



b+ab 2007 Fall & Winter
I.T appareles Limited / b+ab | 2007

香港時尚品牌 b+ab 的秋冬廣告。吉田ユニ試圖找到一個新的方法，去呈現不同的視覺設計。經由一種平常不易使用的攝影角度，在強化玻璃上搭設實際的房間場景，擺上真實的動物，再由正下方向上拍攝，來表現時尚廣告的趣味。移動整個房間的物件，來呈現出秋冬季節時屋內溫暖的感覺，並使用張開的裙子來表現時尚感。秋天時，動物們在屋內活動，到了冬天，就到裙下避冬。

吉田

ユニ

Yuni Yoshida



原宿的 LAFORET 百貨在日本文化界頗富盛名，這家從 1978 年成立的百貨公司，以它前衛、原創味十足的廣告，建立起與眾不同的形象，它代表了日本的某種文化面向，高調地引領著時尚潮流，而負責其廣告的設計師也都是一時之選，如大貫卓也、野田凧、古平正義、佐野研二郎、植原亮輔等，都曾創造出讓人記憶深刻，甚至心頭一震的厲害視覺設計。而近幾年來，則以野田凧奇特的創意最令人讚歎。

2006 年加入野田凧創立的宇宙カントリー的吉田ユニ，和野田凧合作過多次 LAFORET 的廣告。她和野田凧的關係微妙，兩人都曾是大貫卓也旗下的設計師，屬於前後輩的關係，而且相識得很早；吉田ユニ在大學時，便曾在「JAGDA」（日本平面設計師協會）舉辦的設計活動中，見過野田凧。之後因緣際會，吉田ユニ和野田凧終有機會合作。吉田ユニ受野田凧影響極深，她曾說，無論是處事態度或是設計，野田凧對她而言，都扮演了相當重要的角色。吉田ユニ和野田凧在設計上有相似的世界觀，她們都不遵循傳統，都試圖打破既有框架，但若去細細感受，吉田ユニ的作品又多散發一股甜美的氣息，和野田凧的顛覆叛逆相當不同。

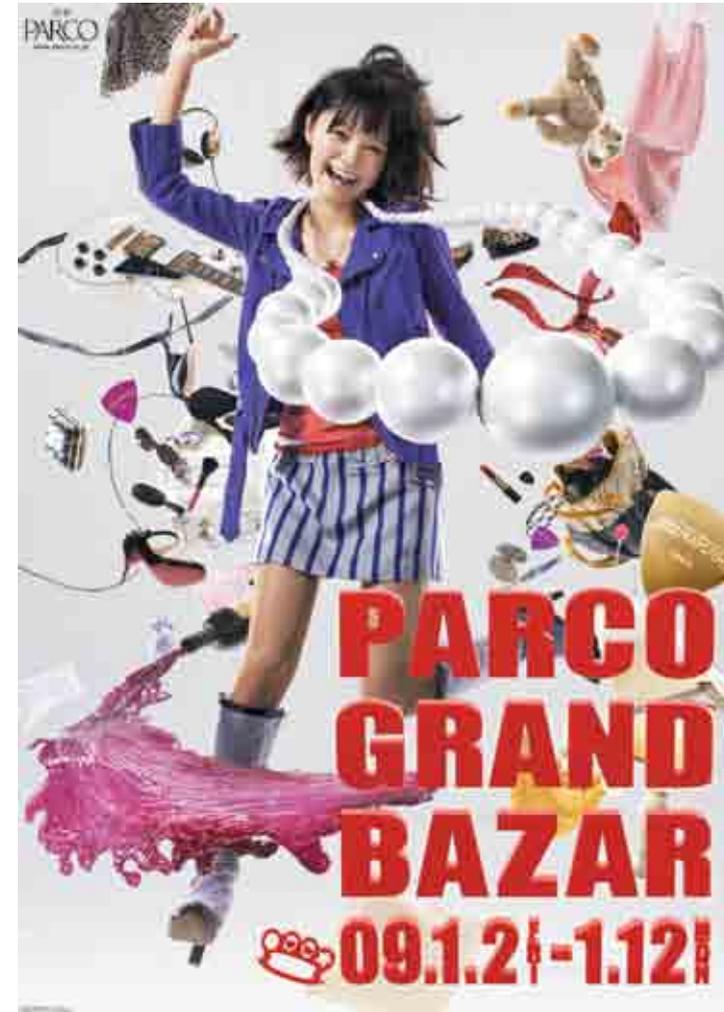


b+ab 2009 SPRING & SUMMER
IT appareles Limited / b+ab | 2009

香港時尚品牌 b+ab 的 2009 年春夏廣告。客戶希望用森林來表現春夏的感覺，但是因為已經有太多用森林來表現視覺的作法，吉田ユ二希望設計出與他人不同的作品。因為是製作廣告，所以要做出讓觀眾不得不看的視覺印象。她以一個有著透明牆壁的房间為主體，牆外是一座森林。房間內所有的地板、衣服、窗戶都是透明的，並用透明塑膠包裹沙發表層，讓人直接看到裡面的棉花和彈簧。在透明的地板內，還可以看到地鼠以及一個透明的插座。



1980 年生的吉田ユ二，畢業於女子美術大學。她自小便喜愛繪畫，因此走上設計之路十分自然。吉田ユ二的設計，充滿了幻想的元素，給人無比的想像可能性。她將平面設計轉化成奇特的立體世界，非真實感的鮮豔色彩、如同童話般的人事，帶觀者進入超現實的氛圍中。2007 年的 b+ab 秋冬廣告，最能將吉田ユ二獨特的設計觀表達得淋漓盡致。在溫暖色調的房子裡，所有的事物都像是在太空中飄浮移動，模特兒的裙子在圖中如花般盛開，而動物們則在裙上冬眠休憩。吉田ユ二以獨特的攝影角度，將時尚廣告表現得新意盎然，而二幅對稱的構圖，則巧妙地說明了秋冬兩季的服裝重點。



PARCO GRAND BAZAR 2009
PARCO | 2009

考慮到與所合作的電影（此廣告與宮藤官九郎的電影《少年×リケンサック》合作）氣氛相同，整個設計的調性要像是現場演出，並且充滿流行和促銷感。吉田ユ二將主角及所有的物品用線懸空吊起，以拍攝主角高興躍起的瞬間畫面。其中比較特別的物件包括用樹脂製作濺起的紅酒，以及一條由遠而近，利用大小各不相同的珍珠製造出有著距離感、魄力感的項鍊。

吉田ユ二的設計手法，尤其適合於廣告。觀看她的作品時，常會感覺到時間彷彿瞬間凝結了，停留在某個時刻，當然，那常是廣告要傳達重要訊息的那一刻。這「時間凝結感」成了她作品的有趣特色。在 2009 年初的 PARCO 百貨廣告上，她再次完美地表現出這樣的概念。在以宮崎あおい為主角的場景中，各種道具懸吊在空中，除了表現出瞬間感外，特別的是，這是以預想觀看者的角度所建構的透視構圖，或許用 3D 動畫便可輕易達成，但用實體實拍的方式，製做透視後、大小不一的道具，反倒讓廣告本身更為生動有趣，展現豐富的創意。



装苑 / トロンプレイユ
文化出版局 | 2009

這也是吉田ユ二為《装苑》雜誌的專題所做的設計，就像觀光地時常見到，可以將臉擺入拍攝紀念照的人型看板。模特兒的臉、手以及部分的配件都是立體的，而在看板上的衣服是平面的。這個方式，可以表現出混合 2D 平面和 3D 立體的設計。



Interview 吉田ユ二

1980 年生，畢業於女子美術大學，曾任職於日本知名設計師大貫卓也、野田凧的設計工作室。作品橫跨廣告、音樂、時尚等領域。近日重要作品有日本知名百貨 Parco 宣傳廣告、a+ab 服裝品牌型錄、《装苑》雜誌專題設計。

1. 你什麼時候決定以設計為業？

我在大學時才決定當設計師，但我小時候就曾想過長大後所從事的工作要能創造事物。我對事物充滿了想像力，當別的小孩都在玩玩具時，我卻想做自己的玩具。我曾經假裝自己是牙醫，將撿來的白色石頭當作牙齒，並在粉紅色的黏土上排列整齊，然後玩著自己的遊戲。

2. 你認為什麼是「平面設計」，對平面設計師來說，他們必須具備的重要能力為何？

現在對我來說，「設計」就是我生活的一部分。

我認為身為一位設計師，必須要能以客觀的角度來看待事物。廣告不像藝術作品，是有客戶和商品的，有方向和前提的顧慮。如果想要跨步往前創新，卻可能把客戶和商品拋在腦後。我想客觀地去保持這雙方平衡的能力，是極度重要和必須的。

3. 請描述創作「Parco Grand Bazar, 2009」的過程。

一開始我由客戶端收到原案，了解這是一個與電影合作的設計案。因此為了表現出特賣的感覺以

