

【デザインコンクール関連受賞歴】

- 労政課 女性のためのトークサロン 大賞
- 横浜水道局 中吊 表現技術賞
- 神奈川新聞 優秀賞
- 農業経済課 農業改良資金 入賞
- 消費生活課 悪徳商法 入賞
- 能力開発課 職業訓練生募集 入賞
- 福祉課 いぶきの里造形展 入賞
- 消費生活課 かわらばん 入賞
- 水質保全課 リーフレット 入賞
- 三浦八景ブックレット 神奈川県知事賞 受賞 等

製品開発・B.I 主なブランド・デザイン

骨太家族シリーズ
怪物制作所シリーズ
カップ麺/インスタント麺のブランド
味の麺シリーズ うどんのブランド
蕎麦のブランド/霧科のC.I
乱れ織り麺シリーズ・産直ブランドの開発

【掲載例】

世界のマークシンボル 柏書房掲載
世界のロゴタイプ 柏書房掲載
電通広告百科事典 4点掲載
TGC2回展示 等

主なクライアント (特長ある分野のデザイン成果等)

- FJ デザインコンペティションにてクリエイティブディレクターとして採用、顧問契約
関連事業会社3社のC.I (ロゴマーク等制作)
スクール事業のロゴマーク・学校案内等制作
新規ビジネスにおけるブランディング (ネーミング開発)
- あーすプラザ キャラクターデザインコンペティションにて入選採用
読売新聞・神奈川新聞 99年1月27日記載
- 県議会事務局 議会かながわ デザインコンペティションにて入選採用1999~2002年
契約期間4年・ポスター・パンフレット等
- ロボフェスタ神奈川2001 コンペティションにて入選採用
4会場 (横須賀・相模原・川崎・横浜) 用チラシ 4会場プログラム 車内吊り広告
横浜会場用B全ポスター・車中吊り広告 公式記録ブック DVD表紙 うちわ制作
- 緑政課 緑化協力金マーク コンペにて採用 ポスター・リーフレット等
- 県立芦ノ湖キャンプ村 ロゴマーク制作・看板/サイン計画・リーフレット
- 企画部統計課 ポスター・パンフレット等
- (財)かながわトラストみどり財団 リーフレット/パンフレット/パネル制作等
- 水源の森林運営事務局 ポスター 新聞広告 チラシ等
- 横須賀三浦行政センター ポスター・ブックレット・パンフレット等
- 県立公文書館 ポスター・パンフレット等
- 求人情報誌DOMO表紙 コンペにて採用 1998~2001年 デザイン・イラスト・コピー
年間契約 横浜市内7万部約1,500店舗 静岡版30万部配布
- JR東海 99年春のキャンペーン・コンペにて採用
JR東海ツアーズ10周年記念キャンペーンコンペにて採用・会社案内採用
- ニュージーランドかぼちゃ協議会 キャラクターデザイン採用
- ドコモ 2003年 らくらくキャンペーン・コンペにて採用
- パーキンエルマー・ジャパン総合カタログ2003年 コンペにて採用
- タニタ 体重計の総合メーカー 総合カタログ2004年 コンペにて採用
- トヨタビスタ 新聞折込 2003年~ コンペにて採用
- 小糸工業 総合照明カタログ
- 横浜電通 自民党 ポスター等
- 東京電力 パンフレット等
- パナソニック パンプ・POP等
- 相鉄エージェンシー パンフレット等

Web関連

- ショッピングサイト ブランディング・管理
- 屋外広告物適正化十都県市協議会HP ロゴマーク等の制作含む
- 会員制不動産オーナーズクラブのHP ロゴマーク等の制作含む 等



ショップロゴマーク



ブランドロゴマーク



パッケージ

手提げ袋



しおり



イネバームが発信する、新しいバームクーヘン。

あなたはどっち派?
それとも、両方?

口に入れたとたんに「ふわっ!!」
米粉を使い究極の柔らかさを追求した「こがね」

バームクーヘン こがね

子どもの頃に食べたようなノスタルジックな甘さのバームクーヘン。米粉を使った独特の優しい食感は毎日でも食べたくなります。

「パリッ」と香ばしさが広がります
ブリュレをあしらひ、パリッ感を追求した「こはく」

バームクーヘン こはく

香ばしいブリュレを噛めばカラダが震え、パリッ感、クセになりそうな食感のバームクーヘンです。

重厚な風味と、しっとりふわふわな食感。
その秘密は「こだわりの素材」に。

餅はブランド生餅・茨城県産「奥久慈餅」を、「こはく」に使われている米粉は新潟県産「コシヒカリ」を使用。厳選された素材を活かし、半割割かけて焼き上げるバームクーヘンはひと口食べれば、ほかには真似できない「おいしい」が広がります。「糖」と「食感」が食でも幸せなハーモニー。ぜひ一度が美味くください。

↓ ご注文はコチラから ↓

「イネバーム」のおいしさ。
その秘密は厳選された「こだわりの素材」にありました。

こだわり素材 ①

ブランド生餅・茨城県産「奥久慈餅」

バームクーヘンの生地を決め手になる素材・餅には濃厚な風味とコクのある旨味が特徴の「奥久慈餅」をセレクト。キレイな水と空気に恵まれた環境や良い原料ですぐと育てられた餅の味は、「健康」そのもの! 味だけでなく、ビタミンEやビタミンDも凝縮されています。おいしく、カラダに良いものをお届けしたいという気持ちでイネバームが厳選した「こだわりの素材」の一つです。

新潟県産「コシヒカリ」の米粉

イネバーム「こがね」の持ち味であるしっとりふわふわした食感の秘密は「米粉」。特にこだわったのは、新潟県産「コシヒカリ」であるということ。その理由は、米粉の粒子が細かく「もちっ」とした口当たりが良さを実現できるから。米作りに適した大自然の中で手塩にかけて育てられた素材だからこそ出せる「独特の食感とやさしい甘み」存分にお楽しみください。

こだわり素材 ②

ショッピングサイト



のぼりなど





和食屋リーフレット



中国進出用 コンセプトブック



和菓子屋ロゴマーク・包装紙等

三崎港 トロちまき パッケージ開発

三崎港ブランド 人気ランキング1位。

ネーミング開発から、ブランドロゴ、パッケージデザインを開発。
成功事例として、販促セミナーで紹介等話題になりました。

三崎港からのクール便



パッケージデザイン提案例



【スイーツショップ】



【イタリアンショップ】

自転車広告

ネーミング開発から、ブランドロゴ、広告展開を提案し、
エコサイクルメディアのエージェンシーとしても活動しています。

マニュアル制作

ECO CYCLE MEDIA ロゴマーク決定案 カラー・シグネイチャーシステム 1



ベーシック 基本形 白地にフルカラーの場合

1 基本形



2 カタカナ強調の場合



3 横長なスペースの場合 (アイテムにより使い分け)



4 エコをショルダーに乗せる場合



4 縦組み使用时 (袖看板など)



プロセス基本色	DIC カラー	PANTONE color bridge CMYK EC
レッド = M90+Y15	154s	213EC
ブルー = C100+M60	579s	660EC
グリーン = C50+Y100	170s	375EC
ブラック = C40+BL100	2394s	433EC

● 1色しか使えない場合
(メディア露出 新聞など)



ブラック = C40+BL100

スミ 1色では、大きくてきつい場合



グレー = BL60
ブラック = C40+BL100

基本カラー グリーン



グリーン = C50+Y100

プロモーション制作の一例



ムリせず、ウソをつかず、1億円売れた「営業トーク」
アマゾンランキング1位
 を記録。

アメーバブログ 「営業」・「ど根性」ジャンルで
アメブロランキング1位
 を記録。

営業マン、セミナー講師、コンサルティング、マーケター、作家など
 多彩な活動をするビジネスパーソンのパーソナル・アイデンティフィケーション。

ドラッカーも20年前から著書「未来企業」の中で、
 ピラミッド型の社会から衛生ネットワーク型社会の到来を予測しているように、
 会社や組織同様に、個人のアイデンティティーもより重要視されるということで、
 P.Iを導入し、ビジネスパーソンとして、また経営戦略としてのデザイン統合を展開中です。

ホームページ、ブログ等のデザイン

売れる空気づくり職人
藤富雅則
 売れる、売れないの差は、
空気づくりにあります。

二つ折り名刺 USPをしっかり強調。

表面

売れる空気づくり職人
藤富雅則
 [売れる空気]を
 作り出すこと。
 これがトップセールスへの
 最短ルートです。

裏面

売れる空気づくり職人 検索

<http://www.j-ioc.com>
 Email: fujitomi@j-ioc.com

Japan Innovation of Culture
 JIOC 株式会社 日本アイ・オー・シー

〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町1-6-3 Kビル6F
 TEL.03-5623-0188 / FAX.03-5623-0181

中面

【藤富雅則の主な活動】

- ◎ 営業マン適正心理テスト、採用・面接立ち合いアドバイス
- ◎ 営業目標達成支援
- ◎ 見込客集めの仕組みづくり
- ◎ 売れる営業トークのSCRIPT(台本)づくり
- ◎ 営業同行(新人教育)、プレゼン代行など、要注実務活動
- ◎ 営業研修・セミナー
- ◎ 講演
- ◎ 執筆活動(書籍、雑誌、コラム等)

最短ルート!!
 売れる空気づくりは

【3つのお約束】

- ◎ 現場にエネルギーとビジョンそして信念を醸成します。
- ◎ 結果を出すことにフォーカスします。その代りお客さんにも真剣になって頂きます。
- ◎ プロセスも大切にします。プロセスこそが新たなアイデアの源泉となるからです。

※書は、ゴリ押し営業に嫌気をさした私が、顧客と仲を悪くしながら成果を上げていくから、というテーマで読んで「営業ノウハウ」がなんとだんに盛り込まれています。営業条件は、ぜひ一読の上、お知り合いの方に手渡しあげてみてください。営業トークを中心としたノウハウが基礎から学べ、営業スキルがグッと底上げされます!

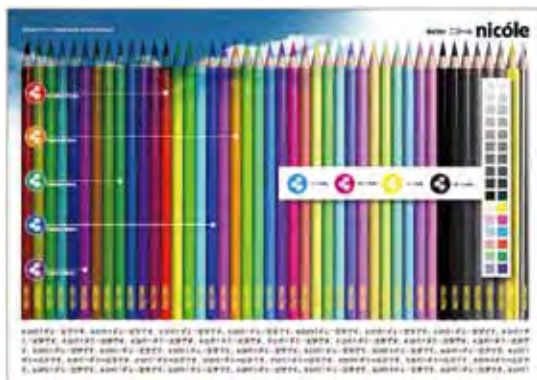
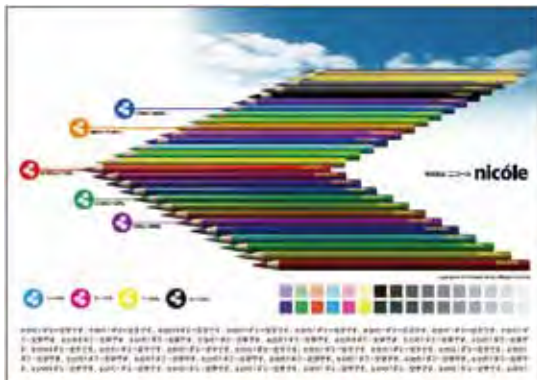
アマゾンランキング1位
 アメブロランキング1位

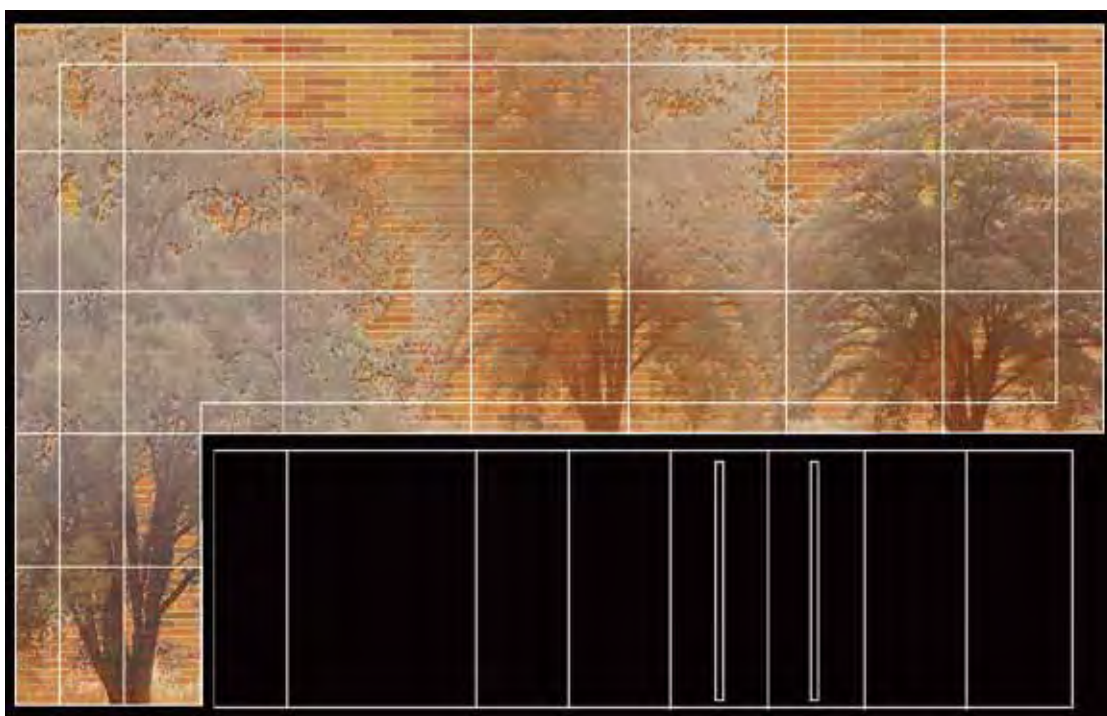


ニコール カラーサンプル

3Dで鉛筆を描き、いろいろな素材にプリントし、カラーの再現性と素材感を提案しています。

バリエーション





壁面デザイン

施設内の壁面デザインの一例。

ワンテーマでも、素材感の違いなどにより、様々な表情を生み出せます。



虎をモチーフに描いて欲しいというリクエストにお応えしたものの。

てれつく天空、
墨田の空に住む。

歴史に未来を重ねたイーストコアの地から、スタイリッシュなタワーが目覚める。この街でしか実感できない暮らしがある。この街でしか実現できないスタイルがある。

予定月額家賃：
00,000円台(0F)～000,000円台(0F)

East Core Hikifune
イーストコア曳舟

UR 新築賃貸住宅「イーストコア曳舟」9月中旬入居者募集開始予定。事業戸数(予定)：100戸。住宅形式(予定)：1(高層ビル型)・2(高層ビル型)・3(高層ビル型)・4(高層ビル型)・5(高層ビル型)・6(高層ビル型)・7(高層ビル型)・8(高層ビル型)・9(高層ビル型)・10(高層ビル型)・11(高層ビル型)・12(高層ビル型)・13(高層ビル型)・14(高層ビル型)・15(高層ビル型)・16(高層ビル型)・17(高層ビル型)・18(高層ビル型)・19(高層ビル型)・20(高層ビル型)・21(高層ビル型)・22(高層ビル型)・23(高層ビル型)・24(高層ビル型)・25(高層ビル型)・26(高層ビル型)・27(高層ビル型)・28(高層ビル型)・29(高層ビル型)・30(高層ビル型)・31(高層ビル型)・32(高層ビル型)・33(高層ビル型)・34(高層ビル型)・35(高層ビル型)・36(高層ビル型)・37(高層ビル型)・38(高層ビル型)・39(高層ビル型)・40(高層ビル型)・41(高層ビル型)・42(高層ビル型)・43(高層ビル型)・44(高層ビル型)・45(高層ビル型)・46(高層ビル型)・47(高層ビル型)・48(高層ビル型)・49(高層ビル型)・50(高層ビル型)・51(高層ビル型)・52(高層ビル型)・53(高層ビル型)・54(高層ビル型)・55(高層ビル型)・56(高層ビル型)・57(高層ビル型)・58(高層ビル型)・59(高層ビル型)・60(高層ビル型)・61(高層ビル型)・62(高層ビル型)・63(高層ビル型)・64(高層ビル型)・65(高層ビル型)・66(高層ビル型)・67(高層ビル型)・68(高層ビル型)・69(高層ビル型)・70(高層ビル型)・71(高層ビル型)・72(高層ビル型)・73(高層ビル型)・74(高層ビル型)・75(高層ビル型)・76(高層ビル型)・77(高層ビル型)・78(高層ビル型)・79(高層ビル型)・80(高層ビル型)・81(高層ビル型)・82(高層ビル型)・83(高層ビル型)・84(高層ビル型)・85(高層ビル型)・86(高層ビル型)・87(高層ビル型)・88(高層ビル型)・89(高層ビル型)・90(高層ビル型)・91(高層ビル型)・92(高層ビル型)・93(高層ビル型)・94(高層ビル型)・95(高層ビル型)・96(高層ビル型)・97(高層ビル型)・98(高層ビル型)・99(高層ビル型)・100(高層ビル型)

UR賃貸 検索 www.ur-tower.com tel.0120-000-0000

●UR 都市機構 イーストコア曳舟ポスター案。

歴史のある土地柄と、現代的に生まれ変わる街の将来像が伝わるようなビジュアルをイメージしました。

大手町まで、夢の18分通勤。
BLAND-NEW TOKYO EAST CORE COMING SOON!

UR新築賃貸 イーストコア曳舟二番館 09秋募集予定

www.ur-net.go.jp/hikifune/

粋と住まう。
EAST CORE HIKIFUNE

UR新築賃貸 イーストコア曳舟二番館 09秋募集予定

www.ur-net.go.jp/hikifune/

East Core Hikifune
イーストコア曳舟

00,000～000,000

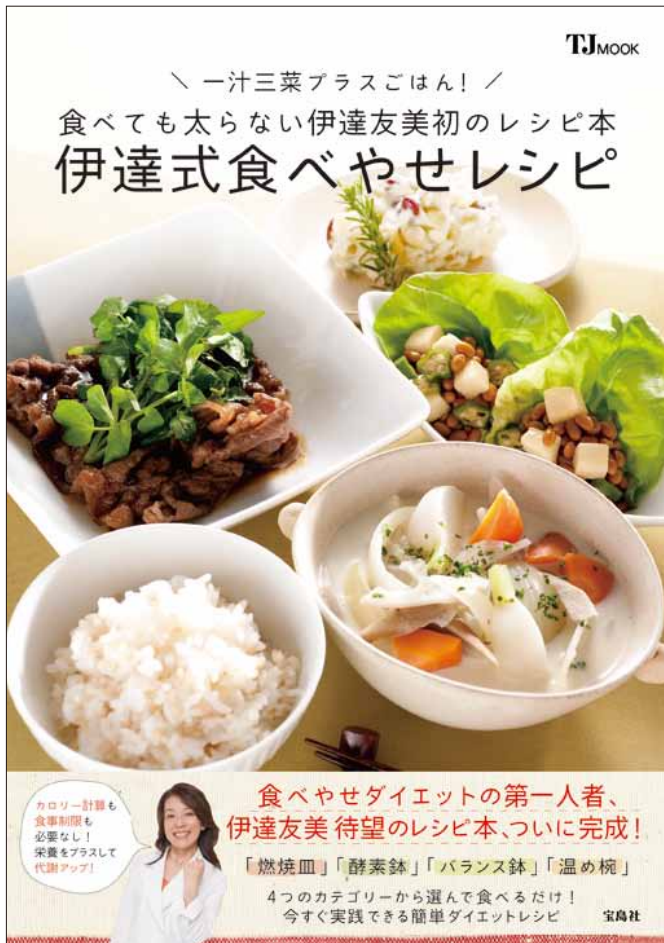
www.ur-tower.com tel.0120-000-0000

秀逸兼備

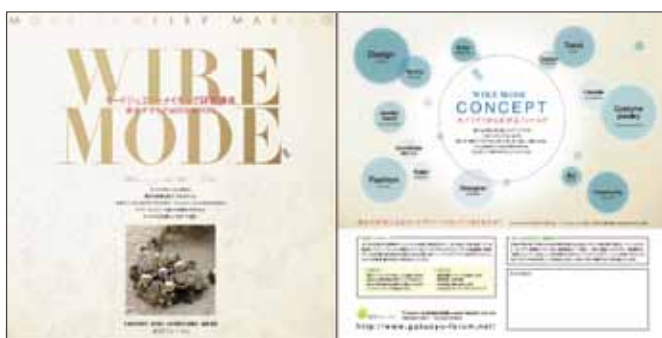
現代の価値観に融合させて暮らす。
イーストコア・タワー・イーストコア・タワー

00,000～000,000

www.ur-tower.com tel.0120-000-0000



●テレビ出演、人気著者による市販料理レシピ本 ロングセラー エディトリアルチームで、編集デザイン。



●ジュエリーブックレット 正方形でオシャレな雰囲気と落ち着いたトーン＆マナーでフェミニンなデザイン。



●女性ターゲットの医薬系情報誌 全ページをチームで編集デザイン。



●女性ターゲットのビューティ系情報誌 フェミニンなデザインが好評です。

● ファクトリージャパン デザインコンサル

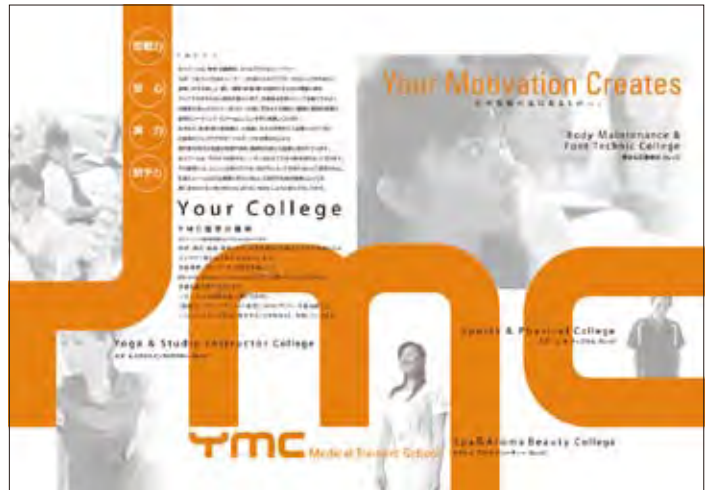


株式上場に向けて
投資家向け
ビジネスモデル企画書

会社概要 抜き型を用いたギミックアイデア



●ファクトリージャパン
スクール・アイデンティティー ロゴマーク/デザイン/コピーライティング



スクールのロゴマークデザイン
ユニホーム・バッグ等のデザイン提案。
4カレッジのリーフレットと全体ガイドの
アートディレクション・デザイン・
3dCG・コピーライティング。



●ファクトリージャパン
ブランディング ネーミング開発 ロゴマーク制作
カラダファクトリー 全国60店舗で展開中



トータル 整体・骨盤 サロン
カラダ ファクトリー

スクール事業、人材派遣事業、店舗運営開発事業の
3つ会社とホールディング会社のC.I開発。



ビジョナリー ホールディングス株式会社



健康スクール事業運営
株式会社 ビジョナリー・ライズ



健康・美容のトータル人材派遣
株式会社 ビジョナリー・ソリューションズ



カラダのエンターテインメント創造
株式会社 ファクトリー ジャパン

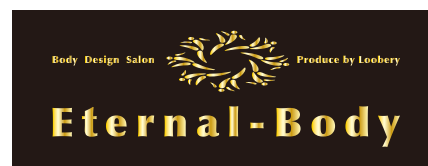
上記グループ会社より創出された新ブランド。



2008年4月にリニューアルしたYMCメディカ
ルトレーナーズスクールのロゴマーク。
マークは、メディカルのM、スローガンでもある
モチベーションのMであるとともに、骨盤矯正
が全学科を通じてのスクールコンセプトである
ことから骨盤と指圧イメージのトリプルミーニ
ングから考察したアイデア。



2008年4月にオープンした小顔・整体矯正とい
う事業領域で開発したボディデザインサロンのネ
ーミング開発およびロゴマーク。
店名のルーベリーは、「ルックスベリーグッド!!」
の省略から発案した造語。



2009年3月に横浜リブレにオープン。
上記ルーベリープロデュースによる新ブランド。
永久不変をイメージした体をループ状で表現。

● C.I/B.I ログマーク・キャラクター開発



2007年7月に北海道を拠点とした
青果関連4事業をグループ化したC.I開発。

以下、森哲グループ マークの意味

MORITETSUの“M”をモチーフにデザイン。

二つのユニットでMを型どり、ビジネスフィールドに向けて上下左右と全方向性を示し、ひとつのユニットは人が大きく手を広げて協力し、互いを尊重するポーズをとると同時に北海道の雄大な大地をイメージ。

カラーリングのオレンジ色は青果物を大切に保管する蔵と道央圏の都市の輝きを。

グリーンはみずみずしい新鮮な野菜と道北圏の緑の大地を。

ブルーはスピード感のある物流と道東圏のはるかなる海を。

レッドは甘さいっぱいの実と太陽がさんさんと輝く道南圏の意味合い。

イメージとして、生産者、お取引先、消費者、森哲が四位一体となって未来に向かう姿であり、グループ企業としても各社の個性やその使命をカタチに集約。



2008年5月 人材派遣会社
事業拡大によりイメージを一新したロゴマーク。



2008年6月
左記、家庭教師派遣事業のブランドマーク



2007年6月
左記会社の保育ルーム・ブランドマーク



2008年5月 横浜創学館高校
50周年記念マーク



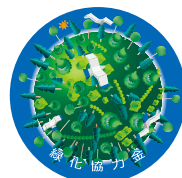
●ロゴマーク・キャラクター類



Salon de Marie



SQUASH PARK
YOKOHAMA SQUASH&SPA CLUB●COTEACOTE



●商品開発 ブランディング パッケージ類



怪物製作所ブランド

カップ麺市場初の冷やし中華を投入。持ち込み企画のためか広告投下は、ほぼゼロ。しかし、パブリシティが反応。某スーパーマーケットチェーンカップ麺カテゴリー全50アイテム中、初登場4位となる。

その後、「イカ姿 焼きうどん」、野菜だけの焼きそば「草食獣」を発売。この頃になると、地方テレビCMを打つようになり、それを見た当時のゴジラ映画監督が映画の中でパッケージを使用、またご好意によりゴジラの映像をテレビCMに使わせていただき、シリーズ売上げも12億円となる。

その後、怪物製作所は、スーパーマーケットチャンネルへの切り込み隊の役割をもち、麦を原材料としたカルシウム添加食品「骨太家族」へとつながる。

また、乾麺市場においても、年商5億の商材を年商28億まで商品開発・チャンネル開発等により売り上げを伸ばす。



中吊り広告

●パッケージ類

カップ麺



はじめ人間ギャートルズ 米袋



乾麺市場パッケージ一例
タレント広告等



●シーメンス補聴器 総合カタログ



2003年度版



2002年度版

補聴器の「聞こえ」をテーマにしたカタログの表紙
 フォトショップで何十枚もレイヤーを重ね、
 奥行き感やクリアさを表現した。
 スタンダード版とデジタル版に分かれるが
 デザインの整合性をもたせた。

●パーキンエルマー・ジャパン 総合カタログ



分析機器のメーカーの総合カタログの表紙
精密さをテーマに透明感を出すため3Dで描いた。



分析機器のメーカーの年間キービジュアル
イベント広告・チラシ等に流用 フォトショップで描いた。

● (会社案内) / 株式会社 森哲 北海道青果仲卸業



C.I開発

青果物流の拠点であることの新たな使命と、迅速かつ正確にコーディネートする仲卸業をジオメトリックなスピード感とオーガニックな青果を融合したストーリーで展開。



ホームページ
オフィシャルサイト



ホームページ
会員サイト



● (学校案内) / 横浜デザイン学院

表紙



2004年度版 コンベにて採用



本文トビラ



表紙

ファッション科等4つの授業カテゴリー全てに共通し、恒常性のあるモチーフとして鉛筆を、情熱とスキルの接点としてデフォルメし比喩的に描いた。

本文トビラは、各項のイメージをフォーマット化しカラーズ表現。



● (病院案内) / 横須賀市立市民病院



2004年度版

表紙

競争環境として差異化を図る当病院は、IT整備に力を入れている。それを基軸に全体をとらえ、全てのセクションがリンクしながらも、貫くCGのビジュアルでスピード感、正確性、清潔感を表現した。

本文は、メイン写真をモノクロとし、カラー写真とのジャンプ率を上げることでメリハリを持たすと共に、プロフェッショナル感を訴求した。



本文トビラ



●横浜創学館高等学校 スクールアイデンティティ

ホームページ運営
学校案内
駅貼りポスター
情報誌
雑誌広告 等

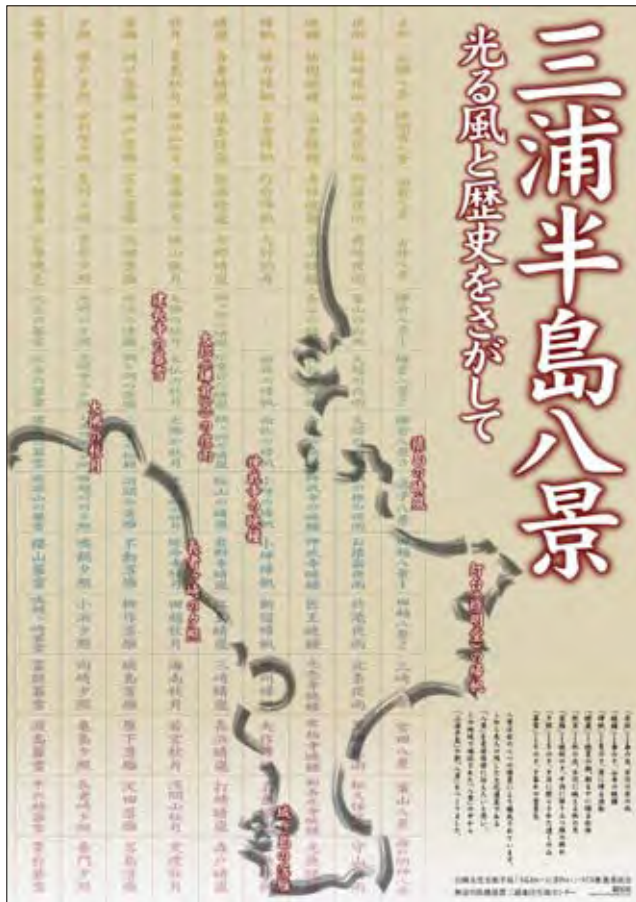


50周年記念マーク



●三浦半島【八景】のための一連の広告

神奈川県知事賞



ポスター



マップ



冊子



スタンプ



●ロボフェスタ

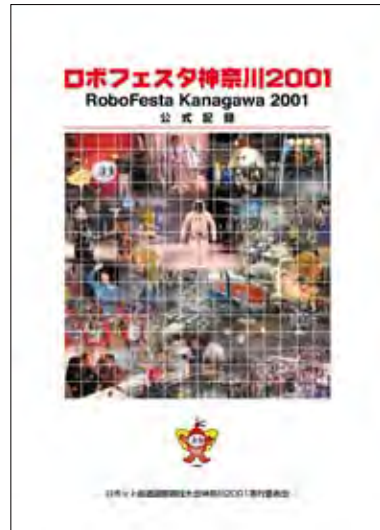


B全ポスター

中吊り



A4チラシ



公式記録ブック

ステージ（いろいろな場所・場面）に登場するロボットをテーマに
写真合成し、4会場ごとのテーマでビジュアルを変えながら
4会場全体としての整合性を持たせた。

プログラム 変形三つ折り



●みどりを守り育てるための一連の広告 ナショナルトラスト運動等



新聞折込



ポスター



リーフレット



ポスター

●神奈川県議会 年間ポスター パンフレット類



ジオラマシリーズ



マップシリーズ



顔シリーズ



新聞折込



パンフレット





Web



バナー広告類



屋外広告物正十都府市協議会
東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・横浜市・川崎市・千葉市・横浜賀市・さいたま市・相模原市



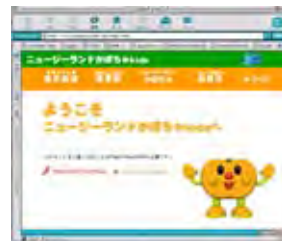
●ニュージーランドかぼちゃ協議会 キャラクターデザイン



ポーズ集



Web



ステッカー



バルーンPOP



●週刊誌ドーモ 表紙デザイン・イラスト



読者から俳句を募集して、それをイラスト化することを提案し、週刊誌として4年間のシリーズとなりました。