ADVERTISING GRAPHICS with IMPACT

collection of select world advertising with IMPACT

Contents

序文
Foreword 004

ファッション
Fashion 008

食品・飲料水
Food & Drink 072

ボディーケア・生活雑貨品
Personal Care & Living 122

娯楽
Amusement 140

公共
Public & Education 172

サービス
Services 196

電器・機械
Mechanical Equipment 218

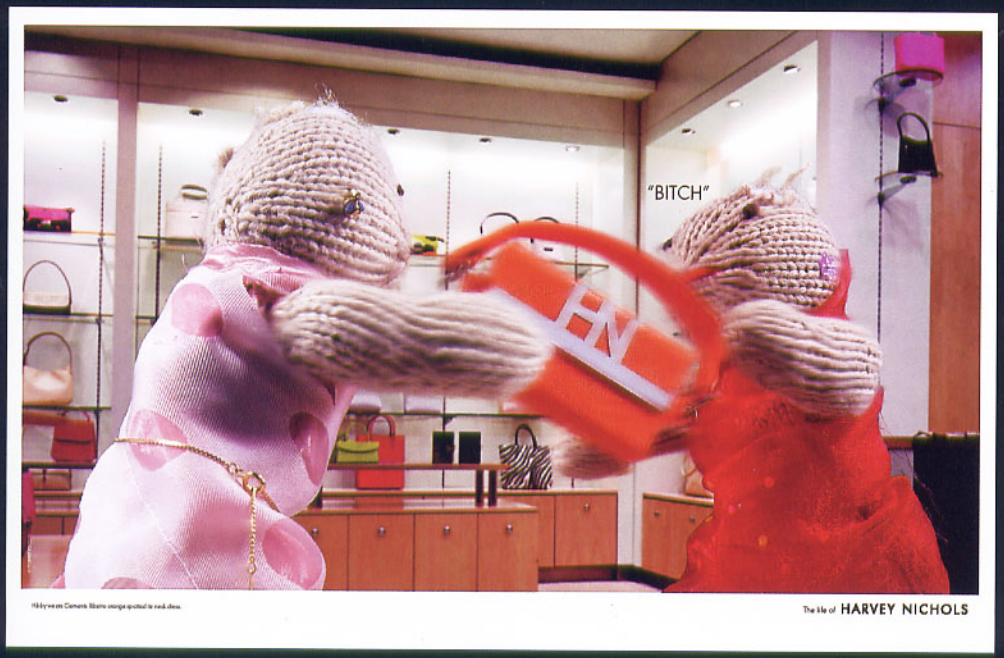
Having visual impact is a relatively simple task — place a tightly cropped photograph smack in the center of a layout, or use brilliant colors or unusual printing techniques. "Hit-people-over-the-head" type impact, however, does not readily linger on people's minds or inspire people to mention it to others. Impact that goes that far has "something else".
Impact is of course integral to the role of advertising — it is inescapable. But communicating is what it is really all about. Advertising that leaves an imprint on hearts and minds must "clearly communicate" that it is "like nothing before". That calculated quality increases the freshness of common messages, and has the power to keep people interested in things that have reached stereotypical proportions.
'Impactive ads' seem to have a character that dwells within ... perhaps the character of the art director him/herself. The messages and atmosphere that emerge from such ads make people react and remember.
If you want to do more than "hit people over the heads", you must be attentive to finding something "like never before", breaking with precedence, and conveying a clear message. Only ads that achieve all this stimulate the eye and mind, and become "impactive ads".

Art Director Yuji Tokuda

ve ads'."

Hibby wears Perfectly pink Trish McEvoy lipstick, psychedelic hot pants and halterneck top.

The life of **HARVEY NICHOLS**



クソー
Oh Shit

ステキなヘルムート
（ヘルムートとヘルメットをかけていて、
ヘルメットは隠語で性器の意味）
Nice Helmut

嫌な女
Bitch

ウゲェ
Gross

ロンドンの高級デパート、Harvey Nichols で開催された「ハービーニコルズの生活」キャンペーンでは、言葉使いの悪いニットの人形たちが登場。おしゃれに火花を散らす、ファッション中毒にかかった人間を象徴しています。

'The Life of Harvey Nichols' campaign featured two foul-mouthed knitted dolls representing fashion victims sparking recognition of oneself or others.

Harvey Nichols
ファッションビル Fashion Building
雑誌広告 **Magazine Advertisement**
2000 England

CD, AD: Markus Bjurman / Cecilia Dufils
P: Johan Fowelin DF, SB: Mother, London

I'll give you
Satisfaction

Passion
is now sponsored by Diesel
PASSION is the place where fantasies come true. Feed your friends with oysters and wine. Or share your body with everyone you meet. Except your parents – that would be illegal.

Dreams
are now sponsored by Diesel
DREAMS are wishes with your eyes closed. What's your favourite dream? Is it eating grapes of love in summer gardens? Or the one where you're trapped in the prison shower?

Love
is now sponsored by Diesel
LOVE is a disease we all want to catch. Walk up to strangers on the street and sneeze love germs in their face. Then simply wait for their love to hit you right back.
SPARE PARTS

Innocence
is now sponsored by Diesel
INNOCENCE is a dream we can all share. Imagine your heart is a balloon, then give it to a friend. Or steal a police car and turn on the siren so children can dance to its happy tune.

Freedom
is now sponsored by Diesel
FREEDOM is a feeling you celebrate with the world. Let's make cakes not weapons. Let's visit the plastic surgeon and replace our arms with wings. This may cost a lot of money.

Excitement
is now sponsored by Diesel
www.diesel.com

満足をお届けしましょう。
I'll give you satisfaction

情熱を Diesel から御提供いたします。
Passion is now sponsored by Diesel

夢を Diesel から御提供いたします。
Dreams are now sponsored by Diesel

愛を Diesel から御提供いたします。
Love is now sponsored by Diesel

無邪気を Diesel から御提供いたします。
Innocence is now sponsored by Diesel

自由を Diesel から御提供いたします。
Freedom is now sponsored by Diesel

興奮を Diesel から御提供いたします。
Excitement is now sponsored by Diesel

冒険を Diesel から御提供いたします。
Adventure is now sponsored by Diesel

満足を Diesel から御提供いたします。
Satisfaction is now sponsored by Diesel

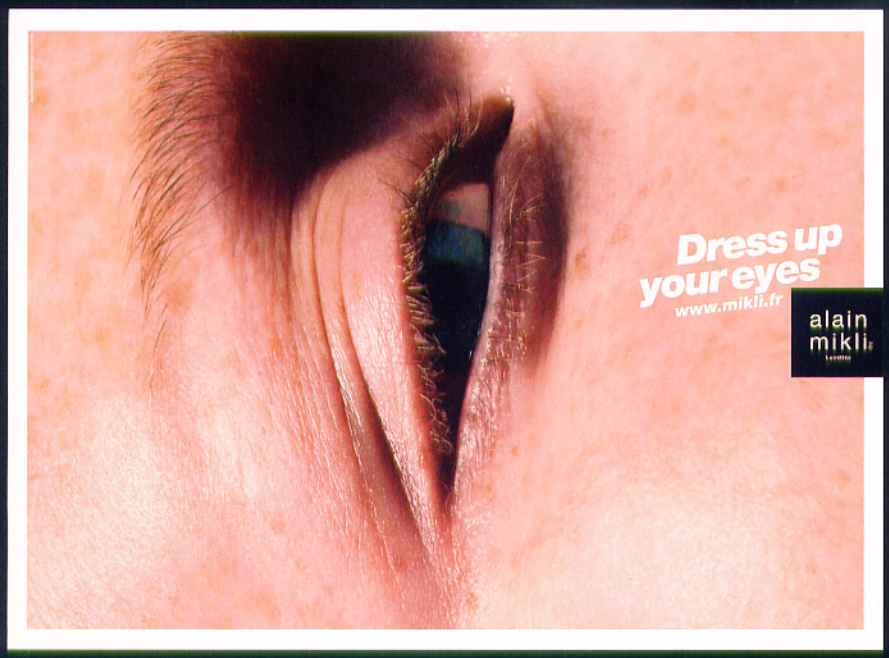
ファッションブランド、Dieselの今シーズンのテーマは幸福。キャンペーンキャラクターのドナルド・ディーゼルがあなたに愛と幸福を提供します。

The Happiness campaign features Donald Diesel, the Diesel mascot, and lots of emotions such as happiness and love that are now sponsored by Diesel.

Diesel
アパレル Apparel
雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002
Netherlands

AD: Karen Heuter / Krista Rozema P: Carl-Johan Paulin
CW: Dave Bell / Dominique Lesbirel
DF, SB: KesselsKramer

Dress up
your eyes
www.mikli.fr
alain
mikli
Lunettes



瞳をドレスアップ

Dress up your eyes

瞳をドレスアップさせるため、シュールな手法で裸でいることを恥じ何かを着たい衝動にかられるように表現しました。

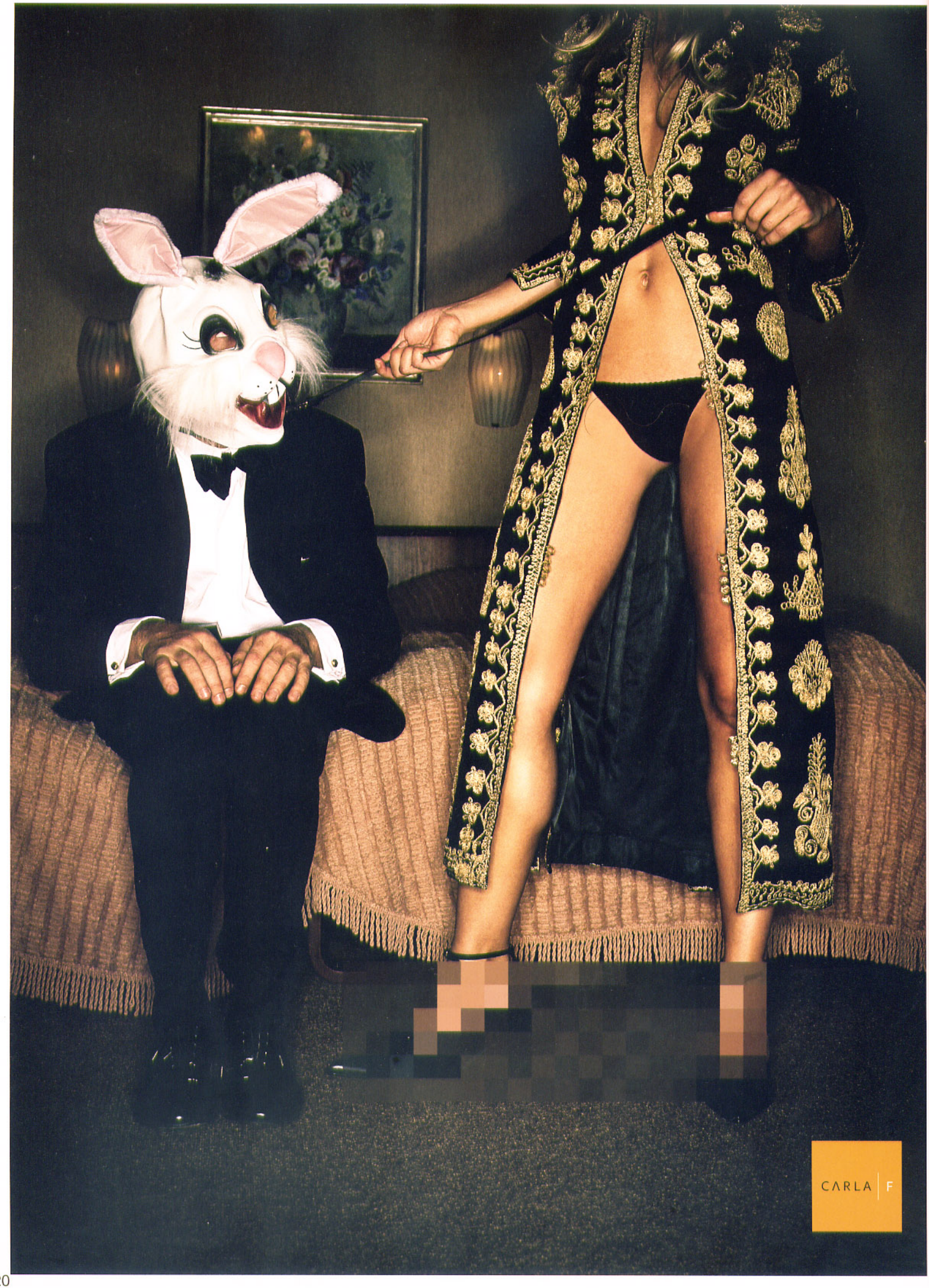
This surrealistic approach shows the eye as a manifestation of nudity
without vulgarity, and is intended to provoke the reaction of "Dress it".

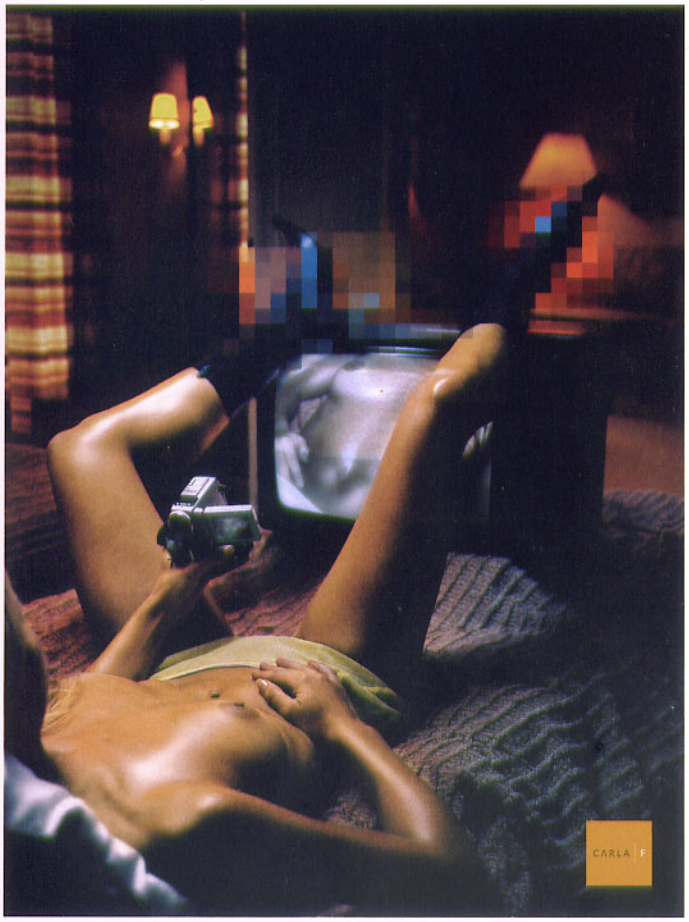
Mikli

アイウェアメーカー Eyewear Manufacture

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2002 France

AD: Sthane Richard P: Cleo Sullivan
CW: Pierre-Dominique Burgaud SB: devarrieuxvillaret


CARLA F



カーラの秘密、知ってる?

Do you know Carla's secret?

それは靴。彼女はどんなことがあっても・・・

Carla's secret is her shoes - no matter what she is doing...

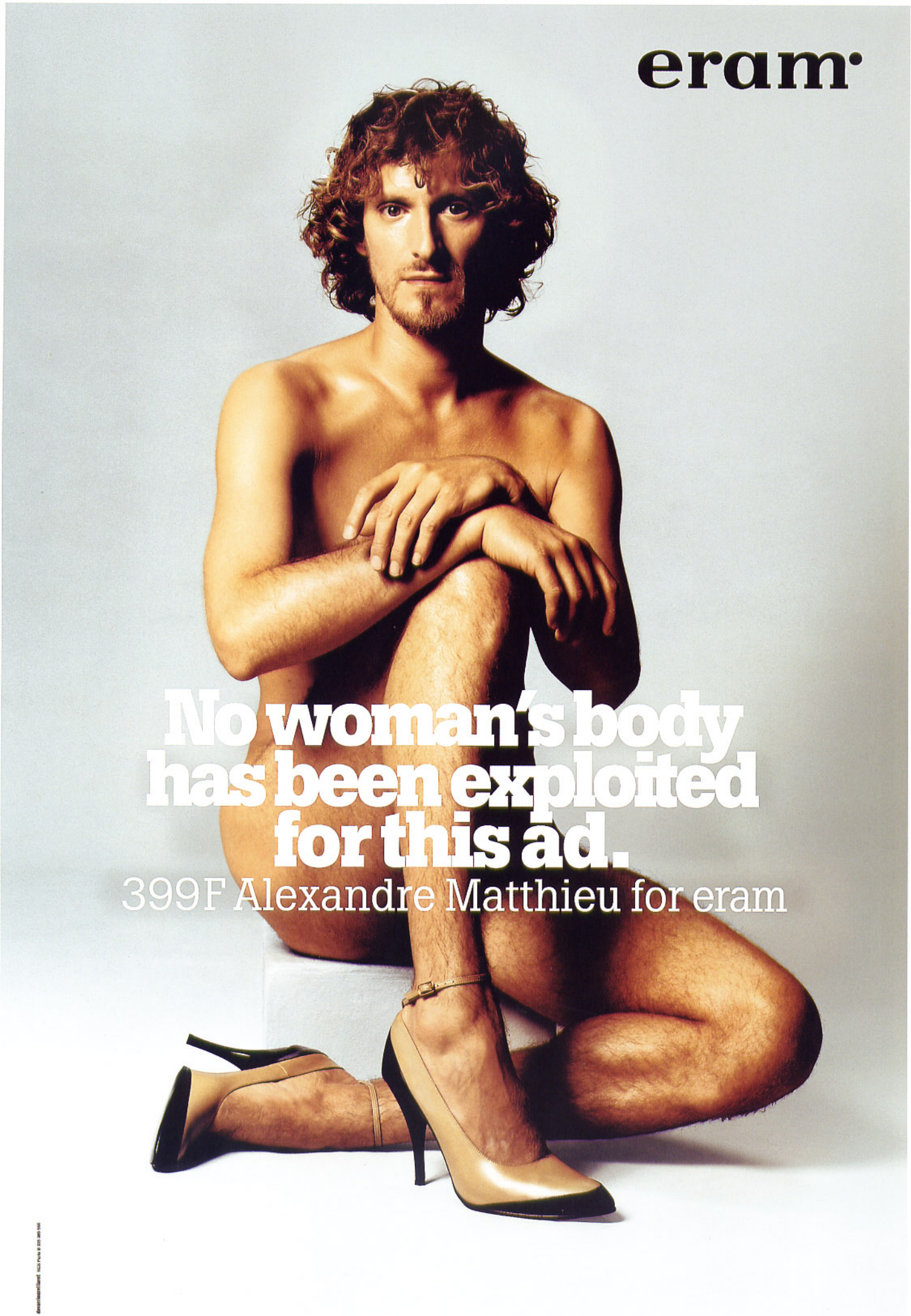
Carla F

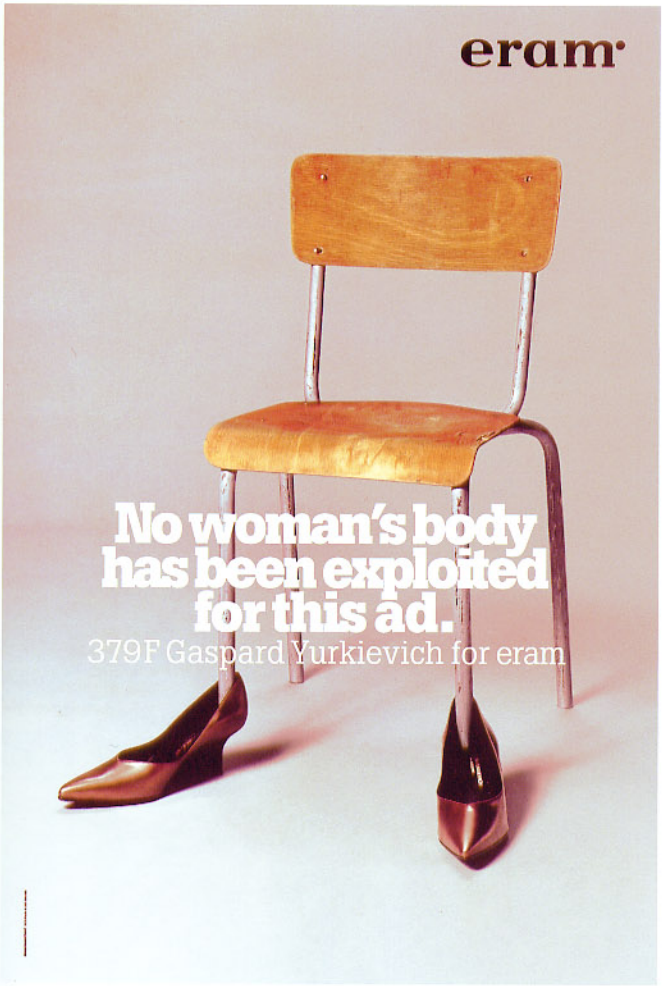
靴販売 Shoe Store

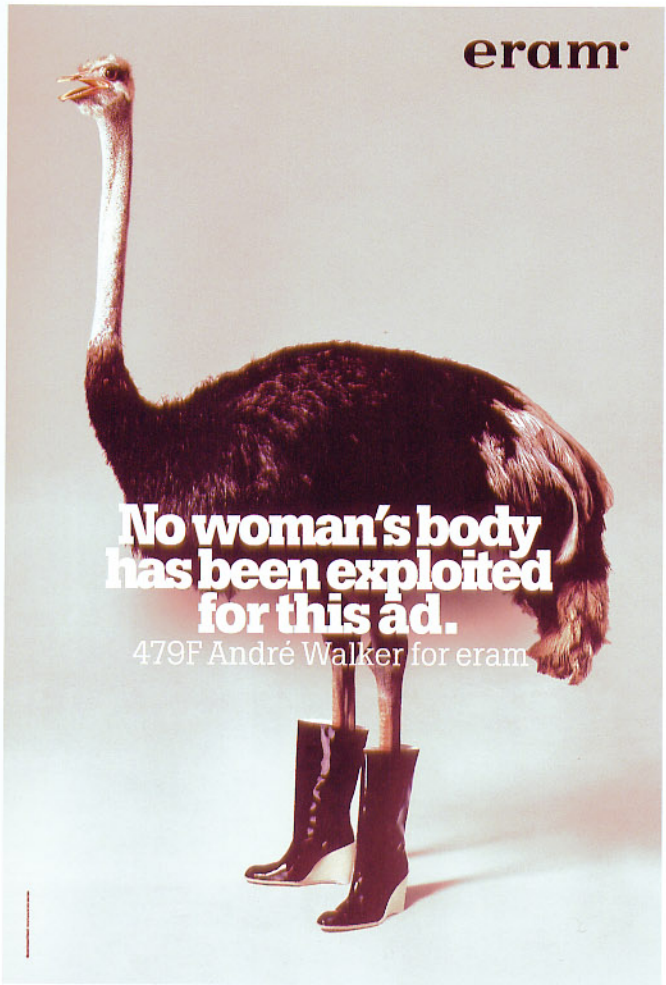
販売促進用ポスター、雑誌広告

Promotional Poster / Magazine Advertisement 2002 Denmark

CD, AD, CW: Jakob Blom D: Jens Thomsen P: Henrik Bülow
Paintbox: Christian Vang / Werkstette SB: Bates Copenhagen


eram
No woman's body has been exploited for this ad.
399F Alexandre Matthieu for eram





この広告に女性の身体を利用したことはありません。

No woman's body has been exploited for this ad.

Eram

靴販売 Shoes Store

広告看板 **Billboard** 2001 France

AD: Stéphane Richard P: John Akehurst CW: Pierre-Dominique Burgaud
DF, SB: devarrieuxvillaret

Schöne Hüte.
FIONA
BENNETT

ハッツ イン ザ シティー キャンペーン

The-hats-in-the-city-campaign

ベルリンの伝統スタイルを採用した小さな帽子店のポスター。帽子デザイナー、Fiona Bennettのオリジナリティをあふれさせました。

The traditional style of Berlin posters was used for a small hat shop to show the originality of the hat designer Fiona Bennett.

Fiona Bennett

帽子メーカー Hatmaker

広告塔 **Poster Pillar** 2000 Germany

CD, CW: Marco Fusz CD: Meik Heindorf P: Matthias Koslik CW: Martin Pross DF, SB: Scholz & Friends Berlin

ARMANDO TESTA

Wind, please.

allegri

allegri

allegri

allegri

allegri

allegri

風をお願い

Wind, please

DISMI 92 S.p.A. ALLEGRI

アパレル Apparel

雑誌・新聞広告

Newspaper Advertisement / Magazine Advertisement 2002 Italy

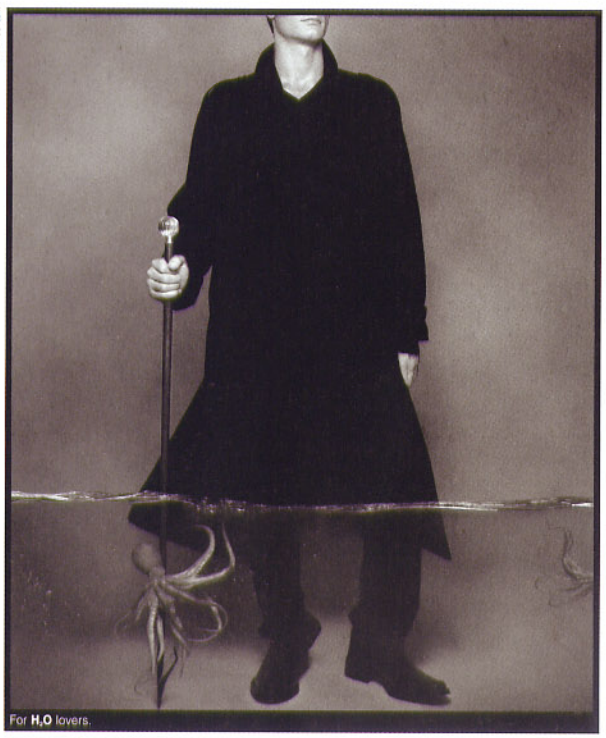
CD: Maurizio Sala / Michele Mariani AD: Paola Balestreri
CW: Sonia Cosentino P: Marino Parisotto SB: Armando Testa

ARMANDO TESTA

allegri

allegri

allegri



allegri

H2Oラバーズのために

For H2O Lovers.

DISMI 92 S.p.A. ALLEGRI

アパレル Apparel

雑誌・新聞広告

Newspaper Advertisement / Magazine Advertisement 2001 Italy

CD: Maurizio Sala / Michele Mariani AD: Paola Balestreri
P: Brigitte Niedermair CW: Sonia Cosentino SB: Armando Testa

DIESEL®
FOR SUCCESSFUL LIVING

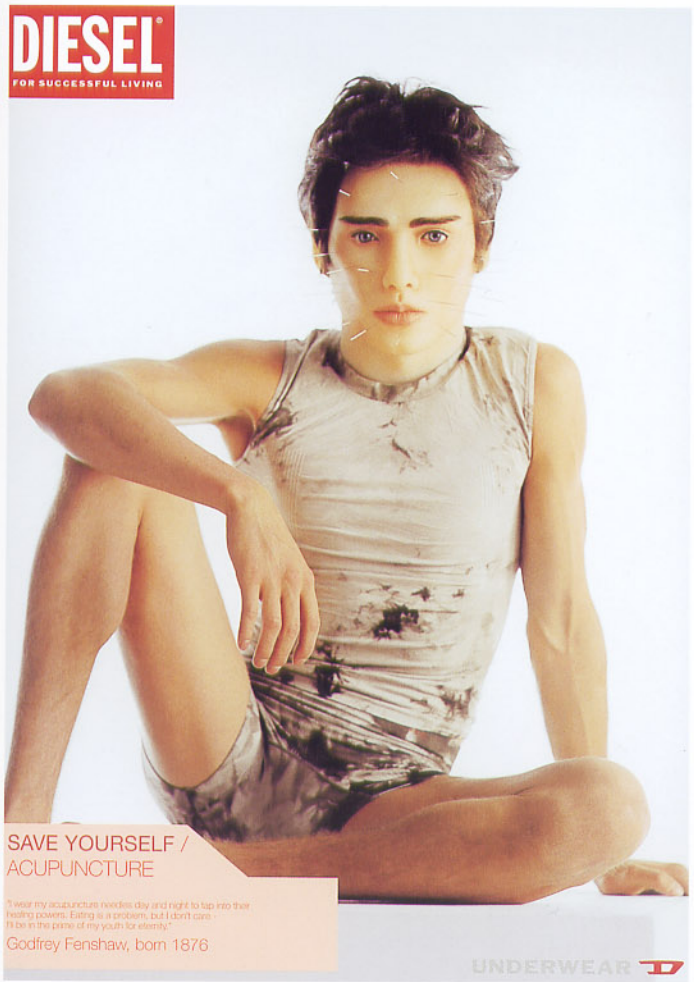
SAVE YOURSELF / YOGA

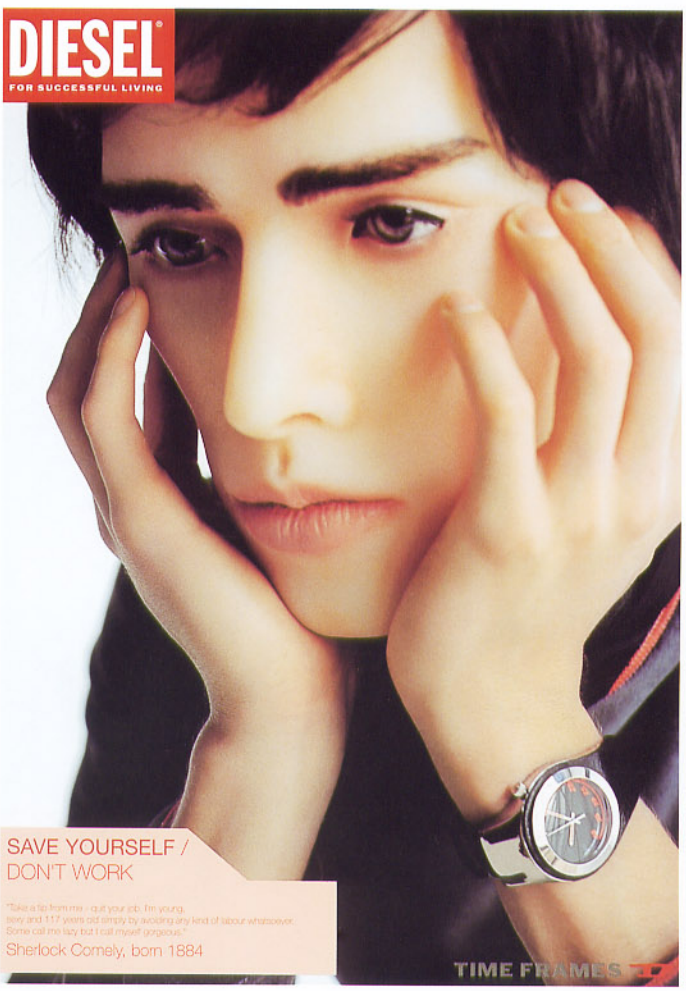
"Yoga has led me down the path to everlasting youth. I haven't moved from this position for over a century which means I haven't aged either. And I never need to clean my shoes. Eternity is very satisfying."

Florence Canterbury,
born 1876

FOOTWEAR

DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE
YOURSELF /
DRINK URINE
Helen Pickering, born 1899
www.diesel.com


DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE YOURSELF /
ACUPUNCTURE
"I wear my acupuncture needles day and night to tap into their healing powers. Eating is a problem, but I don't care - I'll be in the prime of my youth for eternity."
Godfrey Fenshaw, born 1876
UNDERWEAR


DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE YOURSELF /
DON'T WORK
"Take a tip from me - quit your job, I'm young, sexy and 117 years old simply by avoiding any kind of labour whatsoever. Some call me lazy but I call myself gorgeous."
Sherlock Comely, born 1884
TIME FRAMES

DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE YOURSELF /
PRACTISE YOGA
Fanny Bricksdale &
Henry Huxley, born 1876
www.diesel.com

DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE YOURSELF / YOGA
"We haven't moved for over 120 years.
But it's worth it - by enjoying the spiritual benefits of yoga,
the bright flower of our youth can never die."
Florence Canterbury &
Tom Verne, born 1876
FOOTWEAR

DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING
SAVE YOURSELF /
INHALE OXYGEN
"Breathing pure oxygen keeps us moist and clean.
Who cares if the world is polluted?
Thanks to our friend O2 we can ignore all the dirt and stay beautiful...forever."
Violet Goddard & James Kimble, born 1892

Diesel 成功する生き方

Diesel for successful living

国際的なファッションブランド、Diesel による「永遠に美しく」キャンペーン。永遠の若さを手に入れる秘訣を紹介しています。

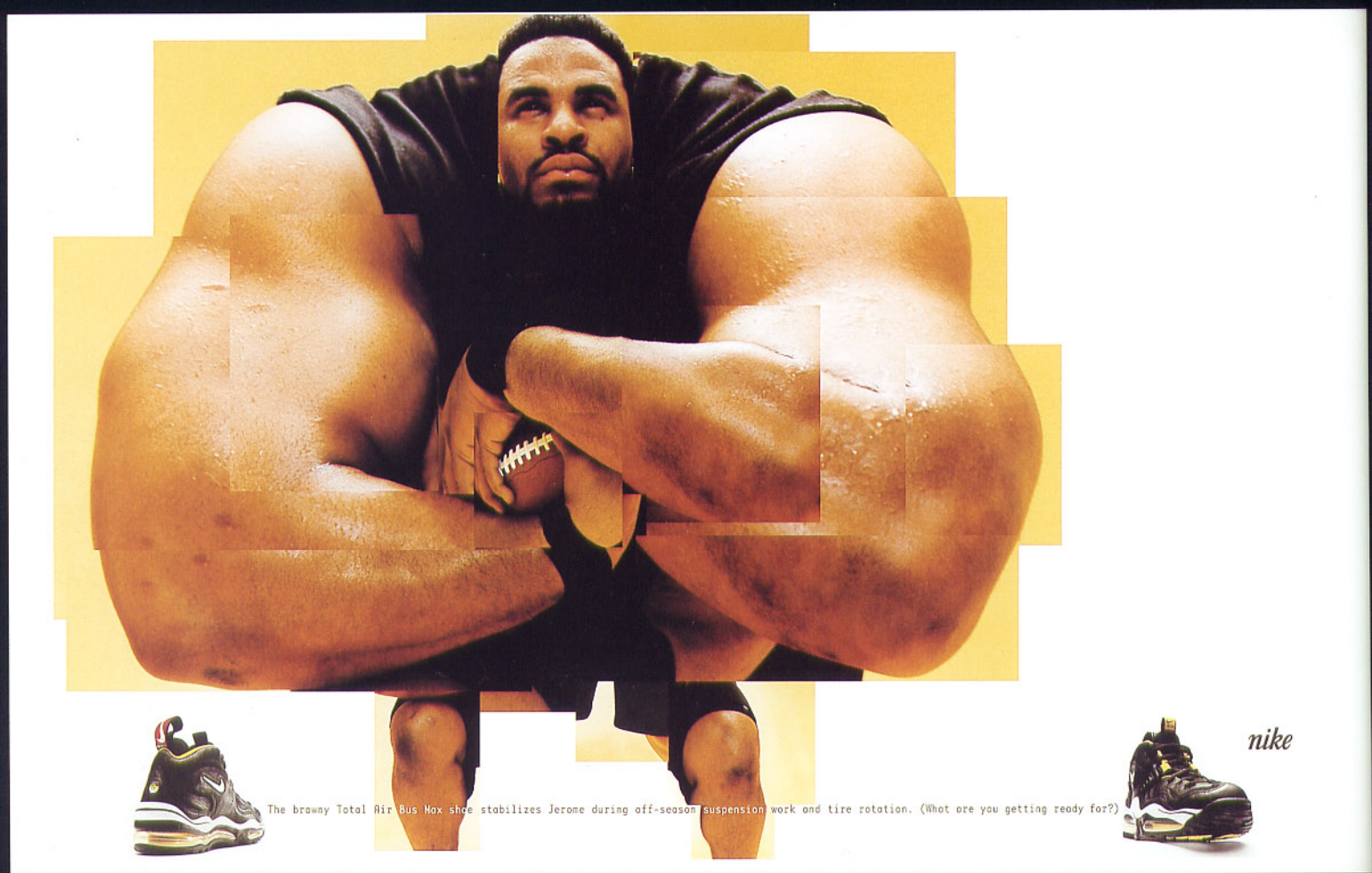
The Save Yourself campaign for Diesel SPA shows all sorts of methods to achieve eternal youth.

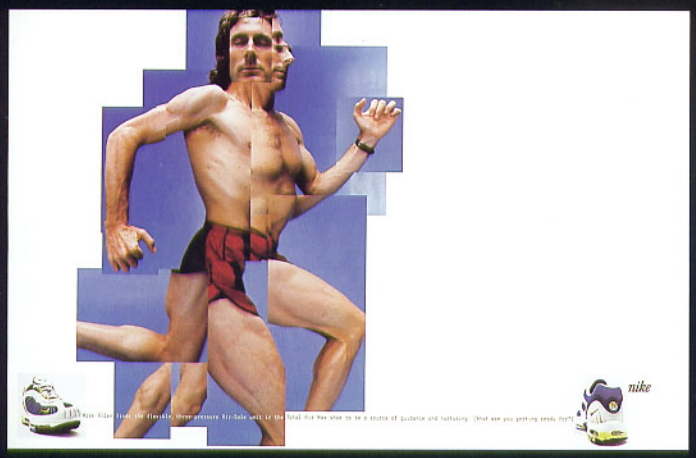
Diesel

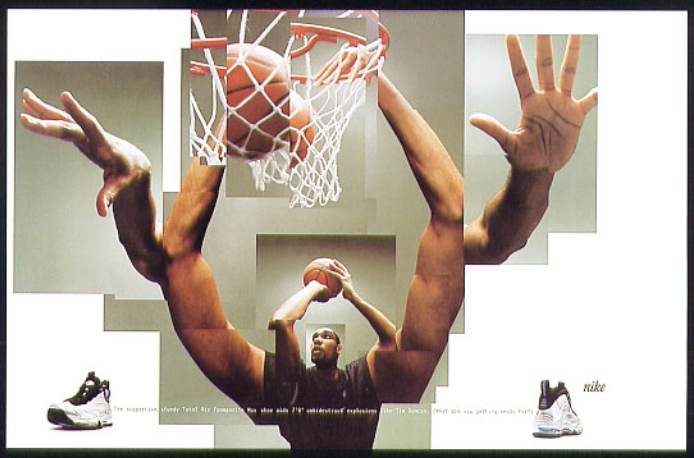
アパレル Apparel

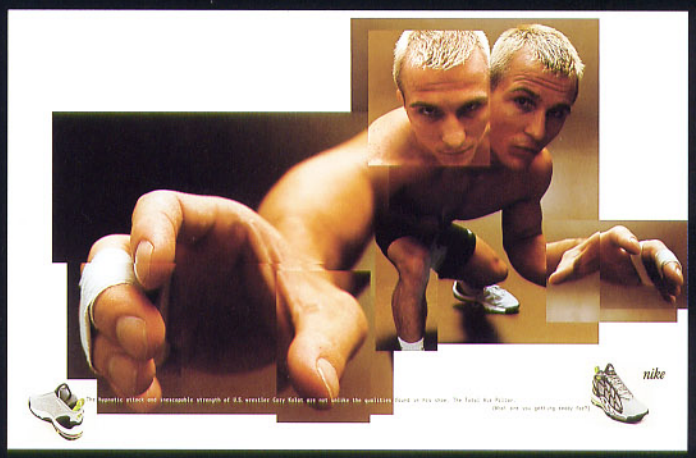
雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002 Netherlands

AD: Erik Kessels / Karen Heuter P: Jean-Pierre Khazem CW: Dave Bell DF, SB: Kessels Kramer


The brawny Total Air Bus Nox shoe stabilizes Jerome during off-season suspension work and tire rotation. (What are you getting ready for?)
nike







強靭なシューズ、トータル・エア・バス・マックスはジェロームのオフシーズンのサスペンションワークやタイヤローテーションを安定させます。(何を目指してるんだい?)
The brawny Total Air Bus Max shoe stabilizes Jerome during off season suspension work and tire rotation. (What are you getting ready for ?)

マーク・アレンは、弾力性のある三つの圧縮エア・ソールをもったシューズ、トータル・エア・マックスに方向性の原点と応用を見出した。(何を目指してるんだい?)
Mark Allen finds the flexible, three pressure Air-Sole unit in the Total Air Max shoe to be a source and nurturing. (What are you getting ready for ?)

低い位置で、足首を包み込むシューズ、エア・アセイラントは、アンドレの電光石火の機敏な反応を助けます。(何を目指してるんだい?)
The low-to-the ground, ankle-embracing Air Assailant shoe helps Andre react with lightning speed and dexterity. (What are you getting ready for ?)

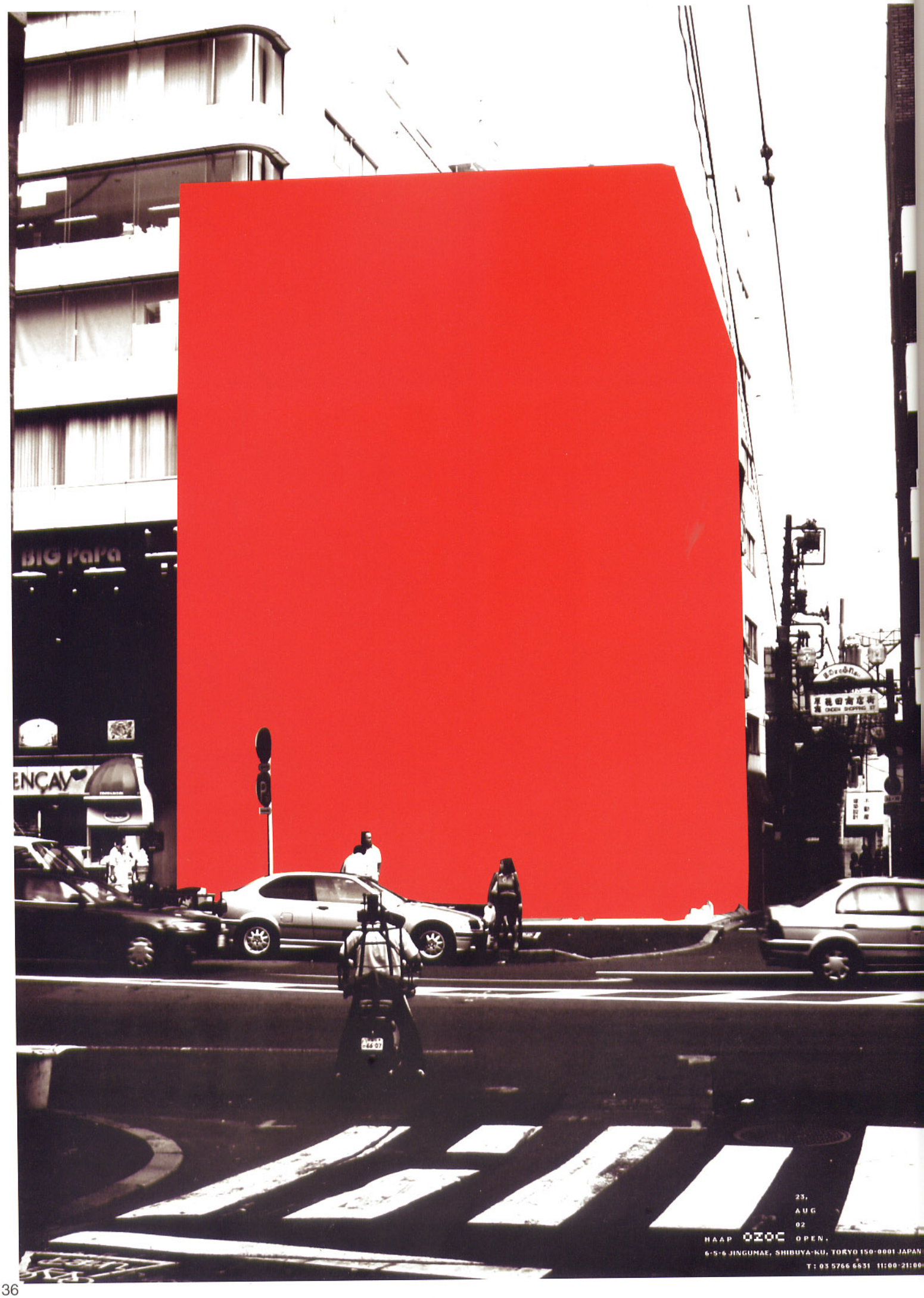
しっかりと支える、頑丈なシューズ、トータル・エア・フォームポジット・マックスは、ティム・ダンカンのような、7フィートの器用で爆発的なプレーを援助します。
(何を目指してるんだい?)
The supportive, sturdy Total Air Foamposite Max shoe aids 7'0" ambidextrous explosions like Tim Duncan. (What are you getting ready for ?)

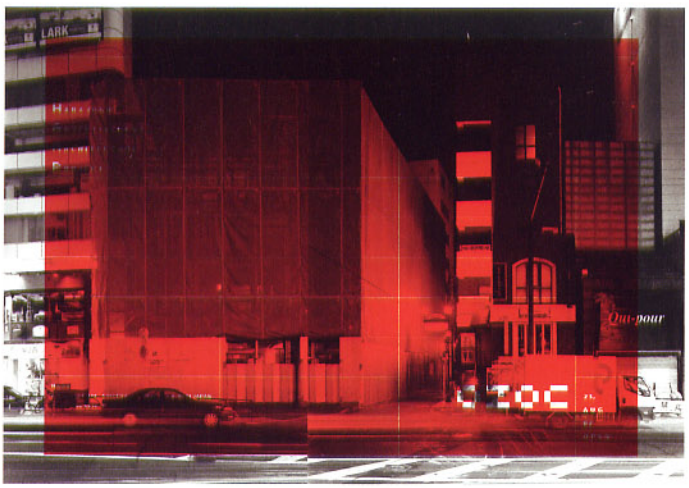
アメリカン・レスラー、ケアリ・コラットの目の眩むような攻撃と不可避の威力は、トータル・エア・ピラーの特徴です。(何を目指してるんだい?)
The hypnotic attack and inescapable strength of US wrestler Cary Kolat are not unlike the qualities found in his shoe. The Total Air Pillar. (What are you getting ready for ?)

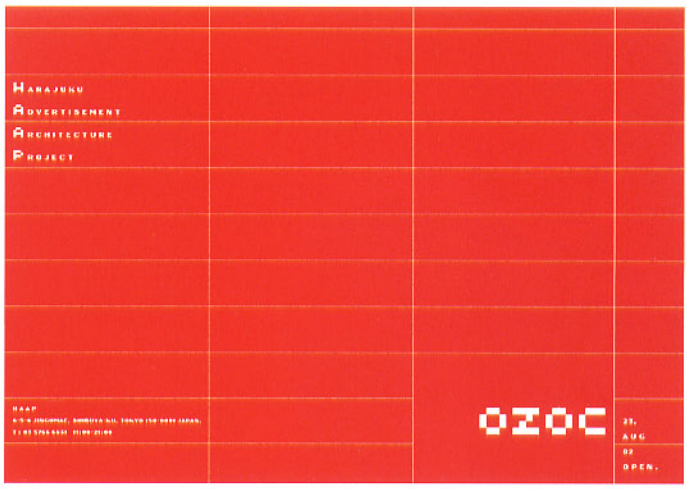
The Bus に はジェローム・ベティス。伝説の鉄の男 トライアスリートのマーク・アレン。気まぐれに旋風を巻き起こすアンドレ・アガシ。
樫の大木を思わせるティム・ダンカン。カニばさみが得意技のケアリ・コラット。を作品に起用しました。

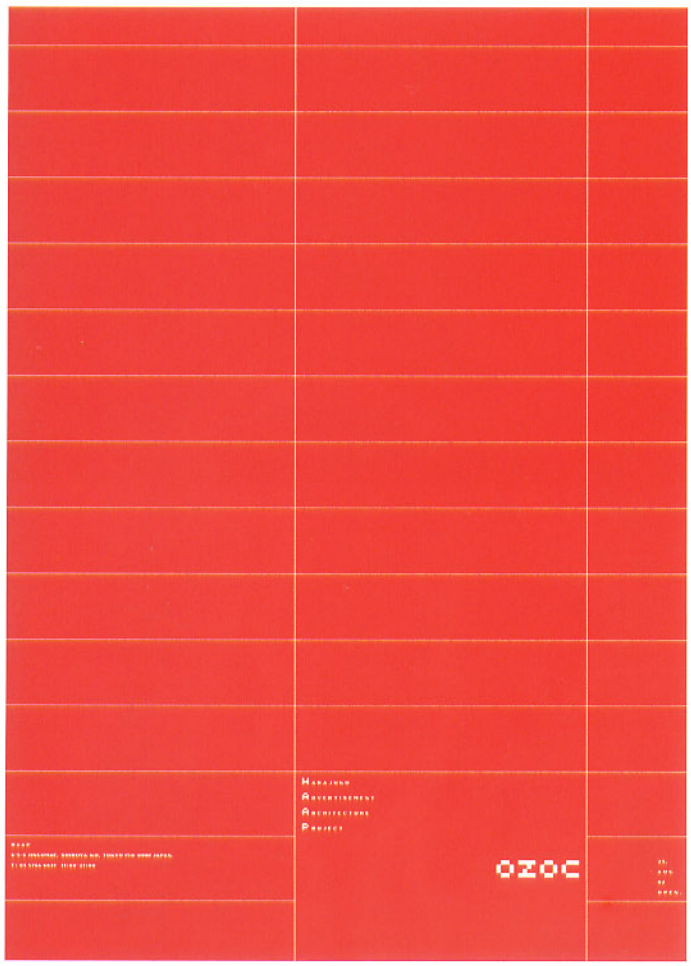
Jerome Bettis, the Bus. Triathlete Mark Allen, an iron man legend. Andre Agassiz, a freaking tornado. Tim Duncan, a mighty oak. Cary Kolat, the crab.

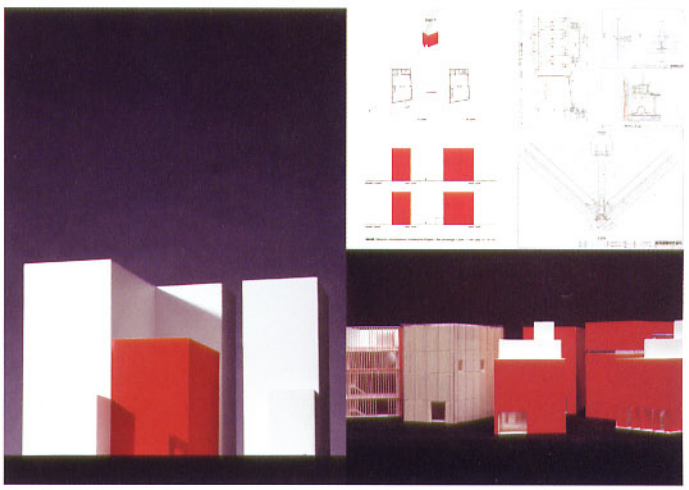
Nike
アパレル Apparel
雑誌広告 **Magazine Advertisement** 1999 USA
CD: Hal Curtis AD, D: Tim Hanrahan P: Christian Witkin CW: Jonathan Cnde SB: Wieden + Kennedy, Portland


BIG PAPA
ENÇAV
CHICKEN SHOPPING ST
23,
AUG
02
HAAP ozoc OPEN.
6-5-6 JINGUMAE, SHIBUYA-KU, TOKYO 150-0001 JAPAN
T : 03 5766 6831 11:00-21:00









Haap Harajuku 広告建築プロジェクト

Haap Harajuku Advertisement Architecture Project

ファッションブランド OZOC のリニューアルにあたり原宿に真っ赤なキューブのフラッグシップショップを建築です。その建築プロセスを広告のキービジュアルに捉えたキャンペーンです。

The building process of OZOC's red cubic flagship store in Harajuku forms the primary visuals in the fashion brand's renewal campaign.

(株)ワールド **WORLD CO., LTD**

ショップ Fashion Retailer

告知ポスター、新聞・雑誌広告
Announcement Poster / Newspaper Advertisement
Magazine Advertisement 2002 Japan

CD, AD, SB: 佐藤 可士和 Kashiwa Sato CD: 多田 琢 Taku Tada
D: 奥瀬 義樹 Yoshiki Okuse P: 皆川 聡 Satoshi Minakawa
DF: サムライ Samurai Architect: 荒木 信雄 Nobuo Araki

LAFORET GOOD-BYE! BAZAR

ラフォーレグッバイバザール

Laforet Good-Bye Bazar

「いつもより惜しみなくじゃんじゃん手に入る」気分をトイレットペーパーでつくりました。たくさん用意してあるのでますますじゃんじゃん迷っちゃう。写真はあくまでもショップディスプレイのように。

"More generously than usual, take it hand over fist." Feelings expressed with toilet paper. So much to choose from, you'll vacillate among the many.The photo is only for display.

ラフォーレ原宿 **Laforet Harajuku**
ファッションビル Fashion Building
告知ポスター **Announcement Poster** 2001 Japan
CD, AD: 徳田 祐司 Yuji Tokuda D: 鍋島 一機 Kazuki Nabeshima
P: 岡田 初彦 Hatsuhiko Okada CW: 小林 慎一 Shinichi Kobayashi
DF: たき工房 TAKI-KOBO SB: (株)電通 Dentsu Inc.

ラフォーレ グランド バザール

Laforet Grand Bazar

「日本は、住宅事情が非常に悪い。それでも大好きなファッションは、止められない」そんな気分を団地をモチーフに表現しました。タンスからはみ出した楽しい物欲解消は、ラフォーレのバーゲンでどうぞ。

"The state of housing in Japan is abominable, despite which we can't kick the fashion habit." That spirit expressed as an apartment complex: if things are sticking out of your drawers, satisfy your worldly desires with a Laforet bargain.

ラフォーレ原宿 **Laforet Harajuku**
ファッションビル Fashion Building
告知ポスター **Announcement Poster** 2002 Japan
CD, AD: 徳田 祐司 Yuji Tokuda D: 鍋島 一機 Kazuki Nabeshima
P: 岡田 初彦 Hatsuhiko Okada CW: 小林 慎一 Shinichi Kobayashi
DF: たき工房 TAKI-KOBO SB: (株)電通 Dentsu Inc.

D'ADDA, LORENZINI, VIGORELLI, BBDO
SU STUDIO UNIVERSAL
IL GRANDE CINEMA
NON FINISCE MAI.
La TV del cinema da chi fa cinema
Studio
UNIVERSAL
www.studiouniversal.it

絆創膏

Plasters

視聴者を眠らせないほど楽しい映画を次々に放映するムービーチャンネル。観始めるとやめられないユニバーサルスタジオの映画の魅力を示している。

The concept of a movie channel preventing sleep with so many irresistible films suggests that the viewer cannot stop watching Universal Studio's films.

Studio Universal Networks Italia

テレビ局 TV Broadcast Station

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2000 Italy

CD, AD: Gianpietro Vigorelli P: Pier Paolo Ferrari CW: Pino Rozzi
SB: D'ADDA, LORENZINI, VIGORELLI, BBDO

FRANCESCOBIASIA
HANDBAGS

マネキン

Mannequin

製品のファッションテーマをほめたたえることを重点に置きました。

The strategy focuses on glorifying and celebrating the fashion theme of the product.

Francesco BIASIA

バッグブランド Bags Brand

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002 Italy

CD, AD: Gianpietro Vigorelli P: Ilan Rubin CW: Pino Rozzi
SB: D'ADDA, LORENZINI, VIGORELLI, BBDO

D'ADDA, LORENZINI, VIGORELLI, BIDDU
IL VOSTRO DESIDERIO
DI CERNIERE,
BORCHIE E CATENE
FINALMENTE LO POTETE
CONFESSARE.
EVOLUTION
FRANCESCOBIASIA

ファスナー、飾りボタン、チェーンの魅力にひざまずけ。

At last, you can confess to your urge for zips, studs and chains.

モノのエロスを表現、研ぎすまされた独創性が発揮された作品です。

The creative idea was to subtly play on the sexual aspects of the subject.

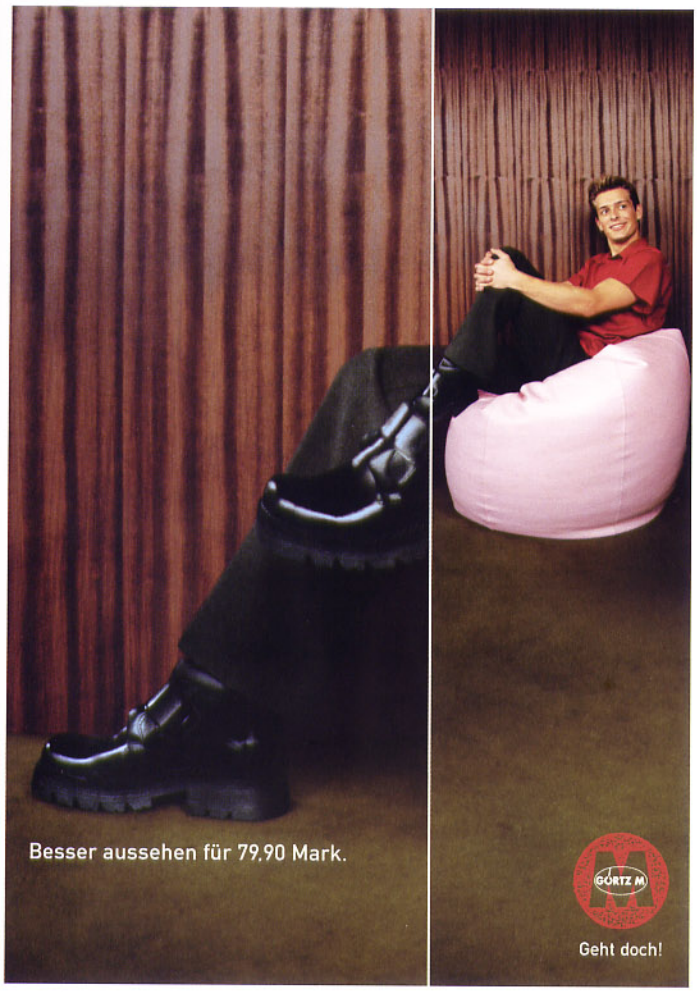
Francesco BIASIA

バッグブランド Bags Brand

雑誌広告 Magazine Advertisement 2000 Italy

CD, AD: Gianpietro Vigorelli P: Conrad Goddly CW: Pino Rozzi
SB: D'ADDA, LORENZINI, VIGORELLI, BBDO

Besser aussehen
für 69,90 Mark.
GÖRTZ M
Geht doch!



69,90マルクでよりいいものを見つけよう

Looking better for DM 69,90.

小さな上半身と大きな下半身は変に見えるけれども、Gortz の靴をはいていればカッコイイヨネ。

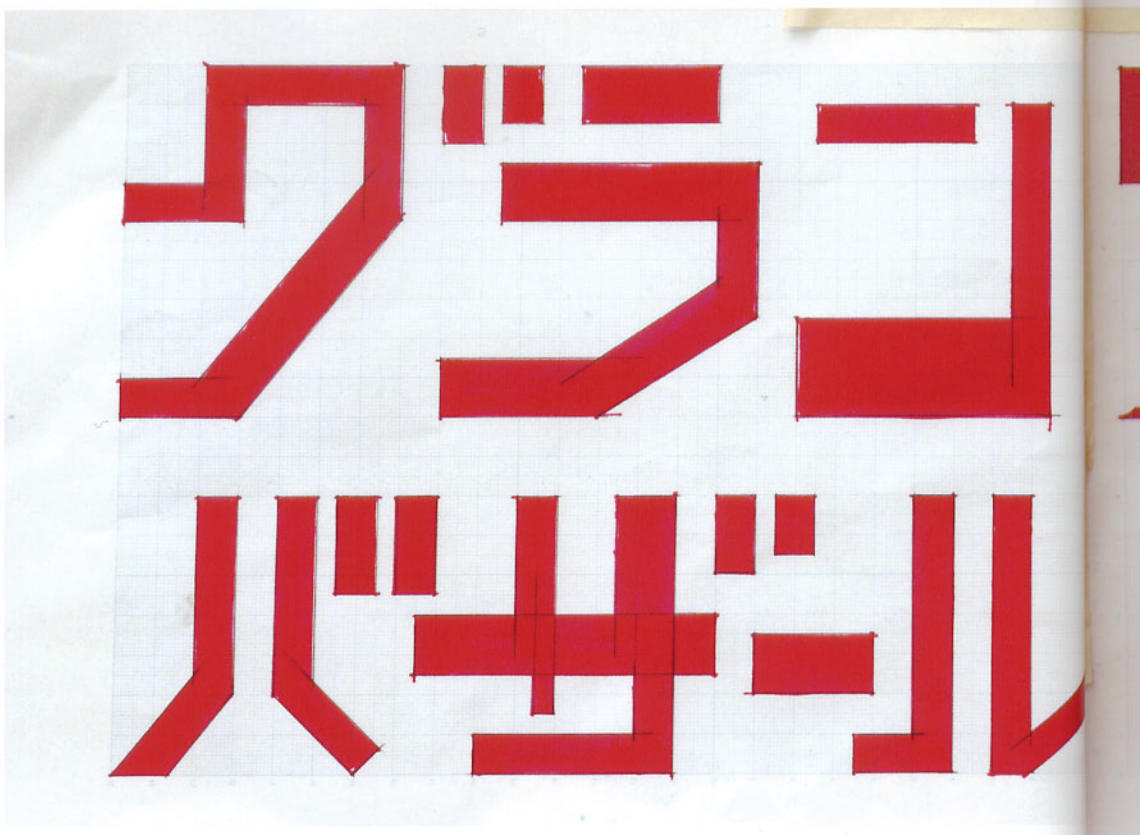
People with a small upper body and huge lower body look strange, but they look very good if wearing shoes from Gortz.

Ludwig Gortz GmbH

靴販売 Shoes Store

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001 Germany

CD: Stephan Ganser / Hans-Jürgen Lewandowski AD: Dirk Haeusermann
D: Reiner Fiedler P: Axl Jansen CW: Nuria Pizan
SB: Springer & Jacoby Werbung GmbH



安い!

Cheap!

ファッションではあまり使われない「安い!」というフレーズを直接使うことで成立させようと考えたバーゲン広告。

Bargain sale advertising that attempts to use an expression rarely used in fashion outright — "cheap!"

ラフォーレ原宿 **Laforet Harajuku**
ファッションビル Fashion Building
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1999 Japan
CD, AD, D, CW, SB: 青木 克憲 Katsunori Aoki CD, CW, CG: 谷田 一郎 Ichiro Tanida

パルコグランバザール

PARCO Grand Bazar

あたかもテナントのスタッフの女の子がグランバザールの告知ポスターをいっしょうけんめい作っているイメージです。

Imaged as if female tenants were working away making Grand Bazaar posters.

(株)パルコ **PARCO CO,LTD.**

ファッションビル Fashion Building

告知ポスター
Announcement Poster 2002 Japan

CD, AD, SB: 佐藤 可士和 Kashiwa Sato
D:奥瀬 義樹 Yoshiki Okuse P: 狩野 毅 Takeshi Kanou DF: サムライ SAMURAI
Neil Artist: 大友 裕子 -Yuko Otomo

特売

Solde

緊急時に人々が非常口に殺到するように、ランドマークプラザのバーゲンに人々が殺到する、パロディックな表現にしました。

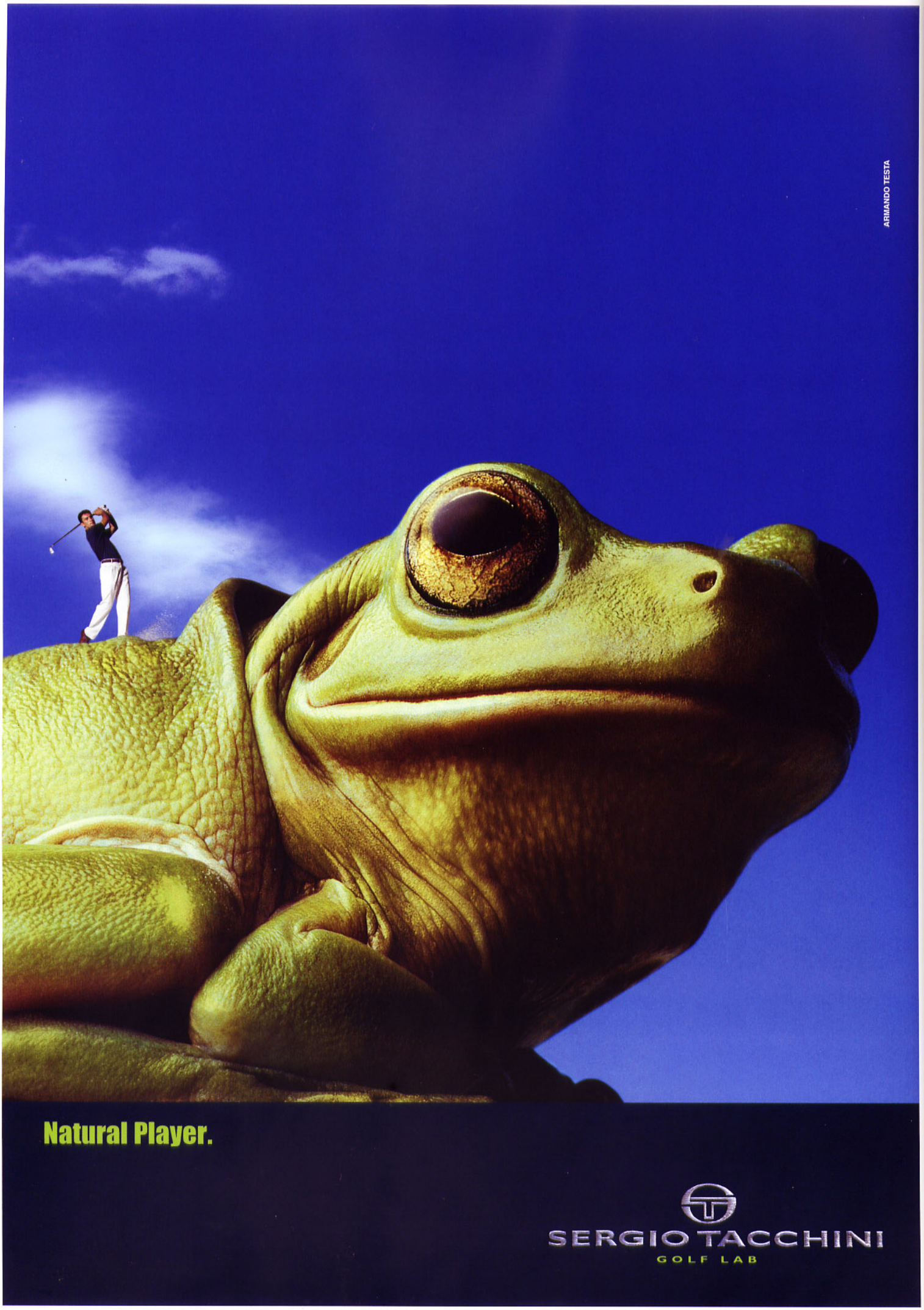
A parodic expression of people thronging a Landmark Plaza sale likened to a panic-stricken crowd rushing to an emergency exit.

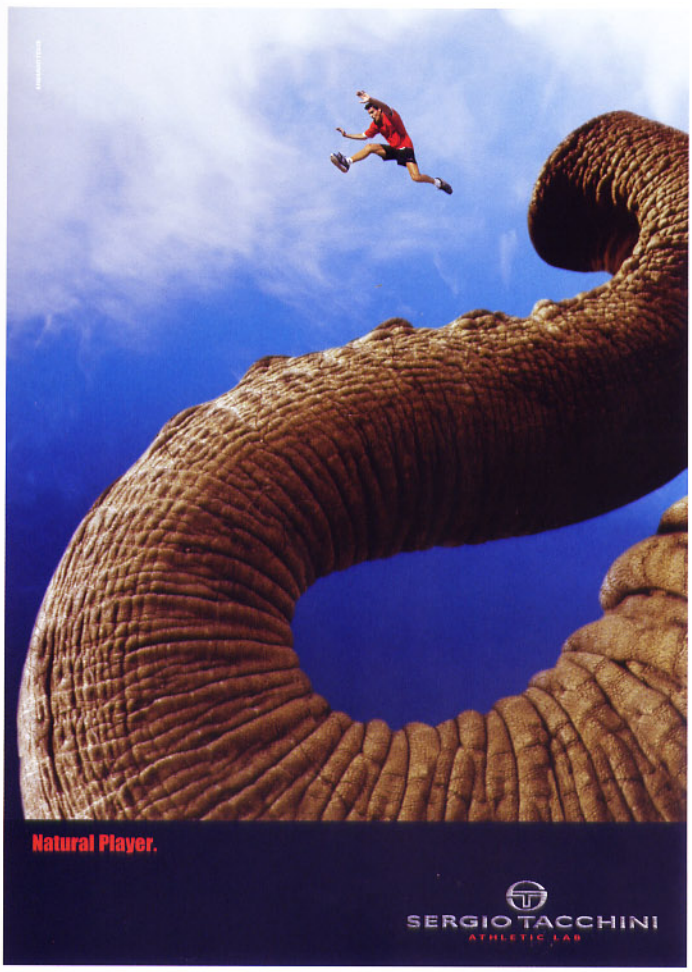
ランドマークプラザ **Landmark Plaza**

ファッションビル Fashion Building

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2002 Japan

CD, D: 副田 高行 Takayuki Soeda CD: 村田 幸一 Koichi Murata D: 中本 陽子 Yoko Nakamoto CW: 松木 圭三 Keizo Matsuki
DF, SB: 副田デザイン制作所 SOEDA DESIGN FACTORY


ARMANDO TESTA
Natural Player.
SERGIO TACCHINI
GOLF LAB



ナチュラル プレイヤー

Natural Player

数種のスポーツを描写したインパクトあふれる広告。モチーフに動物を大きく用いて自然の中でスポーツをする様子をシュールで印象的に表現しました。

Some highly impactful ads represent different sports with surreal and striking images of natural sport environments featuring giant animal motifs.

SANDYS-SERGIO TACCHINI

スポーツウェア製造販売 Sportswear Manufacture and Sales

雑誌・新聞広告
Newspaper Advertisement / Magazine Advertisement
2000/ 2001 Italy

CD, CW: Maurizio Sala CD, AD: Michele Mariani P: Mark Laita
Carlo Miari Fulcis SB: Armando Testa

The high performance fibre.
Australian Merino.

高機能ファイバー

The high performance fibre.

オリンピックのスポンサーであるオーストラリアのウールマーク社の屋外ポスター。フィールドの内外で活躍する代表選手を、オーストラリアのシンボル羊で表現しました。

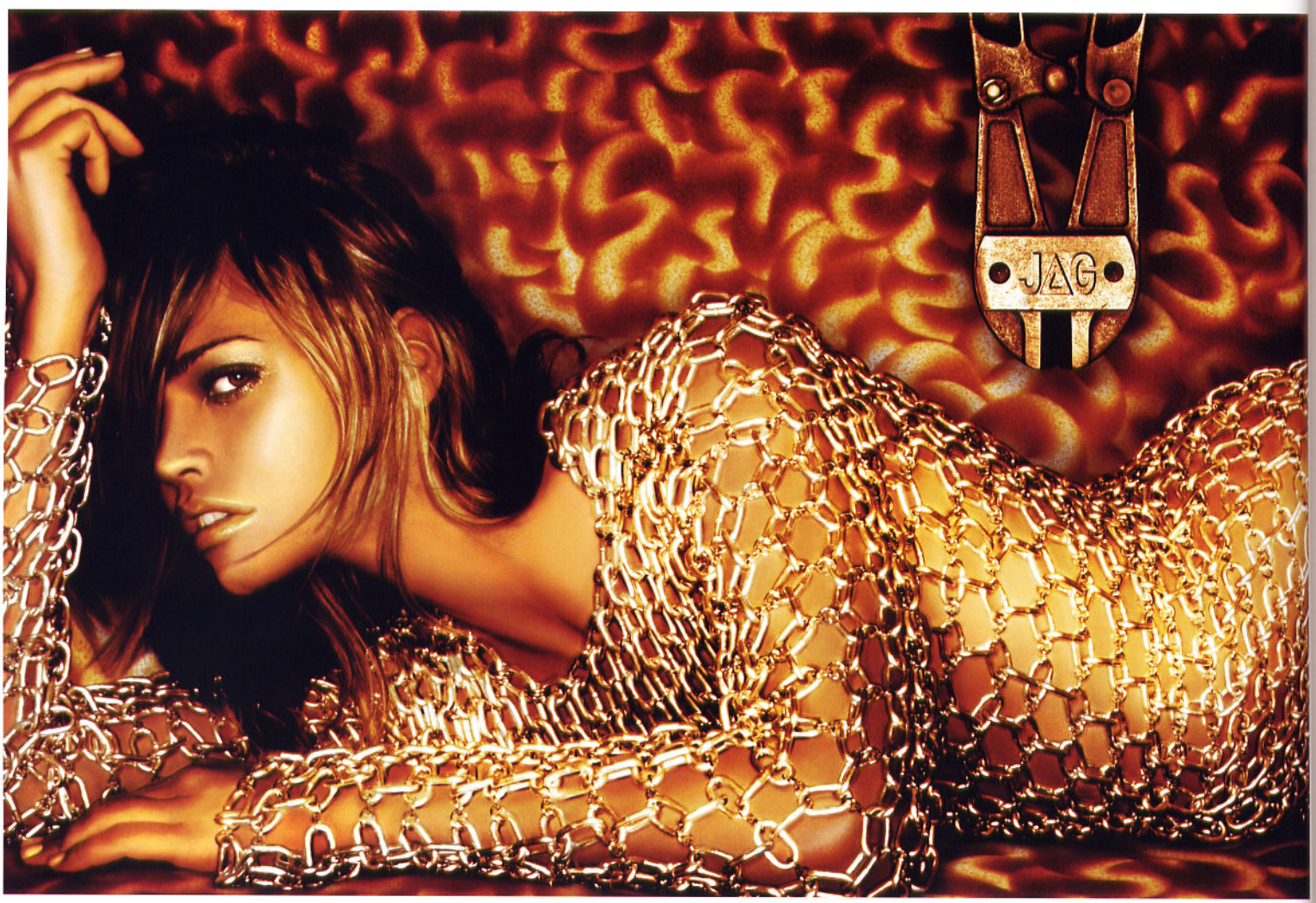
As part of the Australian Woolmark sponsorship of the Olympics, outdoor posters were created symbolising the Australian sheep as a national athlete on and off the field.

Woolmark

表示実施団体 Trademark Organization

屋外ポスター **Outdoor Poster** 2000 Australia

CD: Antony Shannon AD, CW: Sarah Barlcay AD, CW: Tony Greenwood
P: Stuart Crossett Re-toucher: Stray Cat SB: Clemenger BBDO, Melbourne


JAG

JAG

JAG clothing の広告。タイトな着心地の悪い服を着なくても、おしゃれに見せられることを若い人達に訴えています。

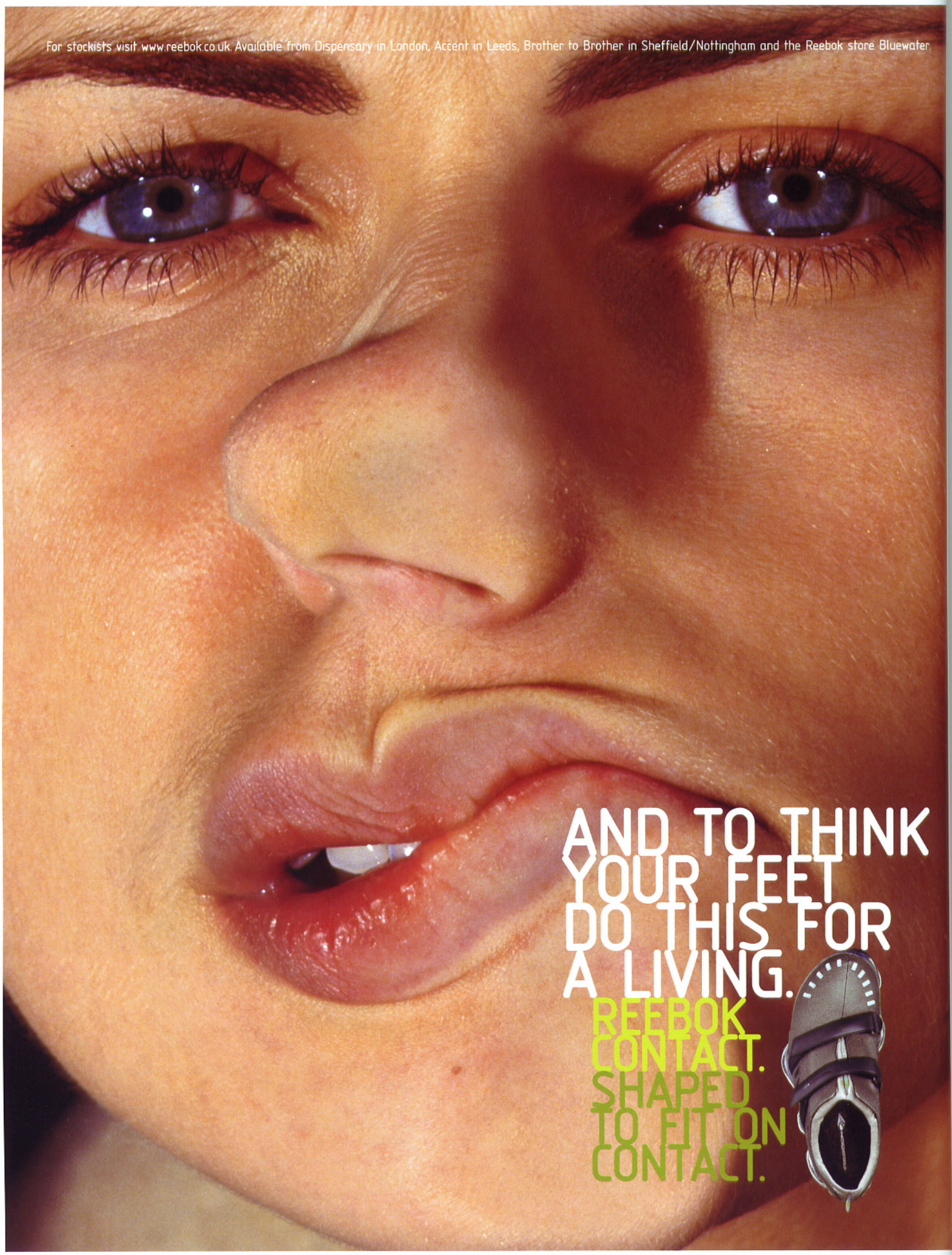
The JAG clothing ads were designed to show young adults that you can be fashionable without having to wear tight, uncomfortable clothing.

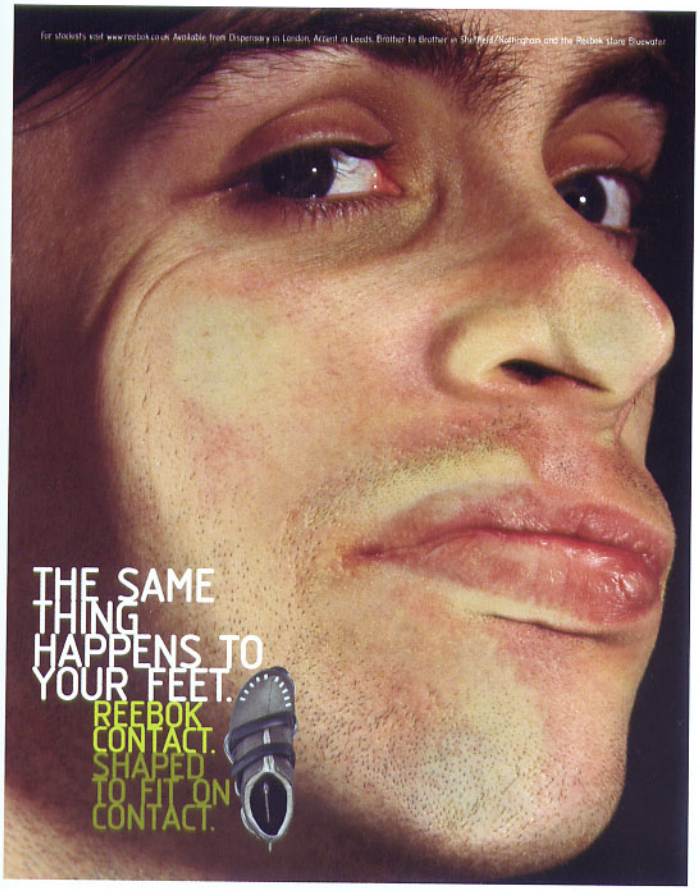
JAG

ショップ Fashion Retailer

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2000 Australia

CD, AD, CW: Michael Faudet CD, AD: Fiona Lemming AD: Katrina Bojec P: Montebetti Campball CW: Steve Sorec SB: DDB


For stockists visit www.reebok.co.uk. Available from Dispensary in London, Accent in Leeds, Brother to Brother in Sheffield/Nottingham and the Reebok store Bluewater.
AND TO THINK YOUR FEET DO THIS FOR A LIVING.
REEBOK CONTACT. SHAPED TO FIT ON CONTACT.



生活のために踏まなければならないとしたら？

And to think your feet do this for a living.

足はこうするように出来ている。
どんなにみっともなくても不思議じゃない。

Your feet are designed to do this.
No wonder they're so ugly.

足はいつもこんな気持ちでいるのさ。

The same thing happens to your feet.

足を顔の上に置くことによるデフォルメをコンセプトに、リーボック・コンタクトの製品デザインを表現しています。

The concept shows the strange distortion of feet when standing but transferred to faces to illustrate the design of Reebok Contact shoes.

Reebok UK

アパレル Apparel

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2003 England

CD: Paul Weinberger AD, CW: Geoff Smith P: Ashton Keiditsch
Typographer: Paul Cohen SB: LOWE

普通ハ、濡レル。わたしは、濡れない。水・油をはじく天然皮革、レザノヴァ。

Normally it gets wet. I don't get wet. Natural leather that repels water and oil.

フッ素加工を施した天然皮革レザノヴァ。水をはじき、浸みこませない機能を、実証型エンターテイメントで表現した広告です。

Fluoride-coated natural leatherwear. Advertising that expresses the product's water-repelling capacity as a form of empirical entertainment.

ダイキン工業(株) **Daikin Industries, Ltd.**

化学 Chemistry

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1997 Japan

CD: 赤井 宏 Hiroshi Akai AD: 古橋 育通 Ikumichi Furuhashi
D: 原田 正士 Masashi Harada / 元見 サユリ Sayuri Motomi
P: 菅原 一剛 Ichigo Sugawara CW: 西矢 貴子 Takako Nishiya
DF, SB: (株) 博報堂関西支社 Hakuhodo Inc. Kansai Office
(株) ロード Lord Inc.

丈夫な女
'美しい女'の見え方が、
少し変わってきていると思う。
ナイキスイムウエア、誕生。

体力がある女

Strong women

美しい筋肉のある体と泳ぐことの気持ち良さ、商品である水着をしっかり見せていくためのビジュアルです。

The joys of having a beautiful musculature and of swimming visuals that show the product, swimsuits, clearly.

ナイキ ジャパン **NIKE JAPAN**

販売促進用ポスター **Promotional Poster**

CD, CW: 佐藤 澄子 Sumiko Sato
AD, SB: 野田 凪 Nagi Noda
D: 大島 慶一郎 Keiichiro Oshima
中川 理恵子 Rieko Nakagawa P: Nadav Kander
DF: (有) 宇宙カントリー Uchu Country Co.,Ltd.

HEP FIVE
POLICE
YOU NEED THIS.
HEP
FIVE
OSAKA・UMEDA

あなたにはこれが必要です。
You need this.

手を貸しましょうか？
Shall I help you?

どうぞ、あなたの薬です。
Your medicine, please.

これがあなたの聖書です。
This is your bible.

ERやサードウォッチという番組にはまっていたので、いただいてしまいました。印象的だったことは、ちょうど消防士の印刷をしているころに9.11テロが起きてしまったことです。犠牲者の方に御冥福をお祈りします。

I was waiting for ER and Third Watch to come on TV when I heard the news. I happened to be printing firemen at the time that the 9.11 terrorists attacks occurred—may the victims rest in peace.

HEP FIVE
ファッションビル Fashion Building
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2002 Japan
CD, CW: 木内 敏博 Toshihiro Kiuchi CD: 中野 直樹 Naoki Nakano
AD: 宮本　庄二 Shoji Miyamoto / 安村 厚子 Atsuko Yasumura
D: 森 兼一 Kenichi Mori / 久木元 修 Osamu Kukimoto
P: 秋元 茂 Shigeru Akimoto スタイリスト Stylist: 谷口 裕子 Yuko Taniguchi
DF: 大阪読売広告社 Osaka Yomiuri Advertising Agency,Inc.
DF, SB: (有) 中野直樹広告事務所 Naoki Nakano Advertising Office

女の体は、測り知れない。

サイズ、ボリューム、肌体の号、サニオトの位置、女性の体は、とても複雑、どれひとつとして同じものはありません。MY MODEは、ひとりひとり異なる女性の体型を、厳密に測定。あなたにジャストフィットする最も理想的な下着を作ります。www.maruko.com MARUKO

女の体は、測り知れない。

The unfathomable woman's body.

サイズも、ボリュームも、位置も、形もひとりひとりまったく違う女の体。
その測り知れない体を、徹底的に測って、その体にふさわしい下着を作って肉体を美しく改造してしまう。このシステムと女の体のスゴさを表現しました。

Size, volume, location, all form transformations creating a different woman's body. We measure the unfathomable body thoroughly, make underwear that fits that body to a tee remodeling it into a beautiful body. An expression of the wonders of this system and the woman's body.

マルコ(株) maruko

下着の製造販売 Undergarment Manufacture and Sales

販売促進用ポスター Promotional Poster 2002 Japan

CD, CW: 竹之内 葉子 Yoko Takenouchi AD: 窪田 義人 Yoshito Kubota
P: 藤井 保 Tamotsu Fujii SB: マルコ (株) maruko

ですから、6 月は衣替えです。

Thus, June marks the seasonal change of clothing.

おそらく当時の最新ファッションを着ている2人だとは思うのですがまさか、数百年後にこんな格好をしているとは思ってもみなかったでしょう。2人の勇気を見習って、どんどんヘップファイブに来てください。

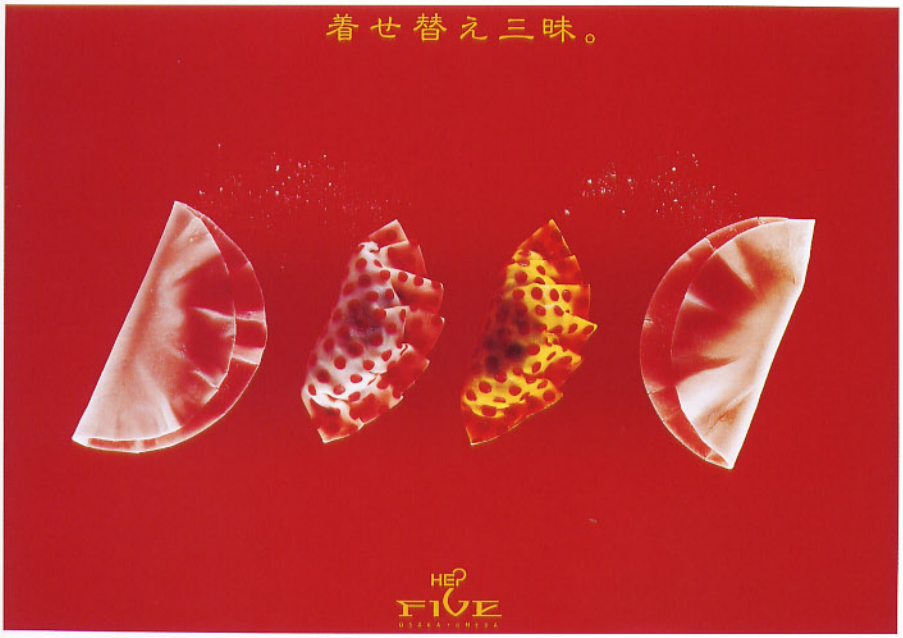
These two were most likely clad in the latest fashions of their day—who would have imagined that people would be dressed like this hundreds of years later. There is something to be learned from the courage of these two—come on over to Hep Five.

HEP FIVE

ファッションビル Fashion Building

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2002 Japan

CD, CW: 木内 敏博 Toshihiro Kiuchi CD: 中野 直樹 Naoki Nakano
AD: 宮本 庄二 Shoji Miyamoto / 安村 厚子 Atsuko Yasumura D: 森 兼一 Kenichi Mori P: 秋本 茂 Shigeru Akimoto
DF: 大阪読売広告社 Osaka Yomiuri Advertising Agency,Inc. DF, SB: (有) 中野直樹広告事務所 Naoki Nakano Advertising Office



6月は、衣替えです。

June marks the seasonal change of clothing.

子供のころから、衣が分厚いエビフライにだまされたことが多かったので、いつかは使ってやろうと思っていたアホなアイデアです。しかし意外にもモノが動きにくい6月のファッション広告として機能するのではないかと思い、作ってみた次第です。スポンサーの度量に感謝です。

Since childhood, I've often been fooled by fried shrimp with thick batter. I had a dumb idea I thought I'd like use sometime... so in June, when the retail market is sluggish, I thought I'd use it for a fashion ad and gave it a try. I am grateful for the sponsor's generosity.

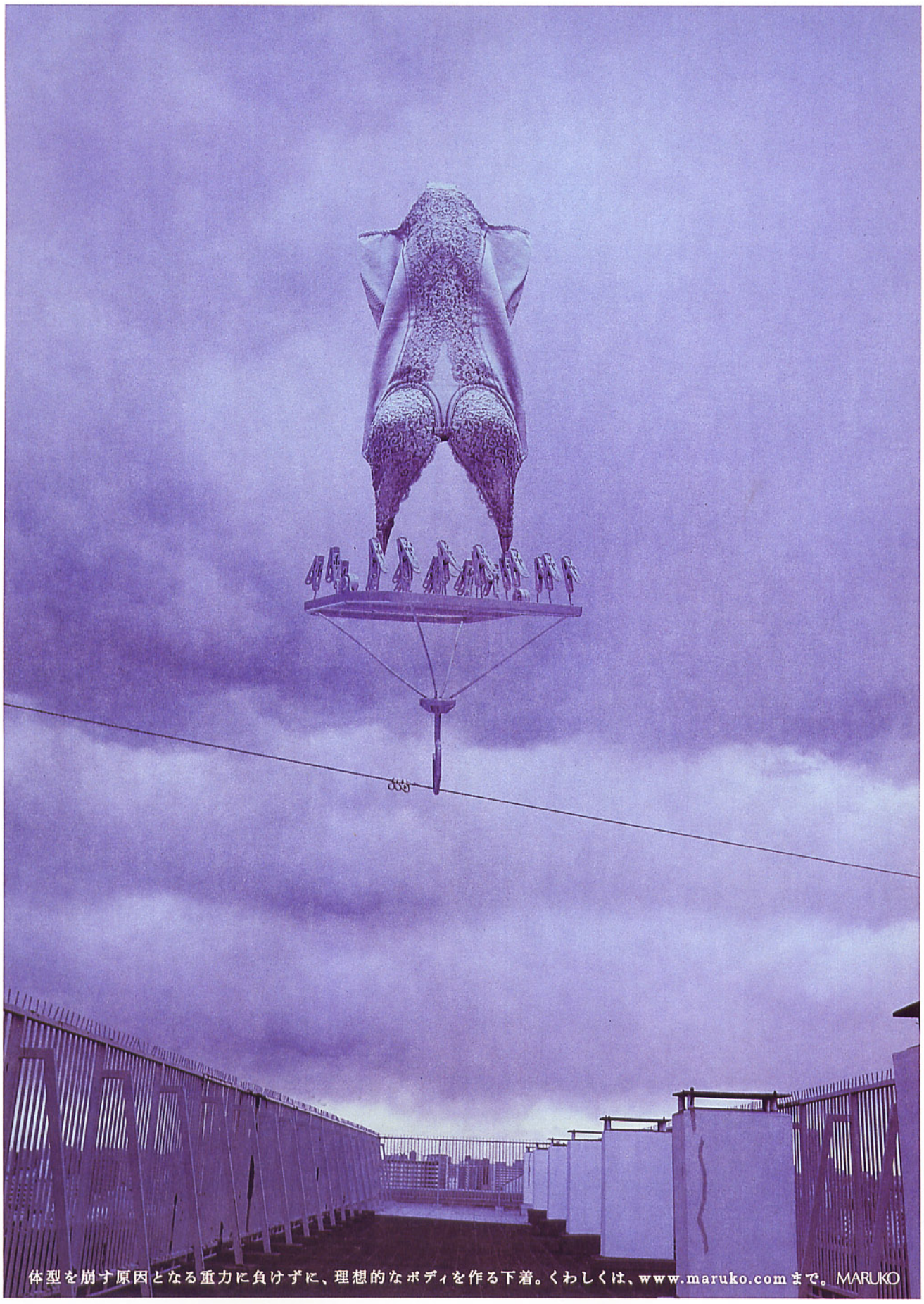
着せ替え三昧。

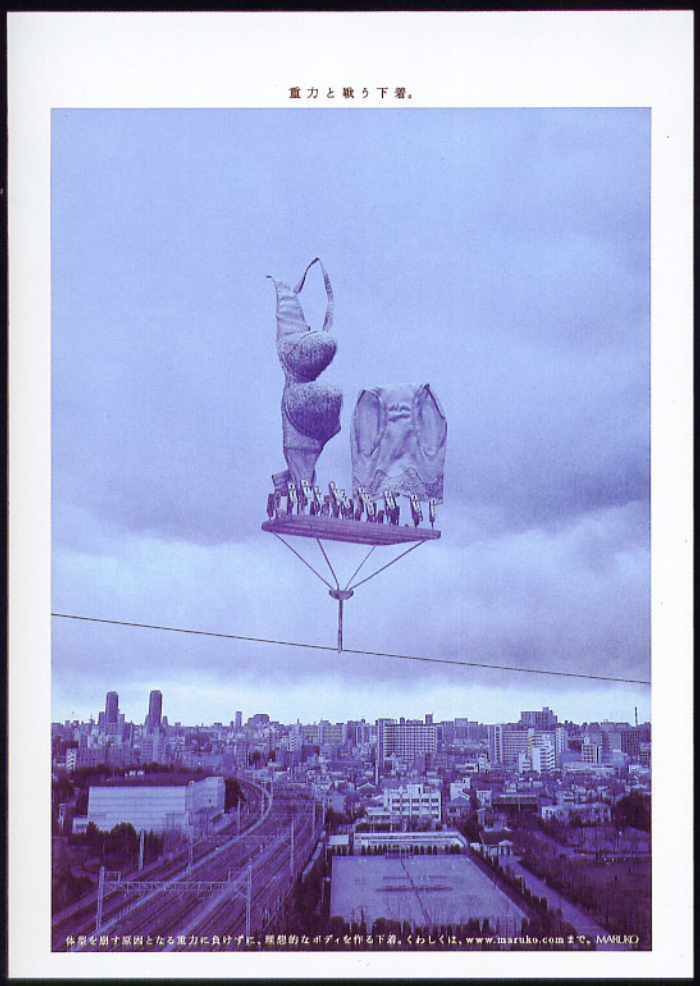
Clothes-changing heaven.

エビフライの反響がすごかったので次も!というオーダーに応えきれたかどうか!という問題作です。とはいえ、勉強になったのは、餃子の皮をカラフルにしすぎるとパンティーに見えて食べ物に見えないということです。食べ物に見えなければならないファッション広告というのも不思議な感じですが。

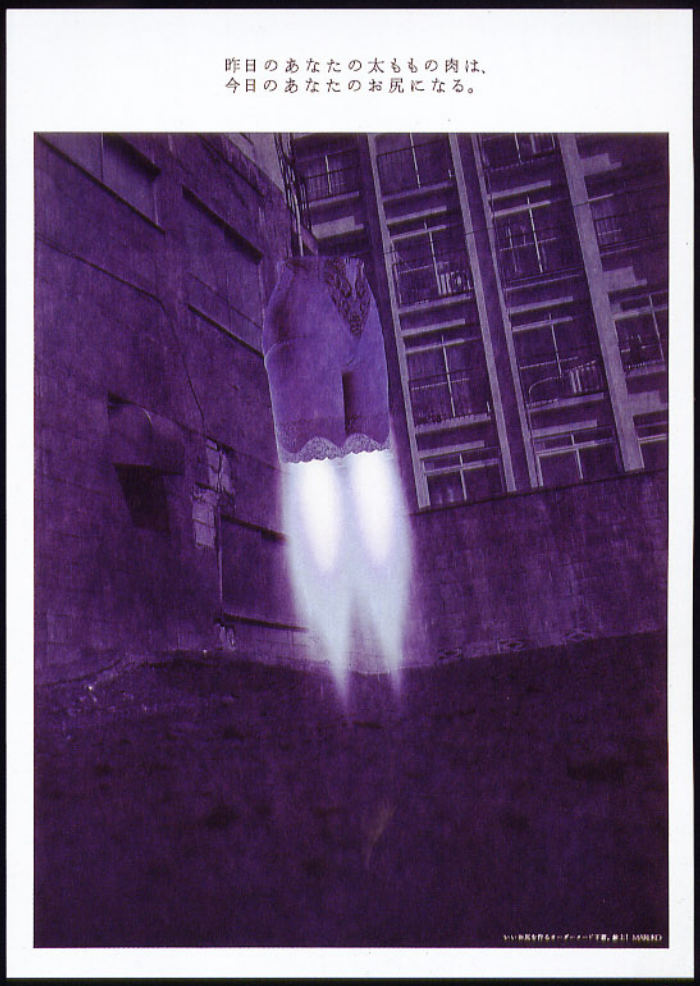
The reaction to the fried shrimp was amazing — to the extent that it caused problems with filling orders! What I learned was that if you make dumpling skins too colorful they look more like panties, than food. Then again, fashion advertising that has to look like food is strange in itself.

重力と戦う下着。

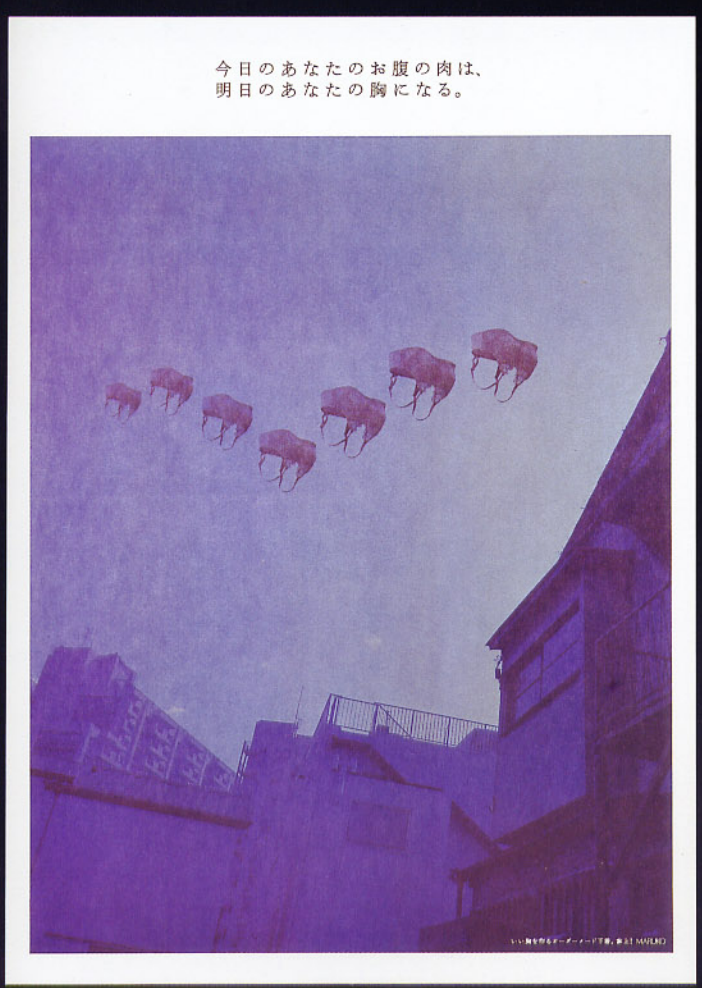

体型を崩す原因となる重力に負けずに、理想的なボディを作る下着。くわしくは、www.maruko.comまで。MARUKO



2



4



3

1,2 重力と戦う下着。

Underwear that defies gravity

強大な重力に負けずに、肉を上に押し上げる。
その力強さと頼もしさを表現しました。
肉がグワーッと上に上がっていく感じ。
この下着こそ、勝負できる体を作る下着です。

Don't let gravity get you down, give your flesh a lift.
Expressing that strength and promise.
The sense of pushing your flesh up.
Undergarments that give you a body you can bet on.

3 今日のあなたのお腹の肉は、明日のあなたの胸になる。

Today's tummy is tomorrow's breasts.

4 昨日のあなたの太ももの肉は、今日のあなたのお尻になる。

Yesterday's thighs are today's derriere.

やわらかい女性の体は、いい下着と出会うことでいくらでも変わります。

A soft women's body, on encountering good underwear, can change infinitely.

マルコ(株) maruko
下着の製造販売 Undergarment Manufacture and Sales
販売促進用ポスター Promotional Poster 2001 Japan
CD, CW: 竹之内 葉子 Yoko Takenouchi AD, P: 窪田 義人 Yoshito Kubota P: 松澤 浩二 Koji Matsuzawa SB: マルコ (株) maruko

あなたの胸でも、パッと咲きたい。

We want your chest to suddenly blossom.

強大な重力に負けずに、肉を上に押し上げる。
その力強さと頼もしさを表現しました。
肉がグワーッと上に上がっていく感じ。
この下着こそ、勝負できる体を作る下着です。

Don't let gravity get you down, give your flesh a lift.
Expressing that strength and promise.
The sense of pushing your flesh up.
Undergarments that give you a body you can bet on.

マルコ(株) **maruko**

下着の製造販売 Undergarment Manufacture and Sales

販売促進用ポスター **Promotional Poster**
2001 Japan

CD, CW: 竹之内 葉子 Yoko Takenouchi
AD, P: 窪田 義人 Yoshito Kubota P: 松澤 浩二 Koji Matsuzawa SB: マルコ (株) maruko

私を着がえる。

Change me.

あつくて、つめたくて、おもしろくて、きもちよくて、うれしい夏。

Hot, cool, funny, good-feeling, happy summer.

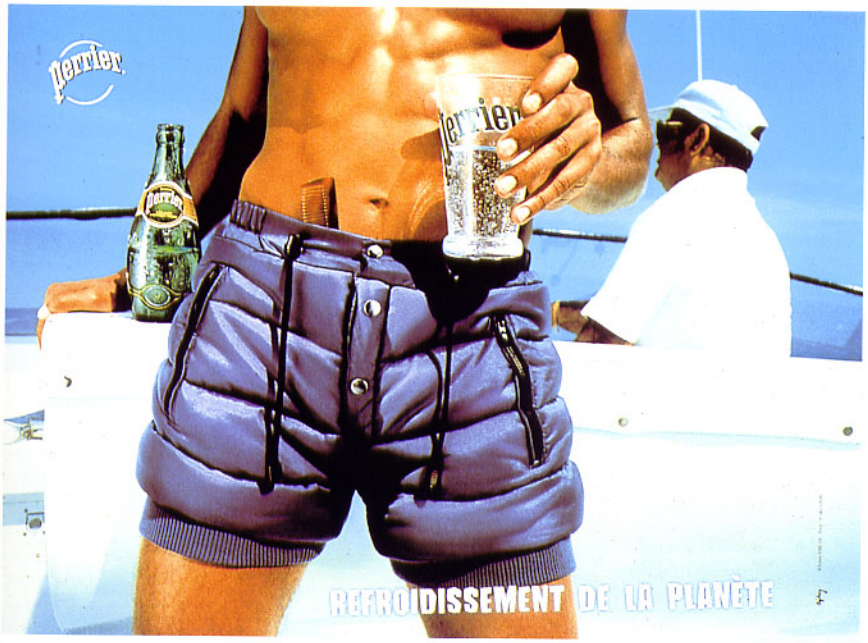
(株)ビブレ **VIVRE CO., LTD.**

ファッションビル　Fashion Building

販売促進ポスター Promotional Poster 2002 Japan

CD, AD: 清水 正己 Masami Shimizu D: 宇佐美 一秀 Kazuhide Usami
P: 河合 竜也 Tatsuya Kawai CW: 小松 夕子 Yuko Komatsu
SB: 清水正己デザイン事務所 Shimizu Masami Design Office Inc.

perrier
LAINE
POLAIRE
perrier
50 cl
REFROIDISSEMENT DE LA PLANÈTE



地球を再び冷やそう

Recooling of the planet

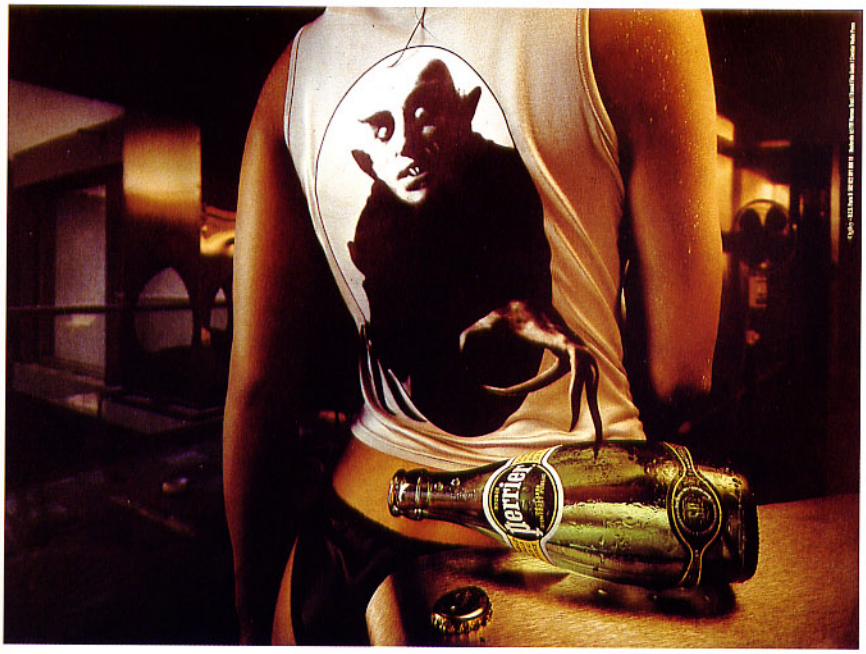
Nestle Waters France

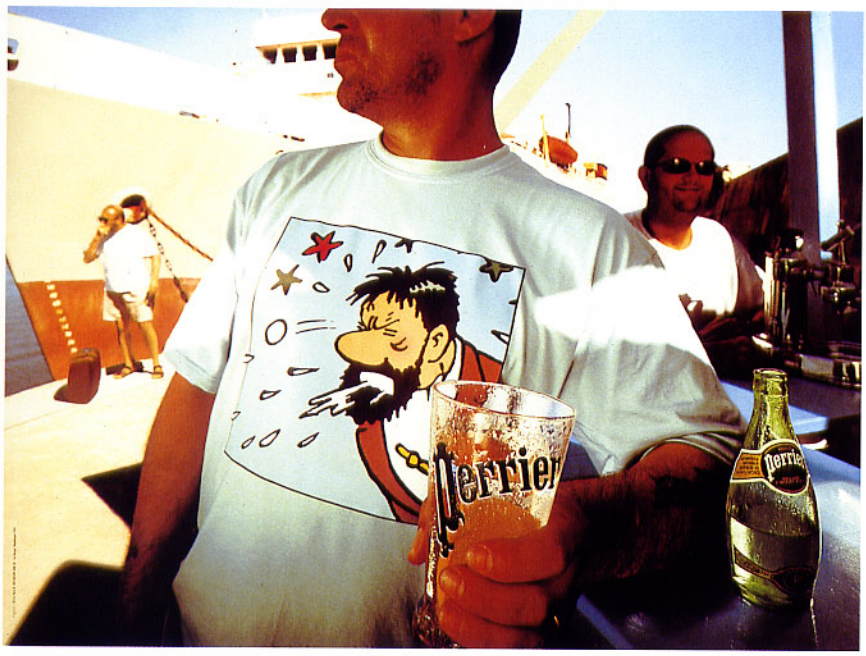
飲料品メーカー Beverage Maker

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2001 France

CD, CW: Bernard Bureau AD: Thierry Chiumino
P: Vincent Dixon SB: Ogilvy & Mather

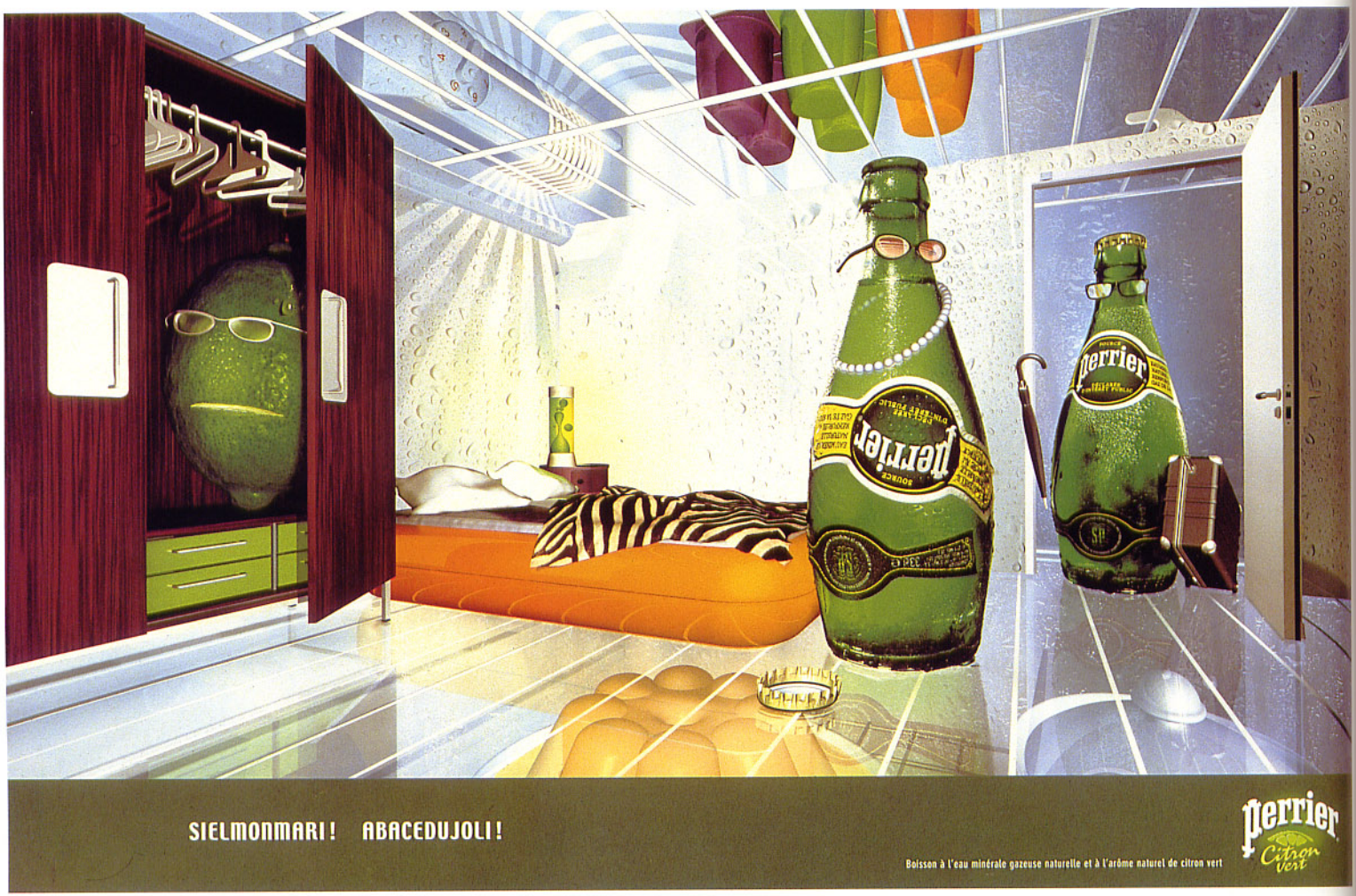
SOURCE
Perrier
DÉCLARÉE
D'INTÉRÊT PUBLIC

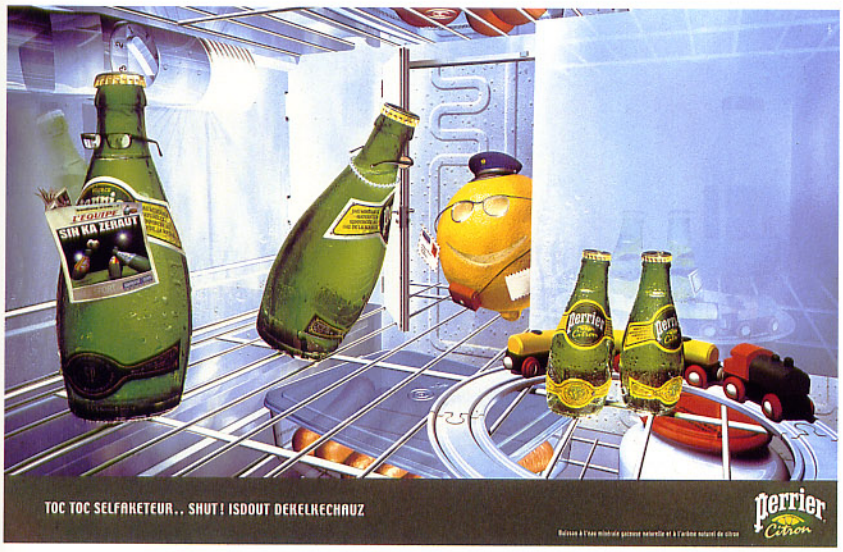


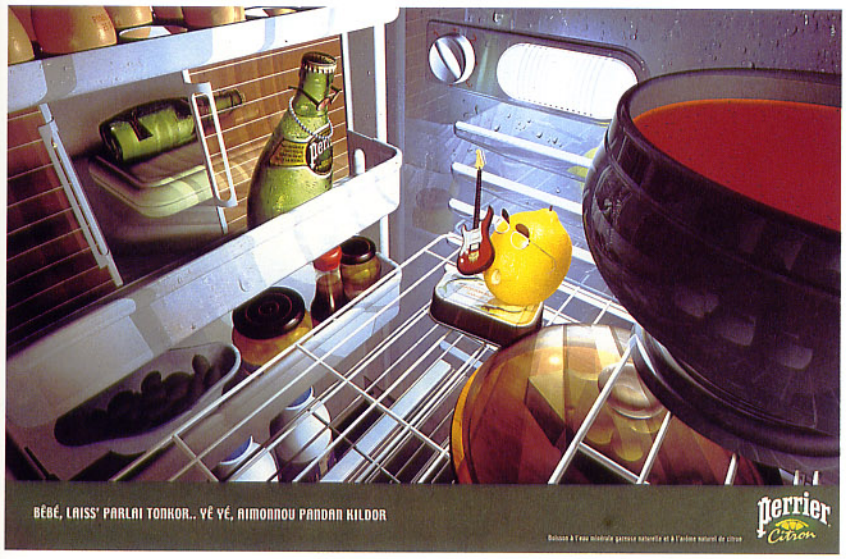


Hadduch

Nestle Waters France
飲料品メーカー Beverage Maker
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1998 France
CD: Bernard Bureau AD: Thierry Chiumino / Shaun Severy
P: Vincent Dixon CW: Franck Rey SB: Ogilvy & Mather


SIELMONMARI ! ABACEDUJOLI !
perrier
Citron vert
Boisson à l'eau minérale gazeuse naturelle et à l'arôme naturel de citron vert





まぁあなた！　素敵でしょ？

It's my husband! Isn't this nice!

チュー（キスとかむの意味）したい、チューしたい、チューしたい！
静かに！　彼に聞こえるから。

Oooo I want chew, I want chew,
I want chew.
Shut up, he can hear you.

コンコン（ノックの音）、郵便です。
静かに！　彼が怪しんでいる。慎重に。
彼が寝たら行動に移しましょう。

Knock, knock. It's the postman.
Shhhh, he's suspecting something.

ベイビー　ハートを開きなよ！彼が眠っているあいだにやろうよ！

Baby, let your heart speak....Yeah,
while he sleeps, let's do it.

Nestle Waters France
飲料品メーカー　Beverage Maker
雑誌広告　**Magazine Advertisement** 2000　France
CD, CW: Bernard Bureau / Thierry Chiumino　I: Johann Suchentruck
DF, SB: Ogilvy & Mather

イワーシ
鮮魚勝自
新村水産

イワーシ
Sardine

ターコ
Octopus

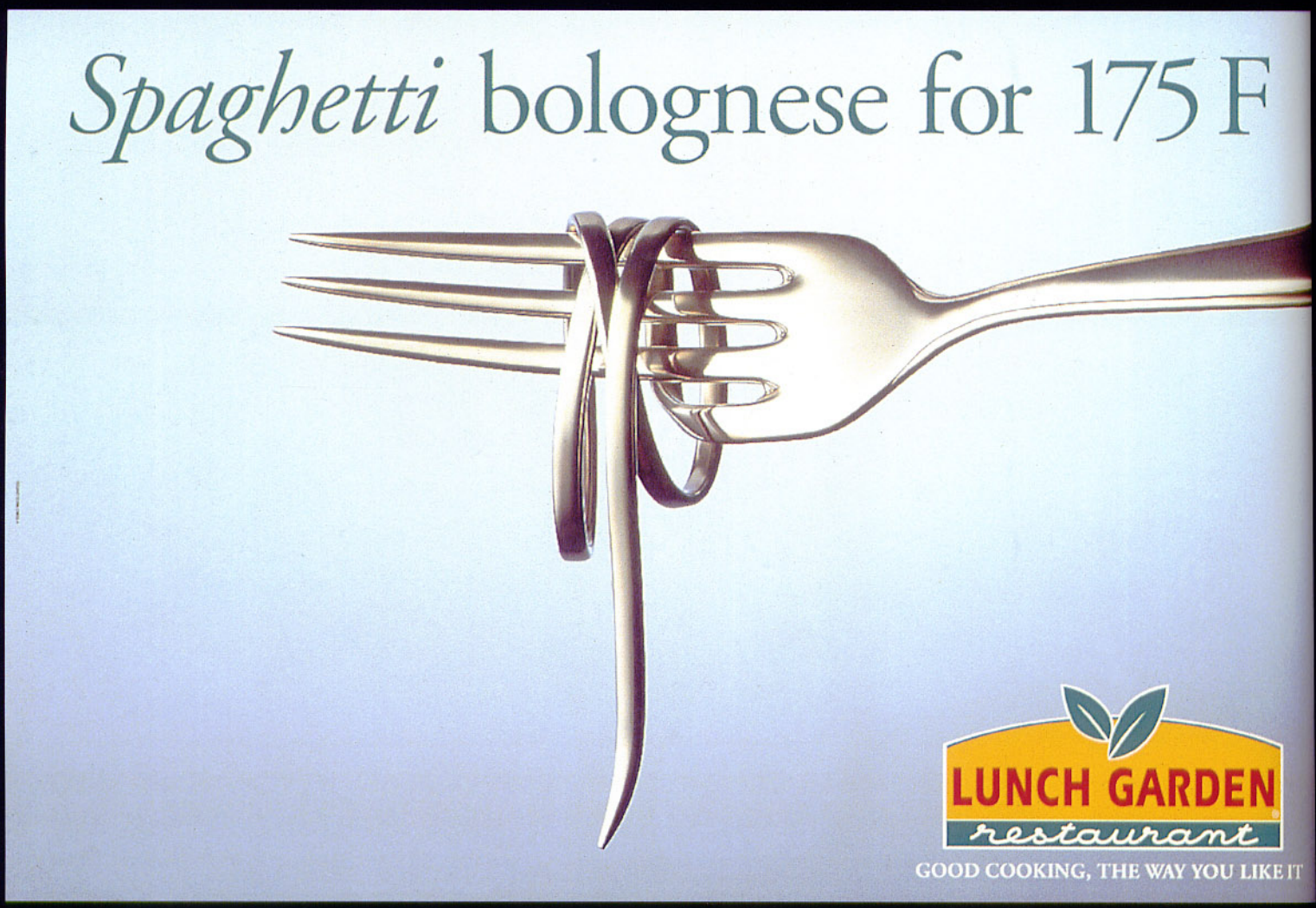
アッジ
Trachurus

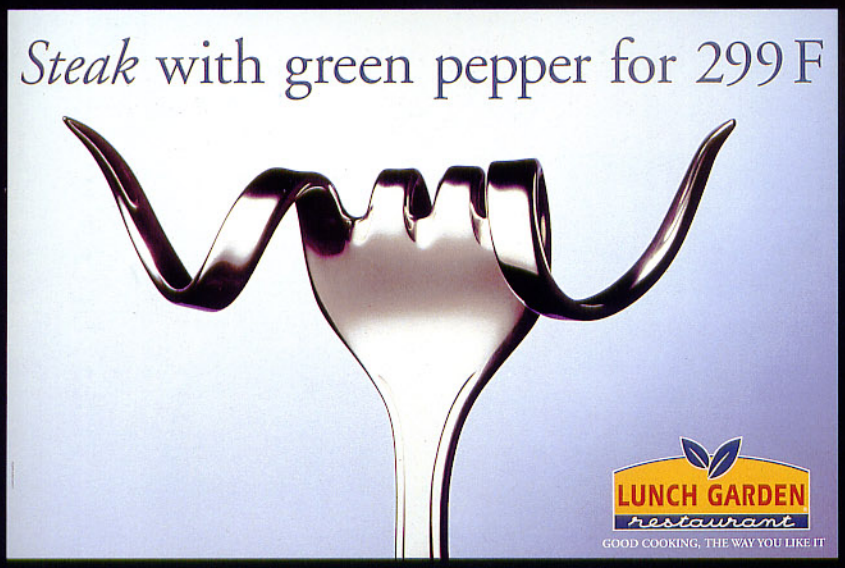
アナーゴ
Conger Eel

新村水産は、海からすぐ口に入るぐらい新鮮な魚を取り扱っている会社です。

Shinmura Seafood deals in fish so fresh that it's like going from the water straight into the mouth of the consumer.

新村水産 Shinmura Fisheries
水産業 Fisheries
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2000 Japan
AD, D, SB: 新村 則人 Norito Shinmura P: 細川 晃 Ko Hosokawa
CW: 佐藤 和隆 Kazutaka Sato
DF: (株)新村デザイン事務所 Shinmura Design Office


Spaghetti bolognese for 175 F
LUNCH GARDEN
restaurant
GOOD COOKING, THE WAY YOU LIKE IT



スパゲッティー ボロネーゼ 175フラン
Spaghetti bolognese for 175F

ステーキ ししとう添え 299フラン
Steak with green pepper for 299F

リンゴソース味のチキン 225フラン
Chicken with apple-sauce for 225F

トマトソースのミートボール 175フラン
Meats balls with tomato sauce for 175F

レストランの特別奉仕キャンペーン。キャンペーン対象がステーキなら角、パスタならスパゲッティというように、いつもフォークで料理の食材を表現しています。

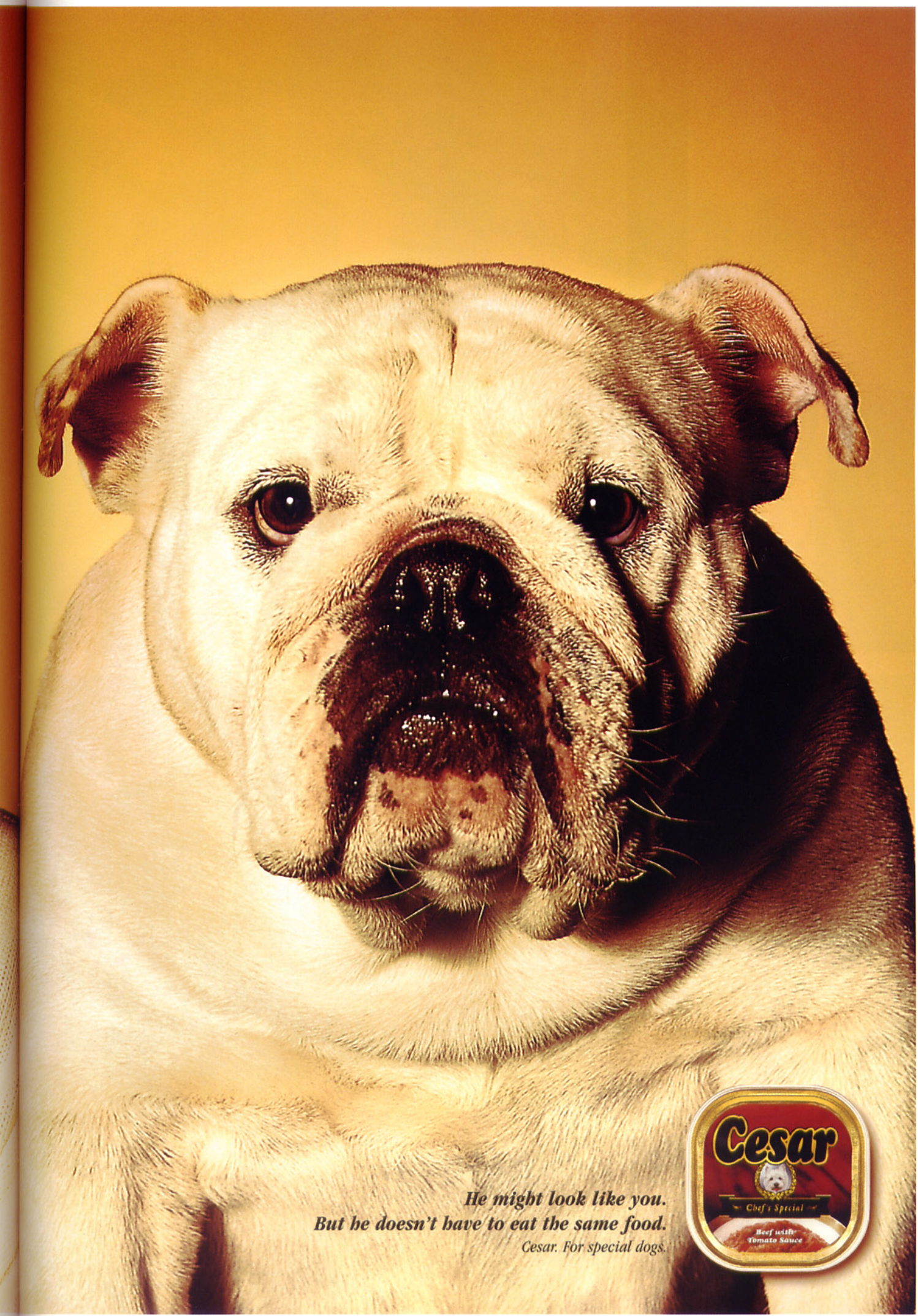
This restaurant campaign always uses a fork made of food materials to suggest a specific... dish, such as bull horns for steak or spaghetti for pasta.

Lunch Garden Restaurant

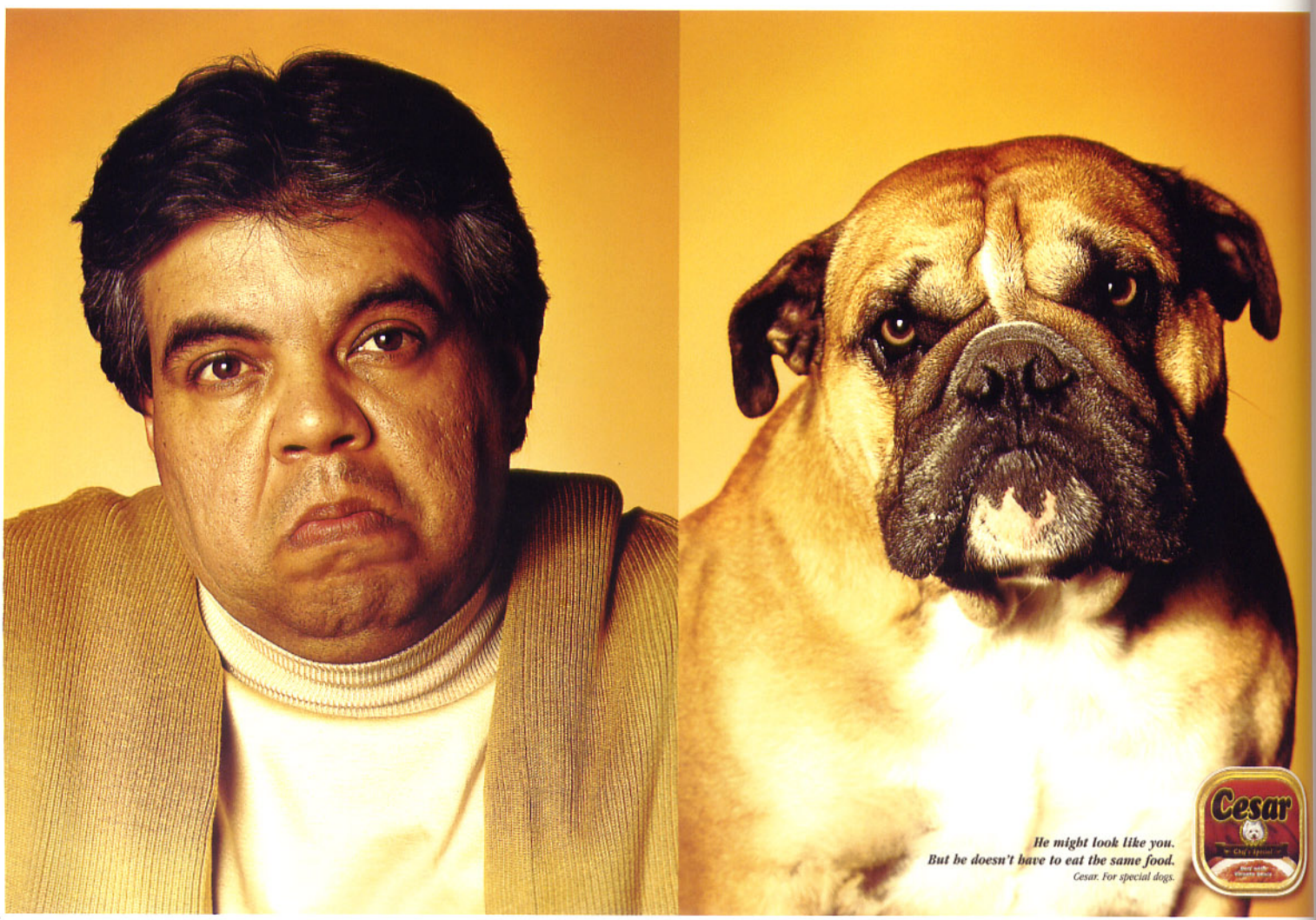
レストラン Restaurant

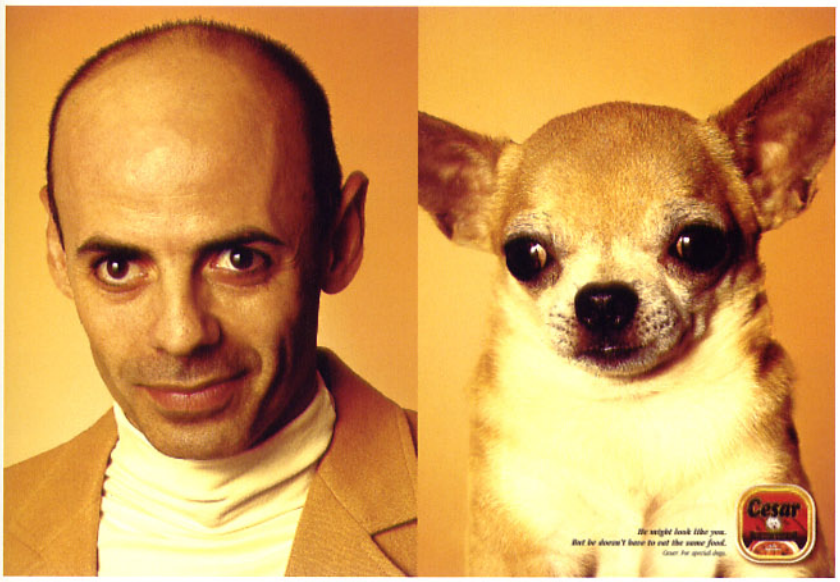
看板広告 **Billboard** 1998 Belgium

CD: Veronique Hermams AD: Minou Van De Kerckhove
P: Hans Kroeskamp CW: Frederik Dewispelaere
SB: Euro RSCG Partners


Cesar
Chef's Special
Beef with Tomato Sauce
He might look like you.
But he doesn't have to eat the same food.
Cesar. For special dogs.

Cesar
He might look like you.
But he doesn't have to eat the same food.
Cesar. For special dogs.


Cesar
He might look like you.
But he doesn't have to eat the same food.
Cesar. For special dogs.



彼はあなたに似てるかもしれないけど、
同じ食べ物を食べるべきじゃありません。

"He might look like you. But he doesn't have to eat the same food"

犬とその飼い主の類似性を追求しました。たとえ飼い犬と顔が似ていても同じものを食べるべきではないことを伝えています。

These ads explore the similarity between owners and their dogs in order to show that, though their faces might look alike, they shouldn't eat the same food.

Effem Cesar

ペットフード製造販売 Pet Food Manufacture and Sales

販売促進用ポスター、雑誌広告
Promotional Poster / Magazine Advertisiement
2000 Brazil

CD: Marcello Serpa, Eugênio Mohallem AD: Luiz Sanches
Valdir Bianchi P: Manolo Moran CW: Roberto Pereira
Producer: José Roberto Bezerra SB: Almap BBDO

Häagen-Dazs

Happy

こんな気持ち、©ookies & ©ream だけ。

こんな気持ち、Cookies & Cream だけ。

That feeling—just Cookies & Cream.

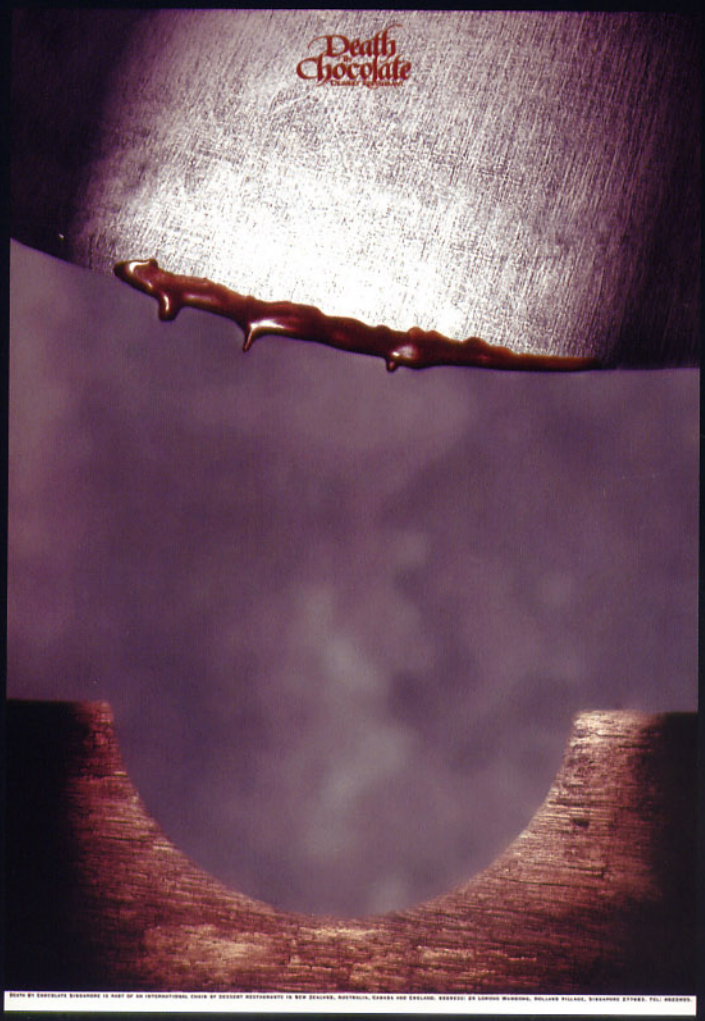
クッキー&クリームを食べて感じる、様々な至福の気分"Happy" "Heaven" "Sweet" "Peace" を、クッキー&クリームそのもの(クッキーとクリームの絶妙なバランス)を使ってストレートに表現しました。

A direct means of communicating various forms of supreme bliss—happy, heaven, sweet, peace—experienced when eating cookies and cream (exquisitely balanced): cookies and cream itself.

ハーゲンダッツ ジャパン(株) **Häagen-Dazs Japan, Inc.**
アイスクリーム等乳製品の製造販売
Ice Cream Manufacture, Sales and Shop Management
駅貼りポスター **Railway Station Poster** 2000 Japan

CD: 大島 亜佐子 Asako Ohshima AD: 斉藤 薫 Kaoru Saito D: 飛沢 嘉人 Yoshito Tobisawa P: 宮原 康弘 Yasuhiro Miyahara CW: 長谷川 宏 Hiroshi Hasegawa SB: J.ウォルター・トンプソン ジャパン (株) J.Walter Thompson Japan Limited

Death By Chocolate Singapore is part of an international chain of dessert restaurants in New Zealand, Australia, Canada and England. Address: 24 Lorong Mambong, Holland Village, Singapore 277683. Tel: 4622455.



Death by chocolate デザートレストラン

Death By Chocolate Dessert Restaurants

チョコレートをふんだんに使ったデザートの専門店、Death By Chocolate。オープニング用のポスターキャンペーンは、当然チョコレートを起用しました。

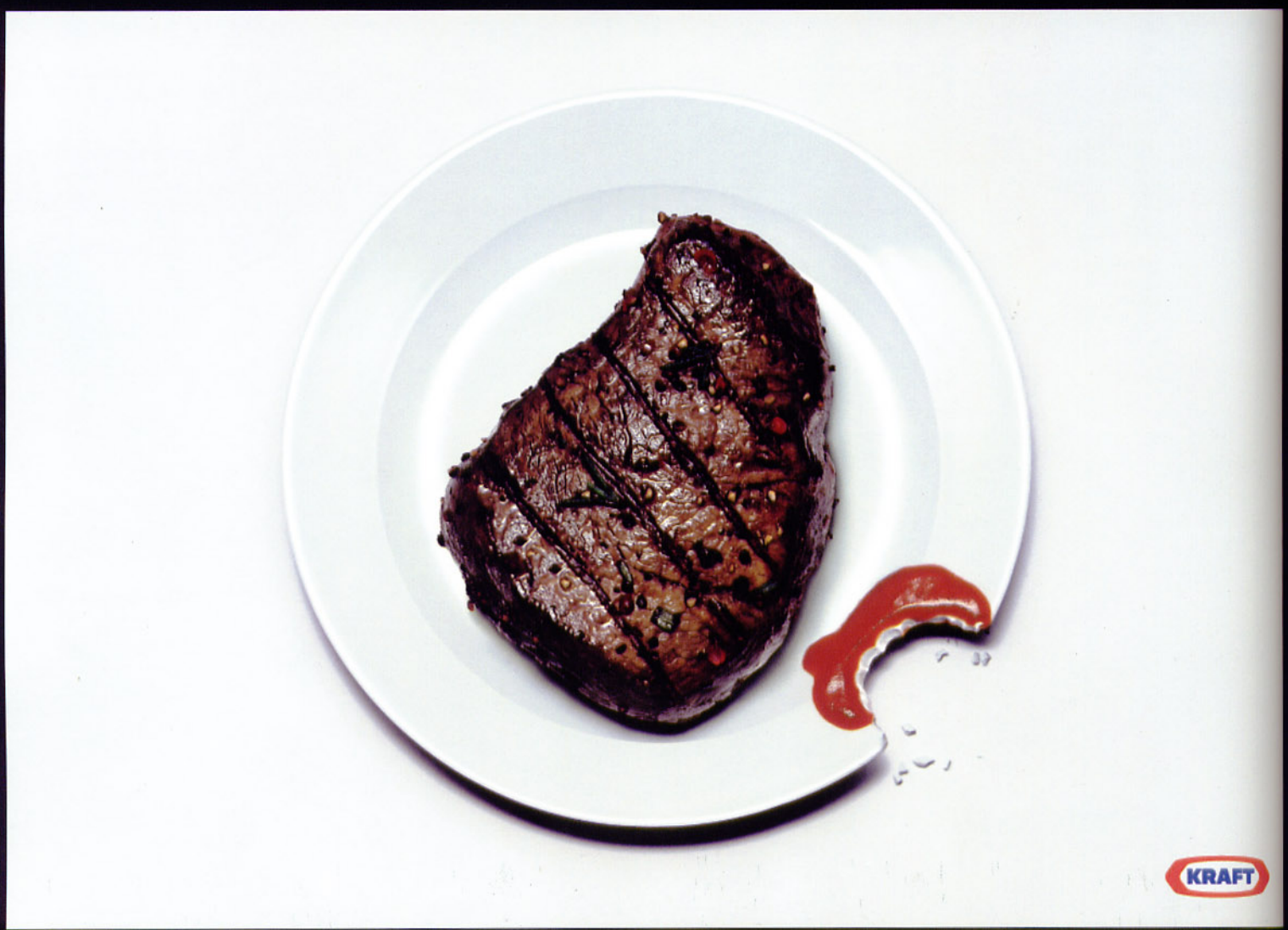
Death By Chocolate was a dessert restaurant that specialised in serving extremely rich chocolate desserts.
To announce the opening of the restaurant, a poster campaign was created to show the consequences of over indulging in chocolate.

Heavenly Delight Pte Ltd

レストラン Restaurant

告知ポスター **Announcement Poster** 2000 Singapore

AD: Michael Tan / Ivan Choi P: Alex Kai Keong CW: Parag Tembulkar
SB: Euro RSCG Partnership Singapore



KRAFT Jacobs Suchard GmbH
食品メーカー Foods Manufacturer
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1999 Germany
CD: Bernd Lange / Gregor Seitz AD: Minh Khai Doan P: Thomas Strogalski
CW: Jörg Petermann DF, SB: Ogilvy & Mather GmbH

舌

Tongue

ヒリヒリするほどスパイシーで有名なメキシカン レストランの広告です。

An ad for a Mexican Restaurant which is famous for its fiery food.

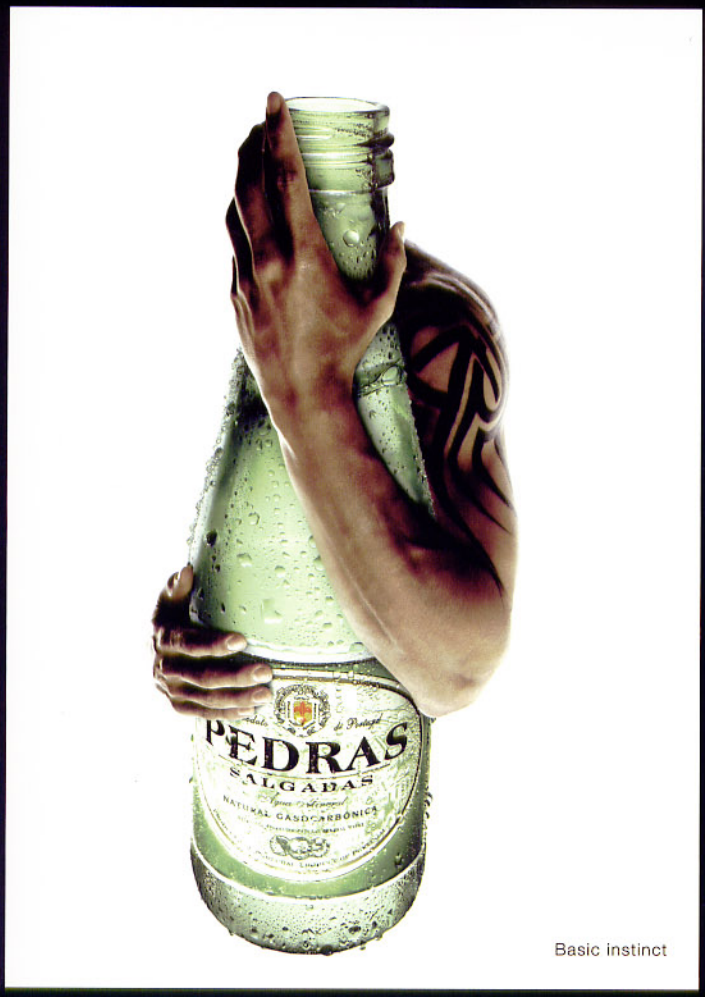
Tres Kilos

レストラン Restaurant

プロモーショナル ポスター **Promotional Poster** 2001 Germany

CD: Daniel Meier / Alexander Jaggy AD: Felix Dammann D: Claudia Lutz
P: Christian Ammann SB: Jun von Matt / Limmat AG

Basic instinct



Basic instinct

Basic instinct

Basic instinct

人間の本能

Basic Instinct

たとえばのどの渇き。Pedras はこのような人間の本能をもっと楽しい欲求へと変容させることができます。

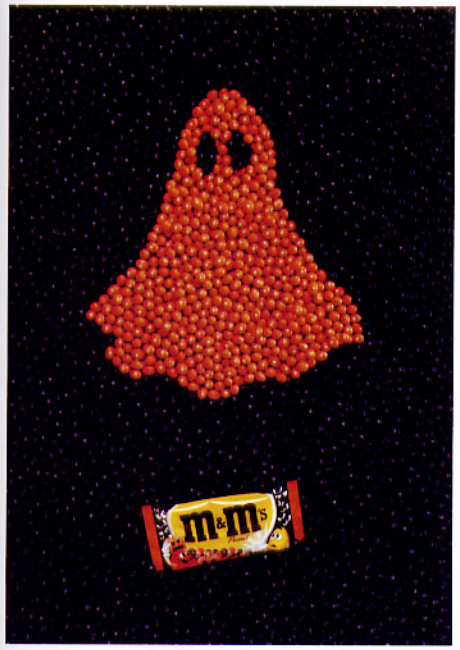
Pedras can transform a human need such as thirst into a more attractive basic instinct.

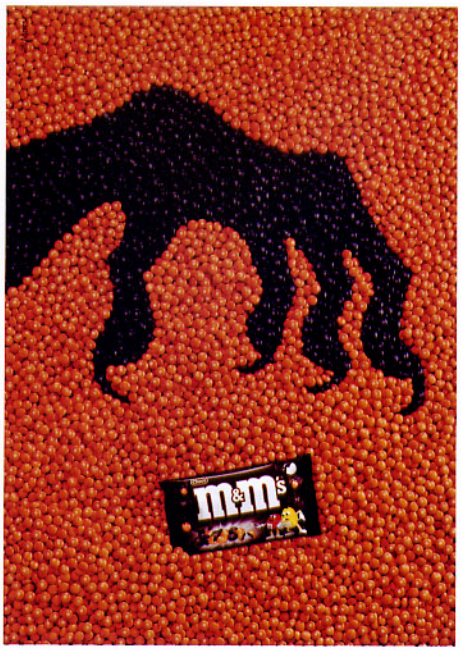
Unicer-pedras Salgadas

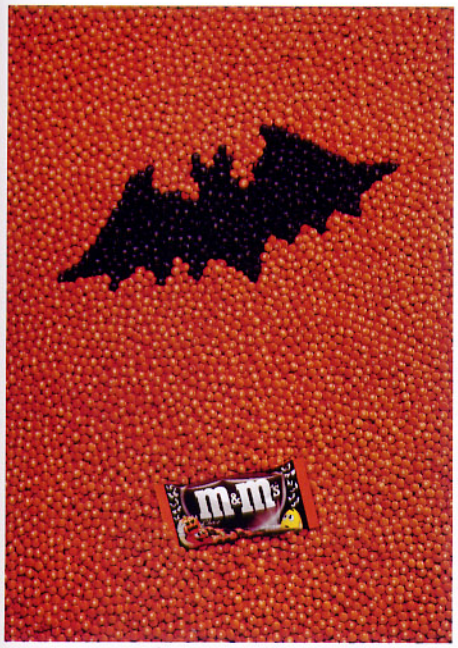
飲料水製造 Soft Drinks Manufacturer

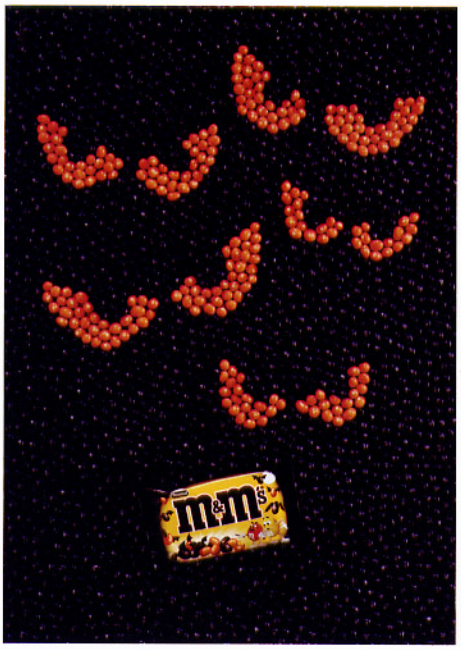
販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2002-2003 Portugal

CD, CW: Jaume Mones AD: Francesc Talamino
P: Joan Garrigosa / Arex Torrent CW: Sergi Coulibaly
SB: Bassat Ogilvy, Barcelona









M&M's ハロウィンスペシャル版

M&M's Halloween Special Edition

M&M'sハロウィンスペシャル版に直接結びつくように、おばけ・カボチャ・こうもりなどハロウィンらしい画像を使用しました。

Halloween images of ghosts, pumpkins, bats, etc. were used in this campaign to create a direct link to M&M's special Halloween edition.

Masterfoods GmbH

スナック食品製造 Snackfood Manufacturer

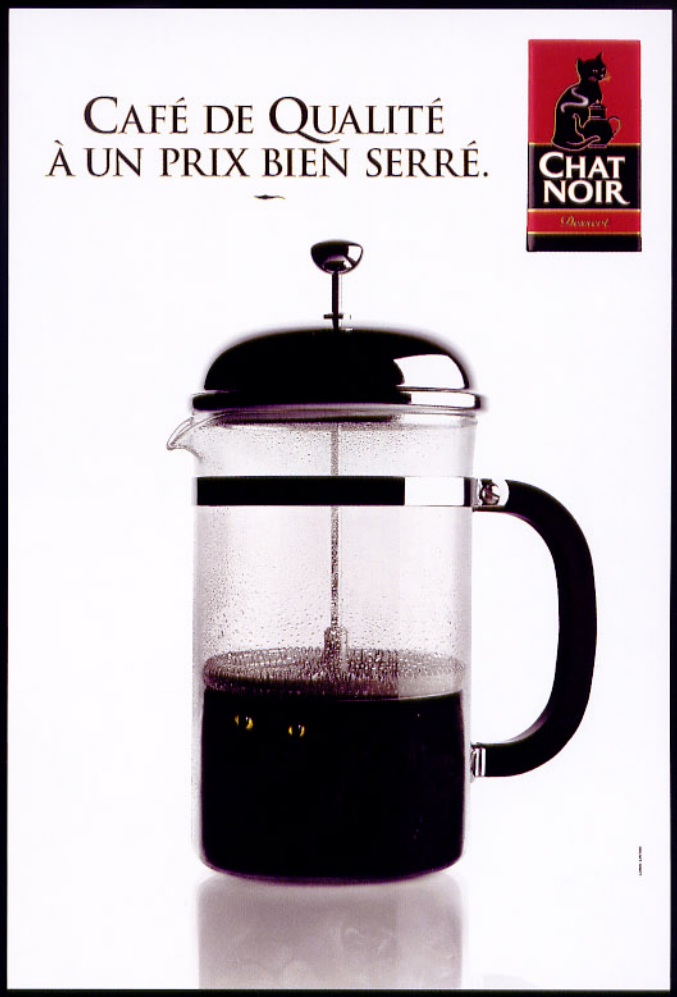
販売促進用ポスター、雑誌広告
Promotional Poster / Magazine Advertisiement 2001 / 2002 Germany

CD: Marco Pupella AD: Katja Luckas
P: Jost Hiller DF, SB: BBDO, Düsseldorf

CAFÉ DE QUALITÉ À UN PRIX BIEN SERRÉ.

CHAT NOIR
Dessert

LOWE LINTAS



品質の高いコーヒーですが、価格を本当にしぼっています。

Quality coffee. But we've really squeezed the price.

シャノアールでは、コーヒーの入れ方や味わいを強調する従来型のメッセージではなく、魅力的で美的な感覚を全面に打ち出したキャンペーンを展開。コーヒー豆のブランドだけでは満足できない客層をターゲットにしました。

This campaign for Chat Noir coffee used attractive, sexy imagery, rather than expertise or flavor, to target consumers who don't want to buy a brand.

Douwe Egberts / Chat Noir

コーヒーブランド Coffee Brand

バス停留所ポスター **Bus Shelter Poster** 2000-2001 Belgium

CD: Georges Lafleur AD: Laurence van de Putte / Laurent Diercksens
P: Hans Kroeskamp CW: Eric Maerschalck SB: LOWE

Hairy Crabs aren't Hairy Crabs unless they're from us. The Tai Thong Group Of Restaurants. Flown in fresh from China, our authentic succulent Hairy Crabs can be enjoyed for only **RM49.90** a crab. This special price is valid for a limited period. Tai Thong Group Of Restaurants

Tai Thong グループレストランの広告。正真正銘の毛ガニを食べられる唯一のレストランであることを示しています。

There's only one place to go for authentic hairy crabs. And that's Tai Thong Group of Restaurants.

Tai Thong Group of Restaurants

レストラン Restaurant

広報用ポスター、雑誌広告
Publicity Poster / Magazine Advertisement 2001 Malaysia

AD: Loh Chan Wai / Kelvin Leong P: Fai,Lim Studio
CW: S.Ravinath / Kit Ong / Adam Miranda DF, SB: Saatchi & Saatchi

ビールの栓に「かみつかれた」ときの表情を過激にクローズアップした鮮烈なイメージ。シャープなのどごし、すっきりキレのある味わいと後味で世界を席巻する Steinlager ならではの作品です。

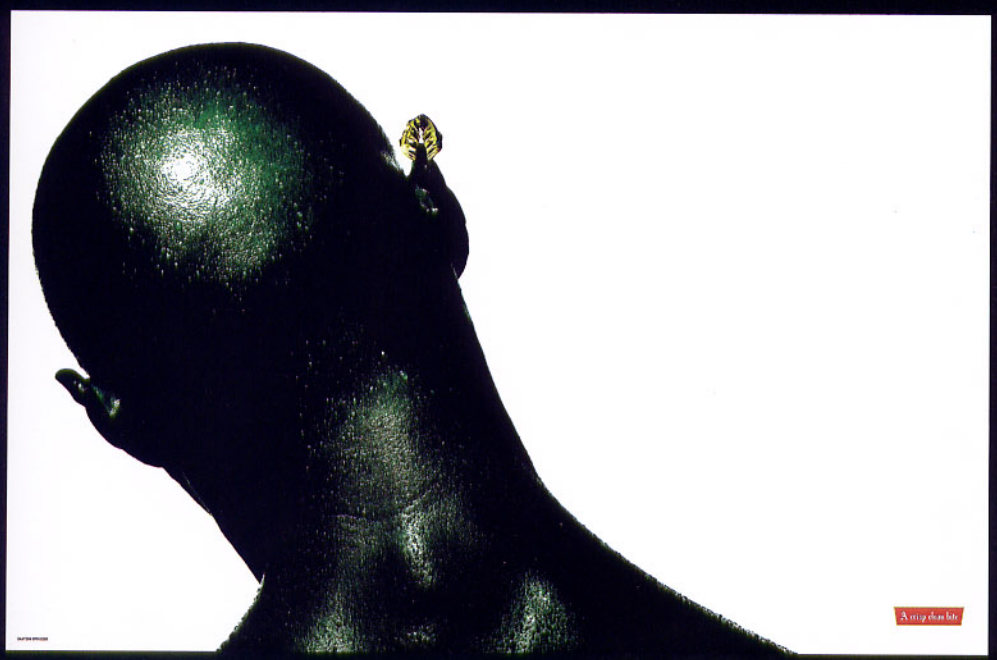
Visually arresting images, extreme close-ups of human features being "bitten" by a Steinlager bottle top. The Steinlager beer is distinctive and internationally respected for its sharp, crisp, clean taste and finish.

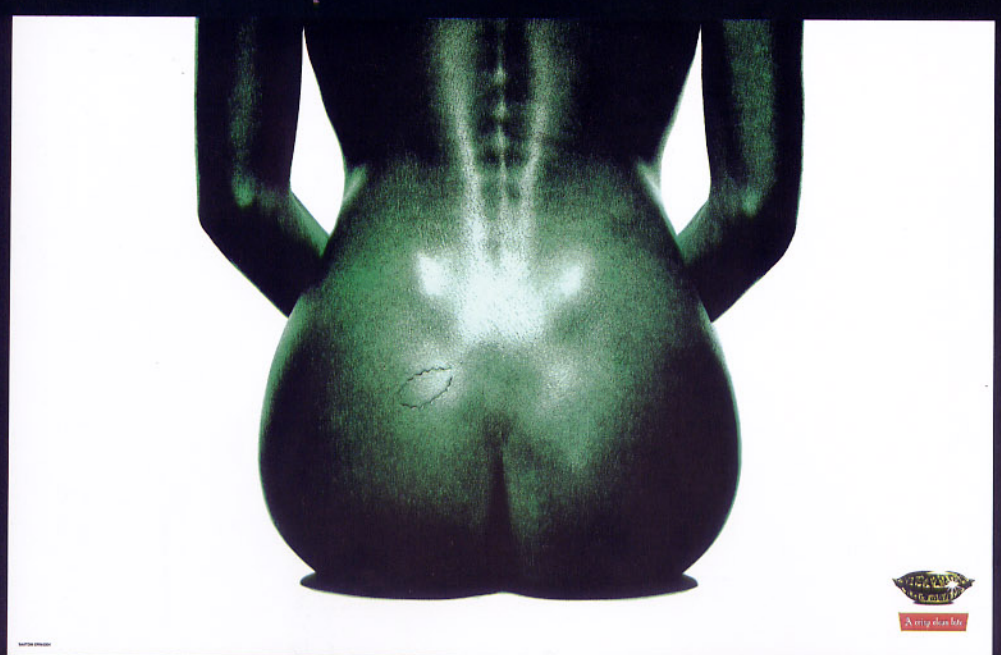
Lion Breweries

酒造業 Brewing Industry

屋外ポスター、雑誌広告
Outdoor Poster / Magazine Advertisement 2001 New Zealand

CD: Basil Chritensen CW: Damon O' Leary P: Eryk Fitkau
SB: Saatchi & Saatchi





Sunkist
ヘルシーが、うれしいね。
8種類以上のヘルシー成分が、カラダにうれしい。
サンキストオレンジは、天然のバランス健康食品です。
ビタミンC以外にも、葉酸、リモニン、カリウム、食物繊維、さらにはカルシウム、クエン酸、ナイアシンなど、他では摂りにくい天然成分がいっぱい。ガンや心臓疾患、高血圧といった生活習慣病のリスクを軽減すると言われる栄養素が豊富に含まれています。子供から大人まで、1日1個。みんなでヘルシースマイル。
ヘルシースマイル
Sunkist
原産国：アメリカ・カリフォルニア／アリゾナ Sunkist および Sunkist は SUNKIST GROWERS, INC. U.S.A. の登録です。 http://www.sunkist.co.jp

ヘルシーが、うれしいね。

Healthy is happy.

美味しく食べられて、健康に役立つ栄養が豊富なサンキストオレンジ。
家族みんなで食べて、健康になって、明るく楽しく暮らしましょう!という提案をする「ヘルシースマイル」広告キャンペーン。

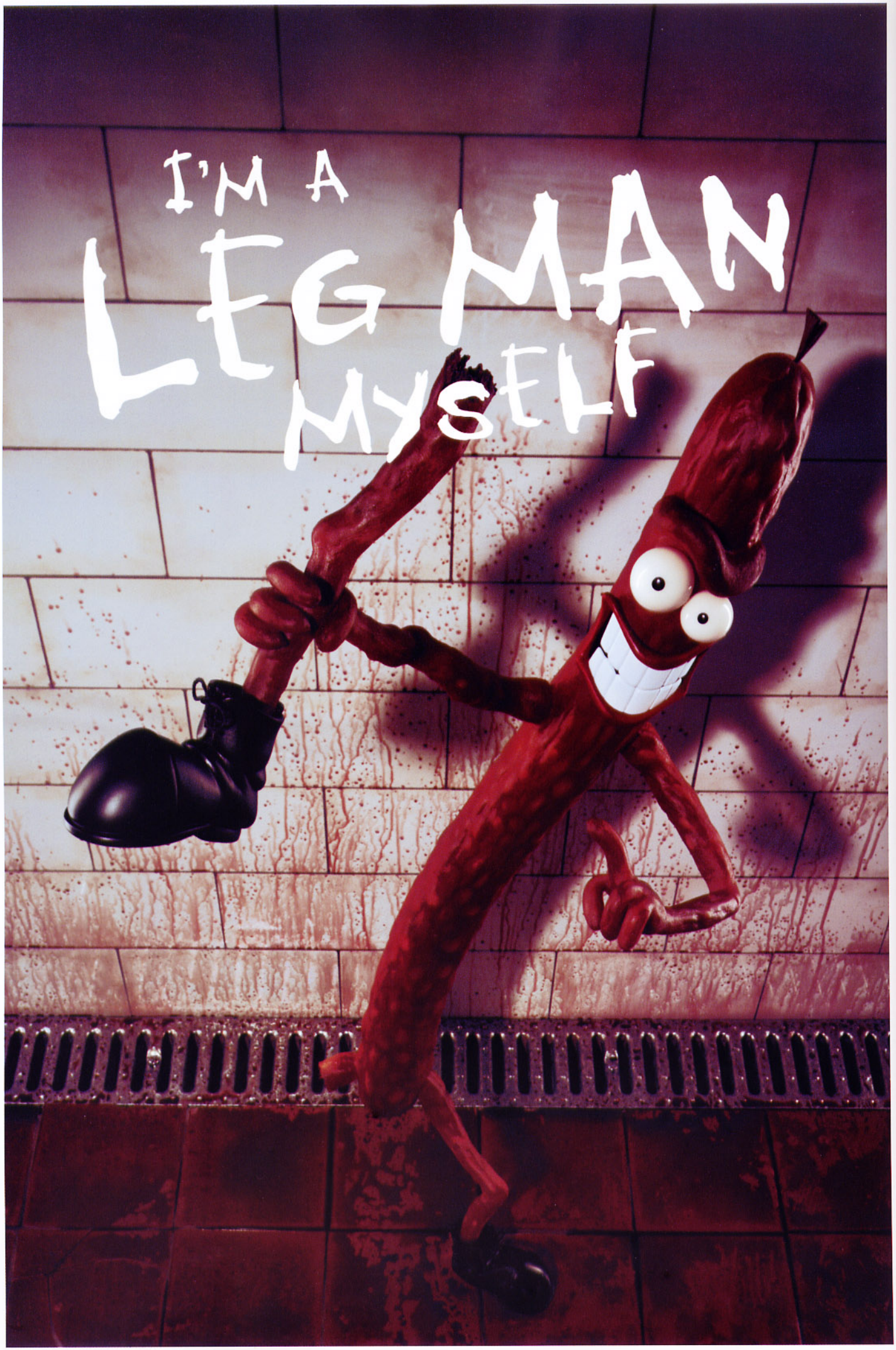
Sunkist oranges—delicious, nutritious and good for the health. The "healthy smile" advertising campaign proposes that the entire family eat together, get healthy, and live a fun and cheerful life.

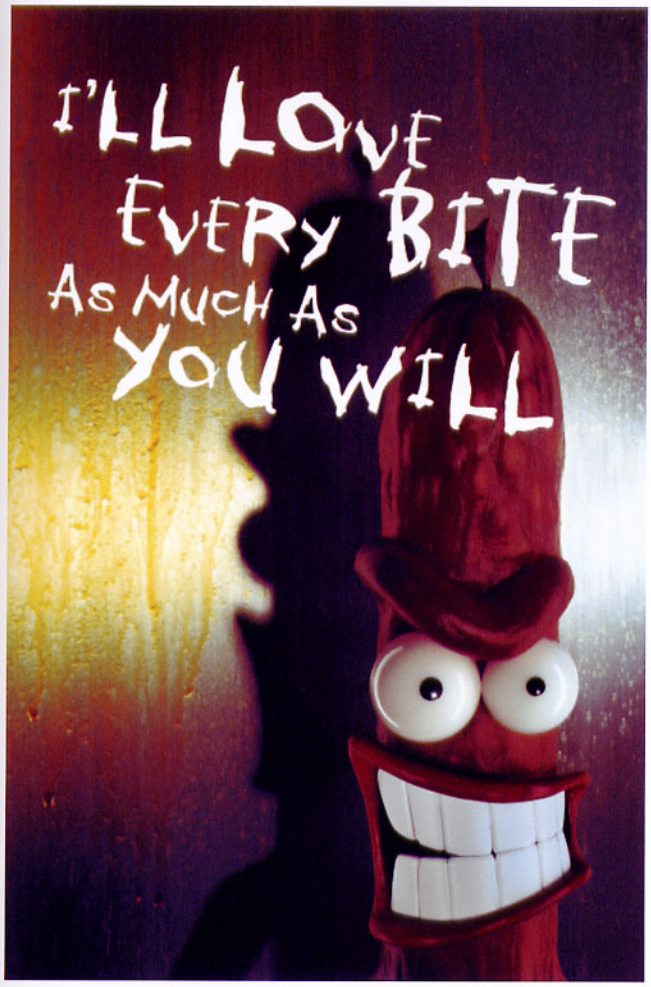
サンキスト・グロワーズ・インコーポレイテッド
Sunkist Growers, Inc.

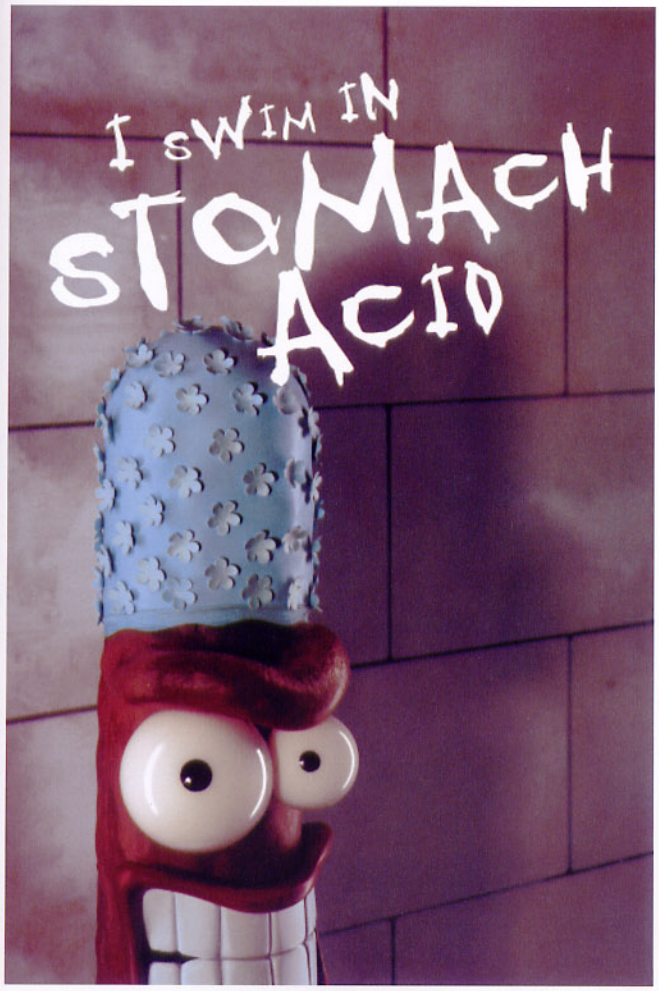
柑橘類輸入業 Citrus Import Business

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002 Japan

CD: 阿部 忠幸 Tadayuki Abe AD, D: 大村 和郎 Kazuro Ohmura
P: 鈴木 伸之 Nobuyuki Suzuki
CW: 本間 英治 Eiji Honma / 清水 譲治 Johji Shimizu
SB: エフ・シー・ビー・ワールドワイド(株) FCB Worldwide (Japan)


I'M A
LEG MAN
MYSELF





オレ様がレッグマン

I'm a legman myself.

オレはアンタのそのひと噛みひと噛みが好きだね

I'll love every bite as much as you will.

胃酸の中でおよぐぜ

I swim in stomach acid.

なんでタバコの害ばかりが責められるんだい?

How come cigs get all the health warnings?

テレビで展開していた Peperami のキャンペーン(ちょっと動物的)を初めてポスター化。アナーキーなキャラクターはそのまま残されている。

The concept was to take the established Peperami television campaign (It's a bit of an animal) into the medium of posters-the first time this advertiser had done so, whilst retaining the character's anarchic persona.

Van den Bergh Foods

食品メーカー Foods Maker

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2001 England

CD: Charles Inge AD, CW: Matt Allen P: Paul Bevitt CW: Liam Butler
SB: LOWE

今日の活力、100%フルーツバー。

Energy to go. 100% fruit bar.

100%果汁から抽出した成分を前面に出し、製品の利点を実証したOutdoorキャンペーン。グラフィックを利用したシンプルなデザインを目指した。

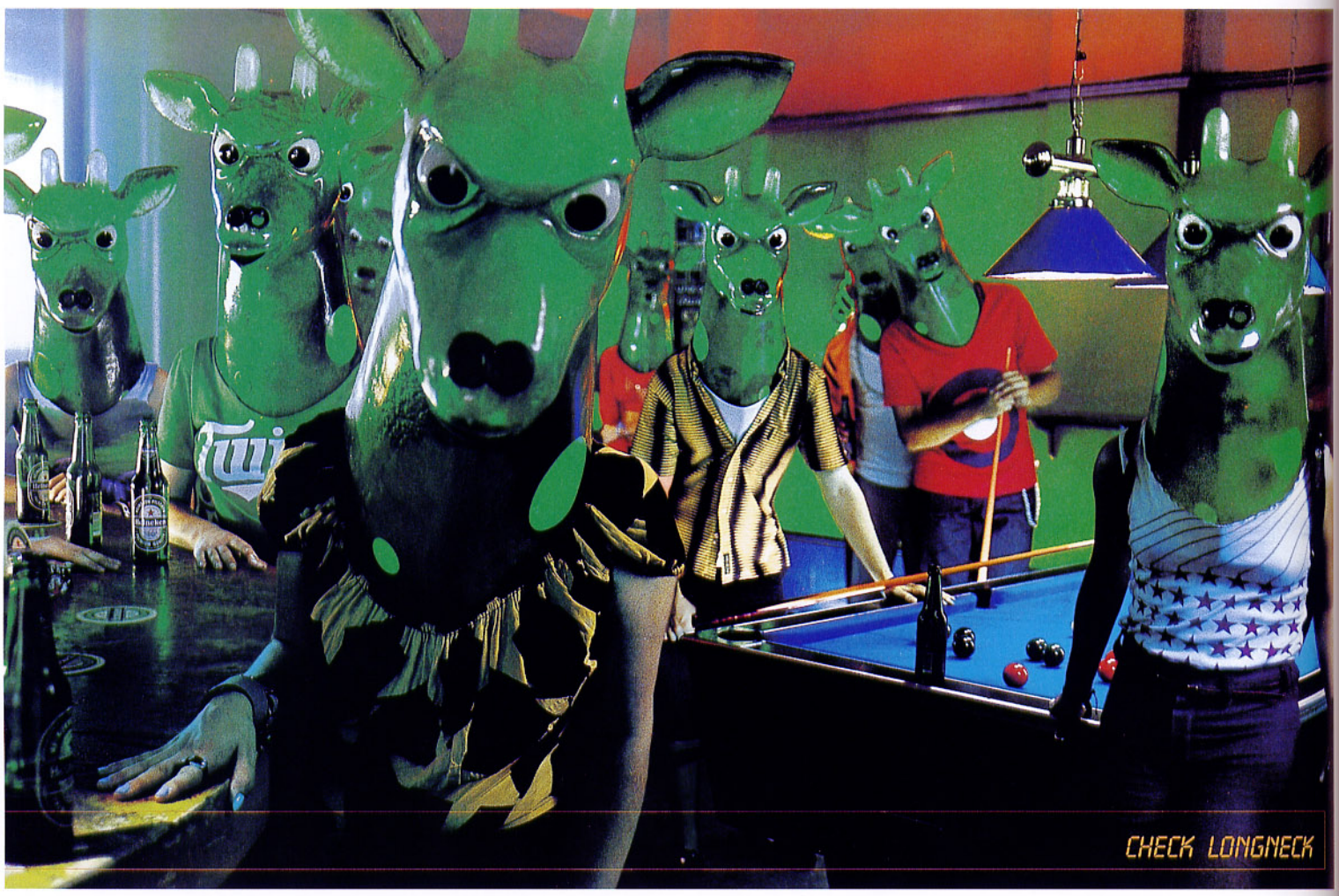
The idea was to use the ingredients to demonstrate the product benefit, which is energy from 100% real fruit. Since this was an Outdoor campaign, we wanted to do something that was graphic and simple.

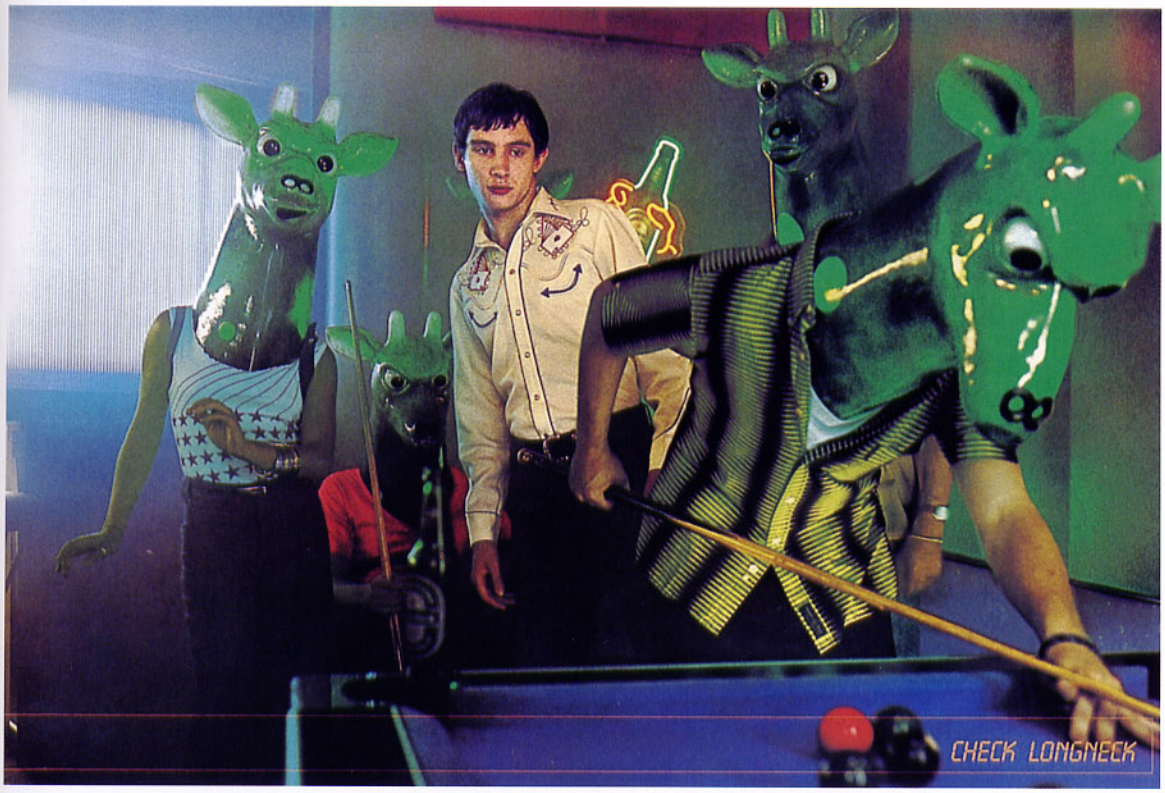
Sun-rype Products Ltd.

食品メーカー　Foods Manufacturer

雑誌広告、屋外ポスター
Magazine Advertisement / Outdoor Poster 2001 Canada

CD: Randy Stein AD: Dean Lee P: Philip Rostron I: Instil Productions
CW: Brent Wheeler SB: Palmer Jarvis DDB


CHECK LONGNECK



チェック ロングネック

Check Longneck

オランダで最も愛されているビール、Heineken の新製品はハイネケン・ロングネック。長い首のボトルとキリンを組み合わせました。

The launch campaign for Heineken Longneck, a new bottle shape for the most popular beer in the Netherlands, shows long-necked giraffes enjoying a Longneck.

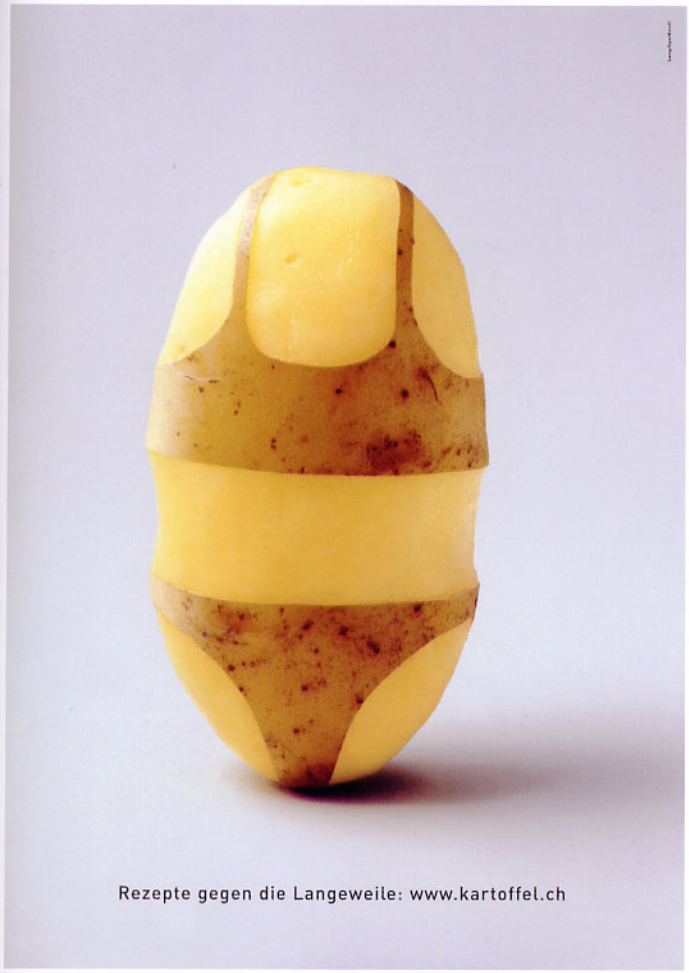
Heineken

酒造業 Brewing Industry

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2000 Netherlands

AD: Erik Kessels / Karen Heuter P: Jean-Pierre Khazem CW: Johan Kramer / David Bell DF, SB: KesselsKramer

Rezepte gegen die Langeweile: www.kartoffel.ch



飽きないレシピ

Recipes against boredom

人はじゃがいもの味わいに飽きることはありません。むしろ、さまざまな食べ方で楽しめるくらいです。じゃがいもの人間味ある風貌は、それを伝えるためです。

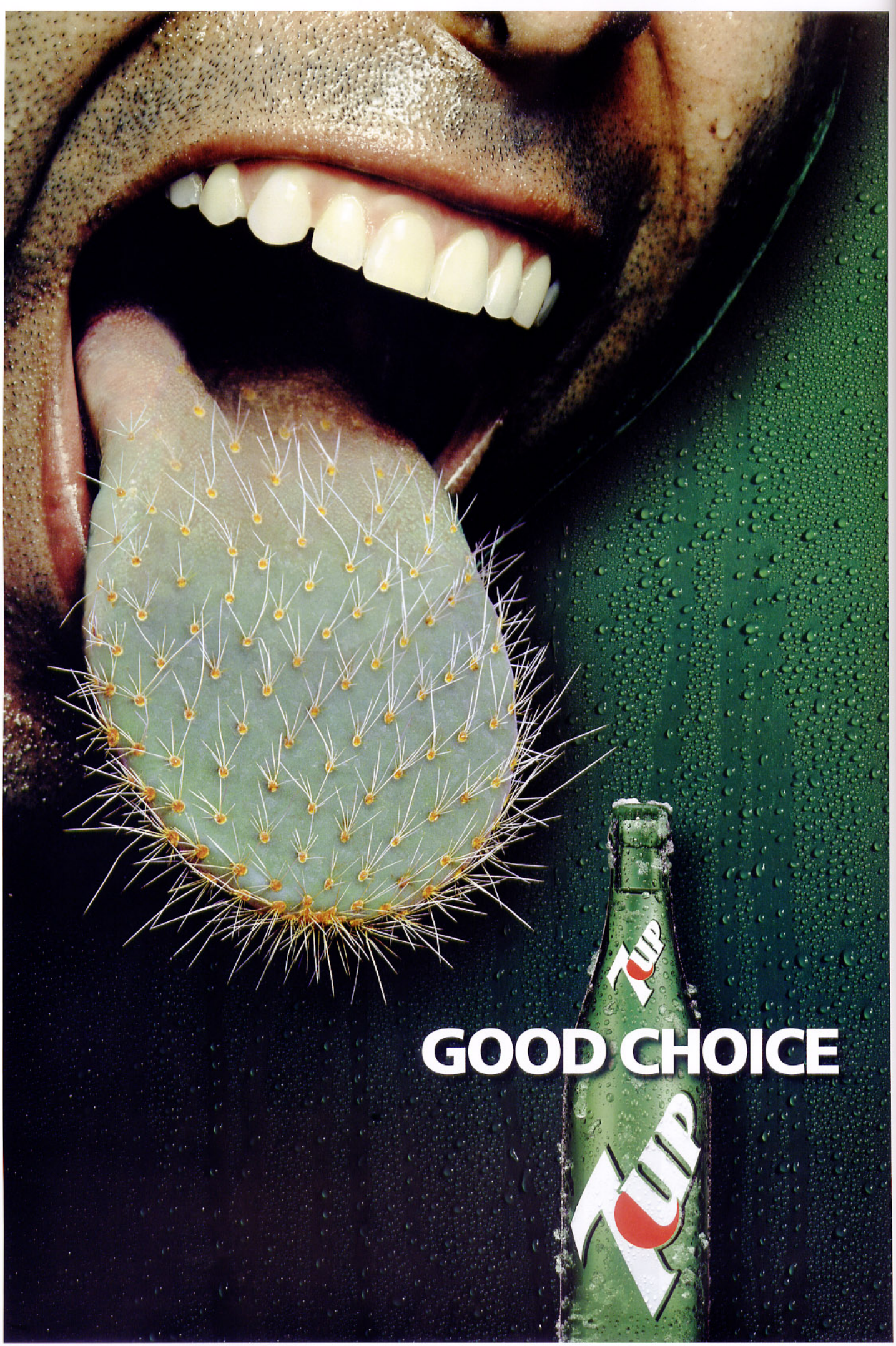
Potatoes are given a human touch to show that eating potatoes is not boring but can be a lot of fun.

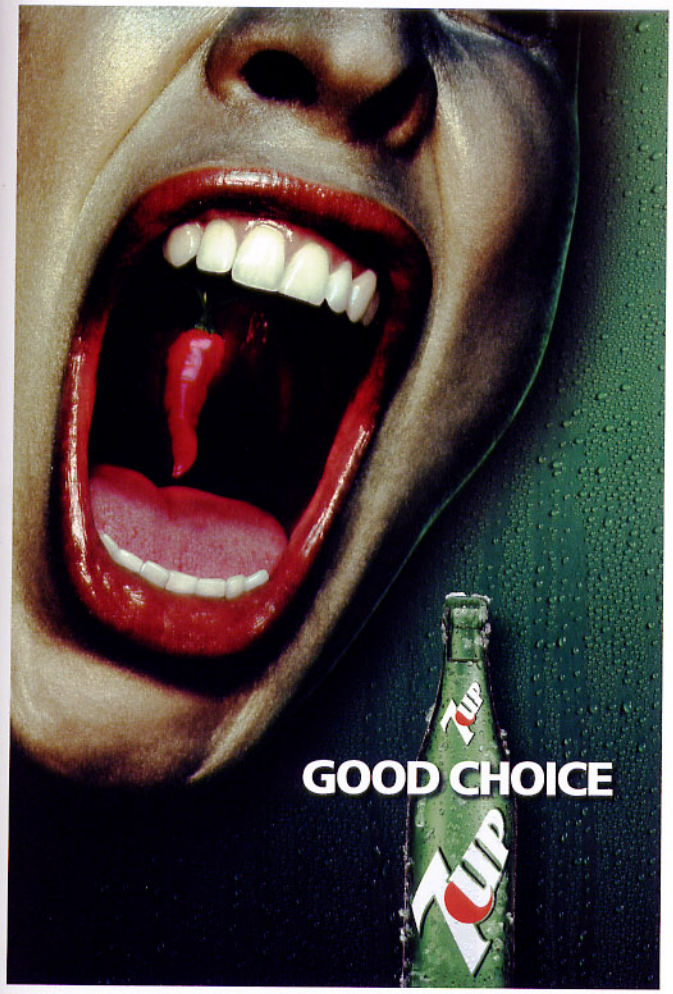
Swiss Potatoes Board

食品協会 Food Association

雑誌広告、アドカード
Magazine Advertisement / Ad Card 2002 Switzerland

CD: Gerhard Blättler P: Guy Jost SB: LangGysiKnoll


GOOD CHOICE
7UP
7UP



賢い選択

Good Choice

のどが渇いてしょうがないなら、もうセブンアップしかない。

When you have a great thirst there is only one choice, 7up

Pepsi (7up)

飲料水製造 Soft Drinks Manufacturer

屋外ポスター **Outdoor Poster** 2001 England

AD, D: Simon Haslehurst / Eric Ronshaugen P: George Logan I: Pixel Dave
SB: CHJM

吃我
吃我
吃我
Zespri
KIWIFRUIT
吃我！吃我！吃我！豐富維他命，吃越多，養顏美容越青春！每天一顆，快來吃我！
Zespri
紐西蘭奇異果

さあ、どうぞ、召し上がれ！ビタミンたっぷり。食べるほど、お肌しっとり、美しく。1日1個、Zespri のキウイを召し上がれ！

Eat me, eat me, eat me. With abundant vitamin. The more you eat, the prettier and healthier you will become. One Zespri per day, Come on, eat me!

さあ、どうぞ、召し上がれ！豊富な食物繊維に低カロリー。食べるほど、体型すっきり。1日1個、Zespri のキウイを召し上がれ！

Eat me, eat me, eat me. High fiber and low calorie. The more you eat, the prettier your figure will become. One Zespri per day, Come on, eat me!

独特の個性が消費者を強く魅了するキウイフルーツ。その個性を利用し、ヘルシーさと特徴的な外観を宣伝します。

Kiwifruit are given different personalities to increase the appeal to consumers and promote the healthy and interesting character of the fruit.

Zespri New Zealand Kiwifruit
果実取扱い業 Fruit Dealers
新聞広告 **Newspaper Advertisement** 1998 R.O.C. Taiwan
CD: Norman Tan / Sean Liang AD: Hoho Liu P: Da-Ning Lee
CW: Winnie Chang SB: J. Walter Thompson

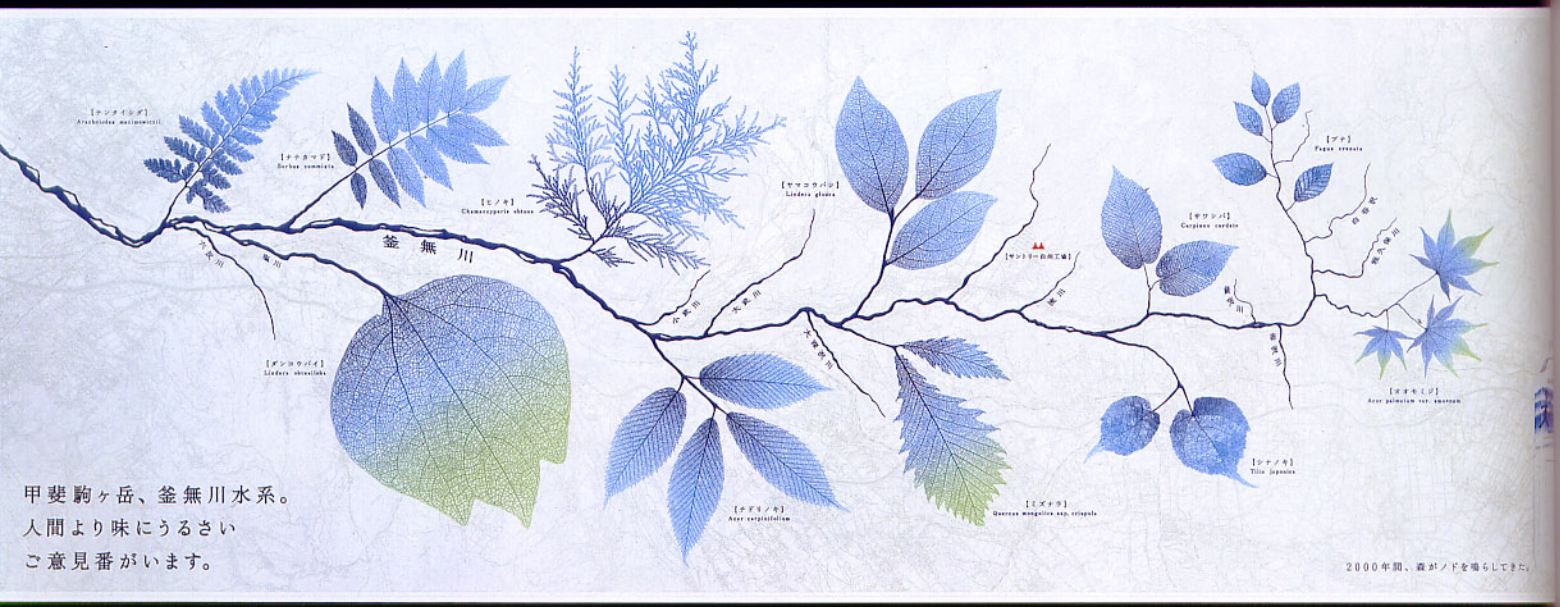
ハハハ、僕の食物繊維はグレープフルーツの2.6倍

Ha! Ha! Ha! My fiber is 2.6 times more than grapefruit.

果物を擬人化することで、栄養タップリの Zespri キウイを食べたいと思わせるように作りました。

By personifying fruits, consumers become interested in eating nutritious Zespri New Zealand Kiwifruit.

Zespri New Zealand Kiwifruit
果実取扱い業 Fruit Dealers
新聞広告 **Newspaper Advertisement** 1998 R.O.C. Taiwan
CD: Norman Tan / Wei Wei Chen AD: Judy Tao D: Koji Guan
CW: Julianne Wu SB: J. Walter Thompson



甲斐駒ヶ岳、釜無川水系。人間より味にうるさいご意見番がいます。

Kaikomagatake, Kamanashi River water system. Connoisseurs of good water are more particular than people.

人間が飲む前から、大自然が飲んでいた水。それは清らかで美味しいはずです。南アルプスから流れ出る釜無川から採取されるこの天然水を、その川とその地に生息する植物の葉を実際の地図上で融合させて、ひとつの大きな大水脈に仕立てました。

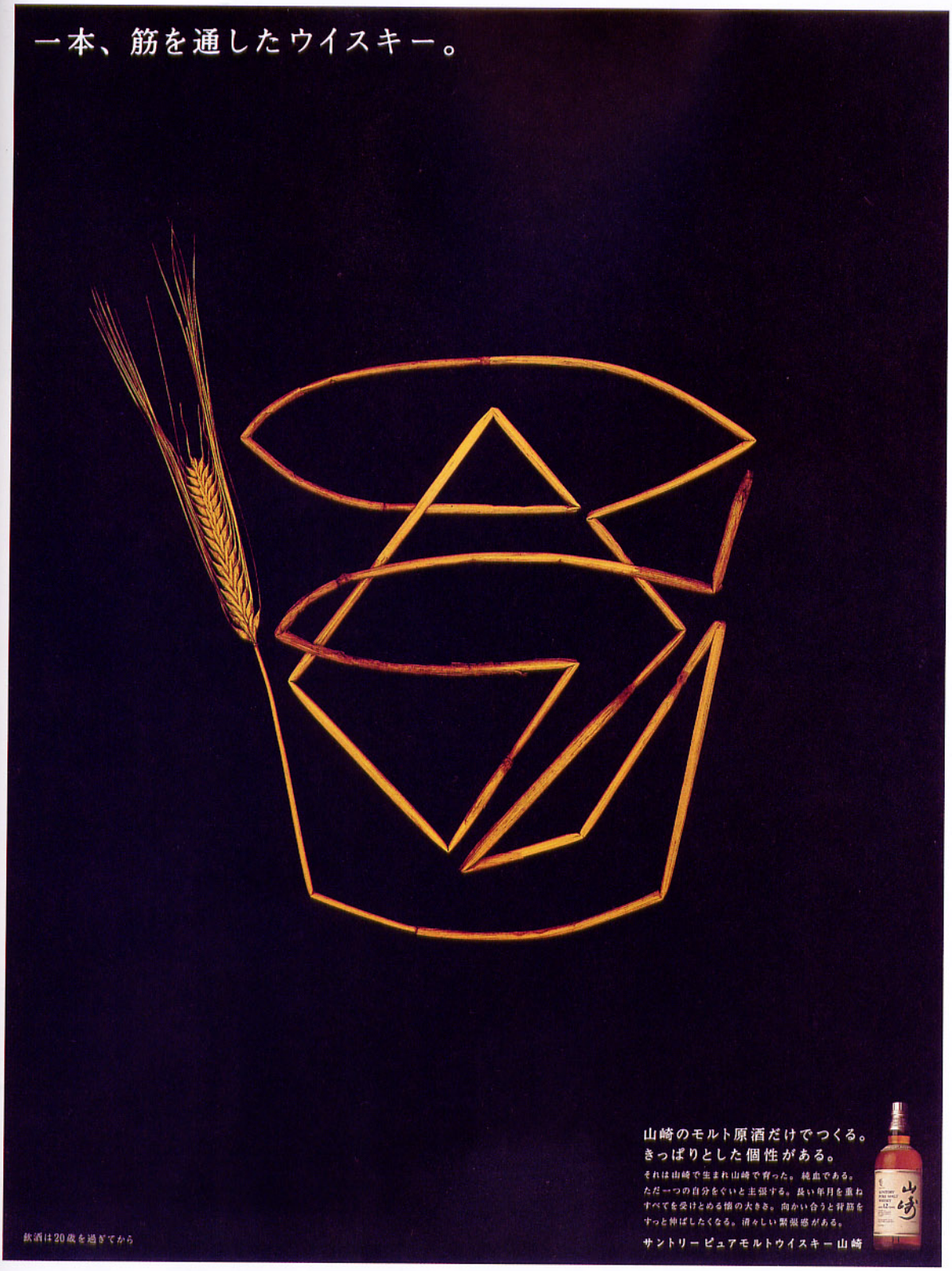
Water that nature drank long before people did. Smooth and delicious. A giant water vein created by fusing leaves of plants living by this river with natural water taken from the Minami Alps river on a map.

サントリー **Suntory Limited**

飲料メーカー Beverage Maker

販売促進用ポスター Promotional Poster 2000 Japan

CD: 大島 征夫 Yukio Ohshima AD: 徳田 祐司 Yuji Tokuda D: 中村 征士 Masashi Nakamura / 小野 勝也 Katsuya Ono P: 瀬尾 隆 Takashi Seo
CW: 関 陽子 Yoko Seki DF: コモンデザイン室 Common Design
SB: (株)電通 Dentsu Inc.



一本、筋を通したウイスキー。

A clear, single line of whiskey making.

日本を代表するシングルモルトウイスキーである「山崎」を麦の一筆描きで表現しました。

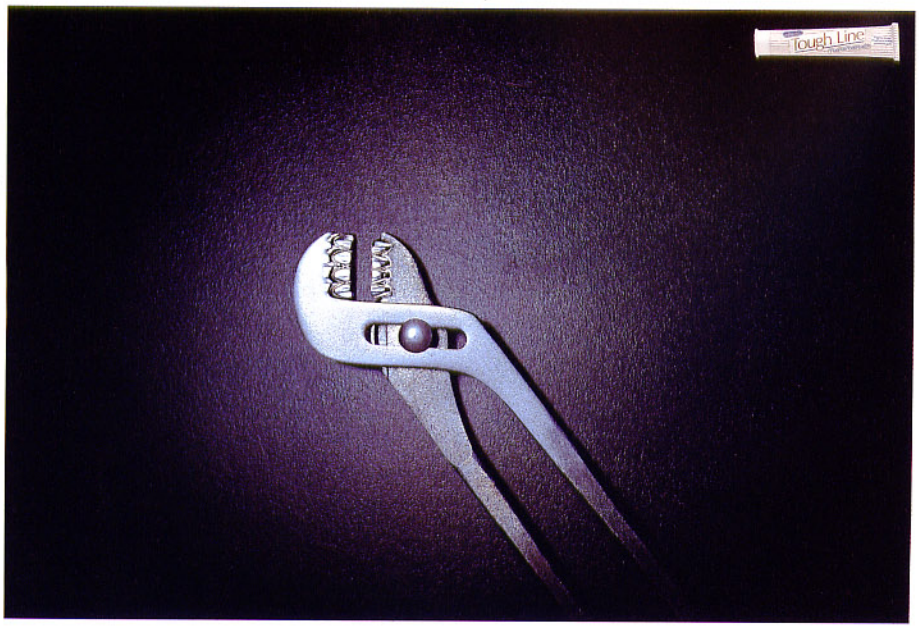
The character "mugi" (barley) made from a single stroke expresses Yamazaki, one of Japan's representative single malt whiskies.

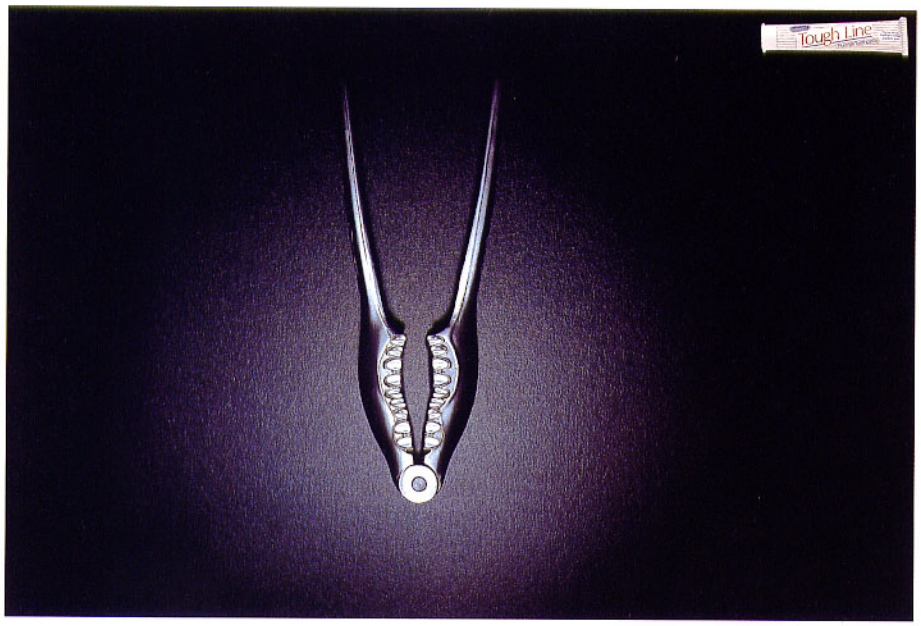
サントリー(株) **Suntory Limited**

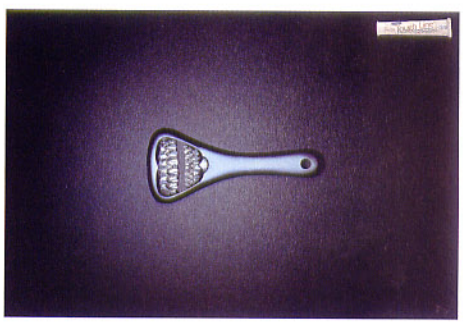
酒造業 Brewing Industry

新聞広告 **Newspaper Advertisement** 2000 Japan

CD, CW: 安谷 滋元 Jigen Yasutani CD, AD, D: 根岸 正樹 Masaki Negishi
P: 羽金 和恭 Kazuyasu Hagane SB: 大広 Daiko Advertising Inc.







Tough Line

「歯を強くするToughlineの歯磨粉」。シンプルかつ斬新で、力強く表現しました。

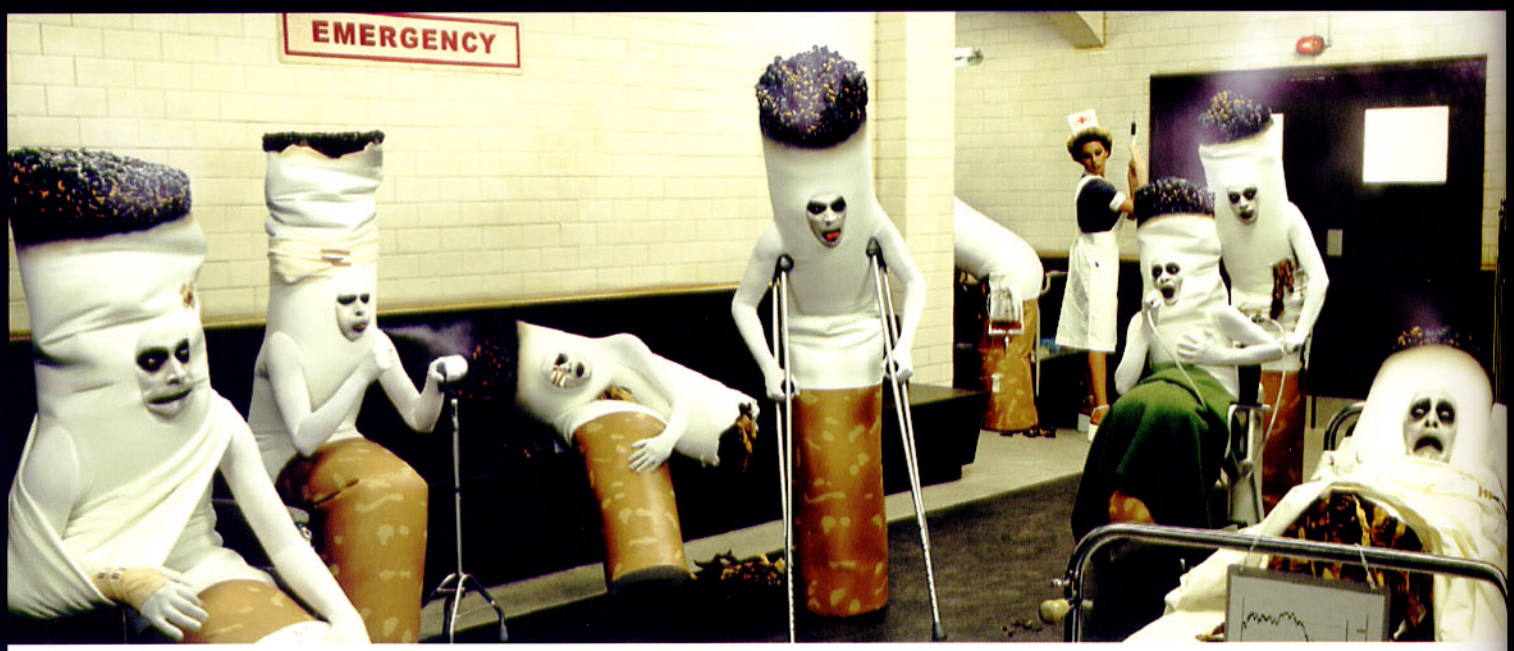
These simple, cutting-edge and powerful ads say "use Tough Line toothpaste for stronger teeth".

Ramadon Investments Pte Ltd

オーラルケア商品メーカー Manufacturer of Oral Care Products

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1998 Singapore

AD: Gregory Yeo P: Eric Seow CW: Junstin Lim Retoucher: Yau Digital Imaging DF, SB: Ogilvy & Mather

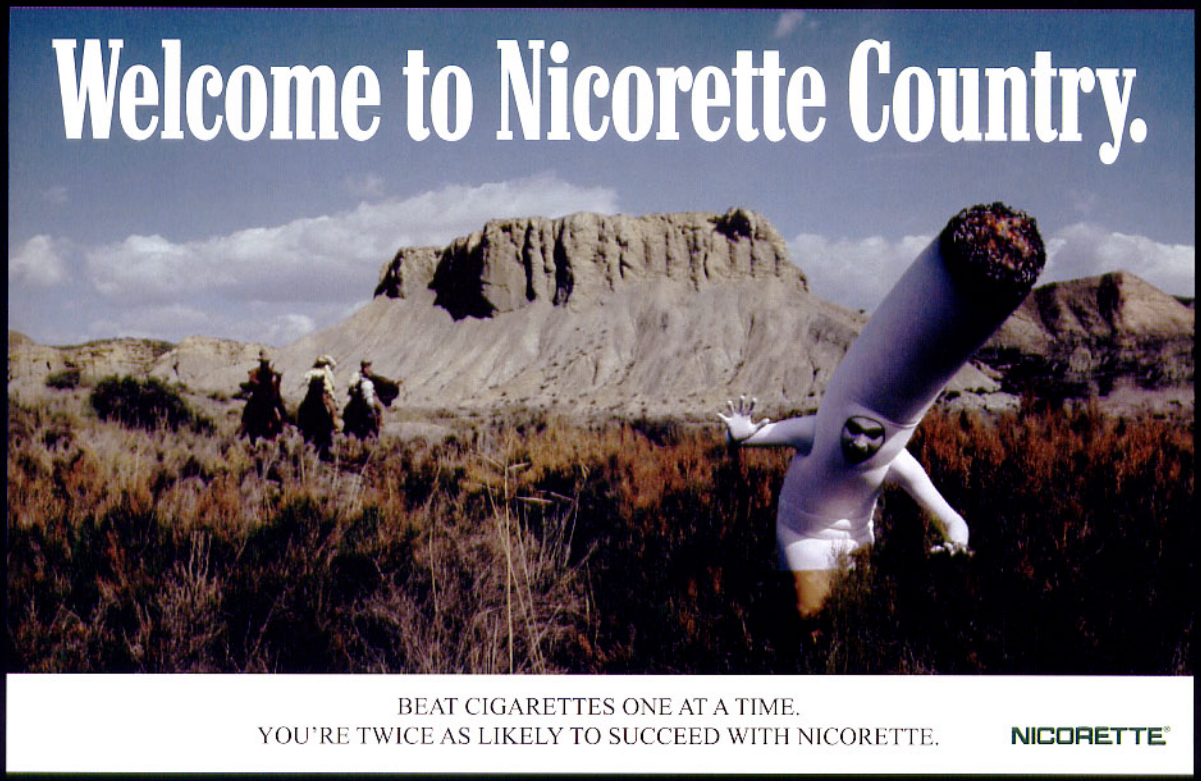


BEAT CIGARETTES ONE AT A TIME.

YOU'RE TWICE AS LIKELY TO SUCCEED WITH NICORETTE.*

nicorette

*COMPARED TO WILLPOWER ALONE. CONTAINS NICOTINE. ALWAYS READ THE LABEL. WILLPOWER REQUIRED. WWW.NICORETTE.CO.UK 0800 244 838.



まず、タバコを1本我慢することからはじめましょう。
それができれば大丈夫。
ニコレットを使えば禁煙の成功は間違いないでしょう。

Beat cigarettes one at a time. You're twice as likely to succeed with Nicorette.

ニコレットの国へようこそ。

Welcome to Nicorette country

眠っている時、喫煙への渇望も眠っている。

While you're asleep, so are your cravings.

Nicorette

医薬品製造販売 Medical Supplies Manufacture and Sales

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2001 England

CD: Peter Souter AD: Cameron Blackley P: Pierre Winther
CW: Cameron Mitchell SB: Abbott Mead Vickers BBDO

一杯のアリエールですごい効きめ

All the power of Ariel in a single dose.

P&G社の広告。キャンペーンのコンセプトは抜群の洗浄力。しかし今回は初めての試みとして、真っ白な仕上がりを見せるのではなく、シミを見せる手法を採用。

The campaign concept was superior cleaning, but stains were shown instead of impeccable results for the first time in Procter and Gamble advertising.

Procter & Gamble

洗濯洗浄関連製品メーカー
Manufacturer of Laundry and Washing Products

広告看板 **Billboard** 2001 France

AD: Benoît Raynert CW: Jean-François Fournon DF, SB: Saatchi & Saatchi

Make yourself unattractive.

あなたを魅力的でなくさせます。

Make yourself unattractive

Pellitを使えば、虫は寄りつきません。

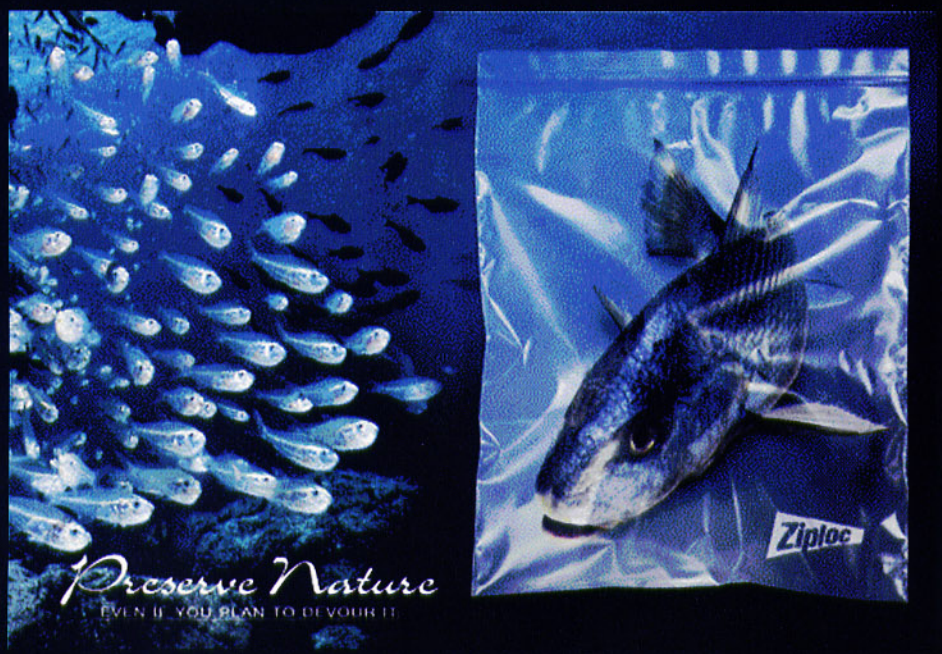
When you use Pellit, you look repellent to midges.

Engelhard Arzneimittel Insect Repellent

防虫剤製造 Insect Repellent Manufacturer

雑誌広告、販売促進用ポスター
Magazine Advertisement / Promotional Poster 2001 Germany

AD: Raphael Puettmann P: Matthias Koslik CW: Oliver Handlos
SB: Scholz & Friends Berlin



自然を保存

Preserve nature.

食品の鮮度を保つメッセージをつきつめたら、
生物をまるごとパックした作品になりました。

This extreme concept shows live animals in ziploc bags to reinforce the message preserve food as naturally as possible.

S. C. Johnson

生活用品製造販売 Home Care Products

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2000
Brasil

CD: Adilson Xavier / Cristina Amorim
AD: Isabella Torquato
P: Platinum Studio CW: Toninho Lima
SB: Giovanni, FCB

「シミにアリエールをけしかける」というキャッチコピーは、この洗剤がシミにとって天敵であることを表現している。ポーランド語では、「注ぎかける」と「けしかける」が同じ単語なのだ。

The headline "Unleash Ariel on stains" suggests that the product is a predator for stains. The words for pour and unleash are the same in Polish.

Procter & Gamble

洗濯洗浄関連製品メーカー
Manufacturer of Laundry and Washing Products

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001 Poland

AD: Andrzej Ratajczyk P: Jacek Wolowski CW: Jarek Kaminski
DF, SB: Saatchi & Saatchi

K-3

おはよう

Good Morning

気持ちよく剃れることを直感的に、ユーモアをもって伝えている。

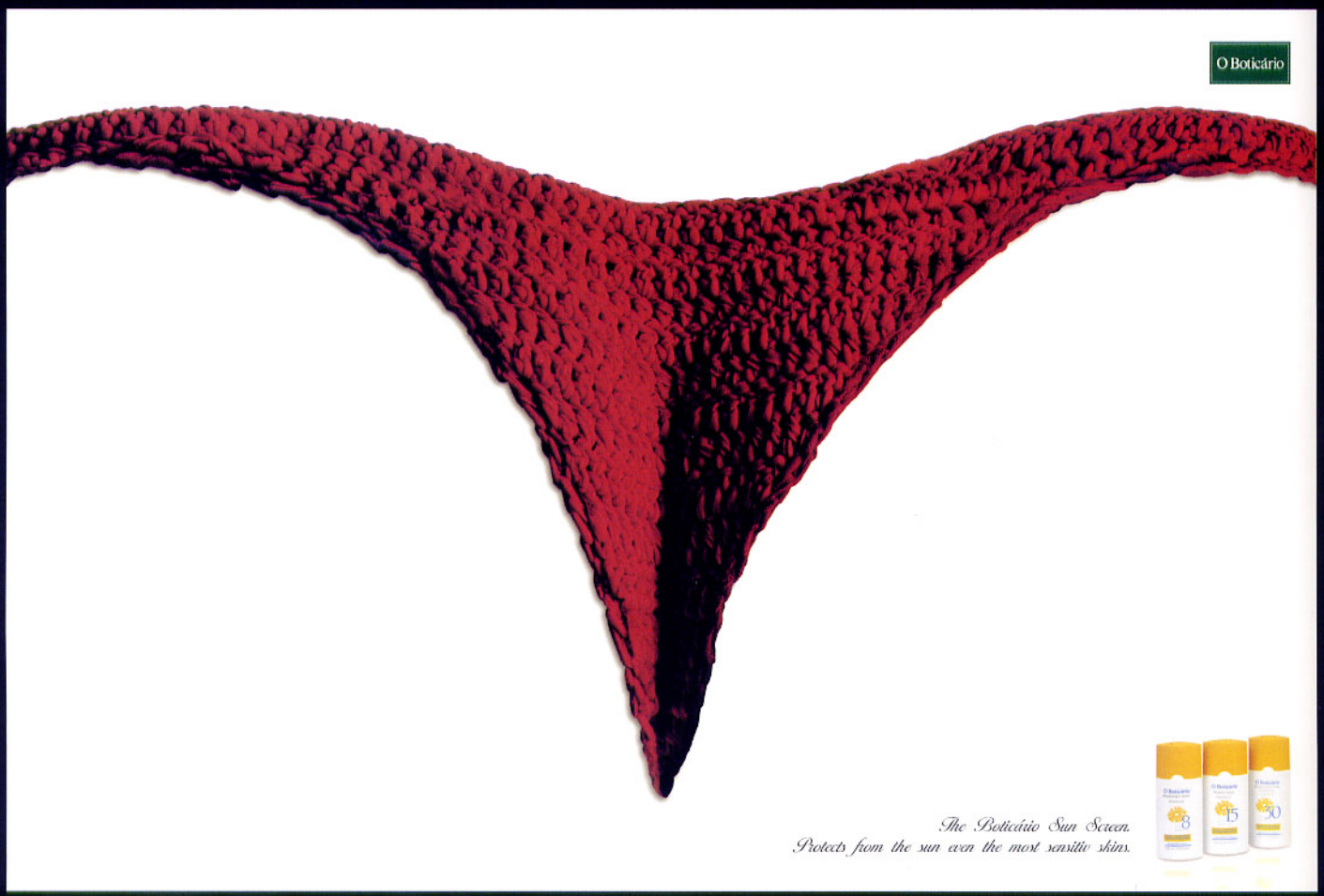
The great feeling of a close shave, conveyed intuitively with a humorous touch.

貝印(株) Kai Corporation

カミソリ等刃物製造販売 Razor Blade Manufacture and Sales

雑誌広告 Magazine Advertisiement 2000 Japan

CD: 安念 俊彦 Toshihiko Annen AD: 渡邊 健児 Kenji Watanabe
D: 岡崎 晃史 Koji Okazaki P: 狩野 毅 Takeshi Kano
CW: 倉橋 洋樹 Hiroki Kurahashi
Producer: 栗本 知樹 Hiroki Kurahashi
DF, SB: (株)ライトパブリシティ Light Publicity Co.,Ltd.



ビキニ

Bikini

雑誌の見開きいっぱいに広がるビキニをつけた女性のイメージ。Boticárioのサンスクリーンがあれば、敏感肌でも太陽なんか怖くないというメッセージが伝わってきます。

The two page spread of a magazine suggests the butt in a bikini and the ad shows that the sun protector Boticario protects the most sensitive skin.

Boticário

化粧品メーカー Manufacture of Cosmetics

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002 Portugal

CD: Luis Silva Dias AD: Fabiano Bonfim
P: Yarbas Teixeira Alves CW: Sandro Porto SB: FCB, Portugal

美しき入浴

The Beauty Bath

Pril Lotion はしなやかで美しい手を保つために、Pril Dishwasher を改良してつくられた食器用洗剤です。
広告ではそのスキンケア効果が強調されています。

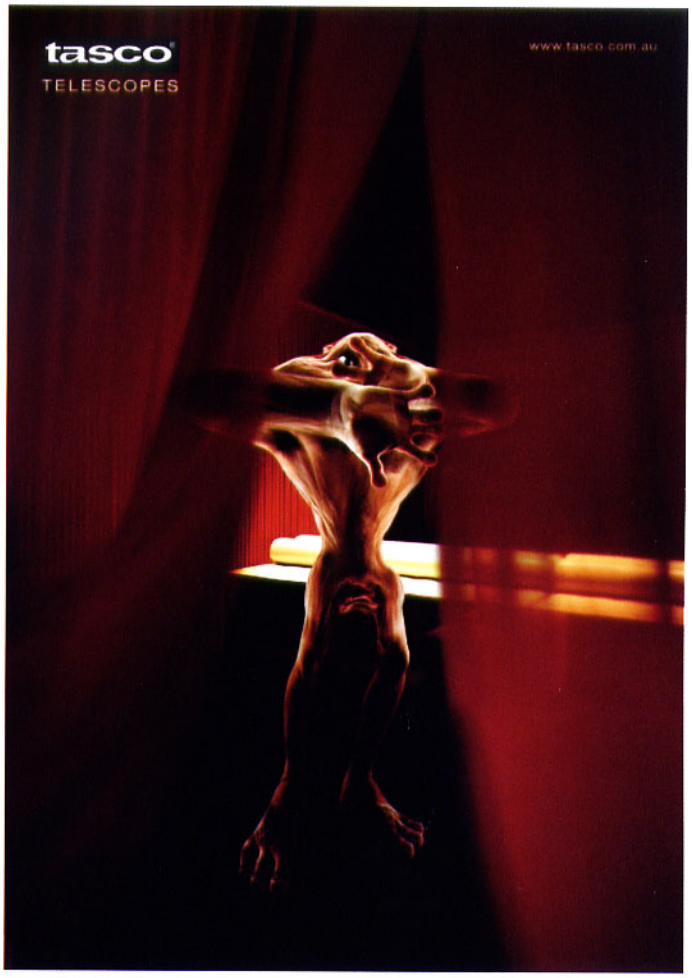
This ad emphasizes the skin care aspect of Pril Lotion, a variant of Pril Dishwasher detergent developed to keep the hand soft and beautiful.

Henkel

食器洗い用洗剤製造 Dishwasher Detergent Manufacture

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001 Turkey

CD: Derya Tambay AD: H. Oner Sahin P: Suleyman Kacar CW: Ergin Koyluceli Producer: A. Umut Tangor / Mehmet K.Tuncer
SB: TBWA, Istanbul



双眼鏡
Binoculars

振りむく
Look back

驚き
Surprise

タスコの天体望遠鏡は性能抜群。宇宙のお隣さんをのぞき見できますよ。

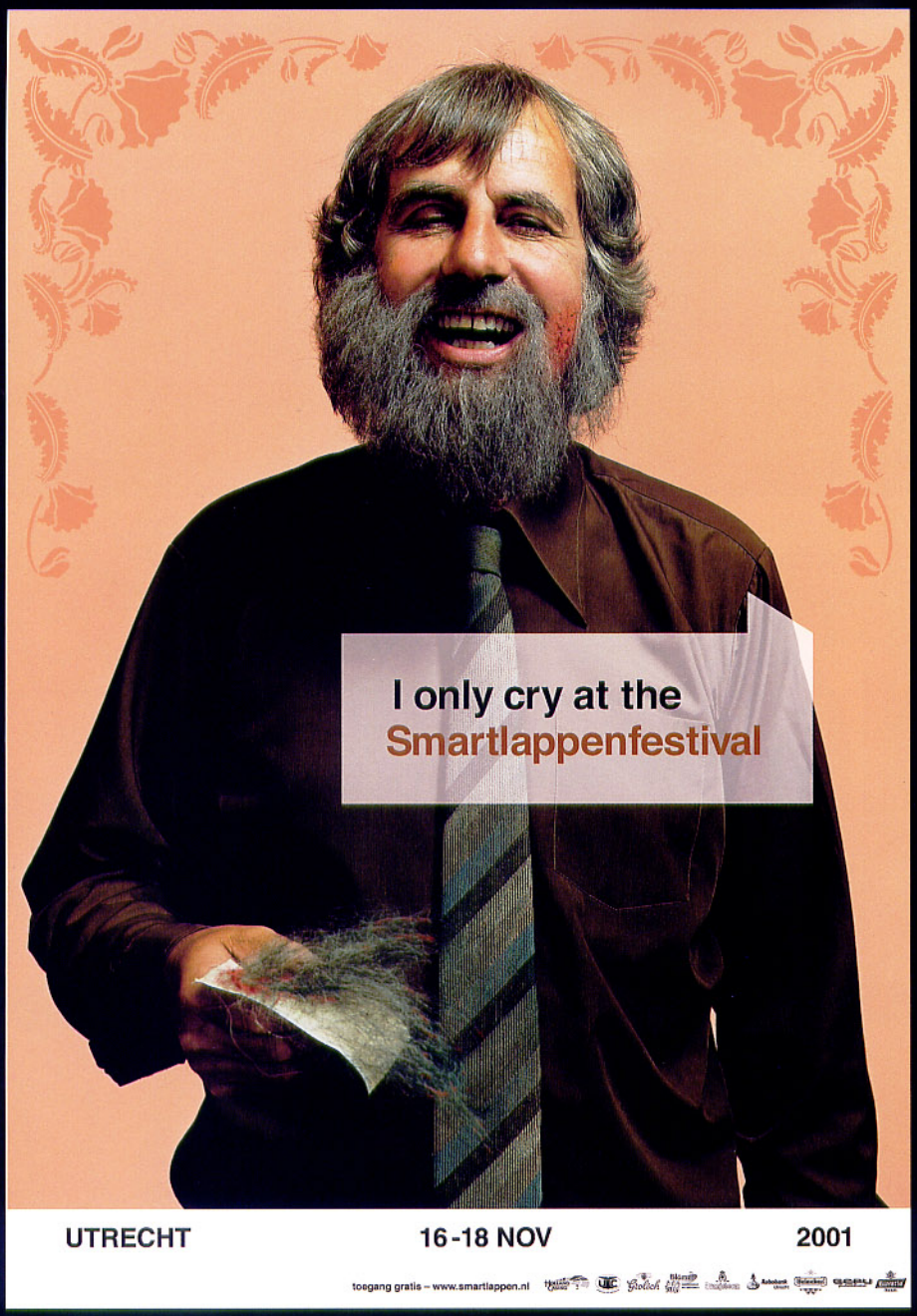
The idea is that Tasco telescopes are so powerful that you can spy on your neighbors in outer space.

Tasco

光学機器メーカー Optical Apparatus Maker

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2002 Australia

AD, CW: Andrew Petch / Matt Keon P:Michael Corridore
Retouching: Electric Art, Sydney SB: Brown Melhuish Fishlock



私が泣くのは Smartlappenfestival の時だけです。

I only cry at the Smartlappenfestival

オランダで毎年開催される感傷的な音楽が特徴の音楽祭、Smartlappenfestival。風変わりな人の生真面目さで意外性を表現したキャンペーン。

The bizarre deadpan people add surprise to this campaign for the 'Smartlappenfestival' annual music festival which features sentimental songs.

Smartlappenfestival

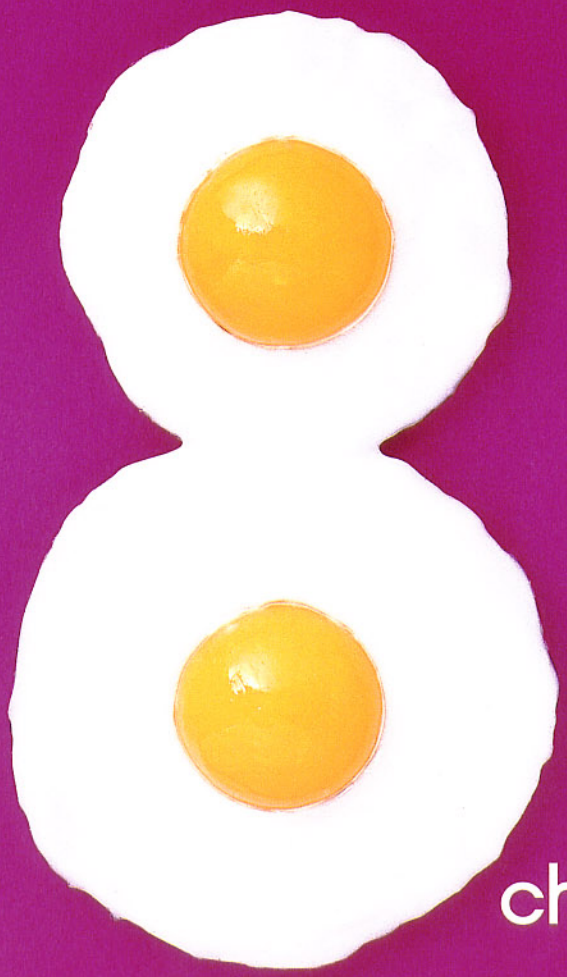
ミュージックフェスティバル 主催 Music Organiser

プロモーションポスター **Promotional Poster** 2001 England

AD, SB: Markus Bjurman AD: Cecilia Dufils P: Tobias Nilsson
DF: KesselsKramer

40th Anniversary

目が覚めたら。



ch

パァーッといこう。カンテレ

関西テレビ

http://www.ktv.co.jp/

目が覚めたら。
When you open your eyes...

リラックスしませんか。
Why not relax?

一日何度でも。
Several times a day.

食後のひとときに。
Briefly after eating.

身近で親しみのある関西テレビのチャンネル No. "8" をモチーフにして生活のいろいろなシーンで表現しました。

8, the familiar Kansai TV channel number, used as a motif to express various scenes from life.

関西テレビ放送 **Kansai Telecasting Corp.**
テレビ局 TV Broadcast Station
広報用ポスター **Publicity Poster** 1999 Japan

CD: 小泉 啓司 Keiji Koizumi AD: 松岡 公一 Kouichi Matsuoka / 大八木 一久 Kazuhisa Oyagi D: 浜崎 明弘 Akihiro Hamasaki P: 川上 輝雄 Teruo Kawakami
CW: 藤原 秀平 Shuhei Fujiwara / 坂口 二郎 Jiro Sakaguchi
DF, SB: (株)電通 関西支社 Dentsu Inc.Kansai DF: (株)アンクル Uncle Inc.

音楽に溺れたい。

Hooked on music.

媒体の「駅の柱巻き」を見た。デカい水槽に見えた。等身大の人間が泳いでたら面白いなぁ。それも水着じゃなく普段着が良いなぁ。それって、溺れてっぽいなぁ。あ、キャッチもできちゃった。

I looked at the pillar-wrap billboard in the station. It looked like a water tank. Wouldn't it be cool to have a full-scale person swimming on it. Not in a bathing suit, but normal clothes. That's drowning-esque. There I have my catch copy.

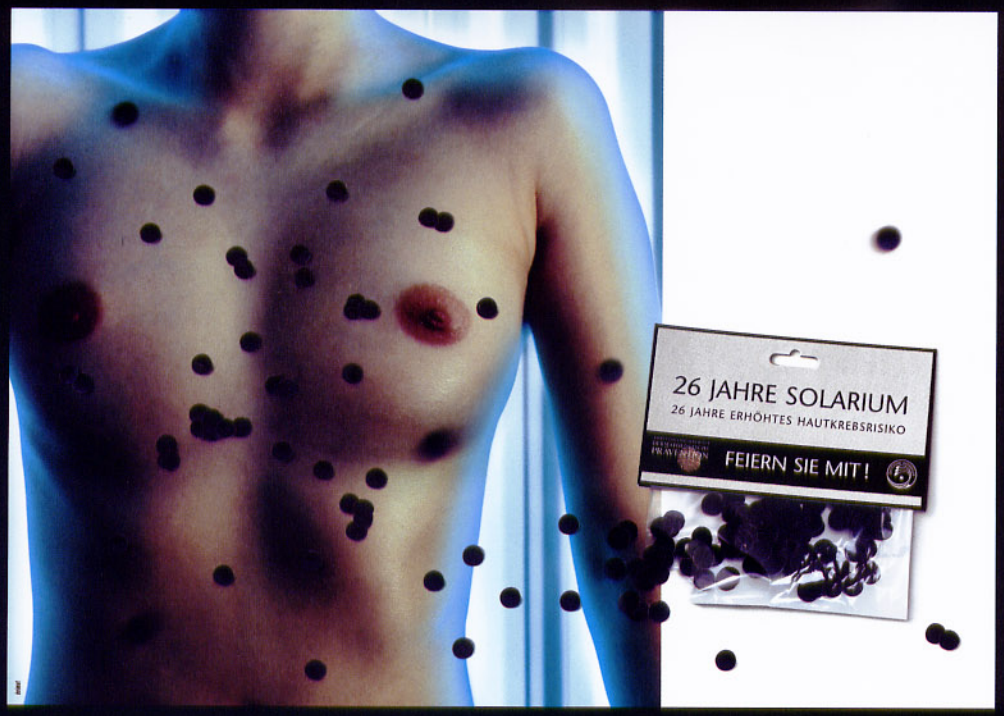
(株)エフエム大阪 **FM Osaka Co.,Ltd.**

ラジオ放送局 Radio Broadcast Station

広報用ポスター **Publicity Poster** 2002 Japan

CD, CW: 西田 新吾 Shingo Nishida AD: 井村 満 Mitsuru Imura D: 片山 優 Masaru Katayama P: 松浦 一生 Kazuo Matsuura
DF: (株)ディッシュ dish. inc SB: (株)電通 関西支社 Dentsu Inc.Kansai

26 JAHRE SOLARIUM
26 JAHRE ERHÖHTES HAUTKREBSRISIKO
FEIERN SIE MIT!



日焼けサロン26周年記念をお祝しよう

Let's celebrate the 26th anniversary of tanning salons.

メラノーマ キャンペーンは、人工日焼けによって皮膚ガンによる危険性を知ってもらおうというものです。(しかし、日焼け用ベッド業界から訴えられました。※メラノーマとは　ほくろ・黒色腫 ガン細胞でここでは紙吹雪とかけています。)

The Melanoma Confetti Campaign promotes awareness of the possible dangers of artificial sunlight, but has provoked litigation by the sunbed industry.

ADP-Association for Dermatological Prevention

皮膚病予防協会 Association for Dermatological Pervention

広告看板、雑誌広告
Billboard / Magazine Advertisement 2001 Germany

CD,CW: Guido Heffels CD: Jörgen Vossen AD: Tim Schneider
D: Anna Kiefer P: Jens Boldt / Jörn Rynio CW: Andreas Manthey
DF, SB: Heimat Werbeagentur

IGFM / 手　IGFM / 足

IGFM / Hands, IGFM / Feet

スーパーマーケットでカートの使用料として払う1ユーロ。
その1ユーロを南米の政治犯釈放に役立てませんか？

You use a euro to release a shopping trolley at the supermarket.
How about using a euro to help release a political prisoner in South America.

International Society for Human Rights

国際協会　International Associetion

広告看板　**Billboard**　2002　Germany

CD: Ralf Heuel / Dirk Siebenhaar　AD, D: Margret Jansen　P: Andreas Fromm
CW: Simon Lotze　SB: Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH

腐敗した水の摂取による死亡者の数は年間1,000万人。今こそ対策を。

Bad water kills 10 million people every year. It's time to act now.

人は、海洋資源を過剰に利用している。今こそ対策を。

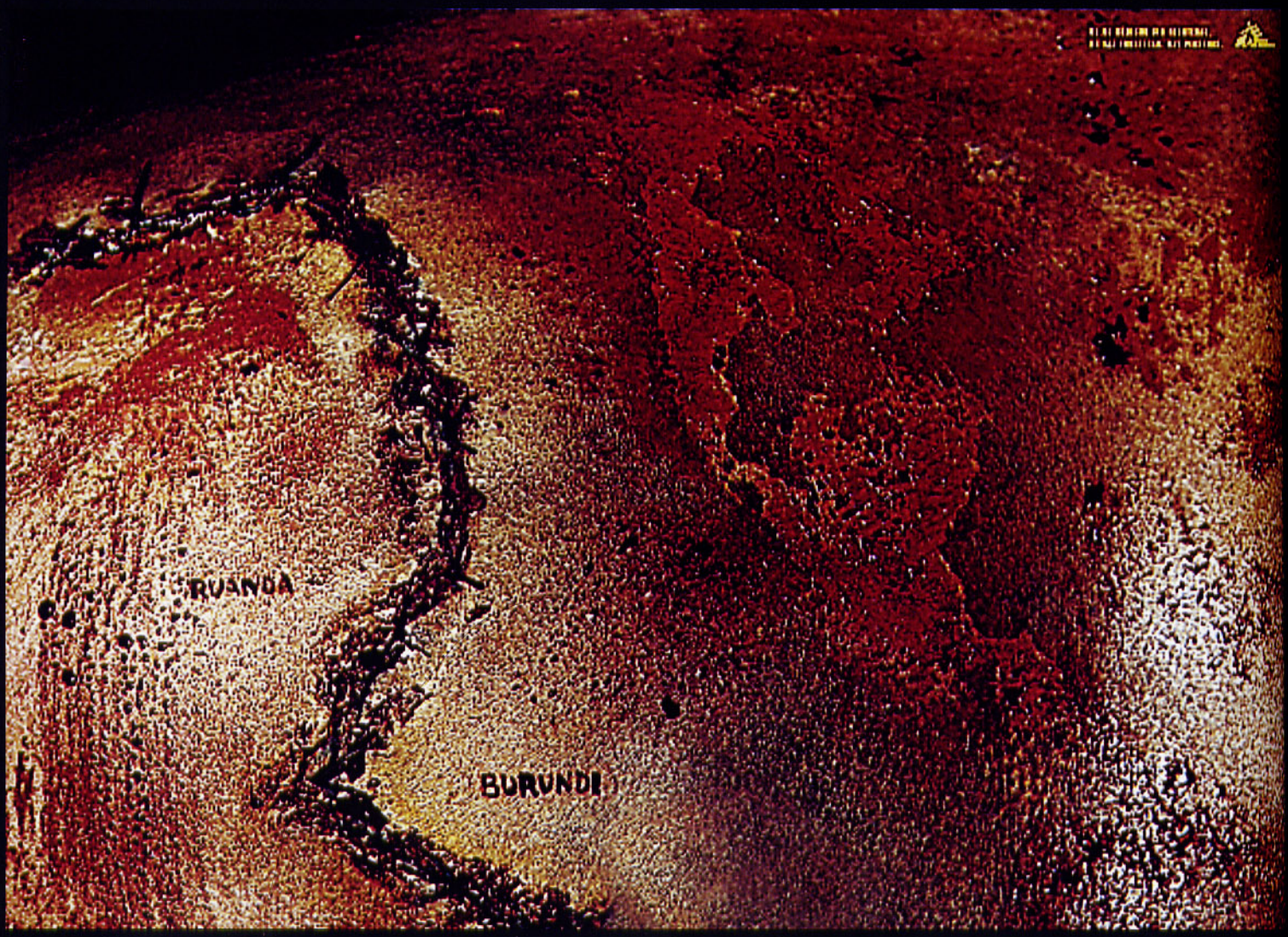
Our oceans are over exploited. It's time to act now.

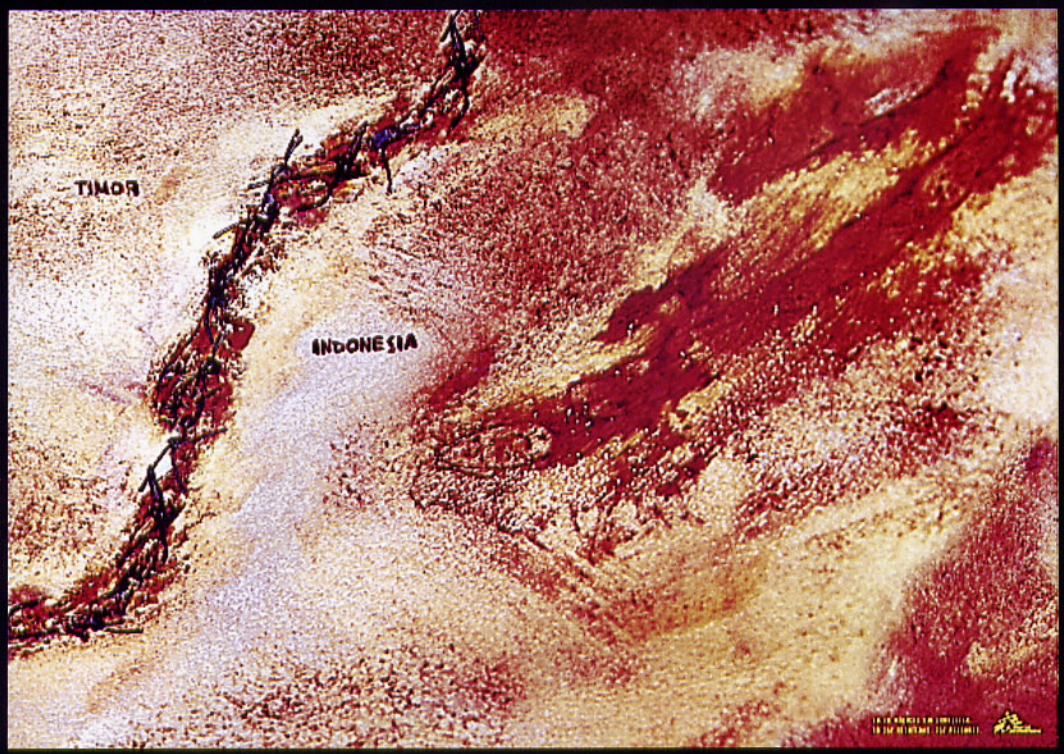
WWF

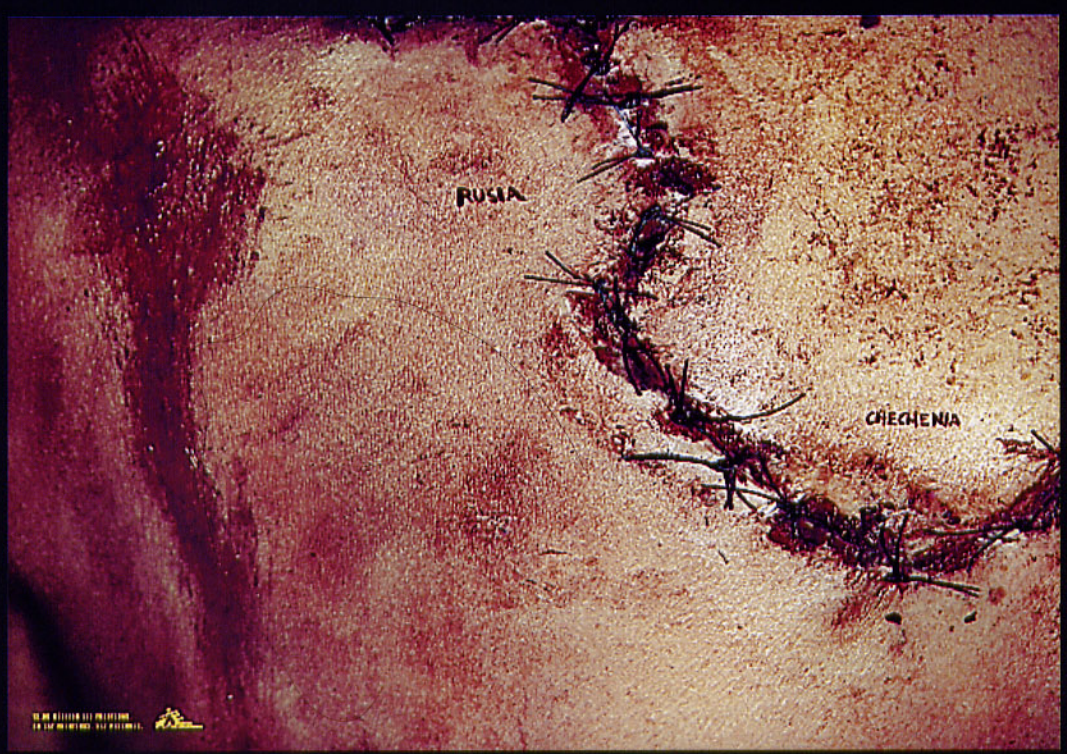
国際機構 International Organization

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001 France

CD: Bernard Bureau AD: Frédéric Bénistant P: Jean Marc Robius
CW: Emmanuel François Eugène SB: Ogilvy & Mather


RUANDA
BURUNDI





リアルな写真に特殊効果を施し、Medicos Sin Fronteras が世界各地で行っている救急医療を描写しました。

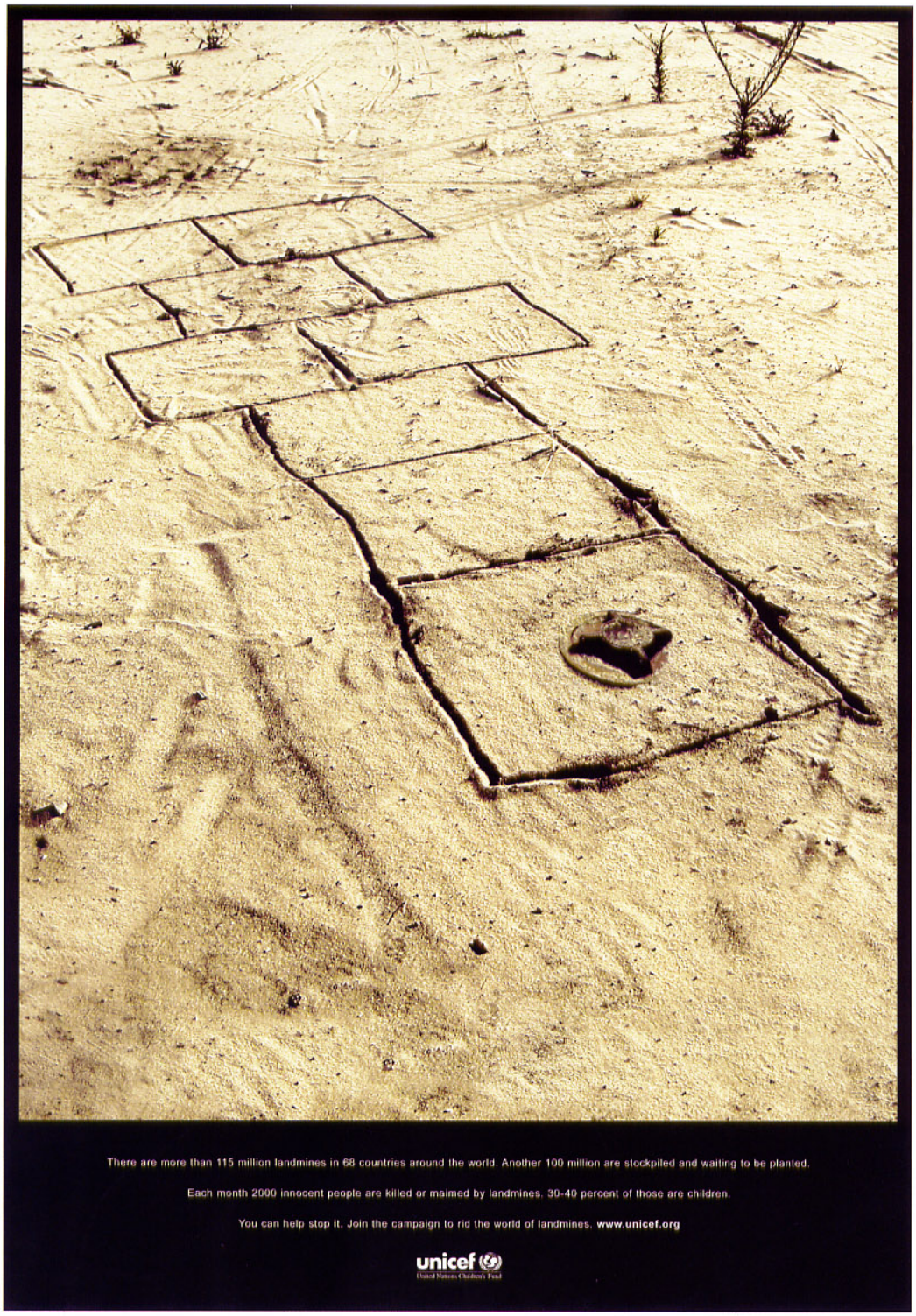
These realistic photos were generated with special effects to show how Medicos Sin Fronteras provides urgent medical aid around the world.

Medicos Sin Fronteras

国際協会 International Associetion

公共ポスター **Public Poster** 2000 Spain

CD, AD, D: Andreas Martiniez CD: N. Hollander DF: Ciclorama
SB: McCann Erickson Madrid



世界68カ国に埋められている1億1,500万個の地雷により、毎月2,000人が命を落としたり、障害を負っています。被害者の中には、子供も多数含まれています。

This campaign asks for help to remove the 115 million landmines in 68 countries that kill or maim 2000 people including many children every month.

Unicef

国際機関 International Organization

雑誌広告 **Magazine Advertisiement** 2002 Singapore

CD: Chris Mitcnel AD, P, SB: Alex Noble D: Mike Low CW: Susie Chow
DF: Batey Singapore

ゴミ箱

Garbage Can

UNICEF

国際機構 International Organization

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001 Germany

CD: Bettina Olf / Timm Weber AD: Claudia Toedt P: Jan Burwick
I: Arne Weitkaemper CW: Sven Keitel Lennart Witting
SB: Springer & Jacoby GmbH & Co. KG

子供の労働

Child Labour

ユニセフが展開する「児童労働」撲滅キャンペーンは、普段目にする有名ブランドのシャツ・ジーンズ・靴の一部が、実は子供たちの労働の所産であるという現実を訴えています。

The UNICEF "Child work" campaign shows that many people are unaware that their famous brand shirts, jeans and shoes may be made by child labor.

UNICEF

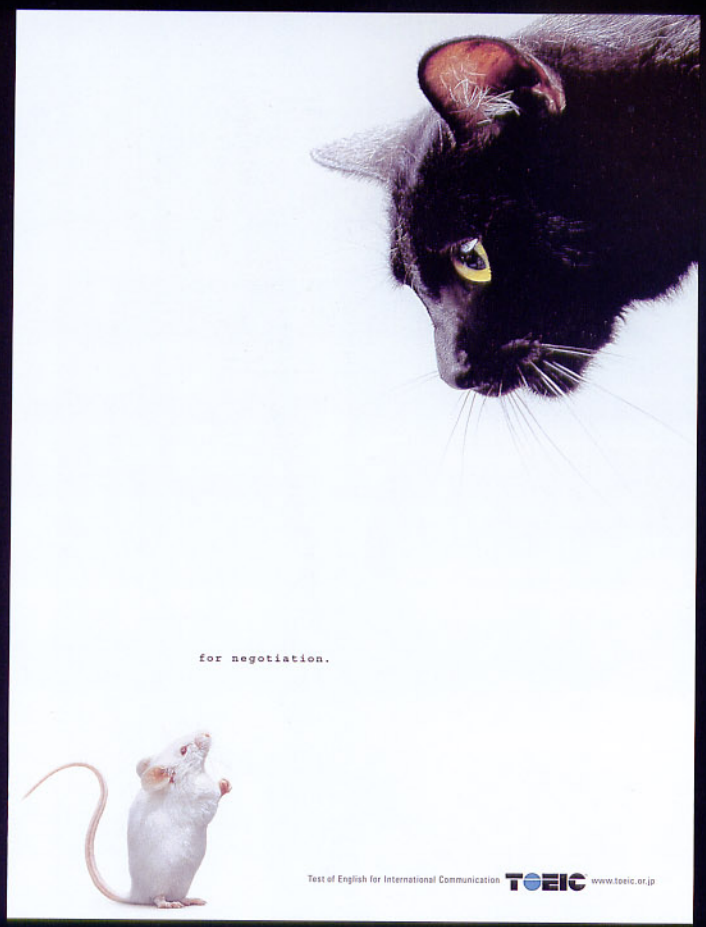
国際機構 International Organization

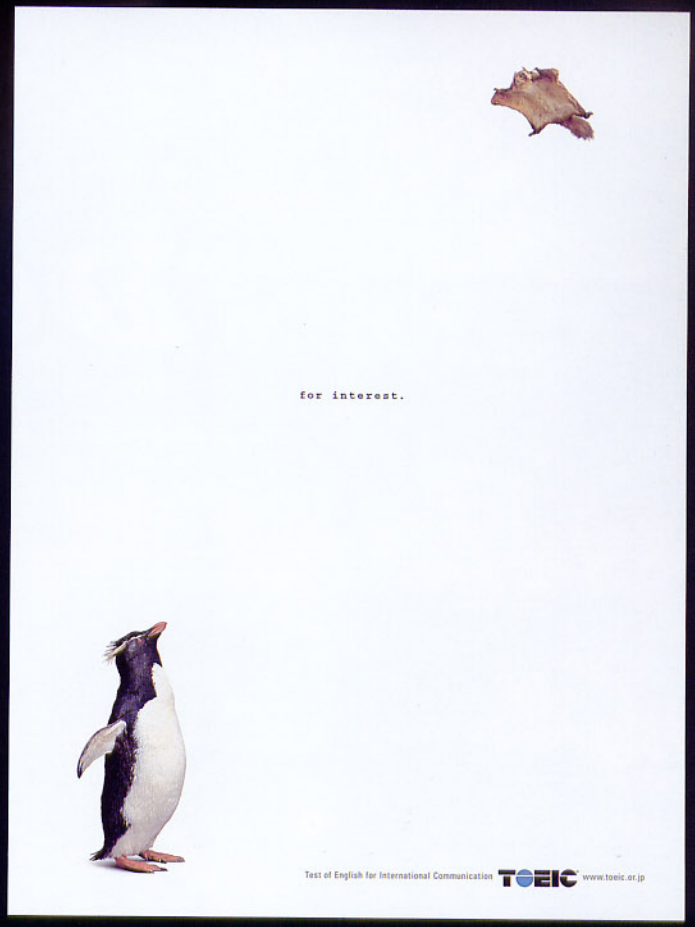
広告看板、雑誌広告
Billboard / Magazine Advertisement 2001 Germany

CD: Bettina Olf / Timm Weber AD: Claudia Toedt
P: Jan Burwick I: Arne Weitkaemper CW: Sven Keitel
SB: Springer & Jacoby GmbH & Co. KG

for collaboration.

Test of English for International Communication TOEIC www.toeic.or.jp





コラボレーション
For collaboration.

交渉
For negotiation.

愛
For love.

興味
For interest.

異なる価値感や文化を超えて、コミュニケーションがもたらすポジティブな変革力、動物を使い美しい絵本のように表現しました。

A beautiful "picture book" that uses animals to show the transformative powers of positive communication in crossing different values and cultures.

(株)国際コミュニケーションズ・スクール
International Communications School Inc.
国際コミュニケーション教育
Education of International Communications
雑誌広告 **Magazine Advertisement** 2001-2002 Japan
CD, AD, D, CW: 市村 慎吾 Shingo Ichimura
D: 漆畑 寿康 Hisayasu Urushibata
P: 鶴田 直樹 Naoki Tsuruta
SB: オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン (株) Ogilvy & Mather Japan

動物は玩具ではない

Animals are not toys.

動物は、他の動物を玩具のように扱ってはいけない。

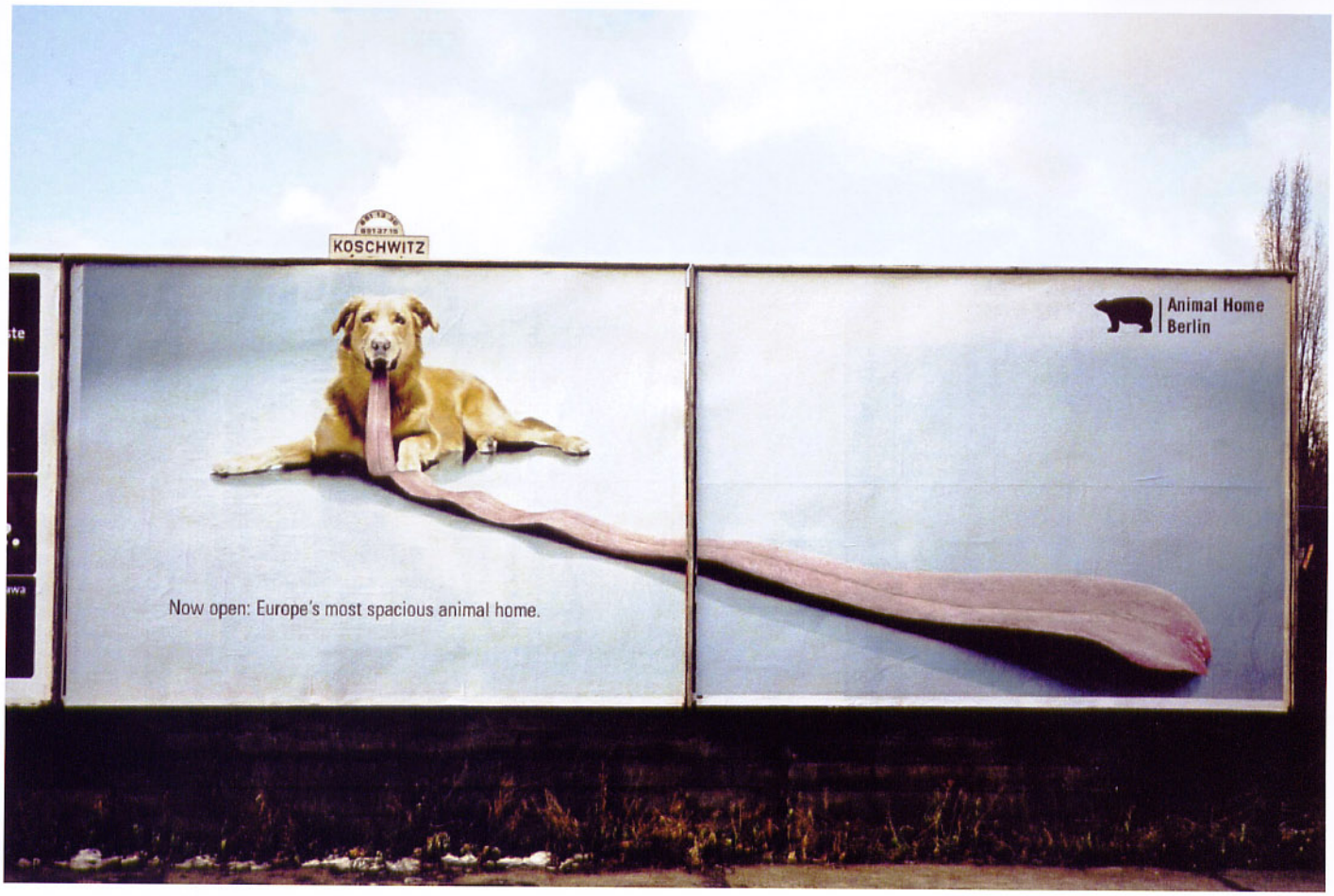
Animals can't treat animals like inanimate objects.

Berlin Society for the Protection of Animals

動物愛護協会 Society for the Protection of Animals

雑誌広告 **Magazine Advertisement** 1999 Germany

AD: Raphael Puettmann P: Wilbert Weigend CW: Oliver Handlos
DF, SB: Scholz & Friends Berlin



ただ今開場：ヨーロッパでもっとも大きなアニマルハウス

Now open: Europe's most spacious animal home.

ヨーロッパ屈指の規模を誇るアニマルホームの広さを、スペースの必要性を体の一部をデフォルメし協調した動物で表現。

Animals which need more space than usual are used to illustrate the space in one of the biggest animal homes in Europe.

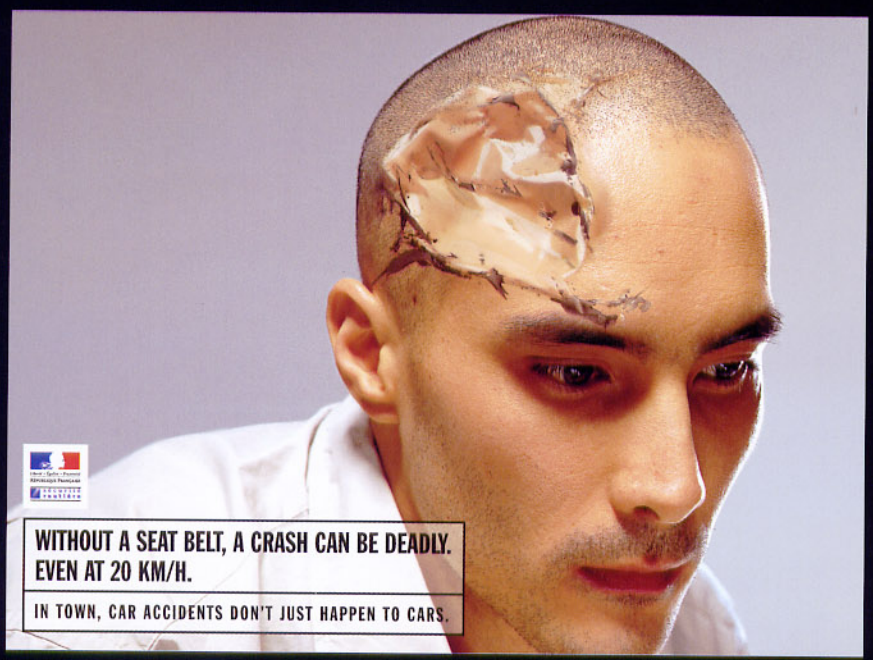
Animal Home Berlin

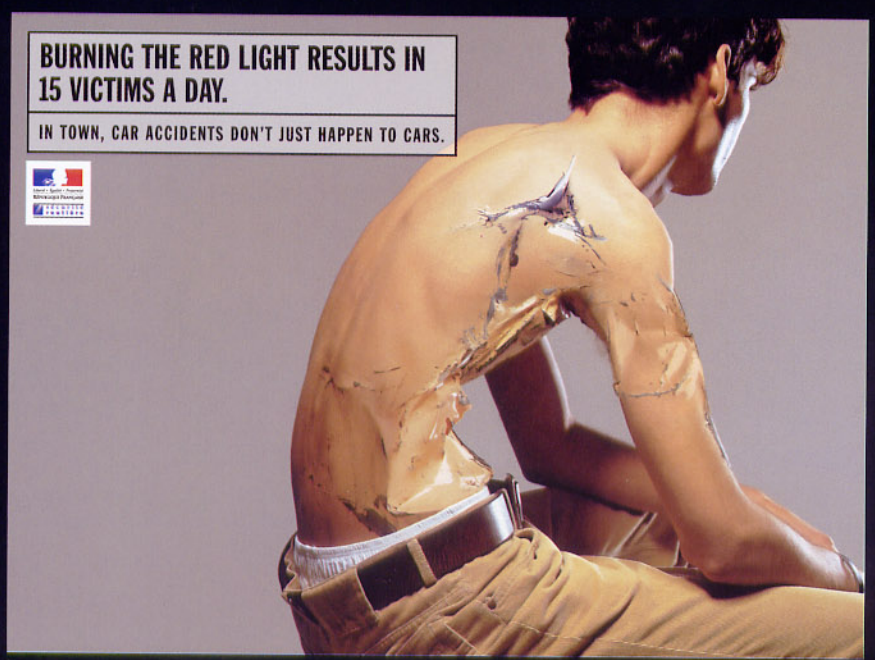
動物保護施設 Animal Protection Facility

広報用ポスター **Publicity Poster** 2001 Germany

AD: Raphael Puettmann P: Ralf Baiker / Piet Truhlar CW: Oliver Handlos
DF, SB: Scholz & Friends Berlin

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
sécurité routière
IN TOWN, CAR ACCIDENTS
DON'T JUST HAPPEN TO CARS.
SLOW DOWN.





都市で発生する交通事故は、歩行者も巻きこみます。

In town, car accidents don't just happen to cars.

ウィンカーの出し忘れによる死傷者数、日に27人。

Forgetting to indicate means 27 victims per day.

死亡事故防止には、シートベルトの着用が欠かせません。
いくら低速走行時でも。

Without a seat belt, a crash can be deadly. Even at 20 km/h.

信号無視による死傷者数、日に15人。

Burning the red light results in 15 victims a day.

美と暴力のコントラストを活かして、この写真にまるで流血シーンを見たときのような、衝撃的なメッセージが込められています。

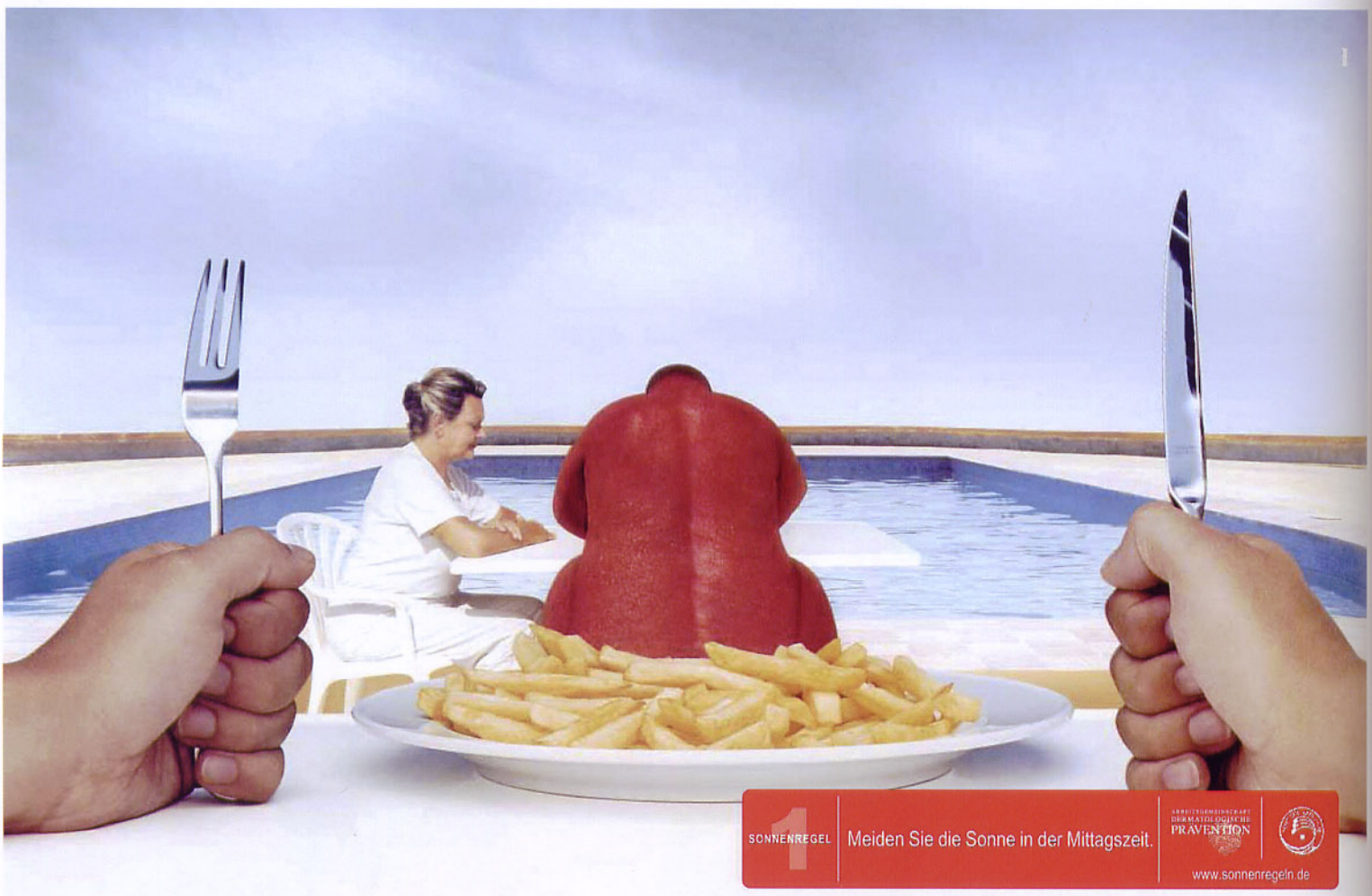
This photo leverages the contrast between beauty and violence to intensify the fashion message without the shock of gore.

Prefecture Haute-Garonne

地方行政 Local Administration

公共ポスター **Public Poster** France

CD: Laurent Chehere CW: Celine Lescure
P: Laurent Seroussi SB: Lowe Alice


SONNENREGEL
1
Meiden Sie die Sonne in der Mittagszeit.
ARBEITSGEMEINSCHAFT DERMATOLOGISCHE PRÄVENTION
www.sonnenregeln.de

日焼け止めのルール

Sun Protection Rule

「日焼けのルール」キャンペーンは、日焼け止めに皮膚ガンのリスクを低減させる効果があるという事実にもとづきます。

The sun tanning rules campaign is based on the fact that avoidance of sunburn will minimize the risk of developing skin cancer.

ADP-Association for Dermatological Prevention

皮膚病予防協会 Association for Dermatological Prevention

広告看板、雑誌広告
Billboard / Magazine Advertisement 2000 Germany

CD, CW: Guido Heffels AD: Ronald Liedmeier D: Nina Schweissgut
P: Enver Hirsch CW: Alexander Mehm DF, SB: Heimat Werbeagentur

the Doghouse™
daycare for the urban dog
813-DOGS

Doghouse 都会に住む犬たちのためのデイケアー

The Doghouse.
Daycare for the urban dog

直面する問題をグラフィカルに表現し、はっきりと解決法を提示しました。

Graphically illustrates the target problem and clearly communicates the easy solution.

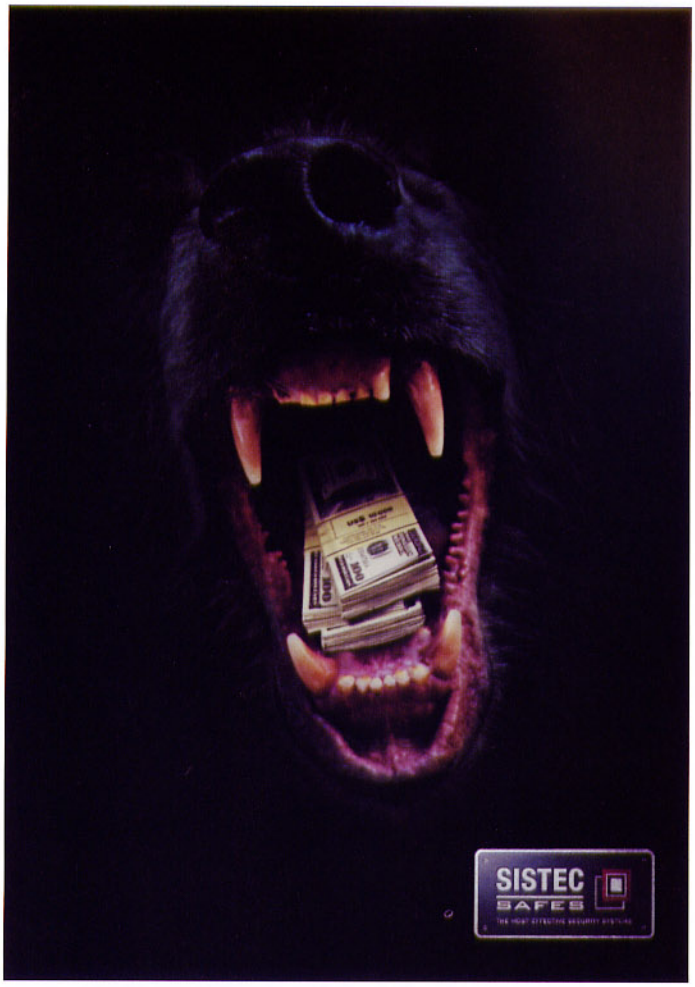
The Doghouse

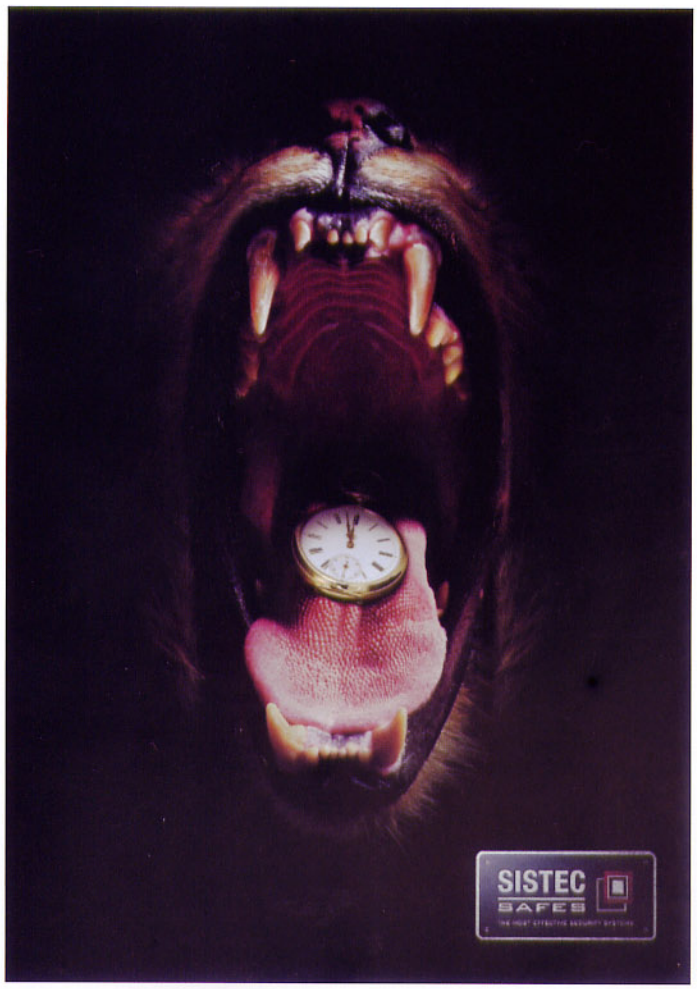
犬デイケアーサービス Dog Day Care Service

広報用ポスター **Publicity Poster** 2001 Canada

CD, AD: Kevin Barclay CD: Don Vienish P: Brad Stringer CW: Don Vienish
SB: Young & Rrubicam, Vancouver

SISTEC
SAFES
THE MOST EFFECTIVE SECURITY SYSTEMS





追払う

Scaring away

危険な動物の口ほど恐ろしく安全な場所はない。

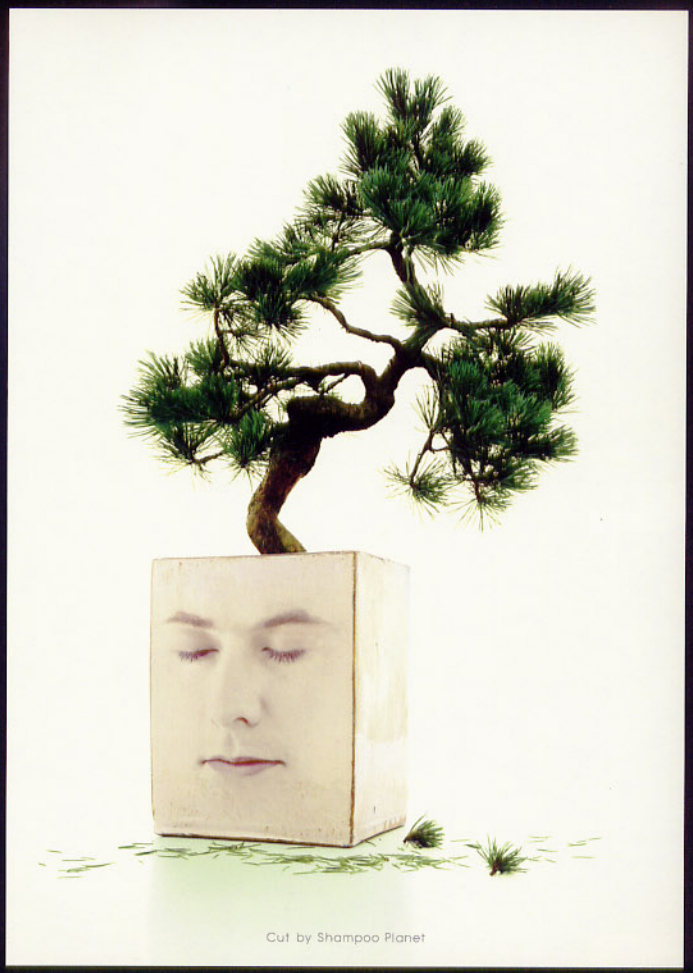
Nothing is more daunting and safe as the mouth of a dangerous animal.

Sistec Safes

セキュリティーサービス Security Service

雑誌広告
Magazine Advertisement 2000 Germany

AD: Raphael Puettmann P: matthias Koslik CW: Oliver Handlos
DF, SB: Schoiz & Friends Berlin



カット バイ シャンプー プラネット

Cut by Shampoo Planet

Shampoo Planet の商品は、ヘアとお客様の満足を考えました。それを花と花瓶で表現しました。ナイスにカットされた彼らはご満悦の表情です。

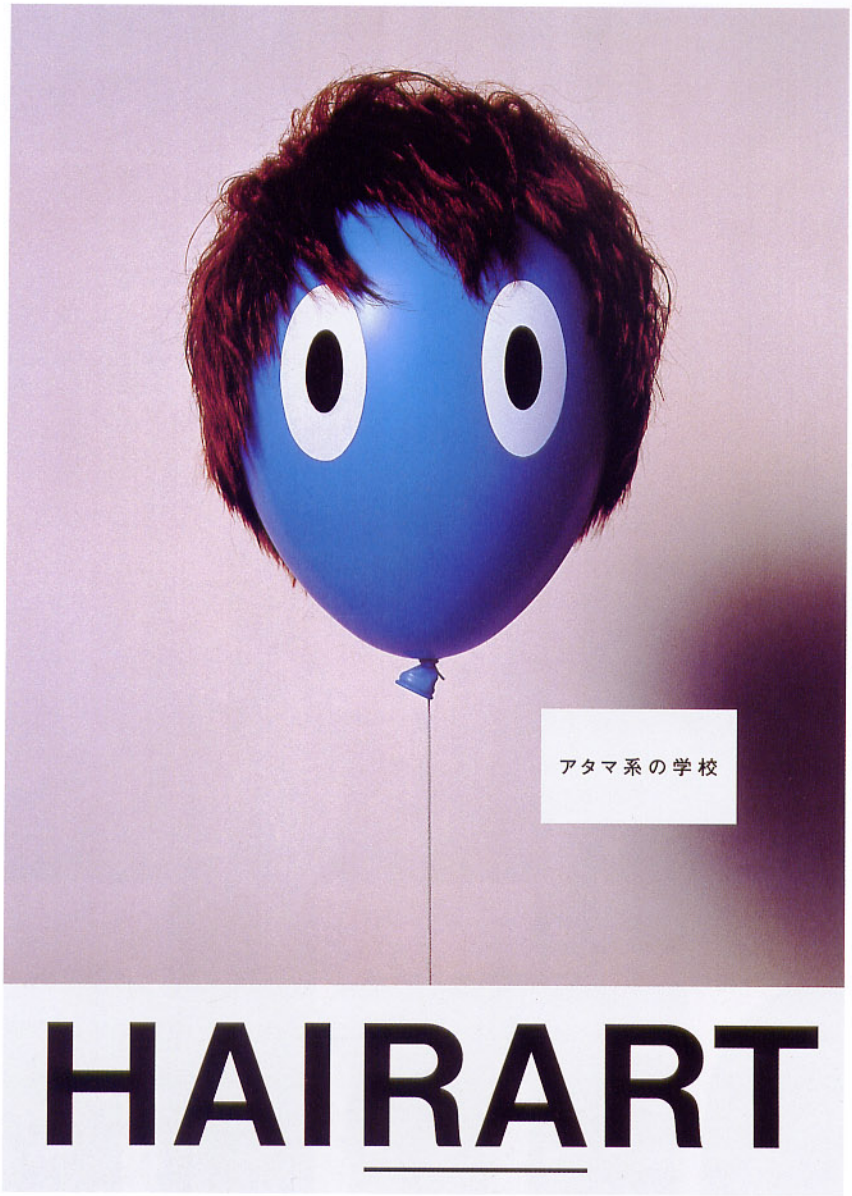
Shampoo Planet products consider hair and customer satisfaction, expressed as flowers in a vase, impeccably cut.

Shampoo Planet

ヘアサロン Hair Salon

広報用ポスター **Publicity Poster** 2002 Netherlands

CD: Eric Kessls AD, D: 徳田 祐司 Yuji Tokuda P: Bart Oomes
CW: Johan Kramer SB: KesselsKramer



アタマ系の学校

A hair styling professional school

卒業を控え、進路に揺らぐ高校生らのキモチを「風船」で表現。そんな彼らに「アタマ系 の学校（＝理容・美容の専門学校）HAIRARTがあるよ。」と訴求。同校の広告掲出は年に一回。ターゲットにテレパシーのように届く広告、強い印象を残すポスターを目指しています。

The spirit of soon-to-be high school graduates vacillating about the what career to pursue expressed with a balloon, promoting HAIRART, a hair styling professional school. Advertising for the school is produced once a year. The aim was to produce a poster that leaves a strong impression, reaching its target almost "telepathically."

ヘアラルト阪神理容美容専門学校
HAIRART Hanshin College of Beauty
美容専門学校 Beauty School
駅貼りポスター **Railway Station Billboard Poster** 1999 Japan

CD: 宮川 淳宏 Atsuhiro Miyakawa AD, D, SB: 佐古田 英一 Eiichi Sakota
D: 新森 義孝 Yoshitaka Shinmori I: 小林 響 Hibiki Kobayashi
CW: サトー ケイコ Keiko Sato DF: レック セカンド REC 2nd.

Replacement buses
between Victoria and Brixton.
We're very sorry if you
live on the line.
For three weeks in August we're closing the line between Victoria and Brixton. 250,000 trains a year have taken their toll. We know it'll make you want to scream (or squeak) but when it's done, the new service will be better than ever.
UNDERGROUND

1

2

4

3

1. 4.
ビクトリアからブリクストンまで代替バスを運行します。
ビクトリア線にお住まいの皆様にはご迷惑をおかけいたします。

Replacement buses between Victoria and Brixton.
We' re very sorry if you live on the line.

2.
ビクトリアからブリクストンまで運行いたしません。
御迷惑をおかけして申し訳ございません。

No service between Victoria and Brixton.
We're very sorry if you're put out.

3.
ビクトリア線では大規模な工事を実施中です。
利用者の皆様にはご迷惑をおかけいたします。

Major engineering works on the Victoria line.
We're very sorry to every one who's effected.

ロンドン地下鉄ビクトリア線の工事が、利用者である人間だけでなく、居住者であるネズミにも影響が生じるほどの規模で行われることを発表。

The concept of this campaign is to announce major engineering works on the London Underground Victoria Line will cause disruption not only to the public, but also to the mice living on the line.

Transport for London
運輸サービス Transportation Services
告知ポスター **Announcement Poster** 2000 England

CD: Nick Hastings AD: Philip Beaumont D: Andy Breeze P: Moritz Steiger
CW: Samantha Richards DF, SB: Partners BDDH

脱出30フェアの誘惑に負ける

Surrender to temptation. Evasion 30 fares.

穏やかな女性が小さな飛行機と遊ぶ様子をポップに表現した低価格運賃のキャンペーンです。

The fresh "pop" appeal of a perfectly serene young woman participating in a game with a little plane is used to promote low price fares.

Air France

航空会社 Airline

広報用ポスター **Publicity Poster** 2003 France

CD: Rémi Babinet AD: Mathieu Nevians P: Sølve Sundsvø
CW: Sylvie Charhon SB: BETC EURO RSCG

ドライブしよう

Let's motor

看板の中を疾走するミニが巻き起こす風に、手前のヤシの木がなびいています。平面と立体のコントラストをおもしろく表現しました。

This visual expression of motoring in a Mini shows the quick acceleration as the flat part of the billboard and the fun as the three dimensional palm trees.

BMW / MINI

自動車製造 Automotive Company

屋外ポスター **Outdoor Poster** 2002 USA

CD: Alex Bogusky AD: Tchy Calcao
P: Tim Damon CW: Rob Strasberg
SB: Crispin Porter + Bogusky

サービスステーション

Service Station

見られて恥ずかしい女性ヌード・ポスターが、貼ってありがちな作業場の様子をポスターに起用しました。

The idea is to suggest that the naked women in typical workshop posters should be ashamed to be seen there.

SUZUKI

自動車製造 Automotive Company

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 2001 Portugal

CD: Luis Silva Dias AD: Fabiano Bonfim
P: Picto-Francisco Prata
CW: Claudio Lima SB: FCB-Portugal

SONY

A Happy New Ear.

初月明仙

SONY

A Happy New Ear.

初月明仙

A Happy New Ear.

髪型をじゃましないヘッドホンの広告です。お正月期間の掲出だったので、日本の伝統的なお正月のアイテムで世界中の様々な音楽を表現しました。

Advertising for headphones that don't mess your hairdo. Because the product was announced over the New Year, various music from around the world is expressed with a traditional Japanese New Year's item.

ソニーマーケティング(株) **Sony Marketing Inc.**

電気機器製造 Electronics Manufacturer

販売促進用ポスター **Promotional Poster** 1998 Japan

CD: 文園 敏郎 Toshiro Fumizono AD, D: 村越 豊 Yutaka Murakoshi
P: 羽金 和恭 Kazuyasu Hagane CW: 島田 浩太郎 Kotaro Shimada
SB: (株) フロンテッジ Frontage Inc.