

---

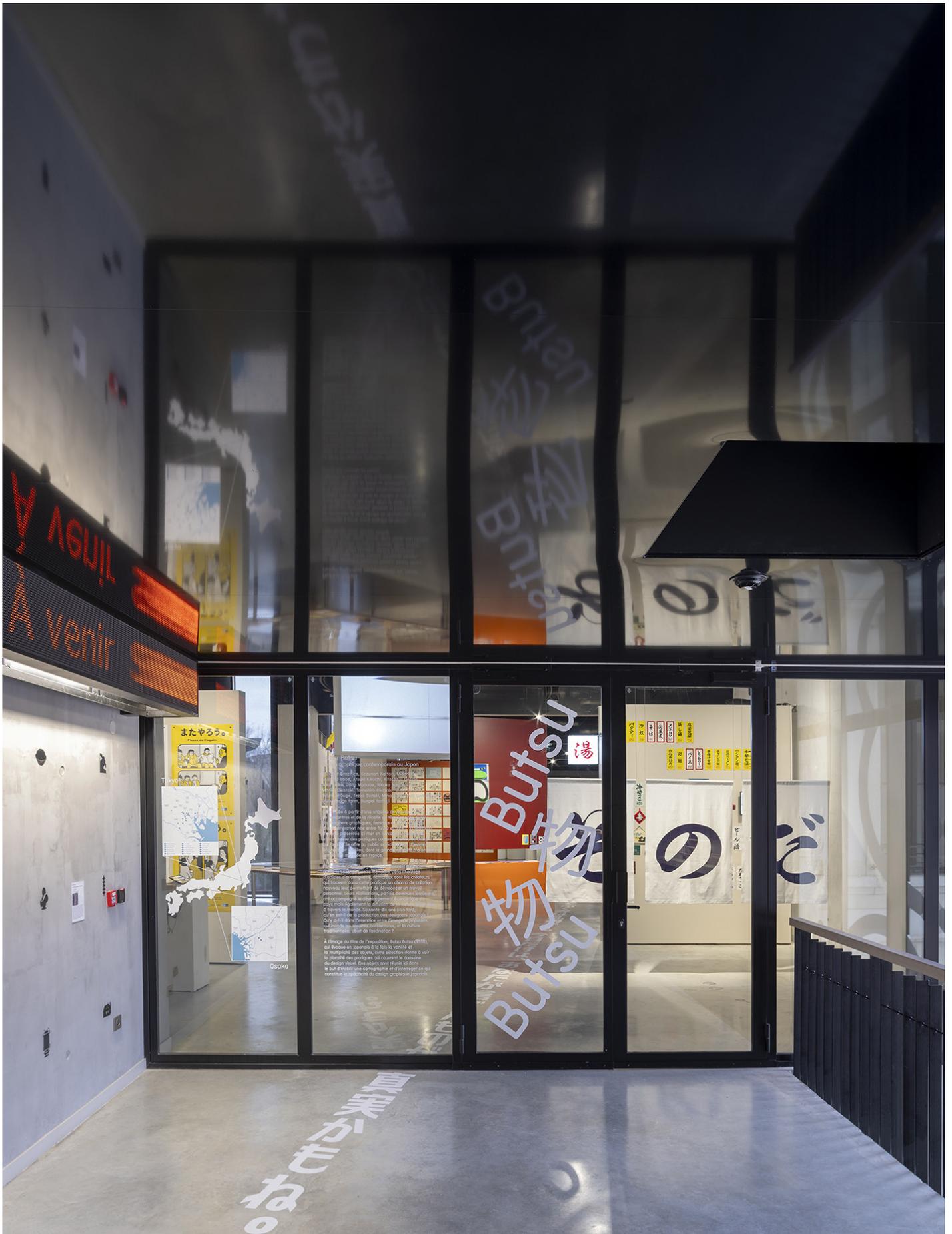
*Butsu Butsu*  
— Design graphique  
contemporain au  
Japon

---

Du 22 novembre  
2023  
au 24 mars 2024

Centre  
National  
du Graphisme  
1 Place  
Émile  
Goguenheim

52000  
Chaumont  
France  
contact@cndg.fr  
03 25 35  
79 01



Entrée de l'exposition *Butsu Butsu, design graphique contemporain au Japon*, Nicolas Waltefaugle, 2023

## *Butsu Butsu*<sup>1</sup> Design graphique contemporain au Japon

Du 22 novembre 2023 au 24  
mars 2024

Commissariat —  
Alexandre Dimos  
Scénographie —  
Pernelle Poyet

Avec : All Right Graphics, Kazunari Hattori, Midori  
Hirota, Yoshiaki Irobe, Atsuki Kikuchi, Kitasenju Design,  
Aiko Koike, Daito Manabe, Rikako Nagashima,  
Mariko Okazaki, Tomohiro Okazaki, Shun Sasaki,  
Syunichi Suge, Tezzo Suzuki, Mina Tabei, Yuri Uenishi,  
UMA/design farm, Bunpei Yorifuji

<sup>1</sup> *Butsu Butsu (物物) évoque à la fois la variété la multiplicité des objets et telle une collection, cette sélection subjective a été établie au gré des pérégrinations et des rencontres. C'est une des nombreuses portes d'entrée possibles dans le domaine du design. Et ce n'est qu'un tout petit aperçu de la richesse du design japonais.*

*Butsu Butsu* présente un riche panorama d'œuvres graphiques japonaises, créé à partir d'une enquête de terrain menée depuis 2012 par Alexandre Dimos. Ce travail de recherches, ponctué de rencontres et de la récolte de témoignages auprès de designers graphiques femmes et hommes issus d'une génération née entre 1970 et 1990, donne à voir la multiplicité et la richesse des pratiques contemporaines du design graphique au Japon.

L'exposition offre au public européen un échantillon d'œuvres originales et inédites, dont la grande majorité n'a jamais été montrée en France.

Commissaire de l'exposition, Alexandre Dimos est éditeur et designer graphique français. Membre de l'Alliance graphique internationale, il a co-fondé le studio de création deValence en 2001 et créé la maison d'édition B42 en 2008 au sein de laquelle il assure la direction éditoriale. Résident à la Villa Kujoyama à Kyoto en 2012, il mène depuis une étude sur le design graphique japonais contemporain.

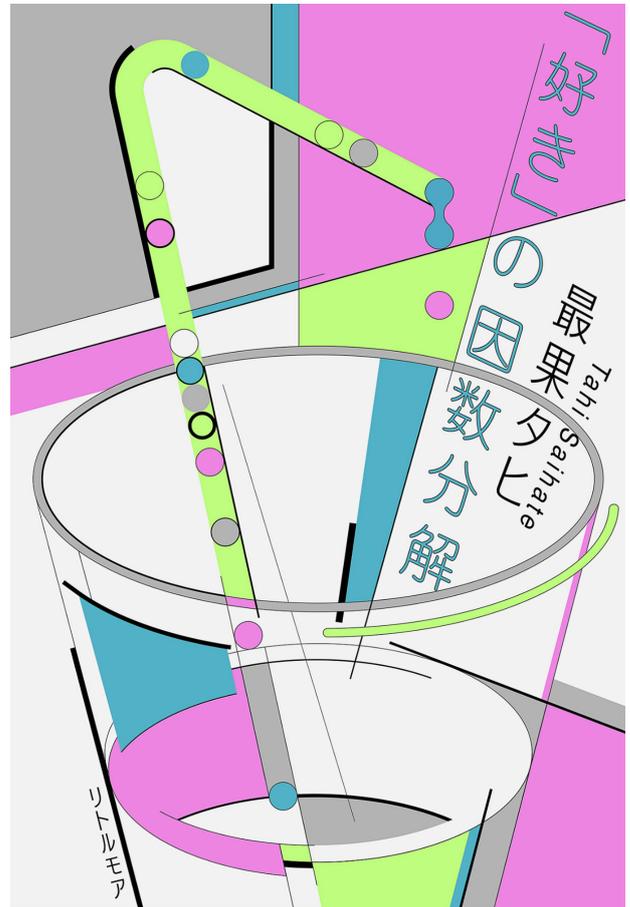
La figure du designer graphique apparaît au Japon après la seconde guerre mondiale. Issues d'un héritage d'artistes d'avant guerre, ces nouveaux travaux graphiques, parfois devenus iconiques, ont accompagné le développement économique du pays mais également la diffusion de la culture japonaise à travers le monde. Cinquante ans plus tard, qu'en est-il de la production des designers graphiques japonais ?

Centre  
National  
du Graphisme  
1 Place  
Émile  
Goguenheim

52000  
Chaumont  
France  
contact@cndg.fr  
03 25 35  
79 01



(c) Bunpei Yorifuji



(c) Shun Sasaki

Qu'y a-t-il dans l'interstice se situant entre l'imagerie populaire, qui inonde les sociétés occidentales à travers le manga, les animés ou la musique, et la culture traditionnelle ?

L'exposition est construite telle une galerie de portraits où chacune et chacun des protagonistes s'attache à affirmer sa singularité, creuse un sillon caractéristique de façon méticuleuse et montre ainsi sa spécificité ; elle donne à voir la pluralité des pratiques qui couvrent le domaine du design visuel : livres, imprimés, identités et communication visuelle, campagnes publicitaires, animation, vidéo, réalité augmentée, signalétique, scénographie...Le travail d'atelier, la recherche, l'assiduité, la persévérance et la persistance caractérisent chacune des créateur•ices présentées. Cet ensemble d'objets a été réuni dans le but d'établir une cartographie et de tenter de comprendre ce qui constitue la spécificité même du design graphique japonais.

Le vernissage de l'exposition, organisé au Signe le 24 novembre dès 18h, donnera lieu à une soirée concert de musiques japonaises, avec Kumisolo et Miyeko Miyazaki quartet.



*Vue de l'exposition Butsu Butsu, design graphique contemporain au Japon,  
Nicolas Waitefaugle, 2023*

# Présentation

Constituée à partir d'une enquête de terrain, de rencontres et de la récolte de témoignages auprès de designers graphiques, femmes et hommes issus d'une génération née entre 1970 et 1990, la sélection d'objets présentée ici met en lumière la multiplicité et la richesse des pratiques contemporaines du design graphique au Japon. Elle offre au public européen un échantillon d'œuvres originales et inédites, dont la grande majorité n'a jamais été montrée en France.

La figure du designer graphique apparaît au Japon après la seconde guerre mondiale. Dans l'héritage d'artistes d'avant-guerre, nombreux sont les créateurs qui trouvent dans la pratique du design un champ de création nouveau leur permettant de développer un travail personnel. Leurs réalisations, parfois devenues iconiques ont accompagné le développement économique du pays mais également la diffusion de la culture japonaise à travers le monde. Les designers indépendants et les agences de publicité se partagent ainsi les commandes qui, grâce à l'activité économique bondissante, sont nombreuses. Cinquante ans plus tard, qu'en est-il de la production des designers graphiques japonais ? Qu'y a-t-il dans l'interstice se situant entre l'imagerie populaire, qui inonde les sociétés occidentales (manga, animé, musique), et la culture traditionnelle, objet de fascination (artisanat, spiritualité, architecture) ?

Cette sélection donne à voir la pluralité des pratiques qui couvrent le domaine du design visuel : livres, imprimés, identités et communication visuelle, campagnes publicitaires, animation, vidéo, réalité augmentée, signalétique, scénographie, etc. Ces objets ont été réunis dans le but d'établir une cartographie et de tenter de comprendre ce qui constitue la spécificité même du design graphique japonais.

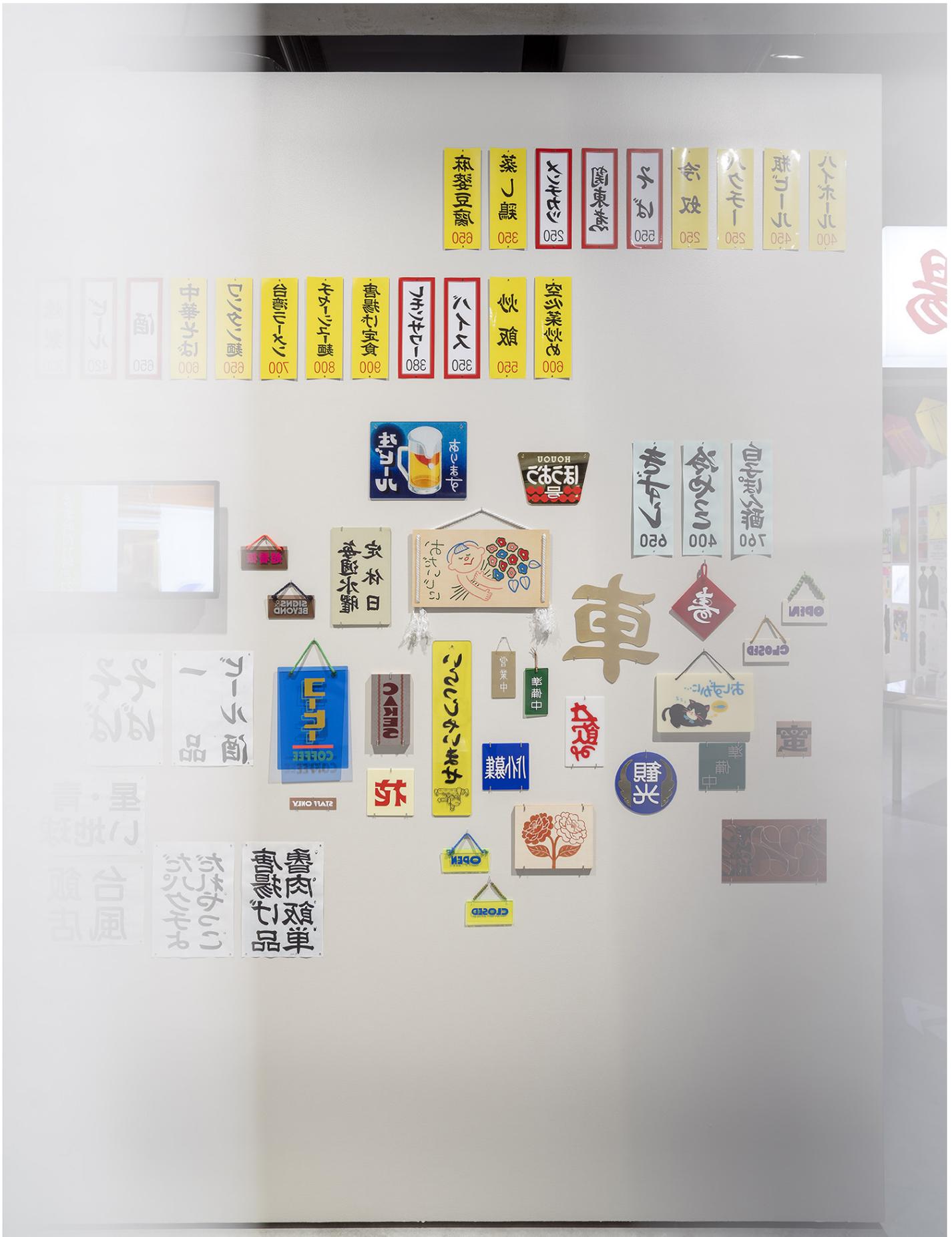
L'exposition est construite telle une galerie de portraits où chacune et chacun des protagonistes s'attache à affirmer sa singularité, creuse un sillon caractéristique de façon méticuleuse et montre ainsi sa spécificité. Le travail

d'atelier, la recherche, l'assiduité, la persévérance et la persistance caractérisent chacun.e des créateur.ices ici présenté.es. Ils et elles travaillent seul, emploient quelques assistant.es ou sont constitués en studio regroupant une dizaine de personnes.

Comme dans la plupart des pays riches et industrialisés, la pandémie de Covid a imposé à chacun.e un temps de pause. Ce temps d'arrêt forcé qu'elles et ils ont traversé, d'autant plus fort dans un pays ayant fermé ses frontières plus de deux années durant, leur a parfois permis de remettre en cause leurs façons de créer et le rapport qu'ils et elles entretiennent avec leur travail de créateur. À l'issue de cette introspection, nombreux sont ceux ayant choisi de se concentrer sur leur activité personnelle. Ils et elles ont souhaité donner davantage de sens à leur pratique. La place des femmes dans la société japonaise a aussi souvent été évoquée. Le désir de plus d'égalité, de reconnaissance dans le monde du travail, de soutien lorsqu'il s'agit de fonder une famille sans nécessairement arrêter son activité, ont été des sujets récurrents lors des nombreux entretiens réalisés pendant le temps de recherche. L'absence de parité homme-femme dans la sélection des designers présentés ici en témoigne.

En quoi la pratique de ces créateur.ices nous informe-t-elle sur nos façons de penser, de créer et d'être au monde ? S'il est certes difficile de connaître processus de production des objets finis montrés ici, il nous faut en imaginer le contexte dans lequel ils ont été créés. Quelle est la méthode employée, comment le sujet et la problématique sont-ils envisagés, comment une image est-elle ensuite créée, construite ? Ainsi, quel est le rapport qui s'établit entre le client (celui qui commande) et chacun.e des designers (celui qui met en forme) au Japon ? La confiance est bien sûr un élément essentiel mais pas seulement. C'est là que se concentrent de nombreux aspects propres à la société japonaise. Car demander à quelqu'un une chose, c'est s'en remettre à lui, lui confier une responsabilité et respecter son savoir-faire.

Alexandre Dimos, commissaire de l'exposition



*Légendes — Courrier Niou Ital et Reg Corps 7  
 A Hermetic Compendium of Typographic Masonry, vue de l'installation  
 pour Une Saison graphique, le Havre, 2014*

# Biographies

## Alexandre Dimos, commissaire de l'exposition

Alexandre Dimos est éditeur et designer graphique français. Membre de l'Alliance graphique internationale, il a co-fondé le studio de création deValence en 2001 et créé la maison d'édition B42 en 2008 au sein de laquelle il assure la direction éditoriale. Résident à la Villa Kujoyama à Kyoto en 2012, il mène depuis une étude sur le design graphique japonais contemporain.

## Pernelle Poyet, scénographe de l'exposition

Née en 1990, Pernelle Poyet vit et travaille à Paris. Diplômée de l'Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle (ENSCI-Les Ateliers, Paris). Lauréate de la Design Parade 2016 de la Villa Noailles, elle effectue une résidence au Centre International de recherche sur le Verre et les Arts Plastiques (CIRVA) de Marseille, à la Manufacture Nationale de Sèvres – Cité de la Céramique ainsi qu'à la manufacture des tapis de Cogolin. Designer indépendant, elle travaille autant des projets d'objet que de scénographie, poursuivant sa recherche autour du langage des objets et leur pouvoir d'évocation, de la retranscription du travail de conception — du dessin 2D jusqu'au volume — ou encore, de la démultiplication des nuances et subtilités couleur-matière obtenues par le biais du détournement de techniques de production artisanales traditionnelles.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail de Bunpei Yorifuji, Nicolas Waltefaugle, 2023

## Biographies des artistes présentés, par Alexandre Dimos

BUNPEI YORIFUJI

Année de naissance : 1973

Études : Musashino Art University, département de communication visuelle

Date de début d'activité : 1998

Date de création du studio : 2000

Nom de studio : Bunpei Ginza

Effectifs : 3 personnes

Localisation : Tokyo, Jingumae

Innimitable metteur en forme, Bunpei Yorifuji développe grâce au dessin un travail de synthèse qui a donné naissance à de nombreux livres didactiques et populaires au Japon, portant sur des sujets aussi divers que les tremblements de terre, la mort, le caca, la notion d'échelle ou encore le tableau périodique des éléments. En parallèle de ce travail, il a également créé sa propre méthode de dessin, le Rakugaki, fondée sur l'observation et la simplification, pouvant s'apparenter aux dessins tracés sur les marges de cahiers de classe.

Bunpei Yorifuji est également un typographe précis. Il met en pages de nombreux ouvrages, conçoit des couvertures de livres ou des collections pour différents éditeurs. En tant que directeur artistique, il a assuré des campagnes d'envergure pour Japan Tobacco, Milk Japan et accompagne depuis plusieurs années la préfecture de Fukushima dans le cadre de son développement après le tremblement de terre du Tohoku en 2011. Sa série d'affiches pour le métro de Tokyo (2008-2012) incitant les usagers à adopter un comportement respectueux vis-à-vis des autres passagers reste son travail le plus connu, au Japon et à l'étranger.

Après avoir été à la tête d'une équipe d'une dizaine de personnes dans les années 2000, Bunpei Yorifuji a décidé depuis quelques années de se concentrer sur un nombre réduit de commandes qu'il choisit méticuleusement selon ses propres centres d'intérêts, se tournant davantage vers des missions sociales ou de valorisation d'entreprises non lucratives.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail d'Aiko Koike, Nicolas Waltefaugle, 2023

## AIKO KOIKE

Année de naissance : 1989

Études : Keiko University, département d'esthétique et sciences des arts, et Central Saint Martins (Londres), département de design graphique

Date de début d'activité : 2016

Date de création du studio : 2019

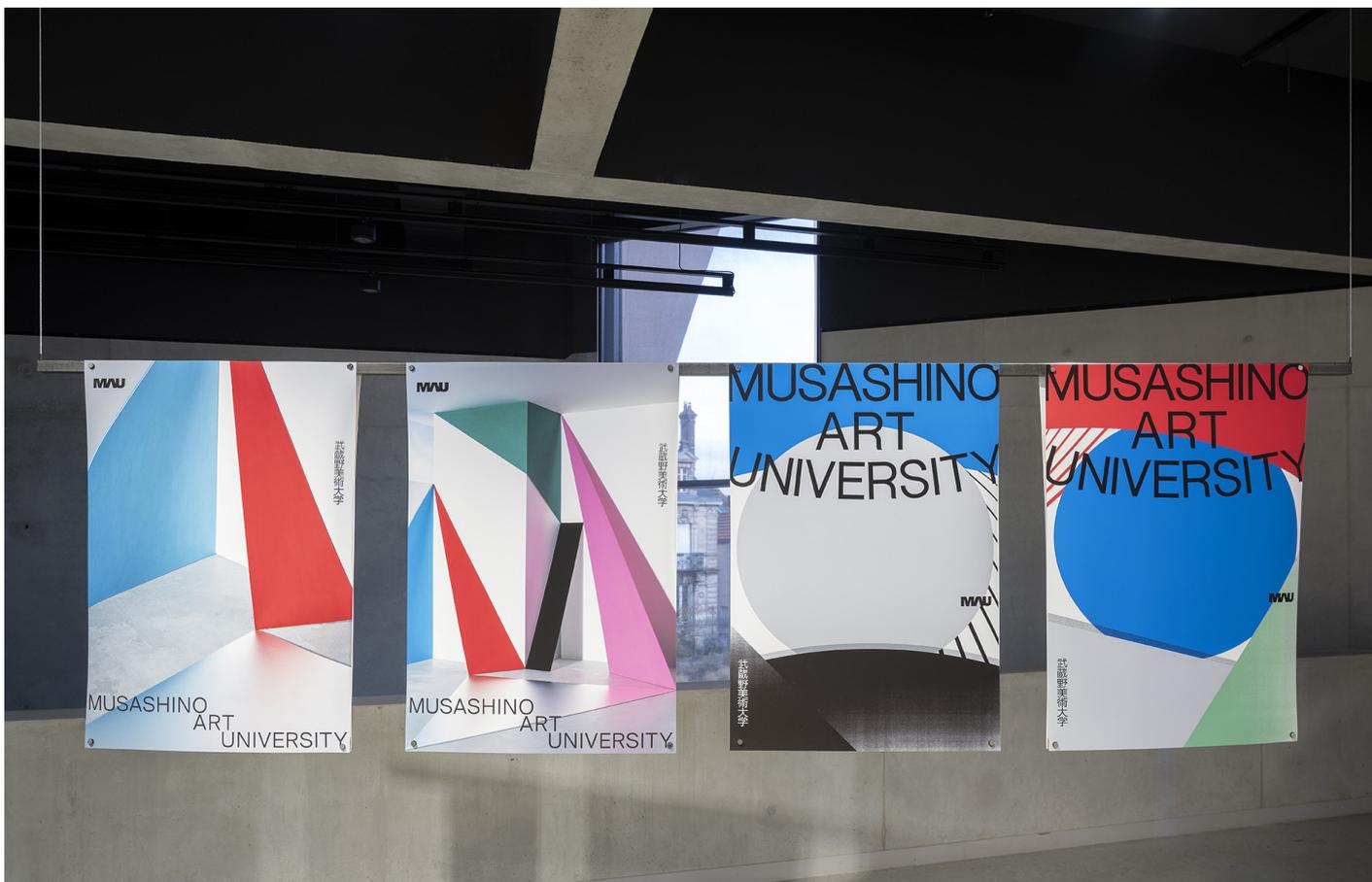
Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Meguro

Après avoir obtenu son diplôme de design graphique de la Central Saint Martins de Londres, Aiko Koike a travaillé au sein du studio de Rikako Nagashima, Village®, durant trois ans après son retour au Japon.

Encouragée ensuite par cette dernière à créer son propre studio, elle conçoit depuis 2019 essentiellement des identités visuelles d'expositions, d'événements artistiques, des livres d'artistes et des sites Internet. Depuis 2021, elle est en charge de l'identité visuelle de Kyoto Experiment, un festival annuel consacré au spectacle vivant et à la création performative.

Grâce à son approche sensible et spontanée du design graphique, elle mêle différents médiums comme la photographie, la vidéo, ou le dessin au grès des projets. En mettant en scène des moments qui pourraient être ceux d'un quotidien rempli d'une forme de poésie personnelle, épurée et directe, Aiko Koike développe un travail singulier, fortement marqué par une recherche d'économie de moyens.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail de Mina Tabei, Nicolas Waltefaugle, 2023

## MINA TABELI

Année de naissance : 1977

Études : Musashino Art University

Date de début d'activité : 2006

Date de création du studio : 2014

Nom de studio : Mina Tabei Design

Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Minato

Après avoir obtenu son diplôme de l'Université d'art de Musashino en 1999, Mina Tabei a travaillé pendant près de dix ans aux côtés de Kagunari Hattori, avant de créer son propre studio en 2014. Elle enseigne aujourd'hui à Tokyo Zokei et Joshibi University et travaille principalement dans le domaine de l'imprimé et du packaging. Elle a réalisé l'identité visuelle de nombreuses expositions, conçu des livres, des signalétiques, et assuré la direction artistique pour un grand nombre d'entreprises ou universités.

Mina Tabei travaille à la manipulation de formes souvent abstraites qu'elle agence

dans l'espace de la page. Grâce à une recherche formelle au moyen du dessin et une exploration continue des médiums qu'elle emploie, elle a trouvé grâce à la photographie une autre façon de construire des espace abstraits structurés par des formes géométriques et colorées dont la lumière révèle la perspective. C'est le processus de travail qu'elle a mis en œuvre pour une série d'affiche pour l'Université d'art de Musashino.

Elle conçoit également des livres pour des artistes et des photographes, et plus occasionnellement du packaging pour diverses marques (Grand Seiko, Mame Kurogouchi, No Raisin Sandwich, etc.).



*Vue de l'exposition, espace consacré au travail de Rikako Nagashima, Nicolas Waltefaugle, 2023*

## RIKAKO NAGASHIMA

Année de naissance : 1980

Études : Musashino Art University, département de communication visuelle

Date de début d'activité : 2003

Date de création du studio : 2013

Nom de studio : Village®

Effectif : 4 personnes

Localisation : Tokyo, Yoyogi

Après plusieurs années passées comme directrice artistique au sein d'une grande agence de publicité, Rikako Nagashima a fondé le studio Village® pour se concentrer sur des commandes de son choix et mettre en œuvre sa pratique personnelle dans les domaines de la mode, de la musique ou plus largement du secteur culturel. Elle a notamment conçu des pochettes de disques pour le musicien Ryūichi Sakamoto ou encore la communication visuelle de la galerie Gyre et des expositions d'Anish Kapoor ou encore David Lynch. Elle a assuré la direction artistique de plusieurs campagnes publicitaires pour le grand magasin Laforet

et créé l'identité visuelle du Pola Museum of Art. Elle a également pris en charge la création graphique (signalétique et identité visuelle) du pavillon japonais lors de la Biennale d'architecture de Venise en 2021.

À travers sa pratique, Rikako Nagashima a développé une réflexion sur l'impact social du design. Elle porte ainsi une attention particulière à l'impact environnemental de sa pratique et sélectionne avec soin les matériaux et processus auxquels elle a recours dans le cadre de ses commandes. Après son expérience dans la publicité, elle a souhaité réinterroger son rapport au travail pour laisser plus de place à la collaboration, à la flexibilité, et affirmer en tant que femme, la possibilité de mener de front vie familiale et professionnelle au Japon.



Vue de l'exposition, tablette numérique suspendue permettant aux visiteurs de tester l'application de réalité augmentée créée par Kitasenju Design, Nicolas Waitefaugle, 2023

## TAKAYUKI WATANABE (KITASENJU DESIGN)

Année de naissance : 1981

Études : Université de Yamanashi

Date de début d'activité : 2007

Date de création du studio : 2018

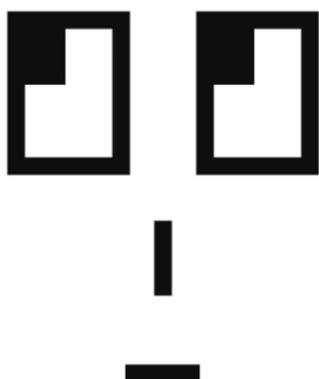
Nom de studio : Kitasenju Design

Effectif : 1 personne

Localisation : Tokyo, Asakusa

Takayuki Watanabe est le fondateur du studio Kitasenju Design, spécialisé dans le design digital, et notamment la création d'applications, de sites Internet, d'installations vidéo ou le motion design. Dans le cadre de sa pratique, Watanabe utilise le code comme outil exclusif de création et, grâce à un travail de recherche quotidien, il produit de nouveaux systèmes et effets visuels mêlant imaginaire et réalité. En parallèle de ses projets de commande, il expérimente régulièrement autour des notions de perception visuelle, de perspective et de mouvement à travers de courtes vidéos.

Il a notamment créé le site web du Sumidagawa Douchu, ou plusieurs logotypes animés pour le Digital Art Museum (MuDA) de Zurich, ou le prix YouFab Global Creative généré selon un processus d'autonomisation. Il a également développé plusieurs applications pour smartphone dont le seul but est de permettre à l'utilisateur d'éprouver, grâce à des paramètres prédéfinis, des jeux de déformations du réel. L'application Super slit-scan par exemple utilise la technique du « slit scan » pour donner l'impression d'un espace-temps distordu. Cette technique permet de déformer l'image captée par la caméra du smartphone à partir des données d'espace en abscisses et en ordonnées, en les complétant par une distorsion basée sur le temps. Cela fait cohabiter sur une même image des perspectives ou angles de vues pris à des moments différents.



(c) Syunichi Suge

## SYUNICHI SUGE

Année de naissance : 1980

Études : Keio University, département des médias et de la gouvernance

Date de début d'activité : 2005

Date de création du studio : 2014

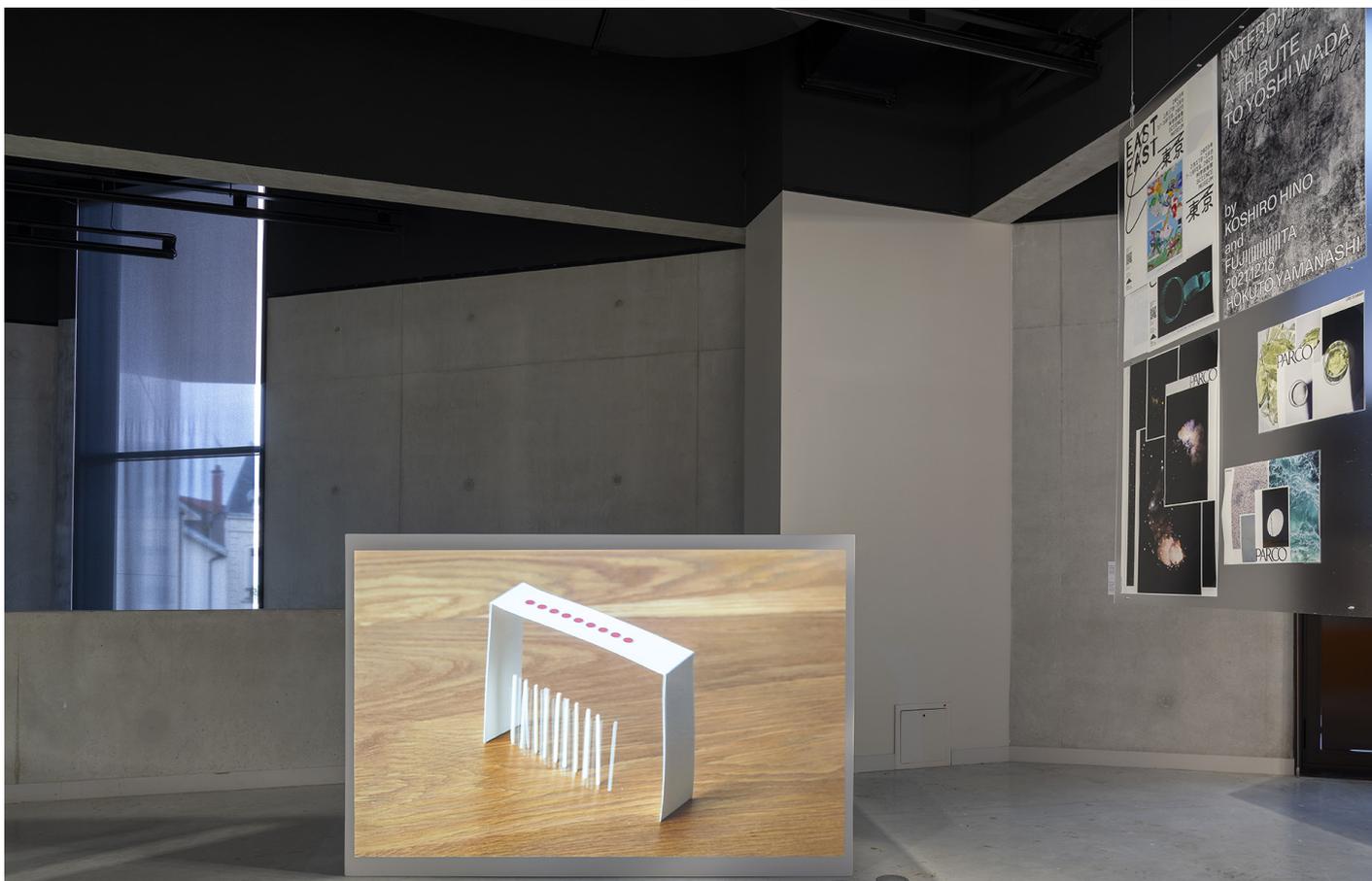
Effectif : 1 personne

Localisation : Tokyo, Setagaya

Diplômé de l'université de Keio en 2005, Syunichi Suge a développé une approche pédagogique du design, très largement influencée par les sciences cognitives. Son travail interroge les notions de mouvement, de texture, ou encore le rôle et le fonctionnement de la vision. À partir d'éléments visuels très simples comme des lignes, des formes géométriques ou des points, il crée des expériences visant à décortiquer les processus cognitifs à l'œuvre dans des actions du quotidien, ou encore à expliquer certains biais cognitifs.

Il a notamment créé un programme à visée éducative pour la chaîne de télévision

nationale NHK intitulé « 2355/0655 » dans lequel il propose des expériences sur la perception visuelle. Son travail a été exposé à de nombreuses reprises, notamment au 21\_21 Design Sight de Tokyo en 2021, ou au Songshan Cultural and Creative Park de Taipei en 2016. En parallèle de son activité de designer, il enseigne à la Tama Art University à Tokyo et est l'auteur de plusieurs livres portant sur le design cognitif.



Vue de l'exposition, zone de diffusion du travail de Tomohiro Okazaki, Nicolas Waltefaugle, 2023

## TOMOHIRO OKAZAKI

Année de naissance : 1981

Études : Tokyo Zokei University, département de design

Date de début d'activité : 2004

Date de création du studio : 2011

Nom de studio : Swimming

Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Ebisu

Originaire de Kanagawa, Tomohiro Okazaki a suivi l'enseignement de Katsumi Asaba et Akita Kan à l'université Zokei de Tokyo. Après avoir travaillé quelques années dans une agence de publicité, il crée son propre studio, Swimming, en 2011. Il se spécialise alors dans la communication visuelle et la création de vidéos en stop motion, technique découverte fortuitement alors qu'il utilisait un appareil photographique numérique pour concevoir une affiche et avait fait défiler rapidement les images. Entre 2010 et 2020, il conçoit une centaine de vidéos en stop motion pour le générique de l'émission « Design Ah », diffusée sur la NHK, ou encore pour Issey Miyake. En parallèle de son travail vidéo,

il a également été directeur artistique de la maison d'édition Shikoshiten.

Passionné par la structure même des choses qui l'entourent, il a conçu plusieurs installations dans lesquelles il décortique les objets du quotidien et classe un à un leurs composants. À l'invitation de Taku Satoh, il collabore à l'exposition « Design Anatomy » au 21\_21 Design Sight en 2016. Depuis le début de la pandémie de Covid 19, favorise son travail personnel et publie ainsi chaque jour sur son compte Instagram une courte vidéo dans laquelle il poursuit ses recherches sur la perception, mettant en scène des objets simples avec peu de moyens. Depuis 2013, il enseigne à l'université Tama de Tokyo.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail de Midori Hirota, Nicolas Waltefaugle, 2023

## MIDORI HIROTA

Année de naissance : non renseigné

Études : Kyoto Seika University, échange à la Cooper Union for the Advancement of Science and Art

Date de début d'activité : non renseigné

Date de création du studio : 2015

Nom de studio : Kantaro Signs

Effectif : 1 personne (collaborateurs éventuels selon les projets)

Localisation : Osaka

Midori Hirota est une peintre en lettres et designer graphique spécialisée dans la conception d'enseignes, de logotypes et la peinture de décors. Née dans une famille propriétaire d'une entreprise de conception et fabrication d'enseignes et de signalétiques, elle a commencé à dessiner et à peindre dès son enfance, avant d'étudier le design graphique à l'université Seika de Kyoto, puis de faire un échange à la Cooper Union University de New York.

Après avoir obtenu son diplôme, elle a travaillé pendant quelques années au sein

du studio UMA/design farm dirigé par Yuma Harada, avant de créer son propre studio, Kantaro Signs, en 2015. Elle assure à la fois la conception, la construction et le suivi de production de supports pour des clients comme des restaurants de quartier (Sonoda, Typhoon Hanten, Norifuri), des bains publics (Ume Yu) ou des galeries, seule ou en collaboration avec son père. Elle a récemment conçu l'identité visuelle de la série télévisée Ochoyan pour la NHK.

Dans le cadre de sa pratique, elle valorise le travail de calligraphie, le lettrage ou la peinture de lettres. En 2017 elle a passé avec succès un certificat d'État de peintre en lettres créé par le gouvernement japonais en 1959. Elle a conçu deux expositions pédagogiques intitulées « Signs and Beyond » en 2017 et 2019, consacrées aux techniques de fabrication d'enseignes.



*Vue de l'exposition, espace consacré à Yoshiaki Irobe, Nicolas Waltefaugle, 2023*

## YOSHIAKI IROBE

Année de naissance : 1974

Études : Université des arts de Tokyo

Date de début d'activité : 2003

Date de création du studio : 2011

Nom de studio : Irobe Design Institute

Effectif : 9 personnes

Localisation : Tokyo, Ginza

Après avoir obtenu son diplôme de l'Université des arts de Tokyo en 2003, et effectué un voyage itinérant pour découvrir l'architecture en Europe, c'est aux côtés de Kenya Hara que Yoshiaki Irobe commence sa carrière. Quelques années plus tard, en 2011, il crée son propre studio, Irobe Design Institute, au sein même du Nippon Design Center.

Fort d'une équipe de huit personnes, ses travaux majeurs incluent notamment l'identité visuelle et la signalétique du Ichihara Lakeside Museum, la conception de la nouvelle identité du métro d'Osaka (pour lequel il a reçu le prix Yusaku Kamekura décerné par JAGDA), ou la direction

artistique de nombreux événements pour la marque Sony.

Au cours de sa carrière, il a développé une approche du design pluridisciplinaire, évoluant autant dans le domaine de l'architecture, du design de livres, ou du packaging, pour des entreprises privées ou des institutions publiques. En parallèle de son activité de designer, il enseigne à l'Université des arts de Tokyo. Il est membre de l'Alliance graphique internationale.



Vue de l'exposition, espace consacré à Mariko Okazaki,  
Nicolas Waltefaugle, 2023

## MARIKO OKAZAKI

Année de naissance : 1984

Études : Keio University, département d'informations  
environnementales, et Gerrit Rietveld Academie,  
département de design graphique

Date de début d'activité : 2018

Date de création du studio : 2022

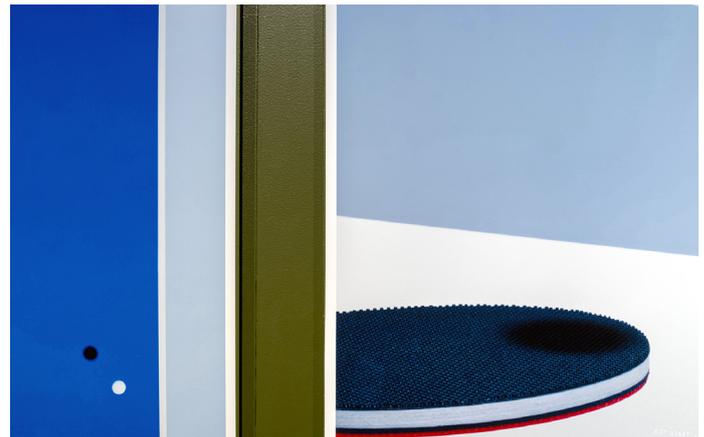
Nom de studio : Reflecta

Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Suginami

Après des études d'architecture à l'université de Keio, Mariko Okazaki décide de se tourner vers le design graphique et intègre la Gerrit Rietveld Academy aux Pays-Bas. Dès son retour au Japon elle travaille alors pendant quelques années dans le studio Neucitora, spécialisé dans le domaine de l'architecture, puis chez Village®, le studio de Rikako Nagashima. Cette expérience lui permet de développer une méthode de travail et une approche du design sensible, qu'elle tente d'appliquer à une large palette de domaines, allant du secteur artistique au secteur commercial.

En 2018, elle crée son propre studio, Reflecta, et travaille sur ses premières commandes pour le secteur privé. Elle réalise notamment une série d'affiches pour la chaîne de grands magasins PARCO, le design de nombreux livres et monographies d'artistes (Pipilotti Rist, Aya Momose, Schenk Hattori) ou encore l'identité de plusieurs événements culturels et des campagnes de publicité. Depuis 2023 elle assure la conception graphique de East East, la foire d'art contemporain de Tokyo.



Vue de l'exposition, espace consacré à Yuri Uenishi, Nicolas Waltefaugle, 2023

## YURI UENISHI

Année de naissance : 1987

Études : Tama University, département de design graphique

Date de début d'activité : 2006

Date de création du studio : 2021

Nom de studio : Hokkyoku

Effectif : 1 personne

Localisation : Tokyo, Shibuya

Quand elle ne s'attèle pas à la création de campagnes publicitaires, Yuri Uenishi, diplômée de l'université de Tama en 2006, parcourt les montagnes japonaises où elle pratique l'alpinisme à haute altitude. Après une expérience de plusieurs années au sein de l'agence publicitaire Dentsu, une des plus grandes agences de publicité du Japon, elle crée son propre studio en 2021, qu'elle nomme Hokkyoku, signifiant « pôle nord » en japonais. Elle se spécialise dans la direction artistique et le design graphique, principalement dans le domaine publicitaire.

À travers sa pratique, elle aime mélanger

diverses techniques de pointe et d'autres plus traditionnelles et manuelles. Elle a notamment conçu la scénographie et la direction artistique de plusieurs expositions (« Futures in Sights » au 21\_21 Design Sight à Tokyo), des campagnes pour des grands magasins comme Laforet, des vitrines pour les magasins Issey Miyake et des vidéos publicitaires pour les magasins Lumine ou Levis. En 2015, elle conçoit une série d'affiches très remarquée pour les championnats du monde de tennis de table, qui sera par la suite récompensée de plusieurs prix. Depuis peu, elle collabore avec la marque de vêtements techniques The North Face.



Vue de l'exposition, espace consacré à Shun Sasaki, Nicolas Waltefaugle, 2023

## SHUN SASAKI

Année de naissance : 1985

Études : Tama University, département de design graphique

Date de début d'activité : 2010

Date de création du studio : 2016

Nom de studio : Ayond

Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Shibuya

Shun Sasaki a été diplômé de l'université Tama en design graphique en 2010. Après avoir travaillé pendant quelques années dans les agences publicitaires Adbrain et Gritzdesign, il a l'opportunité de créer son propre studio, Ayond, en 2016, grâce à plusieurs commandes dans le domaine de l'édition. Il entame à cette occasion une collaboration au long cours avec la poétesse Tahī Saihate. Entre 2014 et 2023, ils collaboreront à près de vingt cinq ouvrages et plusieurs installations dans l'espace, notamment à l'occasion de la triennale de Saitama. Passionné par le design vernaculaire, il s'intéresse particulièrement

au travail de Shuetsu Sato, qui conçoit les panneaux de signalisation temporaires au scotch sur le réseau du métro de Tokyo.

Shun Sasaki a développé plusieurs projets personnels d'édition. Il conçoit régulièrement des fanzines imprimés en risographie et a récemment publié un livre pour enfants sur le thème de la voiture, Burubabiboom, référence directe au célèbre livre japonais Gatan goton gatan goton, thème qu'il explore régulièrement dans son travail personnel sur d'autres supports comme des affiches, des sculptures en bois ou des flyers. Il décline ce même thème en imaginant des panneaux de signalisation routière colorés et métaphoriques. Pour la NHK, il a également redessiné le logotype de l'émission de musique Kohaku Uta Gassen, visionnée par près de 40% de la population japonaise chaque année depuis 1951.



# WATZ IS MONEY?

(c) Daito Manabe

## DAITO MANABE

Année de naissance : 1976

Études : IAMAS University, département des médias

Date de début d'activité : 2003

Date de création du studio : 2006

Nom de studio : Rhizomatiks

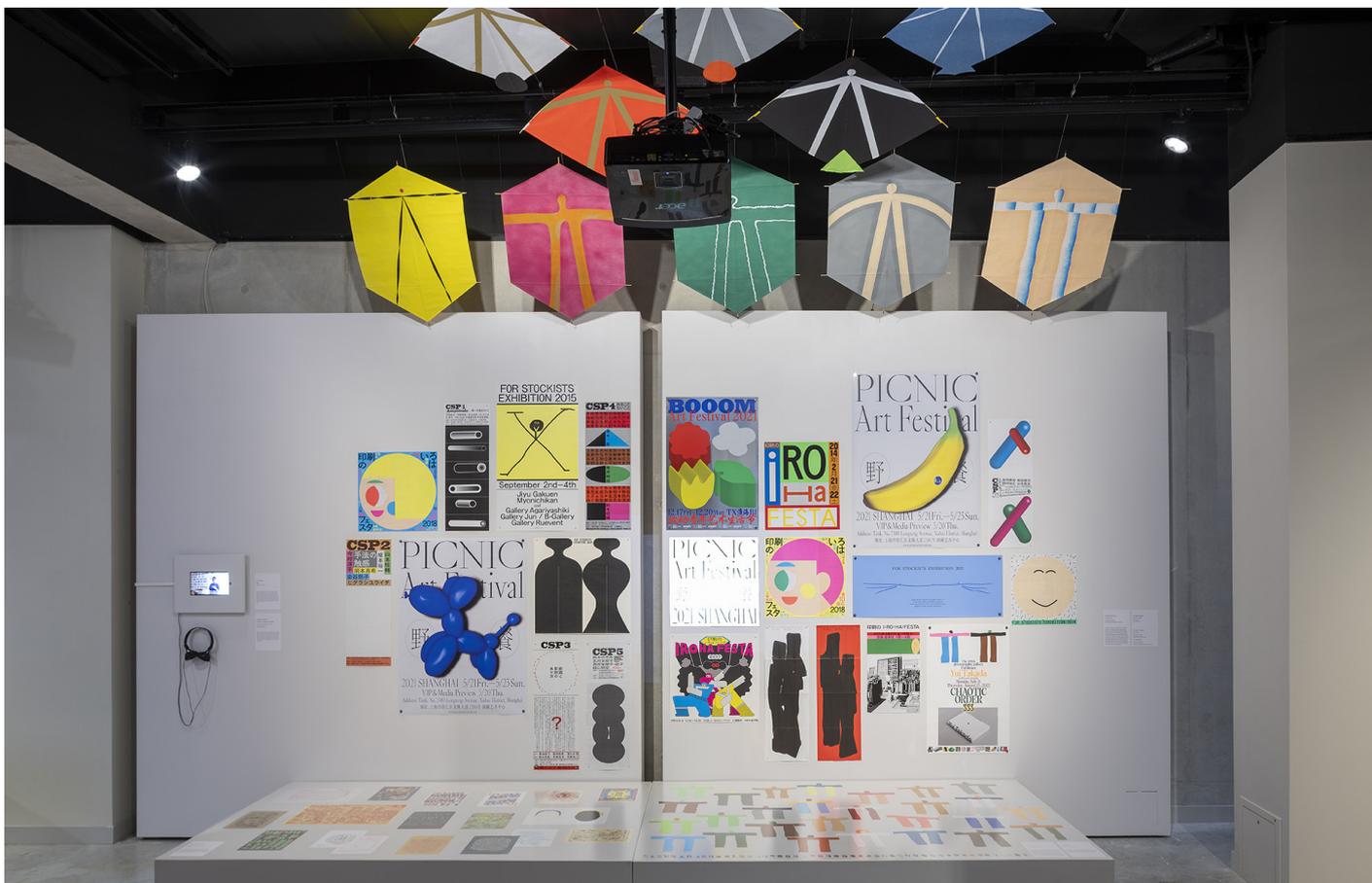
Effectif : 20 personnes

Localisation : Tokyo, Meguro

Daito Manabe est un designer, programmeur et DJ basé à Tokyo. Après avoir obtenu son diplôme de l'université des sciences de Tokyo et du Collège doctoral d'arts et sciences des médias (IAMAS), il a co-fondé en 2006 le studio Rhizomatiks, spécialisé dans le développement de projets créatifs en lien avec les nouvelles technologies. Depuis sa création, Rhizomatiks a donné naissance à deux nouvelles structures : Panoramatikks spécialisée dans le domaine de l'architecture et Flowplateaux pour les applications au domaine du design.

Dans le cadre de son travail personnel, Daito Manabe s'intéresse aux questions de

représentation de données et collabore par ailleurs avec de nombreux musiciens pour la création de clips et de spectacles scéniques (Björk, Ryuichi Sakamoto, OK GO, Squarepusher ou Perfume). Il développe ainsi régulièrement des projets de recherche à la fois pour la scène et le live visant à interroger les potentialités et les risques liés aux nouvelles technologies. Il a par exemple travaillé sur des sujets comme le minage du bitcoin (Nikkei, The Financial Times, université de Cambridge). En parallèle de son activité, il enseigne à l'université de Keio. Passionné par les neurosciences, il collabore également avec l'université de Kyoto pour tenter de visualiser grâce à des IRM l'activité cérébrale pendant l'écoute musicale.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail du studio All Right Graphics, Nicolas Waltefaugle, 2023

## YUI TAKADA (ALL RIGHT GRAPHICS)

Année de naissance : 1980

Études : Kuwasawa design school

Date de début d'activité : 2003

Date de création du studio : 2006

Nom de studio : All Right Graphics

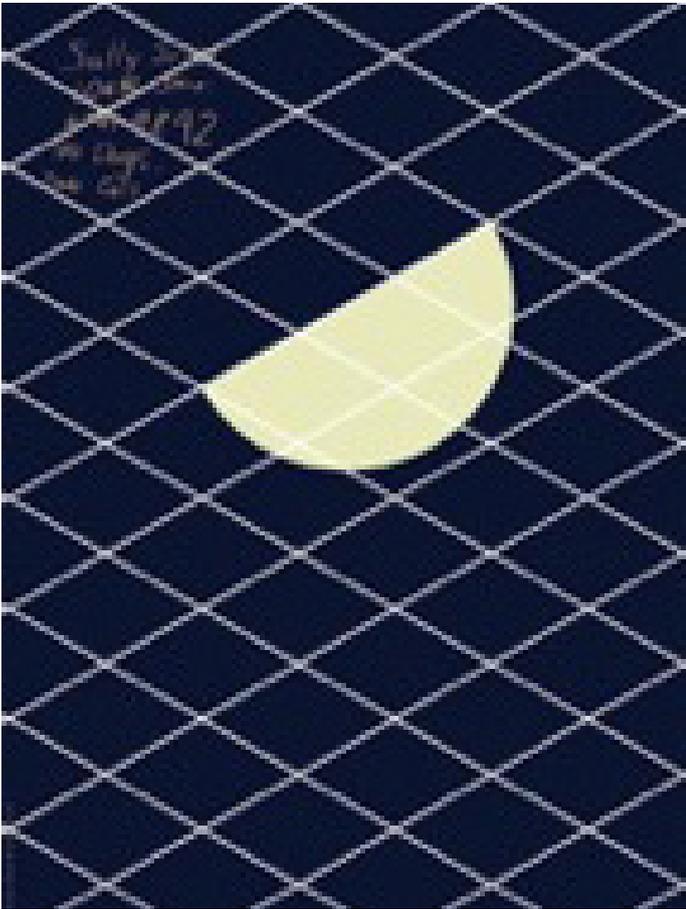
Effectif : 3 personnes

Localisation : Tokyo, Den-en-chofu

All Right Graphics est une histoire familiale. Le studio a été créé en 2006 par la fratrie Yui et Mai Takada, fils et fille de graphiste ayant suivi des chemins détournés pour apprendre le métier de leur père. La première commande qui fait connaître leur travail est une série de flyers conçus pour la compagnie de théâtre Boogie Woogie en 2006. L'année suivante, après avoir reçu en cadeau une presse typographique et un set complet de caractères mobiles, ils entament une activité d'imprimeur sous le nom de All Right Printing. Infatigables créateurs de projets, ils créent également le festival Iroha Festa consacré à la mise en valeur de l'imprimerie traditionnelle, et le label

All Right Music, à travers lequel ils produisent de la musique.

En parallèle des commandes reçues par le biais du studio, Yui Takada a également développé une pratique artistique personnelle. Pour s'éloigner des écrans qui rythment les journées de travail de la plupart des graphistes, il crée quotidiennement des objets en papier : cerfs-volants ou bonhommes par exemple. Cette activité manuelle lui permet de porter un regard nouveau sur les objets du quotidien et de continuer son exploration de formes nouvelles. En 2022, l'exposition « Chaotic Order » à la galerie egg de Tokyo a été pour lui l'occasion de présenter son travail de recherche, ses projets autour du papier ou encore le travail de récolte de signes urbains qu'il développe chaque année avec ses étudiants de l'université Zokei.



(c) Atsuki Kikuchi



Vue de l'exposition, espace consacré au travail d'Atsuki Kikuchi, Nicolas Waltefaugle, 2023

## ATSUKI KIKUCHI

Année de naissance : 1974

Études : Musashino Art University, département de sculpture

Date de début d'activité : 1995

Date de création du studio : 2011

Effectif : 2 personnes

Localisation : Tokyo, Aoyama

Atsuki Kikuchi a réalisé des études de sculpture à l'université d'art de Musashino, avant de se tourner vers le domaine du design. Dès lors, il investit ce domaine pleinement et co-fonde le studio de design Bluemark en 2000, puis crée un café au sein duquel il organise de nombreux événements. Cette expérience lui permet de créer un réseau solide de relations dans le domaine culturel. Cette expérience se termine dix ans plus tard et il crée alors, en 2011, son propre studio pour se concentrer sur des projets d'identité visuelle et de signalétique (Musée d'Art d'Aomori), de la direction artistique (Minä Perhonen ou Sally Scott), du design de livres ou de magazines, ou encore du

packaging (Kamenoko Tawashi). Son travail a fait l'objet de plusieurs expositions, notamment au Musée d'Aomori (« Play » et « Weight and Lightness ») ou à la galerie G8 (« Creation is free »).

En parallèle de son activité de designer, il a également fondé la maison d'édition Book Peak à travers laquelle il publie principalement des livres d'artistes. Il est membre de l'Alliance graphique internationale.



(c) Yuma Harada (UMA/Design Farm)

## YUMA HARADA (UMA/DESIGN FARM)

Année de naissance : 1979

Études : Kyoto Seika University, département de design, spécialité architecture, Shusei Architectural Academy et Inter Medium Institute (IMI)

Date de début d'activité : 2006

Date de création du studio : 2007

Nom de studio : UMA/design farm

Effectif : 10 personnes

Localisation : Osaka

Yuma Harada est diplômé du département design, spécialité architecture de la Seika University de Kyoto et de la Shusei Architectural Academy en 2002. En 2007, il crée le studio UMA/design farm à Osaka, spécialisé dans le design de livres et la signalétique, plus spécifiquement en lien avec des projets architecturaux. Il a notamment travaillé sur la création d'écoles, de bibliothèques, d'établissements pour les personnes handicapées et pour de nombreux projets de rénovation de logements collectifs. Il a récemment été en charge de la conception graphique du pavillon japonais

de la Biennale d'architecture de Venise (2023). Il favorise ainsi les projets en lien avec la culture, l'environnement local, ou à caractère social. Depuis peu il a entamé une relation de travail avec la marque Taisei Shiki, un fabricant de papier de haut qualité, pour laquelle il dessine et développe une gamme de produits de rangement pour la maison. Il assure par ailleurs la programmation artistique du showroom du fabricant de papier Takeo à Osaka.

Il enseigne à l'université d'Akita et l'Université des arts de Kyoto dans la section de design d'espace. Il est l'auteur de plusieurs livres, dont One Day Esquisse. Design class for finding a point of view in thinking regroupant les cours qu'il a donné à distance durant la période de confinement à ses élèves de l'université d'Akita.



Vue de l'exposition, espace consacré au travail de Kazunari Hattori, Nicolas Waltefaugle, 2023

## KAZUNARI HATTORI

Année de naissance : 1964

Études : Université des arts de Tokyo, département de design

Date de début d'activité : 1988

Date de création du studio : 2001

Effectif : 3 personnes

Localisation : Tokyo, Minato

Après avoir obtenu son diplôme en design de l'Université des arts de Tokyo, Kazunari Hattori a commencé par travailler une quinzaine d'années en tant que graphiste pour Light Publicity, une des plus grandes agences publicitaires japonaises. C'est le succès de la campagne de publicité pour la marque de mayonnaise allégée Kewpie Half qui a fait connaître son travail. Il a par la suite créé en 2001 son propre studio pour se consacrer à des projets plus personnels et à plus petite échelle. Il prend alors la direction artistique du magazine de mode Ryuko Tsushin ou encore de Here and there. Ces projets sont pour lui de véritables laboratoires de création grâce auxquels il

rencontre de nombreux photographes et dessinateurs dont Takashi Homma et Yuichi Yokoyama avec qui il continue de collaborer.

En 2007, sur l'invitation de l'imprimerie Toppan, il réalise une première série d'affiches représentant des drapeaux prenant forme grâce à une série de traits de couleur inclinés. Cette série qui lui permet d'explorer les potentialités de la trame, connaîtra un franc succès. Elle sera suivie ensuite par une seconde série déclinée sur le motif des gâteaux. En parallèle de son travail de design graphique, il a aussi réalisé la scénographie des vitrines de la marque Petit h d'Hermès (2015).



# Butsu Butsu

## Design graphique contemporain au Japon

---

Centre  
National  
du Graphisme  
1 Place  
Émile  
Goguenheim  
52000  
Chaumont  
France  
contact@cndg.fr  
03 25 35  
79 01



---

### Accès libre et gratuit

aux expositions,  
au café et à l'espace  
de coworking  
(wifi gratuit)

Ouvert du mercredi  
au dimanche de 14h à 18h

7j/7 sur réservation :  
resa@cndg.fr

---

### Contact Presse

Mélissa Papet  
melissa.papet@cndg.fr  
03 25 35 79 04

Pour toutes informations  
supplémentaires et  
demandes de visuels  
haute définition.

### Venir à Chaumont par la route

En venant de Nancy :  
A31 puis prendre la sortie 8  
vers Chaumont/Bourbonne-les-Bains/Nogent...

En venant de Metz :  
A31 puis prendre la sortie 8  
vers Chaumont/Bourbonne-les-Bains/Nogent...

En venant de Paris :  
A5 puis prendre la sortie 24  
vers Chaumont/Arc-en-Barrois/Semoutiers

En venant de Lyon :  
A6, continuer sur l'A31 puis prendre  
la sortie 24 vers Saint-Dizier/Chaumont/Châteauvillain

### Venir à Chaumont par le train

TER Paris-Chaumont :  
2h15 mn environ - trajet direct

TER Lyon-Chaumont :  
3h50 mn - 1 correspondance

TER Nancy-Chaumont :  
2h10mn environ - 1 correspondance

TER Metz-Chaumont :  
3h environ - 1 correspondance

---

Soutenu  
par



L'exposition Butsu Butsu est co-produite par le  
Museum für Gestaltung de Zurich.

Ce projet de recherches a été sélectionné par la com-  
mission mécénat de la Fondation des artistes qui lui a  
apporté son soutien.

Il a également été soutenu par le programme Ishi-  
bashi Foundation / The Japan Foundation Fellowship  
on Japanese Art.