



大友克洋

POSTERS



美术设计

从1979年到2013年，历时35年，大友克洋设计过的海报海量又精美。时至今日，我们仍能从中感受到时代的变化，以及他的思想，这都是属于大友克洋的。而透过他的名气，我们也能从中感受到广告历史的一部分光辉。对于热爱他的粉丝而言，这不仅他的一本“大型画集”，更是了解他的一部重要资料。透过本期特集的详细介绍，希望大家能从中感受到大友克洋对作品及设计的热诚。

大友克洋

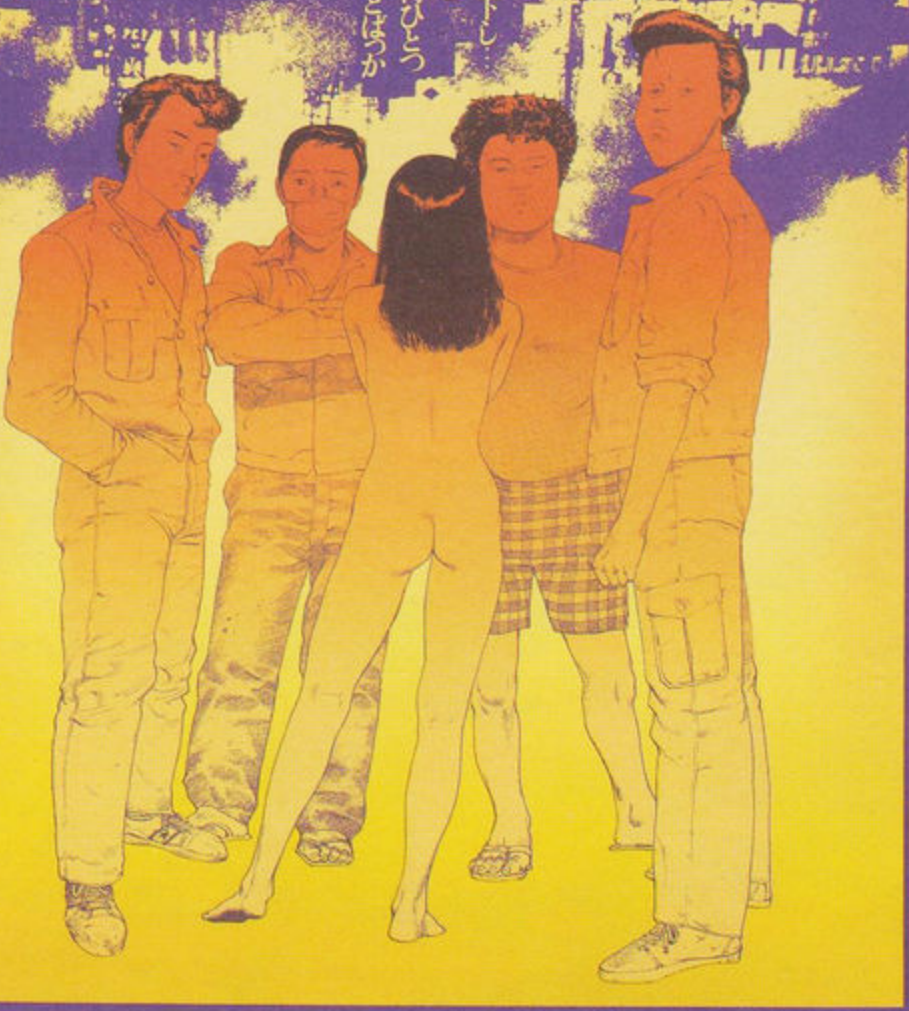


与太浜パラダイス

10月25日(木)初日
東映大泉撮影所黒色テント

68/71黒色テント
七年かりの山元清多
目撃吹いて新作書き下し
時代は変わるつうけど
変わつちやいなせ 何ひとつ
だから俺もお ちよとほつか
ちよとほつか
ちよとほつか

作 山元清多
演出 佐藤信



大友克洋海报的第一份海报，1979年10月演出的戏剧《与太浜的天堂》的公告海报。

这是他的处女单行本《短暂和平》上市没多久，为剧团“68/71黑色帐篷”制作的海报。虽然这张海报还没引起人们过多注意，但新锐漫画家参与制作这种地下剧场海报却很有视觉冲击效果。现在，这种丝网印刷海报已经很难见到了。

※严格来说这是在3个月为前日活色情故事《高中色情 红色制服》制作的剧场版海报，但因为是友克洋原作，因此很难说是他的第一张海报。



'80-'81 西部講堂大晦日

市街戦の気分で



西部講堂連絡協議会

《市街战的气氛》开会通知海报

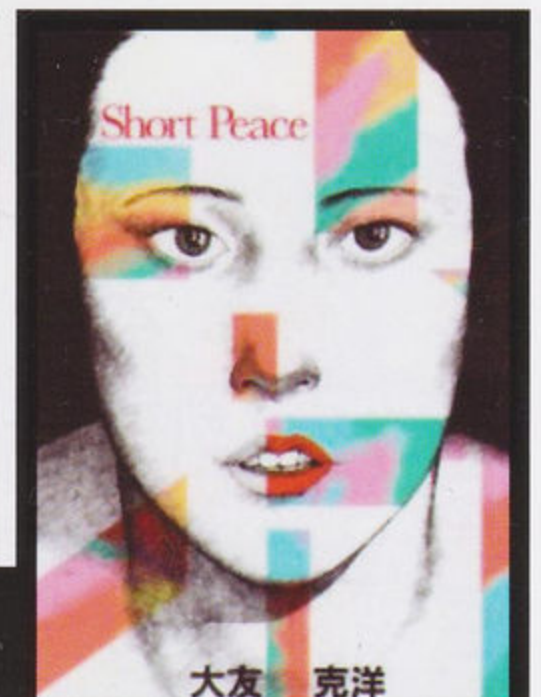
另一份旧海报是京大西部讲堂联络协议会在1980年末的。大友将当时自己连载的《已是战争的气氛》的扉页一部分(※)放到海报中间。这张海报可以让人感受到大友克洋的图是怎么被慢慢接受的，属于珍贵材料。

※《周刊漫画Action》(1980年10月9日号)刊登了单行本末尾收录故事的扉页。

奇想天外社 480

大友克洋
自选作品集 1

从封面封底可以看出大友克洋早期的设计风格带有故事性。





ゼルとグレイ
兄洋

《韩赛尔与格雷狄尔》初回特典B3海报

《SPEED》

**見えるぞ！
ニックの
新周波数1982**

新年ビッグプレゼント
●熱筆！巻頭カラー・26ページ!!
若い二人の青春の瞬間を鮮烈に描く

**スピード
大友克洋**

新年1月号 好評発売中！ 定価230円 光文社

JUST COMIC

●波長ピッタリ連載陣
「ラストラダムスの息子たち」
三山のぼる
「山本風太郎くん」
新田たつお
「青春ブルース」
たむろ未知
「なな→SOS」
なな→SOS

●水の伝説「キリー光乗」
●すっ飛べ！「カルメン」
向後つぐお

到了1981年后半期，大友的漫画海报登场了。

第一份是在1981年10月25发行的单行本《韩赛尔与格雷狄尔》初回特典B3海报。封面图是2色印刷，中间的书名和作者名竖排，构图简洁，应该是本人设计的。也许本来是作为封套设计的（该书没有封套）。除了石井聪互（现：石井岳龙）的电影短片《Shuffle》（原作《RUN》）的剧场版海报，1981年11月2日发售的《周刊Young Magazine》车内悬挂海报就是同时间宣传大友作品的早期海报。

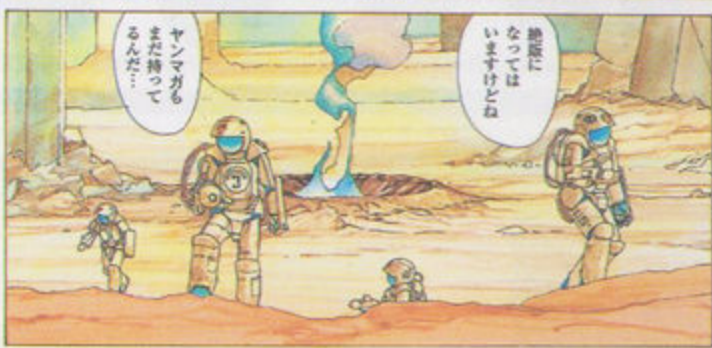
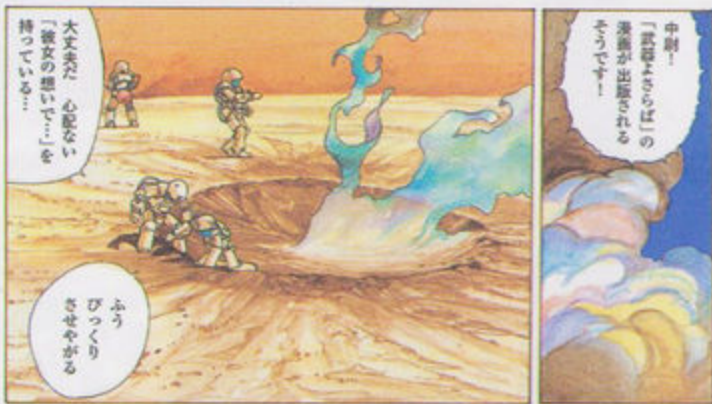
他在讲谈社的第三部作品《再见，武器》，是他随心所欲，一个人全力完成的科幻动作漫画，从故事、机械装的设计到表现手法都震慑了整个业界。车内悬挂海报是将拍摄后的彩色原画在电脑屏幕上改变色调，也就是大家所知道的彩色镜头。

过了一个月后，《月刊Just Comic》（光文社）新年号最引人注目的是将大友的短篇《SPEED》彩图印成书店海报，并制作成车内悬挂广告。

从这些宣传海报中，我们可以得知出版社和读者对大友漫画有多么期待和关注。

武器よさらば 大友克洋

2013年12月25日発売！
ご注文は書店にて。
注文締切日：11月11日（月）



映画「ショート・ピース」の二編「武器よさらば」。絶版となっていた大友克洋原作漫画「武器よさらば」を中心に、映画「武器よさらば」の秘蔵資料を収録した完全本！

《Shuffle》
原作《RUN》

《再见，武器》

Blu-ray & DVD 2014.1.16 発売!!
SHORT PEACE PS3ゲームバック

武器よさらば 大友克洋



マンガ界初の
ビデオカラーで登場

YOUNG
ヤンマガ22号-新々なチャレンジで発売



もうすぐハジケてやる。
待ってな。
引金は、決着のために...
撃鉄は、決意のために。
鉛は、苦痛のために。

原作：大友克洋
（小説家GORO 掲載RUN）
脚本&監督：石井聰互
音楽：ヒカシュー
出演：中島陽典
1981年ダイナマイト・プロ作品
16mm・モノクロ・35分

ぴあシネマティック第32弾
「シャッフル」ロードショウ+1

プラススケジュール
5月/6月 闇のカーニバル 山本政志
7月/8月 ブランキック公三 種水 明
9月/10月 ドラジスタ・ラブー 斎藤聖治 緒方 明
東京白菜園K者
11月/12月 狂い咲きサンダーロード 石井聰互
13月/14月 風たちの午後 矢嶋仁司
15月/16月 ノト・サラスファイド 太田達也
怒りの醫生 泉谷しげる
17月/18月 豚鷲心中 松井良彦

12/5~18
シネマ・フラセット (各巻代々木本町シネマフォーラム)
1230 240 340 320 830 1245 325 630 87835

料金：前売&電話予約800円 当日1000円
前売券発売所：シネマ・フラセット 文芸坐しねぶていく
プレイガイドラフォーレ 各大学生協プレイガイド ぴあ他
電話予約：☎(03)295-9003 ぴあイベント企画室

1部 ぴあ
（オンラインセール） 3日限定



3大別冊付録!!

1 餓狼伝説2
2 餓狼伝説2
3 餓狼伝説2

独占!! 餓狼伝説2
独占!! 餓狼伝説2

他を圧倒する最強企画

スーパーゲームマガジン

覇王 HAOH はおう

創刊号・発売中!!

毎月24日発売 ● 来春より2回刊

《战争的味道》

1982年12月20日，《战争的味
道》限定版公开。
这张海报只在1988
年杂志《AKIRA
WORLD》上刊登
过，很多读者都没
见过。从色彩使用、
构图到文字位置可
以看出是出自大友
之手。

本年度最終最大のSFアクションスーパー新連載

アキラ

大友克洋

第三次大戦カラ三十年
復興シツツアル日本ニ
オソルベキ少年アキラ
ガメザメタ

ヤングマガジン

YOUNG

実力作家読切シリーズ・三山のぼる
舞子ミステリ明日

★キミにスペシャル大感謝! アメリカ
直輸入決定版! 商品をプレゼント
毎月第1・第3日曜日発売 定価200円
ミステリアスに発売中!

NOW AKIRA IS WAKING UP!

NEO SUPER ACTION
“アキラ”

PRODUCED by
KATSUHIRO OHTOMO

STORY
TIME:A.D.2019 PLACE:NEO TOKYO
It has been already 36 years since World War III.
Neo Tokyo, the flourishing city built above Tokyo
Bay, has entered an era of prosperity. One mid-
night, Kaneda and his friends cross a barrier
blocking a highway. Here they encounter a stranger
with mysterious powers. A man by the name of
Captain is chasing the midget, as in a mysterious
couple. Why said Rei? What is their purpose? And
who is Akira?— This spectacular series of SF
events takes place in Neo Tokyo, and the action be-
comes even more exciting as the story continues.

ヤングマガジン

YOUNG

NO.9 5月2日号・アキラ連載10回突入記念号 ●エキサイティングに発売中! ●毎月第1・第3日曜日発売 ●定価200円

《阿基拉》

《战争的味
道》上映之前，就
已经开始了《阿
基拉》在杂志上
的连载。连载第
一回的《Young
Magazine》(1982
年12月20日号)
车内悬挂海报，
用的是杂志封面
图并做无码处理。
而且这份海报用
的是银色纸，实
物会闪闪发光。这
是完全无法复制
的珍贵海报。

不本克洋の黙示録
the Apocalypse

AKIRA
アキラ/K.OHTOMO

ヤングマガジン

YOUNG

No.22 11月21日号 ●ドラマチックに発売中! ●毎月第1・第3日曜日発売 ●定価200円

100万Vの“アキラショックだぜ!”

好評連載の“アキラ”
××に単行本で登場!

AKIRA
大友克洋
ART:1<鉄雄> 2<日発売!

5刷(通巻サイズ)の1,000円コミックス/
絶下ろしカバー色/382ページ!

夏バテ知子強力連載
●BE-BOP-HIGH SCHOOL
●パロディ本誌
●SF 5巻です。第4
●SF 5巻です。第4
●SF 5巻です。第4

●期待の大型新人小林じんご

ヤングマガジン

YOUNG

AKIRA
OTOMO KATSUHIRO

CLIMAX
鉄雄様
全世界待望!

START

ヤングマガジン

YOUNG

★No.22 11月21日号本日発売! 毎月第1・第3日曜日発売 定価200円 講談社

THE GRAPHIC ARTS OF BE-BOP1989

もう、眼におえ

AKIRA
OTOMO KATSUHIRO

講談社独占/
「キングコング2」愛読者ご招待
インフルエンザ暴走クラブ
南野陽子 自伝コミックが
風邪には15ばん
来春3月14日映画公開決定!
BE-BOP-HIGH SCHOOL
本場ちよこ漫画マニュアル

《阿基拉》在连载期间又做了车内悬挂广告、书店促销海报等。我们可以从中感受到大友当时的风格，以及他担任设计的乐趣。

大友克洋の超未来SF

AKIRA
OTOMO KATSUHIRO

大友克洋の本格SFアクション

アキラ速に単行本に!
ヤマガタ本誌サイズで登場!!

大ササイズ定価=1,000円コミックス

アキラ 大友克洋

PART (鉄雄) 第1巻好評発売中!

読者おしるし豪華カラー巻頭カラー8ページを85冊382ページ

YOUNG

不才東京崩壊!!

待望の第3巻 絶賛発売中!!

取巻緊迫 米心自白 待望の第3巻 好評発売中!!

OTOMO KATSUHIRO

AKIRA PART 3 アキラII

BY OTOMO KATSUHIRO

AKIRA PART 2 アキラ

おもしろい豪華カラー8ページ・85冊382ページ・定価880円

アキラグッズが1,500人に当たるスペシャルプレゼント

YOUNG

★アキラの魅力を堪能せよ★

7月の日発売!

アキラ

アキラ絵コンテ集1

POSTER & GRAPHIC AKIRA

AKIRA クラブブック

アニメボックス AKIRA

アキラグッズが1,500人に当たるスペシャルプレゼント

映画、音楽系上

【講談社&マーベル社 共同編集】

国際版 オールカラー

AKIRA

3冊+日本語・翻訳本ケース入り 全10

定価各巻1,800円 発行 講談社

日本上陸!!

マーベル社 特製ポストカード お買い上げ全額プレゼント

9月下旬発売

速報 9月1日(月)発売!

当店ですべて予約受付中!

アキラ 第3巻

大友克洋

AKIRA 3

OTOMO KATSUHIRO

定価880YEN 講談社

描き下ろされたエピソード 本当の結末はこれだ!

AKIRA

アキラ

OTOMO KATSUHIRO

PART 6 KODANSHA

NOW ON SALE!

'88年夏 アニメ映画公開決定!

紀元二千二十年 大東京帝国誕生

AKIRA

OTOMO KATSUHIRO

PART 4 ケイ

絶賛発売中!

●描きおろしカバー ●巻頭カラー8ページ ●B5判400ページ ●定価1,000YEN

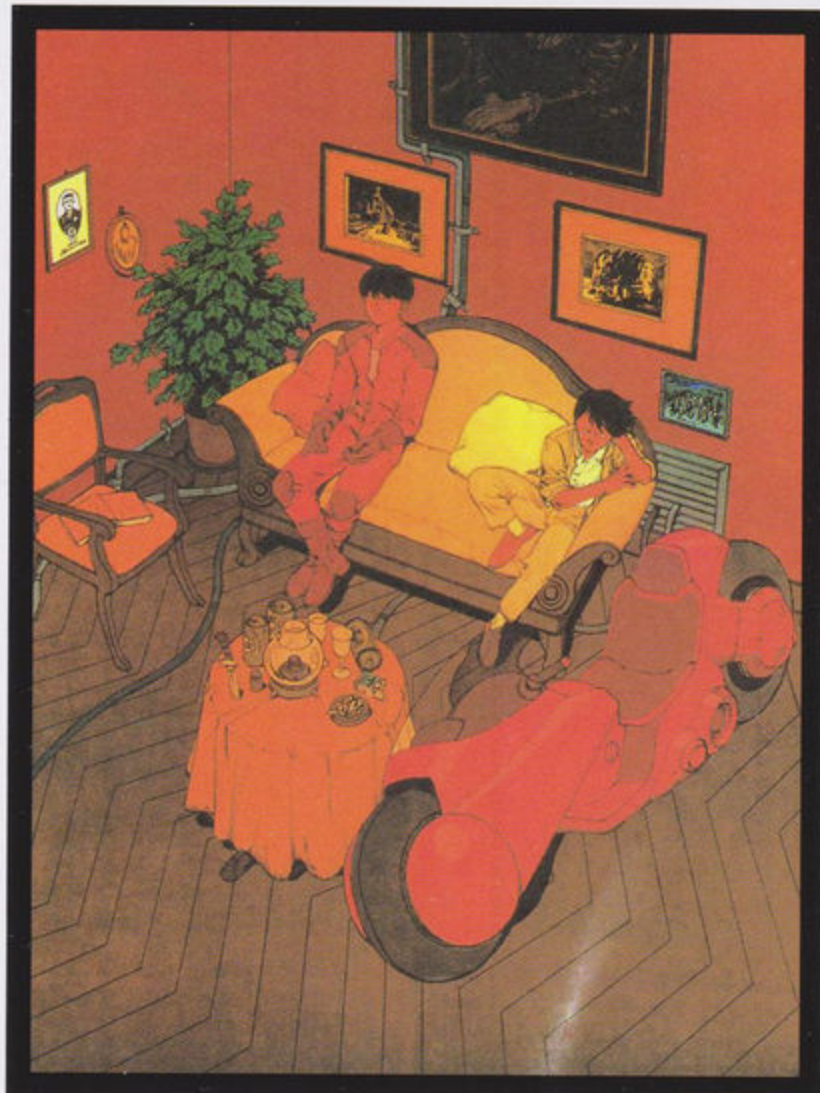
アキラグッズが1,500人に当たるプレゼントつき!

Magazine

AKIRA

OTOMO KATSUHIRO

YOUNG



1983年3月12日是长篇动画电影《幻魔大战》的上映日，由大友克洋担任人设。这部电影制作了很多海报，虽然基本上出自动画人员之手，但大友的原画是交给美术人员上色的，也算是一种合作。这部作品的主要海报和相关商品设计，沿用了当时的动画设计标准，现在也很难看到了。唯一可以见到的是《WARNING! CHARACTER OFF 幻魔大战》的读者赠品海报，这原本是《幻魔大战》其中一张印象图，被用作封面和海报。这张图很有震撼力，书名和解说文字都很小。

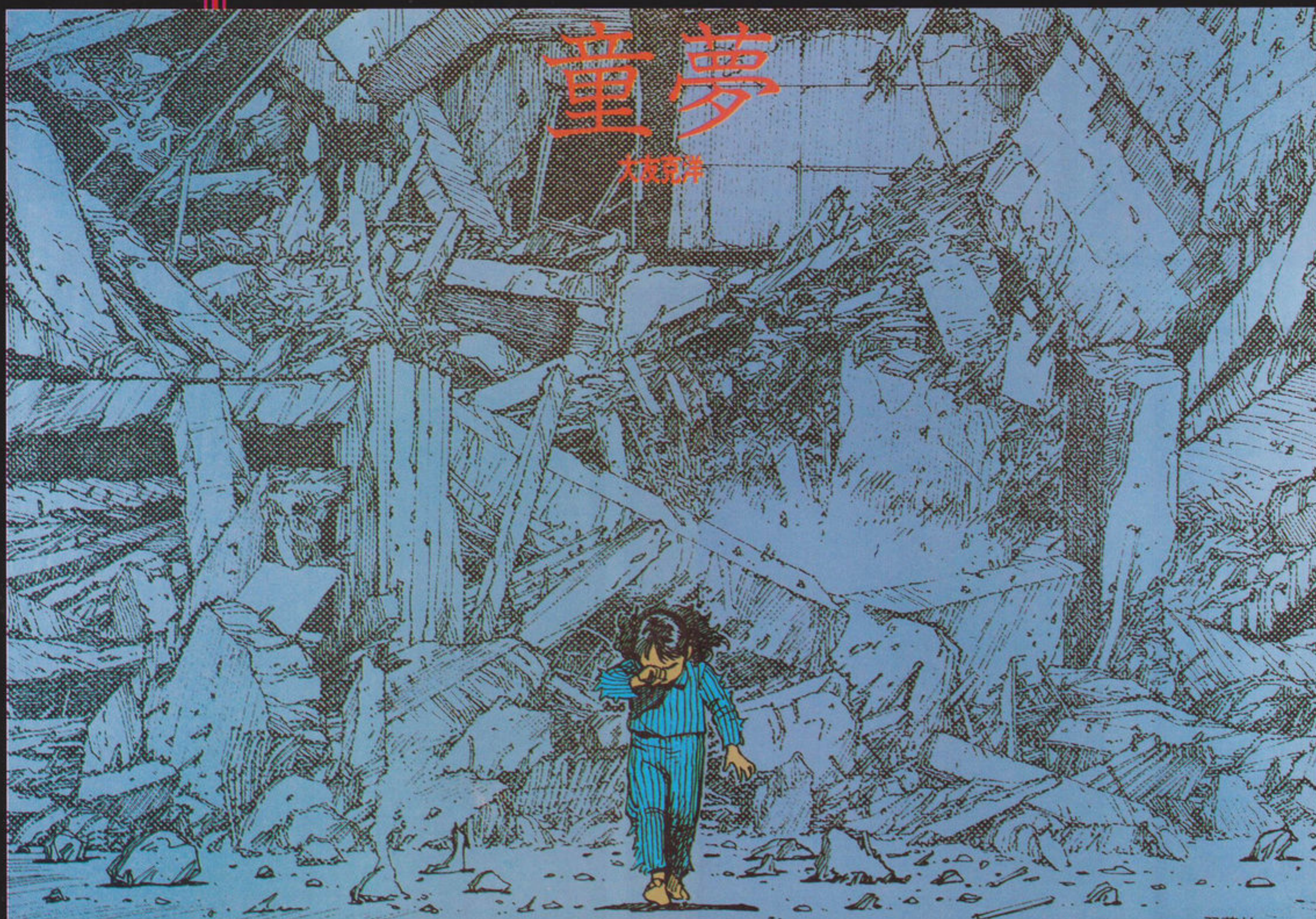
同年夏天出版的《童梦》的第一版封面附有应募券，上面写着被抽到的读者可以获得与封面一样设计的海报。这张海报图因为种种原因用的不是新作图，而是将高潮剧情的一格上色，现在已经变成《童梦》的标志图。而在《童梦》出版之前，《月刊Super Action》第3号（双叶社1983年7月）附赠的是用红蓝3D工艺加工名场面的海报。

1984年4月，大友为佳能相机T70做设计。这个系列的智能新相机带有液晶显示器，投入了多项革新技术。大友克洋在《阿基拉》中所画的正是未来科幻冒险故事，与佳能的未来目标相符。同时也有制作成电视广告，给民众带来新鲜视觉效果。“T70”的一连串广告与《阿基拉》放在一起后，可以说是大友克洋的一个全新定位——展望未来。这些广告还有一个重要特征，就是广告不单单可以找漫画家来画，还可以使用他们创作中的角色形象。在这种合作模式下，广告业后来也与江口寿史等多位漫画家有密切合作关系。

大友克洋参与制作了“佳能T71”、“三得利 图拉多爱尔兰威士忌”等大公司的广告，也制作了自己的漫画印象曲专辑。这些专辑既受读者欢迎也具有80年代风格。获得日本科幻大奖的用了非常抢眼的新图，同时也是由大友设计的。大友本身就对音乐有很深的造诣，这也是他首次触电音乐的作品。而且预购者更可获得浓缩《童梦》世界的新图海报。图虽然是用活动铅笔画出来的，但完成度很高，特意留白很有大友风格。

1984年9月，《阿基拉》第一集单行本出版。仿效第一集的制作，其他5集都做了很多宣传资料。每一张海报都有独特的设计风格，第一集海报是B1尺寸，只用了单行本封面进行设计。《阿基拉》的单行本设计让人分不清是哪一国的风格。用色、设计对业界来说都是一次革新（*）。对制作者而言也是一次成功尝试。我们可以从这张赠品海报中感受到作者的心情。另一方面，因为当时的版式开本关系，令单行本设计受限。因此作者才会从第2集开始，将自己优秀的设计力自由展示在赠品海报上。

※单行本设计的文字使用PENCIL STUDIO处理的，但大友克洋却做了好几份草稿，也自己决定设计方向，因此实际上可以说是由大友克洋设计的。

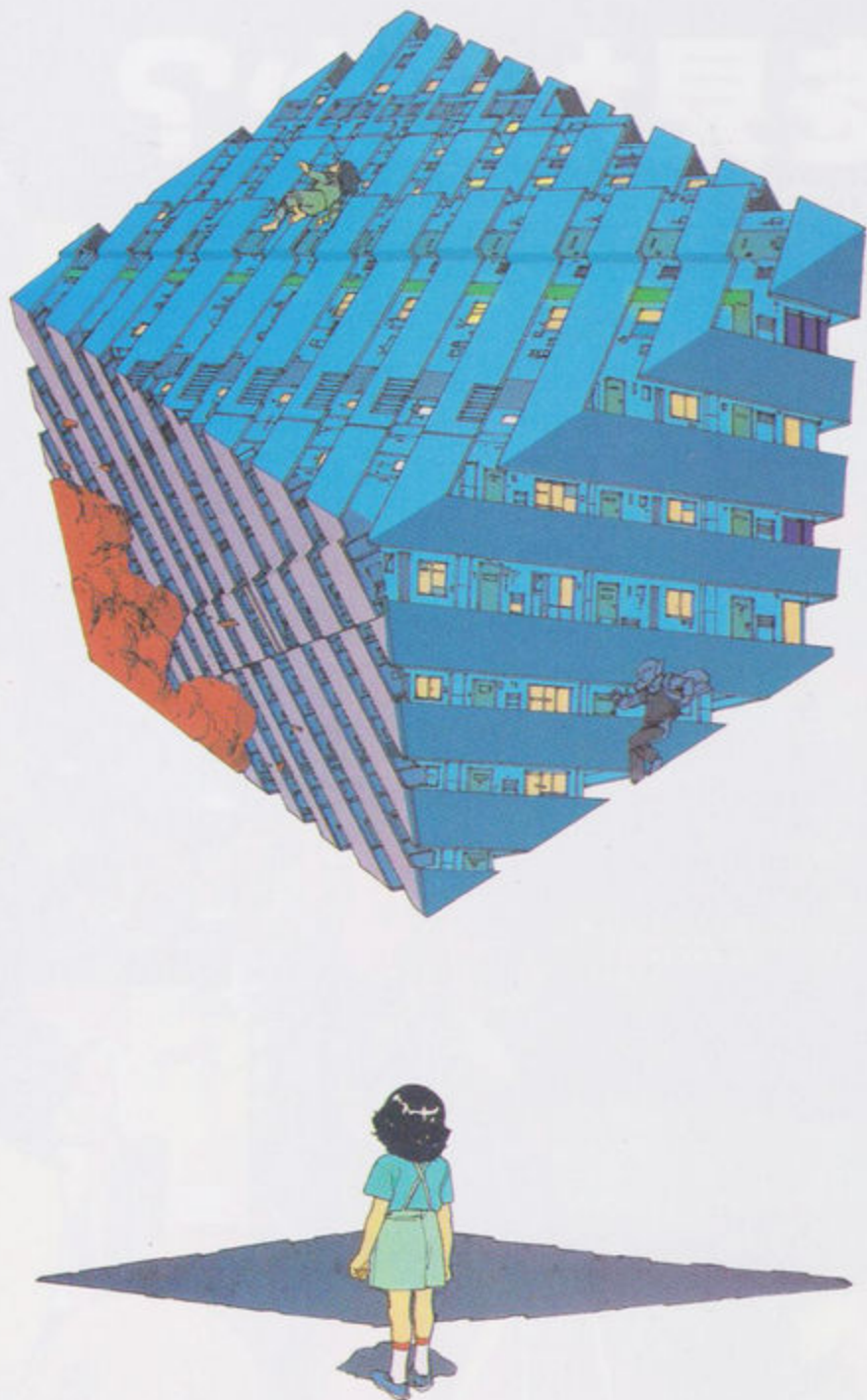


到了1987年6月13日，长篇动画电影《阿基拉》举行制作公布记者会。海报由大友克洋画原图，水谷利春完成。文字位置和构图平衡是由大友本人指定的（原线稿收录在《阿基拉档案》）。与之后的《阿基拉》剧场海报相比较，第一份的设计性更显眼。这张海报大受欢迎，之后又延伸出多个版本。但因为只用在记者招待会上，因此原版本很少流传在世。2009年的蓝光碟月月特典版重印海报，也早已大失原有光彩。这次收录的是在某处保存完好的一张海报，可以说是极其珍贵的资料。

《阿基拉》公开电影制作没多久，在1987年7月发售了《机器人嘉年华》录像带。当时用大友的图片制作了两款海报，一张是自动花车图的录像带促销海报，设计简洁新颖。一张是机器人在跳舞，是原声CD促销海报。之后电影1991年由Streamline公司在美国上映时，宣传海报也是在日本设计基础上制作的，时至今日仍毫不逊色。虽然没人知道具体是由谁来设计，但一定有受到大友风格的影响。

※日本录像带促销海报也有做成英文版的。

《童梦》
世界的新图海报



《童梦》专辑封面

《阿基拉》海报





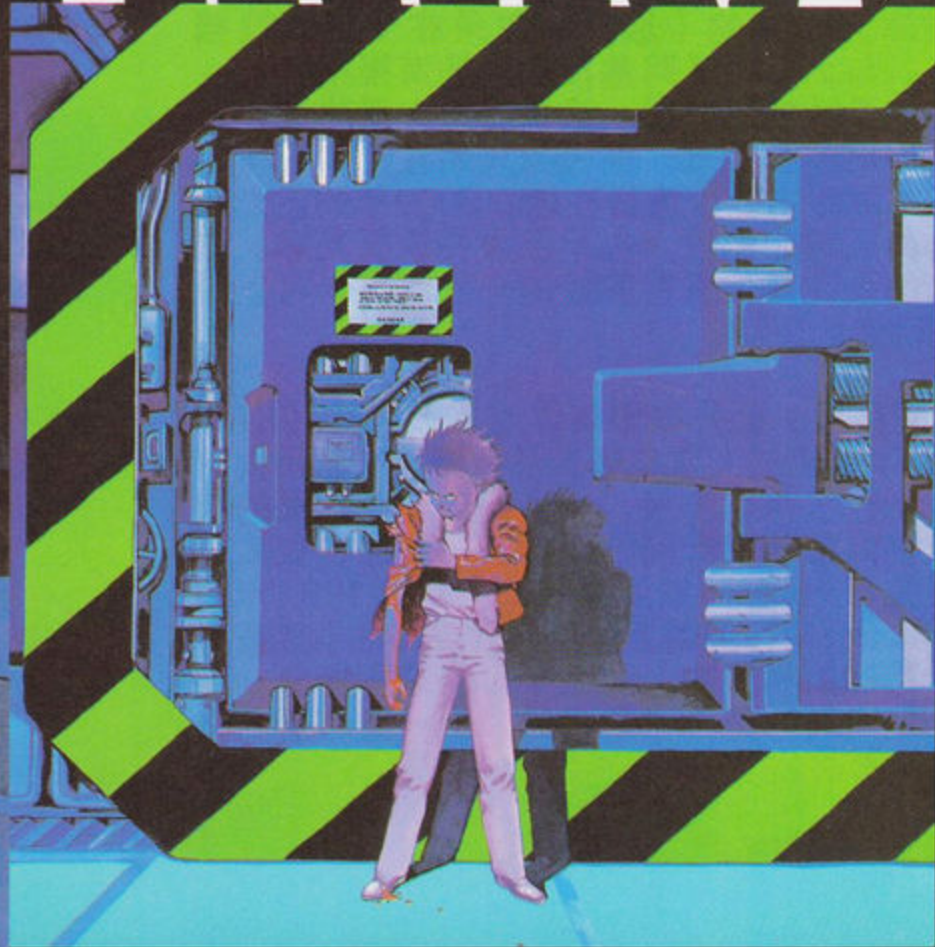
2019年ネオ東京 危険シグナル点滅!
 (ハイテク)と(精神)が融合するとき、想像を絶する破壊パワーが誕生した!



原作・監督■大友克洋

製作■アキラ製作委員会
(講談社・毎日放送・バンダイ・博報堂・東京・東宝)

AKIRA



从1988年5月末开始,《阿基拉》陆续推出多款电影海报。但是,因为受到电影公司的限制,电影宣传海报都或多或少带有80年代流行风格,与大友设计风格不太相似。

その夜、少年達は何を見たのか?

2019年ネオ東京の地下深く、アキラがついに目覚めた!

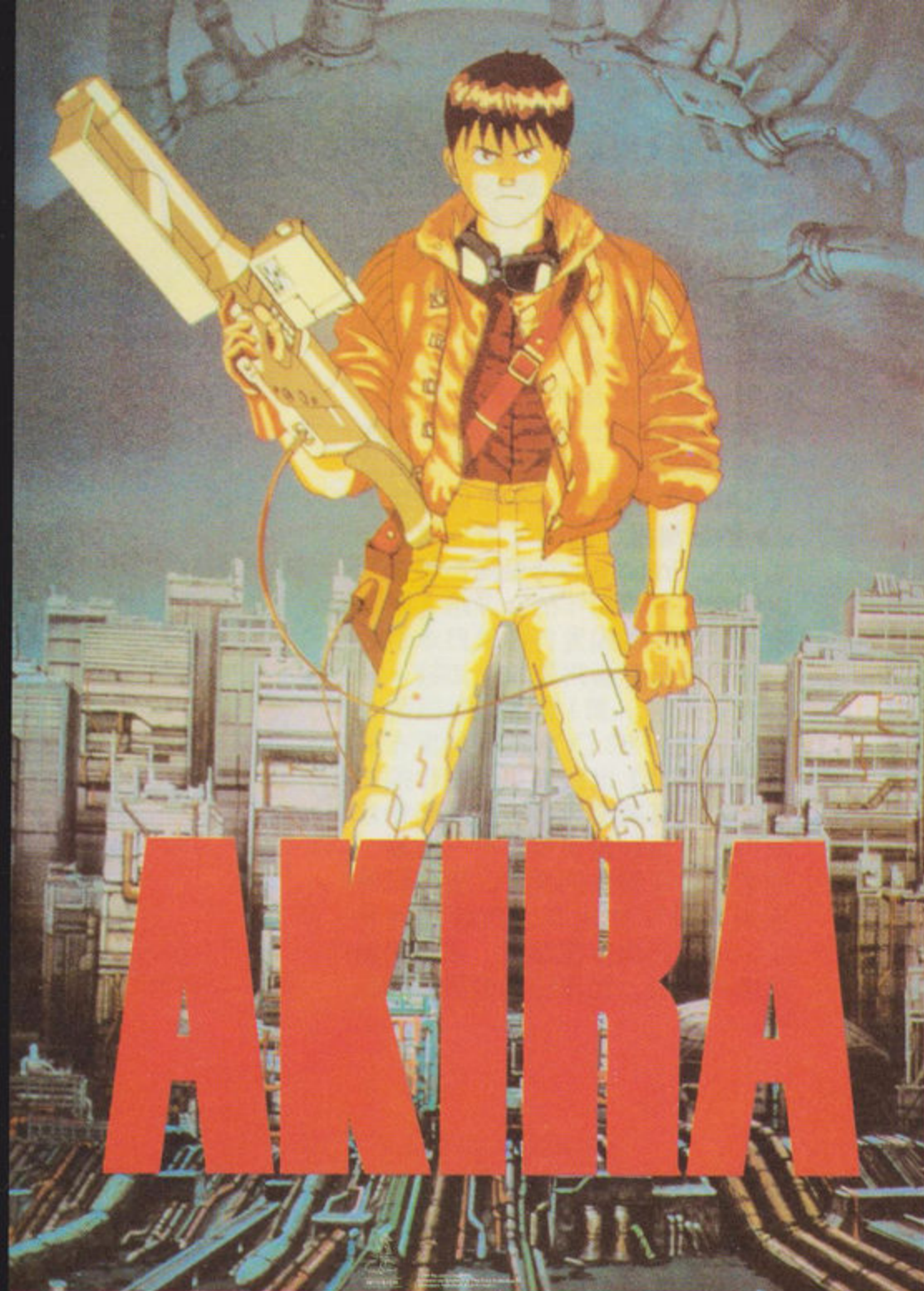


原作・監督■大友克洋(講談社・ヤングマガジン連載)

製作■アキラ製作委員会

(講談社・毎日放送・バンダイ・博報堂・東京・レーザーディスク・住友商事・東京ムービー新社)
 原の出演■志田・若田光栄・藤野・佐々木 剛/ケイ・小山実晃/久住・石田太郎/堀・玉田前華/ドクター・鈴木理博
 脚本■大友克洋・脚本監修■山崎洋二/キャラクターデザイン■大友克洋/作画監督■なかむらたかし/作画監修■森本賢司/美術■水谷利博
 音楽■武部山崎組(ビクター) 音響■明田川 隆 録音■奥川清夫/撮影■三沢勝治 編集■渡山武司/アニメーション制作■東京ムービー新社/配給■東宝株式会社





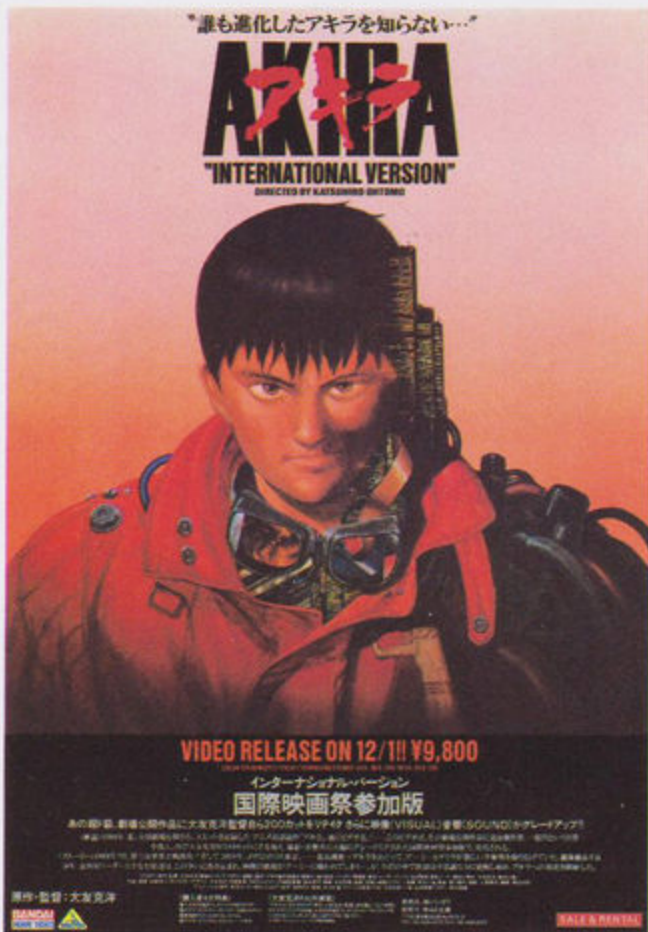
《手持激光枪的金田》

尽管如此，《手持激光枪的金田》（原图：大友克洋，完成：池畑佑治※），作为电影宣传海报而深受观众喜爱。从1990年在美国第一次上映开始，其他各国的宣传海报也是用这张为原型进行修改。而书店“漫画之森”独立制作的预售特典海报同样是珍贵资料。这张海报虽然跟大友没有关系，但因为数量极少而受到粉丝追捧。

※剧场版的预售特典海报虽然用同一张图，但文字较少。

预售特典海报

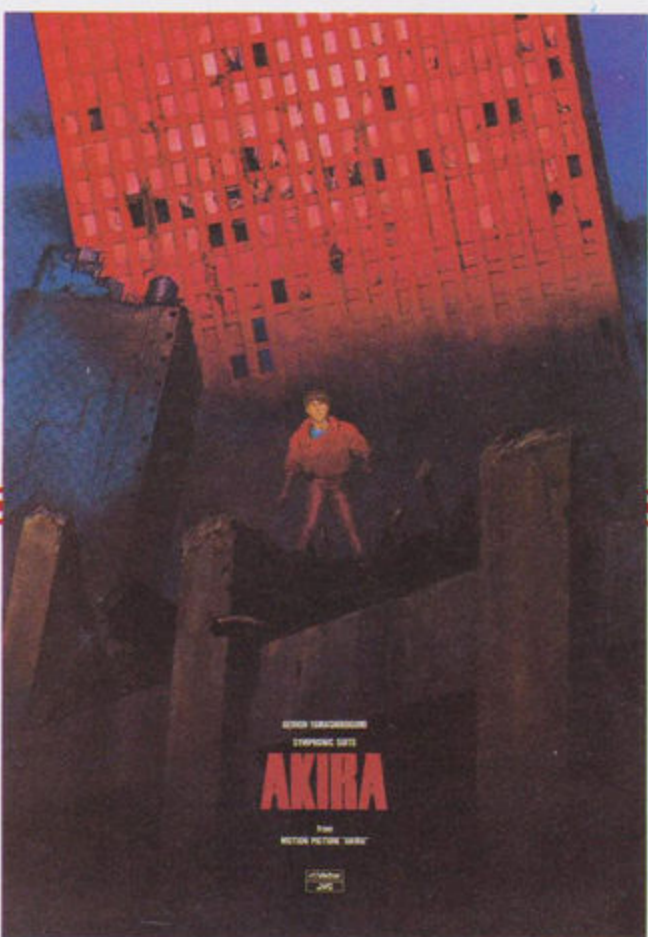




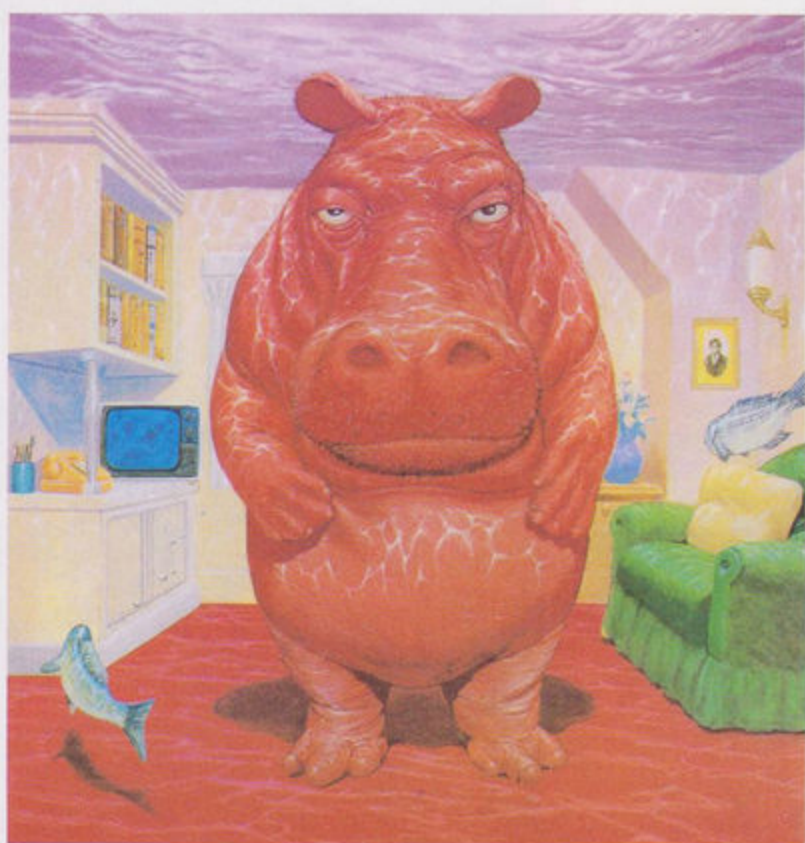
电影《阿基拉》推出过不少海报，最受欢迎的是1993年3月25日上市的LD-BOX《SPECIAL COLLECTION 阿基拉》预订特典海报。其次是1988年12月1日上市的VHS《阿基拉国际电影节参加版》的赠品海报，以及和电影上映同时发售的原声带赠品海报。这些海报的设计都充分表现出大友克洋的画作内涵。之后，画集《KABA》海报和动画电影《老人Z》剧场海报、西班牙海报制作公司1000 Editions的海报商品等都是同样的风格制作的。漫画《阿基拉》则有在美国发行并被日本引进发售的《国际版阿基拉》海报，同样大受欢迎。第1集附赠海报是在1988年由EPIC COMIC公司发布美版《阿基拉》出版消息而制作的，设计上很有美漫风格，也深受粉丝欢迎，可惜数量极少。另一方面，随着该作在国外的推广，更多国外版海报被制作出来。美版《阿基拉》出版时的促销海报，虽然用的是同一题材，但设计却是另一种风格。



The best staff ever gathered.
A clash of talents.
The best of animation knows
the twenty-first century.
A "Super Entertainment Animation"
of an unprecedented scale...
Epic 2
老人Z

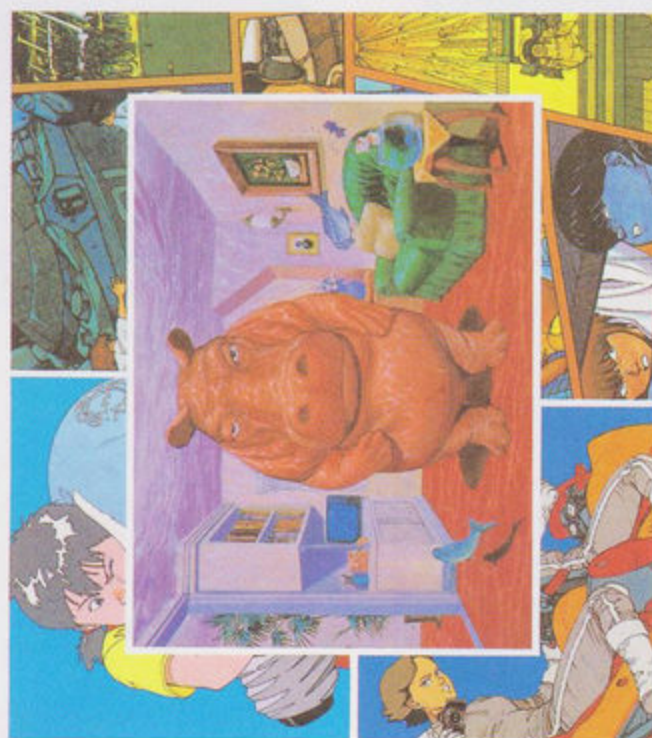


115 | Picture「YOU」 视觉图 02 | 2012

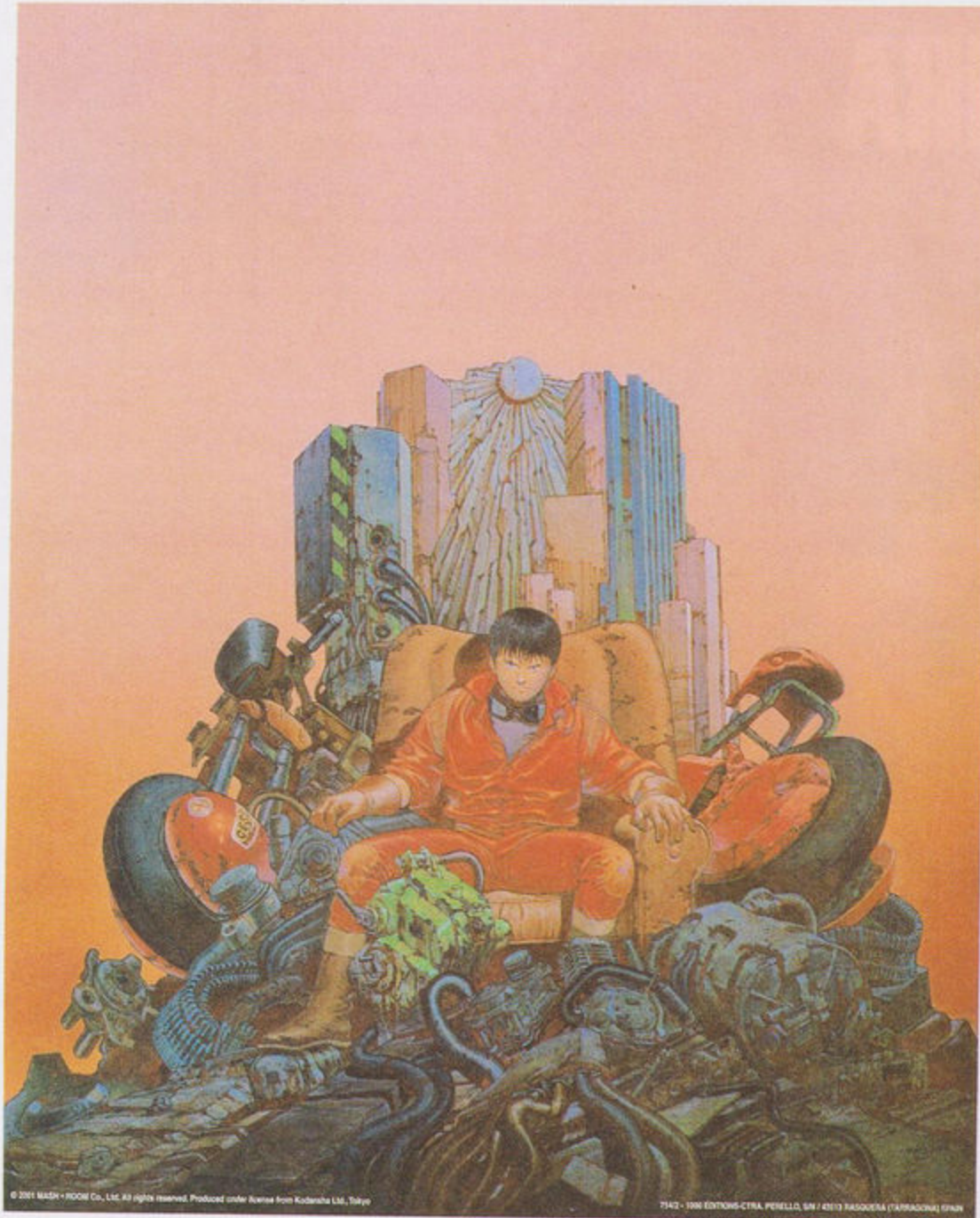


大友克洋
第1集
画集
YOUNG
KODANSHA

OTOMO KATSUHIRO ARTWORK
KABA

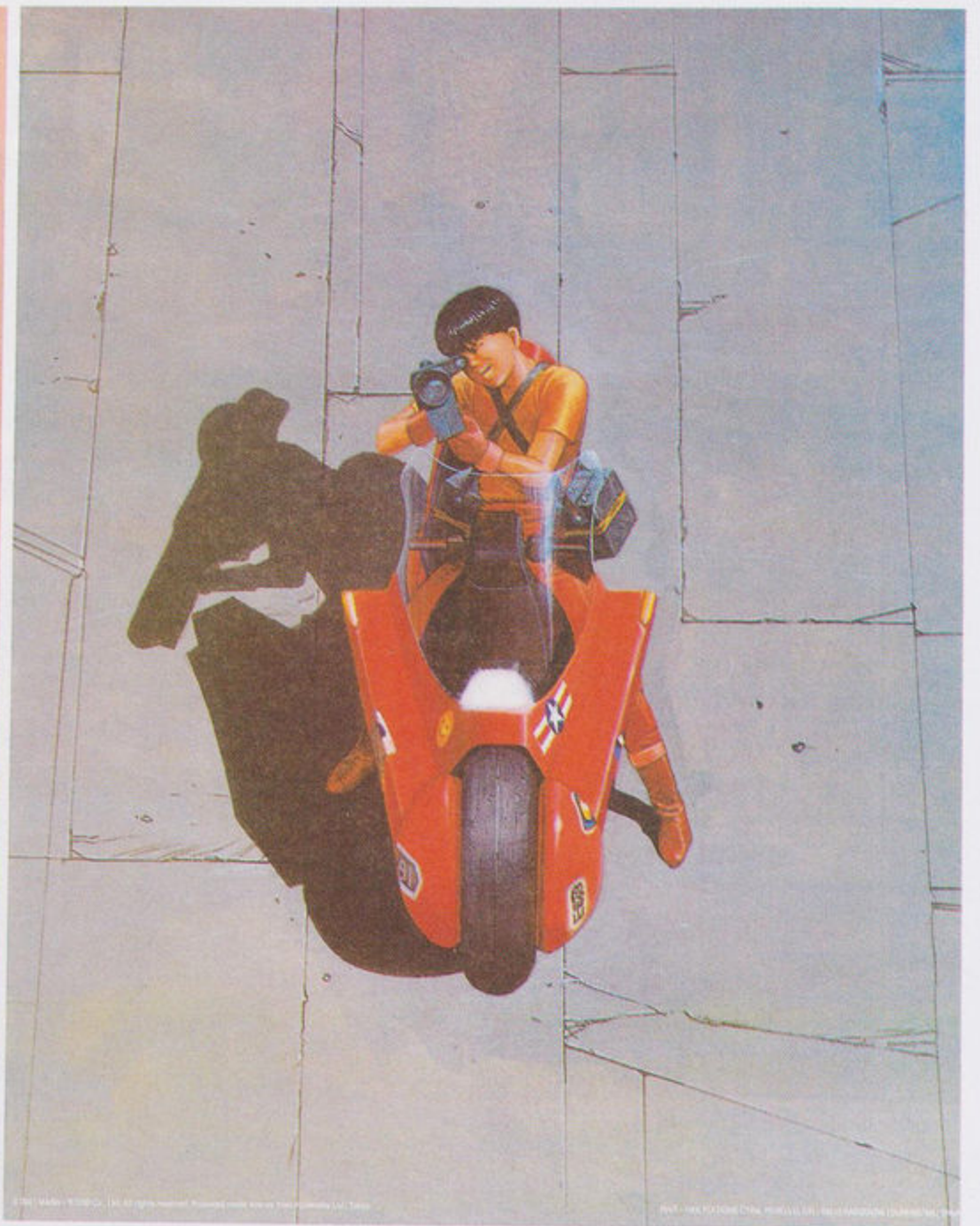


大友克洋アートワーク展
現代を疾走する大友克洋を、150点の断片とビデオでとらえるアートワーク展



© 2001 MADA + ROOM Co., Ltd. All rights reserved. Produced under license from Kadokawa Ltd., Tokyo

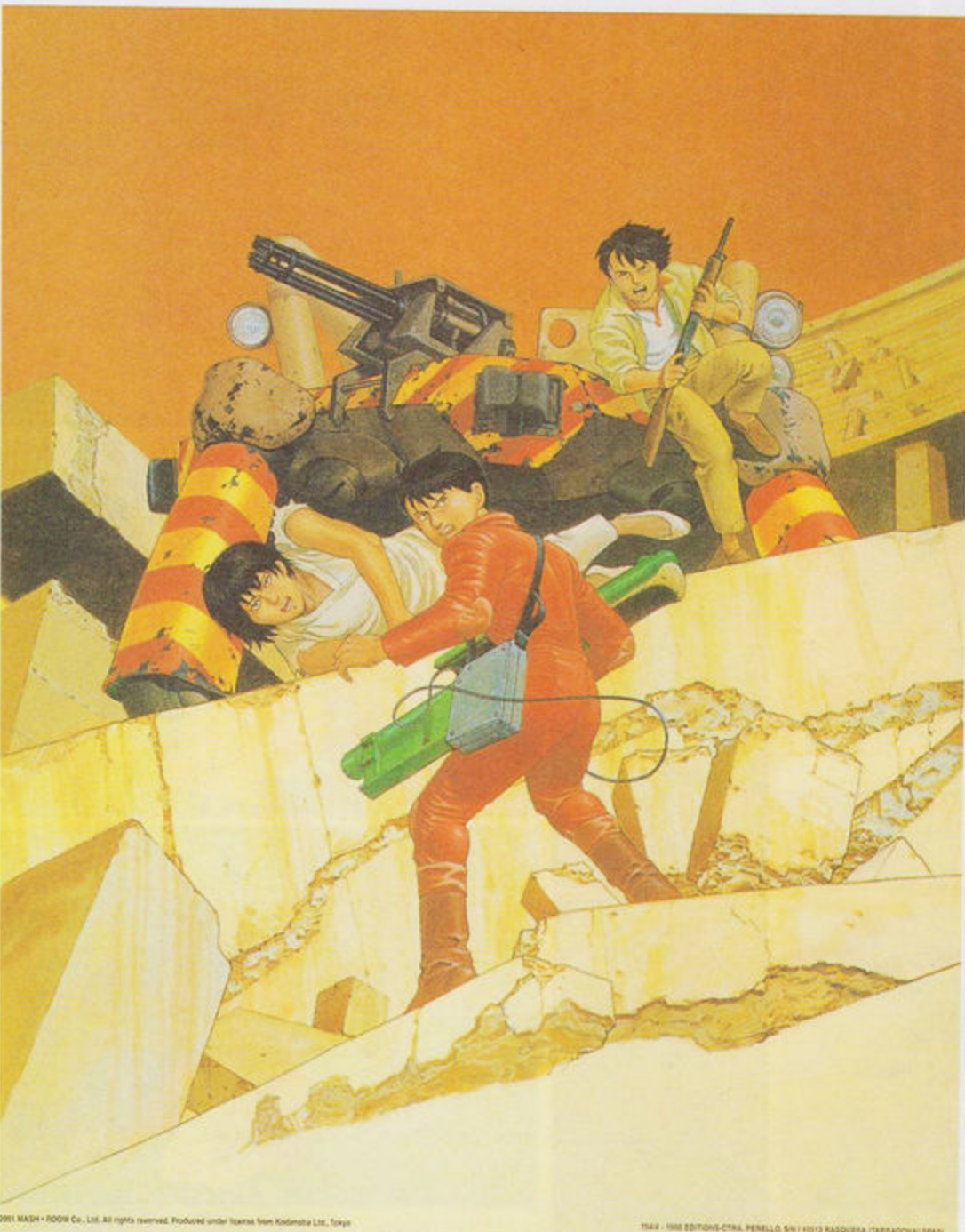
7342 - 1982 EDITIONS-CTRA, PERELLO, SN / 40113 RASQUERA (TARRAGONA) SPAIN



© 2001 MADA + ROOM Co., Ltd. All rights reserved. Produced under license from Kadokawa Ltd., Tokyo

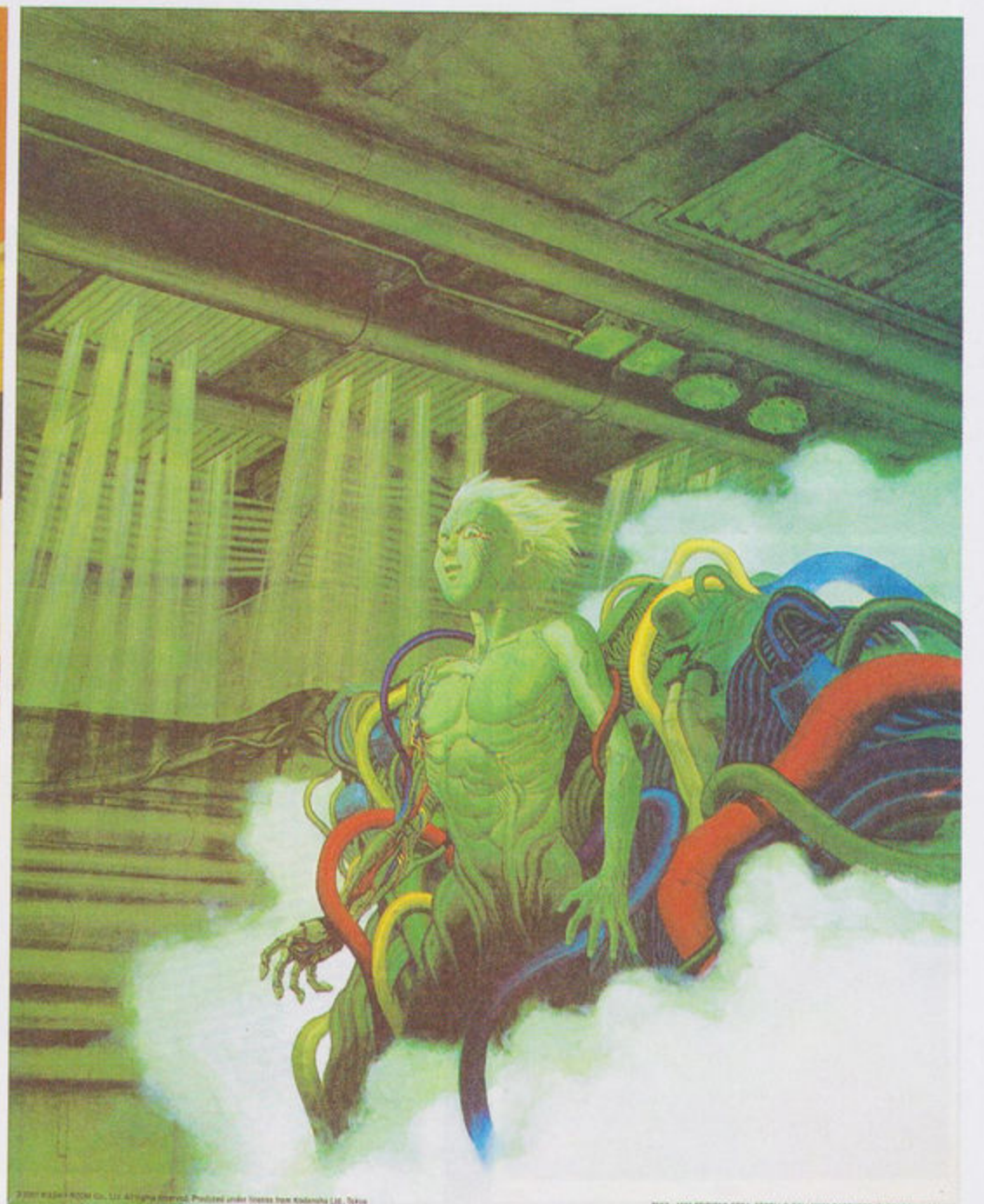
7342 - 1982 EDITIONS-CTRA, PERELLO, SN / 40113 RASQUERA (TARRAGONA) SPAIN

THE POSTER COLLECTION **AKIRA** 1,000 EDITIONS
 Katsuhiro Otomo Edra. Perello, s.l. 43113 Rasquera (Tarragona) SPAIN



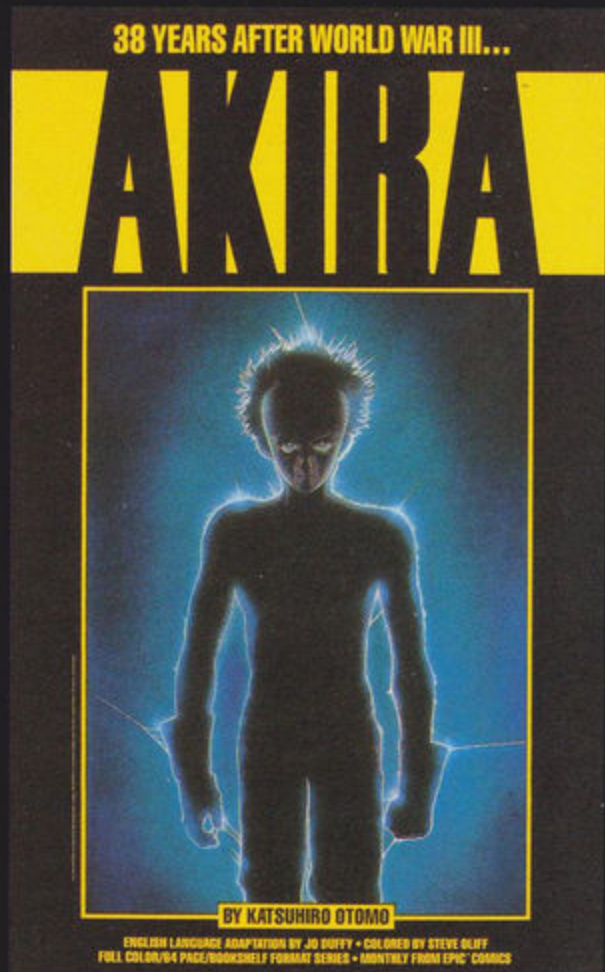
© 2001 MADA + ROOM Co., Ltd. All rights reserved. Produced under license from Kadokawa Ltd., Tokyo

7344 - 1982 EDITIONS-CTRA, PERELLO, SN / 40113 RASQUERA (TARRAGONA) SPAIN

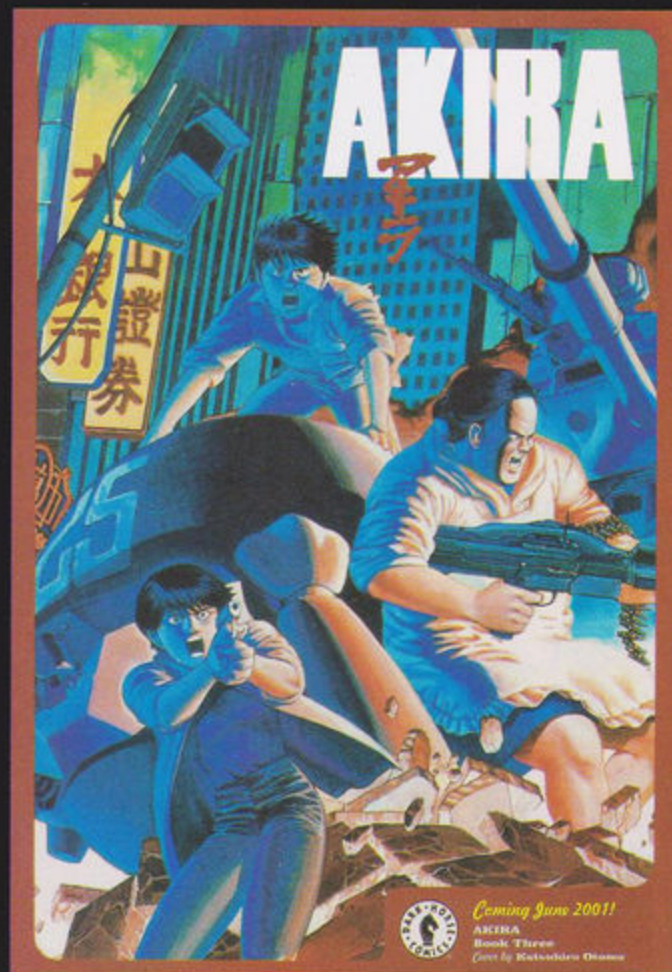


© 2001 MADA + ROOM Co., Ltd. All rights reserved. Produced under license from Kadokawa Ltd., Tokyo

7341 - 1982 EDITIONS-CTRA, PERELLO, SN / 40113 RASQUERA (TARRAGONA) SPAIN



美版《阿基拉》促销海报



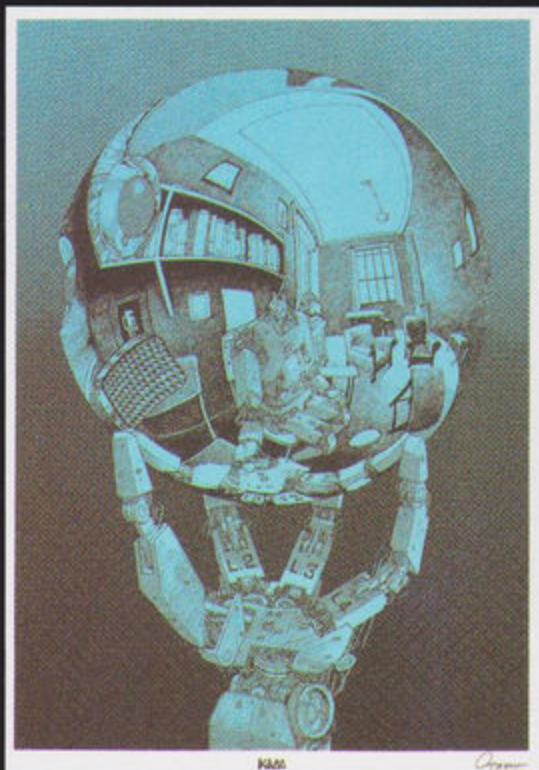
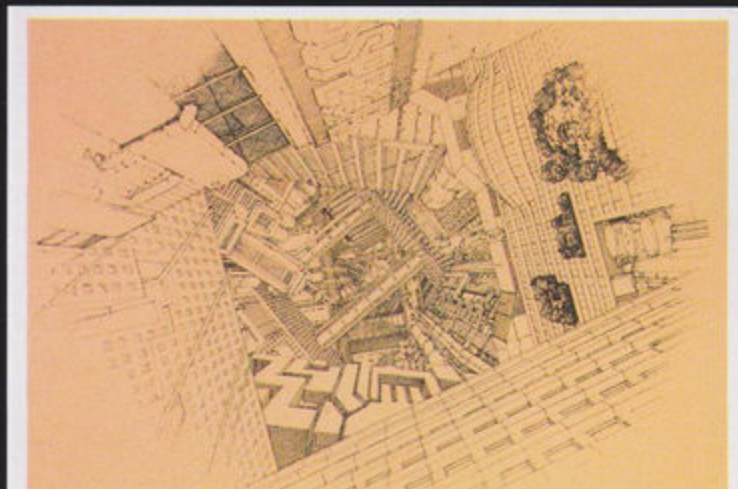
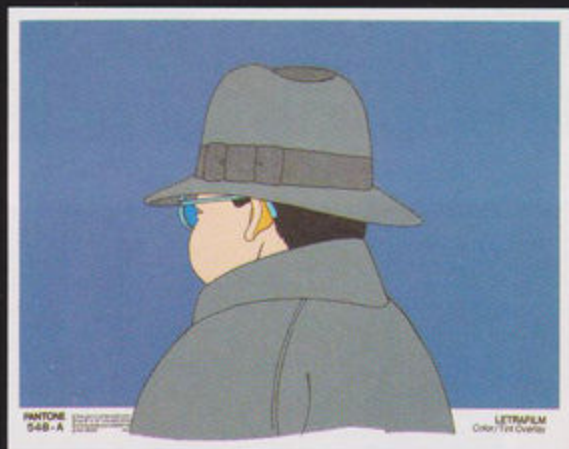
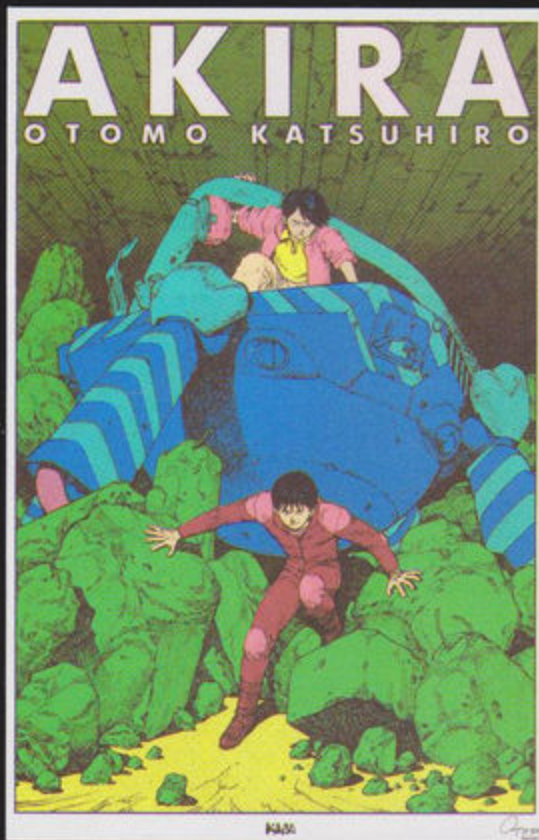
其实大友克洋的商品海报是很少的。到1989年为止，大部分都是促销海报，只有放映电影《阿基拉》的电影院中才能买得到商品海报。但是，对于有钱也买不到海报的粉丝来说，终于迎来了一次重新印刷、发售的机会。1990年2月举行了“大友克洋作品展”，这是为了纪念《KABA》出版而设的。当时销售了五种丝网印刷海报。这个展会是全国巡展，参加人数众多，但当时的网络并没有太多信息，不少人还是第一次看到这些海报。这些海报使用罗马字体印刷，带有80年代室内艺术风潮，非常有意思。而且最珍贵的当属《巴比伦塔》的海报。这张海报因为印刷质量问题，在开展当天是不卖的。仔细一看，中间部分的线条有糊掉的感觉，如果用现在的丝印是不会存在这种情况的。而之后发售的大友海报，包括上世纪90年代后半期开始暂由1000 Editions公司制作的海报、2012年举办的“大友克洋GENGA展”的四张海报、2013年“爆音大友克洋2013”中大友×河村×上杉合作的海报，数量都不多。

1991年上映的《国际恐怖公寓》中，大友克洋做了不少设计。在剧场海报中，文字尺寸和位置，都充满了大友风格。虽然VHS包装盒并没有可以突破当时的业界做法，但LD包装盒却采用了跟以往电影作品不同的设计手法。LD和CD盒，以及电影小册子都展现出设计的自由度，而电影《阿基拉》以及后来的作品设计都充分展现出大友风格，请大家好好欣赏。

动画短片《回忆三部曲》是一次很大的转机。一开始的广告传单和第一份海报是由其他设计师设计的，但从第二份海报开始，就由“马哈55号”事务所的上杉季明设计。这张海报，尤其是金属纸和B全判尺寸的应用，都大大提高了大友宣传海报以及设计师水平，在同时期的动画作品广告海报中大放异彩。而《回忆三部曲》的VHS促销海报、LD豪华装促销海报、LD礼盒，以及用特殊工艺制作的原声带盒，都是由上杉季名设计的（※）。虽然之前的包装设计不算太差，但自从改变包装素材限制后就加大了大友作品的价值。之后，上杉季明除了大友作品外还接受其他工作，给动画业界的包装设计带来一股清新之风。

※其中一张剧场海报是大友克洋设计的。

五款丝网印刷海报



《巴比伦塔》

「AKIRA」から7年—新しいOTOMOゾーンの扉が開く!

大友克洋監督作品

ワールド
アパートメント
ホラー

WORLD
APARTMENT
HORROR



'AKIRA'から7年—新しいOTOMOゾーンの扉が開く

MEMORIES

メモリーズ

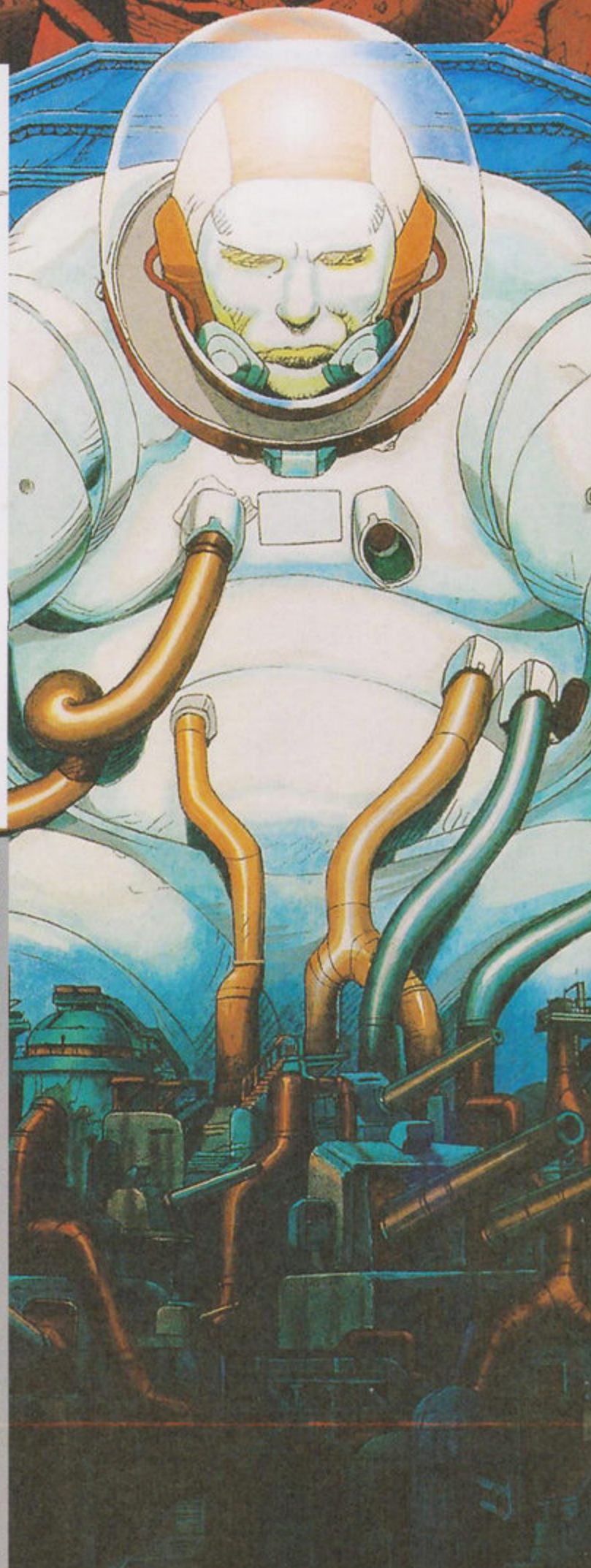
製作総指揮・総監督 大友克洋

脚本 今敏 監督 森本晃司

Episode.1 「彼女の想いで」 'MAGNETIC ROSE' 監督 森本晃司 音楽 菅野よう子

Episode.2 「最奥兵器」 'STINK BOMB' 監督 岡村天斎 音楽 三宅純 原作 脚本 原案 大友克洋 監督 岡村天斎

Episode.3 「大砲の街」 'CANNON FODDER' 監督 大友克洋 音楽 長寛寛幸 原作 脚本 監督 美術監督 枝光弘明



KATSUHIRO OTOMO PRESENTS

MEMORIES

メモリーズ

製作総指揮・総監督 大友克洋

脚本 今敏 監督 森本晃司

Episode.1 「彼女の想いで」 'MAGNETIC ROSE' 監督 森本晃司 音楽 菅野よう子

Episode.2 「最奥兵器」 'STINK BOMB' 監督 岡村天斎 音楽 三宅純 原作 脚本 原案 大友克洋 監督 岡村天斎

Episode.3 「大砲の街」 'CANNON FODDER' 監督 大友克洋 音楽 長寛寛幸 原作 脚本 監督 美術監督 枝光弘明



MEMORIES

AKIRAから7年—新しいOTOMOゾーンの扉が開く

製作総指揮・総監督 大友克洋

脚本 今敏 監督 森本晃司

Episode.1 「彼女の想いで」 'MAGNETIC ROSE' 監督 森本晃司 音楽 菅野よう子

Episode.2 「最奥兵器」 'STINK BOMB' 監督 岡村天斎 音楽 三宅純 原作 脚本 原案 大友克洋 監督 岡村天斎

Episode.3 「大砲の街」 'CANNON FODDER' 監督 大友克洋 音楽 長寛寛幸 原作 脚本 監督 美術監督 枝光弘明

6.25 ON SALE

KATSUHIRO OTOMO PRESENTS

MEMORIES

メモリーズ

製作総指揮・総監督 大友克洋

脚本 今敏 監督 森本晃司

Episode.1 「彼女の想いで」 'MAGNETIC ROSE' 監督 森本晃司 音楽 菅野よう子

Episode.2 「最奥兵器」 'STINK BOMB' 監督 岡村天斎 音楽 三宅純 原作 脚本 原案 大友克洋 監督 岡村天斎

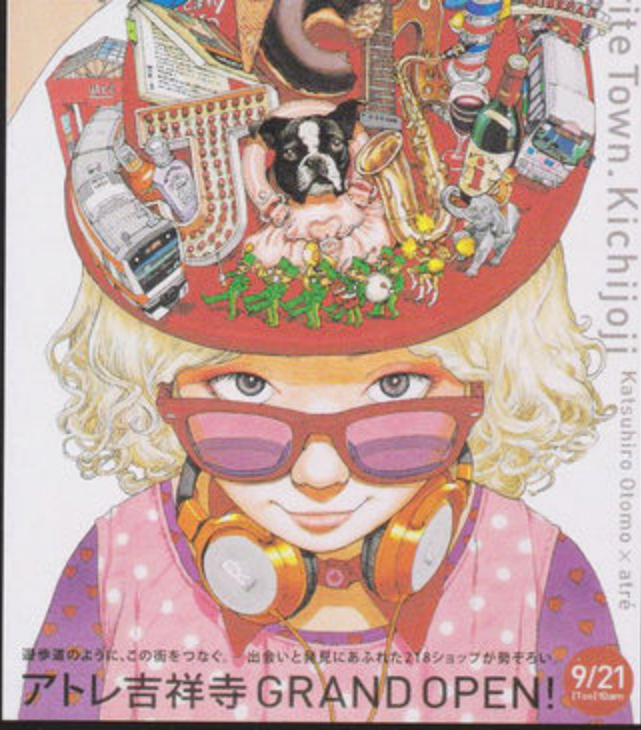
Episode.3 「大砲の街」 'CANNON FODDER' 監督 大友克洋 音楽 長寛寛幸 原作 脚本 監督 美術監督 枝光弘明

10.25 ON SALE

未知からやってくる3つの夢幻世界



製作総指揮・総監督 大友克洋
 原案 宮原照夫 企画 大友克洋 鶴之沢伸 プロデューサー 杉田敦 鮫島文雄
 製作 バンダイビジュアル株式会社 松竹株式会社 株式会社講談社 アニメーション制作 マッドハウス スタジオ4℃
 Episode.1 「彼女の想いで」 'MAGNETIC ROSE' 監督 森本晃司 音楽 菅野よう子 Orchestra/Members of Czech Philharmonic Orchestra 原作 大友克洋 脚本 今敏 監督 森本晃司
 キャラクターデザイン 作画監督 井上俊之 美術 池畑祐治 小関睦夫 山川晃 撮影監督 枝光弘明
 Episode.2 「最奥兵器」 'STINK BOMB' 監督 岡村天斎 音楽 三宅純 原作 脚本 原案 大友克洋 監督 岡村天斎 キャラクターデザイン 作画監督 川崎博嗣 美術監督 車田達也 撮影監督 川口仁 監修 川尻善昭
 Episode.3 「大砲の街」 'CANNON FODDER' 監督 大友克洋 音楽 長寛寛幸 原作 脚本 監督 美術監督 枝光弘明
 キャラクターデザイン 作画監督 小原秀一
 技術設計 片瀬須直 撮影監督 枝光弘明 編集 瀬山武司 音響監督 藤野貞義



ite Town. Kichijoji Katsushiro Otomo x atre

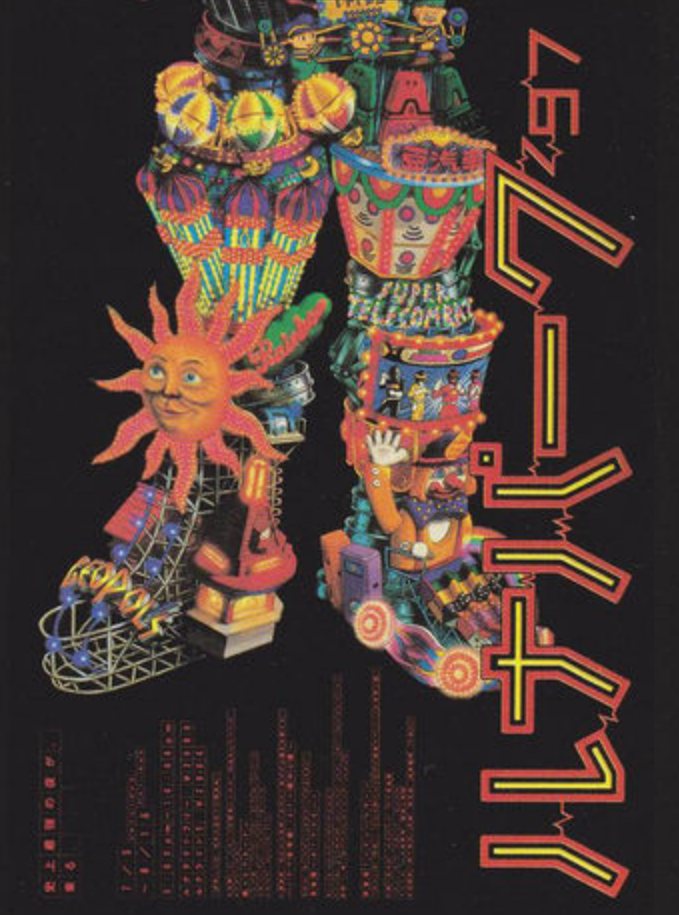
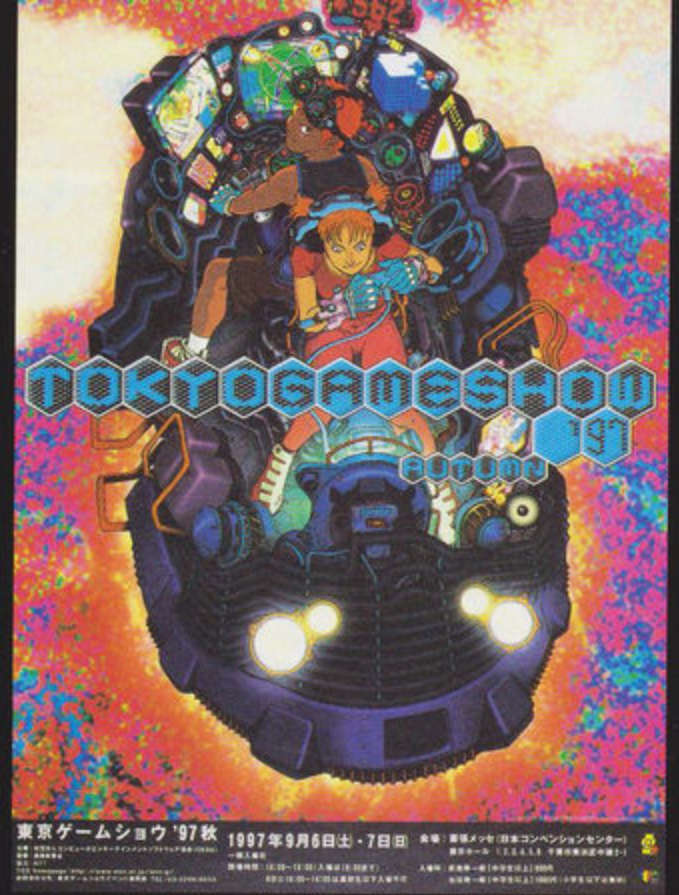
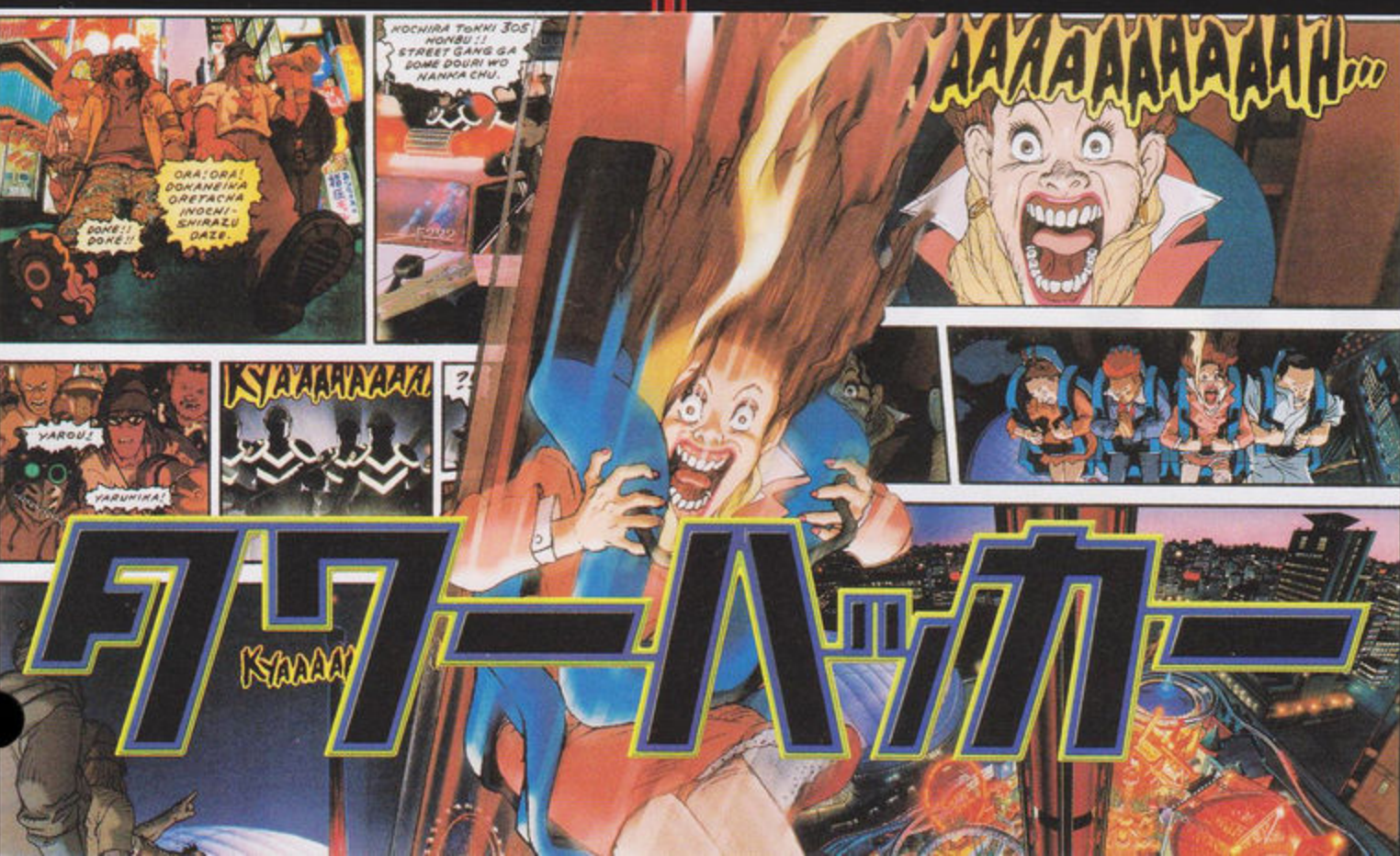
而音像制品包装方面，包括Metrofarce的《SAKAMOGI SONG》(Kitchen Record 1992年)、石野卓球的《DOVE LOVES DUB》(ki/oon 1995年)、东京斯卡乐园管弦乐团的《ROCK MONSTER STRIKES BACK/EXTRA》(SME 1996年)、《BPM JAPAN》(BPM JAPAN 2011年)和《Kapoia 大友克洋 GENGA展背景音乐》(KARDIA 2012年)等专辑都使用了大友的图。当然，《蒸汽男孩》和《虫师》和《短暂和平》等电影的原声带包装都由大友画图或设计，可以看到大友克洋监修的“大友设计”标签。其中的《DOVE LOVES DUB》是大友和上杉第一次合作的作品，有非常重要的意义。

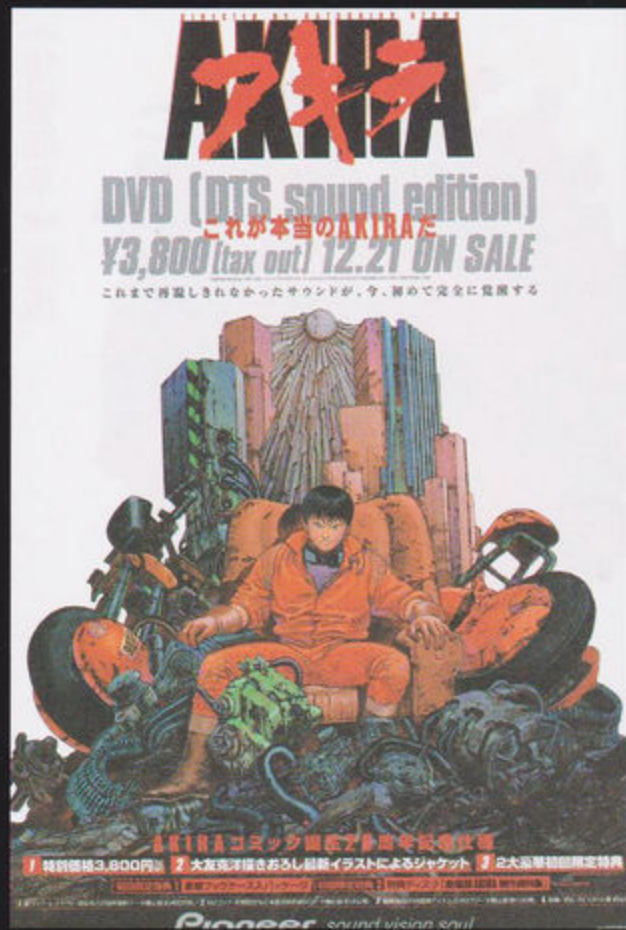
从1996年至1997年，后乐园游乐园的海报就是由大友画图。第一系列“月光公园 96跳楼机”是很有美漫风格的漫画作品。除了各种尺寸的海报、杂志广告，还有电视广告。而在1996年11月，“Geopolis技术节”的海报贴到街上。大友画的图非常精美，但受地域和事件限制，能看到实物的人不多。在第二年的“月光公园97”中，将游乐园的好玩之处用机械人展示出来，用在包括海报和电视广告等各类广告中。“月光公园97”是由“马哈55号”的成员矢部弘幸对线稿上色。这些作品也都打上了“大友克洋指导”的字眼(※)。

※同时还加上了NTT Infosphere广告、“东京游戏SHOW 97”，但没有固定用法。

自从和后乐园合作后，大友克洋与活动机构合作的机会多了很多。1997年10月的“东京游戏SHOW 97”和2003年10月的“吉祥寺动画嘉年华2003”、2010年9月的“魅力吉祥寺GRAND OPEN”、2010年11月的“CYCLE MODE international 2010”等活动中，大友画了很多新图制作成海报。与此同时，杂志封面和商品图等插画工作也接踵而来，需要制作大量促销海报。电影《SPRIGGAN》的海报、商品设计都是由他负责。因为负责的任务太多，大友克洋就有了“总监修”的头衔。因为宣传图也是由他来画，因此人们通常认为这部电影也属于他的作品，实际上他并没有参与制作。而豪华版LD和促销海报、LD盒以及后来发售的DVD都由上杉季明来设计，大友担任监修。

到了2000年，他过去执导的作品被陆续制作成DVD，包装上也做了很多新设计。其中最引人注目的是2001年10月中旬上市的《阿基拉 DVD SPECIAL EDITION》，由上杉季明设计海报和包装。

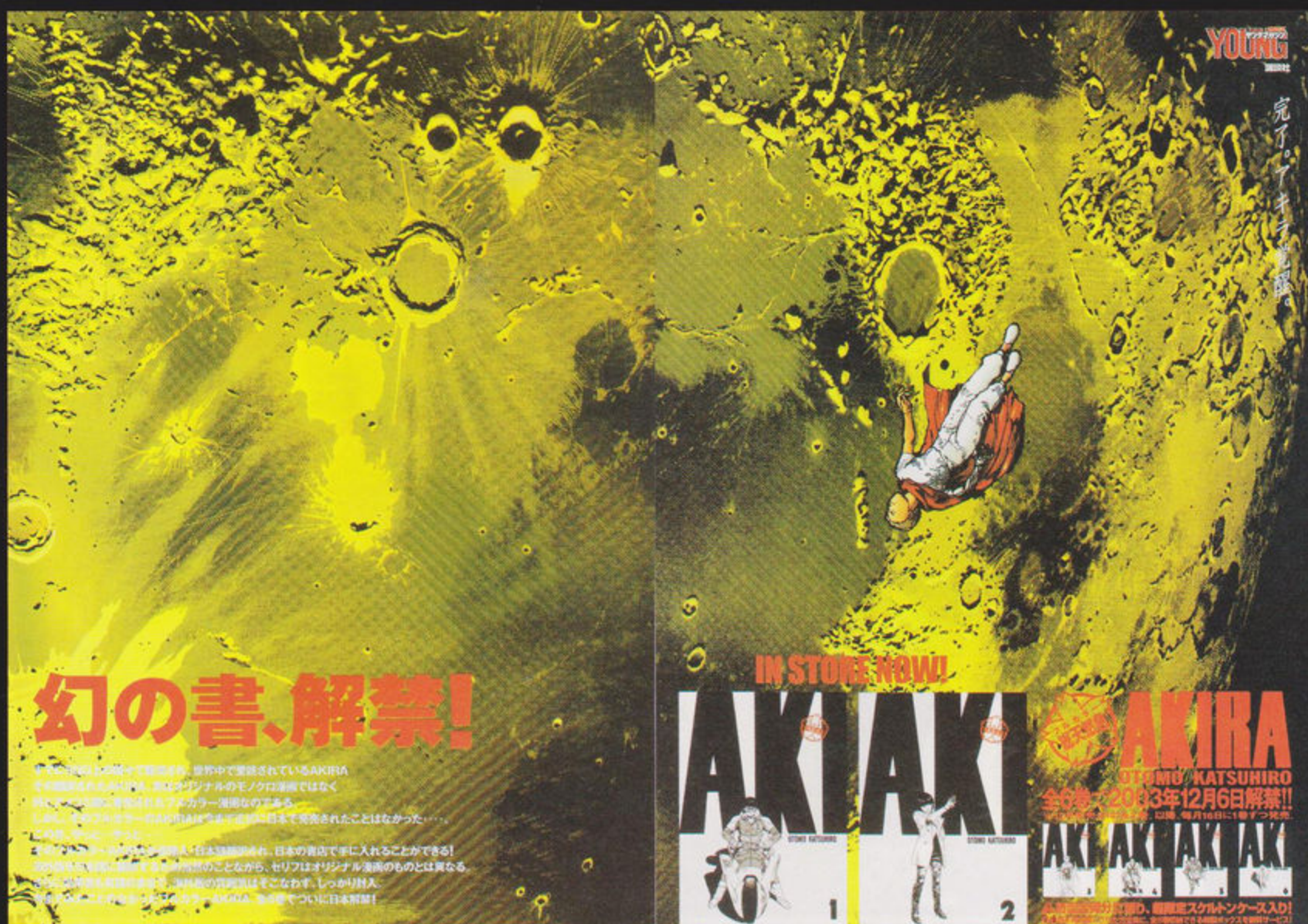
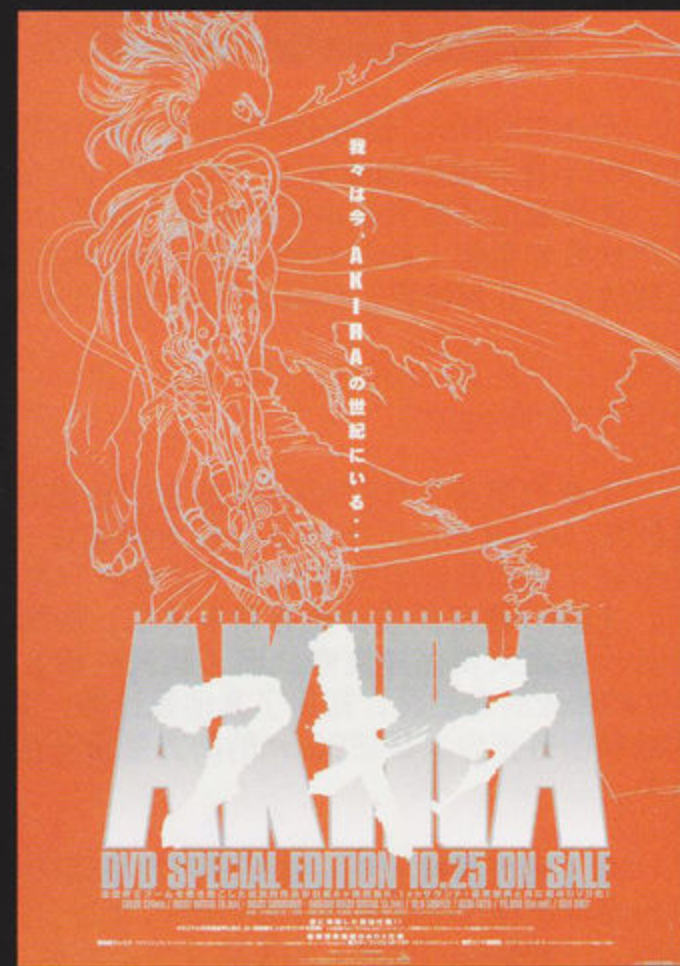




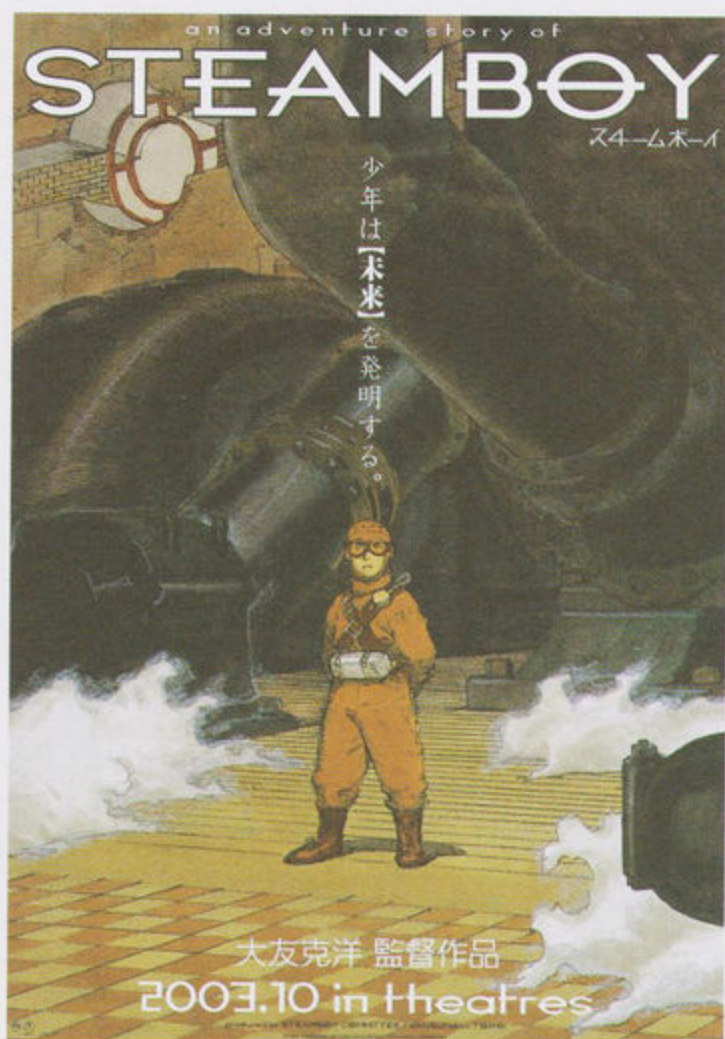
一开始登场的是提前开印的B2半裁海报，当时并没有使用图片。半个月后就出现新的铁雄海报，红底白线很有视觉冲击效果。正当人们认为这是DVD宣传图时，半个月后上市的包装盒上赫然印有铁雄的新图，这次用的是厚涂手法，红色海报线稿变成了底稿（※）。之后，这份新铁雄宣传图被制作成B倍（2060×1456mm）尺寸的巨大海报挂在新宿车站。在现实生活中，海报被制作成B倍海报或者B1版（相当于B倍的一半）的数量及其稀少。而在2002年12月，《阿基拉》第二套DVD《DTS sound edition》上市。虽然包装盒用了新图，但促销海报却是在LD礼盒《SPECIAL COLLECTION 阿基拉》的赠品海报上加以变动的。

※比较线稿和彩色版海报会发现细微变化。而一开始的无图海报是用两种红色加银色特殊工艺印刷而成。

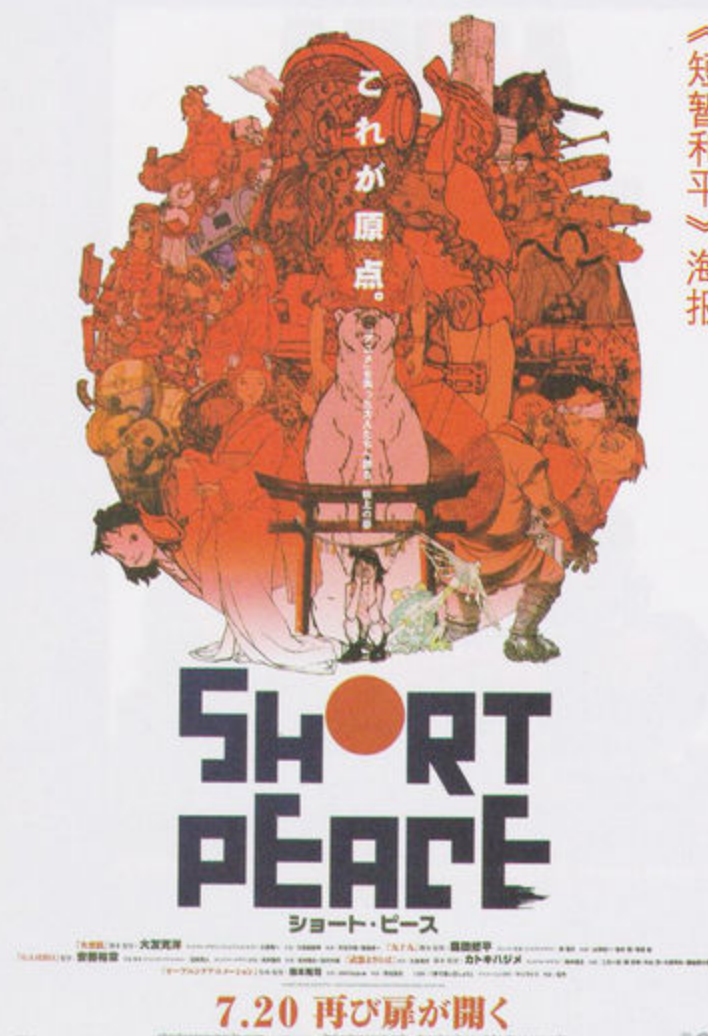
2003年11月，原本在日本难以买到的国外彩色版漫画《阿基拉》再印版和《总天然色阿基拉》开始出版，广告做得热火朝天。出版社为书店做了两款B3促销海报，还有两款铁雄在金色月面飞舞的B1海报贴在车站，扩大读者耳熟能详的名场面，具有非常成功的宣传效果。包括单行本装帧在内的《总天然色阿基拉》的设计则交由斋藤昭和来做，他从PENCIL STUDIO独立后成立Veia公司。



《蒸汽男孩》海报



《短暂和平》海报

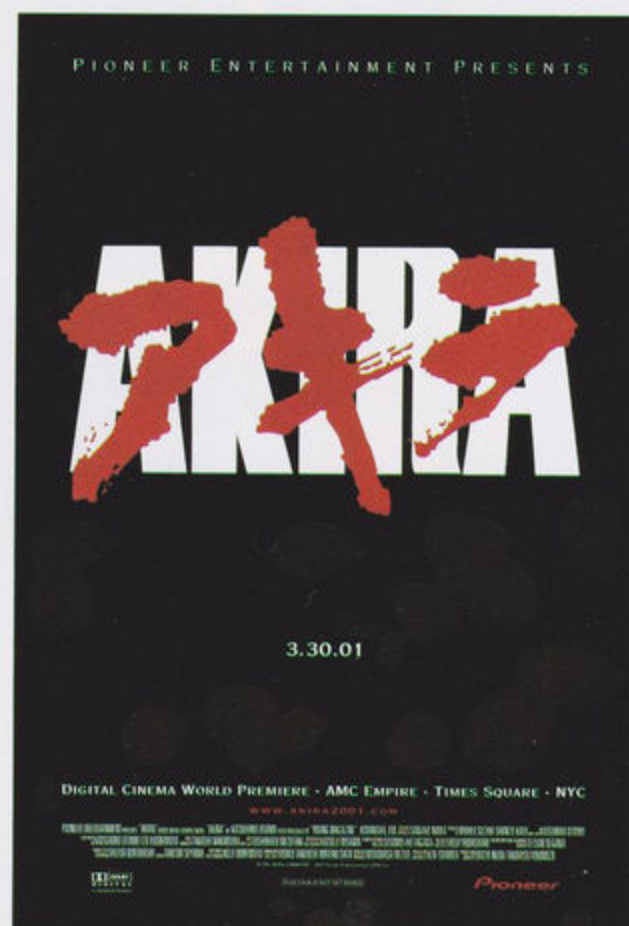


而在2004年，长达8年制作的《蒸汽男孩》终于完成，制作方法为此展开了猛烈的宣传攻势。早在2003年夏天就已经贴出了“2003年10月公开”的B1草图海报。后来因为制作延迟，就变成提早预告了。这张海报虽然只是草图却有极大的张力，时至今日仍受到不少粉丝追捧。到了2004年3月，终于到了正式宣布电影上映的时候，官方特别制作了两款B1海报。这时的海报已从早前的草图变成颜色鲜艳的完成图，并用特殊工艺做成两面印刷的透光效果（※）。

※除了《蒸汽男孩》是用复合式两面印刷，还有2013年的《短暂和平》2款海报（P79/P80）以及2001年的《阿基拉》美国数码重录版海报。

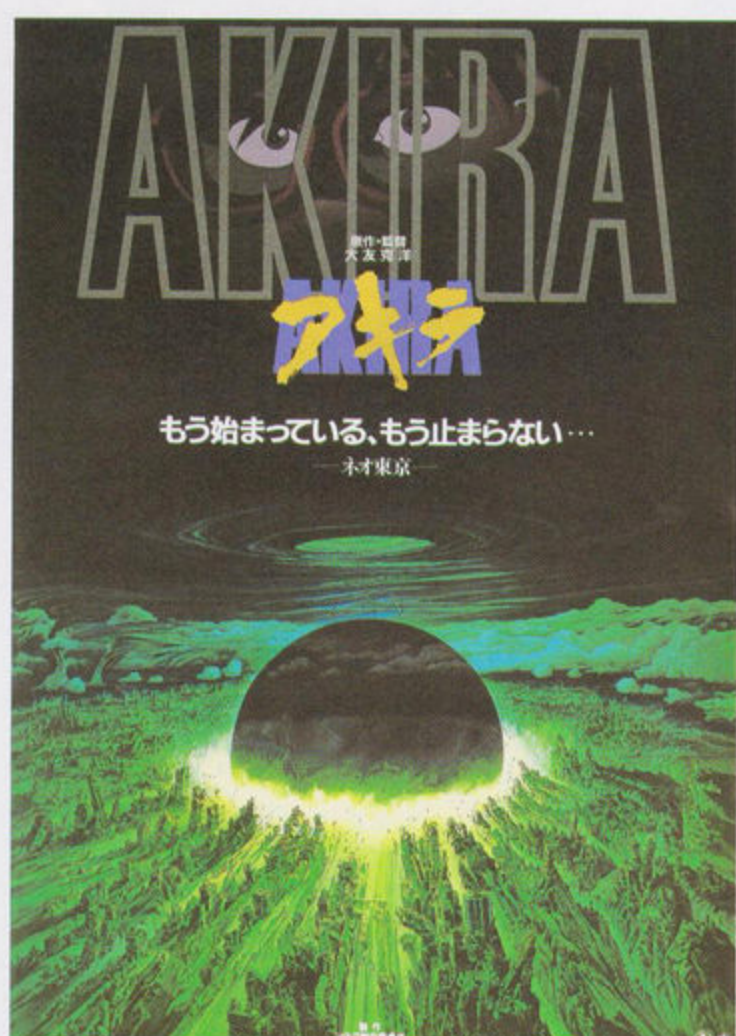
《蒸汽男孩》连DVD礼盒的宣传也做得相当用心。2005年4月初在车站内张贴了B倍海报，是将《DVD MEMORIAL BOX》的两张图摆在一起，加上巨大LOGO制作的发售广告。4月14日发售后，又改贴了同样设计但文字变为“发售中”的海报。而在一般贩售店贴出的是由外丸达也画的B2公告该报。这款B2海报的设计也有用于美国、法国的剧场公布海报中。当然，《DVD MEMORIAL BOX》的设计也是由大友克洋监修。而《蒸汽男孩》的相关设计和LOGO制作全部都由上杉季明负责。该作由BANDAI做的商品设计却用了其他设计师，变成截然不同的风格，比如说游戏促销海报。但是这款海报的线稿很有张力，是把20cm的四方形原画延展成B2尺寸，大大增强了原画的震慑力，具有大友作品的魔力。

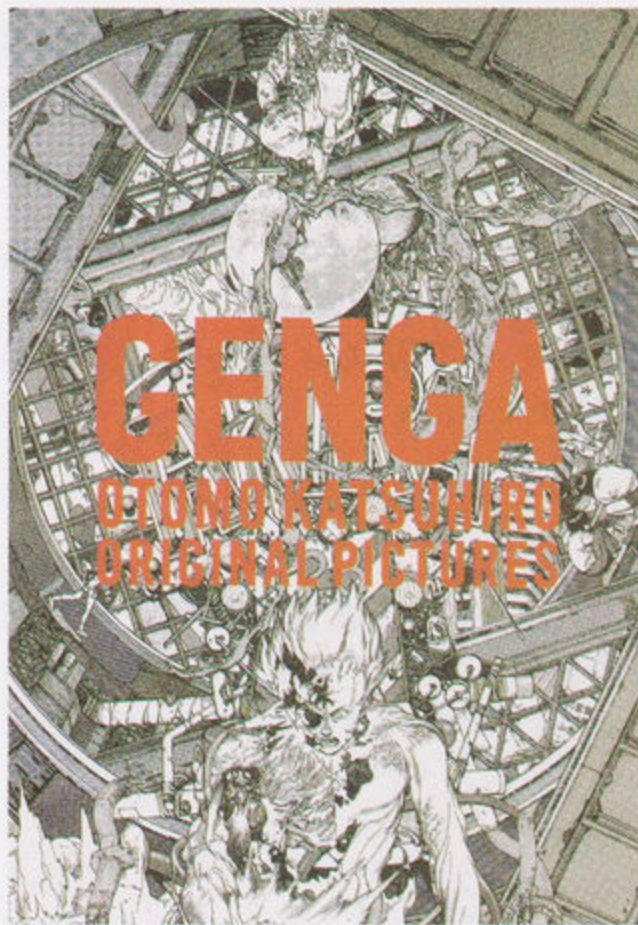
当《蒸汽男孩》的一连串项目完成后已经是两年后。在2006年7月公开了《虫师》真人电影制作。这份海报是挂在书店离原作漫画单行本较近处。当电影在2007年3月24日全国公映时，特别推出两款B1海报。一款是以“虫师”的文字为中心配置了四个人物。另一款是也用在DVD礼盒上。其中，有银古背影的海报是由上杉设计，大友监修的。之后，大友和上杉一起合作了DVD礼盒装《虫箱》的促销海报。



《阿基拉》美国数码重录版海报

《虫师》海报





河村康辅海报作品



《ERECT 003》封面

“卡西欧 G-SHOCK Master of G RANGEMAN” 宣传图

CASIO

権限という活動領域へ。Master of Gの新鋭RANGEMAN登場。

サバイバルタフネス



《再见，武器》海报

武器よさらば
FAREWELL TO WEAPONS
大友克洋



NO BIKE, NO LIFE



ブーム到来、みんなが熱い自転車特集!

第2特集 最新時計2007

大友克洋・寺田克也 描き下ろし
ジロ・デ・イタリア観戦記。

BRUTUS
第620号 特別定価600円 マガジナハウス



之后，大友还参与了多个活动宣传图和杂志封面合作以及几个项目的设计。到了2011年底，他的第二本画册《KABA2》公开发售信息。在2012年新年，书店贴出了促销海报（有B1和B2两种同款尺寸）。差不多同一时间，“大友克洋GENGA展”也发出公告。在展会宣传图上，大友克洋又吸纳了一位新人设计海报，他对大友的图从构图、内容进行拆散，重新拼贴，对于漫画界来说是前所未有的做法。这位新锐拼贴画设计师就是河村康辅。他与大友克洋的相识出于偶然。正为“GENGA展”宣传图没着落而担心的大友无意中拜访了“马哈55号”事务所时遇到了河村康辅，看到他的作品集后大友就鼓励他去设计海报。河村在短时间内设计出三款海报，大友非常满意就正式请他去设计宣传图。虽然他们是偶然相遇才擦出的火花，但我们相信这一切都是有命运安排的。制作《阿基拉》之后，大友经常会提到“破坏与再生”的话题。虽然这是《阿基拉》的故事主题，但他在之前从未说过这样的话，没人会同意“大友作品就是破坏与再生的故事”。但是纵观大友的作品历史，他的这个想法始终贯彻着所有作品。于是他才会不断磨练自己的漫画技法，尝试不同的新设计风格。当他遇到河村康辅，这个想法就马上上升为其作品的主要标志了。

大友克洋与河村康辅的合作并非短期发展。首先，在“GENGA展”结束后，杂志《ERECT 003》封面就是他们的第四次合作。而包括动画短片《火要镇》在内的剧场短片《短暂和平》的宣传图也是由河村拼贴，并由上杉上色的（※1）。这是贴在剧场的第二份海报，之后也有用在各种产品上，比“GENGA展”的宣传图具有更大的冲击力。到了2013年7月，更增加了10多张新作图在京都举办作品展。这次的展会海报是由上杉上色。9月的“NeoSilk展”发售的真丝海报（在12月的“爆音大友克洋2013”有发售普通版），以及在10月瑞士举行的合作展海报，都可以看出这三人的合作内容更有深度。另一方面，从《再见，武器》海报、大友与插画家SHOHEI合作的“卡西欧 G-SHOCK Master of G RANGEMAN”宣传图可以看出，出道40年的大友画风产生了变化，有一种思想贯穿其中。现在他还在策划新企划，今后也会有新的“大友克洋海报”与“大友克洋设计”风格。没人能猜到他能带给我们多少惊喜。

※1 上杉×河村的合作用“THE SCANNERS”冠名。

※2 继《蒸汽男孩》之后，《短暂和平的》LOGO设计也是上杉季名。

对谈 大友克洋 上杉季明 × 河村康辅

上杉：我跟大友的第一次合作是石野卓球的《DOVE LOVES DUB》CD封面（1995年）。我之前的设计都跟音乐有关，也做过杂志《ele-king》的美术设计，但都属于技术层面的。做卓球的这张专辑时，我就去请大友帮忙画图。

大友：我记不起来了（笑）。是先做《回忆三部曲》还是卓球专辑呢？

上杉：应该是先做卓球专辑。后来你给我看设计图时就说：“现在《回忆》这部电影在做海报，但效果不太好就想重做了……你要不要试试？”我马上就说“我做！”（笑）。那个时候，你就把自己做的海报拿给我们看了。



大友：《回忆三部曲》是工作室第一次用电脑制作，我觉得PhotoShop很有意思就陷下去了……

河村：我是在念小学的时候第一次接触到大友的作品，当时只有9岁。我父母是大友的粉丝，家里虽然有他的漫画却不给我看。他们连《龙珠》这类的动画电影都不带我去看，当我听到他们要带我去看动画时，就兴奋地跳起来。这部电影就是《阿基拉》。当我看到那个长得很像老人实际上却是孩子的人出来时吓得一直不敢睁开眼，都变成童年阴影了（笑）。

上杉：（笑）

大友：当时还没有电影分级制度吧。

《回忆三部曲》已超越动画范畴，成为艺术

大友：《回忆三部曲》中一定要有驾驶员，因此一开始就定下了片名。

上杉：这个片名的所有素材都是大友定的。

大友：嗯。“M”是拍了捷克城堡的照片，“E”是指B.D漫画……

“S”是去羽田机场的羽田整備场拍了引擎形状，然后让安藤裕章用PhotoShop将“S”变形。整体概念来自The Art of Noise乐队的《In Visible Silence》。

上杉：“R”字原型现在仍能在西新宿找到（笑）。就在艺能山城组的克恰节场地附近。将不同地方的素材集中起来加工，不仅用在海报上，还把能用的部分都用在片头、文字解说中。有一种“Special thanks to SCHUITEN for title E”的感觉。

河村：哇！

上杉：而《回忆三部曲》的设计海报以及商品海报，全部都是交给我完成的。银色纸用特殊印刷印了七版，也有做B全判（765×1085mm）和B2判（515×728mm）尺寸。

大友：那些海报真的很重（笑）。

上杉：我在做《回忆三部曲》的时候就知道了。虽然设计大友的草图基本上是无法改变构图的，但我在想怎么样才能做得更好呢？我连洗澡的时候都在想。我想调动自己所有的设计技巧，却无计可施。

大友：看来我的草图画得很不错。

上杉：1995年的时候还没有扫描仪，大友是在A3大的画板上用Liquitex丙烯颜料画图，然后带到四谷的照片工作室复制，再用印刷厂的磁鼓扫描仪扫描成数据给我。这些数据是大友用家里的电脑，直接点鼠标将光粒效果一个个输进去，我当场就被他震慑了。

河村：真厉害（笑）。

大友：那个时候的电脑是Quadra吧？

上杉：没错，就是Quadra840AV。这份海报因为当时要用到大量数据，电脑完全无法运行（笑）。《回忆三部曲》的本编也是用Quadra制作的。

大友：当时也没有Power Mac苹果机。

大杉：《大炮之街》也是用Quadra做的。

河村：咦？《大炮之街》居然也是用Quadra做的，怎么可能做得出来！

大友：只要你想做，什么都可以做出来的。我才不会管太多（笑）。我是第一次用胶卷和电脑来做电影。在海报上盖的印章是北野（大友克洋粉丝俱乐部会长）给我的。

上杉：那个印章是我做《回忆三部曲》设计时必不可少的东西，也有用在平价版DVD包装上。

河村康辅 KAWAMURA Kosuke

拼贴画艺术家、美术设计师。

2005年入选根本敬个展《根本敬之外，入选！舒畅的每一日》后进行各种活动与展会的设计。

在国内外以拼贴画艺术家身份出版作品集《22IDOLS》和《2ND》等。同时是《ERECT Magazine》的艺术总监。在大友克洋的“GENGA展”和电影《短暂和平》中担任宣传设计。

上杉季明 UESUGI Tosbiaki

美术设计师、艺术总监。

在设计公司任职后，1994年成立“马哈55号”事务所，负责音乐、电影为主的设计。

动画作品有《星际牛仔》、《宇宙浪子》整体设计，《攻壳机动队》声带系列，从《回忆三部曲》开始基本上负责设计大友克洋作品。

在电影《短暂和平》中设计LOGO、广告、封面等。

河村：嗯，你说的没错。

大友：《回忆三部曲》的镭射硬碟包装也做得很不错。

上杉：我是在吉祥寺的咖喱餐厅把英国摇滚乐队“平克·弗洛伊德”的《P.U.L.S.E》包装盒拿给大友和森本晃司看，说我想做成这种风格的，而且是在盒子里加护封。

大友：《回忆三部曲》就是这么一步一步做起来的，原声带也设计得不错。

上杉：限定版的包装盒有贴上天鹅绒，第三版甚至还有烫金（笑）。原声带包装在一开始也做了很多新尝试，包括技术和印刷工艺。当时还是第一次通过电脑来印刷。

河村：实在是太花钱了（笑）。原声带的包装也力求质量。

上杉：那次大大超过预算了，还要写检讨书（笑）。

大友：我们都是随心所欲地工作。但在创作过程中也很注重细节，比如片名从图片变成文字。自己搞创作总觉得很燃。《塔》是在《阿基拉》之后制作的，而《回忆三部曲》是一次新尝试。这是相当花钱的，筹集足够的制作费才开始制作《回忆三部曲》。在做完《阿基拉》之后我试过找很多原画师，也经历了很多事情才决定做独立短片的。在《阿基拉》之后，我想做些艺术味浓一些的作品。《大炮之街》完全没有之前的动画风格，也没人做过这类独立短片。集合众多想法后就有了《回忆三部曲》。其中的元素都全部展现在海报中，一点都不像常规动画海报，非常有趣。

上杉：没错。做完海报后就进入包装设计阶段。跟Bandai Visual的人开会时，他们拿出之前的动画包装当样品给我们看，设计得太差了（笑）。这是多少年前的设计了，比音乐界的包装设计还要晚。非但不好看，连插入场面和文字说明都是斜放进去的。

——大友老师想改变动画海报的设计吗？

大友：我是有这个念头。因此才有了现在的样子（笑）。电影中的片名我也想加入设计元素，《大炮之街》连字体都是原创的，跟其他海报不一样。

上杉：那种原创字体是由您设计草图的吧？

大友：没错，基本上是我写出来的，然后交给别人修改。字体不能做太大了。

河村：光是做一部作品就够劳心劳力了（笑）。连字体都这么注重不觉得太累了吗？

大友：这不是很正常的吗（笑）？

上杉：这个字体经过处理后，也有用在《回忆三部曲》的宣传册子的

目录中。

大友：结果所有的东西都要自己设计。

上杉：您不就是这样指导我们的吗？

大友：我只是想把作品弄得好看点。

河村：整部作品都做得很不错，就算切去一部分也觉得好看。

上杉：当时的工作人员，就算用现在的标准来看都非常优秀。

大友：大家基本上都是《阿基拉》的成员。

从《阿基拉》的海报中感受到空间细节。

上杉：《阿基拉》的公布记者会上贴着的海报通称为“一号海报”。发售蓝光碟时重印过，但后来找不到现货了。虽然想参照讲谈社裱在相框里的那张图来做，却褪色得厉害。跟现在保存完好的海报一对比，色调完全不一样。



河村：这张海报已经为国内外观众所熟知，上面画的是金田正太郎。《阿基拉》一开始选这张海报真是明智之举。我小时候还把这个人当成是阿基拉，因为标题是“阿基拉”嘛。

上杉：金田阿基拉（笑）？这张海报的设计师非常优秀，国外版虽然也用一样的图案，却没他设计得好。LOGO的放置和整体平衡是倒三角形，全部都是黄金比例，非常和谐。

大友：果然简洁就是好。要是在有限空间中加入太多细节就显得太分散了。

上杉：简洁能突出主题，具有良好宣传效果。加入太多人就显得太挤，插入太多场面截图也是一样（笑）。

河村：嗯，一定是这样。

大友：其实不一定。漫画虽然也是有限空间，但读者都想看得清楚一点，因此不能画到出血位。我也想画得大一点。但在实际作画中却要把人物画小一点，还有必要的场景，要考虑怎么表达出故事剧情。

上杉：嗯，我明白了。在学生时代有一位艺术总监教导我，要想让广告变得醒目，光是把文字变大是一种很愚蠢的行为，只要有文字解说

是不需要变大字号，有力量的广告足以留住观众的脚步。

大友：因此这是一种奇妙的感觉，让你情不自禁就停下脚步。

上杉：但是最近的广告却是反其道而行之。要做的不是让观众停下来，而是在看的过程中无意中形成印象，让大家记住产品名就可以了。这也是很多广告商提出的要求。

——DVD《阿基拉 SPECIAL EDITION》的系列海报也做得很精美。

上杉：做铁雄的红色线稿海报时，也有做《回忆三部曲》的包装，这是大友在家里画的底稿，看起来非常厉害。这时候在铁雄的手上加入了数字。做这张海报的时候跟上次那张不搭，只是草图（笑）……



大友：盒子上的横图会很长。

上杉：当时我跟大友聊天时，谈到要画什么比较好。金田出现的机会太多了，对我来说铁雄才是主角，就说服大友给我重新画图。

河村：这张海报就贴在车站上。

大友：尺寸挺大的。

上杉：这是相当珍贵的版本。本来就印得少，我也只有一张。

河村：这张海报看原画时还没有背景，当时我还挺惊讶的。

上杉：背景是后来合成的。做了两种，一个是类似风暴的，一个是有建筑物的。最后就定下有建筑物那张，特别做出了朦胧感和远近感。

——给《阿基拉》单行本读者的赠品海报又是怎样呢？

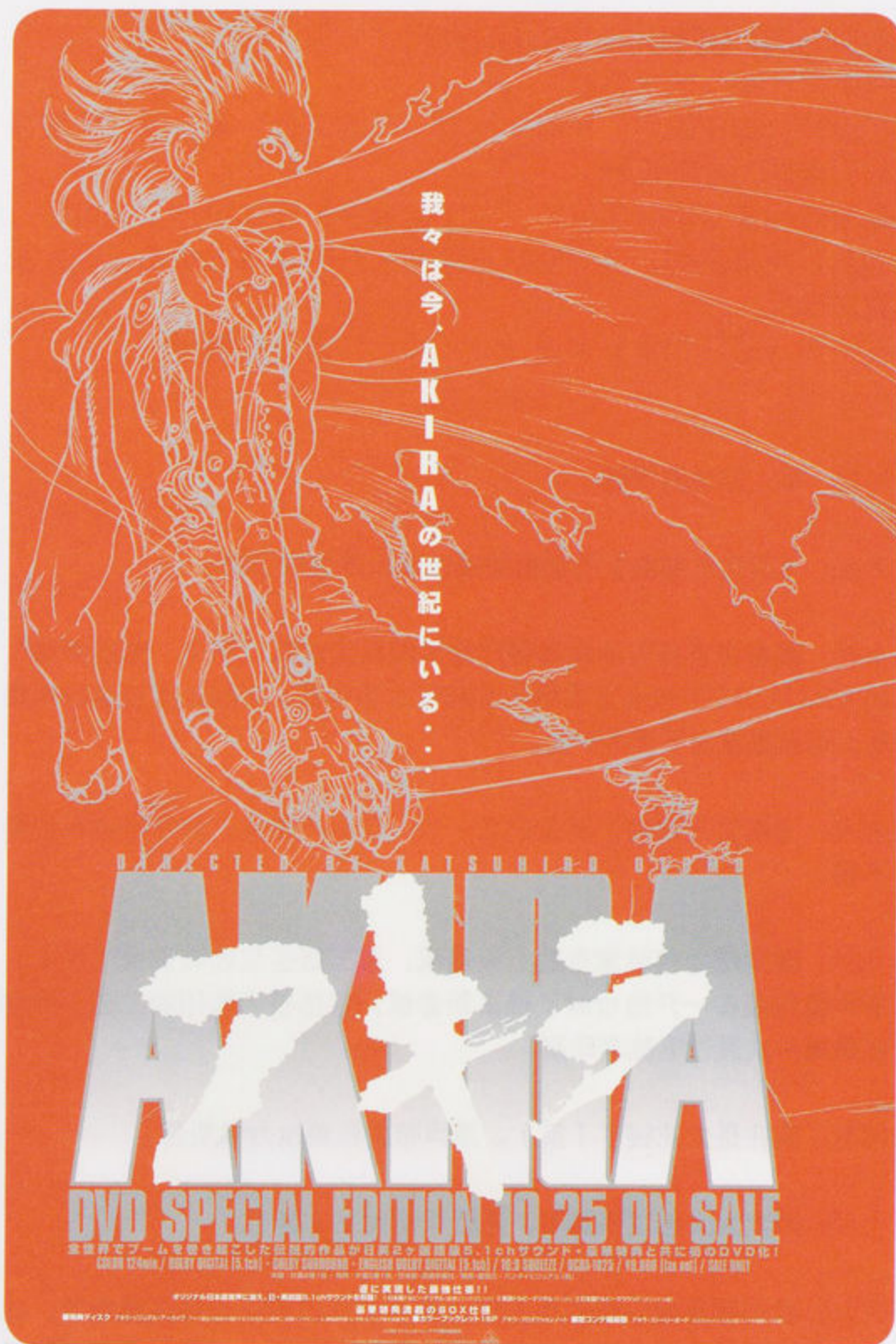
大友：《阿基拉》封面图中，我最喜欢第二集封面。

上杉、河村：咦？

上杉：为什么您会选这张呢？

大友：这张很酷，而且很有美漫的感觉。用了冷色调后，就算只是站着没有其他动作也足够帅气了。

上杉：第五集的封面是很出名的！



河村：那张也很棒！

大友：画这张图很累，花了我很多时间。绿色很难达到我想要的效果。



——挂毯也有出现过这个图案。

大友：这是为《Young Magazine》画连载时的封面，当时我就有意识模仿法国的B.D漫画，尽量用丰富的颜色。而墙壁画框里画的是阿诺德·勃克林的《死岛》。我很喜欢这张图，就画进去了。那时候我非常迷B.D漫画和欧洲文化，终于找到机会画了。在日本是不可能出现这种画的，我觉得非常有趣。

河村：已经没人会用这种色调了，可以静心喝茶欣赏（笑）。

上杉：要用故事来战斗吧。

大友：日本人基本上是画不出全彩漫画的，而且要提高彩度也等于是一种挑战。大家都没试过这种画法，难免会有些困惑。

河村：每次作画都是一种实验吧。

对欧洲感兴趣才诞生了《蒸汽少年》的世界

上杉：我有参与《蒸汽少年》的设计，但这部作品在之前的幻想电影节已经发表过了……

大友：我向Bandai Visual提出数码引擎的构思，包括《加姆》、《大都会》和《蒸汽男孩》。

上杉：没错，如果没有Bandai Visual的同意是无法开展工作的，但可以先做海报。

河村：那份海报没有公开吧？

上杉：没有。

河村：真是珍贵！当时没人见过。

上杉：根据大友画的设定图，《蒸汽男孩》中的雷穿过一个圆圈。之后赏花的时候，有人提出要不要做《蒸汽男孩》的OP。这个故事正处于工业革命时代，印刷最能改变世界。由约翰尼斯·古腾堡发明的活字印刷术改变了人类的生活。身为一个设计师，我最希望能重现活字印刷术的记忆。我希望有文字被打出来的细节，当时被否定了，但在电影播放时片名的表现手法就跟这个想法有点类似。

大友：啊，是吗？我都不记得了。和你们聊天真不错，能够想起当年的回忆。你是说片名在黑暗中消失那一段吗？蒸汽球出现的时候和这段的效果完全不同，齿轮在咯吱转动，“咻”的一声飞了出去。

上杉：之后我就加入进来了。我在设计LOGO时很纠结活字印刷的想法，很想做出活字印刷的效果，然后我把同一个工作室的矢部弘幸做的设计糅合在一起，就变成另一个形式了。基本上英语LOGO是他做的，片假名是我做的。一开始我们的设计是连在一起的，但东宝看不懂就修改了，说广告还是统一字体比较好。日语LOGO和符号、数字都用英文来设计。

河村：咦，当时能动用的只能是你身边的人吗？

上杉：小文字的字体全部都是朋友帮忙做的，他是个很有趣的人，不用跟他说具体指令他就能明白你要的效果（笑）。我就带他去见大友了，《回忆三部曲》的落款也是他做的。

河村：这位朋友真厉害。

大友：说起《蒸汽男孩》的制作过程真是一把辛酸泪，制作时间也很长。要换工作室，也做得很辛苦（笑）。

河村：真是血汗与泪水的结晶。

上杉：《蒸汽男孩》最开始的海报是草图。本来是用Liquitex丙烯颜料画的，但每天的工作太多了……大友没办法画下去。

大友：其实我是用Liquitex丙烯颜料画过的，但很不顺利。我也试着合成蒸汽和鸭子，但还是草图好看点，唯有放弃。

上杉：是用马克笔上色的吧？

大友：我也许还会用马尔笔。马克笔是有5支灰色笔，我选了三支。



在画《大炮之街》的分镜时我全部都用灰色冲淡原来的颜色。

河村：是在涂好的颜色上涂灰色吗？

大友：当时我在法国书店买到画家尼古拉·德彪西的早期作品集《Foligatto》，这本书现在也能在日本买到。还有法国当代漫画家恩基·比拉的《尼克波勒三部曲》。这两部作品的颜色我都用在《大炮之街》，因此很有欧洲范了。颜色有种深沉的感觉，从那时开始，我就开始降低明度，提高彩度。

河村：大友经常这么说（笑）……

大友：做色指定的女生不明白我的意思，经常抱怨。基本色调是近乎灰色的白色，调到0度再开始画。我说了后，她就说：“大友先生，你是说所有人脸都要像僵尸一样吗……”（笑）只用明度低的颜色，但是再用红色和蓝色这种彩度较高的颜色。一般情况下，做TV动画的人是绝对不会这么用的。还真是僵尸颜色啊（笑）。

河村：好像所有人都是这种僵尸色（笑）。

大友：但如果画面整体更加阴沉，就可以看清肤色了。

河村：啊，原来是有考虑到背景色。

大友：没错，背景阴沉就能看到肤色。角色在全白画面中活动，涂色后看起来只会像僵尸。《大炮之街》的背景是我画的，我用了更加黯淡的颜色，海报的效果却非常好。我是用Liquitex丙烯颜料来画的，然后加上一层灰色冲淡原来的颜色。我实在太爱欧洲了，因此就将欧洲画坛特有的深沉厚重感添加到《蒸汽男孩》中。

上杉：第一张海报将图画和LOGO结合起来后有很不错的效果。

大友：我很喜欢这张海报，觉得很有型，现在还贴在工作室里。之前贴的是《回忆三部曲》，后来就改成《蒸汽男孩》了。看着它就有一种自豪感。

上杉：这是一张让人颤抖的海报。

大友：这张海报的气氛不错，我就想整部作品都按这种风格来做。既然定下了主题，我就用马克笔一直画啊画，希望能把这种感觉画出来。我忘不了这个念头，从头到尾都按照自己的想法来做。

河村：已经完全贴上你的标签了。

上杉：主要商业海报都是由大友画图，然后由木村真二（《蒸汽男孩》的美术监督）画背景。这个背景跟很多海报有共同点，也做了很多合成。

大友：因为太麻烦了，画到中途就用丙烯来画了（笑）。之后就用电脑来完成，做出蒸汽和结冰的感觉，我记得是用CG来做的……

上杉：当时工作室只有5~6个人，我也要一起做。大家经常会讨论。我还记得做完后大家一起去喝酒（笑）。大友记得《蒸汽男孩》所有数据，一说某个细节就能从电脑中调出数据。

大友：当时作画都是手绘的，其他就全部用电脑绘。

上杉：做海报时会有更细致的要求，然后用电脑修改，调整明度和颜色。后来实现数据化后，就将大友画的实线合成效果。



大友：画线后就用丙烯来画，这样的线条触感会不错。做完动画后已经没力气动笔了，这种想象图没法继续画下去。

河村：没错，图像都在他的脑海里（笑）。

大友：从零开始画起是很累的（笑）。就算眼前有一个蒸汽球，要我想主角穿什么衣服太费劲了。我只在高中的美术部待过，又没上过正式的美术学校。

河村：高中的美术部（笑）……

所谓电影海报，就是将故事世界观的设计展现在观众面前。

大友：《虫师》的发行公司刚开始做的海报没有什么亮点。《阿基拉》也一样，只有图像轮廓和文字，简单到无法表达作品内涵。我知道他们也尽力了。我想不用图画，而是用文字和颜色触感来表现，但文艺山城组的山城马上就反对我这么做（笑）。虽然我这个想法没有实现，但做《虫师》的时候就做过我想做的设计风格。《POSTERS》刊登的海报就只有人物和文字。我看的时候还没有文字的。

上杉：设计师是不能只加入自己的喜好的，我知道你喜欢现代派风格……于是，每次你跟我聊我就总说等一下，不能让你过分脑补了（笑）。当时，当马哈55号地址在神保町时，大友就过来了。那里什么都没有，我们都是对着一排显示屏工作。



大友：当时做了很多样本吧。

上杉：我希望海报也用到和包装盒一样的人物剪影，并且用特殊印刷工艺把虫文字叠在一起，但没有预算就做不了吧。

大友：其实不是预算问题，是大家都看不懂。电影公司的宣传人员说没法留住观众的目光，海报应该是一眼看上去就有冲击力的。其实电影公司做的预告篇我也不喜欢。我从预告篇中感受不到制作人员对电影有爱。

上杉：其实能卖就好了……

大友：你说的有道理。电影公司的目的是只要预告篇能引起观众注意就好，不用想太多。这部电影是有经过一番精心设计的，海报中也有体现设计感和世界观，我希望能够好好展现在观众面前。推高高潮是很有趣，但这是小学生的做法。我们一定要将自己的文化带到作品中。可能会有点拐弯或迂回，但在作品中应该尽量多表现出自己的文化。就像以前的怪兽电影一样，怪兽一喷火就毁灭了大阪城。

河村：这种手法让观众容易理解，破坏大阪城是很直接的视觉效果。

大友：但这种手法不能说是设计。

河村：你要解释一下吧……

大友：这是完全不同的。说回刚才的怪兽电影，哥斯拉的威力足以破坏大阪城，却没有刻意描述它有多么吓人。美国人也经常说连蠢人都能看懂了，一定要通过设计表现文化才行。设计和概念都要集中到作品中。一部电影的气氛和世界观是可以在海报设计中展现出来的，包括文字排列和广告、整体构图，还有颜色搭配，这些都属于设计范畴。一定要让大家习惯才行。

上杉：比如说《虫师》的海报就做得很细致，纸要和底板相称。但一般人觉得看起来都差不多。



大友：不管是纸张选取和设计都需要花心思的，要是大家有机会入手，希望大家都能好好看一下。创作人是有把文化融入到设计中的。

河村：没错，要是在设计上有所松懈就毫无意义了。

极具新鲜感的宣传图《火球》

河村：我对原画展的印象很深。当时，我去上杉的事务所聚餐。过了晚上12点，大友给上杉打电话，说他在附近喝酒想过来借厕所用。

上杉：我的事务所经常会开聚餐会。河村不能喝酒，因此能保持清醒。于是，我就第一次把河村的作品集拿给大友看。

河村：当时，我就问大友有什么感想。我自己有做一份杂志（《ERECT Magazine》），其中有一页图是由我画的，我就问他能否用在GENGA展，但他的答案是不行。GENAGA展的宣传图还没出来，举行时间是比书晚出的，我的图已经登不上了。但他却让我画GENAGA展的宣传图，我听了后真是又惊又喜。

大友：当时，我很着急GENAGA展的宣传图。时间也很紧迫，必须要快点做广告了，制作方叫我画新图，但我却觉得画不出。展示的作品是由我自己决定，包括高中时画的图，20多岁画的但没有做成单行本的，还有《阿基拉》的原画。这些话集中起来却没有一张能当宣传图的。那时候也有想过做成拼贴效果，但效果却不尽人意，画面太阴沉了（笑）。

河村：全部都变阴沉了（笑）。

大友：但是，我几乎都要放弃了，虽然之后肯定会引来很多议论，但试一次也未尝不可。当我交给年轻人放手去做时，却有不错的效果。

河村：我现在还记得，一开始做的是《火球》。当时我怀着惴惴不



安的心情来到大友的工作室，要将零散的素材像拼拼图一样拼起来。大友就说：“嗯，做得不错但不要突出人物了。”其实就像是切割机械的一部分来组装，但我却做得热火朝天。做到一半时他就说OK了。一开始光是背景就足够让我头疼了，于是我就拿给大友看，他说：“把上下翻转。”

当我按照他的要求翻转后，他就觉得翻转的效果最好。结果背景就翻转完成了。

大友：当我把这份宣传图带去给相关工作人员看时，他们就说里面没有人物，但我觉得有没有人物都无所谓。我说服他们，没有人物的宣传图反而够新颖。河村干得真不错。

河村：听你这么说我真的很开心。你说不需要人物时，我也有点担心。我是第一次接大友的工作，看到他笔下的这么多角色我有很多都很喜欢，但最喜欢的还是机械部分。因此就想试一试。

大友：一开始我什么都没有说。

河村：是一句话都没有说。

大友：于是，这家伙就把原画复印件拿来，一直在组装。

河村：你的图有差不多3000张……本来还有更多的。光是背景就塞满了我的脑袋，害得我早上5点就去井头公园理清思路。想得太多了，连睡觉都睡不好。

上杉：我懂的……是你的肾上腺素增加分泌的缘故。

河村：为了转换心情，我就边听音乐边到井头公园清醒一下。虽然是想激发灵感，但想得太多就会觉得音乐太吵了，结果什么都听不进去。脑子里还是在想图片拼图，这张图应该拼在哪里，那张图应该拼在那里。走到半路就在楼梯上碰到大友，那时候我都快崩溃了。听到他的建议后我就把铁雄的面具和长伯的嘴巴都切去了，都变成完全不同的东西了。

上杉：你一定会有些惊讶吧。

大友：一般人也会这么想，其实我说可以，就是肯定了你的工作。至今为止都没人做过这种尝试，非常新颖。

河村：一般情况下，别人是不会让我这么放手做的。他们会有很多要求，比如希望角色放在这个位置，为什么要切掉这里。但大友却不会有这些具体要求。

上杉：有很多人看了后会觉得这种自由切割摆放的方法他们也会，但他们绝对做不出来的。在此之前，河村不知道做过多少尝试，这是凭他自己的感觉做出来的。换做我就做不来。

大友：只有他才能做出这种效果。GENGA展一开始经历了地震，说老实话河村的作品带点消极色彩，但我还是放心交给他来做。就算中途加入漫画角色也是没办法的事。这张图是B全判纸吧？

河村：是的。当我一开始听到是用B全判纸时，就开心到不得了。海报基本上不能用B全判来做，我也是第一次用这种尺寸。而且我也有点疑惑，这种尺寸的海报卖得掉吗？大友也说价钱要尽量压低。这份宣传图是贴在内览会的销售会场的，我自己也觉得有点危险。因为太大了会有另一种不同的视觉效果。原画是做成A3尺寸的，没想到变成B全判后会这么巨大。

上杉：大友的图就算画得很小，扩大时也看得很清晰。

河村：变大后反而更耐看了。GENGA展本来是有三张宣传图的，一开始我做了黑白，大友就叫我做彩色的。因此我就做了彩色和黑白的。一张是加入了角色，但暂时搁置了，大友说要看起来黑白和彩色都能用的。之后还有些时间，我就把有人物的那张也做出来了，结果就有三张宣传图了。



大友：但最后我选中了《火球》。举行GENGA展时我真的很想做些革新。我不光想展示过去的原稿，也想加入新元素。

上杉：我听到是由河村来设计时我也有点担心会不会做不好（笑）。但是看到他做的海报后我就彻底放心了。

大友：我从一开始就知道河村是很有实力的。一开始做的设计就让我觉得很惊艳。看到海报后我觉得有很多人都是很有实力的。

河村：哇，我真开心。

上杉：经过那次设计后，河村的作品就变得很有味道了。

河村：我也找准了自己的路。我回想起自己之前做了很多尝试，最终能确定风格，对于我这种新手来说是很难得的。在尝试过程中有很多细微调整，包括线条、角度，再小也要调整。做好这些后，就能顺利做下一步的工作了。在不断尝试的过程中会让自己变得越来越有干劲（笑）。

上杉：没错。偶然去做和有意识地去做是完全不同的概念。我也从持续的拼贴画工作中明白这个道理。一旦做好决定，整个人的心情就不一样了。

河村：《火球》做出来后，我整个人为之一振，这种心情是从来没有过的。这张图改变了我的生命。

大友：我不想把GENGA展当成是自己的作品回顾展。我很庆幸在《火球》这张宣传图出现之前，就产生积极向上的想法。因此，我希望看到这张图的人也能产生一种新开始的感觉。虽然使用的素材都是

旧图，但经过拼贴后就变成全新的东西。我希望这张图能与遭遇地震后的气氛吻合，就算利用瓦砾也能重建出新形态。所谓新鲜事物并不是只看到旧的东西，而是给人一种全新感受。

上杉：这就是所谓的破坏与再生吧。

河村：我刚到工作室时是各种忐忑不安，但大友却告诉我，按照我自己的想法来做就可以了，否则毫无意义。听到他的话后，我感到很高兴，但又担心自己万一做不来就麻烦了。于是，我就放弃用任何角色，也完全改变了之前的选项。既然大友已经把设计全盘交给我了，那我就别太纠结了。画面阴暗就阴暗吧。

大友：我就是希望你做出自己的风格，就算面临困境也要勇往直前。虽然做完后其他人不同意，但我就觉得我想要的最好效果。这是GENGA展最优秀的宣传图。

具体表现出“本质的规范” 《短暂和平》海报的内涵

河村：《短暂和平》的海报是三个人一起做的。一开始大友给我打电话，就说了一句“日本！”



上杉：我也是（笑）。他叫我做的LOGO就是“日本”。

河村：说到日本，就是一轮红日、鸟居和富士山这类景物。他叫我先回去想一下，组合一次看看。Sunrise的人叫我主要考虑大友的作品，要是用小若做素材，大友就会做成科幻作品的（笑）。机械装太大了。当我把机械装的图带给他们看时，分镜中正好有左右对

称的角色，于是就组合成和平标志的图案。

大友：然后由上杉来上色……一开始颜色太淡了，我就叫他画深一点。

上杉：一开始的草图是将河村的拼贴画组合成一个整体，做出渐变色的上色效果，但给大友看了后，就变成逐个部分上色了。

河村：上完色后，上杉就拿给我看了。我们两个都被弄得紧张兮兮的（笑）。

上杉：我也是彻夜上色，非常辛苦。河村是手绘，我是电脑绘。我们希望每个部分都用不同的颜色，因此河村一完成某个部分的手绘就会交给我处理，慢慢做出轮廓和每部分颜色。

河村：而且为了容易理解，底色都涂黑了，然后由上杉会帮我切割掉

多余的部分。

上杉：每个部分要用不同颜色。机械部分较为复杂，我也很着急，边看设定资料边问河村应该切割哪个部分，然后翻页码。有时看不清角度也会问他。虽然涂色后对整体效果没有太大影响，但每个部分都有微妙差异，做得很辛苦（笑）。

河村：我知道那项工作很累，完成的过程中真是充满感动。

上杉：涂完差不多70%后，稍有不对劲就会紧张起来。

河村：实际状况就是这样。没上色时还觉得不错。光是红色的浓淡处理就够累的。但是用一种颜色来表现不同的效果是一种新鲜的做法，我们都互相表扬对方（笑）。

上杉：加上LOGO后效果特别好。做完色校后我就拿给大友看，却受到前所未有的表扬。我当时就想这下子真是死而无憾了（笑）。不，我能当一个设计师实在是太走运了。

大友：你们做得很不错。当我看到这张海报后，就有一种范本的感觉。当我第一次看到优秀作品时就觉得这是一种范本，新东西不一定就给人崭新的感觉，就像感受到一种让人怀念的气息。好的作品是有共性的。

河村：就是从古到今的一种传统感觉吧？

大友：嗯，就是这种感觉。现在做出来的东西在以前也有出现过。排字和白色、红色部分都做得不错。

河村：要是把所有素材都做成海报就完美了，比看到单张更有气势。

大友：这张海报是很特殊的，不可能出现多次。电影本身也是。这张海报是独立的，效果很不错，很少有这么大张具有冲击力的海报。大家都想加入更多元素，有更多的话要说，但这张海报本身是不会说话的，只代表了电影本身。

河村：做这张海报时，就只有设定资料可以当素材。没有颜色，也没什么可说的（笑）。到我手上的时候还没决定用那个角色，于是我将设定资料中每个角色的不同脸角度都复印成几十份来筛选。

大友：做出来的效果很不错，大家看到都会惊叹的，毕竟从没见过这种做法。一步一个脚印做出来的东西会有收获，真的很不错。只要想做，就会慢慢磨出成果。

河村：嗯，虽然大家都不知道能做到什么程度。

大友：没错，朦胧状态的东西会慢慢成形。因此才要聚集大家的力量做出来。要是犹豫不决就很难成行。越是简单的东西就越有力量，但也是很难做到的。

上杉：你说得没错。

河村：我感受到不到勉强的感觉。所谓厉害的技术并非是用CG做出来的，只能不断积累手绘经验。使用普通素材的情况下，就算没有新技术，也能做出完美的平衡。去看电影时就会受到很强的视觉冲击，也合乎逻辑。用白色、红色、红日都能构成和平标志，光有LOGO也能代表日本文化。外国人看到红日就能想到日本。

大友：很久没有这种自豪感了。这是一种新日本风格，我要继续前进。

東京スカパラダイスオーケストラ

Illustration: 大友克洋 design: 大友克洋

NOT FOR SALE

