

www.blanc.co.jp

C O M P A N Y P R O F I L E

blanc

r a d i c a l t h i n k i n g , l i v e l y m e d i a , b e a u t i f u l c o m m u n i c a t i o n

**blanc**

有 限 会 社 ブ ラ ン ク 会 社 案 内

BLANC Co.ltd. 5-5-2-107 Shirokanedai Minato-ku Tokyo 108 Japan  
telephone Tokyo34455573 facsimile Tokyo34456009

# 雑誌の力。



隔週刊情報誌『apo』（SSコミュニケーションズ／1992～1994）。アートディレクション、ページデザイン



月刊マネー情報誌『MONEY Japan』（SSコミュニケーションズ／1995～2003）。アートディレクション、ページデザイン



月刊女性誌『ミス家庭画報』（世界文化社／1992～1998）。ページデザイン

「雑誌の力」とは何でしょう。まず第一にその時代を映し、時代を生きるということにあるとは言えないでしょうか。現在書店には、さまざまな雑誌が溢れています。でもかつて、いまよりもだいぶ雑誌が少なかった時代、いまよりは少し雑誌に力があつたような気がします。blancは雑誌の力を信じています。時代を生き、そしてときには時代を変えていくような雑誌の力を。

女性誌でも男性誌でも、あるいはファッション誌でも情報誌でも、時代とともに雑誌は変化していかなければなりません。blancは時代の感性をつねに正確にとらえ、自由で豊かで魅力的な、雑誌のデザイン、アートディレクションを心掛けています。



年2回刊『恋と結婚運』『恋と出会い運・相性運』（主婦と生活社／1994～2000）。アートディレクション、ページデザイン



1992年、SSコミュニケーションズ発行の情報誌『apo』の表紙デザインを担当。93年からは全面的なアートディレクションとページデザインにもとりくんだ。「都会のフツの女の子のためのちょっと先を行く情報誌」というコンセプトを打ち出し、当時一部の「ちょっと先」を行く女の子たちのなかでのみ注目されていたIZUMI、りょう、中谷美紀らを表紙モデルに起用し、低迷していた部数の3倍増を達成したが、ある事情により休刊した



『apo』に引き続き同じくSSコミュニケーションズ発行の『MONEY Japan』リニューアルも担当。バブル期の財テクブームで一時は30万部を稼いでいた同誌も、バブル崩壊とともに模索している時期であった。そんな中、来たるべき金融再編とグローバル化の時代をにらみ、家庭向け財テク雑誌からビジネスマンまで含めた一般投資家向け金融経済情報誌として再生。部数倍増を実現した

いったん、時代とのフィット感を失ってしまった雑誌が再びその活力を取り戻すためには、思いきったコンセプトの再構築が求められます。blancは雑誌再生(リニューアル)の場においても、確かな実績を残してきました。新しい読者像の明確化と、そのことによって明らかになる雑誌が目指すべき方向性の構築。時代とともに生きる雑誌だからこそ、時代を感じる感性が勝負を決めます。

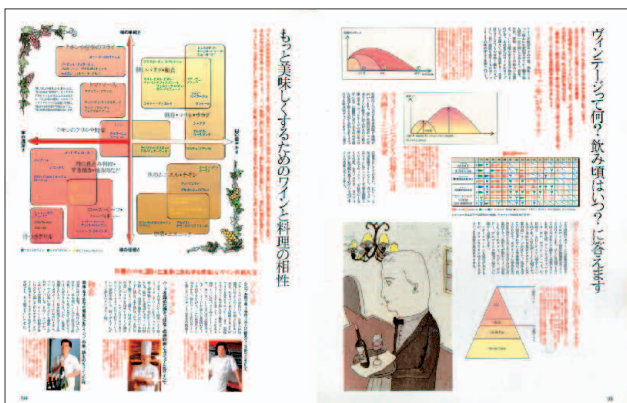
# 雑誌再生。



雑誌は多くの要素をいかに関係づけ、整理し、配置するかによって、伝えたいことが本当に伝わるかどうか決まる。そのレイアウトには内容への理解と表現技術の調和が求められる (『MONEY Japan』SSコミュニケーションズ)



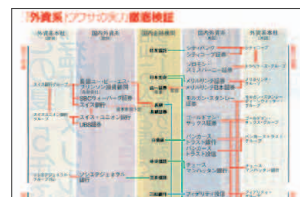
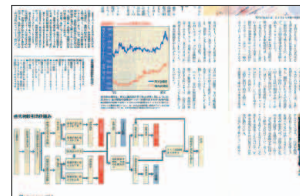
多くの要素が見開きの中に詰め込まれた情報誌の誌面。情報満載感を失わずに、内容をいかに整理し、見やすく魅力的に展開するかが問われる (『Ippo』SSコミュニケーションズ)



テーマを持つ世界をいかに視覚的なイメージにして展開するかも、アートディレクションの力がものをいう。表やグラフといったもすれば無機的になりがちな要素もイラストとともに (『Miss 家庭画報』世界文化社)



ときには見開き全体が、ひとつの大きなグラフやチャートになることも。そんなときにも魅力的で読者の興味を引きつけるレイアウトにすることを忘れずに… (『MONEY Japan』SSコミュニケーションズ)



# 伝える。

『MONEY Japan』(SSコミュニケーションズ)では、金融や経済のさまざまなデータを視覚的に表現し、ときには解りにくい内容のものもすべての読者に解りやすく伝える、グラフやチャートを多数デザイン

いうまでもなく編集やデザインの場においてもっとも重要なことは、「伝える」ということでしょう。意味や内容、さらには感情や気分といった言葉にならないものまでも、的確に伝えることができるのがデザインの手だということはできないでしょうか。

伝えるべきことがらをいかにして視覚化し、魔法のような言葉(言葉はすべて魔法かもしれません)とともに読者に送りとどけるか。しかしそのためのテクニックは、直感的でありながらも論理的でなければなりません。伝えるべき内容を正確に理解し、それを正確な視覚的表現にしていく、そこにこそデザインがまず最初に果たすべき役割があるとblancは考えています。



『CHIC Super Interior』（主婦と生活社）より。写真・中本徳豊



『Miss 家庭画報』（世界文化社）より。写真・蔵田好之



『CHIC Super Interior』（主婦と生活社）より。写真・中本徳豊



『Miss 家庭画報』（世界文化社）より。写真・中込一賀、武田正彦



『apo』（SSコミュニケーションズ）より。写真・金澤篤宏



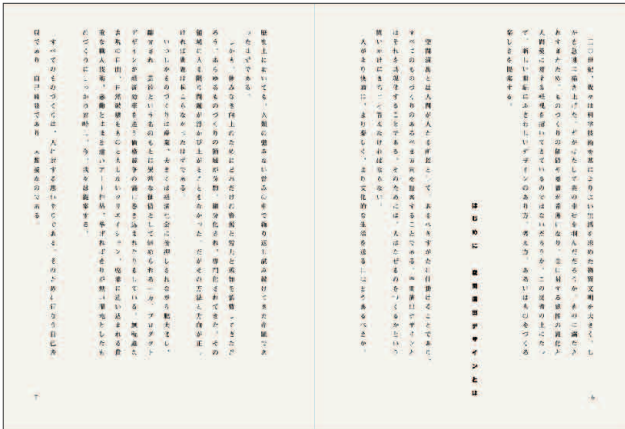
『MONEY Japan』（SSコミュニケーションズ）より。写真・加藤 新

その発明以来、人間のヴィジュアル・コミュニケーションの可能性を飛躍的に拡げてきた写真。出版物においてもそれは文字とともに、もうひとつの重要な視覚伝達メディアとして忘れてはならない存在です。しかし写真は言語化されることのない、多様で重層的な意味を担っているため、その扱いには写真を読む確かな目やそれを編集技術や印刷技術の中で活かす、的確に表現していくノウハウが求められます。blancは撮影ディレクションはもちろん、画像、色彩など感覚的側面から編集意図の表現、印刷管理まで、トータルな視点でアートディレクションを展開し、繊細で大胆な誌面構成やレイアウトの実現を通じて、写真が持つ力を最大限に活かしていきます。

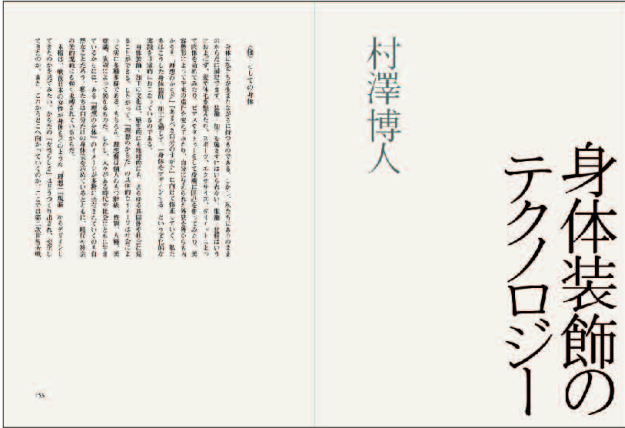
のサイボーグ・マシン——腕時計だ。  
 II サイバースペースという言葉を始め、  
 ツク・アタリは、時と時計の歴史を扱  
 アタリは、一九世紀における、ブレ  
 で、十九世紀までなお装飾品にとどま  
 上補整具となる”と記している。  
 補整具すなわち補綴具、つる付きの  
 とは、機能的な欠損を介助する義手や  
 しかも身体に密着・埋め込まれた「最初  
 普及の過程がそのまま、次の世紀に繰  
 去の歴史が、次の千年紀の始まりにあ  
 ようなものになるかをさぐるための貴重  
 は、その身体器官補綴マシン——腕時計

廣済堂出版「廣済堂ライブラリー」13級本文組。一般にDTP書体は文字面  
 の大きいものが多い。特にカナの大ぶりなリュウミンの字間を文字サイズの  
 2%空けて、落ち着いて読みやすい格調のある文字組に（原寸）

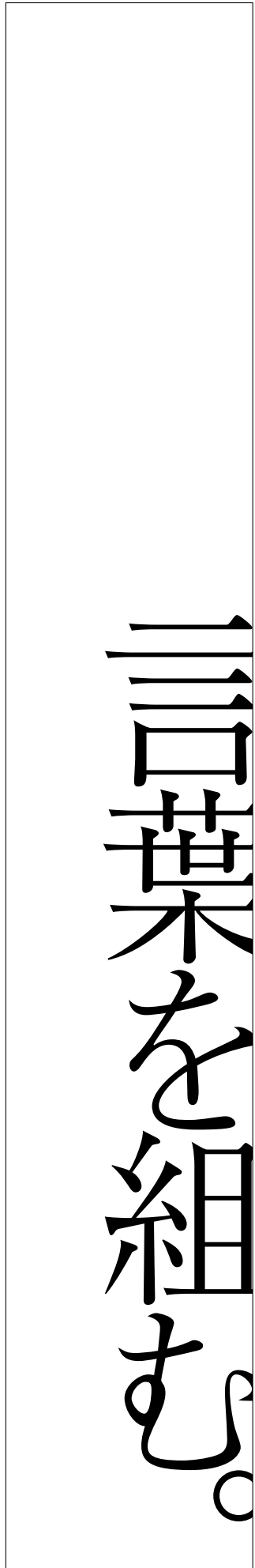
「本（＝雑誌、書籍）」を構成するさまざまな要素のなかで、基本  
 となるのはやはり「文字」にほかなりません。ですから広い意味で  
 のタイポグラフィ＝文字をいかに組んでいくかは、エディトリアル  
 デザインの中心的なテーマです。しかも「文字」は単なるグラフィ  
 ックアイテムではなく「言葉」を担っています。送り手から読者へ、  
 「言葉」をいかに送りとどけるか。blancは文字を組むということ  
 は言葉を組むということだと捉え、印刷文化のみならず人の長い歴  
 史のなかではぐくまれてきた文字と、日本の豊かな言葉を大切にし  
 ながら、より自由な発想で組版の可能性に取り組んでいます。



本文組の字送ははたしてベタ組かツメ組しかありえないのだろうか。12級字  
 送18歯A101で組んだ角川学芸出版『デザインの瞬間』序文本文組



書籍に雑誌の感覚を導入し、見開き起こして展開した扉。見出しは版面を飛  
 び出して大胆に。角川学芸出版『モードと身体』のデザイン



## 編集 + デザイン。



エディトリアルデザインは、単に本や雑誌をデザインするという  
ことでなく、出版物や印刷媒体、そして書物のトータルな「かたち  
=ありよう」を考える作業である——そういった信条を基礎として、  
blanc は編集業務にも積極的にとりこんでいます。企画から取材、  
執筆、スタッフコーディネート、誌面構成、さらにはプリンティン  
グディレクションまで。出版、編集に関わるすべての分野で、その  
豊富な経験のなかで培われたノウハウと、独自のネットワークによ  
って、さまざまなジャンルで実績を残してきました。



上・本田宗一郎氏が設立した本田財  
団は「エコ・テクノロジー」に貢献し  
た世界の科学者、研究者へ「本田賞」  
の表彰を続けている。『本田賞の歩み』  
(文藝春秋社編、本田財団発行)では、  
誌面構成から翻訳、校正まで編集上  
の全責任を負った

中・ファッション、空間デザイン、  
パフォーマンス、建築…クリエイタ  
ーを目指す若者たちに、いかに魅  
力的で正確なメッセージを送り届  
けることが出来るか。誌面構成から取  
材、執筆までおこなった角川学芸出  
版「空間演出デザインシリーズ」(京  
都造形芸術大学編)、『デザインの瞬  
間』第2部ではファッションデザイ  
ナー津村耕佑氏を取材。感覚的でド  
ライブ感あふれる語り口をヴィジュ  
アル、本文、キャプション、誌面デ  
ザインが一体となって表現した

下・タイトル、構成内容、レイアウト  
は切り離して考えることはできな  
い。言語センスと視覚センスが一致  
したときに、はじめて雑誌の表現は  
読者をとらえる。『MONEY Japan』  
(SSコミュニケーションズ)では、  
社会状況や読者の反応、雑誌の売上  
実績等もにらみつつ積極的に特集  
企画、連載企画を提案。細部の表現  
に至るまでこだわった、いわば雑誌  
作りにおける幸福的な形ともいえる  
編集部との共同作業は、多くの読者  
をとらえた



京都造形芸術大学のテキストを市販用に改装した「空間演出デザイン」シリーズ(角川学芸出版)。大都市、大書店での集中的販売と、特殊な読者層を視野に入れてデザイン。表紙にはカラー写真を全面印刷。カバーは表紙の写真が透けて見えるカラートレーシング「クロマティコ」に、白十センチ十白の3版刷り。ドライラミネート加工により堅牢な作りになった



1 アンドレ・ケルテズ写真集『オン・リーディング』(マガジンハウス) 2『あさごはんひるごはんばんごはん』今江祥智著、長 新太絵(ベネッセコーポレーション) 3『Lesson』正本ノン著、おーなり由子絵(マガジンハウス) 4『ガラスの金メダル』高野俊雄著(マガジンハウス) 5『ニッポンおみやげ紀行』泉 麻人著、佃 二葉絵(大和書房) 6『ふいっかくのふいっかく2』文と絵 中島らも、わかぎえふ(マガジンハウス) 7『彼女たちの愛し方』北尾トロ著、中川カンゴロー写真(ザ・マサダ) 8『私たち、ブルジョワ』ヴァレリー・アノテル、マリー・ロール・ドゥ・レオタール著、伊藤緋紗子訳(世界文化社) 9 浅井力也、浅井三和子画文集『RIKI』(BNN) 10『マツダ/ユーノスロードスター』平井敏彦他著、小早川隆治監修(三樹書房)

# 本の貌。



10



本の表情はさまざまです。優しい顔、つんと澄ました顔、厳しい顔、気取った顔、ふざけた顔…。送り手から読者へ、その本が送りたいメッセージをいかにしてその表情に託すか。blanc が得意とするブックデザインの醍醐味です。それが文庫本の、表1のみに限られたカバーデザインでも、あるいは造本設計やコンセプトワークまで含めたディレクションでも、私たちは全力で取り組みます。

限りある予算の中で最大の効果をあげるため、これまでに蓄積した材料や印刷技術の知識も動員しながら、真に手にして欲しい読者にこそ書店で手に取ってもらうため、本の表情や佇まいまでも含めた、その本にもっともふさわしい貌(かたち)を考えていきます。



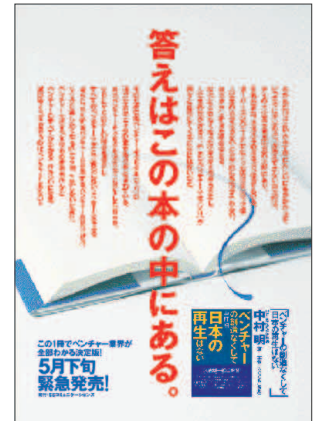
若手の研究者や論者による、「知」の復権を目指した「廣済堂ライブラリー」シリーズ(廣済堂出版)。各冊180~200ページ程度、仕上り181ミリ×119ミリというコンパクトなサイズで、手に取りやすいカジュアルな外観を演出。カバーはあらじまの白に特色3色刷り、帯はパミスの象牙に特色2色刷り、芯ボールも上製本としてはかなり薄い12号を採用し、手にしたときの軽やかさを出した





「廣済堂ライブラリー」(廣済堂出版) 駅貼り用B倍判ポスター。AD+C+D

『ベンチャーの創造なくして日本の再生はない』(SSコミュニケーションズ) 雑誌広告。AD+C+D



「apo」(SSコミュニケーションズ) 車内吊り広告。AD+D

# ほんを売る。



「空間演出デザイン」シリーズ(角川学芸出版)リーフレット。仕上りA4判三ツ折り観音開き。AD+C+D



「MONEY Japan」(SSコミュニケーションズ) 車内吊り広告(上)と半五段新聞広告(下)。AD+C+D



blanc は出版広告にも積極的に取り組んでいます。当然、広告デザインとエディトリアルデザインは異なるノウハウや表現技術が必要とされるものですが、数多くのネットワークや協力スタッフに支えられて、コンセプト立案からプレゼンテーション、コピーワーク、印刷までトータルに訴求効果の高い広告を制作してきました。

それはなによりも雑誌や書籍の編集作業に関わったものこそが、その本が必要とする読者像や、さらには読者が求める情報を、いちばん理解しているという自負によるものです。つまり「どう読者にどう売るか」ということを。そしてもうひとつの動機、それは自らが制作に関わった媒体への「愛」かも知れません。

設立 1991年

代表 田代睦三

東京都港区白金台5-5-2-107

電話 03-3445-5573

ファクシミリ 03-3445-6009

Eメール blanc@blanc.co.jp

URL <http://www.blanc.co.jp>

## 会社概要

1991年「自由で活力に溢れた創造的環境の実現」という大げさな目標を掲げ、その目的のために出来る事ならなんでもやるつもりで設立。とはいえ主には雑誌、書籍等のアートディレクションとデザインを行いながら、編集、広告製作まで、出版に関わるさまざまなコミュニケーションと表現技術の提供を業務として活動しています。さらにはWEB上にも、新しい時代の美しく豊かなコミュニケーションを考えるためのサイトを設置。プリミティブなメディアにこだわりつつ、不況を吹き飛ばす、そして何よりも数多くの読者に支持される「本」や「雑誌」の実現に、愛と力を注いでいます。

## 代表田代睦三 略歴

1957年埼玉県生まれ。

1983年東京芸術大学大学院美術研究科修了。

在学中より美術家として活動。個展、グループ展を中心に、主にインスタレーションによる表現活動を展開。

1984年頃より書籍、雑誌のデザイン、装幀を手がけるようになる。

1985年より(株)集合denに所属。『クロワッサン』、『an an』、『ターザン』等のレイアウト・デスクを経つつ、1987年よりミサワホーム総合研究所「住いの文化誌」シリーズのアートディレクション・チームに参加。

1988年から『エルミタージュ美術館』全5巻(日本放送出版協会)、『Fashion Year Book』(マガジンハウス)、『NHK歴史誕生』全14巻(角川書店)、『Clique』(マガジンハウス)、等のアート・ディレクションを担当。

他に、『惣菜は創造』、『小泉今日子 人生らしいね』、『長く素晴らしく憂鬱な一日』椎名 誠著、『家族輪舞曲』椎名桜子著(以上マガジンハウス)、『甦える中世ヨーロッパ』阿部謹也著(日本エディタースクール)、等のアート・ディレクション、及びマガジンハウス、ソニーマガジンズ、日本放送出版協会等のブックデザインをてがける。

1991年(有)ブランク設立、代表となる。

blanc