

**doonika**

The logo for 'doonika' features the word in a bold, lowercase, sans-serif font. The 'oo' is stylized with two small black dots inside the loops. A thick red curved line is positioned below the 'oo', resembling a smile or a mouth, which gives the logo a friendly, human-like appearance.

- 東急不動産（物件パンフレット、新聞広告など）
- 東京建物不動産販売（ポスター、雑誌、新聞広告など）
- 三井不動産販売（企業TVCM）
- 日産自動車（ブルーバード等販売促進ツール一式）
- 公文教育研究会（新聞広告など）
- 講談社（書籍新聞広告、漫画文庫創刊キャンペーンなど）
- ライオン（新商品開発など）
- 朝日生命（商品TVCM、店頭ポスター、パンフレットなど）
- 東洋水産（商品ネーミング、パッケージ、販売促進ツール一式、新聞広告など）
- セガ・エンタープライゼズ（商品パンフレット、雑誌、新聞広告など）
- サッポロビール（商品ネーミング、パッケージ、雑誌、新聞広告など）
- 大成建設（商品パンフレット、新聞広告など）
- セキスイハイム（新聞広告など）
- ローソン（企業スローガン）
- 東芝（技術新聞広告など） ※日本工業広告賞銀賞受賞
- 東京電機（リクルーター向け新聞広告） ※TCCノミネート
- 集英社（新聞広告）
- トヨタ自動車（カレンダー）
- ブリヂストン（自転車／商品カタログ）
- 日本水産（商品ネーミング、パッケージ、新聞広告など）
- ハウス食品（イベントポスター、新聞広告など）
- 日本航空（雑誌、新聞広告など）
- 富士通（商品パンフレットなど）
- NTT（パンフレットなど）
- 宝島社（新聞広告）
- サントリー（特番用番宣ポスター、雑誌広告）
- デニーズ（店内ポスター、小冊子など）
- ホテルオークラチェーン（雑誌広告など）
- 東京ガス（ガスファンヒーターTVCM、新聞、雑誌、交通広告など）
- スカイパーフェクTV！（雑誌、新聞広告、ジングル映像など） ※ACC銀賞
- TBS（「ここが変だよ日本人」「うたばん」オープニング映像等制作）
- 日本コカ・コーラ（TVCM、ラジオCM、雑誌、新聞広告、駅貼りポスターなど）
- IJ／インターネットイニシアチブ・ジャパン（TVCM、雑誌広告など）
- 日立IA（エデュテインメントゲーム「東海道中おびただしい」制作）
- 第一興商（カラオケナビシステム「DAM STATION」コンテンツコンサルティング）
- 住友銀行（新聞広告、雑誌広告）
- 東京海上火災（プロモーション用ゲームCD-ROM「ゆけゆけライフセイバー」制作）
- 朝日新聞（駅看板）
- キッズステーション（オリジナルキャラクターアニメジングル「ZZ-RAP」）
- 日本興業銀行（新聞広告）
- 立川談志（CD「アメリカ」コンセプトプランニング、キャラクターグッズ等）
- 今井美樹（CD「ESCAPE」コンセプトプランニング等）
- マツダ（TVCM、雑誌、新聞広告、イベントなど）
- 伊藤忠商事（イベントパンフレット、プロモーション企画など）
- 日本経済新聞（インターネットサービス告知TVCM、雑誌広告など）
- KDDI（イベント告知CM、ラジオCM、雑誌、新聞広告など）
- パラマウント・ホーム・エンタテインメント（家庭用DVD販促キャンペーン一式）
- 西武百貨店（新店舗開店ポスターなど）
- マルイ（トレインジャックポスター、WEBサイト、シーズナルキャンペーン、TVCM等）
- 森永乳業（商品パッケージ、WEBサイト、雑誌広告など）
- リクルート（WEB求人広告など）
- 内閣府（新聞広告など）
- 麒麟ビール（新商品開発など）
- 中国浙江省紹興市（WEBサイト）
- 永昌源（商品パッケージ、WEBサイトほかプロモーションプラン一式）
- ジー・モード（プロモーションプラン一式）
- 石森プロ（2009キャンペーンプランニング、WEBサイトほかプロモーション全般）
- ホンダ（「フリースパイク」プロモーションプラン）
- 大和ハウス（「COCOOM」ネーミング、WEBサイトなど）
- 三菱UFJファイナンスグループ（イベントガイドブック）
- 練馬区南蔵院通り中村東栄会（WEBサイトほかプロモーション協力）
- アップルワールド（ホテル旅館取材記事）
- アクサ生命（パンフレットなど）
- 全国信用協同組合連合会（新聞広告など）

…ほか多数



※本格派のブラック缶コーヒー。田村正和氏を起用し、全メディアのコピーライティングを担当。上はB倍4連駅貼りポスター。GRAPHIS Poster Annual 2002 掲載。

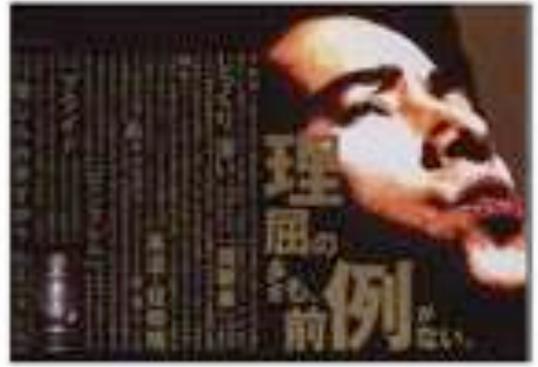
車内吊り

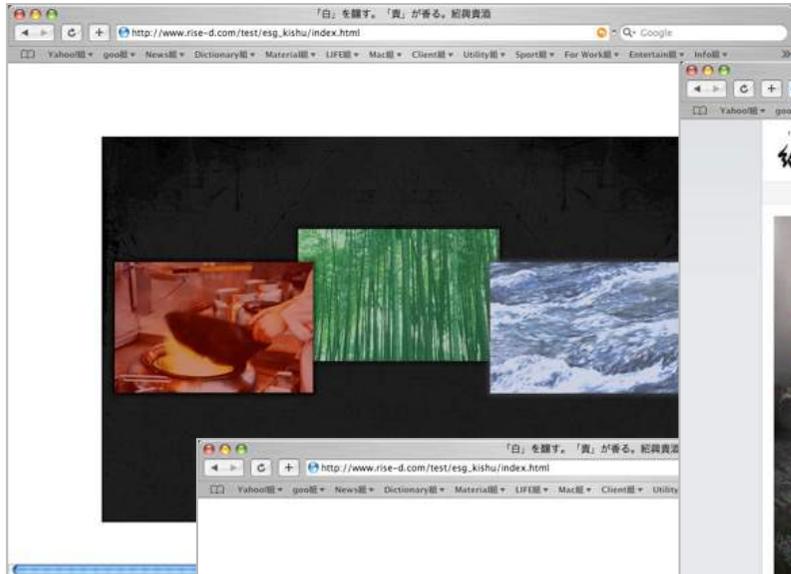


TVCM



駅貼り





「白」を醸す。「貴」が香る。



※麒麟ビールグループの中国酒専門メーカー「永昌源」社の紹興酒。  
 2004年よりクリエイティブディレクター／プロデューサー／プロモーションプランナー／  
 マーケティングプランナー／コーディネーター／コピーライターとして  
 足かけ8年を目標に「紹興貴酒」のブランディングからクリエイティブ全般を手がける。  
 写真家 故 稲越功一氏を起用し、中国ロケを行い、  
 ブランドブック、ブランドサイト、パッケージデザイン制作などを実施。  
<http://www.chugokushu.jp/shoukoukishu>



中国というと赤くなりがちなイメージを「白」としブランドの方向性を決定。そこからさかのぼり、色の基本要素R (Red=中国料理の火の赤) G (Green=悠久の大地の緑) B (Blue=清冽な仕込み水の青) を加色混合した結果としての「白」というコンセプトを導き出す。稲越功一氏を伴って中国ロケを行い、ブランドブックを作成。



※中国最大の紹興酒メーカー「古越龍山」ブランドサイト

http://www.chugokushu.jp/koetsuryuzan

写真家 故 稲越功一氏による横浜中華街探訪 (取材構成・丸尾宏明)

http://www.chugokushu.jp/inakoshi



あれから 45 年。  
 人類は 戦争をやめたか。  
 武器を 捨てたか。  
 差別や 貧困を 根絶したか。  
 物質文明は 人を 幸福にしたか。  
 美しい地球を 取り戻したか。  
 科学は すべてを 解決したか。  
 神は いたか。

世界は もう、サイボーグ009  
 を 必要としなくなったか。

009 年 009 年 009 年  
 CYBER GOD YEAR  
 千年に一度の一年へ。

009 年 009 年 009 年

新聞広告  
 (2009年元日／朝日・読売)



2009  
 CYBER GOD YEAR

004. キャラクター紹介  
 005. フラッシュコンテンツ  
 006. アニメーション009  
 007. 4コマ漫画009  
 008. 「僕が大好き」  
 009. 009年009年009年

009BLOG  
 ステップアップ009年009年009年

web

サイボーグ009の歴史を振り返る。その中で描かれていたタイトル「2012009 Conclusion God's War」。当時の背景、21世紀の未来の姿、物語の展開について紹介。

インターネットをはじめとするメディアで、作業者が働く上での同じ年号に関する話題が、あちこちで見られる。詳しく探ると「2012」をキーワードに検索してもいい。アクションゲーム「アークザラッド」や「アークザラッド」など、あちこちで「2012」がキーワードになっている。また、この年号に関する話題が、毎年恒例の「サイボーグ009」の歴史を振り返る。その中で描かれていたタイトル「2012009 Conclusion God's War」。当時の背景、21世紀の未来の姿、物語の展開について紹介。

2012年に人類は滅亡する。  
 2012年に人類は滅亡する。

Why? によると、「2012」は、ユダヤ教の聖典にある「世界末日」の予言が2012年12月21日あたりで満ちることから、この日が人類滅亡の日とされている。(しかしこれは、ただ単に言われているだけであり、科学的根拠は全くない)とある。滅亡は避けられず、これを避けるにはどうすればいいか。

滅亡する前に、地球を救済する。クリーンエネルギーによる科学技術の進歩、さらには滅亡を回避する。しかし人類は、滅亡を避けるにはどうすればいいか。滅亡を避けるにはどうすればいいか。

一方、人類によると、この年の状況は人類が「目覚める」ための準備と見られている。滅亡は避けられず、これを避けるにはどうすればいいか。滅亡を避けるにはどうすればいいか。

いずれにせよ、滅亡は避けられない。その中で、滅亡を避けるにはどうすればいいか。滅亡を避けるにはどうすればいいか。

「日本の歴史に於いて21世紀を待つ」というのは、滅亡を待つ以外にない。滅亡を待つ以外にない。滅亡を待つ以外にない。滅亡を待つ以外にない。

※2007年末よりコミュニケーション・コンサルタント&プランナーとして参画。  
 2009年を「千年に一度の009イヤー」と定め、  
 プランナーとしてアニバーサリーイヤーを記念し収益の一部による社会貢献活動と、  
 その宣言を新聞広告および新たに立ち上げる公式サイトで実施する企画を立案。  
 同時にコピーライティング、サイトネーミング (009ing.com) 等を行う。  
 掲載後、数多くのメディアやブログ等で取り上げられた。



80 × SEIBU SHIBUYA  
石ノ森章太郎  
**ART TOY FES.**

ebook japan

イマだけ無料! 期間限定、スマホでQRコードを読み取るだけ!  
テレビとは違う、大人もグッとくる石ノ森マンガの真骨頂をお手元で。

テレビは観たか。  
マンガは読んだか。

※2017年より石森プロの業務委託としても稼働。ウェブサイトの執筆や取材・インタビュー記事構成のほか、出版プロデュース、イベントや番組のロゴ、ニュース用バナー、ポスターのデザインなども手がける。





Web

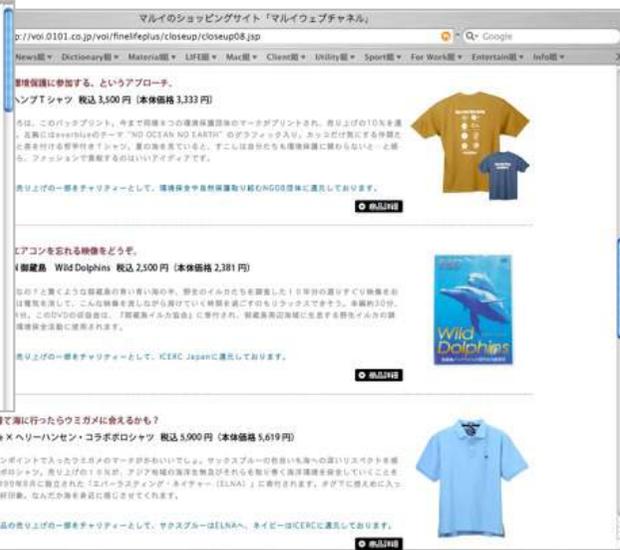
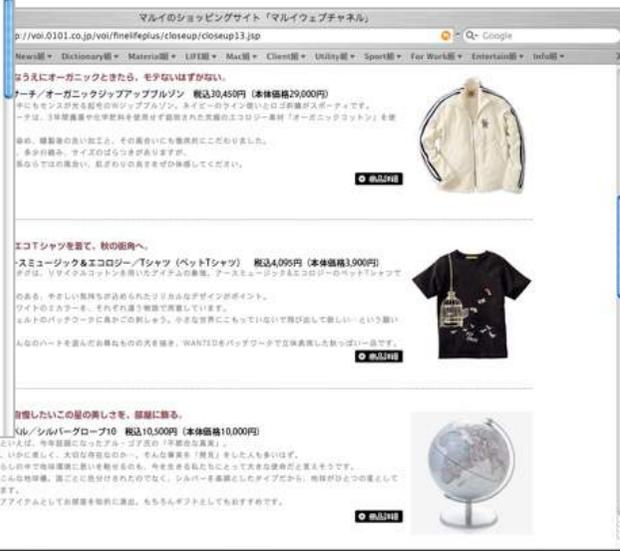
※コピーライター/プランナーとしてネーミングから参加。  
 男性の『書斎』に対し、女性が女性性を維持するためのスペース提案というコンセプトから、  
 仕事に家事に忙しい日常から傷つきやすい心を包み込む「繭」のイメージで考案。



店頭ポスター



マルイWEB CHANNEL



※各種アイテムのコピーライティングを担当。WEB CHANNELは初回からテーマ設定も行う。





駅貼りポスター



雑誌広告

ノベルティ

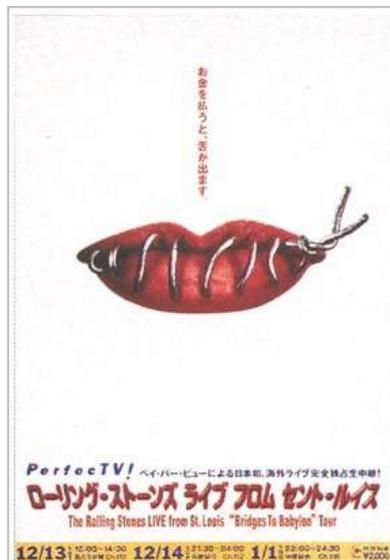


TVCM





新聞広告

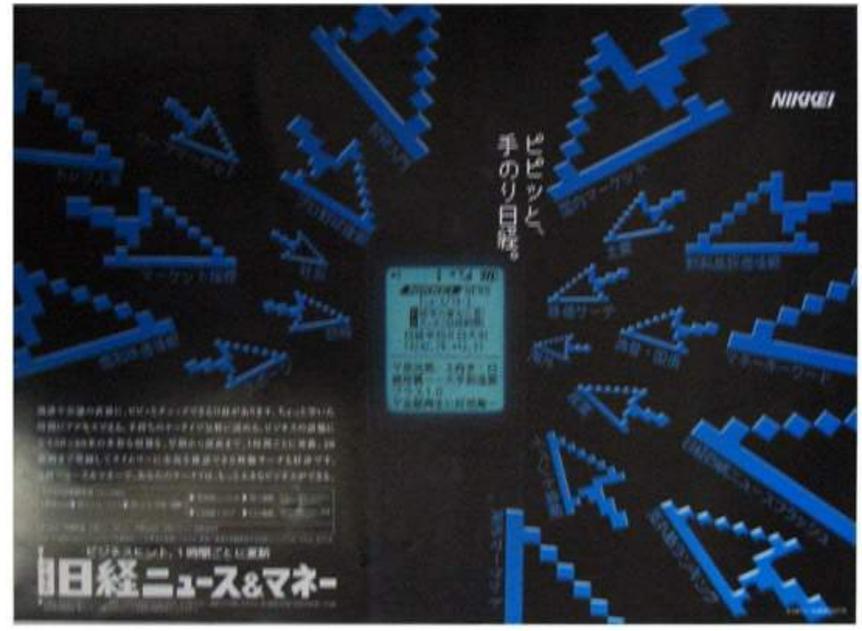


TVCM (2001年 ACC銀賞)



→キッズステーション  
「ZZラップ」  
ラップ：立川談志







↑ライコス



日経ネット→

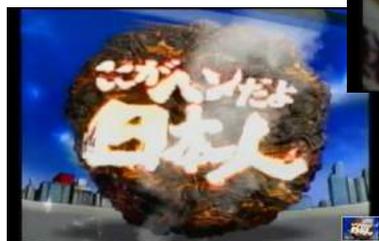


↓東京ガス



III↓





※スカパーやTBS『ここが変だよ日本人』  
『うたばん』のオープニングやジングル映像  
企画制作にプランナー/プロデューサーとして  
関わる。

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

シンデレラも、フレックス門限のご時世よッ。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 6月20日・日経朝刊全15段

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

一口酒でも場所を変えたら、レジャーだな。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 4月17日・日経朝刊全15段

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

遊びでも、社会進出するママなのです。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 3月28日・日経朝刊全15段

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

変なコも、リッパに主役の時代だニャ。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 8月23日・日経朝刊全15段

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

都会では、家計簿サービスがオフクロさッ。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 7月19日・日経朝刊全15段

お父さんが遊びに来たら、お風呂を掃除してあげるのも、洗濯機システムからは簡単です。

年はずっともキーフと本命、選ぶわよッ。

POSから始まる情報システム  
テクノフロンティア **POS by TEC**

'90年 5月22日・日経朝刊全15段





サイエンス・ダイエット↑



セガ↑



ヘクト↑



セキスイハイム↓





←デニーズ



日産自動車→



←マンション



Business Link 商賣繁盛 スローガン・テーマ



新創造、新成長。  
そして未来へ。

オープン・イノベーション Open Innovation    グローバル＆ローカル Global & Local

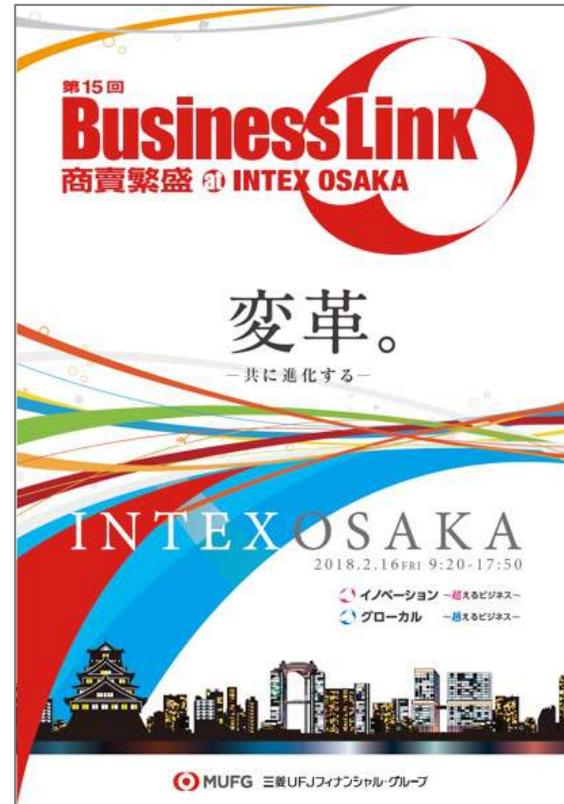
ネットワークの進化、IoTなどの急速な発展で、産業革命を上回る大きな変革の渦の中にある現代。この大きな変革をチャンスとして受け止め、国境や業界の枠を超えてチャレンジする企業こそ、成長への鍵をつかむと変わっております。

急激に変化する環境の中だからこそ、新たな創造を推し進め、新たな成長の芽実を得る。それが未来へと続く道になるのです。

今回のテーマのひとつ、「オープン・イノベーション」。革新的なビジネスを起こすためには、広く情報をシェアし、志を共有できるパートナーを導くことが必要不可欠です。開発力やアイデアを、企業内外の壁を越えてオープンに活用する。それによって課題を解決し、思いがけない革新的で新しい価値を生み出すチャンスがそこから広がります。

もうひとつのテーマは「グローバル＆ローカル」。日本独自・地域固有の商品や技術、サービスが、ネットワークの進化によってグローバルマーケットに紹介され、新需要で魅力的なものとして高く評価される事例が増えています。こうした創造へのダイナミックな展開を促すマッチングを推進することで、世界にチャレンジできる可能性を広げるためのお手伝いをいたします。

新たな技術開発や異業種連携による革新的なビジネスを実現していただくため、多角的なバックアップを構築し、皆さまの次世代へのチャレンジを応援いたします。



Business Link 商賣繁盛 スローガン・テーマ



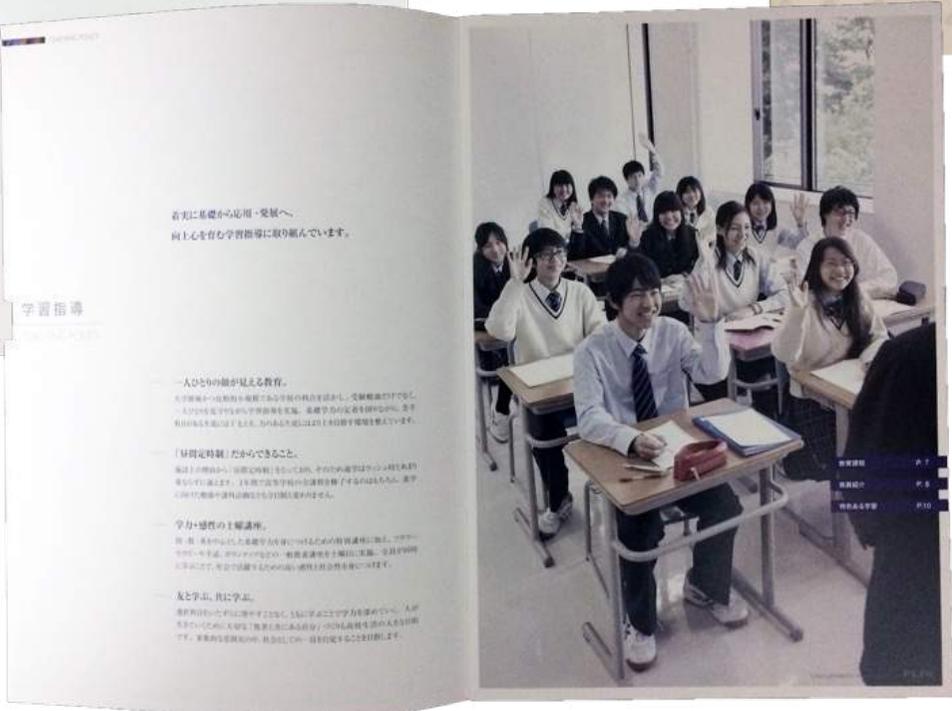
変革。  
ー共に進化するー

イノベーションー越えるビジネスー    グローバルー越えるビジネスー

世界を巻き込むデジタル革命の渦、AI、クラウド、ビッグデータ、ディープラーニング、IoT、フィンテック、SNS…。この潮流はすべてのビジネスを揺るがしたことなく場所へと連れて行く勢いで動き続けています。さらにダイバーシティや少子高齢化、働き方改革など、世の中の状況や価値観も大きく変わってきています。そういった時代に対応するには、変化をいとわないチャレンジ精神と、その下支えとなる情報、志をひとつにできるパートナーが必要です。

今回、1つめのテーマは「イノベーションー越えるビジネスー」。さまざまな新技術や新概念が勢いよく登場する現代。これまでの常識や慣習はもろろん、覆滅にすらとらわれず、新たなパートナーとのコラボレーションで共に壁を越えたい共に生まれる新機軸にフォーカスします。そして2つめのテーマ「グローバルー越えるビジネスー」。日本から世界へ、世界から日本へ、国境を越えて文化や産業が行き交う時代。グローバル＆ローカルの両方の視点を両立持つことで、広く新しいビジネスに注目が集まっています。「越える」と「越える」。この2つのキーワードを中心に、変革の時代を取り切る技術開発や異業種連携を推進するためのさまざまなバックアップを実施し、新たなビジネスへのチャレンジを応援します。

※2014年から三菱UFJフィナンシャル・グループのイベント用テーマ作成やコピーライティングを手がける。



読売新聞 Nサイズ(588H×11×W328)



**山本 洋一氏** 山本洋一氏  
日本信用組合連合会会長  
1937年創設以来、日本経済の発展に  
貢献してきた。日本経済の発展に  
貢献してきた。日本経済の発展に  
貢献してきた。

**対談** **乗り越える、地方経済**  
コロナに負けない！地方経済の再生に向けて

山本 今度のコロナによって、日本の地方経済は大きなダメージを受けた。地方経済の再生に向けて、信用組合はどのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

**広島市信用組合**  
**コロナ禍の地方経済と**  
**広島市信用組合の取り組み**

山本明弘氏 × 若林博行氏

広島市信用組合は、コロナ禍の地方経済と、広島市信用組合の取り組みについて、山本明弘氏と若林博行氏と対談した。



**山本明弘氏** 山本明弘氏  
山本明弘氏  
山本明弘氏

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。



**内藤 純一氏** 内藤純一氏  
内藤純一氏  
内藤純一氏

**内藤 純一氏** 内藤純一氏  
内藤純一氏  
内藤純一氏

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

内藤 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、内藤会長と対談した。

**山本明弘氏 × 若林博行氏**  
**広島市信用組合の取り組み**

山本明弘氏 × 若林博行氏  
山本明弘氏 × 若林博行氏

山本明弘氏 × 若林博行氏  
山本明弘氏 × 若林博行氏



**山本明弘氏** 山本明弘氏  
山本明弘氏  
山本明弘氏

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

山本 信用組合は、地方経済の再生に向けて、どのような役割を果たすべきか、山本会長と対談した。

広告

**ピンチをむしるチャンスに！**  
**ウィズコロナ時代を乗り越えるためのヒント**

ピンチをむしるチャンスに！ウィズコロナ時代を乗り越えるためのヒント

9月3日はしんくみの日

**信用組合は、親身に寄り添う金融機関でありたい。**

<p><b>銀行とはどう違うの？</b></p> <p>私たちが特別 自分だけの金融機関です。 組合員が主目です。 地域の皆さまと 地域を支えるため、 金庫を返します。</p>	<p><b>相談だけでもいいですか？</b></p> <p>もちろん相談だけでも 構いません。 様々な事柄のもとに際でも 組合員になることが 助成などを受けることが 可能です。</p>	<p><b>会社員でもいいのかなあ。</b></p> <p>会社員や公務員など、 多くの一般の方が ご利用されています。 定額預金や住宅 マイカーローンなどの 商品も充実しています。</p>	<p><b>公務員でもいいですか？</b></p> <p>地域を基盤とする 信用組合のため、 公務員などの地域の 公務員、警察官などの職 といったコミュニティを基盤 とした信用組合もあります。</p>	<p><b>個人商店でも大丈夫？</b></p> <p>小規模事業者を 支えていくことも 私たちが信用組合の使命です。 地域に根ざり、地域の様々な 事業者を支えることで 地域に貢献しています。</p>
<p><b>経営相談にのってほしい。</b></p> <p>コロナ克服の中、 私たちが経営者の方や 事業者の方と 密に寄り添っています。</p>	<p><b>お店を改装したくって。</b></p> <p>多くの飲食店や 衣料店から、改装・ 設備投資などの相談を よくいただいております。 お店も改装を支える 仕事を展開中です。</p>	<p><b>自分のお店を持ちたいのですが。</b></p> <p>新しい一軒家のみは あなた一人の家ではなく、 地域全体の夢でもあります。 あなたの成功と地域の発展が 私たちの願いです。</p>	<p><b>伝統文化を伝えたい。</b></p> <p>伝統工芸や書道文化をはじめ、 日本には数多く見られる 伝統文化が数多くあります。 次世代へ伝えるために、 新たなビジネス展開を サポートします。</p>	<p><b>私の街にもありますか？</b></p> <p>信用組合は、全国に105組合、 1614店舗あり、197万人の 組合員が加入しています。 日本のあらゆる地域を 毎日支えています。 ONLINE BANK</p>

今と未来を、  
支えていく。

「しんくみバンク」信用組合は、中小企業・小規模事業者等や地域・業種・職種の組合員が、お互い支え合い  
夢をかえするために、一人ひとりが現金払い、融資を受けることのできる金融機関です。私たちは差別を  
目的とせず、組合員の今と未来を全力でサポートし、社会貢献活動においても積極的に取り組んでいます。

ちかくにいるから、  
チカラになれる。

Shinkumi Bank  
信用組合  
しんくみ

アップルワールドトップ > 国内宿泊予約 > やど物語 ~The Hotel Stories~ > 東京

ホテルニューオータニ (東京都/参観見開)



有名すぎて、意外と知らない? 365日暮らしたくなる "おいしいホテル"。

- Hotel Story, Features, Reporter's Eye, PhotoGallery

こんなロケーション、他ではありえない



「ザ・メイン」の客室から見望す眺め



ロビー側には数多くのショップやレストランが



広大な日本庭園はパワースポットとしても人気



パスルームにも芸術作品が

開れ。窓から見る空に、正面の新宿高層ビル群が狭く眺望を狭く、手前には都心とは思えない森。芝生の美る場所には青と白の草が揺られ、正装の人々が集っている。「ああ、秋の集い会ですかね」。そういえばロビーでモーニングの客を見かけた。そう近くには遊覧船、ホテルや旅館などが格付けの意味で名付けられた。日本国公式の本物である。こんなものを見下ろしているの?と、何だか不思議な気分させられるのは、ホテルニューオータニ「ザ・メイン」の客室。「もっと天気の良いれば富士山も見えますよ。神宮の花火大会では超特等です」と広報マネージャーの八代健行さん。夜更なことも絶えず。眺望もさることながら、実際に使うためのロケーションにも別格。銀座、六本木、青山、渋谷、そして地元の赤坂へ、どこに行くにも経アクセス。そのうえ都心一番贅沢な場所に囲まれている。ビジネス、観光、どれをとっても、これほどおいしい場所は見あたりません。それなのに、どうにもホテルから出られない。そんな声もしばしば聞かれます。

ようこそ、美食と芸術文化の逢合へ

延べ床面積じつに東京ドーム6個分以上。この圧倒的な広さの中には、フレンチの「トゥールダルジャン」や寿司の「久兵衛」など、超がつく有名店ほか、フォーからカジュアルまで39軒ものレストランが、ホテル内にはは各種のショップが130軒以上。さらにこの地が加藤藤正公の江戸屋敷だった地を思わせる日本庭園は、四季折々で趣を変え、初夏には遊覧船が交う環境。木々からはフィトンチッド。海からはマイナスイオンで、近年パワースポットとしても注目を集めるほど。その庭園の中にもレストランが...と、食事だけ考えても、堪能し尽くすのに何日かかるか。またここは芸術文化の味もいも絶品。「ガーデンラウンジ」に届けられた巨大な絵画は、奇オピュウエの作品。ニューオータニの建物も中央に配した構図で、当然一点物。どれだけの値がつかわからないほどです。「バー・カブリ」には、アイズビリーによる7点作の「カブリ島シリーズ」。さらに纏めつけは、併設のニューオータニ美術館。名画大谷コレクションからの展示に加え、さまざまな企業展もあし。あらゆる場面で芸術と文化を感じさせます。

知ってるつもりじゃ、もったいない

言わず知れたホテル御三家のひとつ。名門の真髄を差し換ひ余地がないのは、伝統や風格もさることながら。あらゆる意味で「いいホテルの条件」をすべて満たしているからでしょう。広地しかり。通し方の多彩さしかり。でも、あまりにも有名ゆえ。つい「知ってるつもり」だったかも知れません。贅沢さと潤さを極限まで求めた。これは理想の「宿」。この一流体験は、人生に必要なこと。そう思えてくるに違いありません。

住所: 〒102-8578 東京都千代田区 紀尾井町4-1 TEL: 03-3265-1111

ホテルニューオータニ (東京都/参観見開)



有名すぎて、意外と知らない? 365日暮らしたくなる "おいしいホテル"。

- Hotel Story, Features, Reporter's Eye, PhotoGallery

日本でいちばんおいしいホテル



一度は訪れたいトゥールダルジャン



庭園から遊れるためめられた「フランス人」の城



眺望も最も素晴らしい中国料理Taikan En



巨大チャイニーズオープンも必見のトレーダーヴィックス

「日本でいちばんおいしいホテル。そこには自信があります」。マーケティング課の森谷真二さんは、そう胸を張ります。ここに名前を連ねるレストランを見れば、誰もが目を輝かせるか、もしくは絶句するはず。なにしろ絶叫の名店がずらり。

フレンチ「トゥールダルジャン」と和食「久兵衛」

まずはフレンチから「トゥールダルジャン」。パリ本店の創業は1982年で、日本では本格的な店があった年というから驚き。国王アンリ3世の轟轟になり、上流階級の社交場として発展した「フランス料理の歴史そのもの」とも謳われる名店中の名店。1984年に世界初の支店として東京店がホテルニューオータニにオープンしました。精進料理で知られ、1921年にパリ本店を訪れた昭和天皇（当時皇太子）が召し上がった餡が53,211羽目だったことにちなみ、東京店では53,212羽目からサーブされているとのこと。エントランスを入ると、有名な「三皇帝の晩餐」当時のテーブルセットが、ドイツ軍のバリケード際に隠されたワインのボトルが、さらに...と物置の歴史の圧巻。こういう細一語、すべて一度は味わっておかないと!パリ本店から直送された常時35,000本所蔵の日本唯一のワインセラーも圧巻。日本1位・2位のソムリエもいて最高の時間が味わえそう。和食も、約5割を占める外国人のお客さまの期待に違わぬよう超ハイレベルなお店が揃った。かの美食家であり芸術家の北大路武山人に愛され、多くの外国人も舌鼓を打った「久兵衛」。東京サミットの公式晩餐会も開かれた「なだ万」の本店・山菜花荘。他にもさまざまな名店がずらりとラインナップ。各国の舌をうならせています。

本格上海料理のほか、楽しいコンセプトレストランも

中国料理からは「Taikan En」。本格上海料理の名店です。中でも貴妃仙伝の原皮から手がける名物のフカヒレは、湯葉モノのおいしい。黒岩村夫料理以下、中国から招聘した心細く焼肉師が腕をふるった美味を、素晴らしい絶品の中で味わえます。50年のビュッフェ経験も、なかなかお目にかかれない絶品。それいコンセプトレストランもご紹介。元百貨店のオーナーが世界中を旅して出たおもしろいものを一室に集めた「トレーダーヴィックス」。サンフランシスコに本店があり、かの有名なトロピカルカクテル「マイタイ」発祥の店としても知られています。お店の雰囲気も登しし買前みたいでグッド。さらに地上144mの摩天楼イタリアン「ベルヴェー」は、高層の紀州徳兵衛と調整用の人工の二刀流で長く炭焼きグリルが売ります。加えてパティスリー-SATSUKIは、あえて「スーパー」と名付けるショートケーキがホントに絶品!本店に「おいしいホテル」なのです。

住所: 〒102-8578 東京都千代田区 紀尾井町4-1 TEL: 03-3265-1111

ホテルニューオータニ (東京都/参観見開)



有名すぎて、意外と知らない? 365日暮らしたくなる "おいしいホテル"。

- Hotel Story, Features, Reporter's Eye, PhotoGallery

いつもニューであるために、進化し続けるホテル



ザ・メイン最上階。プレジデンシャルスイート「広間」



大きな窓が開放感のあるザ・メインデラックススイート



コートダジュール風のガーデンテラス



オール電化でスマートに寛げる THE Sky

漫画家の石ノ森章太郎氏は代表作「HOTEL」の着想について、キャラクターに頼らない作品を描きたかったと語っています。主人公を決めず毎話話が変わる。その装置にはホテルが面白い。作品のモデルとも書かれるホテルニューオータニでは、一人ひとりのゲストに合わせた最高のドラマを演じる舞台であるように、日々進化中とのこと。「[じつは...ニューオータニの「ニュー」は、いつも新しい、という意味なんです]。だからこそ、老舗でありながら、若れずにチャレンジする気があるというわけでしょう。創業は1964年9月1日。オリンピックの開催に向けホテルが足りない...との要請に応えて準備に入ったのが約17ヶ月前だったそうです。この短工期で世界中からの来客に迎えられるのか。「ホテルのブロードな無理と書いていたのでしょうか」。いまを築き立てたのは、固執観念では思いつかない発想だったと語ります。いまやおなじみの「ユニットバス」も、このときの発想だとお。また、日本初のカーテンウォール工法が採用されたのも、ホテルニューオータニならではです。

みんなで考えていって、エコになった

そして2007年10月にリニューアルを終えた「ザ・メイン」の客室。よりシックに都会的に、和のデザインを取り入れ印象的に。このときもニューオータニは発明をします。これまで難しかった客室単位での空調管理を可能にし、エネルギー消費やCO2排出の大幅削減にも通じるシステムを開発。それを「他のホテルさんにも使っていただければ」とも話していただくこと。さらに天井から足もとまでフルハイブリッドダウン。照明は明るく、夜は変色で変色を美しくする。熱や紫外線を50%カットするエコガラスを採用したのです。また、窓を開けて外気が入る通風口を設け、暖のトラブルを防いだり。スタイルだけでなく、快適にするための工夫が多く取り入れられています。

いつも「新しく」あるために

まだまだあります。ザ・メイン最上階の360°回転展望レストラン「VIEW & DINING THE Sky」では、和・洋・中あらゆるメニューを提供するステージキッチン各専門ズの前すべてを「オール電化」に。熱を料理にだけ振り向けることで空間への負担が大幅に少なくなるうえ、その場でシェフと会話しながら食べる量だけサービスすることで「食べ残しが大幅に減りました」。また、生ゴミを100%リサイクルし、その廃棄で農作物を育てる循環システムも。「うちは何でもみんなで考える文化なんです。だから意外にマニュアルが優しいんですよ」。いつも「新しく」あるために、動き続けるから、なのです。

住所: 〒102-8578 東京都千代田区 紀尾井町4-1 TEL: 03-3265-1111 FAX: 03-3221-2619 URL: http://www.newotani.co.jp/tokyo/

客室照会・予約

地図 クチコミ

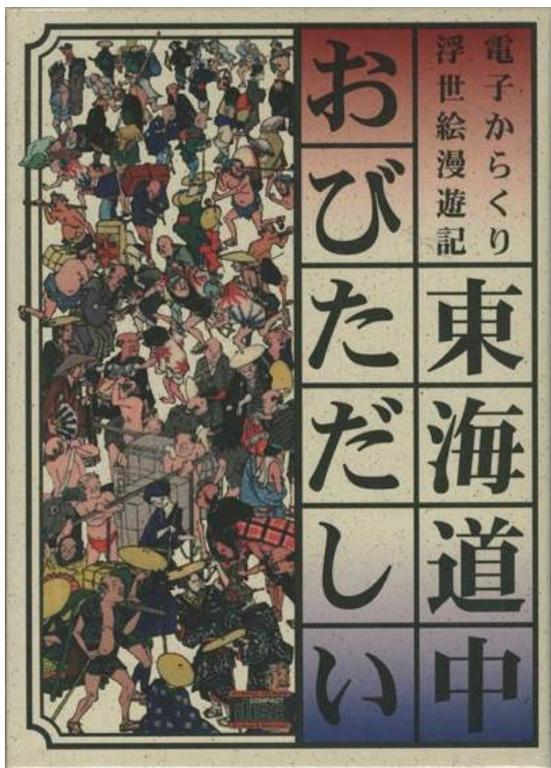
交通アクセス 【電車ご利用の場合】「本丸坂」駅(紀尾井町)から徒歩約3分/半蔵門線「永田町」駅7番出口から徒歩3分/有楽町線「永田町」駅9番出口から徒歩3分。/有楽町線「麹町」駅西口から徒歩約3分

お客様へのメッセージ 赤坂側所した圧倒的なロケーション。39カ所のレストランを擁し、日本一おいしいホテルを自負しています。「超一流のサービスも、肩の凝らないスタイルで」がモットー。ご家族からご友人まで、すべてのお客さまに心から楽しんでいただくため、あらゆるニーズにお応えするふところの深さが自慢です。安全性や快適性も徹底的に追求。つねに新しく、それがホテルニューオータニです。





マチのほっとステーション  
**LAWSON**



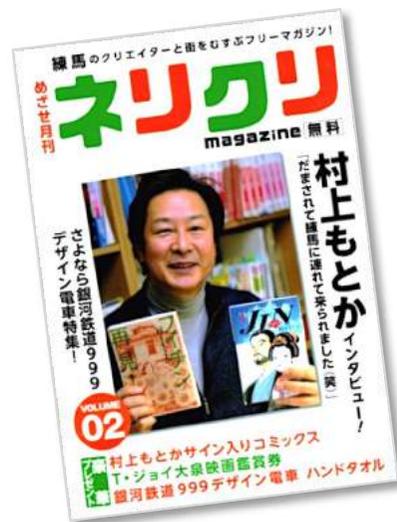
エデュテイメントCD-ROM(日立インフォメーションアカデミー)。若いオランダ人が東海道を旅しながら、当時の職業や世相、風俗、習慣、道具などを幅広く学びつつ、日本への理解を深めていく仕組み。歌川広重の「東海道五十三次」をめくりながら、浮世絵に出てくるすべての人物が動いて喋る。また隠しネタなども多数散りばめ、親を捜して旅をする子供や勤王の志士が京都から江戸を目指すなど、5つのストーリーが同時進行する。各種雑誌などで数多く取り上げられた。その他にもビジネスマンがさまざまなアクシデントに遭いながらも出世を目指す「ビジネスマンすごろく」や、ビーチリゾートを舞台にさまざまな海の危険を乗り越えながら命を守るすべを学習できる「いけいけライフセイバー(東京海上火災)」を企画制作し完パケまで至るものの先方の都合でリリースせず。



立川談志音楽CD。キッズ・ステーションの企画を依頼したのをきっかけに、家元の新たな可能性(ブランディング)を探るべくラップによるCDをリリース。独特の毒舌が冴え渡り「2ちゃんねる」等でも反響を呼ぶ。ほかに独演会で販売するTシャツ等もつくる。また、今井美樹のリブランディングも手がけ、アルバム「ESCAPE」の制作もサポート。



誰もが知るマンガ界の巨匠たち。日本初の長編アニメ『白蛇伝』をはじめ数多くの名作を生み出した東映アニメーション、同じく初の30分テレビ放送用アニメシリーズ『鉄腕アトム』を生み出した虫プロを抱えるアニメの聖地。でありながら、知名度や観光の側面ではまだまだ物足りない練馬区。埋蔵資産としてのマンガ・アニメを中心とした各種クリエイターと街の関係を向上させ、練馬区のブランディング、また東京オリンピックと前後した集客と経済の活性化を図るために、72万人もの区民力を背景に練馬区の豊かな発展をサポートし、日本の活力を強化するためのメディアとして誕生しました。今後、エリアをさらに拡大し展開する予定（現在休刊中／リニューアル準備中）。



漫画・アニメをはじめとする、さまざまな練馬のクリエイターの話術を記事化し、街をむすぶ活動を行います。クリエイターと手を携えての魅力的な街づくり、クリエイターを取り巻く環境の改善などをおもな目標として、情報やコンテンツの発信、地域イベントへの参加、住民参加型企画などを実施しています。

## 練馬区のレジェンドと



松本零士先生との各種コラボ施策、石森プロとの被災地支援施策など、練馬区ゆかりの世界的巨匠との各種企画を進めています。



## 練馬区のマエストロと

練馬区在住の著名漫画家を中心として活動中の「ぼけまん」と連携し、区内はもちろん海外向け企画等、さまざまな施策を展開しています。



## 練馬区のアニメと

現役アニメ監督、プロデューサーによるネットワークを活かして、練馬区ゆかりのクリエイターや大手プロダクションなどとも連携していきます。



## 練馬区のアーティストと

練馬区に数多く住む各種のアーティストと街の交流を促進します。



## 練馬区のメディアと

区内の各メディアと連携をとって展開します。

※練馬区民を中心とした任意団体「アニメとマンガの聖地ねりま創世会」を設立し、活動中。



丸尾宏明…東京オリンピック開幕を翌月に控えた1964年9月2日に東京都板橋区にて誕生。3歳のころ豊島区へ転居。高校卒業後、デザインの専門学校に進むも、某企業が主催したコピーコンテストで優秀賞と個人賞を獲得したことでコピーライターへ。プロダクション数社を経て2007年フリーに。日本産業広告賞、ACC銀賞など。現在は広告制作などのかたわら、地元練馬区を盛り上げる活動を細々と展開中！