

版

KENYA HARA

Tipografia in Giappone

Alessandra Palombelli



Indice

Kenya Hara

La biografia	p. 2
Il guru del design giapponese	p. 4

I caratteri giapponesi

Le origini	p. 6
I tre sistemi di scrittura	p. 9
L'estetica dei caratteri	p. 10
La tipografia in Oriente	p. 12

L'originalità grafica

Lo stile austero	p. 17
La percezione del vuoto	p. 20
I principi di composizione	p. 22
Le illustrazioni	p. 27

Kenya Hara

La biografia

Classe 1958, Kenya Hara è un graphic designer, professore alla Musashino Art University e, dal 2002, art director di Muji. È interessato a progettare “circostanze” o “condizioni” piuttosto che “cose”.

Mr. Hara ha viaggiato molto per il mondo nel tentativo di indagare sul significato di “design”. Questi sforzi sono stati cristallizzati nelle mostre itineranti internazionali HAPTIC, RE-DESIGN e SENSEWARE. Ogni titolo rappresenta una parola chiave che abbraccia il valore in continua evoluzione dell'esistenza.

Ha incorporato le caratteristiche culturali tradizionali del Giappone nella progettazione delle cerimonie di apertura e chiusura delle Olimpiadi invernali di Nagano, nonché nella promozione dell'Aichi EXPO. Ha progettato prodotti commerciali per molte aziende, tra cui AGF, JT e KENZO, è stato coinvolto nel progetto di rinnovamento della filiale di Ginza del Matsuya Department Store e ha lavorato alla segnaletica per Mori Building VI e Umeda Hospital.

Ha ricevuto numerosi premi di design, tra cui il Japanese Cultural Design Award. Il suo libro *Design of Design* (Iwanami Shoten, 2003) ha vinto il Suntory Arts and Science Award e la sua nuova edizione inglese rivista ed ampliata, *DESIGNING*



DESIGN (Lars Müller Publishers, 2007) ha raggiunto lettori di tutto il mondo.

Nel suo libro successivo *EX-FORMATION* (Lars Müller Publishers, 2018) cerca l'origine del design nell'ignoto, mentre *DESIGNING JAPAN* (Lars Müller Publishers, 2019) presenta la visione di Hara sul futuro del Giappone.

Nelle sue ultime pubblicazioni, *100 WHITES* (Lars Müller Publishers, 2019) e *WHITE* (Lars Müller Publishers, 2021), discute l'importanza del bianco nel design, non solo come colore ma come filosofia.

Il guru del design giapponese

Il nome di Kenya Hara è divenuto sinonimo del volto mutevole del design giapponese contemporaneo.

Il lavoro di progettazione del maestro è brillantemente semplice, indipendentemente dall'oggetto. Basti pensare a Muji, la sua catena di arredamento e abbigliamento: persino oggetti di uso quotidiano come spazzolini da denti e bidoni della spazzatura diventano eleganti sotto il suo design.

Il pensiero grafico di Hara è racchiuso in quella che è ormai nota come la Bibbia del design, *DESIGNING DESIGN*. Recupera quattro principi di design dall'estetica tradizionale: delicatezza, meticolosità, completezza e semplicità. Ciò che più lo affascina è il tema del vuoto, che ha consumato il suo lavoro, dalla segnaletica e i loghi ridotti al minimo al suo design minimale. «Il vuoto, indipendentemente da chi lo usa e come, è la ricerca della libertà assoluta. Quando un oggetto è vuoto, è pronto a ricevere qualsiasi immagine o utilizzo».



Umeda Hospital

1998

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara, Yukie Inoue

Patternner: Masayo Takeda

HOME — Exhibition

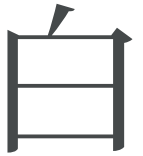
2013

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara, Cecilie Manz

PR: Makoto Shirato

P: Keizo Kioku



Oggi stiamo vivendo una razionalizzazione dei sensi. L'arte della raffinatezza, l'attenzione ai dettagli, l'assorbimento e il lento coinvolgimento sono trascurati. Con questo viaggio nella storia della tipografia giapponese, accompagnati dalle opere e dalla sensibilità estetica di Kenya Hara attraverso concetti, oggetti e pratiche come il vuoto, la carta e la cerimonia del tè, si spera di riuscire a rivivere lo spirito giapponese del tempo e a recuperarne i preziosi valori.

I caratteri giapponesi

Le origini

Il Giappone arcaico non aveva scrittura. La cultura giapponese rimase esclusivamente orale fino all'adozione dei caratteri cinesi, che nell'arcipelago presero il nome di kanji. Le fonti di tale scrittura furono le iscrizioni presenti su antichi cime-
li, come specchi di bronzo e sculture di pietra, oltre che i testi sacri del buddhismo provenienti dal continente.

Durante le dinastie Sui e Tang (581-907 d.C.) il Giappone mandò degli inviati in Cina con la missione di apprendere la cultura locale. In quel periodo, grazie alla diffusione dei testi sacri buddhisti, fu importato in Giappone un gran numero di nuovi caratteri cinesi. La scrittura cinese dell'epoca procedeva in senso verticale, dall'alto in basso e da destra a sinistra: la stessa disposizione usata ancora oggi in Giappone.

Nel Periodo Edo (1603-1867) fece la sua comparsa un nuovo senso di scrittura che procedeva in orizzontale, da sinistra a destra, sotto la spinta del processo di adozione della didattica occidentale (*rangaku*).

Oggi in Giappone coesistono, anche nella stessa pagina, entrambi i sistemi di scrittura, sia in orizzontale sia in verticale. Il primo è usato per la corrispondenza ufficiale e talvolta per le annotazioni, mentre il secondo continua a essere impiegato per pubblicazioni come i romanzi e i libri di cucina.



Grace Koshu Wine Bottle

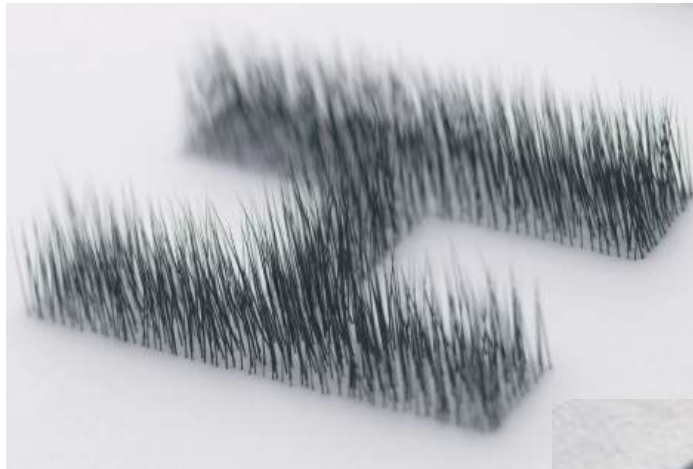
1999

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara, Rie Shimoda, Tomoko Komazawa, Kanako Ohashi

Cl: Grace Winery Co. Ltd.

書



Scarecrow or water spout

2012

AD: Kenya Hara

D: Eiji Mima, Shimpei

Nakamura, Makiyo Miyata

P: Eiji Mima



HAPTIC — Logo

2004

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara

MEDIUM: animal hairs on silicone



Ginza Mekiki Hyakkagai 2

2012

AD: Kenya Hara

D: Eiji Mima,

Shimpei Nakamura,

Makiyo Miyata

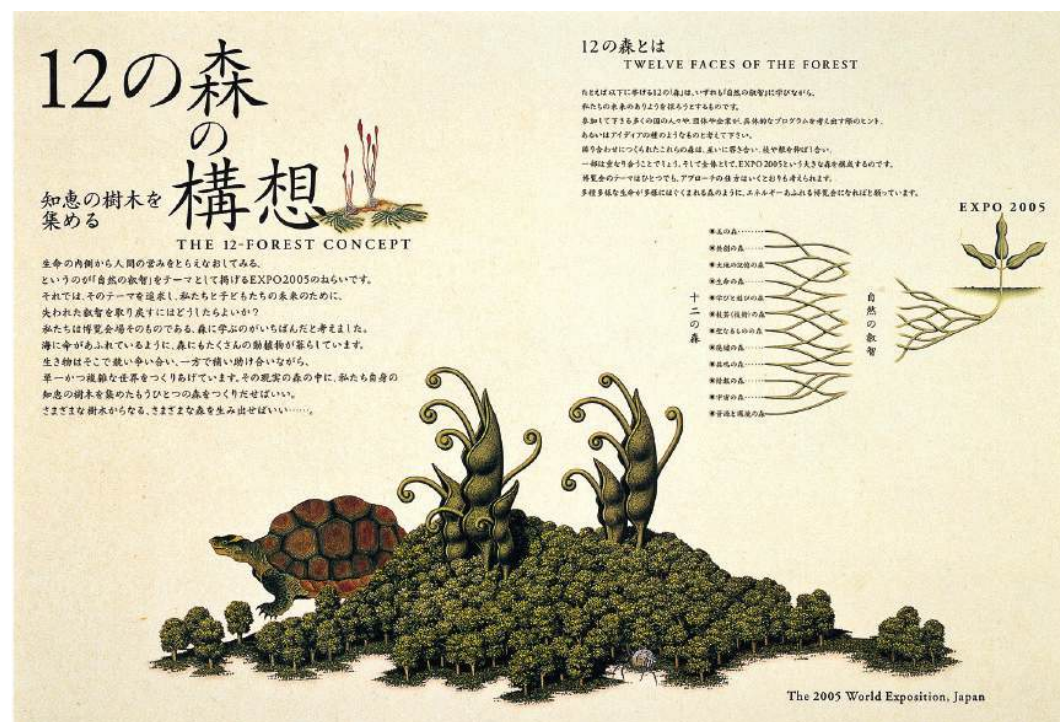
P: Eiji Mima

I tre sistemi di scrittura

Nel giapponese scritto di oggi convivono tre sistemi di scrittura, ovvero hiragana (ひらがな), katakana (カタカナ) e kanji (漢字), cui si aggiungono l'alfabeto latino (rōmaji), i numeri arabi e la punteggiatura.

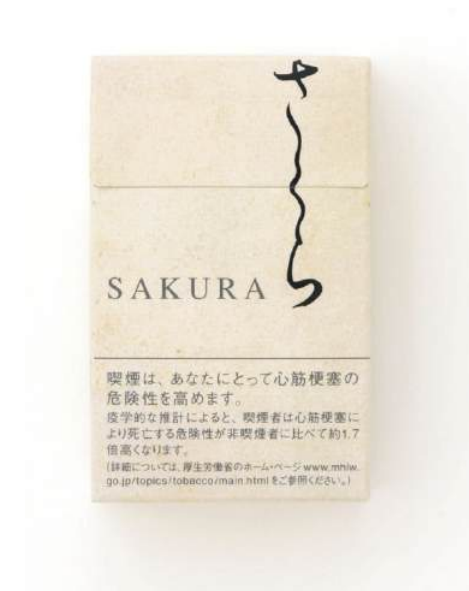
Il suo stile compositivo misto richiama l'attenzione proprio per l'eterogeneità dei caratteri che costituiscono una frase: un insieme di segni sinuosi (hiragana), spigolosi (katakana), “disegni” (kanji), lettere d'alfabeto e numeri arabi che si susseguono occupando ciascuno il medesimo spazio di un ideale quadrato, senza alcuno spazio vuoto, in verticale o orizzontale all'interno di una stessa pagina. Il fascino visivo ricorda il rapimento che si può provare davanti a un'opera di arte calligrafica (*shodō*), e la sua valenza estetica è forse l'aspetto che ha reso questa scrittura così intima al campo della grafica e del design.

In generale, all'interno di una frase i kanji hanno un valore semantico, con essi si costituiscono sostantivi, radici di verbi e aggettivi; il sillabario hiragana è usato per annettere particelle grammaticali ai sostantivi, per indicare flessioni verbali e scrivere termini autoctoni o trascrizioni di kanji troppo complicati; il sillabario katakana per trascrivere secondo la fonetica sillabica giapponese termini stranieri o onomatopree; i rōmaji per acronimi o citazioni di parole straniere.



EXPO 2005 AICHI
Pamphlet & Posters
 2000
 AD: Kenya Hara
 D: Kenya Hara, Yukie Inoue
 C: Tetuya Ozaki
 Drawing: Honzo Zusetsu
 by Shunzan Takagi
 I: Takashi Ohno, Yoshitaka Mizutani (total recycling in the Edo Period), Yoshihiro Suda
 CL: Japan Association for the 2005 World Exposition

JT "SAKURA"
 2005
 AD: Kenya Hara
 P: Asuka Katagiri
 D: Kenya Hara, Yuji Koiso
 CL: Japan tobacco inc.



Ovviamente i caratteri possono evocare soggezione infondendo un senso di dignità e autorità, ma possono anche minare l'autorità con delicatezza toccando le delicate emozioni delle persone.

Hiragana, un sillabario corsivo ideato più di mille anni fa nel periodo Heian, trasmetteva un senso di bellezza che andava naturalmente a decostruire lo statuto autorevole e didattico del kanji.

Usando esclusivamente l'hiragana, le donne Heian sono state in grado di svolgere un ruolo attivo nel dominio letterario. A differenza degli uomini, i cui solidi caratteri cinesi riflettevano il loro status sociale più elevato, l'hiragana trasmetteva un mondo sottile di belle emozioni in linee simili a erba che sembravano danzare sulla carta giapponese (*washi*). In questo modo, la tecnica stilizzata della scrittura in hiragana ha portato alla creazione di una nuova estetica separata e distinta dal "significato" testuale.

L'estetica dei caratteri

Qualunque sia la forma che i caratteri o le lettere possono assumere, in qualunque maniera possano essere disposte – in breve, qualunque senso di bellezza possano aggiungere a un libro – il motivo principale della loro nascita non è la semplice praticità. Sebbene il carattere faccia parte di un sistema linguistico, è stato creato anche come oggetto estetico.

La profondità delle scritture, della poesia e del linguaggio buddhista zen presenti nella calligrafia dell'Asia orientale, esempio supremo della grazia fluida dell'inchiostro nero su carta bianca, ha dato al mondo dell'espressione scritta – in contrasto con la lingua parlata – una nuova maturità. L'uso del pennello iniziò a fiorire relativamente presto in Cina, tanto che anche i caratteri scolpiti sulla pietra mostrano caratteristiche calligrafiche. Gli scopi dietro queste caratteristiche si estendevano oltre i confini linguistici.

美

La tipografia in Oriente

In Cina, il carattere tipografico in ceramica fu inventato da Pi Sheng (990-1051) nell'XII secolo, durante la dinastia Sung; la splendida scrittura quadrata che ha sviluppato ha preceduto Gutenberg di ben 400 anni.

A quel tempo, l'intaglio di caratteri su pannelli di legno – la cosiddetta stampa xilografica – era già una pratica comune, quindi il carattere tipografico in ceramica doveva essere più efficiente. Eppure non raggiunse la maturità perché era tecnicamente difficile e inefficiente modellare decine di migliaia di caratteri altamente complicati. Inoltre, le preferenze estetiche delle persone hanno rallentato l'avanzata della tecnologia rispetto all'Occidente; i cinesi preferivano le xilografie precise e dettagliate ai caratteri dall'aspetto opaco prodotti dai caratteri tipografici in metallo e ceramica.

Il più antico stile di calligrafia, *xiaozhuan*, si riferisce alla scrittura del sigillo (*zhuan shu*) e alla scrittura clericale (*lishu*). In questo stile, l'accento è stato posto sulla rappresentazione pittorica dei caratteri nel loro insieme piuttosto che sulla delineazione di ogni singolo punto e tratto. Dopo un lungo periodo di modifiche, fu stabilito come *kaishu* dal famoso calligrafo Qu Yang Sun (557-641 d.C.).

Durante la dinastia Sung, il *kaishu* era lo standard sia per la stampa su legno che per i tipi di ceramica. La struttura tipografica del *kaishu* è quindi denominata “carattere Sung” e riconosciuta come uno degli stili calligrafici più eleganti nella storia della stampa dell'Asia orientale.

Durante la successiva dinastia Qing (1644-1912), tuttavia, fu ristandardizzato, raggiungendo ancora una volta un'elevata qualità astratta, fino a quando non si evolse infine nel “carattere Ming” che vediamo oggi.



Calendar

1999

AD: Kenya Hara

P: Tamotsu Fujii

D: Kenya Hara, Yukie Inoue

CL: Japan Association for the 2005 World Exposition



BENIYA MUKAYU
Sign System
 2000
 AD: Kenya Hara
 P: Tamotsu Fujii
 D: Kenya Hara,
 Tomoko Komazawa,
 Rie Shimoda,
 Kentaro Higuchi

刷

Le estremità tipicamente appuntite dei tratti nei caratteri dello stile Ming, il cosiddetto *uroko* (letteralmente “scaglia di pesce” in lapanese), intendono rappresentare l’inizio e la fine delle pennellate, una forma che si suppone fosse mantenuta per massimizzare la leggibilità e la composizione strutturale dei caratteri su carta.

La stampa in metallo fuso è stata introdotta in Cina alla fine della dinastia Qing dagli occidentali, in particolare dai missionari cristiani che sono giunti in Asia orientale per fare proselitismo. La forma strutturale del Ming ricorda una particolare font europea, la cosiddetta Bodoni, somiglianza che si presume derivi dal background dei missionari, che li ha spinti ad interpretare in un certo modo lo stile Ming.

Attraverso questo processo di fusione, la tecnologia occidentale ha introdotto una tipografia di nuova sistematizzazione in Cina per scopi missionari. Anche il Giappone è entrato in contatto con questa nuova tecnologia di stampa attraverso questa strada.

Nonostante il confine culturale tra Oriente e Occidente e il divario tecnologico che divide quelle civiltà, il senso di bellezza legato al carattere è stato coltivato attraverso il semplice atto di posizionare i caratteri sulla carta. A questo proposito, il tipo cast di Gutenberg e la xilografia cinese condivi-

dono una caratteristica comune. Le lettere sono diventate oggetti indipendenti per il solo fatto di essere stampate in nero su carta bianca.

Sia lo stile gotico delle lettere dell’alfabeto che lo standard *kaishu* dei caratteri cinesi sono stati tramandati e filtrati attraverso il principio della leggibilità, catturando la nostra attenzione con la loro raffinatezza. Infatti, dalle iscrizioni su antiche ossa oracolari cinesi al completamento del carattere Ming, dal lavoro a scalpello su antichi marmi romani alla perfezione di quella curva delicata che incarna l’equilibrio dell’universo, la storia della lavorazione e della pratica è inimmaginabilmente lunga. Le lettere che vediamo oggi sulla carta sono passate lungo quel lungo canale della storia; meditando sul loro sviluppo, la nostra immaginazione si approfondisce.

Roman style
 Garamond Regular

Ming font
 Ryumin H-KL





L'originalità grafica

Lo stile austero

Una grafica fatta di rigide linee tracciate a mano, disegni elementari accostati a forme semplici come cerchi, triangoli, quadrati e così via, un testo in caratteri basilari: tutte caratteristiche tipiche di quella sorta di “austerità” che è divenuta una tendenza del design giapponese negli ultimi anni.

Lo “stile grafico austero” coglie l'atmosfera dell'epoca attuale ed è apprezzato dal pubblico. Indagando il retroterra di questo stile, si trovano similitudini con la cerimonia del *wabi cha*.

Il *wabi cha* o “tè wabi” (わび茶) è una cerimonia del tè improntata a un'idea di semplicità e purezza nota appunto come *wabi*. Si ritiene che ad elaborarla sia stato il maestro del tè Sen no Rikyū (1522-1591), come alternativa alla sontuosa cerimonia del “tè *shoin*” (書院茶) in uso ai suoi tempi. Il tè *wabi* si diffuse nel periodo Momoyama (1573-1603), probabilmente come reazione alla cultura sofisticata di quell'epoca: Rikyū riteneva più elegante rappresentare una visione universalistica del mondo con un apparato minimo piuttosto che eccessivo, per esempio riducendo la superficie della sala da tè tradizionale a quattro stuoie *tatami* e mezza (7,29 m²).

Pare quindi che lo spirito del tè *wabi* coincida con l'austerità dello stile grafico in voga oggi. Grazie alla diffusione delle reti social e all'autonomia di espressione e approfondimento che

Sayunomi
2014
D: Kenya Hara
Cl: Zhi Art Museum



茶

esse consentono, si sta diffondendo oggi anche la tendenza a rifiutare ogni abbellimento. Si preferisce esprimere oggetti o sentimenti reali piuttosto che abbellirli, ed è per questo che lo stile austero rispecchia la situazione.

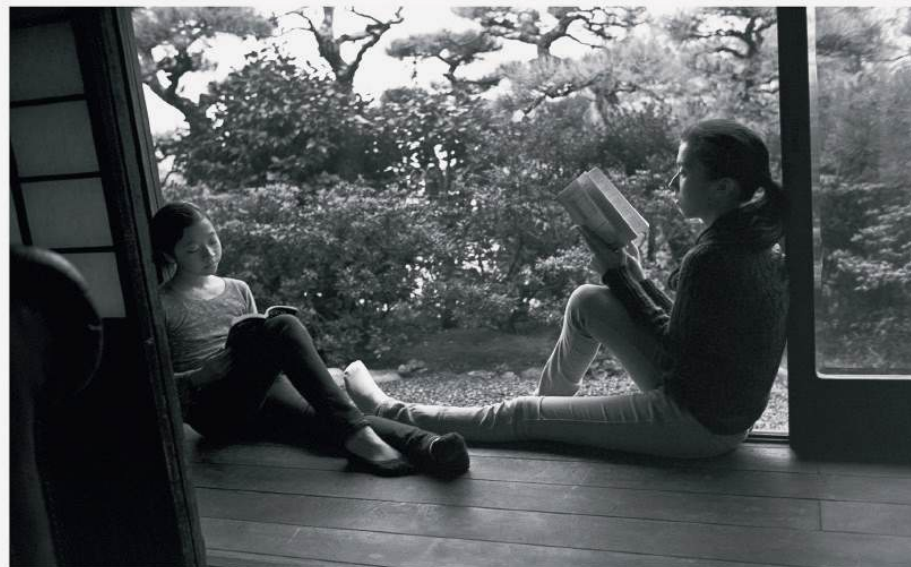
D'altra parte non è garantito che questo stile conservi la propria attrattiva. La tendenza a non fissarsi su un singolo valore è tipica dell'estetica giapponese.

Uno dei vari concetti estetici giapponesi è *iki* (粋), che evoca una sensazione di rinnovamento, un'atmosfera rinfrescante, una sensibilità seducente. Secondo il libro *La struttura dell'iki* di Kuki Shūzō, l'*iki* consiste di tre elementi: *bitai* (媚態), *ikuji* (意気地) e *akirame* (諦め). *Bitai* sta per “civetteria” e *ikuji* significa “forza di volontà”, mentre *akirame* ha una quantità di interpretazioni. L'idea di *iki* sembra aver a che fare con il rifiuto effettivo dell'ossessività. Le persone non ossessive sono tendenzialmente aperte all'attrazione di nuovi valori. Il valore che insiste sull'ossessione è detto *yabo* (野暮, che significa “ottusità”, il contrario di *iki*). I proverbi del Periodo Edo – per esempio «la gente di Edo non risparmia per il domani» e «la gente di Edo è come le carpe di carta nel mese di maggio» (che girano a seconda del vento) – esprimono lo spirito dell'*iki* in auge a quel tempo.

Nell'ottica *iki*, l'essenzialità del tè *wabi* e dello stile grafico austero non hanno particolare rilevanza. Si tratta dell'attitudine ad allontanarsi da certi valori e a farsi attirare dai nuovi, attitudine che veicola lo spirito dell'*iki*. Forse è questo a produrre una sensazione di “rinnovamento”.

TSUTAYA SHOTEN
Advertising
2011

AD: Kenya Hara
D: Kenya Hara,
Kaoru Matsuno
Ph: Yoshihiko Ueda
C: Munenori Harada



本におかえりなさいませ。

蔦屋書店
TSUTAYA BOOKS



TREASURE

2017

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara, Cheng Li

PR: Deng Yu

C: Munenori Harada

Beniya Mukayo

Kaga, Ishikawa
(Japan)



La percezione del vuoto

Lo spazio negativo nel design giapponese e nel minimalismo può a prima vista sembrare uguale. Solo con un'analisi più approfondita si riescono a cogliere le differenze.

Il minimalismo si propone fondamentalmente di svolgere una funzione o veicolare un messaggio con elementi ridotti al minimo, mentre lo spazio negativo nell'arte e nel design giapponesi ha radici differenti che affondano nella cultura tradizionale dell'Estremo Oriente.

Nell'arte della calligrafia e della pittura a inchiostro, anticamente importate in Giappone dalla Cina, gli artisti fondono

虚

l'inchiostro nero e lo spazio negativo (spazio bianco) per creare un'atmosfera capace di trasmettere pensieri e sensazioni.

Questo metodo è diventato molto popolare in Giappone, dove la concezione dello spazio vuoto si è evoluta ulteriormente. Il segno *en-sō* per esempio, un semplice cerchio tracciato con una singola pennellata d'inchiostro, è il simbolo stesso dell'estetica giapponese in quanto "espressione dell'attimo".

Lo spazio negativo nel design giapponese è poi influenzato da altri fattori come l'*ikebana*, creazione artistica che traduce in una composizione floreale l'amore per la natura, o il concetto di *wabi sabi*, visione del mondo di derivazione buddhista che esprime l'accettazione dell'imperfezione, dell'incompletezza e dell'impermanenza delle cose mondane: tutti aspetti strettamente associati alla spiritualità e al carattere del popolo giapponese.

Nella composizione grafica, la rappresentazione dello spazio negativo manifesta purezza, armonia e rilassamento.



RE-DESIGN — Toilet Paper

2000

D: Shigeru Ban

ED / Coordinator: Hara Design Institute

CL: Takeo Co., Ltd

I principi di composizione

La scuola di arti applicate, design e architettura Bauhaus, fondata nella città tedesca di Weimar nel 1919, ha influenzato profondamente lo sviluppo e la didattica del design moderno per oltre un secolo.

Nel 1927-29 Takehiko Mizutani, primo studente giapponese dell'istituto, una volta completati gli studi propose nel proprio Paese la teoria didattica di design detta *kōsei* (in giapponese 構成, “composizione, costruzione”). Lo sviluppo graduale del concetto abbracciò l'ideale modernista e da allora fu stabilmente adottato nelle scuole di design giapponesi, e in seguito introdotto in Paesi asiatici come la Corea e la Cina.

Risulta dunque interessante considerare i lavori di design giapponesi di oggi nella prospettiva della composizione, i cui principi basilari sono:

- Ripetizione – ripetizione di uno stesso elemento
- Similitudine – molteplicità di elementi simili combinati
- Gradiente – modifica di un elemento a intervalli regolari
- Irradiazione – elementi composti come raggi
- Asse – moduli organizzati intorno al centro o ai suoi lati
- Intensità – elementi posti senza ordine a creare intensità
- Contrasto – di proporzioni, direzioni, forme, colore, ecc.
- Ritmo – elementi situati a intervalli regolari o irregolari



FILING — Exhibition

2005

AD: Kenya Hara

D: Kaoru Matsuno, Izumi Suge, Yoshiaki Irobe



MUJI — Magazine

2012 – 2016

AD: Kenya Hara

P: Akihiro Ito

D: Tomoko Komazawa, Yukie Inoue, Keigo Masuda, Saiko Kanda

C: Ken Isome, Ryoko Kawahara, Kyoko Nagase

ZHI ART MUSEUM

Brand Identity

2011

AD: Kenya Hara

D: Kenya Hara,
Cheng Li

P: Eiichi Kano



GIFU MEDIA COSMOS — Sign System

2015

AD: Kenya Hara

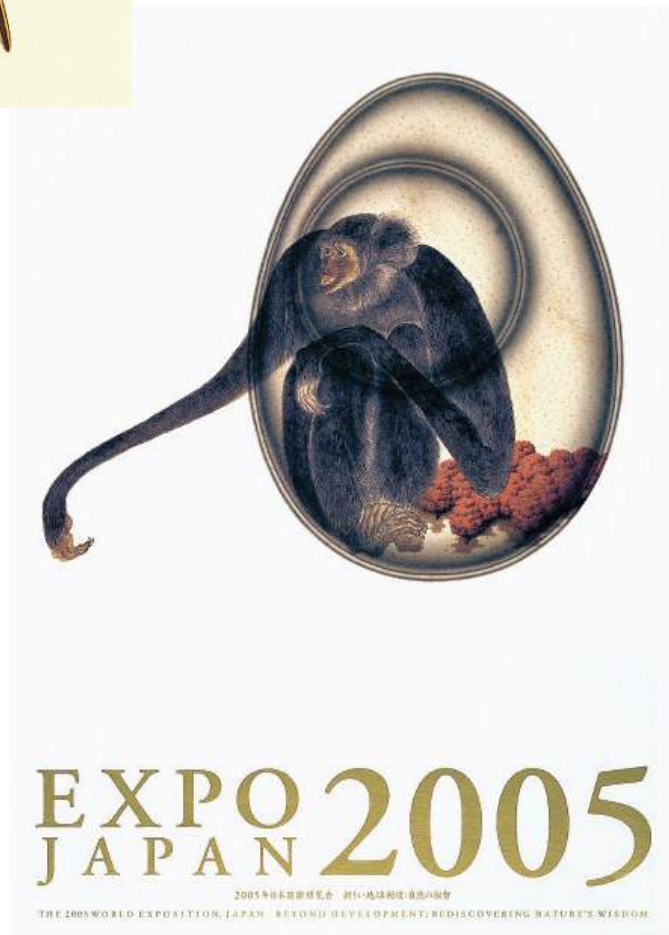
D: Kenya Hara, Hiroaki Kawanami, Yuka Okazaki, Cheng Li, Natsumi Mano

CL: Toyo Ito & Associates, Architects



Paper Show Posters
1990 – 1994
AD: Kenya Hara
D: Kenya Hara
CL: Takeo Co., Ltd

EXPO 2005 AICHI
Poster
2000
AD: Kenya Hara
D: Kenya Hara
Drawing: Honzo Zusetsu
by Shunzan Takagi
I: Takashi Ohno
CL: Japan Association
for the 2005
World Exposition



HATORI SHOTEN
Brand Identity
2009
AD: Kenya Hara
D: Kenya Hara,
Akiko Uematsu

絵

Le illustrazioni

La grafica giapponese è riccamente illustrata, sia sotto forma di immagini dipinte a mano in stile tradizionale come l'*ukiyo-e*, sia come immagini o vettori realizzati al computer, che compaiono spesso su poster, libri, opuscoli, confezioni, marchi e così via.

Il termine *ukiyo-e* ("immagini del mondo fluttuante") si riferisce alle xilografie classiche giapponesi e a una quantità ristretta di dipinti che furono in voga nel Periodo Edo (1603-1868). Questo stile rappresentava i gusti e i costumi della borghesia emergente con raffigurazioni di *bijin* ("belle donne"), *shunga* ("scene erotiche"), teatro *kabuki*, lottatori di sumo, spiriti *yōkai*, elementi della natura e *meisho* ("luoghi famosi").

Le illustrazioni mettono in risalto i punti principali del contenuto, ne facilitano la comprensione e in generale rendono più attraente l'insieme. La varietà di espressioni artistiche crea fra gli osservatori e il contenuto un legame emotivo inavvertito che, per i designer, si traduce in un linguaggio universale.

Bibliografia

Hara, K. (2009). White. Lars Muller.
Mariotti, M. (2014). La lingua giapponese. Carocci Editore.
Gaetli (A cura di). (2021). Originalità della grafica giapponese. Ediz. illustrata (E. Lavagno, Trad.). Nuinui.

Iconografia

HARA DESIGN INSTITUTE. (s.d.). 日本デザインセンター |
Nippon Design Center, Inc. www.ndc.co.jp/hara/



POLITECNICO
MILANO 1863

Politecnico di Milano – Scuola del Design
Corso di Laurea Triennale
Design della Comunicazione – C2
Typographic Design
A.A. 2021 / 2022

Docente
Prof. Giangiorgio Fuga

Cultore della materia
Annunziato Mazzaferro

Cura del progetto editoriale
Alessandra Palombelli

Stampa
Helios Guzzi
Via Tonale, 5,
20125 Milano MI

Mohawk Superfine Ultrawhite 150 g/m²
Pur Coton Absinthe 250 g/m²

Milano, dicembre 2021

Kenya Hara, nato nel 1958, è un grafico, curatore e scrittore giapponese. Insegna alla Musashino Art University di Tokyo e, dal 2002, è l'art director per Muji. I suoi libri *Designing Design* e *White* sono riconosciuti come necessari per chiunque studi teoria ed estetica del design.

«Il vuoto, a prescindere da chi lo usa e come, è la ricerca della massima libertà. Quando un oggetto è vuoto, è pronto a ricevere qualsiasi immagine o utilizzo».

Kenya Hara

原
研
哉