

Nakatsuka Tom

中塚吐夢

(株)中塚大輔広告事務所

代表取締役社長

〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町2-33-8

TEL.03-3663-5608 FAX.03-3663-5622

クリエイティブディレクター
コピーライター

1970年、東京生まれ。自由学園最上学部卒業。東京総合写真専門学校修了。1995年中塚大輔広告事務所入社。化粧品や健康食品など業法に関わる広告からハイテク企業の企業広告、TVCF、PRビデオ、学校広報などの企画・コピーライティングを手掛ける。主なクライアント：シュウ ウェムラ化粧品 林原グループ、松下電器、日産自動車、白鷗大学、日立ソフト、イービーエムなど。

主な受賞歴：朝日広告賞、読売広告大賞 広告電通賞、全国カタログポスター展、ロンドン広告賞、東京ADC賞他、多数入賞。

1-3. イービーエム / ポスター。国内外にスキンケア スタジオを展開する化粧品会社の広告。一般的なエステ店との混同を避けるため、「美顔専門店」とスローガンを設定し、新業態の化粧品会社であることを強く打ち出した。2のポスターの商品は、ネーミングからパッケージデザイン、販促物までを手掛け、売上げに貢献した。

4. 林原グループ / 新聞広告。トレハロースの知名度向上と、この糖質に骨粗鬆症を防ぐ働きがあることを知らせる広告。薬効をストレートに訴求できないことから、企業広告の体裁をとった。読売広告大賞ほか受賞。林原グループでは他に、低カロリー甘味料、オリゴ糖、プロポリス等の健康食品を掲載する通販カタログを手掛け、売上げ記録を年々更新。こちらも内外から数多くの受賞を重ねた。

5. シュウ ウェムラ化粧品 / 新聞広告。高知県室戸岬に世界初の海洋深層水専門工場を建設したことを告げる企業広告。写真の男性はメイクアップアーティストで創業者の植村秀氏。

6-7. シュウ ウェムラ化粧品 / ポスター。世界で初めて、海洋深層水を化粧品に応用したことを告知するキャンペーン。幅広い媒体を使用して、息長くつづけた。海洋深層水がまだ一般的でなかったころから、効能を啓蒙するコピー戦略を構築した。写真は、空飛ぶクジラが森山大道氏。水中を飛び跳ねるボトルが、中村彰三氏。アート性の高さも、評判となった。

8-11. 日立ソフト / ポスター&TVCF。数次に及ぶ取材で体感したのは、IT企業とは一線を画す、物づくりへの情熱と人間性へのこだわりであった。企画スローガンは「人間の味がする。日立ソフト」。企業姿勢をわかりやすい形で紹介した。



エステではありません。
美顔
化粧品会社の
専門店
スキンケアスタジオです。
EBM

手が救う。

美しい肌は、手から生れます。たとえば、EBM独自の「背面美顔」。手による背中中のマッサージが、全身の疲れを吐き出させ、お顔のくすみをパツと取りざります。私たちのメニューに痩身、脱毛はありません。あくまで良質な基礎化粧品と手によるケアにこだわった美顔術を追求してきました。今年20年目の不思議な手の技、あなたも試してみませんか。

20周年記念お試しキャンペーン 2,100円

おかげさまで20周年は、今年で20周年、それを記念して、今ならフェイシャルトリートメントケアのプランが、上記のお値段でお試いただけます。
(初めてご来店のお客様に限らせていただきます。)※ご来店の際、このチラシをお見ください。



時間とともに、潤うヴェール。
アクアイズ

AQUALEASE



水の「ゆらぎ」が、肌を変えます。
ついで潤滑、潤までしっとり。
フェイシャルファンデーション

AQUALEASE

Matsuda Sumiko

松田澄子

(株)中塚大輔広告事務所

取締役

〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町2-33-8

TEL.03-3663-5608 FAX.03-3663-5622

アートディレクター

デザイナー

1972年兵庫県神戸市生まれ。東京都立大学人文学部仏文科卒業後、セツ・モードセミナーにてイラストを学ぶ。1996年よりグラフィックデザインの仕事を始め、2000年中塚大輔広告事務所に入社。現在、グラフィックデザインを中心に、エディトリアルやパッケージデザイン等を手掛ける。主な受賞歴：日本パッケージ大賞2003銀賞。ロンドン国際広告賞、モントルー広告賞、東京ADC賞、東京TDC賞ほか。

1. シュウ ウエムラ化粧品/キービジュアル&パッケージデザイン。1960年代から現在のクレンジングオイルブームを築き上げた歴史と信頼を構築的なビジュアルで表現した。パッケージデザインは、日本パッケージ大賞をはじめ、国内外から高い評価を受けた。

2. シュウ ウエムラ化粧品/パッケージデザイン。海洋深層水配合のスキンケア。マークは、海底から湧きあがる海洋深層水と、肌に3段階で働きかける商品コンセプトを表現した。ロンドン国際広告賞、モントルー広告賞、東京TDC入賞。

3. エキップ RMK/雑誌広告。野菜やフルーツのエキスを処方したクレンジングシリーズ。食べられる原料というユニークさをストレートに表現した。かわいらしく、かつインパクトのあるデザインが評価され、日本雑誌広告賞銀賞を受賞。

4. エキップ RMK/雑誌広告。保湿ラインのリニューアルを紹介する広告。RMKではデリシャス・スキンケアをコンセプトに、おいしそうな果物の中から商品が浮き上がるビジュアルづくりを追求している。

5-6. エキップ RMK/総合カタログ。毎年発行されるRMKの総合カタログ。中面にもフルーツのイメージがふんだんに使われ、撮影現場は果物であふれかえる。

7. イムダイナジャパン/プエラージュ。女性向けサプリメントのパッケージ。イラストはターゲットである大人の女性のイメージ。中間色を用いることで、華やかでありながら落ち着いた雰囲気仕上げています。

5. 林原グループ/H+Bライフサイエンスのジャム。自社開発の低カロリー甘味料を使用。ネーミングを「ダイエットスタイル」としダイエットのきっかけづくりを提案している。オレンジの円をシンボルに採用。フルーツをその中にはめ込んでいる。



1



2

Nakatsuka Daisuke

中塚大輔

(株)中塚大輔広告事務所

顧問

〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町2-33-8

TEL.03-3663-5608 FAX.03-3663-5622

クリエイティブディレクター

アートディレクター

コピーライター

1943年、東京日本橋生まれ。成蹊大学卒業。外資系広告代理店等で修行後、独立。当初はコピーライターとして数々のヒット作を生み出すが、作風は徐々にアート性を強め、コピーとデザインの両面から、ユニークな作品をつくり続けている。これまでの最大の業績はシュウウエムラ化粧品を、世界的なブランドとして定着させたこと。著書に「中塚大輔・広告の魂」ほか。広告賞、デザイン賞の受賞多数。作品は内外の美術館、美術大学等に永久保存されている。

1. ジャック・ダニエルの新聞広告シリーズ。

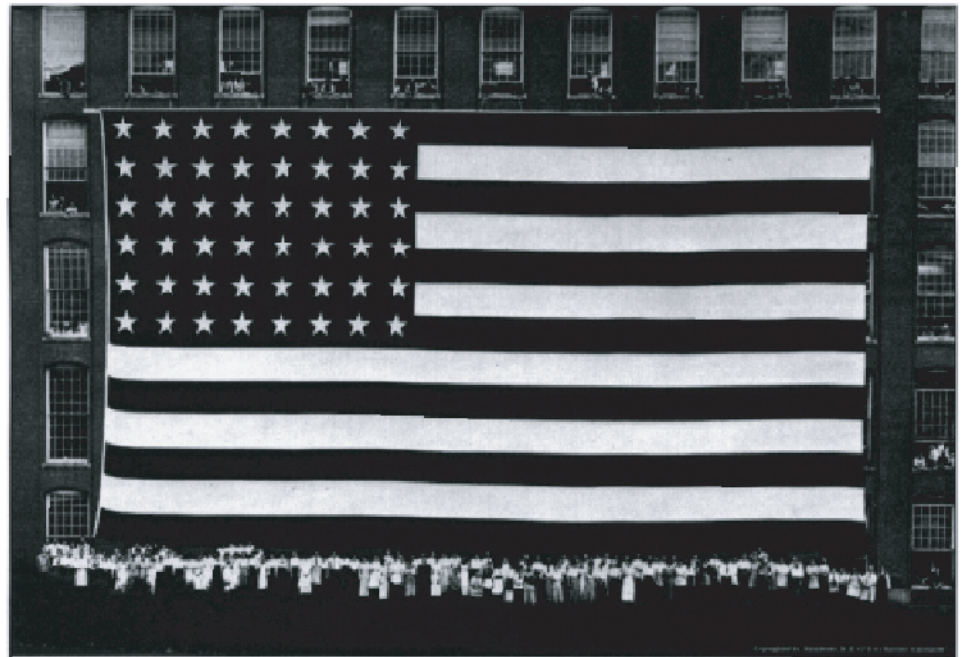
1951年。輸入元のサントリーが、自社製のウイスキーだけでなく、輸入酒を大々的にPRし始めた頃の広告。米国の祝日にあわせて出稿。コピーは、米国人の国民性とテネシーウイスキーへのこだわりについて書かれている。

2. カンタス航空。雑誌広告シリーズ。1981年。その頃未知の、オーストラリアの魅力を観光写真的ではなく、普通の旅行者の眼で切りとった。撮影は、篠山紀信。コピーも同様の紀行文的な語り口を採用している。

3. 岡山のバイオ企業、林原の低カロリー甘味料。ポスター。この仕事は、「プリベント」(予防)というネーミングからスタート。パッケージから一連の販促、広告を手がけた。写真とコピーは、米国の肥満社会に取材。1985年の話題作となった。

4-5. イタリーの靴、ミス・バンカルディの雑誌広告。1977年。「流行通信」のみのシリーズだが、セクシーな婦人靴のさがけとして知られる。コピーは「私的コピー」。商品とコピーを書く人間の感性を直接ぶつけ合わせてそこに生まれるドラマを抽出している。

6-9. シュウウエムラ化粧品。ポスター。コピーは、「顔が主張しすぎると、あなたが見えなくなります」から「悲しい時も、うれしい時も鏡をみましょう」まで。1980年以来、この広告主の仕事では、カリスマの発言を表現の核とし、イメージの翼をひろげた。



アメリカ人は、国旗が大好きだなあ、などいいながら、ジャック・ダニエル、本日、7月4日、米国205回目の独立記念日。

独立杯。

考えてみれば考えれば、アメリカ人って不思議な国民だなあ、と思ってしまうのですが、「ビッグ・アート」ってご存知でしょう。鋼鉄製の吊り橋に、巨大な国旗をはりつければ、広い峡谷にロープをわたして、大きな車をカーテンのようにたらし、ここにこの様な写真家は、そんな芸術がられる、ずっと以前1914年のもの。ニューハンプシャー州はマンチェスターでつくられた。当時としては最大の米国国旗です。と、芸術家より匠民の方が一歩すすんでいた事例ですが、本題の国旗といえば、独立記念日。この古い写真のキャプションには、あいてくそした記述はふつかりませんが、「本日」の気配が濃厚です。その頃、ジャック・ダニエルの故郷のような田舎では、可愛らしい旗を家の戸口にたぎったり、乾草をこぼ馬車にこいっばいあしらって、一族郎党くたしたり。なぜアメリカ人は、そんなに国旗が好きなのでしょう。歴史的にみれば、アメリカはまだ若い国。それだけに、これぞ自分たちの旗印、アイデンティティと決める、旗印で一途なところがあります。たとえばジャック・ダニエルの場合、バーボンとは、口がきけても名がきません。生粋の、テネシーウイスキー。石炭坑の洞窟からわく、物のかげの歌も、蒸溜したてのウイスキーを一滴一滴と濾すために使うカエデの皮も、自分の数滴と近くの山にあるものですませます。これが1866年の創業以来、脈々とつらぬいてきた。旗印は必死で守り、世界にこの美酒を誇りつとすすんでください。アメリカ独立の記念日に。



你來島を望んだ男は、他に眼をまわすと、小さく、くしゃみした。

