

及川 久男 | Hisao Oikawa

デザイン工芸学科 視覚造形

教授

- 1984 東京芸術大学大学院美術研究科デザイン専攻修士課程修了（芸術学修士）
- 2010 広島市経済局経済企画課A P E C国際的な経済会議のためのアートディレクション及びVI計画
湯来のまち再生プロジェクト協議会「湯来のまち」再生プロジェクトに係るブランドマーク制作及びVI計画
- 2011 花の季台サイン計画
チューリップ株式会社BI計画
- 2012 ひろしま菓子博シンボルマーク作成
折り鶴ロゴマーク制作に係るデザイン補修及びVI計画
- 2013 「はだしのゲン」パンフレット制作
- 2014 アトミックゴルフBI計画
“食と酒”まち起こし協議会 マスコットキャラクター着ぐるみ“ハッシー”制作

現在 広島アートディレクターズクラブ

1994年4月着任

コミュニケーション・ツールとしてのデザイン戦略

視覚による伝達は、人間の目の感覚に訴えて何らかの内容を伝えよう（あるいは伝えられよう）とする行動であり、私たちの生活において人間の持つ五感覚の中で80%を超える大きなウェイトを占める領域である。この領域を有効に生かし戦略的にデザインを構築、展開して行かなければならない。また、問題解決のためのデザイン処方個人、企業、団体、自治体等公的機関、教育機関などの様々なプロジェクトや目標達成に於ける問題や症状に臨床的に処方方出来るデザイン開発を行う柔軟性が必要である。



《コミュニケーション・ツールとしてのシンボルマーク・キャラクタ》