

BEST GRAPHICS

COOPERATE BROCHURE
SCHOOL CATALOG
FACILITIES GUIDEBOOK

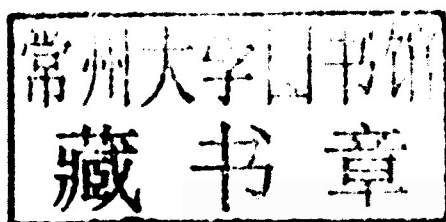
会社・学校・施設案内

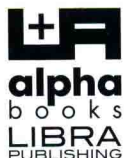
01

BEST GRAPHICS

COOPERATE BROCHURE
SCHOOL CATALOG
FACILITIES GUIDEBOOK

01





©2012 **alpha** books + **LIBRA** PUBLISHING

☐ Publisher:

ALPHA Planning Inc.

No.2 komeido Bldg. 4F, 3-11 Yotsuya Shinjuku-ku,
Tokyo 160-0004, Japan

Tel.+81-3-5360-6531 Fax.+81-3-5360-6544

<http://www.e-webpro.jp> info@e-webpro.jp

LIBRA PUBLISHING Co.,Ltd.

Takabayashi bldg. 3F, 2-15-4 Nihonbashikakigaracho,
Chuo-ku, Tokyo 103-0014, Japan

Tel.+81-3-5643-6701 Fax.+81-3-3662-1700

<http://www.adselect.jp>

☐ Distributor :

BIJUTSU SHUPPAN-SHA CO., LTD.

3-2-3, Jinbo-cho place Bldg., 9F, Kanda jinbo-cho Chiyoda-ku,
Tokyo 101-8417, Japan

Tel.+81-3-3235-5136 Fax.+81-3-3235-5169

<http://www.bijutsu.co.jp> info@bijutsu.co.jp

BEST GRAPHICS 01

会社・学校・施設案内

©2012 **alpha** books + **LIBRA** PUBLISHING

☐ 発行日：2012年7月10日 初版第1刷発行

☐ 発 行：

アルファブックス／株式会社アルファ企画

東京都新宿区四谷3-11 第2光明堂ビル4F 〒160-0004

Tel. 03-5360-6531 Fax. 03-5360-6544

<http://www.e-webpro.jp> info@e-webpro.jp

株式会社リブラ出版

東京都中央区日本橋蛸殻町2-15-4 高林ビル3F 〒103-0014

Tel. 03-5643-6701 Fax. 03-3662-1700

<http://www.adselect.jp>

☐ 発 売：株式会社美術出版社

東京都千代田区神田神保町3-2-3 神保町プレイス9階 〒101-8417

Tel. 03-3235-5136 Fax. 03-3235-5169

<http://www.bijutsu.co.jp> info@bijutsu.co.jp

Printed in Korea

ISBN978-4-568-50505-4 C0070

定価はカバーに表示してあります。落丁・乱丁はお取り替えます。
本書の内容の無断転載・複製することを禁じます。

会社案内 COOPERATE BROCHURE 006 - 163

食品／フードサービス 006 - 029

メディカル 030 - 039

化粧品／日用品 040 - 049

サービス 050 - 070

ハウジング 071 - 104

クリエイティブ 105 - 126

販売・ファッション 127 - 139

製造 140 - 157

その他 158 - 163

学校案内 SCHOOL CATALOG 166 - 227

大学 166 - 199

専門学校 200 - 223

小学校 224

高等学校 225

専門スクール 226 - 227

施設案内 FACILITIES GUIDEBOOK 230 - 251

結婚式場 230 - 236

ホテル 237 - 240

ミュージアム 241 - 245

遊園地 246

水族館 247 - 248

体験学習施設 249

スポーツジム 250 - 251



BEST GRAPHICS

COOPERATE BROCHURE
SCHOOL CATALOG
FACILITIES GUIDEBOOK

01



◆クリエイティブスタッフ略号凡例

CD	： クリエイティブディレクター
AD	： アートディレクター
DR	： ディレクター
P	： フォトグラファー
C	： コピーライター
D	： デザイナー
IL	： イラストレーター
CO	： コーディネーター
PD	： プリンティングディレクター
PR	： プロデューサー

◆本書内について

- ・本書に掲載されている情報は、2012年3月以前に編集部が取材し掲載許可を頂いた内容のものです。
情報の内容は、取材後に更新、変更されたものも含まれます。
- ・本書に掲載している全ての情報は掲載会社・施設・団体または作品提供会社より許可を頂いております。
- ・本書内の日本語表記の会社名につく（株）（有）等は省略させていただきました。
- ・掲載されている全ての情報は著作権及び著作権は表記の通りの施設・団体・法人・個人に帰属します。
- ・本書の内容の無断転載・複製することを禁じます。

会社案内 COOPERATE BROCHURE 006 - 163

食品／フードサービス 006 - 029

メディカル 030 - 039

化粧品／日用品 040 - 049

サービス 050 - 070

ハウジング 071 - 104

クリエイティブ 105 - 126

販売・ファッション 127 - 139

製造 140 - 157

その他 158 - 163

学校案内 SCHOOL CATALOG 166 - 227

大学 166 - 199

専門学校 200 - 223

小学校 224

高等学校 225

専門スクール 226 - 227

施設案内 FACILITIES GUIDEBOOK 230 - 251

結婚式場 230 - 236

ホテル 237 - 240

ミュージアム 241 - 245

遊園地 246

水族館 247 - 248

体験学習施設 249

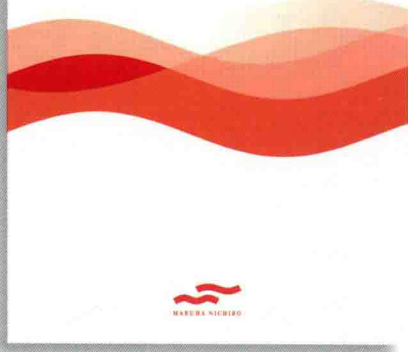
スポーツジム 250 - 251

BEST GRAPHICS

会社案内

COOPERATE BROCHURE

01



1-1.



1-2.



1-3.

006

食品・フードサービス

マルハニチロホールディングス

<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>
水産事業、食品事業、畜産事業、保管・物流事業
H297×W210mm 44 pages

Design Concept

株式会社マルハニチロホールディングスは、マルハ株式会社と株式会社ニチロという、いずれも創業100年を超える企業が統合して、2007年10月に誕生しました。その新会社最初の会社案内として、歴史・現在の事業規模・未来の姿とイメージ出来るように仕上げました。



1-4.

獲る 育てる

Close-up! 02

マグロを、プロデュースする。

「獲る」「買う」「育てる」調達力の強化で未来に

[養殖] 国内外でマグロの養殖事業を手がけ、特に国内では最大の供給量に加え、完全養殖クロマグロの商業化に取り組んでいます。

海外

海外では、主にタイ、インドネシア、フィリピン、中国、アメリカ、オーストラリアなどでマグロの養殖が行われています。特にタイでは、マグロの養殖が盛んで、国内市場だけでなく、海外市場にも輸出されています。

国内

国内では、主に鹿児島県、宮崎県、大分県、熊本県などでマグロの養殖が行われています。特に鹿児島県では、マグロの養殖が盛んで、国内市場だけでなく、海外市場にも輸出されています。

売る 加工

日本国内へ

加工

挑戦。

世界有数の水産物トレーダーであるマルハニチログループにとって、魚を獲るだけでなく、作り育てる漁業も重要なテーマ。特に今後は、資源保護の観点から、漁獲量の減少が予想され、新たなビジネスモデルの構築が急がれています。

[漁業] クロマグロ・ミナミマグロの漁業規制を踏まえ、国際的に認められた正規事業者による生産、いかに安定的に確保するかが最大のテーマです。

[加工・販売] マグロの調達から加工、販売まで、ここでも、世界の海から食卓まで安心の一貫体制でお届けする。マルハニチロの信頼が光ります。

1-5.

Close-up! 03

マルハニチロ・水産物調達力と商品開発力の統合。

会社は、大きな夢の缶詰です。

ライバルは、最良のパートナー。
新しい歴史の始まりです。

マルハニチロ、これまで同じ水産会社として、ライバルだったとも言えますが、じつは得意分野はまったく異なっていました。マルハは世界の海から水産物を調達し、ニチロは水産物から商品開発をすすめています。

かつてのライバルは、今では、一つとなり、新しい価値を生みだしています。

マルハの調達力と、ニチロの開発力。いくつもの夢が描けます。

ニチロといえば、まず思い浮かぶのが「あけぼの」ブランドのサケ・ニチロ食品。そして、お弁当や惣菜材料をインショップした冷凍食品、常食魚や冷凍魚。一方、マルハといえば、誰もが知っているのが魚肉ソーセージ、ちくわんやソーメンなどの魚肉食品、キャベツやパセリ、ピーマンなどの野菜、そして、お弁当や惣菜材料をインショップした冷凍食品、常食魚や冷凍魚。一方、マルハといえば、誰もが知っているのが魚肉ソーセージ、ちくわんやソーメンなどの魚肉食品、キャベツやパセリ、ピーマンなどの野菜、そして、お弁当や惣菜材料をインショップした冷凍食品、常食魚や冷凍魚。

例え、ニチロの冷凍食品は、いまだ肉や野菜、魚肉などが多く使われていますが、これに魚のフレーズが加えられ、完成します。また、マルハには培ってきた金網ネットの技術が活かされています。ここにニチロの開発力を加えたことで、新しい商品が生まれ、完成します。

例え、ニチロの冷凍食品は、いまだ肉や野菜、魚肉などが多く使われていますが、これに魚のフレーズが加えられ、完成します。また、マルハには培ってきた金網ネットの技術が活かされています。ここにニチロの開発力を加えたことで、新しい商品が生まれ、完成します。

あらゆる事業で、これまで成し得なかった新規プロジェクトが実現。

マルハとニチロの統合によるシナジー効果は、事業のあらゆる分野に波及します。食品事業では、商品開発体制が強化され、「本物」「安心」「健康」をコンセプトとした、新しい商品の開発が実現しています。

すでに、高齢者や生活習慣病に悩む人々に向けた新商品、働くお母さん達に向けた食品などの開発が進んでいます。全食食料といった事業も進んでいます。研究開発の統合や蓄積されたノウハウの共有が期待され、開発のスピードは、これまで以上に速くなるでしょう。

今後のテーマとしては、商品開発するだけでなく、生産現場での品質管理、加工現場での品質管理、流通現場での品質管理、消費現場での品質管理、など、あらゆる分野での品質管理が課題となります。

1-6.

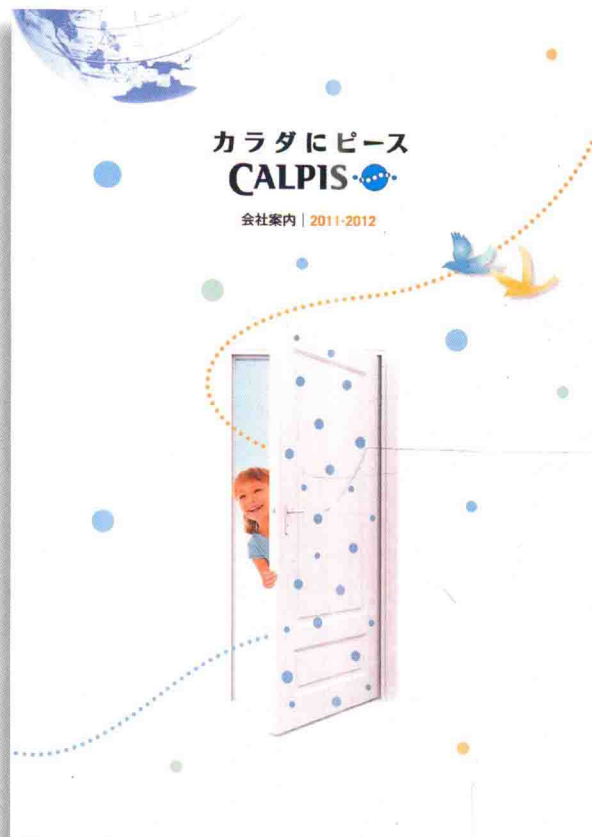
007

食品・フードサービス

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



2-2. 表4



2-1. 表1



2-3.

カルピス

<http://www.calpis.co.jp/>
食品メーカー
H297×W210mm 30 pages

Design Concept

「カルピス」ブランドを中心とする飲料事業を皮切りに海外展開や微生物活用事業などビジネス全体を見やすく簡潔に紹介しています。デザインでは、企業イメージとして評価して頂いている「さわやかさ」「やさしさ」を大切にしながらも、子供の笑顔や鳥のモチーフを活かして未来や成長性を感じさせる表現を心掛けました。

企業理念

魅力と価値のある商品や技術を提供して、
心とからだの健康に役立ち、
社会に貢献できる企業グループを目指します。

4つの事業



企業スローガン「カラダにピース CALPIS」について

カラダにピース CALPIS

「カラダにピース CALPIS」は、企業理念をわかりやすくシンプルに表現した言葉です。
「カラダ」に良いものがたらす健康と、穏やかに心安らぐ情緒的な健康。「ピース」の双方を
視野に入れた、「健康価値創造企業」を目指して成長を続けていく、という願いを込めています。

2-4.



国内飲料事業

おいしくて健康的な飲み物をお届けしたい。
この思いが、私たちの原点です。

1904年、当社の創業者・三島海雲は内モンゴルを訪れ、牛や馬の乳を乳酸菌で発酵させて作る「酸乳」に出会いました。飲み続けることで体調が整うことを実感した海雲は、自然の恵みである乳と乳酸菌こそ、おいしさや健康を創る源だと確信し、帰国後、「おいしくて健康的な飲みもの」の開発に着手しました。こうして1919年に生まれたのが、日本初の乳酸菌飲料「カルピス」です。創業以来ずっと「おいしくて健康的な飲み物」という本質を追求しながら、時代のニーズにあった商品をお届けしています。

2-5.

Staff list
AD：ウー・スン・ジョー
D：高橋剣
制作会社：プレシース

世界中のお客様の「カラダにピース」を実現するために

社長挨拶

1世紀以上も前、当社の創業者・三島海雲は、内モンゴルの地で「酸乳」(家畜の乳を乳酸菌で発酵させたもの)に出会いました。乳酸菌がおいしさや健康を創る源だと実感した海雲は、乳酸菌を活用した食品の開発に取り組み始めます。こうして1919年(大正8年)に日本初の乳酸菌飲料「カルピス」が誕生しました。

「カルピス」が生まれるきっかけとなった、「おいしくてからだに良いもの」を創って、多くの人々の役に立ちたい」というシンプルで真っすぐな思いは、今も私たちが社員DNAとして強く受け継がれています。

「カルピス」に端を発し長年の研究を経て培われた「乳酸菌・発酵技術」によって、独自のおいしさを持つ飲料から健康をサポートするサプリメント、飼料事業と様々な分野で新しい価値を提供してきました。

これからも世代を超え、国境を超えて応用する「普遍的なおいしさ」と「健康的な価値」の創造にたゆまぬチャレンジを続けていきます。

私たちの商品や技術が一人でも多くの方の役に立ち、世界中の笑顔に出会う日を夢見て、「カラダにピース」、世界へ。

代表取締役社長

山田 藤男

ユング飲料

90年以上も愛されてきた
日本初の乳酸菌飲料「カルピス」

「カルピス」は生乳から脂肪分を取り除き、90年受け継いできた乳酸菌で発酵し、じっくり時間をかけて作りあげます。「カルピス」の独特のまろみと味わいは、発酵によって生まれるものです。発売以来、この自然製法と乳酸菌を大切に守り続けています。

「カルピス」の魅力は、(おいしさ) (健康) (安心感) (経済性)に加え、自分好みの味にすることができる(自在性)、料理やデザートにも応用がきく(汎用性)にあります。好きな濃さに作ったり、色々なものと組み合わせたりの「ひと手間」をお客様一人ひとりの楽しみやご家族とのコミュニケーションにつながっていると考え、「カルピス」の様々な楽しみ方を広告やWEB、店頭活動で積極的にご紹介しています。



「カルピス」マックス

カラダにやさしい、なまめい味の「カルピス」



「カルピス」フルーツ

「カルピス」の味と果実の酸味が調った「フルーツ」の組み合わせで味わえる「カルピス」



「カルピス」ゼロ

糖質0.5g未満の「カルピス」

やってみよう! マイ「カルピス」Webサイト
お客様や社員などの様々な「カルピス」の楽しみ方を紹介
<http://calpis.jp/mycalpis/index.html>

「カルピス」カフェ
料理からデザートまで「カルピス」を使ったレシピを紹介
<http://www.calpis.co.jp/cafe/>

ストリート飲料

独自の技術を活かしたオリジナリティある乳性飲料を開発

「カルピス」ブランドをはじめとする乳性飲料は、独自性やおいしさで高い評価をいただいています。今後も自然の恵みである乳や、長年培った乳菌、発酵技術を活かした魅力的な商品づくりに取り組む、あらゆる展開シーン、世代ごとのニーズにあわせた多様なおいしさや機能性のある飲料を開発していきます。



炭酸飲料「カルピスソフトドリンク」



カルピス飲料の定番「カルピスドリンク」

心もからだも元気になる飲料を

乳性飲料のほかにも、果汁飲料「Welchi's」やホット果汁飲料「Hot 1」の「はっぴーレモン」などのロングセラー商品があります。実質そのものおいしさを活かした果汁飲料や、リカクスのおいしさを活かした飲料など、生活の様々なシーンの中で「こういうものが飲みたいかった」と思っていたような心にもからたにもうれい飲み物を提供していきます。

© 2019 Calpis Co. 2019年12月現在



「はっぴーレモン」ジュース



「はっぴーレモン」ジュース



「はっぴーレモン」ジュース

健康飲料

独自の研究成果や健康成分を活用し、毎日の健康づくりに役立つ商品を

長年の研究で培った独自の技術を活用し、科学的な根拠に基づいた健康に資する商品を提供することで、お客様の健康づくりに貢献します。特定保健用食品の「アミノ酸」をはじめ、「カルピス」のおいしさを活かしながら栄養に健康成分が摂れる「大人の健康」「カルピス」など、現代人の抱える悩みを食の分野からおいしく楽しくサポートする商品を開発していきます。



「アミノ酸」ドリンク



「アミノ酸」ドリンク



「アミノ酸」ドリンク

紙パック飲料

オトナだけの楽しみ、「カルピス」のお酒

「カルピス」はお酒との相性がとても良く、当社ではそのおいしさを紙パック飲料の分野でも活用しています。「カルピス」から生まれたミルクスリッパ（乳酒・果酒類）など、独自の技術や素材を活用した商品や、「カルピス」と今人のお酒を組み合わせたユニークな商品など、これからもつづらねて楽しんでくれる紙パック飲料がそろっています。



「カルピスミルクスリッパ」



「カルピスミルクスリッパ」



国内生産事業

独自の発酵技術や乳製品製造技術をあつめる「食」のシーンへ

私たちは創業以来、乳と向き合ってきた会社でもあります。「カルピス」ははっぴーレモンをはじめ、様々な乳製品を開発しています。この長い歴史から「カルピス」のノウハウやノウハウを生かして、様々な乳製品を開発しています。そして「カルピス」の製造で培った乳菌、発酵技術はおいしさを創出する技術へと進化してきました。料理研究家の方、飲食店、製菓店の方、食品メーカーの方など、食のシーンから求められた商品と技術に寄り添って、提案力を高めることで、あらゆる「食」のシーンに貢献していきたいと考えています。



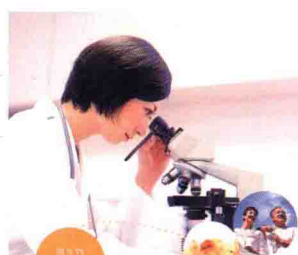
カルピス

「カルピス」を世界飲料にしたいースタートはそこだった

1956年、東京都武蔵野市にある「カルピス」の工場。当時の工場長は「カルピス」を世界に広げたいという思いで、海外展開を計画していました。しかし、当時の日本は戦後復興期で、国内の需要が満たされず、海外展開が難しい状況でした。そこで、工場長は「カルピス」を世界に広げたいという思いで、海外展開を計画しました。



カルピス製品



カルピス

小さな微生物の大きな力を活かして

微生物は人間の健康に深く関係しています。カルピスは、乳酸菌の力で「カルピス」を開発しました。乳酸菌は、人間の腸内環境を整える働きがあります。カルピスは、乳酸菌の力を活かして、人間の健康をサポートしています。

カルピス

独自の技術や健康成分を活用し、毎日の健康づくりに役立つ商品を

長年の研究で培った独自の技術を活用し、科学的な根拠に基づいた健康に資する商品を提供することで、お客様の健康づくりに貢献します。特定保健用食品の「アミノ酸」をはじめ、「カルピス」のおいしさを活かしながら栄養に健康成分が摂れる「大人の健康」「カルピス」など、現代人の抱える悩みを食の分野からおいしく楽しくサポートする商品を開発していきます。

「カルピス」は、乳酸菌の力で「カルピス」を開発しました。乳酸菌は、人間の腸内環境を整える働きがあります。カルピスは、乳酸菌の力を活かして、人間の健康をサポートしています。

「カルピス」は、乳酸菌の力で「カルピス」を開発しました。乳酸菌は、人間の腸内環境を整える働きがあります。カルピスは、乳酸菌の力を活かして、人間の健康をサポートしています。

「カルピス」は、乳酸菌の力で「カルピス」を開発しました。乳酸菌は、人間の腸内環境を整える働きがあります。カルピスは、乳酸菌の力を活かして、人間の健康をサポートしています。

「カラダにピース」、世界へ。

～世界中のお客様の笑顔のために～

China
中国では、カルピスを「カルピス」ではなく「カルピス」で呼ぶ。カルピスは中国でも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

Thailand
タイでは、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスはタイでも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

Europe
ヨーロッパでは、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスはヨーロッパでも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

Indonesia
インドネシアでは、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスはインドネシアでも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

Taiwan
台湾では、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスは台湾でも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

USA
アメリカでは、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスはアメリカでも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

Vietnam
ベトナムでは、カルピスを「カルピス」で呼ぶ。カルピスはベトナムでも人気のある飲料で、多くの店舗で販売されている。

2-10.

研究開発

カルピスの研究開発は、世界中の最新の技術と知識を活用して、お客様に最高の製品を提供することを目指しています。

乳菌類などの有用微生物の力でおいしく健康に役立つ製品づくり

カルピスの研究開発は、世界中の最新の技術と知識を活用して、お客様に最高の製品を提供することを目指しています。

おいしく健康に役立つ製品づくり

カルピスの研究開発は、世界中の最新の技術と知識を活用して、お客様に最高の製品を提供することを目指しています。

2-11.

環境活動 Environmental Activities

全ての活動を通じて、地球にやさしい企業でありたいと考えています。

商品の開発から販売まで一貫した環境負荷低減を目指して

当社は、商品の開発から販売まで一貫した環境負荷低減を目指して、様々な取り組みを行っています。

環境負荷低減の取り組み

当社は、商品の開発から販売まで一貫した環境負荷低減を目指して、様々な取り組みを行っています。

環境負荷低減の取り組み

当社は、商品の開発から販売まで一貫した環境負荷低減を目指して、様々な取り組みを行っています。

2-12.

営業活動 Sales

お客様と会社の架け橋として、いつでも商品をお求めいただける環境づくりに取り組みます。

お客様と会社の架け橋として

お客様と会社の架け橋として、いつでも商品をお求めいただける環境づくりに取り組みます。

お客様と会社の架け橋として

お客様と会社の架け橋として、いつでも商品をお求めいただける環境づくりに取り組みます。

～カルピス®物語～

日本初の乳菌飲料誕生まで

カルピスの歴史は、1919年（大正8年）7月7日の七夕の日に、日本初の乳菌飲料「カルピス」が誕生したことに始まります。

「カルピス」の名に由来した由来

「カルピス」の名は「カルピス」ではなく「カルピス」で呼ぶ。カルピスは「カルピス」で呼ぶ。カルピスは「カルピス」で呼ぶ。

「カルピス」の持つ、不変の価値とは

「カルピス」の持つ、不変の価値とは、おいしく健康に役立つ製品づくりです。

「カルピス」の持つ、不変の価値とは

「カルピス」の持つ、不変の価値とは、おいしく健康に役立つ製品づくりです。

カルピス
http://www.calpis.co.jp/
食品メーカー

2-13.