

# カタログ & パンフレット コレクション2



ファッション・家電・車・流通・・・様々な業種から厳選されたセールスカatalog 250点



electric products



food & drink



events



# *Catalog & Pamphlet Collection 2*

---

## *Catalog & Pamphlet Collection 2*

### カタログ & パンフレット コレクション 2

Copyright ©1999 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.

Printed in Japan

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

ISBN4-89444-124-1

\*本書は好評につき完売した「A Brochure and Pamphlet Collection 3」の改訂版です。

This book was previously published in a popular hardcover edition as "A Brochure and Pamphlet Collection 3."

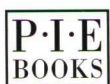
The design used for the front cover was provided by

- Louis Nelson Associates
- Murata Interior Design Inc.
- Ovals Corporation
- Peltier
- Pinkhaus Design
- SONY Corporation.

# CONTENTS

FOREWORD	4
FASHION ファッション	10
COSMETICS コスメチックス	48
ACCESSORIES アクセサリ	62
RETAIL 流通 / 販売	72
SPORTS スポーツ	79
CARS & MOTORCYCLES 自動車 / モーターサイクル	90
ELECTRIC PRODUCTS 電気製品	104
FOOD & DRINK 食品 / 飲料	122
LIVING 家具 / 生活用品	132
TRAVEL 旅行	150
MEDICAL & HEALTH CARE 医療 / 健康	155
BUILDING & CONSTRUCTION 不動産 / 建築関連	160
MUSIC & MEDIA 音楽 / 映像	168
PAPER & STATIONERY 紙 / 文具	190
CREATIVE クリエイター	195
EVENTS イベント	204
INDEX	217

# *Catalog & Pamphlet Collection 2*



## *Catalog & Pamphlet Collection 2*

### カタログ & パンフレット コレクション 2

Copyright ©1999 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.

Printed in Japan

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

ISBN4-89444-124-1

\*本書は好評につき完売した「A Brochure and Pamphlet Collection 3」の改訂版です。

This book was previously published in a popular hardcover edition as "A Brochure and Pamphlet Collection 3."

The design used for the front cover was provided by

- Louis Nelson Associates
- Murata Interior Design Inc.
- Ovals Corporation
- Peltier
- Pinkhaus Design
- SONY Corporation.



# CONTENTS

FOREWORD	4
FASHION ファッション	10
COSMETICS コスメチックス	48
ACCESSORIES アクセサリ	62
RETAIL 流通 / 販売	72
SPORTS スポーツ	79
CARS & MOTORCYCLES 自動車 / モーターサイクル	90
ELECTRIC PRODUCTS 電気製品	104
FOOD & DRINK 食品 / 飲料	122
LIVING 家具 / 生活用品	132
TRAVEL 旅行	150
MEDICAL & HEALTH CARE 医療 / 健康	155
BUILDING & CONSTRUCTION 不動産 / 建築関連	160
MUSIC & MEDIA 音楽 / 映像	168
PAPER & STATIONERY 紙 / 文具	190
CREATIVE クリエイター	195
EVENTS イベント	204
INDEX	217

## はじめに

P・I・E BOOKS ではカタログ、パンフレットを扱った2種類のデザイン書を出版しています。1つは広く世界中からコレクションした作品を編集した「BROCHURE DESIGN FORUM」シリーズ。そしてもう1つは業種別に作品を編集した、本書「A BROCHURE AND PAMPHLET COLLECTION」シリーズです。

グラフィック・デザインはクライアントのセールスへの欲求とクリエイターの創造性のはざまから生み出されてきます。そのコラボレーションが今現在、どのような様相を呈しているのか？これは関係者ならずとも非常に興味深いテーマであると思われます。我々P・I・E BOOKS スタッフはその状況をリアルに伝えようというコンセプトから、広告ツールとして特に重要な役割をはたしているカタログ、パンフレットを様々な業界から集め、業種別にまとめて紹介する本シリーズを企画しました。第1集の出版時から一貫してできるだけ多くの業種にターゲットをあてて紹介し、また作品の再現においても表紙のみではなく中のページ也多めに見せたり、形態を把握できるよう作品サイズを記載する等の方法を採用して臨場感ある本作りを心がけています。本書はその第3集めにあたります。

第3集では今を代表する16業界の作品を紹介しました。世相の移り変りとともに、産業界の様子もさまざまに変化します。ささやかながら本書にもその影響は現れているようです。例えば昨今、ますます盛り上がりを見せるスポーツ・ブームを反映してか「SPORTS」のコーナーのページ数が増え、作品も華やかになっています。「ELECTRIC PRODUCTS」のコーナーではコンピューター関連、特にコンピューター・ソフトのカタログが増えコンピューター周辺機器への需要の広がりを感じられます。また医療・健康関連の作品が集まり、「MEDICAL & HEALTH CARE」コーナーを新設できました。これは老人問題等による医療への関心の高まりの影響であると思われます。そして「MUSIC & MEDIA」のコーナーでは音楽関連の作品がいつもに増して多く集まりましたが、音楽への人気もさらに上昇していることを伺わせます。



人気の高まった業界がある反面、勢いをなくしつつある業界もあります。残念ながら今回はその状況を感じるの方が多かったということも事実です。作品を集める過程でカタログやパンフレットを今は作っていないという企業や、ひどい時には商品ブランド自体が廃止されている例さえあり不況の厳しさを目の当たりにする場面に多々でくわしました。

バブルの崩壊により、日本のグラフィック・デザイン界にも大きな転換期が訪れているようです。今から数年前、空前の好景気に沸いたころはクリエイターの創造に冒険が許され、自由な発想にあふれた作品が数多く生み出されました。しかし打って変わって深刻な不景気にみまわれた現在、広告費そのものが削られセールスサイドの要求もシビアになり、創造への可能性が極端にせばめられてきています。しかしそれはまた新しい可能性を生み出すチャンスなのだという見方もあります。限られた条件の中で最高の作品を生み出す。グラフィック・デザインの原点に立ち戻ったとも言えるこの状況は、クライアントにとってもクリエイターにとっても、真の力量を試せる機会であるとも言えるからです。ここからまたバブル時代やそれ以前の時代には無かったタイプのグラフィック・デザインが生まれ始め、新しい時代を形成するのではないのでしょうか。本書にはここ1、2年の間に制作された作品が数多く収録されていますが、どの作品からも厳しい状況に負けない力強さを感じることができ、そんな時代の到来を予感させられました。

この過渡期ともいえる時期に出版される本書が次の新しい時代の創造のためにわずかでもお役に立てれば幸いです。

最後に、本書の刊行にあたりご協力頂きましたすべての方々にこの場を借りてお礼申し上げます。

P・I・E BOOKS編集部

## Foreword

P·I·E Books brings you two different graphic design publications that feature catalogs and pamphlets. One is the "Brochure Design Forum" series, which collects artwork from all over the world. The other is the book you have in your hands, "A Brochure and Pamphlet Collection." This series is a complete reference resource that classifies artwork according to the client's business area.

Ordinarily, graphic design is a product born of the client's desire for increased sales and the artist's desire to create something original. What is the state of this on-going collaboration today? This is a central question, not just for those directly involved in production, but for anyone connected with graphic design. We at P·I·E Books shaped our first projects in this series to communicate the vitality of the graphic design scene to people within and beyond the industry. We recognized that catalogs and pamphlets were playing an increasingly important role as advertising tools, and our original idea was to put together a comprehensive collection, representing all kinds of businesses. We decided to classify the pieces according to the business activities of the client in order to create a convenient format for reference. Since the debut of the series with Volume 1, we have continued our efforts to spotlight as many types of business as possible and to communicate the real feel of working graphics by reproducing the inside pages as well as the front covers. We also continue to provide important details such as the dimensions of each examples, so that the reader can better grasp the true impact of the work. This book is the third edition in the series.

Volume 3 includes graphic designs that represent 16 types of business and that are, we feel, representative of what is happening today. As society shifts from one phase to another, the business world makes changes to adjust, and we think these changes are reflected in the work you will find in this book. For example, we see a heightened enthusiasm for health and sports today, and not only has the number of pages dedicated to "Sports" increased accordingly, but the works shown in those pages are more vivid and glamorous than ever. In our "Electronic Products" section we see an increase in the number of computers and computer-related goods offered. Even more striking, we now have so much artwork related to health products and medical care that we have set up a new section called "Medical and Health Care." This reflects the phenomenon of the aging society and the public concern with the issues and problems that will arise there from. At the same time, we received more artwork related to music than ever, and our "Music and Media" section is building with excitement in this volume.

While there are many businesses whose star has risen since our last publication, there are many that appear to be losing momentum. Time and again, while producing this volume, we were forced to acknowledge just how bad things have become. In the process of gathering artwork we were often informed that this company or that is no longer producing catalogs, or even worse, had shut down their operation for a particular product or brand name. The severity of the economic situation was brought home to us in no uncertain terms.

Since the bubble has burst, there is no the fact that it is time for some major changes, and the Japanese graphic design industry is no exception. Only a few years ago, when we were flying high on record earnings across the board, creators were given a free hand, and we saw artwork bursting with an unrestrained spirit of adventure and an unbridled pursuit of the new and original at all costs. Now we are in the midst of a serious recession and we see a 180 turn about in attitude; many companies have cut back on advertising budgets and the bottom line rules the day. More must be done with less and creative possibilities have become extremely restricted.

However, from another view point, all this looks like an opportunity for inventing new creative possibilities. The challenge of creating the best possible artwork under very exacting conditions may separate the men from the boys in graphic design, and stimulate new visual solutions in the process. Indeed, this may be the starting point of a new era, in which both the clients and the creators with true ability will rise to the surface and establish new standards of excellence.

In this volume you will find work produced in the past year or two, and each shows the kind of strength that has allowed them to endure this very grave economic downturn. If we are witnessing the arrival of a new age of graphic design, it is strength of just this sort that will provide the driving force. We hope that this book, published in this moment of transition and uncertainty, can in some way serve the artists who will do the creative work in the coming years.

Before we close, we would like to express our sincere gratitude to everyone who, through their generous cooperation, has helped make this book a reality.

P · I · E Books Editorial Department

## EDITORIAL NOTES

### CREDIT FORMAT

Title of work / Year of completion

作品タイトル / 制作年

**A:** Agency **AD:** Art Director

**CC:** Creative Coordinator **CD:** Creative Director

**CL:** Client **CS:** Creative Supervisor

**CW:** Copywriter **D:** Designer

**DF:** Design Firm **E:** Editor

**I:** Illustrator **P:** Photographer **PL:** Planner

**PR:** Producer **S:** Stylist

**size:** The size of the artwork (height) × (width) mm

作品サイズ (縦) × (横) mm

The credit headings refer to the intended use.

クレジットのタイトルには作品の使用目的名を表記しました。



# *Catalog & Pamphlet Collection 2*

# hysteric

no.3 1992



*Scenery*

SELF PROMOTIONAL MATERIAL FOR  
AN APPAREL COMPANY

アパレル会社 セルフプロモーション 1992

CD, P(Cover): Osamu Wataya

AD: Hiroshi Sunto

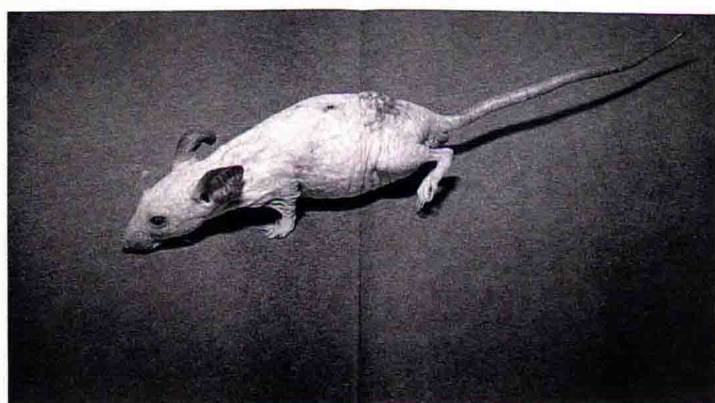
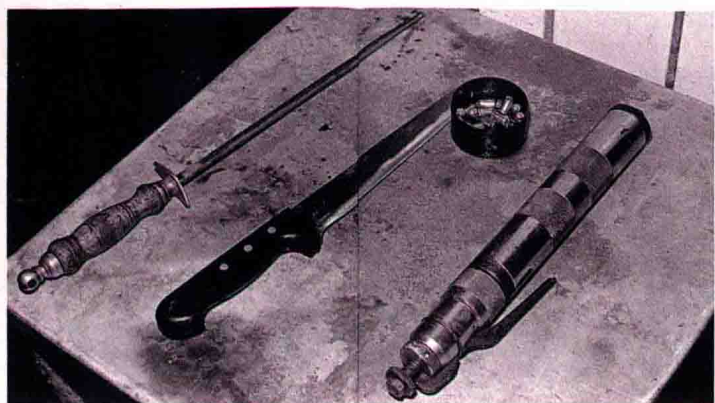
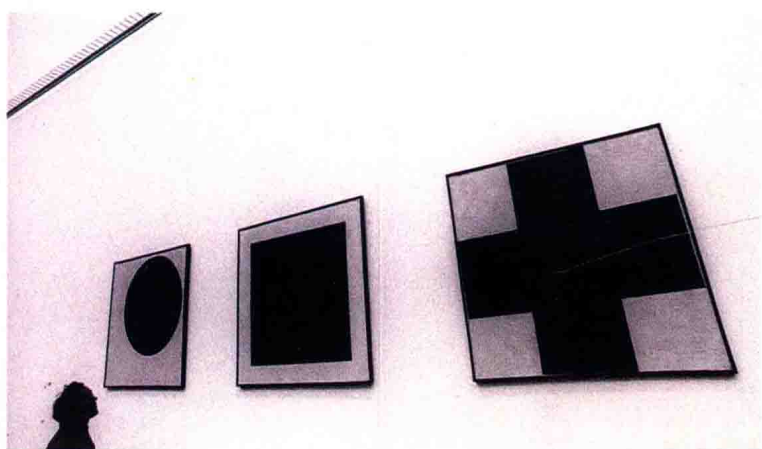
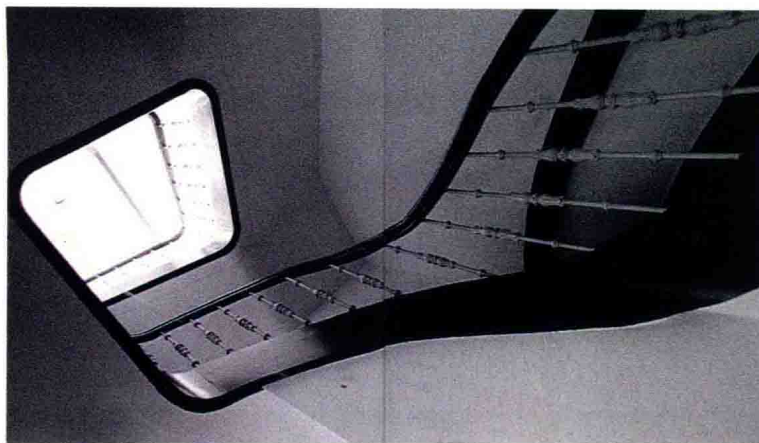
D: Mitsuru Soejima

DF: Sunto Office

CL: Ozon Community

size: 364×315 mm





ISSEY MIYAKE

93-94 AUTOMNE/HIVER

PART I : MISTIGRI

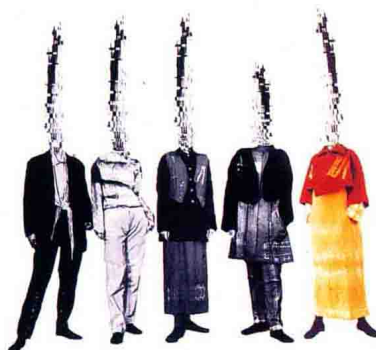
MIRROR TWIST



VELOUR TWIST



PART II : NORTHERN LIGHTS



STITCH AND DYE



SUPER-LIQUID PLEATS



WINTER TWILIGHT

INFORMATION ON A FASHION EVENT  
HELD BY AN APPAREL COMPANY

アパレル会社 コレクション案内 1993

CD: Midori Kitamura (Miyake Design Studio)

AD: Tetsuo Fukaya

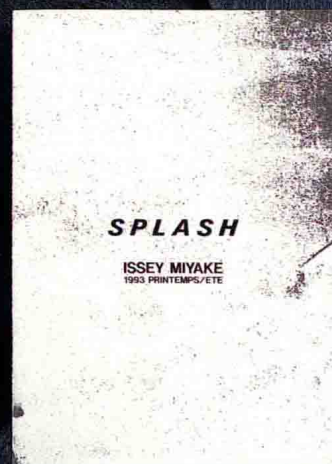
D: Katsuhiko Shibuya

DF: Kaitaishinsha Edition

CL: Issey Miyake Inc.

size: 210×148 mm





PRODUCT INFORMATION FOR  
AN APPAREL COMPANY  
アパレル会社 製品案内 1992  
CD: Midori Kitamura (Miyake Design Studio)  
AD: Tetsuo Fukaya  
D: Katsuhiko Shibuya  
DF: Kaitaishinsha Edition  
CL: Issey Miyake Inc.  
size: 210×148 mm