

KOJI MIZUTANI 水谷孝次

Kazumasa Nagai 永井一正

In recent years the underlying tone of Koji Mizutani's works might be described as an "aesthetic of restraint": a conscious effort to eliminate, to the optimum degree possible, anything he deems superfluous. This artistic orientation comes at a time of unprecedented awareness of the critical state of the earth's environment and global concern for our ecological future. (As I write, the "Earth Summit" is being convened in Brazil.) Fortuitously, one might hope, as the dimensions of this impending crisis become increasingly evident, the world is finally beginning to turn away from its love affair with excess abundance and raucous superficiality, moving instead toward an appreciation of genuine quality of life. A corresponding shift can be detected in the world of art as well. Replacing the flamboyant outpourings of energy that have held sway in the art world for years—"new painting" being a prime example—is a rekindled appreciation of simpler, more intellectual art that one might define as "minimalism." What Koji Mizutani has done, it would seem, is to have anticipated the current trend, relying on his acute sensibilities as a designer, and forged ahead with a design cosmos uniquely his.

A review of Mizutani's works readily reveals that "simplicity" forms a common conceptual thread running through his every design: as an artist he makes no attempt to assert his individuality through strong expressive means. His methodological approach, carried out with unwavering resolve, is to create posters which in each instance achieve the optimum effect for the product or client at hand. Once he determines how such effect can be achieved, he focuses on the very core of his aim, casting off all that he judges to be unnecessary. The artistic versatility and diversity of expression that one inevitably comes to appreciate in his works derive from the wealth of variety of his assignments and the "ideal" solutions which he instinctively finds for them.

A premier example of Mizutani's minimalism is his series of posters designed for the Swiss watchmaker Swatch. Each of the six posters in the series features a watch appearing to extend out from a fluorescent background of single color, accompanied neither by logo nor written copy. The minimalist trend has also clearly made its way into the traditionally exuberant world of fashion. In his posters for the new brand "SA.t", instead of merely having a model stand draped in SA.t clothes, Mizutani shows the fashions off to maximum effect by capturing a ballerina in motion against a background of pure white. Equally effective results are achieved in his posters for "CINQ," a fashion tenant building. Here Mizutani relies on monochrome photography made to look like ink paintings. Against this background of black and white he positions the corporate logo, done in a brilliant contrast of primary colors.

Though earlier I described Mizutani's art as an "aesthetic of restraint," the self-restraint which this expression implies does not produce desiccated designs of stoic blandness. On the contrary, Koji Mizutani is a designer who continuously challenges the limits of his own capabilities, a designer who will surely continue his quest toward his dreams well into the future.

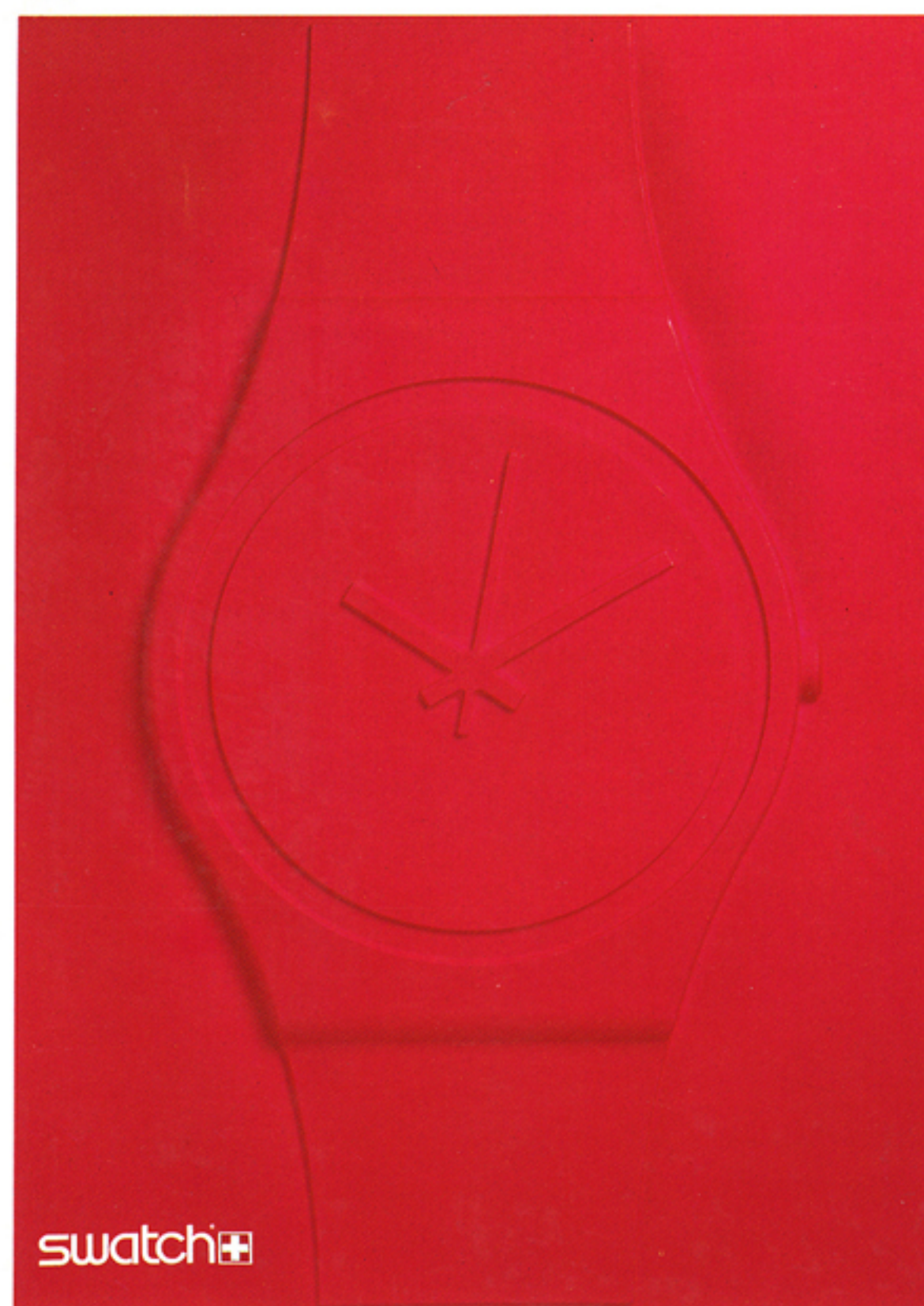
水谷孝次の近作デザインの基調として流れているのは抑制の美学とでもいおうか、余分なものを可能な限り除去しようとしているように見える。現在ブラジルで「地球サミット」が開催されているが、地球環境の危機の認識、エコロジーに対する関心が世界中で今ほど高まったことはなかった。それだけ危機が迫っているということであろう。豊かさの過剰や喧噪が影を潜め始め、本物志向に趨勢は移りつつある。美術においてもニューペインティングに代表されるエネルギーの放出といったギラギラしたアートからミニマルアートの再評価でうかがえる知的でシンプルなアートシーンに移行しているように思われる。水谷はデザイナーとしての鋭い感性でそれ等をいち早くキャッチし、時代を先取りしながら自らのデザインを展開しつつあるようにみうけられる。

水谷のデザインを眺めると、コンセプトとしてシンプリシティが貫かれているが、表現として自分の個性を強烈に主張しているわけではないことがわかる。企業や商品にとってどのようなポスターが最も効果があるのかというアプローチの方法論を徹底的に考えながら、その最も中核となるものへ、余分なものを排しながら絞り込んでいく。水谷が多才で表現にバラエティがあるように見えるのは、違った企業や商品にそれぞれ最も適合した表現を見つけた結果だと思う。水谷のデザインには発想としての柔軟さと、一旦方向を定めて造形としてにつめていく時の妥協を許さぬ頑固さが共存している。

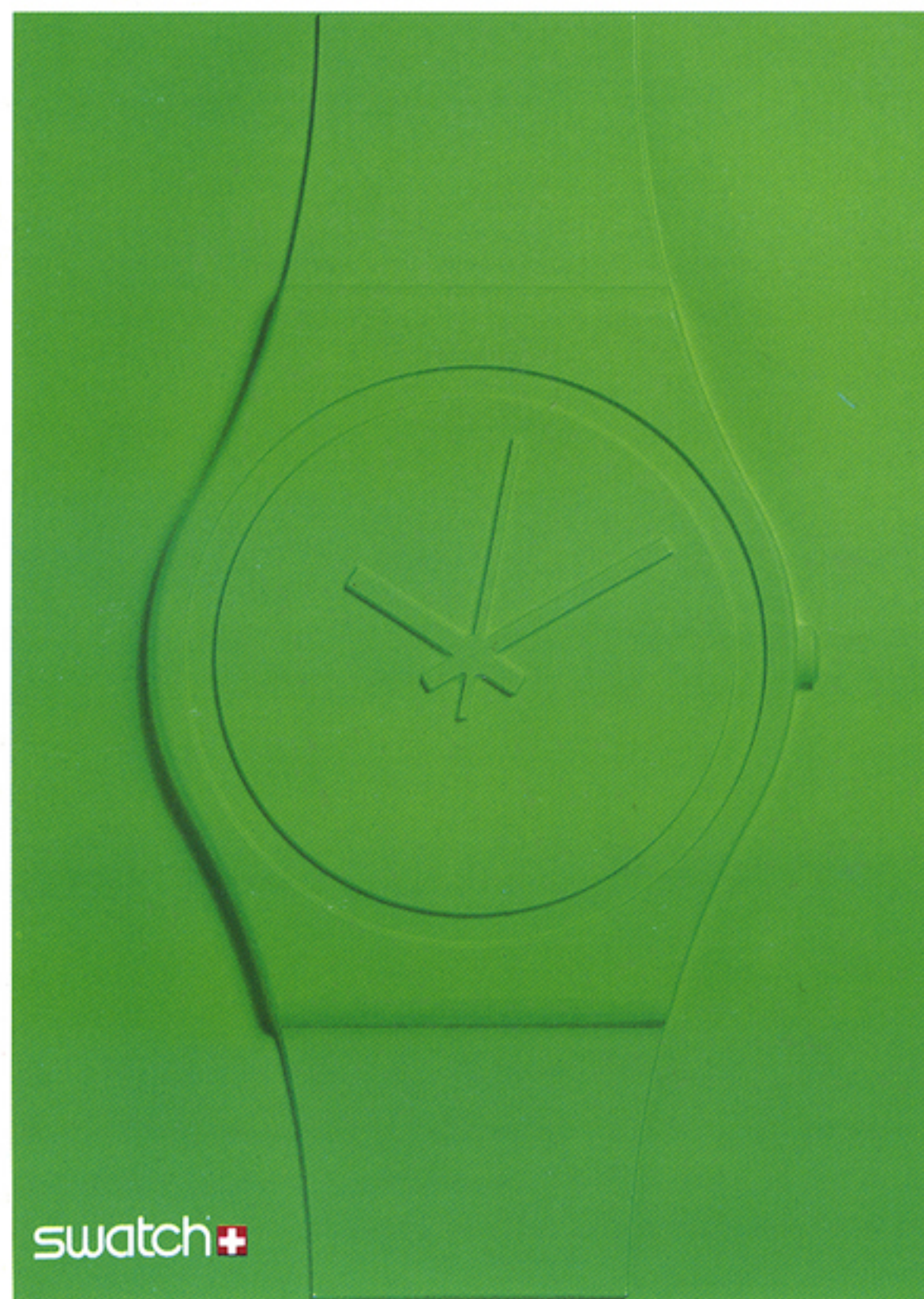
デザインのミニマリズムとも言えるポスターはスイスの時計メーカー「スウォッチ」のB全6枚シリーズであろう。蛍光色全面1色に半立体で時計が浮き出し、コピーはなくロゴだけが入っている。白・黒を含めて6枚6色のこのシンプルなポスターは最も水谷らしいぎりぎりに抑制された美学の結実であろう。このような考え方はファッションといった華やかな世界にも貫かれていることが、ファッションメーカーのニューブランド「サティ」のポスターを見ると良くわかる。SA.tのロゴタイプと服を着た女という必要な視覚情報をいかに魅力的に見せるかということに腐心している。女性が服を着てただ立っているのは退屈である。又服は動きのなかでこそ生き生きとそのファッションを主張する。水谷はパレエのできるモデルを選び激しく動かしながらストロボで定着していく。そしてまっ白の空間がバックに大きく広がることにより女性の躍動感が強調されている。それはファッションビル「サンク」のポスターにも及び、モノクロ写真を水墨画のように滲ませ、白と黒の世界に「CINQ」のロゴタイプだけが原色で浮ぶ。

水谷がミニマルの美学に自己を抑制していると言ったが、決して枯れた禁欲的なデザインになっているわけではない。水谷は常に自分の可能性に挑む積極的なデザイナーであり、アバンギャルドを目指し、夢とロマンを求めて走り続けるだろう。





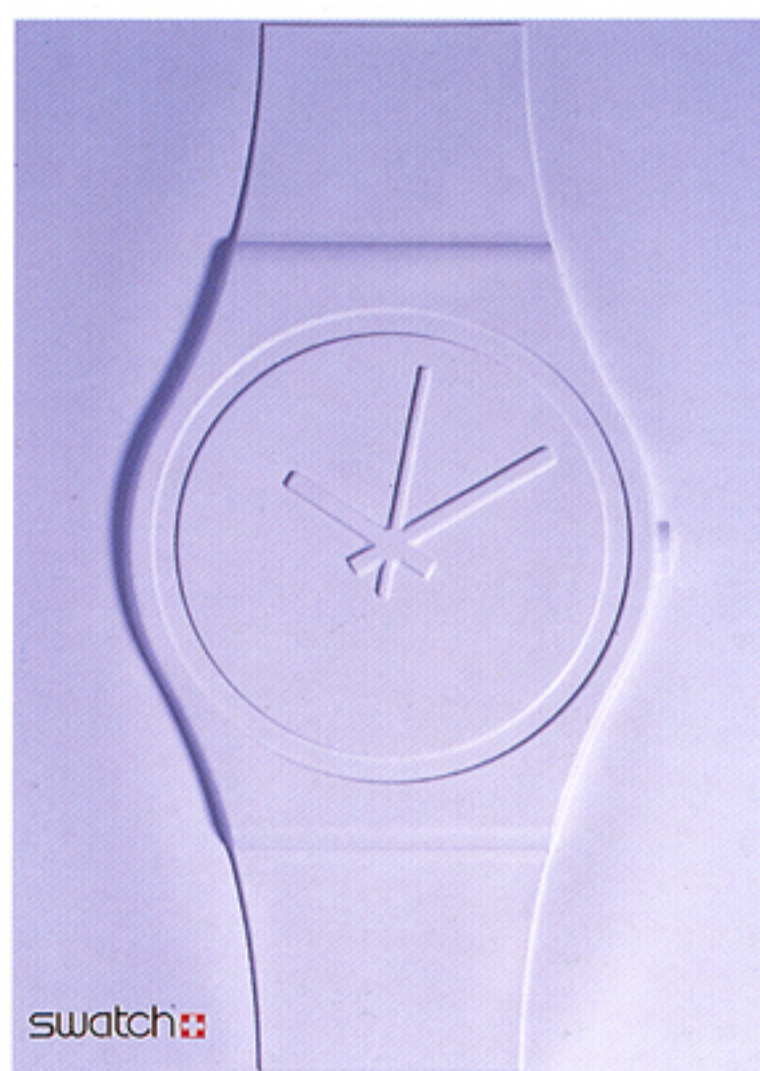
2



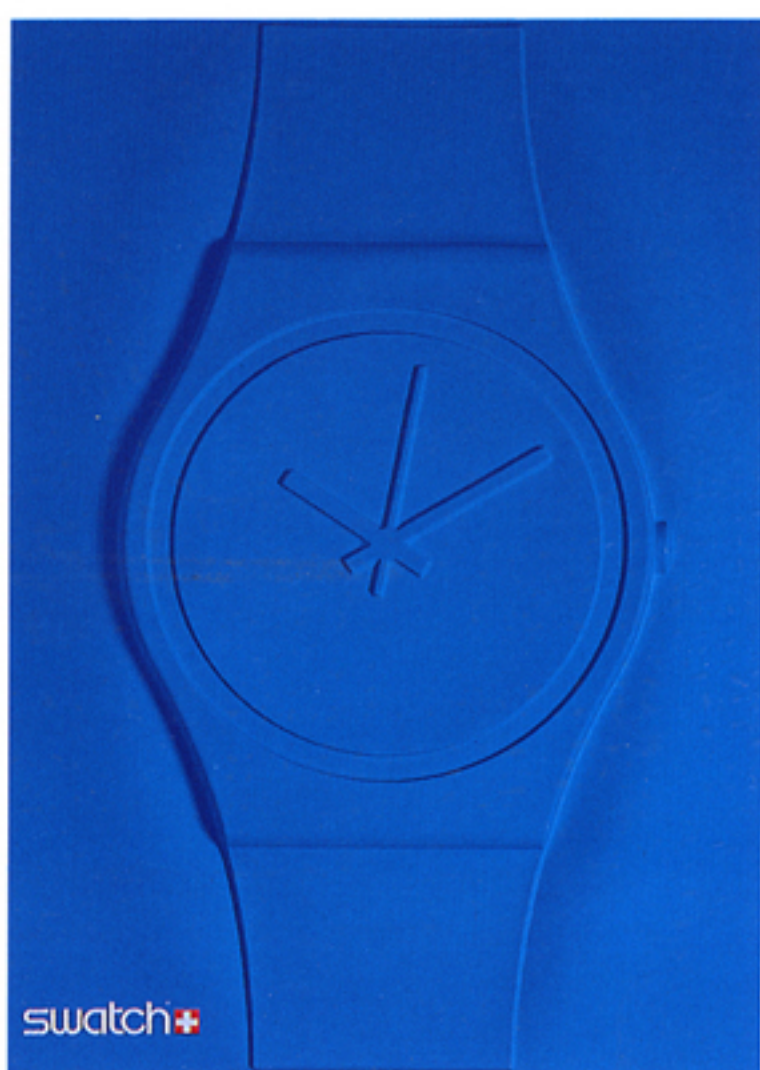
2-6 Posters for watch manufacturer 時計メーカーのポスター 1987



4



5



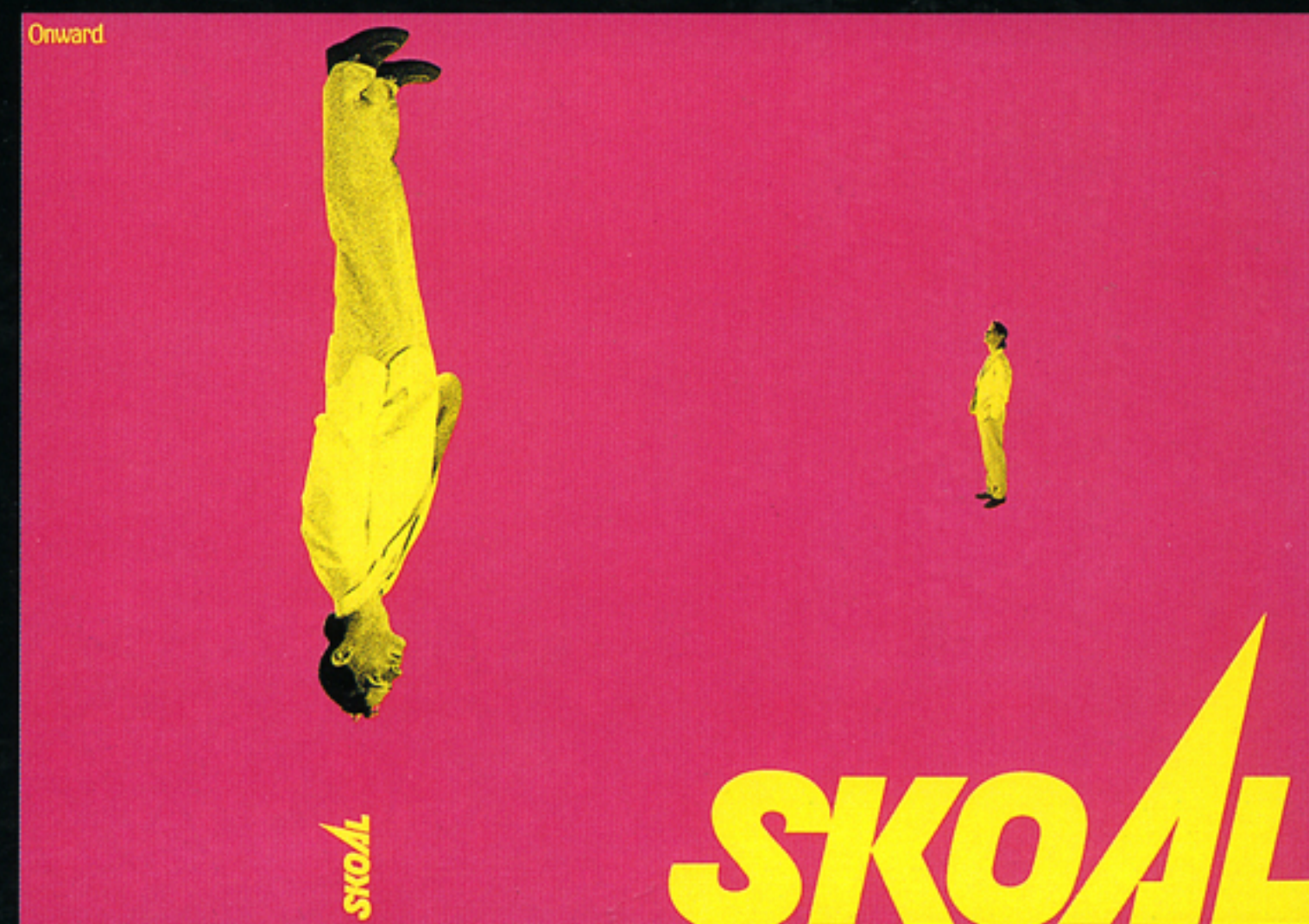
6



7



8



7-9 Posters for fashion manufacturer ファッションブランドのポスター 1985



10 Peace and environment poster 平和と環境のポスター 1992



11-14 Posters for medical manufacturer 医療メーカーのポスター 1992 Illustration: Yasuo Tanaka



15 Poster for fashion tenant building ファッションビルのパスター 1987



18 Poster for fashion tenant building ファッションビルのパスター 1987



16 Poster for alcoholic beverage company 洋酒メーカーのパスター 1991



17 Poster for fashion manufacturer ファッションブランドのパスター 1992



19 Poster for alcoholic beverage company 洋酒メーカーのパスター 1991



Wacoal

25



Wacoal

26



Wacoal

27



Wacoal



SA.t

20



SA.t

21



SA.t

22



SA.t

23



SA.t

SANYO



時代を遊ぶ空気です

SANYO POW WOW TIME

29

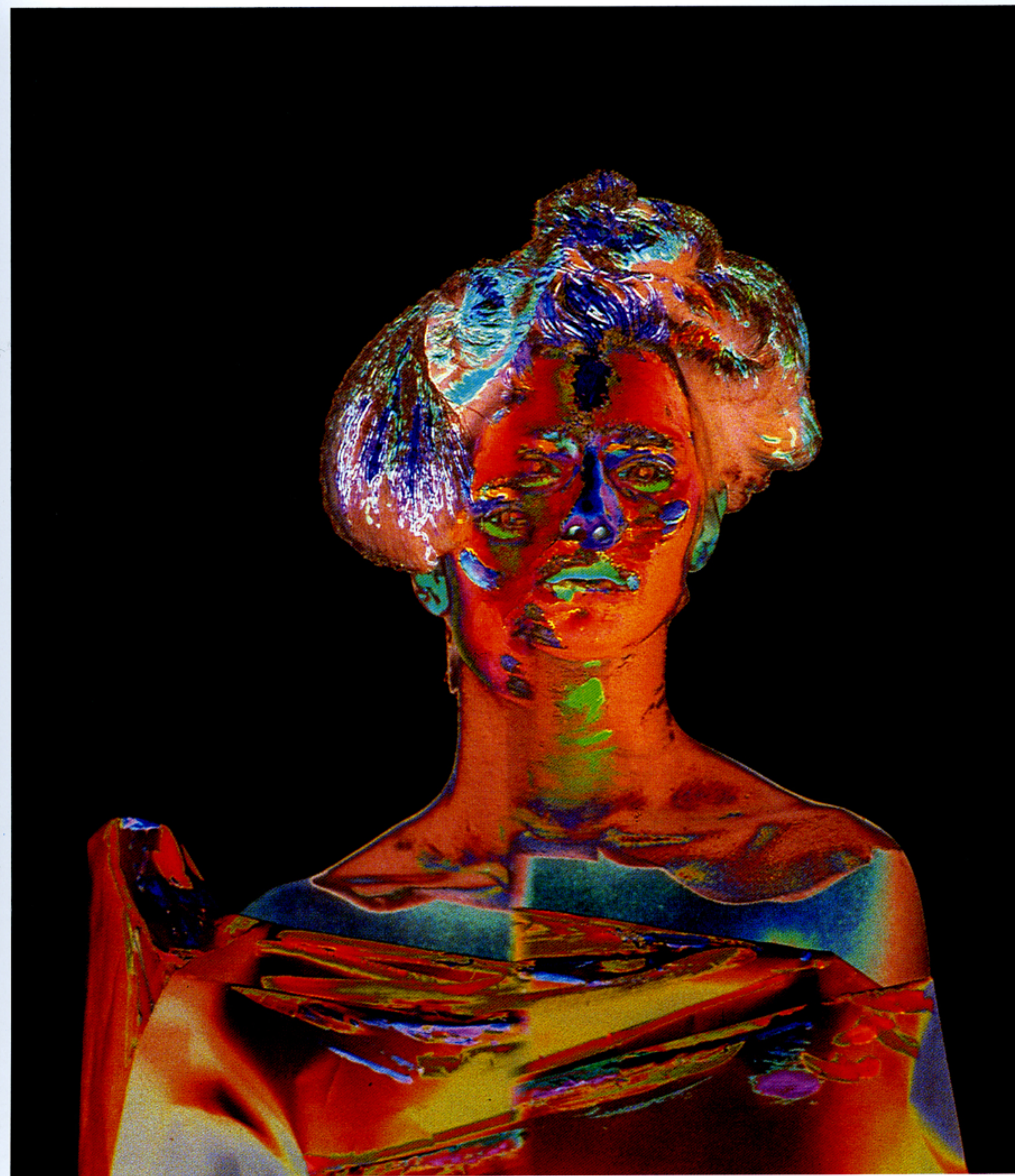
SANYO



時代を遊ぶ空気です

SANYO POW WOW TIME

29-30 Posters promoting cultural events 文化イベントのポスター 1988



31 Original work for exhibition 展覧会のための作品 1988