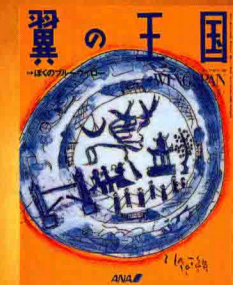
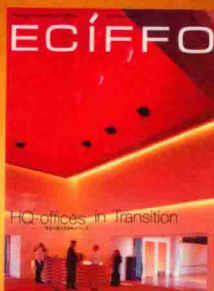


new BUSINESS PUBLICATIONS



new

B U S I N E S S

PUBLICATIONS volume 1

new
BUSINESS
PUBLICATIONS volume 1

Copyright © 2000 by P·I·E 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.*

P·I·E BOOKS

Villa Phoenix Suite 301, 4-14-6,
Komagome, Toshima-ku, Tokyo 170-0003 Japan
Tel:03-3940-8302 Fax:03-3576-7361
E-mail:editor@piebooks.com
sales@piebooks.com

ISBN4-89444-125-X C3070

Printed in Japan

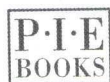
CONTENTS

序文 Introduction

	ファッション(アパレル・ファッションビル・スポーツ・雑貨・化粧品・美容) <i>Fashion (Apparel / Boutiques / Sports / Accessories / Cosmetics)</i>	010
	インテリア <i>Interior</i>	044
	食品・飲料 <i>Food / Beverages</i>	056
	音楽・放送・アミューズメント <i>Music / Broadcasting / Amusements</i>	066
	出版・印刷・デザイン <i>Publishing / Printing / Design</i>	098
	機械・物流・化学 <i>Machinery / Distribution / Chemicals</i>	130
	サービス(金融・情報・ガス・水道・電気・交通・葬儀) <i>Services (Financial / Information/Utilities / Transportation / Mortuary)</i>	154
	公共・団体・施設(ミュージアム・学校・病院・ホテル) <i>Public / Groups / Facilities (Museums / Schools / Hospitals / Hotels)</i>	187

インデックス Index

new
B U S I N E S S
P U B L I C A T I O N S volume 1



new
BUSINESS
PUBLICATIONS volume 1

Copyright © 2000 by P·I·E 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.*

P·I·E BOOKS

Villa Phoenix Suite 301, 4-14-6,
Komagome, Toshima-ku, Tokyo 170-0003 Japan
Tel:03-3940-8302 Fax:03-3576-7361
E-mail:editor@piebooks.com
sales@piebooks.com

ISBN4-89444-125-X C3070

Printed in Japan

企

業・団体などが発刊しているPR誌・情報誌・フリーペーパーは、街中・店舗での配布や請求によって、簡単に手に入れることができます。無料で様々な情報が得られるというのは、とても魅力的です。書店で販売されている雑誌並みのしっかりした装丁のものから、気軽に目を通せるリーフレットタイプのもので種類が多く、固定ファンも数多くいるようです。

ただ、これらPR誌の一部で、少しずつ変化の兆しを見せているものもあります。フルカラーだった誌面が、2色または単色に変わったり、デザインフォーマットが簡略化されたり、形態がページ物からペラ物に変わったり、究極、廃刊になったりしているものがあるのです。全てがそうでないにしろ、制作者たちは、経費節減といった厳しい制限の中で創意工夫をしながら、充実した誌面を作ろうと努力しています。充実した誌面を作る上で重要になってくるのは、どれだけしっかりと発刊の目的を把握しているかということでしょう。何を作るにしても、目的がはっきりしなければ、期待した結果が得られません。PR誌を作るにあたっては、その根本であるPRというのが一体何なのか、ということをもまず把握するべきです。そもそもPR誌や、情報誌・フリーペーパーを使って行われているPR活動とは、何なのでしょう？ PR (Public Relationの略) とは、元来、企業・団体が社会にその存在を認められるために、また、経営・運営存続を社会に承認してもらうために行われている広報活動のことであり、企業・団体と社会との相互利益を確認する材料であると定義付けられています。具体的には、“知名度を上げる” “商品の販売による利益の向上” “活動の理解と支援によって活動を充実させる”といった目的を持っていると言えます。人々は、その企業・団体の活動が、自分たちの利益・欲求に合致すると、企業に対してであれば商品を購入し、団体に対してであれば支援をします。そのことによって、企業・団体の経営・運営がスムーズになり、社会・文化・経済もうまく機能し、好循環に結び付く可能性が大いなのです。この有効な手段であるPR活動の一環であるPR誌の発刊は、とても重要な意味を持っていると言え、その制作に携わる者は、重大な任務を背負っていると言えます。本書が、そのことを再確認するきっかけとなり、今後の社会・文化・経済の発展に一役買うができれば、幸いです。

ピエ・ブックス 編集部

は
じ
め はじめに
に

Info/news periodicals, PR magazines, and community newspapers published by companies and organizations and distributed to stores and public places are available simply for the taking, or, minimally, for the asking. Being free and providing a wide variety of information are key to their appeal. These publications range in form from bound glossy magazines, much like those sold at newsstands, to simple leaflets for easy perusal, and many have hard core followings.

A portion of these periodicals, however, are showing distinct signs of transformation. Former full-color pages are being printed in one or two colors, design and formats are being simplified, multi-page issues are becoming single pages, and in extreme cases publication has ceased. Albeit not the case across the board, many producers are faced with budget cuts and are working to find original means to create substantial publications within severe limitations.

Probably the most critical factor in creating a substantial periodical is having a firm grasp of the objective behind issuing the publication. This of course holds true for anything one creates; the lack of a clear objective precludes the expected results. Creating a PR magazine requires a thorough understanding of what these periodicals are founded on, i.e. PR.

Just what are the PR-related activities operative in PR magazines and info/news periodicals? Properly speaking, public relations (PR) is defined as the publicity activities employed by a corporation or organization to win recognition with the public, or to gain public consent to continue business/operations; it is the medium which identifies the mutual benefits for the corporation or organization and the public. Specific objectives include increasing notoriety, improving profits from product sales, and enhancing activities by gaining public understanding and support for activities. The potential for creating a healthy circulatory system by which business or operations of the corporation or organization run smoothly, and the economy, culture and society function well is great.

The publication of PR periodicals has special meaning as an effective means of conducting PR activities and all those involved with their production are fulfilling an important mission. It would please us greatly if this book serves as a catalyst to reconfirm that significance, and in doing so contributes to the development of the economy, culture and society.

FOR FOREWORD E

EDITORIAL NOTES

CREDIT FORMAT

作品名 Title of work

クライアント名 Client

クライアント業種 Client's Field of Business

使用目的 Intended use

刊行間隔 Frequency of publication

刊行年 Year of publication

国名 Country

CD:Creative director

AD:Art director

D:Designer

P:Photographer

I:Illustrator

CW:Copywriter

DF:Design firm

SB:Submittor

※上記以外の制作者呼称は、省略せずに記載しています。

Full names of all others involved in the creation/production of the work.

※紹介している見開きページは、*印の付いた表紙と対応しています。

Inside spreads shown correspond to the cover marked with an asterisk (*).

※各企業名に付随する“株式会社、(株)”及び“有限会社、(有)”は、省略して記載しています。

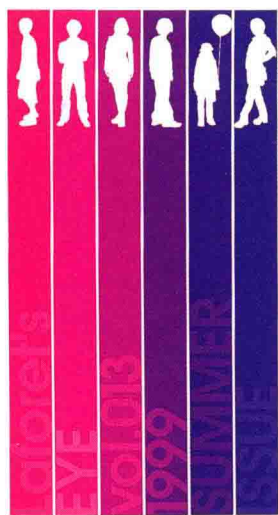
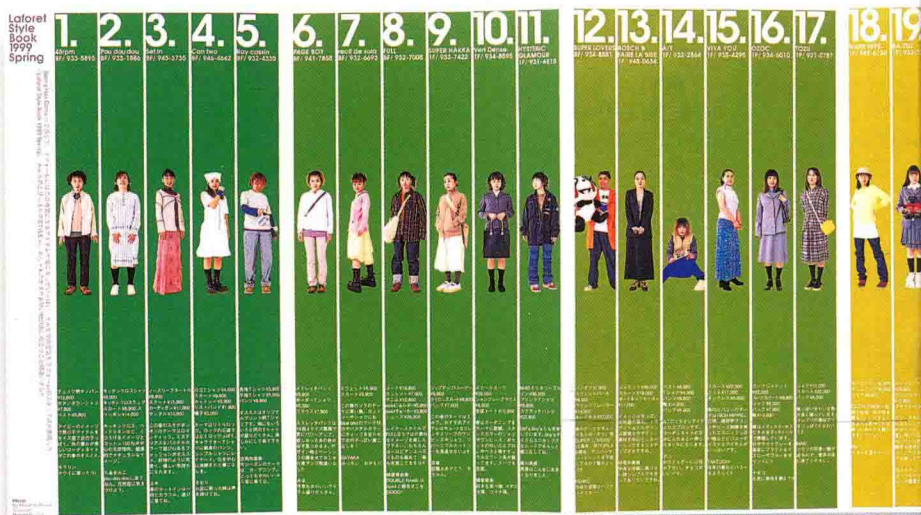
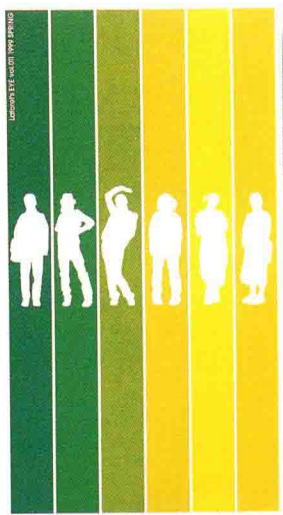
The 株式会社 (*kabushiki-gaisha*, literally, "incorporated") and 有限会社 (*yugen-gaisha*, literally, "limited") portion of company names will printed in their standard abbreviated forms, as (株) [*kabu*] and (有) [*yu*] respectively.

CONTENTS

序文 Introduction

	ファッション(アパレル・ファッションビル・スポーツ・雑貨・化粧品・美容) <i>Fashion (Apparel / Boutiques / Sports / Accessories / Cosmetics)</i>	010
	インテリア <i>Interior</i>	044
	食品・飲料 <i>Food / Beverages</i>	056
	音楽・放送・アミューズメント <i>Music / Broadcasting / Amusements</i>	066
	出版・印刷・デザイン <i>Publishing / Printing / Design</i>	098
	機械・物流・化学 <i>Machinery / Distribution / Chemicals</i>	130
	サービス(金融・情報・ガス・水道・電気・交通・葬儀) <i>Services (Financial / Information/Utilities / Transportation / Mortuary)</i>	154
	公共・団体・施設(ミュージアム・学校・病院・ホテル) <i>Public / Groups / Facilities (Museums / Schools / Hospitals / Hotels)</i>	187

インデックス Index



Laforet's EYE
ラフォーレ原宿 松山 LAFORET HARAJUKU MATSUYAMA

ファッションビル Fashion boutiques
会報誌 In-house magazine
季刊 Quarterly
1999 Japan

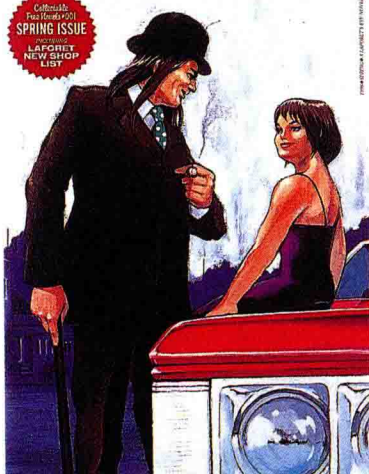
SB: ラフォーレ原宿 松山
LAFORET HARAJUKU MATSUYAMA



LIFE IS A MANY
SPLENDORED THING



Collectible
Flea Markets • 001
SPRING ISSUE
INCLUDING
**LAPORET
NEW SHOP
LIST**



By The Color of Your Dress



● ミルクマン斉藤 (GROOVISIONS)

60年代に大流行した。いわゆる「スパイ・ムービー」をご存じだろうか?そう、あの007シリーズをはじめとするスーパー・英雄怪獣部員の活躍を描いた一連のアクション映画のことだが、そのほとんどは本家007の無類勇猛録だけを拡大させた、質より量の映画たちで、しかも今見ると、そういうものこそファンシーでヒップでキャビン……

[illegible]

ピーター・セラズよりしく體と味方を一人で演じるマイヤーズの器ノリよりは物議。はるかの記憶で過剰にセクシーな女のつくりのこだわりが著しすぎる。手帳知識ナシでは充分なアシダがセクシーの先駆者なら007のバディだ。ボーイ・ラブ・パソコンの発信音が「電撃プリント」シリーズ(’66)に出てくる大抵経典直通電話のそれだった。本職はカメラマンといひオースチンの影の器ノリが「寂寥」そのまゝなまじり。道徳の根柢を失ひ知つてはとるに及ばざる仕掛け。その最大の失敗が、60年代ポップの象徴的存在であるバート・バカラック本人をゲストに呼んで一曲歌わせやうとせんことと、頼りて貰ふてくれ。



【キャスト・スタッフ】
監督：ジェイ・ローチ
製作：ギム・ムート
出演：マイク・マイヤー、
エリザベス・バークレー
原案・脚本：ロバート・ロウ
音楽：ジョージ・クラム

Stand in The Evening Light,
Until You Transparent or
Until You Fall asleep.

(Yoko Ono/grapefruit)



Laforet's EYE
ラフォーレ原宿 LAFORET HARAJUKU

ファッションビル Fashion boutiques
会報誌 In-house magazine
季刊 Quarterly
1998 Japan

CD: 田中ともゆき Tomoyuki Tanaka
松浦弥太郎 Yataro Matsuura
AD, I: 小野英作 Eisaku Ono
P: 野村浩司 Hiroshi Nomura/堀 清英 Kiyohide Hori
I: 阿部 篤 Atsushi Abe/藤本康生 Yasuo Fujimoto
SB: ラフォーレ原宿 LAFORTE HARAJUKU

