



O P E N

Living / Fashion / Food / Establishment

Grand Opening Graphics

A collection of graphic design for new retail spaces

Grand Opening Graphics

A collection of graphic design for new retail spaces

オープンツール グラフィックス

Grand Opening Graphics

©2004 PIE BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

PIE BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 Japan
Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812

e-mail:

editor@piebooks.com

sales@piebooks.com

<http://www.piebooks.com>

ISBN4-89444-350-3 C3070

Printed in Japan



C o n t e n t s

Living & Beauty	009
Fashion	047
Food	097
Establishment & Others	159
Index.....	207

Grand Opening Graphics

A collection of graphic design for new retail spaces

オープンツール グラフィックス



Grand Opening Graphics

©2004 PIE BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

PIE BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 Japan
Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812

e-mail:

editor@piebooks.com

sales@piebooks.com

<http://www.piebooks.com>

ISBN4-89444-350-3 C3070

Printed in Japan



C o n t e n t s

Living & Beauty	009
Fashion	047
Food	097
Establishment & Others	159
Index.....	207

Foreword

日々、街には業種を問わず多くのショップや施設などがオープンしています。店舗を新しく立ち上げるにあたって関係者は、強豪する他店との差別化をはかるために、独自のイメージを創り上げることに努力します。このイメージ戦略に欠かせないもののひとつが、グラフィックツールです。

本書は、ここ3年間で新しくオープンした、個性的な店舗や施設の、バラエティー豊かなグラフィックツールを紹介しています。また、ショップコンセプトをはじめ、プロモーションやデザインコンセプトを紹介することで、各ツールがもつ意図をより深く感じ取っていただけるようにしました。

街中で良く目にするショップバッグ、多くの案内のなかで目立つインビテーション、思わず持って帰るフライヤーやショップカード…… 私たちは普段これらの媒体を単体で目にする機会が多くあります。しかし、ひと店舗に関するグラフィックツールをまとめて見ることにより、それぞれの店舗が構築する世界観を改めて感じとっていただけたら幸いです。

最後になりましたが、本書を制作するにあたり快くご協力をいただきましたすべての皆様に、この場を借りてお礼を申し上げます。

ありがとうございました。

PIE BOOKS編集部

Foreword

With each coming day, new shops and facilities of wide-ranging specialties open their doors. As an integral part new-store development, retailers strive to create a distinctive image that will distinguish them from veteran shops in similar fields. Instrumental to this kind of strategic image building in the retail arena are the graphic applications of the store identity.

This book presents the highly diverse graphic applications from distinctive stores and facilities that have opened within the past three years. And to facilitate a fuller understanding of the intent behind these marketing tools, the presentation of each shop includes descriptions of their store, design and promotional concepts.

The many shopping bags we see on the streets carried by passersby, the opening invitations that catch our eye among all the unsolicited mail we receive every day, the flyers we pick up without a thought... the opportunities we have to see these media as isolated items are numerous. We hope, however, that by viewing the many graphic applications related to a single store as a body of work, readers will sense anew the worldview each retailer has taken in building each store.

Finally, we would like to take this opportunity to express our gratitude to those who contributed to the production of this book.

Thank you one and all.

PIE BOOKS editor

Editorial Note

クレジットフォーマット Credit Format

A オープン日(年/月) Open day (year / month)

B ショップ名 Shop name

C 業種 Type of industry

D CL:クライアント Client
 CD:クリエイティブ・ディレクター Creative Director
 AD:アート・ディレクター Art Director
 D:デザイナー Designer
 P:フォトグラファー Photographer
 I:イラストレーター Illustrator
 CW:コピーライター Copywriter
 DF:制作会社 Design firm
 SB:作品提供社 Submitter

- ・上記以外の製作者呼称は省略せずに掲載しています。
All other production titles are unabbreviated.
- ・媒体名につく数字は、クレジット欄の製作者に対するものです。
Numbers following the media name is an explanation for the creators written on credits.

E コンセプト Concept

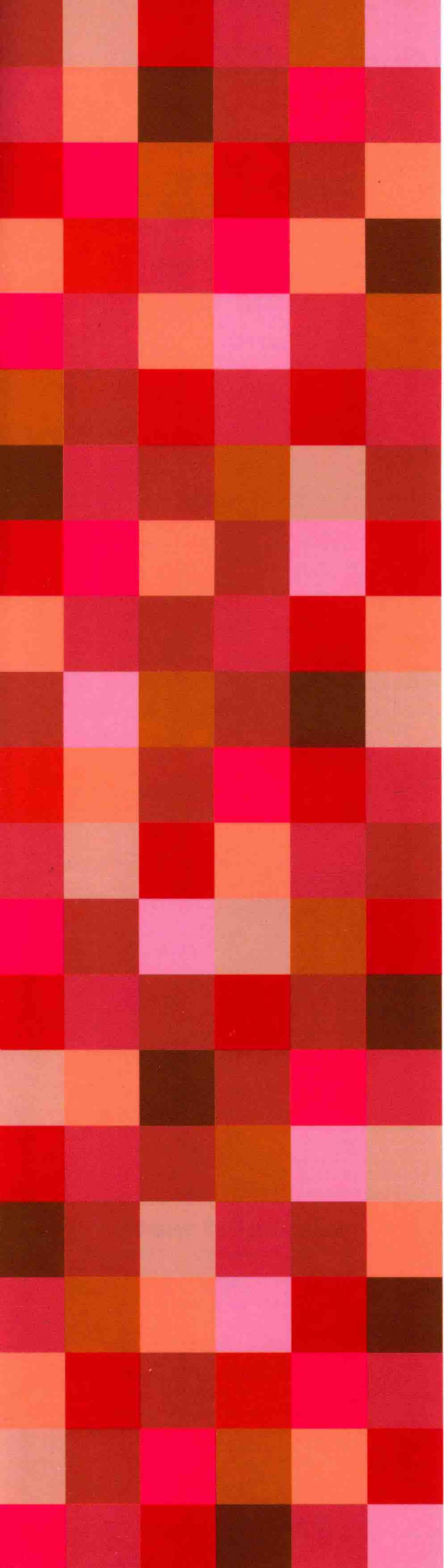


※90ページ(フランク・ミュラー大阪店)のロゴは、正式なロゴではなく、店舗名を記したものです。予めご了承ください。
Ninety-page (Frank Muller Osaka) logo was not a formal logo, but it wrote a store name. Approve it in advance.

※本書に掲載されている店名、店舗写真、販促ツール、商品などは、すべて2004年3月時点での情報になります。
All in store-related information, including shop name, photography, promotional items and products are accurate as of March 2004.

※作品提供者の意向によりデータの一部を記載していない場合があります。
Please note that some credit information has been omitted at the request of the submitter.

※本書に記載された企業名・商品名は、掲載各社の商標または登録商標です。
The company and product names that appear in this book are published and/or registered trademarks.



Living & Beauty



ソニープラザが手掛ける新型雑貨ストア ターゲットの大人を意識したグラフィック

A new-style housewares store by Sony Plaza. Graphics conscious of the target adult

CL+CD+AD+SB: (株)ソニープラザ Sony Plaza I: キラズ KIRAZ CD: Information Paper, Opening Flyer / 文園敏郎 Toshiro Fumizono
AD: Information Paper, Opening Flyer / 藤森潤司 Junji Fujimori CW: Information Paper, Opening Flyer / 岡林ちひろ Chihiro Okabayashi
D: Information Paper, Opening Flyer / 関 宙明 Hiroaki Seki (Mr.Univers) Agency: Information Paper, Opening Flyer / フロンテッジ FRONTAGE



Opening Postcard

人生に、セレンディピティを。



Kiraz

SERENDIPITY by Sony Plaza
OPEN on MAR. 30th



Opening Flyer



SHOP CONCEPT

大人のためのスタイル・ストア

ソニープラザが次なる挑戦としてオープンした大型雑貨ストア。流行や情報に敏感でありながらも自分らしさを大切にする成熟した大人に向け、自分のスタイルを自由にプロデュースできる場を提供する。

A "style" store for adults

A large-scale housewares store opened by Sony Plaza. Targeting mature adults who, while sensitive to fashion and information, value their sense of self, the store provides the means to create one's own lifestyle.

DESIGN CONCEPT

上品なグリーン&茶で大人っぽさを強調

ストアコンセプトに調和した上品なグリーンをメイン、サブカラーに茶系統の色を用い、大人の落ち着きと品の良さを全面に押し出した。オープニング用販促ビジュアルのイラストは仏イラスト界の巨匠キラズ氏を起用。

Tasteful green and brown emphasize maturity

In keeping with the store concept, the identity employs a tasteful green as the main color and a brown tone as the sub-color to emphasize adult-like composure and refinement. The opening promotion features an illustration by the famed French illustrator Kiraz.

PROMOTION CONCEPT

内覧会&情報紙でストア情報発信

オープン前にプレス関係者を招き、内覧会を開催。新しいタイプの店舗誕生を多方面にPRした。また、店舗の情報紙を作成し、一般消費者に配布。新店舗の速やかな認知拡大を狙った。

Private preview and infozine

Invite the press to a private preview before the opening. Publicize the birth of a new-type store on multiple fronts. Produce a store-specific infozine, and distribute it to the general consumer, aiming to increase recognition of the new store rapidly.

科室別の
郵便



7月1日より、日本橋店
閉業の作業中
SERENDIPITY
Sony Plaza

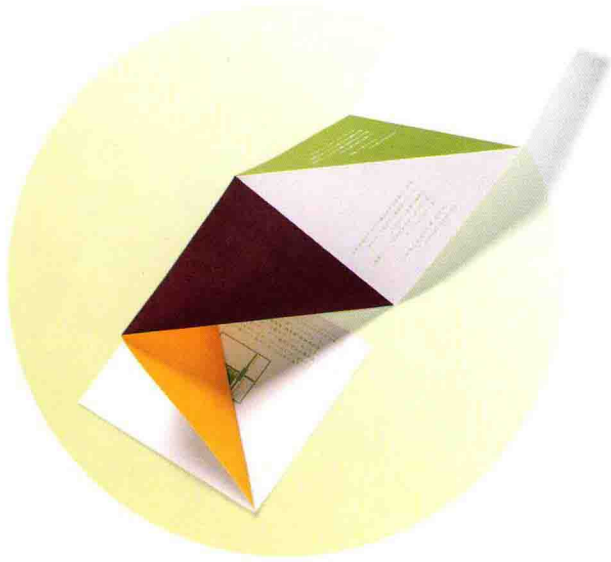
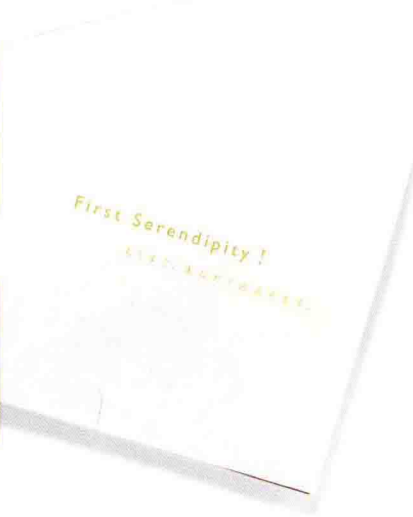
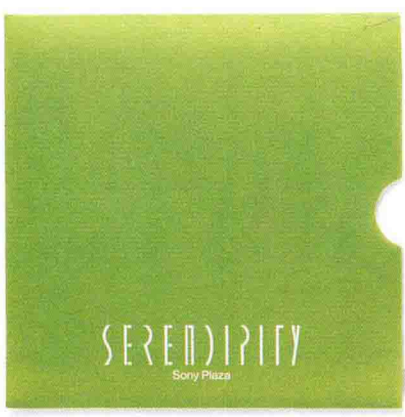


この冊子は、各部署の業務内容や、お問い合わせ先、受付時間などを掲載しています。また、各部署の担当者の名前や役職も記載されています。この冊子を通じて、お客様がスムーズに業務を進められることを目指しています。

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
ソニービル
総機 03-6748-1111
受付時間 9:00~17:00 (土日祝祭日を除く)

ソニー株式会社
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
ソニービル
総機 03-6748-1111
受付時間 9:00~17:00 (土日祝祭日を除く)

Opening DM



HEALTH & BEAUTY

COSMETICS

GIFTS & GREETINGS

出会うという名の、スタイル・ストア。

セレンディピティ 日本橋店 COREDO日本橋に3月30日オープン

WEST EAST

FASHION MEN'S WEAR

FOODS

HOME

STOVEN

セレンディピティ・メンバーズ募集中

【セレンディピティ・メンバーズ会員特典】

1. セレンディピティ・ポイントがたまります。
2. セレンディピティ・ニュースを先着優先で読めます。
3. 「オーガニック」商品が先着優先で買えます。
4. 「オーガニック」商品が先着優先で買えます。
5. 「オーガニック」商品が先着優先で買えます。

www.serendipity.com/jp/



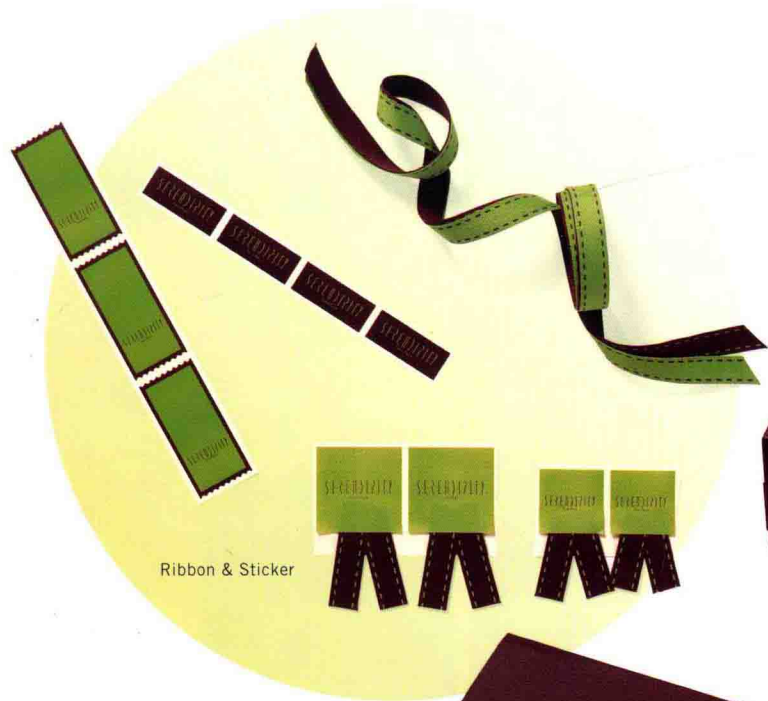
人生に、セレンディピティを。

SERENDIPITY by Sony Plaza
OPEN on MAR. 30th





Wrapping



Ribbon & Sticker



Gift Box