



平井聡明

平 井 聡 明 Somei Hirai

1990 年 武蔵野美術大学 視覚伝達デザイン学科 卒業。

1990 年 外資広告代理店（株）マッキャンエリクソン博報堂 入社。アートディレクター、CM プランナー、クリエイティブディレクターとして多数の企業を担当。

2011 年（株）マッキャンエリクソン退社後、フリーランスの活動開始

主な職務経歴

■ ニッカウiskキー	JIM BEAM /ウシュケペー / BEN NEVIS /他 (1991～1992)
■ PIONEER	SELFIE / PRIVATE (1992)
■ KFC	X'mas キャンペーン (1993)
■ 日本航空	I'll /スキー北海道/ハワイ島就航キャンペーン/ベトナム就航/スイス運行/環境広告 他 (1994～1998)
■ カシオ計算機	サイバークロス/イルミネーター/ HOTBIZ / MR-G / CSTERNA /プロトレック/ casiotron /他 (1994～1998)
■ 東芝 EMI	ビートルズ CD『赤・青盤/ Live At The BBC / Baby It You (1994～1995)
■ TDL	X'mas キャンペーン (1995)
■ ジレット・パーカー	パーカー 他商品広告 (1995～1998)
■ NOKIA	ブランドキャンペーン (1995～1996)
■ ジレット・ジャパン	センサーエクセル/カスタムプラス/他 (1996)
■ フリスキー	モンブチ/健康キラリ/他 (1997～1999)
■ フィデリティ証券	企業広告キャンペーン (1999)
■ ハワイ観光局	(2000～2003)
■ UPS	企業広告キャンペーン (2000～2003)
■ HITACHI	企業広告グローバルキャンペーン (2001～2003)
■ 新キャタピラー三菱	ミニホイルローダー/ミニ油圧ショベル (2004～2007)
■ ニチレイ	甘えびシュウマイ/プチメシ/本格炒め炒飯 (2005)
■ キャドバリー・ジャパン	リカルデント (2005～2008)
■ 野村証券	野村ツファンドラップ (2007～2008)
■ イセ食品	森のたまご (2008)
■ ジョンソン & ジョンソン	バンドエイド 素肌フィット/キズパワーパッド/ワンデーアキュビュー (2006～2009)
■ ネスレ・ジャパン	ネスカフェ エクセラ/北海道の牧場カフェオレ/ネスカフェ プレジデント (2008～2010)
■ ネスレ ピュリナ ペットケア	ピュリナワン (2010)
■ そんぽ 24	ブランド (2011)
■ エスエス製菓	ドリエル ブランドコミュニケーション (2011)
■ その他	ロREAL/和光堂/ P&G /スミノフ/カールツァイス/エースコック/ JFTD /ブラウン・フォーマンコーポレーション など

主な受賞歴

ロンドン国際広告賞/ NY フェスティバル/ NY-ADC / IBA / JR 東日本ポスターグランプリ/日経広告賞/読売広告賞/他

Policy

idea + design

アイディアとは、みんながいいなと思う視点をみつけ出すこと。

デザインは、そのみつけた視点を最適な形でアウトプットすること。

基本的なこの2つの作業を大切にして、仕事をしたいと心がけています。

その結果として、大切なプロダクトやサービスの持つ価値に効果的な味付けをして

人のところに作用するコミュニケーションをデザインしたいと考えます。

業 務 内 容

広告、グラフィックデザインを中心に、あらゆるメディアに関するクリエイティブディレクションとアートディレクションでお役に立てます。
プロジェクトに合わせて各方面のネットワークを使いチームを組んで対応させていただきます。



BORN TO PERFORM

[illegible]

PARKER
SONNET

万年筆を使って自分を表現することで伝わる温度、味わい、個性を、著名人に書いてもらった直筆のサインで表現。書く楽しみや持つ楽しみを感じてもらう。

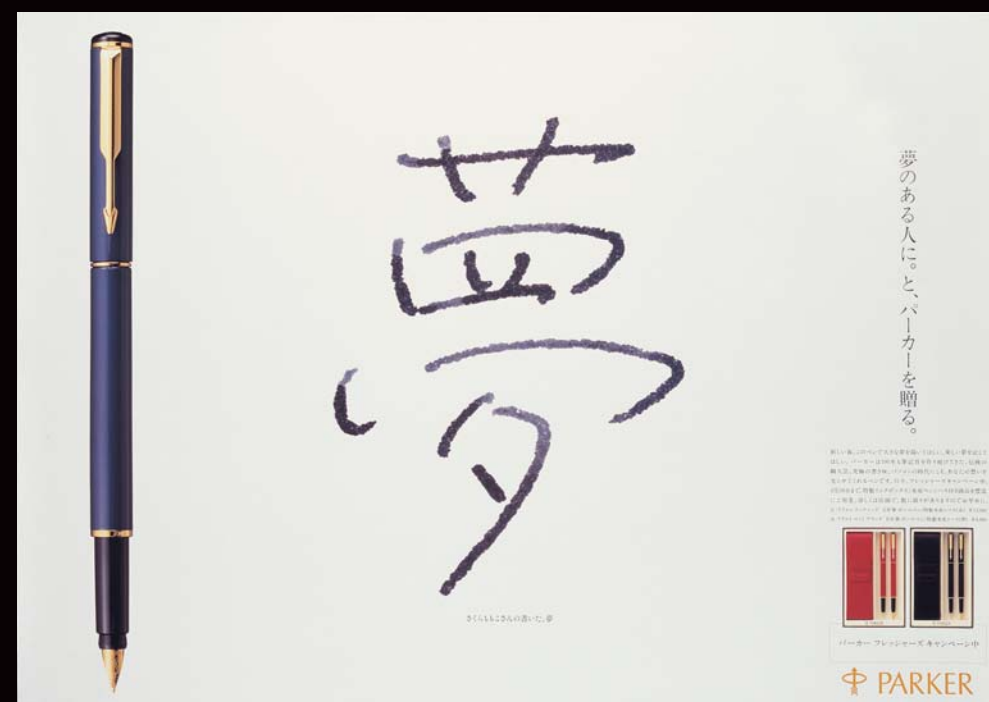
井上陽水



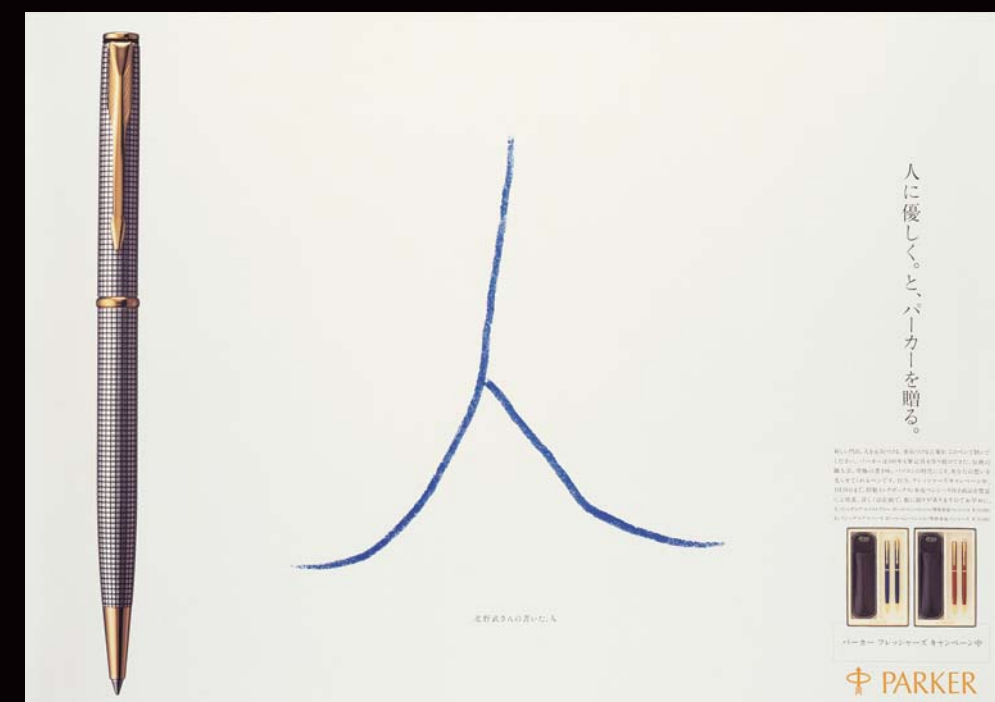
夏目漱石



さくらももこ



北野 武



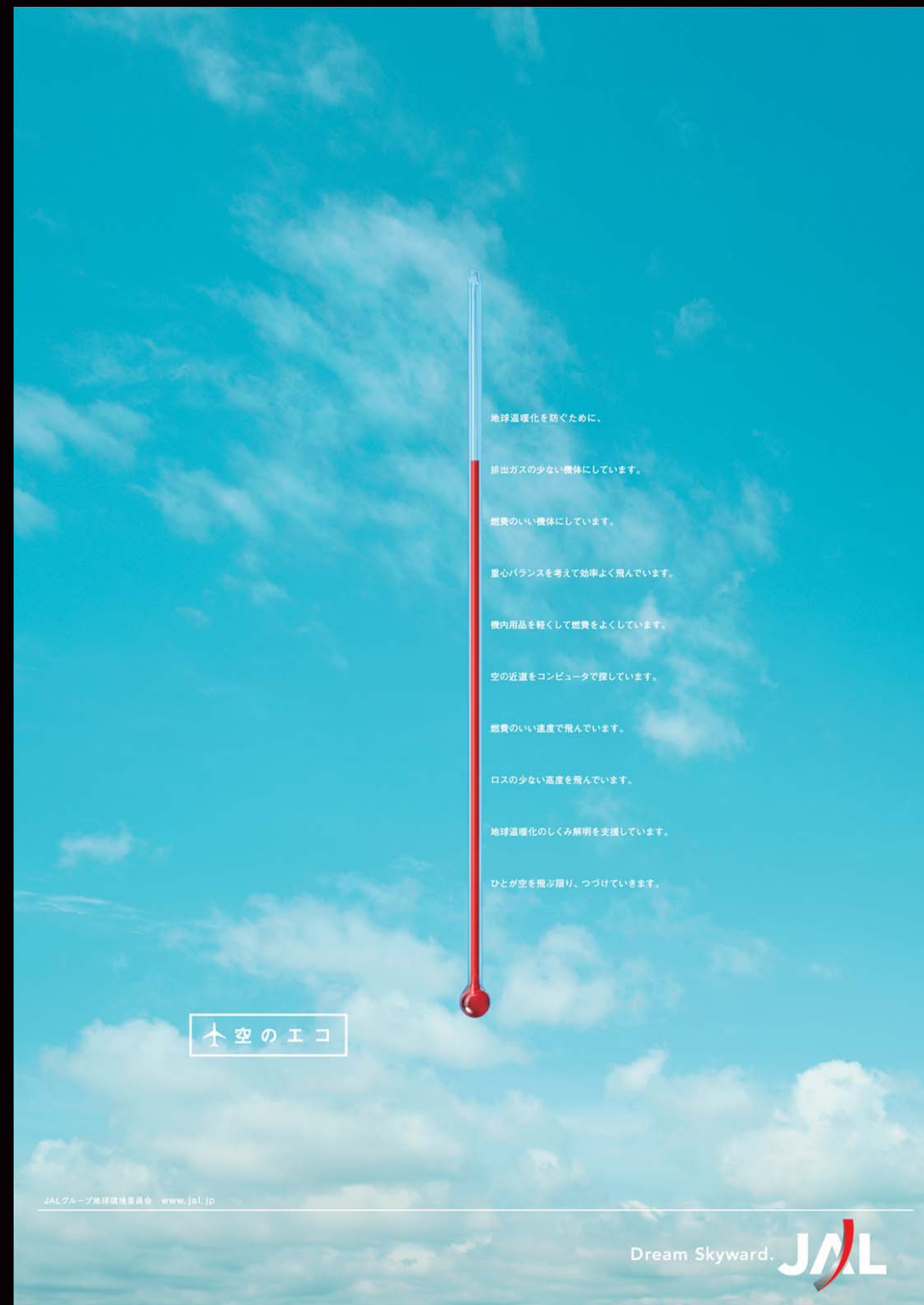
■ PARKER フレッシュヤーズキャンペーン（ポスター／雑誌広告／新聞広告）

フレッシャーズに贈るメッセージを、漢字1文字で著名人に書いてもらってもらった。夏目漱石は「ころ」のオリジナル原稿用紙から複写。



■ PARKER Frontier (ポスター／雑誌広告／新聞広告)

Frontier はパーカーの中では手頃な価格の商品。理屈っぽくなく、楽しげで身近で、かしこまった万年筆ではないアプローチをした。



■ 日本航空 環境広告（ポスター／雑誌広告）

「燃費のいい機体になっています」「ロスの少ない高度を飛んでいます」など、温暖化対策として日本航空が取り組んでいる事実を温度計のメモリのように記し表現。

1 + 1 = 1

世界No.1が日本No.1と手を結んで、あなたのビジネスのいちばんへ。
UPS YAMATO EXPRESS 始動。

世界No.1のUPS^{※1}が、日本No.1のヤマト運輸^{※2}と手を結んだ新しい国際ビジネス輸送サービス、UPS YAMATO EXPRESS。

ヤマト運輸のネットワーク網により日本全国を網羅。東京・大阪・名古屋の都市部においては、

UPS YAMATO EXPRESSのブラウンカーが*集配します。

そして、UPSが誇る強力な自社フライトネットワークにより、全世界200以上の国や地域へお届けします。

世界No.1と日本No.1が力を合わせて目指すもの。

それは、お客さまにとって、いちばんのパートナーとなること。

手から手へ、ドア・ツー・ドアのサービスで、これからの国際ビジネスをサポートしていきます。

※1 世界No.1 / UPS 書類及び小口貨物の取扱件数(1999年度)約32億8000万個 ※2 日本No.1 / ヤマト運輸 宅急便取扱件数(1999年度)約8億3000万個



サービスに関するお問い合わせは、 0120-27-1040 www.ups.com | ユー・ビー・エス・ヤマト・エクスプレス株式会社 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3丁目6番2号 小塚本館16A7F

■ UPS 企業広告（ポスター／雑誌広告／新聞広告）

ヤマト運輸との合併会社時の企業広告。当時 UPS の認知は低く、世界では No.1 で信用のある企業であることを数式のギミックで表現。

地球は、我々が、包囲しました。



自社機・チャーター機、あわせて約600機。1日に運ぶ
荷物、1360万個。UPSのネットワークは、世界中の
200を超える国や地域を網羅。どこへでも、皆さま
のビジネスを早く、確実、安全にお届けします。
きっと想像以上の、国際ビジネス輸送。



サービスに関するお問い合わせは、ユービエスヤマト・エクスプレス株式会社へ。☎ 0120-27-1040 🌐 www.ups.com

世界No.1*は、あなたのいちばんでありたい。



約600機の自社機・チャーター機で、1日には約1360万
個の荷物。私たちは、世界中の200を超える国や地域を
網羅する国際ビジネス輸送。幅広い商品・サービスで、
ビジネスのいちばんのパートナーになれるよう努めます。
きっと想像以上の、国際ビジネス輸送。



サービスに関するお問い合わせは、ユービエスヤマト・エクスプレス株式会社へ。☎ 0120-27-1040 🌐 www.ups.jp

貨物だけじゃない。ビジネスも、うまくはこぶのだ。

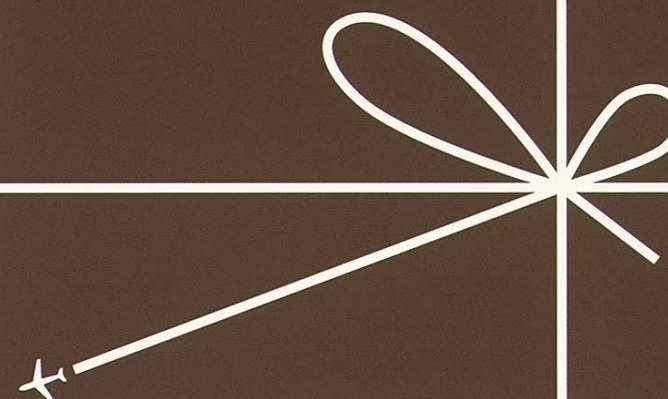


1日にお届けする荷物の数、1360万個。私たちは、
荷物の輸送を通じて、皆さまのビジネスをスムーズに
はこぶ国際ビジネス輸送。世界中の200を超える国や
地域へ、約600機の自社機・チャーター機でむすびます。
きっと想像以上の、国際ビジネス輸送。



サービスに関するお問い合わせは、ユービエスヤマト・エクスプレス株式会社へ。☎ 0120-27-1040 🌐 www.ups.jp

ネットワーク、結んで、ひらく。



世界中の200を超える国や地域をむすんで、1日
に1360万個の荷物を運ぶUPS。約600機の自社機・
チャーター機と、37万人のスタッフが力を合わせて、
早く、確実、安全に、皆さまのビジネスをお届けします。
きっと想像以上の、国際ビジネス輸送。



サービスに関するお問い合わせは、ユービエスヤマト・エクスプレス株式会社へ。☎ 0120-27-1040 🌐 www.ups.com



【おとどけます。国際ビジネス輸送に、新しい道祝鼓。】



国際ビジネス輸送の新しいパートナー、
UPS YAMATO EXPRESS 始動。

世界No.1のUPSが、日本No.1のヤマト運輸と手を結んだ、国際ビジネス輸送の新しいパートナー。UPS YAMATO EXPRESS。ヤマト運輸のネットワーク網により日本全国を網羅。東京・大阪の都市部においては、UPS YAMATO EXPRESSのブラウンカーが輩配します。そして231機の飛行機を保有するUPSの強力なフライトネットワークにより、全世界200以上の国や地域へお届けします。世界No.1と日本No.1が力を合わせて目指すもの。それは、ビジネスのいちばんのパートナーとなること。手から手へ、あなたの気持ちで、国際ビジネスをサポートしていきます。

サービスに関するお問い合わせは、☎0120-27-1040  www.ups.com

UPS YAMATO EXPRESS 

ユニバーサル・サービス・センター・エクスプレス株式会社
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL: 03-5561-1111 FAX: 03-5561-1112

■ UPS 企業広告（新聞広告／雑誌広告）

認知率が低く、事業内容さえも知られていない問題を解決するために、シンボルであるブラウンカーを使って、業態をわかりやすくユニークに表現。



	サンタクロース	UPS
ネットワーク	世界のすみずみまで	世界中の200を超える国や地域へ
人 数	世界中に活躍サンタ180人	世界中にスタッフ270000人
輸 送 量	180日のソリとトナカイ	約600機の貨物機（チャーター機）
1日に運ぶ量	20数億（※）	1000万箱
経 営	高野450歳（トナカイ）	創立99年
拠 点	グリーンランド （グリーンランドの最北端に位置する島）	米国ジョージア州アトランタ （※）



サービスに関するお問い合わせは、☎0120-27-1040  www.ups.jp

■ UPS 企業広告（新聞広告／雑誌広告／ポスター）

UPSのスケールの大きさや歴史をサンタクロースとスペック比較し、国際ビジネス輸送企業としての信頼感を醸成。



国際ビジネス輸送の選択は、戦略です。

業務の効率化は、ビジネス輸送から。
あなたのビジネス・パートナー、ユービーエス・ヤマト・エクスプレス、約600機の自社機・チャーター機を駆使して、48時間以内に世界の80%の人々にリーチできる機動力、ドア・ツー・ドアで確実にとおどける信頼と実績。私たちはこれからもずっと、あなたのビジネスの身近なパートナーとしてお役に立ちたいと思っています。単に物を運ぶだけでなく、世界の200を超える国や地域とあなたのビジネスを、効率よく結ぶこと。情報システムの活用による生産・在庫・物流情報の共有や、取引代金の代行決済など、多面的な視点から業務の効率化をお手伝いすること。それが私たちの使命です。国際ビジネスの成功は、パートナーを選ぶことから。お役に立てるのは、世界No.1*のブランドです。

* UPS 世界及び小口貨物の取扱量 (2002年度) 約34億個

Worldwide Delivery Service brown box brown van brown plane

サービスに関するお問い合わせは、ユービーエス・ヤマト・エクスプレス株式会社へ。TEL 0120-27-1040 FAX www.ups.com



国際ビジネス輸送の選択は、戦略です。

業務の効率化は、ビジネス輸送から。
あなたのビジネス・パートナー、ユービーエス・ヤマト・エクスプレス、約600機の自社機・チャーター機を駆使して、48時間以内に世界の80%の人々にリーチできる機動力、ドア・ツー・ドアで確実にとおどける信頼と実績。私たちはこれからもずっと、あなたのビジネスの身近なパートナーとしてお役に立ちたいと思っています。単に物を運ぶだけでなく、世界の200を超える国や地域とあなたのビジネスを、効率よく結ぶこと。情報システムの活用による生産・在庫・物流情報の共有や、取引代金の代行決済など、多面的な視点から業務の効率化をお手伝いすること。それが私たちの使命です。国際ビジネスの成功は、パートナーを選ぶことから。お役に立てるのは、世界No.1*のブランドです。

* UPS 世界及び小口貨物の取扱量 (2002年度) 約34億個

Worldwide Delivery Service brown box brown van brown plane

サービスに関するお問い合わせは、ユービーエス・ヤマト・エクスプレス株式会社へ。TEL 0120-27-1040 FAX www.ups.com

■ UPS 企業広告（新聞広告／雑誌広告／ポスター）

人間・配送車・600機も保有する自社機、国際ビジネス輸送においての大規模なインフラと実績があることをアピール。コーポレートカラーのブラウンを強調して表現。

CASIO

UNLIMITED
SEARCH
SOLID
BEAUTY

JAZZY COLOR SERIES

MR-G
G-SHOCK

DIGITAL IS CASIO
腕時計がデジタルです

限りなき探求。頑強なる美しさ。MR-G
旋律に魂を吹き込み、リズムに血を通わせる。
即興という限りなき探求によって、常識を超える創造物が結晶する。
G-SHOCKの血統。MR-G。
1983年に誕生以来、常に進化し続けているG-SHOCK。
それは、腕時計は壊れやすいものという常識を根底から覆し、
野外のハードな環境でも壊れない究極の時計をつくりたいという夢を
実現させたことから始まる。
その耐衝撃性を完璧に受け継いだMR-Gが、さらに美しく進化した。
素材、構造、すべてにこだわり尽くして、ここまで極めた。強さと美しさ。
頑強なる美しさがなければ、もはや本物とは言えない。
●新登場品 ●2017年最新機種 ●タフネス機(フルメタル) ●LEDバックライト ●MR-G-120TZ-3A
(MISTY GREEN) V52200 ●MR-G-100TZ-5(TOBIACCO BROWN) V52200 メーカ-保証小売価格(税別)

■ カシオ計算機 G-SHOCK（雑誌広告）

ジャズを製品コンセプトにした大人の G-SHOCK、MR-G。BLUE NOTE のジャケットイメージ
でトーン＆マナーを構成。

CASIO

ルーツも、進化する。

Roots of Digital
CASIOTRON

DIGITAL IS CASIO
腕時計がデジタルです

1974年、オールドファッションの「デジタル」腕時計を発売しました。
世界初のデジタル・クォーツ腕時計が誕生しました。その名は、カシオトロン。
時を経て1987年、そのデジタルのルーツをもう一度デザインが、進化を遂げて登場です。
時を刻むだけでなく、時代の夢を刻みながら、新しい道を拓くデジタル。
進化を遂げた、そして未来へとつながる時を刻む、カシオトロンです。
●MR-G-100TZ-5(TOBIACCO BROWN) V52200 ●MR-G-120TZ-3A(MISTY GREEN) V52200 ●MR-G-100TZ-5(TOBIACCO BROWN) V52200 ●MR-G-120TZ-3A(MISTY GREEN) V52200

■ カシオ計算機 カシオトロン（雑誌広告）

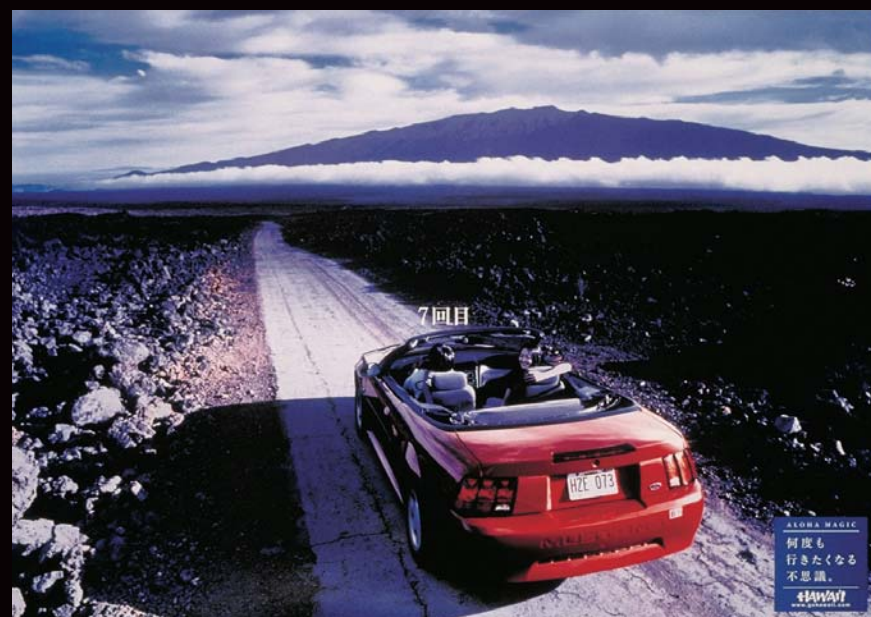
1974年に発売されたカシオトロンの復刻広告。温故知新がコンセプト。水墨画で近未来
を表現することで古きものを進化させて登場したことを表現。



■ ハワイ観光局（TVCM / ポスター / 雑誌広告 / 新聞広告）

観光客のリピーター率が高いハワイ。そこにハワイの魅力があることを企画の軸にし、「ALOHA MAGIC 何度も行きたくなる不思議」キャンペーンを3年間継続。

ハワイ経験者には共感、未経験者にはそれほどに沢山の魅力がある旅行先であることをアプローチ。



■ ハワイ観光局 回数篇 (TVCM/ポスター/雑誌広告/新聞広告)
リピート回数をキャッチコピーにしながら、ハワイでのアクティビティを美しく紹介。



■ ハワイ観光局 理由篇・発見篇（TVCM/ポスター／雑誌広告／新聞広告）



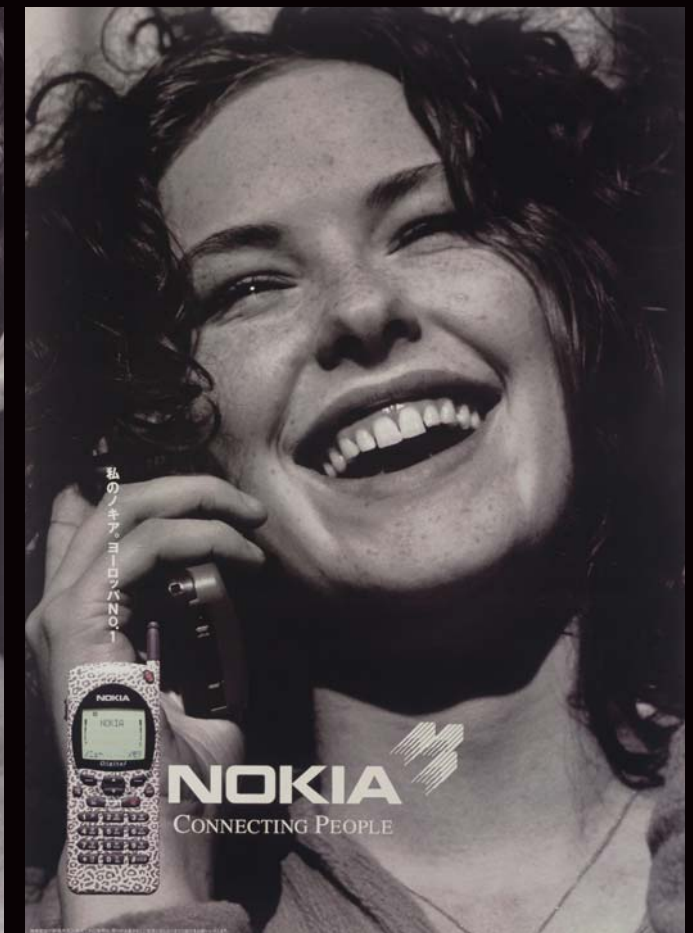
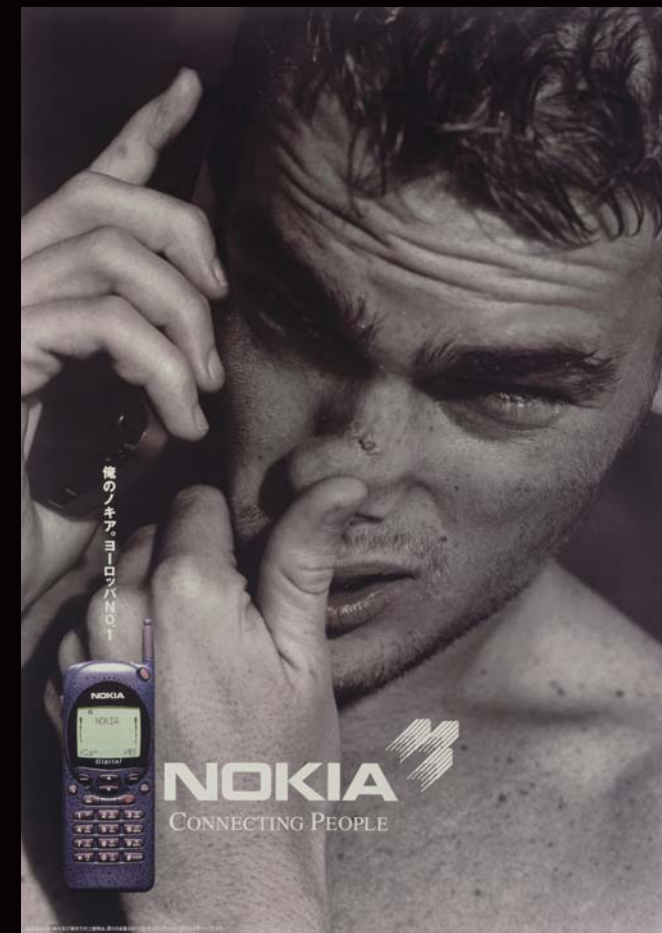
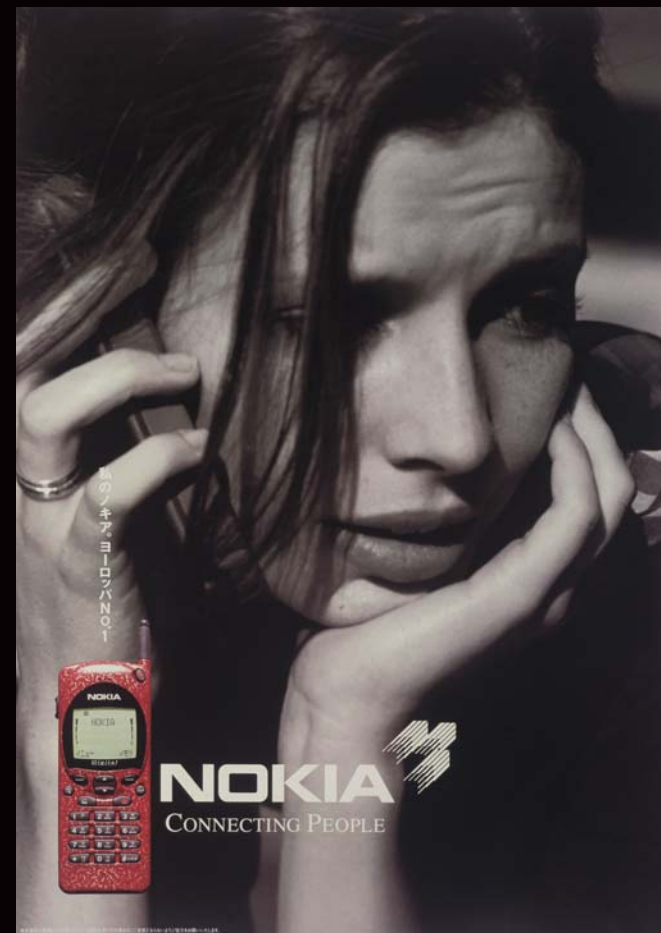
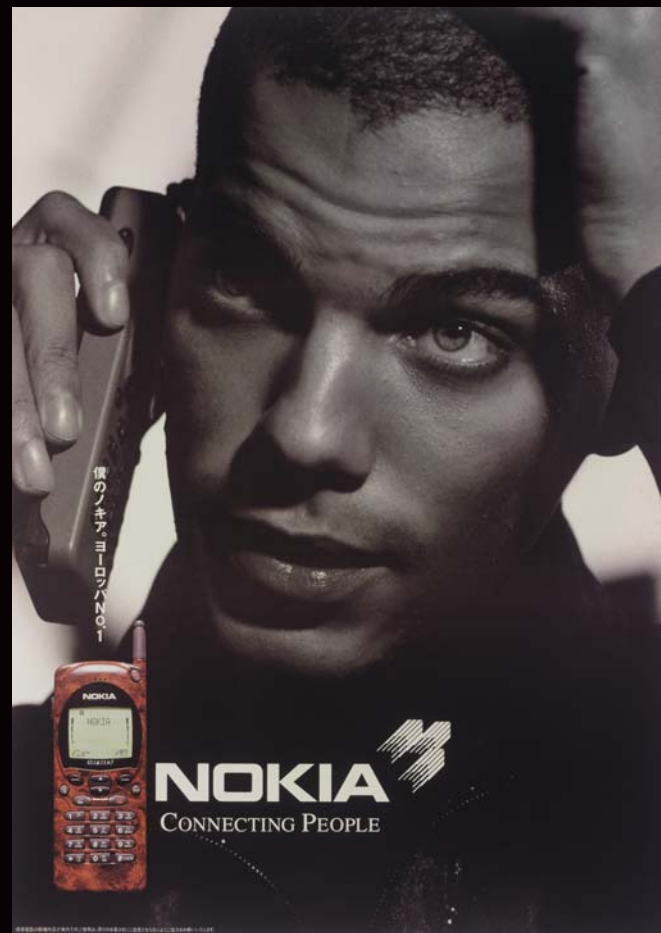
■ EMI ザ・ビートルズ CD『青盤・赤盤』（ポスター／雑誌広告／新聞広告）

ビートルズの有名なベストアルバムが初CD化されるとき告知広告。レコード世代だけでなく当時のCD中心の世代を意識したアプローチ。



■ ノキア・ジャパン ブランド (TVCM / ポスター / 雑誌広告 / 新聞広告)

片手で簡単操作できるなど、ユーザーフレンドリーに設計をされた携帯電話であることを表現。出演しているのは、パリ オペラ座のバレリーナたち。



■ ノキア・ジャパン ブランド (TVCM / ポスター / 雑誌広告 / 新聞広告)

コーポレートスローガンである Connecting People がコンセプト。ヨーロッパらしいカラフルなデザインの商品と世界観を見せながら、ヨーロッパブランドであることを訴求。

NOMURA

こうしている間も、

阿木燿子 専用プラン、運用中。

こうしている間も、

宇崎竜童 専用プラン、運用中。

さあ、あなた 専用の資産運用プランは、いかがですか。

ご家族のことや、お仕事のことで、夢のことや…、あなたのこれからをお話しなごう。

専門家があなたのためのファンドプランを作り、運用し、管理する、それが野村ファンドラップです。

1000万円からの投資一任運用。

野村ファンドラップ

詳しくはホームページをご覧ください

ファンドラップ

検索

投資顧問業者登録番号 関東財務局長 第1234号 / 投資一任業務認可番号 内閣府税大出 第57号
社団法人日本証券投資顧問業協会 会員番号 第011-01234号 野村證券株式会社

それ、
野村にきいてみよう。

野村証券

お役に立つ野村証券ホームページ
<http://www.nomura.co.jp/>

NOMURA

こうしている間も、

阿木燿子 専用プラン、運用中。

こうしている間も、

宇崎竜童 専用プラン、運用中。

さあ、あなた 専用の資産運用プランは、いかがですか。

ご家族のことや、お仕事のことで、夢のことや…、あなたのこれからをお話しなごう。

専門家があなたのためのファンドプランを作り、運用し、管理する、それが野村ファンドラップです。

1000万円からの投資一任運用。

野村ファンドラップ

詳しくはホームページをご覧ください

ファンドラップ

検索

投資顧問業者登録番号 関東財務局長 第1234号 / 投資一任業務認可番号 内閣府税大出 第57号
社団法人日本証券投資顧問業協会 会員番号 第011-01234号 野村證券株式会社

それ、
野村にきいてみよう。

野村証券

お役に立つ野村証券ホームページ
<http://www.nomura.co.jp/>

■ 野村証券 野村ファンドラップ (TVCM / ポスター / 新聞広告)

個人に合わせた専用プランを一任運用するという特性を持つ、富裕層向けの投資商品。専門家がしっかり資産運用してくれているので、気にせずに人生を楽しめると表現。



■ ニッカウイスキー JIM BEAM (ポスター／雑誌広告)

バーボンと親和性の高いブルース。B.B.KING の生き様をプロダクトにオーバーラップさせてイメージを醸成しながら、アメリカ No.1 バーボンを訴求。

リカルデント²かみたい²かみたいの理由①

歯にも曲がり角があります。

いつまでも魅力的なえがおを保つための、
おいしいご提案です。

リカルデントは、まず、牛乳由来の成分「CPP-ACP」が、歯にカルシウムを
しっかり補給（再石灰化）。次に、その部分が、もっと強くなり、虫歯になりにくくなる。
この世界初^{※1}の「耐酸性効果」^{※2}で、特定保健用食品の許可を受けています。

しかも、おいしき長もちのリカルデントなら、家事や仕事のあいだ、
たのしくかんでいるうちに、しらすらす効果が発揮。
笑顔にしたがって歯も若とろえがち。日頃の心がけが大切です。

健康も、美しさも、つづく、つづく、リカルデントです。

▶ **レイノルズ教授** オーストラリアメルボルン大学。
虫歯と歯肉病研究の第一人者。リカルデントの成分（CPP-ACP）を開発。

おいしさが いちばん つづく^{※3}
デンタルガム

Recaldent

リカルデント「歯がよろこぶ効果」についてもっと知りたい方は **【QRコード】** <http://www.recaldent-gum.com/>

※1 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。 ※2 世界初CPP-ACP耐酸性効果。CPP-ACP牛乳由来成分で、90℃で10分加熱した牛乳由来成分。 ※3 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。

特定保健用食品

リカルデント

リカルデント²かみたい²かみたいの理由②

乾燥肌よりこわいのです、「乾燥歯」。

だ液はお口の乾燥を防ぎ、歯の健康の大敵
「酸性」の状態から歯を守っています。

おいしきつづくリカルデントなら、家事や仕事のあいだ、
ながーくかんでいられるので、お口もうるおって、ますます歯にいい効果。
牛乳由来の成分「CPP-ACP」が、カルシウムを補給（再石灰化）するだけでなく、
その部分がもっと強くなり、虫歯になりにくくなる。
この世界初^{※1}の「耐酸性効果」^{※2}で、特定保健用食品の許可を受けています。

魅力的なえがおのために、毎日できること。歯にも、うるおいを。
健康も、美しさも、つづく、つづく、リカルデントです。

▶ **レイノルズ教授** オーストラリアメルボルン大学。
虫歯と歯肉病研究の第一人者。リカルデントの成分（CPP-ACP）を開発。

おいしさが いちばん つづく^{※3}
デンタルガム

Recaldent

リカルデント「歯がよろこぶ効果」についてもっと知りたい方は **【QRコード】** <http://www.recaldent-gum.com/>

※1 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。 ※2 世界初CPP-ACP耐酸性効果。CPP-ACP牛乳由来成分で、90℃で10分加熱した牛乳由来成分。 ※3 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。

特定保健用食品

リカルデント

リカルデント²かみたい²かみたいの理由③

歯は、毎日、若返っている。

歯は、日々新しいカルシウムをほしがっている。
リカルデントを「歯」みましょう。

リカルデントなら、牛乳由来の成分「CPP-ACP」が、歯にカルシウムを
しっかり補給（再石灰化）する。それだけでなく、その部分が、もっと強くなり、
虫歯になりにくくなる。この世界初^{※1}の「耐酸性効果」^{※2}で、特定保健用食品の許可を
受けています。しかも、おいしき長もちのリカルデントなら、毎日の家事や仕事のあいだ、
たのしくかんでいるうちに、しらすらす効果が発揮されるというわけです。
口元からの若々しいえがおは、メイクだけではつくれない。
健康も、美しさも、つづく、つづく、リカルデントです。

▶ **レイノルズ教授** オーストラリアメルボルン大学。
虫歯と歯肉病研究の第一人者。リカルデントの成分（CPP-ACP）を開発。

おいしさが いちばん つづく^{※3}
デンタルガム

Recaldent

リカルデント「歯がよろこぶ効果」についてもっと知りたい方は **【QRコード】** <http://www.recaldent-gum.com/>

※1 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。 ※2 世界初CPP-ACP耐酸性効果。CPP-ACP牛乳由来成分で、90℃で10分加熱した牛乳由来成分。 ※3 国際歯科学会（IADR）の学術大会（Chicago, Indiana）で発表された。

特定保健用食品

リカルデント

■ キャドバリー・ジャパン リカルデント（新聞広告／雑誌広告）

CM とはトーンをかえて、歯にいいガムであることを直球で表現。実存する研究者からのメッセージで根拠に信頼性を持たすアプローチ。

■ エスエス製薬 株式会社 ドリエル (PR / Web / 新聞広告)

 睡眠改善委員会

[illegible]

① 睡眠障害の自分ごと化

睡眠に悩みがあるのに対処していない層に対して、『かくれ不眠』という新しいヘルスケア概念を作り第三者機関である委員会からPR イベントやニュースリリースを配信し、ターゲットの意識を顕在化させる。

② 睡眠改善薬の理解

次のステップとして、睡眠改善薬の誤解と服用のネガティブイメージを払拭し正しい理解を得てもらい、睡眠改善薬という選択肢があることに気づいてもらうコミュニケーション。信頼性のある新聞広告にて展開。

2021年1月第1巻(第2期) 1月版23日付(休刊日)

今日は、不眠の日。 寝よう、寝るのこころ。 <夜行生活は平常生活>

実は、日本人の8割が 「かくれ不眠」!

あなたもかくれ不眠 かも?

今すぐチェック!

かくれ不眠 チェックシート

- ☐ 寝れないのは異常ではない
- ☐ 自分は寝なくても大丈夫なほうだ
- ☐ 寝つきが悪いことが多い
- ☐ 仕事が忙しいと、寝ないで夜遅くまで頑張ってしまう
- ☐ 寝る時間は決まっておらず、毎日ばらばらである
- ☐ 思ったよりも早く起きてしまうことがある
- ☐ 夜中に何度も起きてしまうことがある
- ☐ 最近、面白そうなことがあってもあまりやる気が出ない
- ☐ 集中力が途切れがちで、イライラすることが多い
- ☐ 起きた時に「よく寝た」と思えない
- ☐ 平日にあまり疲られないため、休日に「寝だめ」をする
- ☐ よく昼間に居眠りしてしまうことがある

1つでもチェックがついたあなたは、「かくれ不眠」かも知れません。

睡眠は健康や運動などから見て、健康のための大切な要素。

睡眠が不足すると免疫力は低下し、病気や怪我の原因となります。

今日は不眠の日。寝れない日はとてむづかしい一日ですがあきらめず、睡眠改善への意識改革、始めましょう。

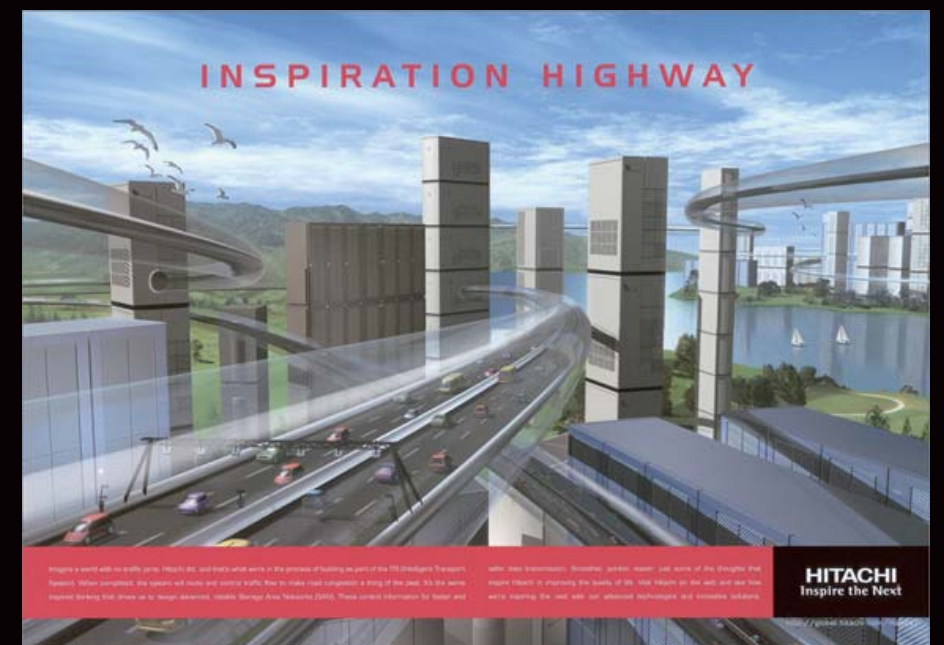
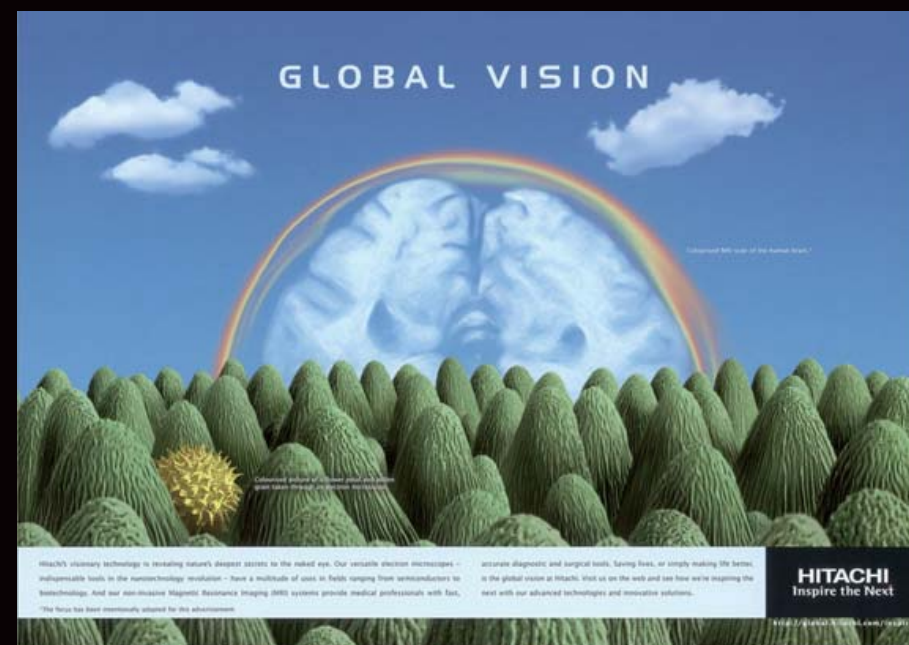
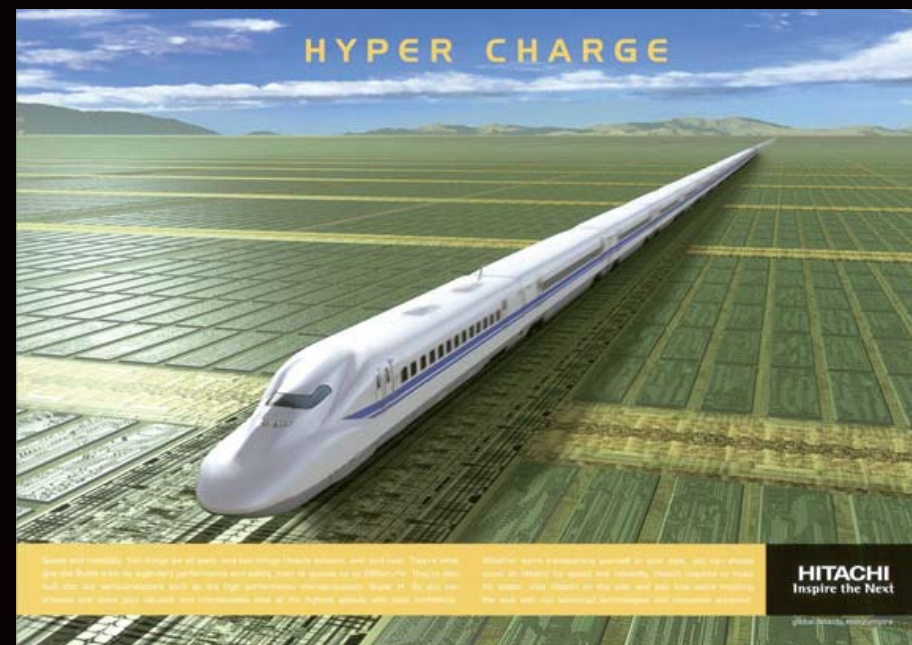
改訂版 2019年 発行

*「かくれ不眠」とは、治療が必要なく睡眠が「自然な一環」であり続ける人々の、睡眠に対する意識が高い状態。

※本誌を執筆したとき最新の調査データに基づいており、掲載内容には変更が生じる可能性があります。最新情報は本誌に掲載されている記事、雑誌に掲載されている記事、ウェブサイトに掲載されている記事を参照してください。

※本誌の編集者による「発見」「気づき」の発表はあくまでも参考情報です。本誌の内容はあくまでも参考情報であり、医療行為ではありません。また、本誌の内容はあくまでも参考情報であり、医療行為ではありません。また、本誌の内容はあくまでも参考情報であり、医療行為ではありません。

[illegible]



■ 日立製作所 海外用企業広告

HITACHI の多様性を表すための企業広告。新幹線+チップ、MRI+電子顕微鏡、ストレージサーバー+交通管理システムというように、2つのテクノロジーを合わせて表現。

TECHNOLOGY IN ACTION

- 1 Bullet Train
- 2 Satellite Communication Systems
- 3 Water Purification System
- 4 Wind Power Generation System
- 5 Solar Panel
- 6 Net PDA
- 7 e-Learning
- 8 DVD Camcorder
- 9 Broadband Access Networks
- 10 Refrigerator
- 11 Plasma Display

- 12 Intelligent Transport System
- 13 Open MRI
- 14 Cancer Diagnosis and Therapy
- 15 Electron Microscope
- 16 Railway Traffic Management System
- 17 Elevator & Escalator
- 18 Data Storage Solutions
- 19 e-Government
- 20 Financial Solutions
- 21 Electric Vehicle Management System
- 22 Optical Fiber Cables

We don't believe in technology for technology's sake. We believe in water purification technology that is helping to keep mountain lakes as beautiful as nature intended. Or transportation systems that are bringing new levels of mobility and efficiency to the world's great cities. Or advanced diagnosis and therapy that may one day give an 8-year-old cancer patient the ultimate benefit of technology: life itself. In this slice of earth, you'll see how Hitachi

Technology touches your life. In ways that are shaping not just the future of technology, but the future of mankind. To understand just how Hitachi is working to improve your world, visit us on the Web and see technology in action.

<http://global.hitachi.com/inspire/>

日立製作所 海外用企業広告

人々の暮らしのいたるところで HITACHI のテクノロジーが存在し稼働していることを表現した企業広告。

TECHNOLOGY IN ACTION

Trout survive only in the cleanest waters. With breakthroughs in water purification, Hitachi is using technology to sustain this precious natural resource. And to address other important environmental issues, including the reduction of atmospheric CO₂. From advanced battery solutions and electric vehicle management systems to energy-saving solutions for buildings and manufacturing facilities, Hitachi believes in a simple idea: that technology is never for its own sake but for the benefit of all. As an innovative global solutions company, Hitachi touches your life in so many ways. To understand how Hitachi is benefiting your world, visit us on the Web and see technology in action.

<http://global.hitachi.com/inspire/>

TECHNOLOGY IN ACTION

It's nice to know your loved ones are safe at home. Whenever you are, you can monitor your home - even remotely control home appliances, temperatures and security devices. And in the ubiquitous networked society of the near future, you'll be connected to everyone and everything, anytime and anywhere. From your car, from broadband access networks, data storage solutions and hard disk drive technologies, to information devices like plasma displays and PDA's, Hitachi's technological expertise and services are making this a reality. Just one more example of technology not for its own sake, but for the benefit of all. As an innovative global solutions company, Hitachi touches your life in many ways. Visit us on the Web and see technology in action.

<http://global.hitachi.com/inspire/>

TECHNOLOGY IN ACTION

Now, we can jump for joy at any age. Because with advances in medical and life sciences today, millions of people live longer, happier lives with early diagnosis and treatment for diseases that were once incurable. Hitachi's leading role in medical and life sciences has resulted in imaging systems such as Open MRI, diagnosis and analysis equipment like electron microscopes and breakthrough cancer diagnosis and therapy. Each, is a confirmation of our belief that technology must never be for its own sake, but for the benefit of all. As an innovative global solutions company, Hitachi touches your life in many ways. Visit us on the Web and see technology in action.

<http://global.hitachi.com/inspire/>



■ EMI ザ・ビートルズ CD『Live At The BBC』（ポスター）



あなたがお気に入りのあの場所は、
今もあの日のように、あなたを待っている。
さあ、夏はハワイへ。

SUMMER  HAWAII

ハワイ観光局
何度も行きたくなる
不思議。
HAWAII
www.hawaii.jp



あなたがお気に入りのあの場所は、
今もあの日のように、あなたを待っている。
さあ、夏はハワイへ。

SUMMER  HAWAII

ハワイ観光局
何度も行きたくなる
不思議。
HAWAII
www.hawaii.jp



あなたがお気に入りのあの場所は、
今もあの日のように、あなたを待っている。
さあ、夏はハワイへ。

SUMMER  HAWAII

ハワイ観光局
何度も行きたくなる
不思議。
HAWAII
www.hawaii.jp

■ ハワイ観光局（ポスター）

夏休みの需要期に使用する旅行代理店用ポスター。「Your Seat」と棒引きされた先には、パラソルの下だったり、波打ち際の岩だったり。お気に入りの場所が待っているとリピーターを誘う。



■ フリスキー モンプチ キラリ（雑誌／ポスター）



■ ネスレ ネスカフェ プレジデント（Web／店頭ツール）



■ ネスレ プリナペットケア プリナ ONE（雑誌）



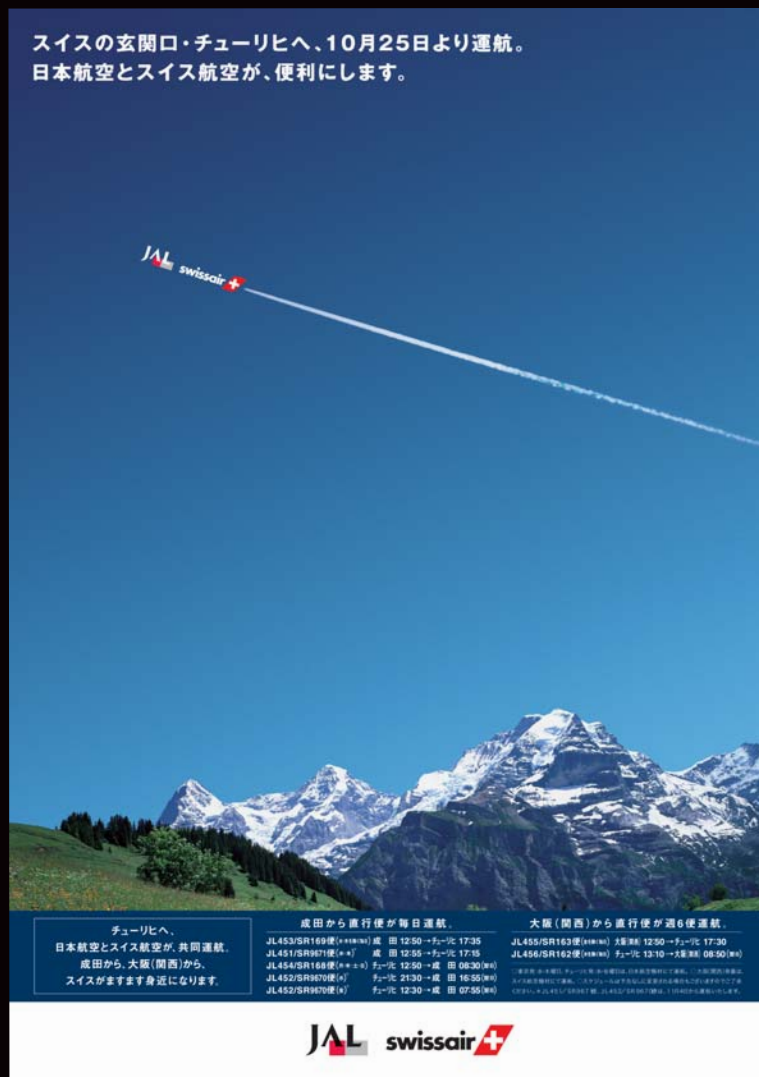
■ ネスレ ネスカフェ エクセラ（TVCM／Web／店頭ツール）



■ 日本航空 ベトナム線就航



■ ジャルパック SKI



■ 日本航空 スイス運行告知広告（新聞／ポスター）



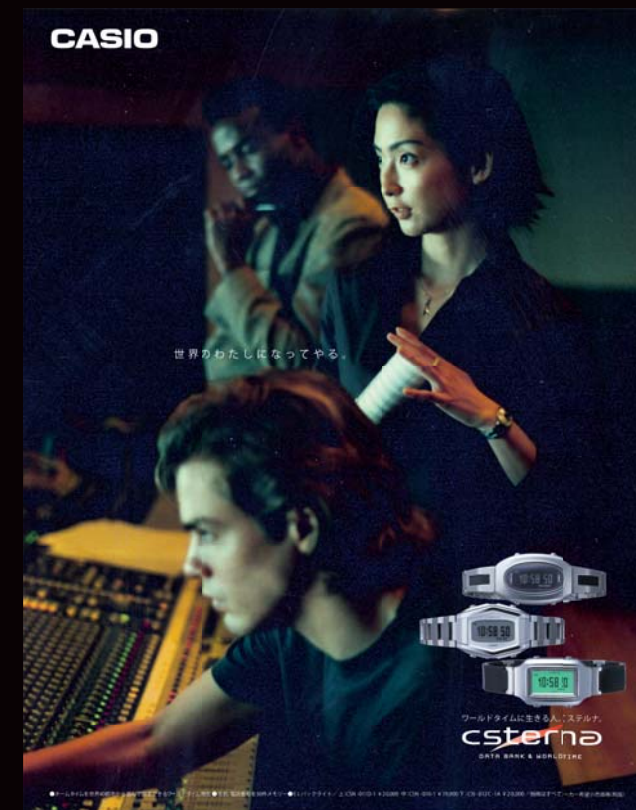
■ ジョンソン・エンド・ジョンソン SUREVUE（雑誌／ポスター）



■ フリスキー モンプチ 10周年告知（新聞）



■ CASIO Cyber MAX（ポスター／雑誌）



■ CASIO csterna（ポスター／雑誌）

■ イセ食品 森のたまご TVC 『だいじに』 篇

ターゲットの主婦だけでなく子供にも愛される玉子の王子様のキャラクターを制作し、たまごが手間暇かけて丁寧に生産されていることを訴求。



玉子さまは手がかかる

だいじに だいじに そだてられ

だいじに だいじに はこばれて

ああ～、たべられる

玉子さま：
おいしいぞよ

NA:
玉子のプロがつくった
森のたまご

■ イセ食品 森の玉子さま 『すばやく』 篇

ターゲットの主婦だけでなく子供にも愛される玉子の王子様のキャラクターを制作し、産卵後クイックに出荷して鮮度を大事にしていることを訴求。



玉子さまは いそいでる

すばやく すばやく はこばれて

すばやく すばやく お手もとに

ああ～、たべられる

玉子さま：
新鮮じゃ！

NA:
玉子のプロがつくった
森のたまご

■ ネスレ プュリナペットケア プュリナ ONE TVC 『ルームランナー』 篇
健康機能キャットフードであることを、人間の OL に置き換えて表現。



ネコ A:
最近、調子イイじゃない。

ネコ B:
なんかやってるでしょ？

ネコ C:
やってる、ってゆーか、
食べてる。

NA:
あなたのネコが、
食事で変わります。

NA:
新鮮な肉や魚で、
健康 6 要素をサポート
ピューリナ ONE

ネコ AB:
食べてる？！

■ ネスレ ネスカフェ エクセラ 北海道の牧場カフェオレ TVC 『ハタアゲ』 篇
クリーミーでリッチな味わいのカフェオレなのに、カロリーが低いという、二律背反する商品特徴を、ハタあげゲームをする牛のキャラクターで表現。



NA:
NESCAFE と
北海道ミルクで～！

♪
クリーミー上げて（モ！）
カロリー上げない（モ？）

クリーミー上げて（モ！）
カロリー上げない（モ？）

クリーミー上げて
カロリー上げない

NA:
北海道の牧場カフェオレ

あなたのカフェオレ何カロリー？

■ 新キャタピラー三菱 ミニ油圧ショベル TVC 『フットボール』 篇

小型油圧ショベルの旋回能力と機敏な動きというパフォーマンスを、ショベルにサッカーをさせることで表現。



■ そんぽ 24 TVC 『よくばろう』 篇

親しみのある損害保険会社になるために、子供も喜ぶようなキャラクターを作って表現。競合他社との差別かもはかる。インターネット見積もりを関連付けて、コアラのハナはとれるとマウスになる。



ドライバー：

自動車保険、
安いだけじゃなあ

安心だけでもなあ

SE:

ヒュ～(落下音)

SE:

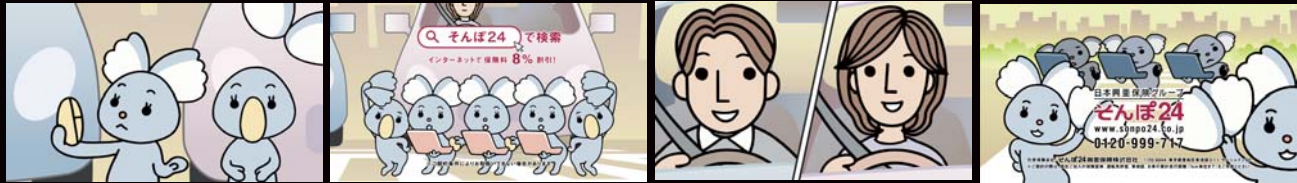
ヒュ～(落下音)



よくばろう
よくばろう (そんぽ！)

自動車保険を
よくばろう

お得と安心
よくばろう (さあ！)



見積もりだ
見積もりだ

NA:

全国規模のサービスを
驚きの価格で～

ドライバー：

よくばる！

お得で安心
そんぽ 24

■ キャドバリー・ジャパン リカルデント TVC 『かみたい』 篇



噛みたい

噛みたい

リカルデント～

噛みたい

噛みたい



リカルデント～

NA:
おいしさつづく、デンタルガム！



リカルデント 噛み～たい

■ キヤドバリー・ジャパン リカルデント TVC『事実、歯が丈夫に』篇

ターゲットであるOLのところにいきなり現れるTOKIOの松岡くん。リカルデントが歯にいいことを押し売りする。



松岡： 歯みがき？
OL： えっ、松岡くん？



松岡： 美しさは、いい歯から
はい、リカルデント



OL： んん～



松岡： ジュワ～ ジュワ～

OL： 何ですか？



松岡： カルシウムは歯に
ジュワワワワ～



SL： 噛めばわかるリカルデント！

■ キヤドバリー・ジャパン リカルデント TVC『事実、おいしい』篇

ターゲットである主婦のところにいきなり現れるTOKIOの松岡くん。デンタルガムでも美味しいということを押し売りする。



松岡： すみませ～ん、
あなただけに
おいしい話！



奥さん： えっ、松岡くん？



松岡： リカルデント
ライムミント！

ライムとミントが
フルジュワキリ～



ライムとミントが
フルジュワキリ～



奥さん： おいしい

松岡： すみませ～ん、
あなただけに
おいしい話！



SL： 噛めばわかるリカルデント！



■ キャドバリー ジャパン リカルデント プロモーション DVD
ひろみちお兄さんを起用した、子供たちに歯の健康を啓蒙する映像コンテンツ。クローズドプロモーション他、「レッツ! かみ体操」イベントで配布。



■ ネイルサロン ペタル（ネーミング／ロゴ）
花びらを意味する「ペタル」。お客様の指先を花びらのように美しくしたいというコンセプトでネーミング & ロゴ開発。

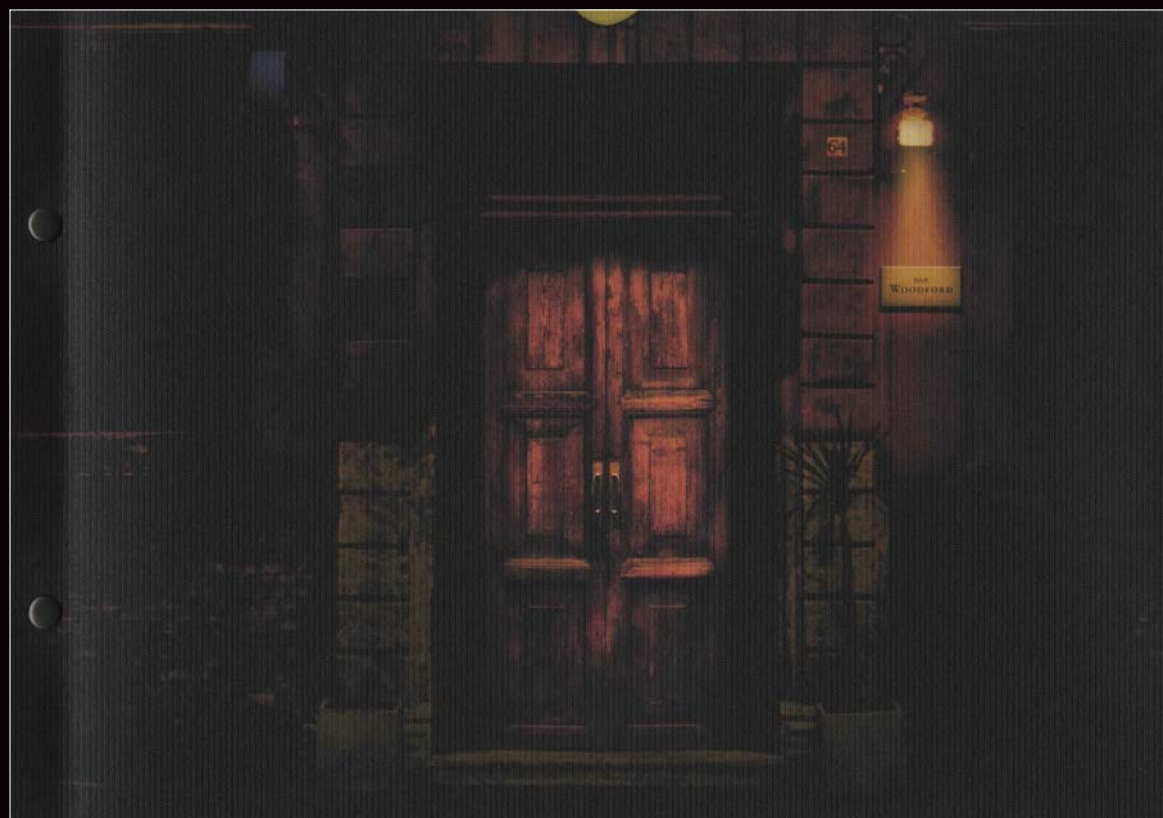


■ EFM（ロゴ）
才能がありながら知名度が低いミュージシャンをサポートする財団のロゴ。その活動内容を、花粉を運び植物の受粉を助ける働きをするハチもモチーフで表現。無名ミュージシャンを花開かせ、良い音楽を拡散させる役割を象徴。



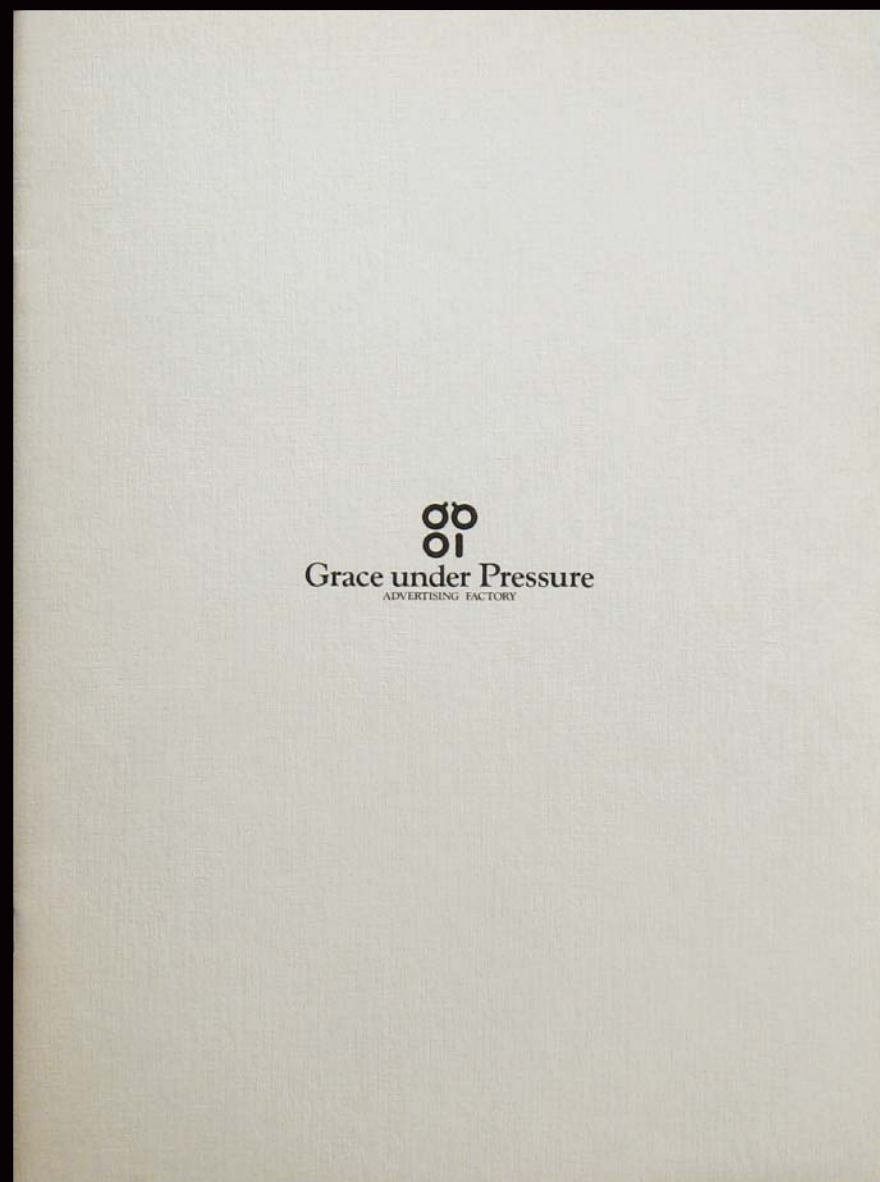
■ Fairy Fair ウェディングプラン会社 ブローチャー
16P 332×245 mm



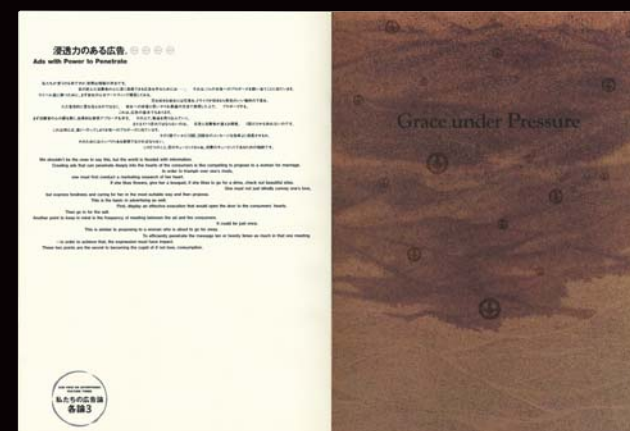
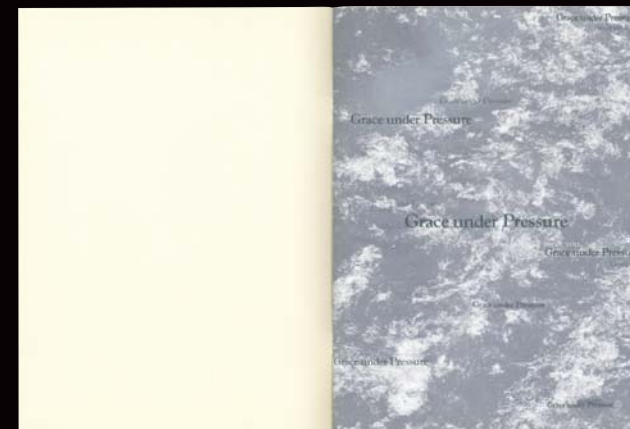


■ サントリー / ブラウン・フォーマンコーポレーション
 WOODFORD RESERVE ブローシャー
 とあるバーを訪れた不思議な客とバーテンダーの会話を軸に、ウッドフォードリザーブの蘊蓄を紹介。
 20P 210×297 mm



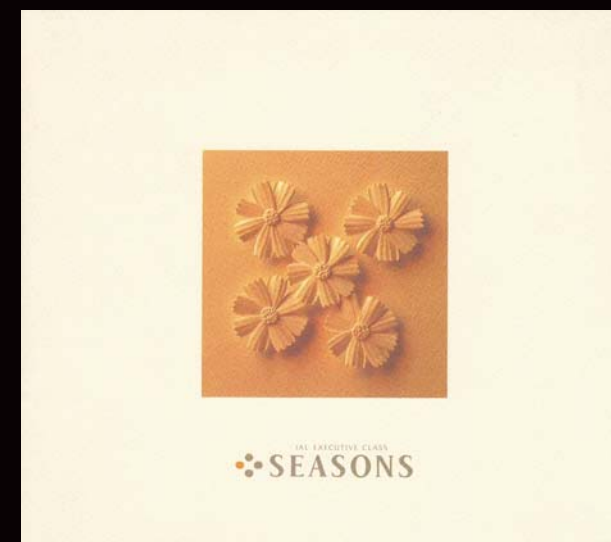
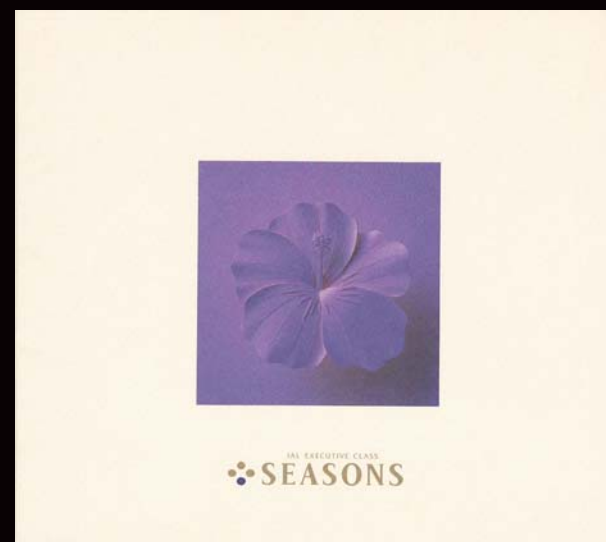
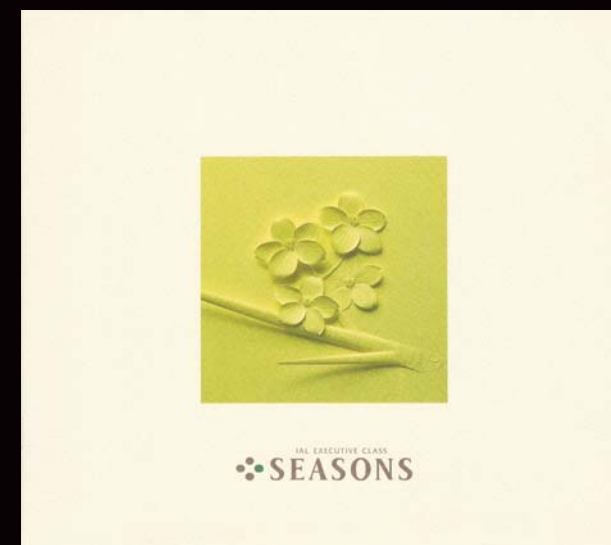
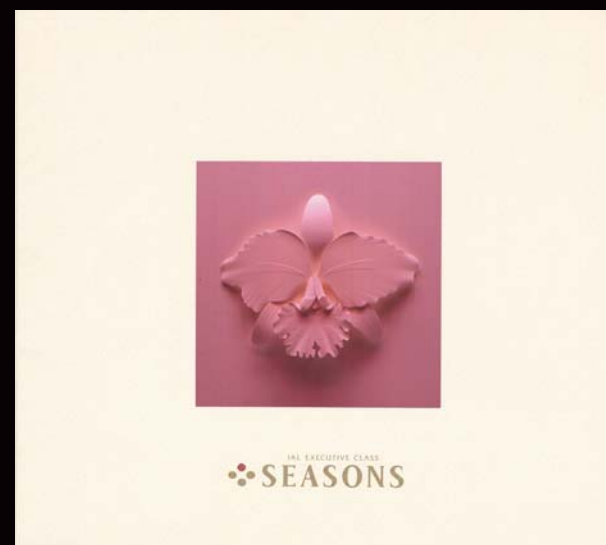


■ Grace under Pressure 広告制作会社 ブローチャー
 水をモチーフに使用し、コミュニケーションの流れ、ターゲティング、温度、浸透力
 などを主張。 20P 245×330 mm

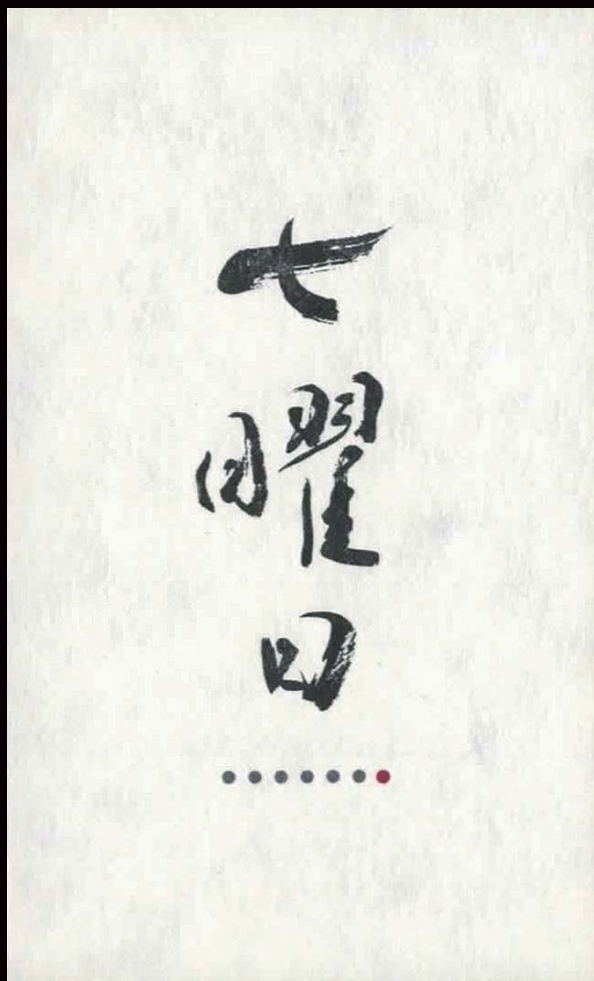




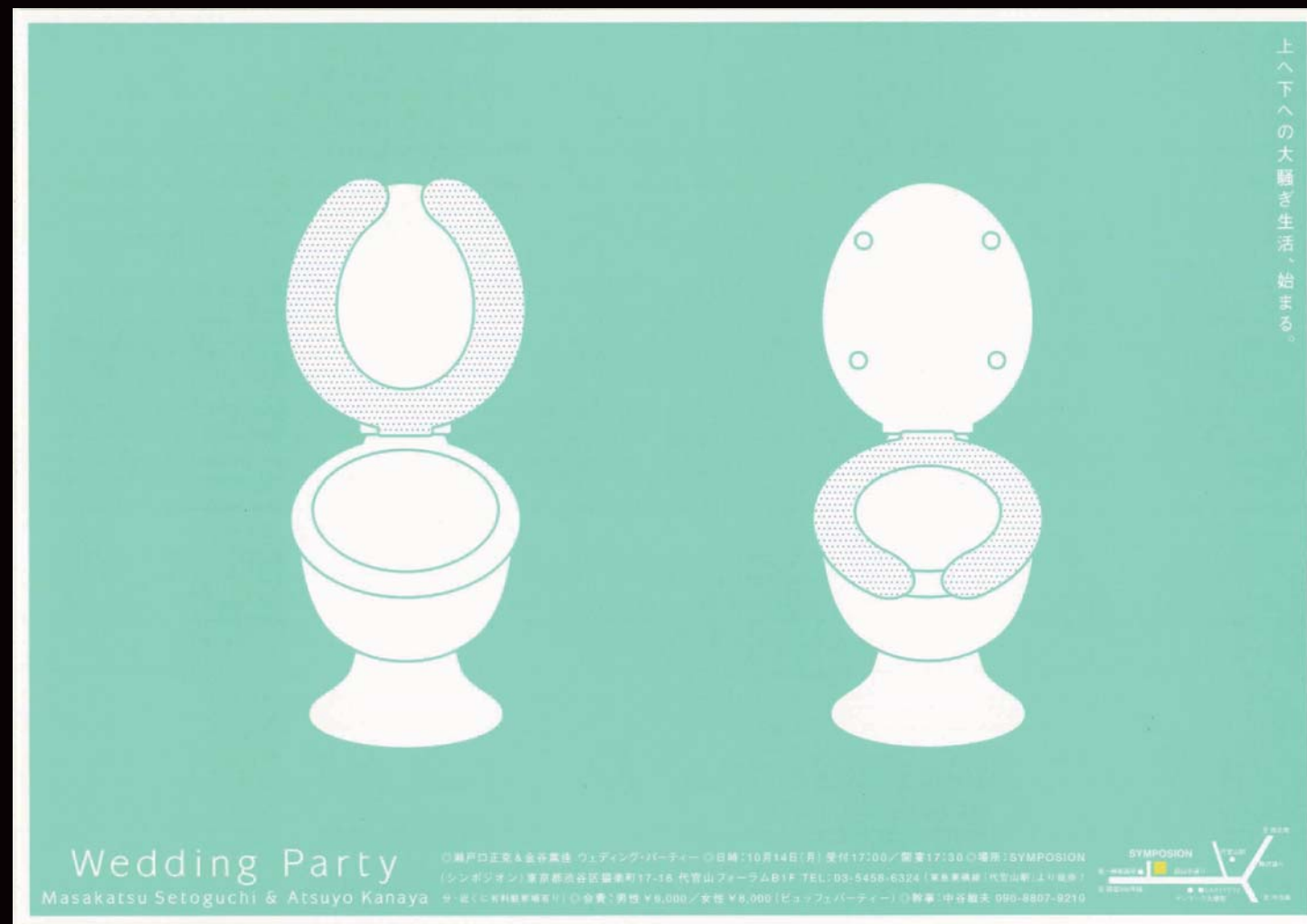
■ 日経 広告手帳 表紙デザイン



■ 日本航空 ビジネスクラス 機内食メニュー



■ 和食ダイニングバー 七曜日 (ロゴ／DM／ショップカード)



↑ ■ ウェディングパーティー フライヤー
男女が一緒になって生活を始めることの象徴として、トイレの便座をモチーフとして使用。

✂ ■ ウェディングパーティー DM

⇒ ■ ウェディングパーティー DM
美術系の仕事をしていた新郎新婦を象徴させるために、クレヨンモチーフで表現。





■ 年賀状デザイン

干支をテーマにタイポグラフィでデザイン。元日 → 酉 / 1998 → 虎(寅) / 2004.1.1 → さる(申)

Somei Hirai

Creative Director
Art Director

〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町30-4 #206
TEL, 090.2624.2506
MAIL, somei.hirai@ja2.so-net.ne.jp