、©監修・後援 株式会社MUJI、産経新聞社、大阪市
◎企画制作 無印良品、TBSテレビ
◎新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、展示期間の変更や入場制限等を行う場合があります。
最新の情報は美術館公式ホームページをご確認ください。

無印良品とは「思想」であり、「ライフスタイル」である。

1980年無印良品は「消費社会」へのアンチテーゼとして株式会社西友からプライベートブランドとして「無印良品」がデビューしました。当時の日本は、資本の論理が優先され、「売るため」にモノが本質から離れていた時代。無印良品は、そのような状況への批評を内側にも含むものとして、「無印」という立場に「良品」という価値観をつけて誕生した概念です。
田中一光が初代アートディレクターとしてコンセプトワークの中心的役割を担い、亡くなるまでの20年余に渡り無印良品の思想を表現しました。田中一光が提案した「豪華に引け目を感じることなく誇りをもって簡素であること」「無駄を省いていくことによって、豪華なものよりもっと素敵に見える。」といった考え方は40年以上経った現在でも引き継がれています。
本展示会で田中一光のデザインと当時の商品を通して無印良品のはじまりから、そこにこめられた思いを紹介します。普段何気なく使用している無印良品を今より少しでも知ってもらえればこの上ありません。



観覧料(税込)	一般	大高生	中小生
当日	1,000円	700円	300円
前売	700円	500円	100円

※障害者手帳をお持ちの方は美術館チケットカウンターで購入されたご本人と付き添いの方1名まで当日料金の半額。

※各種前売券発売期間 5月1(土)～7月21(水)まで

【チケット販売所】あべのハルカス美術館ミュージアムショップ(美術館開館日のみ)、あべのハルカス美術館観覧券特別ホームページ(オンラインチケット)、近鉄駅前売場、セブンチケット(セブンコード:526-113)、チケットぴあ(PCODE:531-162)、ローソンチケット(Lコード:11350)、ファミリーマート、イープラス、CNプレイガイド、近畿日本フェリスグループの店舗(一部店舗を除く)など



あべのハルカス美術館へは、ご利用エレベーター【あり】地下1階(本館2階)をご利用ください。
近鉄「大塚阿倍野駅」、JR・地下鉄「天王寺駅」、
阪上町線「天王寺駅前」下車すぐ。

田中一光

1930年奈良市生まれ。京都市立美術専門学校(現・京都市立芸術大学)卒業。建築関係、産経新聞を経て、57年上京。ライトパブリシティに入社。60年、日本デザインセンター設立に参加。63年、田中一光デザイン室を主宰。日本万国博覧会政府館の展示設計や、札幌冬季オリンピック大会、ロンドン「ジャパンスタイル」等の企画、展示設計など多方面の分野で国際的に活躍し、73年より西武流通グループ(現・セゾングループ)のアートディレクターとして活躍。店舗空間、環境デザイン、CI計画、グラフィック、「無印良品」のアートディレクションなどを通して、企業イメージ戦略をデザイン業から総合的に支えた。2002年没。



講演会「MUJIの誕生」

1980年「無印良品」創設に携わり、以来アドバイザー・ボードを務める小池一子氏を招いて無印良品発足時の話やポスターに込められた意味、ロンドン出店時の様子など様々なお話をさせていただきます。



開催日 8月8日(日)
時 間 14時～16時(定額制有料)
場 所 小池一子氏(和歌山県立美術館館長、武蔵野美術大学名誉教授)
※あべのハルカス22階セゾールルーム ※セミナールームへは、17階からエレベーターにお乗りください
定 員 170名 参加費 無料
お申込み 公式サイト https://www.tanakamuji.jp/、お電話(06-4399-9050)にて承ります

※新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、チラシ掲載内容に変更、展示期間の変更や入場制限等を行う場合があります。
最新の情報は美術館公式ホームページをご確認ください。
※駐車場はございません。公共交通機関をご利用ください。

〒545-6016
大阪府阿倍野区阿倍野筋1-1-43 あべのハルカス16階
お問い合わせ 06-4399-9050
美術館公式HP https://www.tanakamuji.jp/



あべのハルカス美術館
ABENO HARUKAS ART MUSEUM

U.F.Oインフォグラフィック

日清焼きそばU.F.Oの歴史、名前の由来、作り方などを調べてその情報をインフォグラフィックでまとめました。
U.F.Oテーマカラーでもある黒、赤、黄を使いイラストを見ただけで情報が伝わるようにしました。

★日清焼きそば★

U.F.O.

インフォグラフィックで解剖!

U.F.Oってなんぞ!

焼きそばを数袋で持てた時の香ばしいロースト豚、旨味たっぷりの香り高いソースが特徴。「ソースがおいしい!」そんな時に心も体も満足できる、香りと香りの濃厚カップ焼きそば。

商品名の由来は?

U=うまい

F=太い

O=大きい

商品名のU.F.O.の由来は商品特徴でもある「うまいソース(うまい=U)、太い(太い=F)、大きい(キャベツ(大きい=O))」を表している。上記の理由以外に空飛ぶ円盤を思わせる形状もあって、当時の社長がフタを開けると空に飛はしてしまっただことあるという噂が...? 因みにロゴの下に「UNIDENTIFIED FLYING OBJECT」の小さく書かれている。

濃厚ソースとふりかけ!

U.F.O.のメインは、ソースといっても過言ではない、ガーリック・オニオンをベースにしたオイルと、シナモン・黒コショウなど18種のスパイスと、リンゴ・ハイナツルなどフルーツ7種を押し込んだ旨味のソースを合わせて「ソース第一」にコクと旨みと香りを閉じ込めている。

ふりかけは香りと味を引き立てる焼きそばに欠かせない乾生薬と香りのふりかけだ。

U.F.O専用の容器!

麺をかき混ぜやすいように内面はつるつるに、お湯を捨てるとに滑ってやけどしないように内側はサラサラになっている。面白い容器が多いカップ焼きそばの容器だが、U.F.O.の容器は丸みをイメージして丸くしている。大きさは直径18.0cm、高さ4.8cmだ。大型の容器を採用したカップ麺はU.F.O.が初めてだ。

U.F.O.の作り方!

- 1 ふりかけの量を量り、フタを半分まで割がし、ソースの量を量り出す。
- 2 熱湯を内面の線まで注ぎ、フタをして3分待つ。ソースはフタの上で凍る。
- 3 湯切り口のフタを割かし、カップのふりかけの量に合った湯を注ぐ。
- 4 フタを割かしソースを削いでよく混ぜ合わせる。最後にふりかけをかけて完成。

U.F.O.は発売45周年!

U.F.O.は1976年に発売されたから今年でなんと45年。今も昔も変わらず私たちの「焼きそば」を応援している。

U.F.O.は25年売上No.1!

U.F.O.は累計2億1千万個の量で1996年から2020年まで25年連続売上No.1に輝いている。また、累計50億食も突破している。

食べ応えのある麺!

ソースとの絡み、食べ応えのあるコン、U.F.O.のために計算された太さの麺。100gあたり100gだ。

大きなごぼう具材!

シナモン・黒コショウなど18種のスパイスと、リンゴ・ハイナツルなどフルーツ7種を押し込んだ旨味のソースを合わせて「ソース第一」にコクと旨みと香りを閉じ込めている。

具材の割合

45枚 5枚

キャベツバンバンでキャベツを振おう!

カップ焼きそばの湯切りをする時、キャベツがフタ裏についてしまうことがある。気づかずに蓋ごと捨ててしまった。そんな悲しい事態を防ぐのがキャベツバンバンだ。U.F.O.から贈られるキャベツは年間約44にもなる。食べる前に蓋を叩いてキャベツを振おう!

北の黒米

学生奨励賞受賞

黒米が持つ美肌効果や豊富な栄養素をアピールするために女性の横顔で表現しました。黒米の古くからの歴史と顔の肌の質感をわしで表現しています。お米のパッケージデザインだとわかるように眉毛と口ゴにお米のシルエットを使っています。



change !

