サンジュウナナドシィ e-mail) info@37doc.biz website) http://www.37doc.biz

37℃

●美容室サイン

GENERAL design

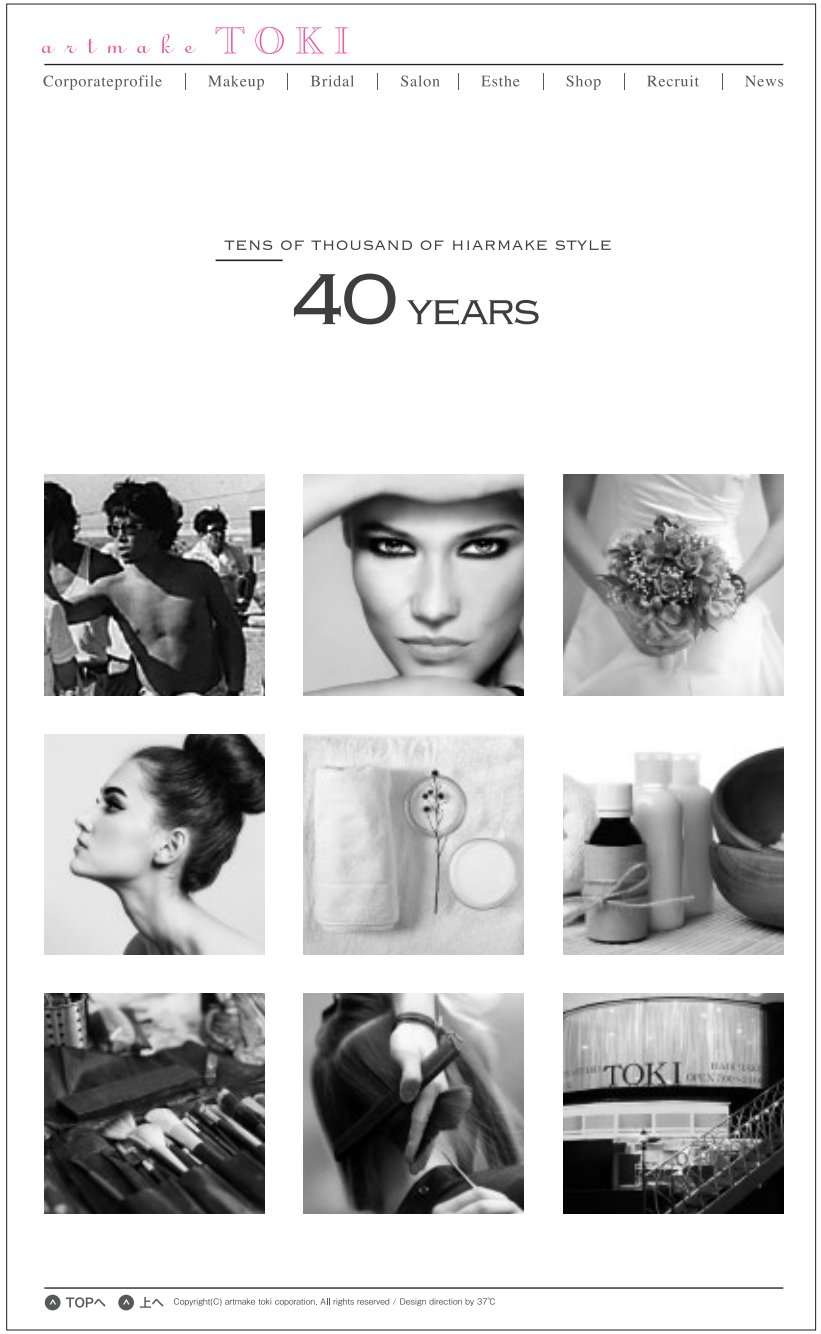
CONCEPT WORD

女優の肌にふれ続けて
40年

LOGOTYPE design

artmake
TOKI

WEBSITE design

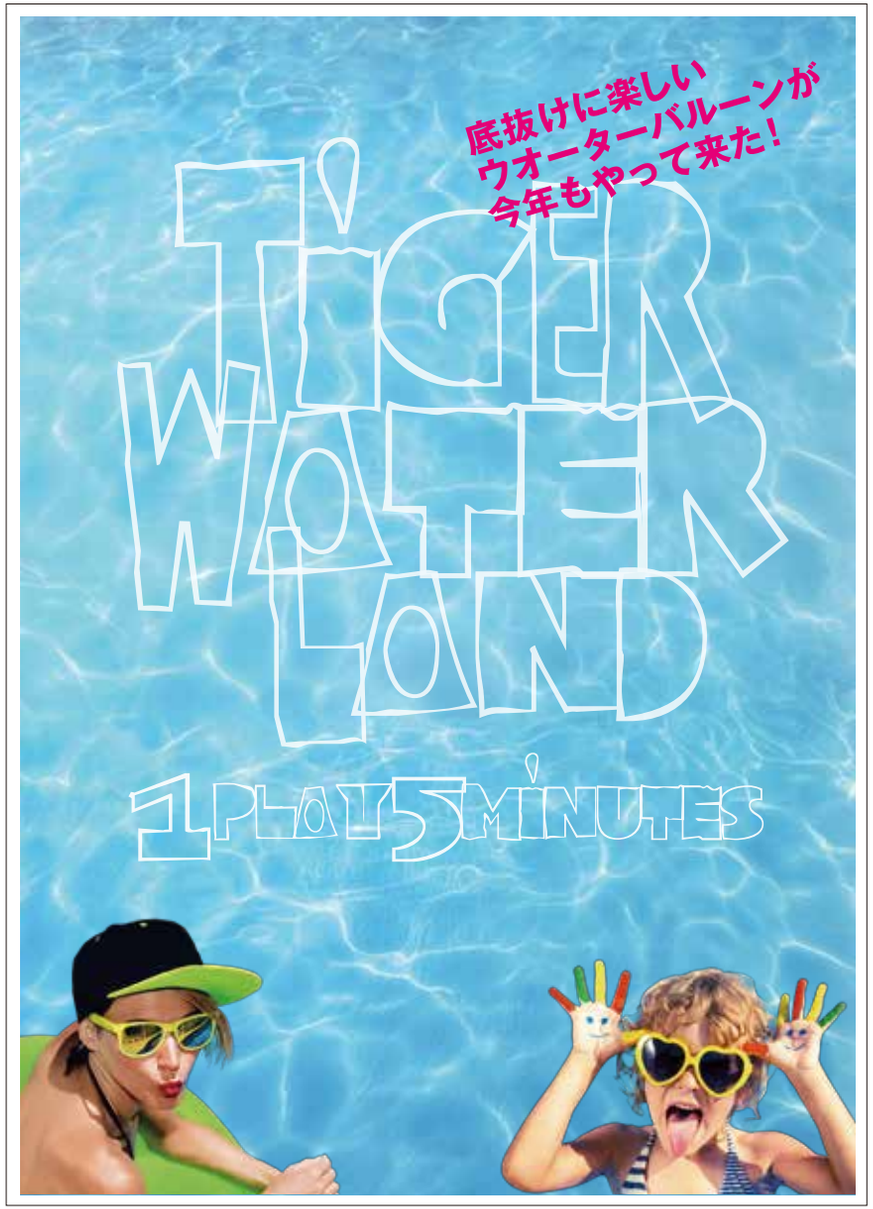


WINDOW graphic

SHOP CARD graphic

●アミューズメントアトラクション

sokonukeni,tanoshi!!
Tiger Water Land



●シェアハウス企業パンフ

GENERAL design

We create the platform
that encourages people.

SMART LIFE
management concept

夢が広がる
プラットフォーム

入居者様を含めたプラットフォームを
拡充するため、
様々な企業様との提携を通して、
新サービスを開発。
業界の常識にとどまることなく、
入居者様の生活を豊かにし、
社会貢献を実現する事業を
多面的に展開し続けております。

01 家賃外収入
NON-RENT INCOME

- 会員制度
- 人材紹介
- サービス紹介
- 新規事業
- 物販
- リフォーム
- 不動産仲介
- 民泊
- キャン泊
- サンプリング調査

02 投資家
INVESTORS

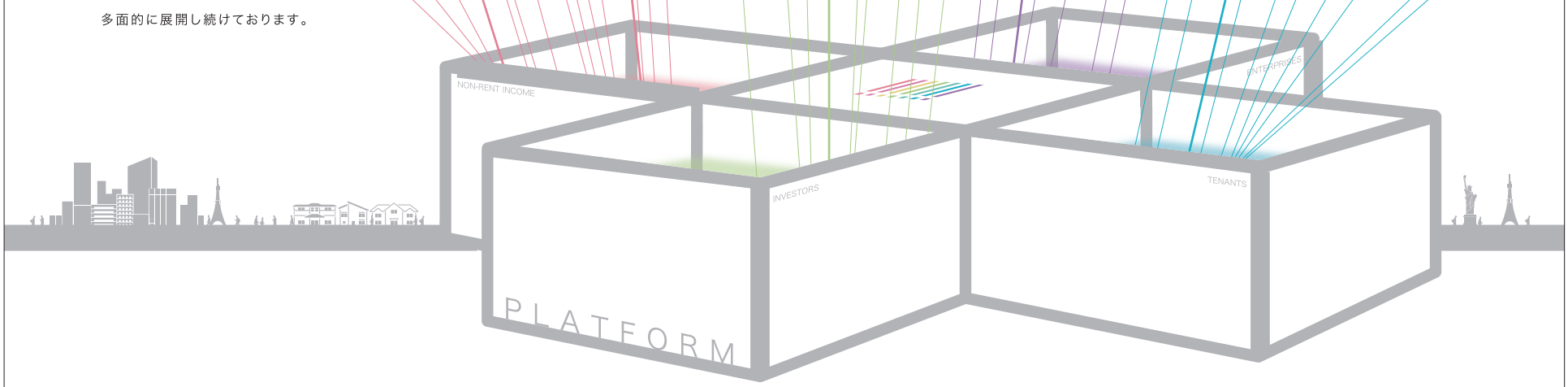
- 資産活用
- 会員制度
- オーナー様イベント

03 企業
ENTERPRISES

- 社宅
- 人材紹介
- 研修制度
- 業務提携

04 入居者
TENANTS

- 物件提供
- キャリアコンサル
- ワーホリインTOKYO
- 入居者イベント
- 提携企業様サービス紹介
- 満足度調査



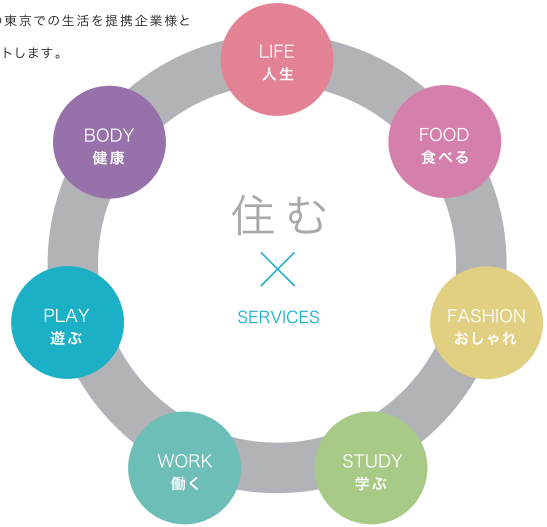
04
入居者
TENANTS

住むことから、始めよう

We create the platform
that encourages people.

スマートライフはただ「住まい」をご紹介する不動産会社ではありません。
ご入居いただいている方に様々なサービスを提供する、総合サービス会社です。

スマートライフが運営するクラウドアパートに住むことで、目指している自分に少しでも近づけるよう、入居者様の東京での生活を提携企業様と共にサポートします。



東京で頑張りたいあなたを応援します。

女の子のためのクラウドアパート

[かぼちゃの馬車]

２０代中心の東京で頑張る女性を応援するかぼちゃの馬車。女性専用で、かわいらしい壁紙と家具を揃えたかぼちゃの馬車は、東京都内に約3,000室（2016年3月末数値）ＯＰＥＮしています。東京に上京してくる20〜34歳の女性は年間約12万人[※1]。夢を持って上京してきた女性達を応援したい、そんな思いでできたブランドです。東京でのシンデレラストーリーを描いてもらうために、シンデレラ城まで運ぶ「かぼちゃの馬車」というブランド名になりました。女性の非正規雇用者は約1,280万人[※2]。だけど東京の家は地方よりも家賃が高く、家賃を基準に計算される初期費用はかさむ傾向にあります。「初期費用で５０万円用意しなくてはならない…夢を追うために東京に住みたいけど住めない…」そんな女性達に選ばれ続けている物件です。

※1）2016年総務省統計局「人口移動報告」より　※2）2015年総務省統計局「労働力調査」より

夢と空間を共有するクラウドアパート

[STEP CLOUD]

夢と空間を共有する「STEP CLOUD」。女性だけに限らず、男性も外国人も、この物件に住むことでワンランク上の自分にステップアップしてほしい。そんな思いからこのブランドが誕生しました。2016年秋に第１棟目が完成予定です。男性にも、外国人にも好まれる和モダンな洗練されたデザインは、「1：1.618」で計算された黄金比になぞらえています。

「住まい選び」と「仕事探し」をサポート

[ワーホリインTOKYO]

地方在住の上京希望者をターゲットとした「ワーホリインＴＯＫＹＯ」は、仕事と住まいをセットで提供するプロジェクトです。仕事探しと住まい探しのハードルを少しでも下げることで、東京で夢を叶えたい、成長したい、という多くの方の夢と上京をサポートしています。
１万人の上京支援をミッションに掲げ、直接足を運んで各地方で説明会を行っています。

●美容室サイン

MYU MYU
Cut ¥6,000~
MEN'S CUT ¥5,000~
Cut&Perm ¥13,000~
COLOR ¥6,000~
Remake Plus ¥23,000~
Shampoo Blow ¥3,500~
Make Up ¥6,000~
Point Make Up ¥4,000~
Hair Set ¥4,000~

MYU MYU
Cut ¥6,000~
MEN'S CUT ¥5,000~
Cut&Perm ¥13,000~
COLOR ¥6,000~
Remake Plus ¥23,000~
Shampoo Blow ¥3,500~
Make Up ¥6,000~
Point Make Up ¥4,000~
Hair Set ¥4,000~

●通販美容食品DM 3つ折りリーフレット

●通販美容食品DM 2つ折りリーフレット

●通販美容食品DM コンセプトブック

fracora
選ばれ続ける、エイジングケア。

株式会社 協和
〒160-0023 東京都新宿区西新宿1-26-2 新宿サンエービルヂ
03-3342

fracora PRESENTS
からだアンチエイジング
プレミアムイベントご招待

fracora
選ばれ続ける、エイジングケア。

「アンチエイジング」をテーマとした プレミアムイベントを開催します。

日頃、フラコラ製品をご愛顧いただきまして誠にありがとうございます。
弊社は製品の品質と効果には自信をもっております。
だからこそ、大切なお客様にさらにワンランク上のビューティーライフを
お過ごしいただくため、できる限りのサポートをしたいと考えています。

そこで、あなた様の日頃のご愛顧に感謝を込めて
より美しく、若々しく毎日をお過ごしいただくためのプレミアムイベントに
特別ご招待いたします。＜無料＞
美と健康の専門家による上質なひとときをあなた様もぜひご参加ください。

あなたはもっと美しくなれます。

正しい美しさをつくる 3つの要素

日頃より、フラコラ製品をお使いいただき、
美に関心の高いあなた様へ
「正しい知識」と「バランスの良い食事」そして「適切な運動」を
当セミナーで体感していただきます。
まずは体組成計に乗っていただき、
普段はなかなか知ることができないご自分のカラダの状態を
隅々まで把握していただきながら
日常生活の中で、無駄なく実践できる
アンチエイジング法を学んでいただきます。

知 learn
アンチエイジングを
楽しく学び

食 food
ヘルシーで美味しい
プレミアムランチ

動 exercise
毎日続けられる
効果的なエクササイズ

知 learn | STEP1 講義 アンチエイジング講座

ベストスタイルを目指すための
正しい知識を学びます。

何気ない日々の生活の中に隠れた、「体型が崩れてしまう原因」をキチンと知り、体重を落とすだけの質違ったダイエットではなく、美しく若々しいスタイルを手に入れるためのノウハウを専門家から学んでいただきます。

食 food | STEP2 食事 ヘルシー&ビューティーランチ

ランチのコースを楽しみながら、
美しくなるために
大切な食事法を学びます。

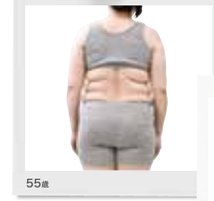
講義の後は、セミナーのために考案された低カロリーで美味しいランチをお召し上がりいただきます。毎日の食生活にも活かせるヘルシーレシピや、美しくなるための食習慣を楽しくおしゃべりしながら学びます。

動 exercise | STEP3 運動 スロトレ&ウォーキング

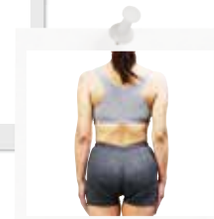
自宅でも簡単にできる
スロトレとウォーキング法を
専門家が伝授します。

食事の後は、無理なく筋肉量をアップさせるスロートレーニング法とシェイプアップに効果的なウォーキング法を、実際に体を動かしながら学びます。「歩き」の専門家が丁寧に、分かりやすく指導いたします。

※有無を一緒です。



55歳



60歳

もう年だから…と諦める前に。

2つの写真、どちらが若々しく見えますか？

アンチエイジングとは？

「3サイズが変わってしまった」「痩せにくくなった」
「でも、年齢のせいだから仕方がない・・・」

本当にそうでしょうか？

ちょっとした意識と習慣で、
美しい体型を保つことはできます。
それが、当セミナーの目指すアンチエイジングです。

年齢を重ねても、若々しくあり続けるために。

加齢による体型の変化をゆっくりに。

イラストのように、加齢により
少しずつ体型は変化すると言われています。
でも、その変化をゆっくりにする方法はあります。
当セミナーでは体型が変わってしまう原因と
解決方法を楽しく分かりやすく学んでいただけます。

●バストの加齢による変化

20代 → 40代 → 60代

大いが
崩れていない

皮やせと胸のボリュームが落ち、
下垂のためお風呂が外出になる

バストは体ボ下
がりが元に戻れる

●ヒップの加齢による変化

20代 → 40代 → 60代

垂れていない
キレイなヒップ

ヒップ下部がたるみ、頂点が下が
り脚のに四角いかたちになる

ヒップが内側に回り
股関節付近がそげる

続々届く喜びのお声

ご参加いただいた会員様は、4500名以上。
「参加してよかった」「楽しかった」など、
たくさんのお喜びの声を頂戴しております。
その一部をご紹介いたします！

低カロリーなのにご褒美ランチをしているみたい！

高梨 一美さま(56歳)
どの料理も美味しくて、本当に低カロリーなのラと思ってしまうものばかり。お友達とご褒美ランチをしているのかと錯覚を起こしてしまうほど贅沢な時間を過ごさせていただきました。食事は一口ず つ味わってゆっくり食べると、お腹がいっぱいになるんですね。

アンチエイジングビューティーを目指したいです(笑)

難 潤美さま(49歳)
有意義で楽しいセミナーでした！教えていただいたウォーキング法も自宅復習で出来るようになりました。元々代謝がいい方でしたが、教わったことを実践すると結果が早く実感でき、ますますビューティーアップ出来そうです！!!紹介いただき有難うございました。

楽しい時間を過ごすことができました！

内藤 泉さま(49歳)
充実した内容で、とても勉強になるセミナーで、あっという間の6時間でした。ランチの時にも、たくさんの貴重な情報を教えてくださりありがとうございました。私はもちろんですが、同じテーブルの皆様も大満足のご様子でした。参加させていただき、本当に良かったです。

K.Zさま(50歳)
参加を躊躇しておりましたが、あっという間の6時間でした。講義で専門的なことを学ばせていただき、自分のライフスタイルを見直すいいきっかけになりました。美味しくてヘルシーな会食を通して、担当の方や参加者の皆さんとお話しできたことも、とてもよかったです。日頃、なかなか運動を日常的に やれなかったのですが今日教えていただいたスロトレを早速、明日からまじめに取り組んでいこうと思います。

Y.Tさま(47歳)
今日のイベントをとても心待ちにしていました。期待通りの内容でとても充実していました。先生のお話もユーモアで笑いながら本来は苦しいトレーニングも乗り越えました。コアストレッチングウォーキングはこれからやり続けてみたいです。

C.Hさま(57歳)
お食事がとっても美味しくて、低カロリーなのに驚きました。また、トレーニングの柳澤先生のお話もおもしろく、スロートレーニング、ウォーキング、そしてサプリメント、全て日常生活の中に取り入れてゆきたいと思います。最初は「ひとりで大丈夫かしら」と不安もありましたが、皆さんとお友達になもれて楽しい一日になりました。ありがとうございました。

R.Hさま(54歳)
色々と科学的に説明していただいてよく理解できました。このことを覚えて、続けていければよいと思います。ランチメニューもとても美味しく、カロリーのわりにボリュームがありました。毎日の生活習慣のことなので、このように体感して意識できるようになることと、そのためのセミナー、感謝いたします。

私たちがご指導いたします

講師 柳澤 哲
弊社顧問。元銀歩日本記録保持者、シドニー五輪日本代表。スポーツウォーキング方法やトレーニング方法を考案。分かりやすい指導が好評。

栄養士 菊地 めぐみ
弊社栄養士。当セミナー担当として美容や健康のためのアドバイスをさせて頂きます。

フラコラ会員様の ビューティーライフを サポートするために

美しい体型を手に入れるための知識と食事、運動を
1日で学べる「からだアンチエイジングセミナー」は
特別な お客様だけをご招待するプレミアムイベントです。
あなた様のご参加を心よりお待ちしております。

当日は協和スタッフも会場におりますので、
商品やサービスへの独質問がございましたら
気軽に声をおかけください。

| タイムスケジュール |

午前中はベストスタイルになるための講習。
ヘルシーなコースのランチを召しとがっていただいた後は
スロトレとウォーキング法を専門家が指導・トレーニング。
参加されたお客様だけを相手に「きっとい!!見たった!」と
おっしゃる内容充実のセミナーです。

10:00 オリエンテーション
10:10 アンチエイジング講座
　あなた様のライフスタイルチェック
　体組成計測定
　アンチエイジングのための運動法や食事法について
12:00 プレミアムランチ
13:00 トレーニングウェアに着替え
13:30 スロトレ&ウォーキング
16:00 解散終了

※スロトレ&ウォーキング講習は、施設内(室内)のみで行います。

日頃のご愛顧への感謝とお礼を込めて
フラコラ会員様は特別無料ご招待。

いつも弊社をご愛顧いただいているささやかなお礼として
あなた様を無料でご招待いたします。大切なご家族や、ご友人も
特別価格でご参加頂けます。

※アンチエイジングに関心のある20歳以上の女性で、医師から運動制限の指示を受けていない方に限ります。

	参加費用	参加条件
フラコラ会員ご本人様	無料	なし
ご本人以外のお友様	1万円/人(税込価格にて)	2名様まで

※原則ご入学まで、ご予約後のキャンセルはご遠慮ください。お客様のお客・お客様を問題する場合は、キャンセル料をお申し込の期間まで、ご連絡いただきます。2名様以外、1人1万円です。

| 当日ご用意いただくもの |
トレーニング時のスポーツウエア・ウォーキングシューズをご持参ください。

| 参加お申込み方法 |
同封の「特別無料ご招待」申込みハガキに必要事項をご記入いただき、ご郵送ください。後日、「からだアンチエイジングセミナー」の招待状ハガキをお送りいたします。また、お電話でのお申込みも承ります。お気軽にお問い合わせください。

| 参加お申込み・お問い合わせ |
0120-44-99-75 受付時間 平日10:00～20:00 年末年始休
※お急ぎの方のお方 通常下さりて、ご郵送にお応えできない場合がございます。予めご了承ください。

●社内報

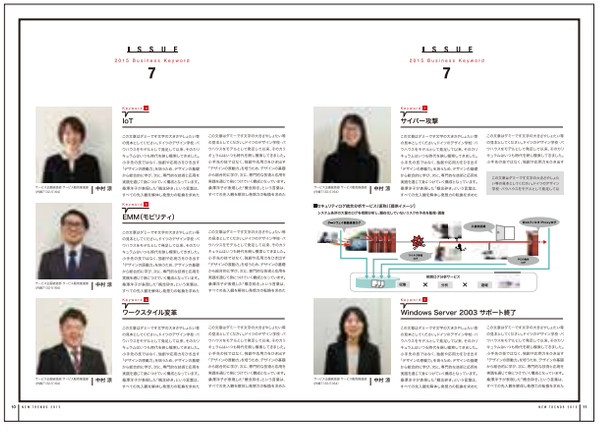
富士通アドバンス社内報
NEW TRENDS
EMPLOYEE MAGAZINE WINTER 2015
vol. 124
Change 最終章
一人ひとりが変革を成し遂げ、
次のステップへChallenge開始。
ISSUE
ダイバーシティの推進
お互いの個性を活かす。
教えて！富士通エアサス
シリーズの放映を開始しました。
今年のビジネスキーワード7
NEWS HEADLINE
FUJITSU

FUJITSU FSAS EMPLOYEE MAGAZINE WINTER 2015
NEW TRENDS
Change最終章
一人ひとりが変革を成し遂げ、
次のステップへChallenge開始。
今年のビジネスキーワード7

プロフェッショナルのコトバ
誠実であること。真摯であること。

ISSUE
ダイバーシティの推進
お互いの個性を活かす。
一人ひとりがいきいきと働ける職場を目指して。

ISSUE
今年のビジネスキーワード
7
あけましておめでとうございます。


ISSUE
2015 Business Keyword
7
IoT
サイバー攻撃
EMM(モビリティ)
ワークスタイル変革
Windows Server 2003 サポート終了

2014 Sept.～Dec.
NEWS HEADLINE
このコーナーでは、最新のニュースを一挙紹介。
は様のビジネスが続けられるよう、
チェックしてください。

社員一丸となって営活をかけ、営業活動に邁進。
合い言葉は「ともかくやってみよう。」

夢幻伝説
SQUARE

1987 → 2013 work

■ラフォーレ原宿・新潟

8.10→15
LAFORET
final wagon sale

8.10→15
LAFORET
final wagon sale

8.10→15
LAFORET
final wagon sale

LAFORET
final wagon sale 8.10→15

■ラフォーレ原宿・新潟

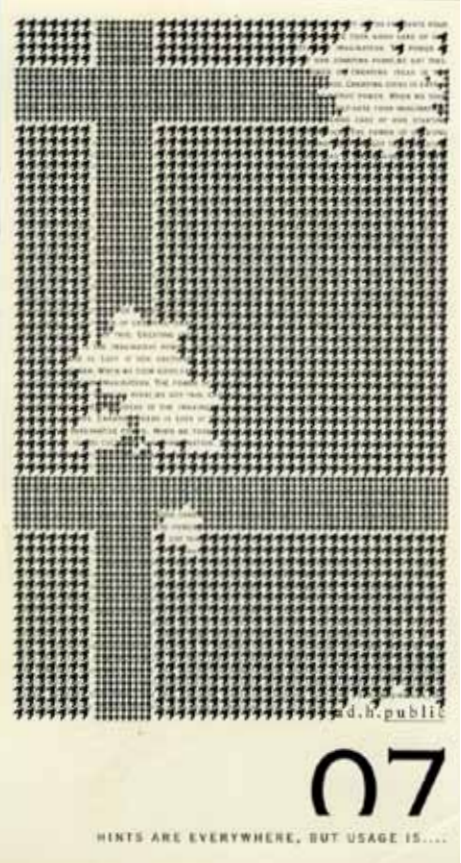
shinjirarenai
sugosugi
chance da
MORE SALE
mega ten
imadake
yasusugi
LAFORET
more sale!
2008.1.15 tue → 27 sun
タイムセールリレー
1.19 sat → 20 sun
アウター割
1.26 sat
LAST OFF
1.27 sun
de yabai
itadaki
reberu takaissu
arienakunai?
sugosugi
Laforet

itadaki
chance da
yasusugi
mega
more sale!
2008.1.15 tue → 27 sun

sokugai
maji de yabai
LAFORET more sale!
2008.1.15 tue → 27 sun

■ラフォーレ原宿・新潟

■ad.h.pubric DM

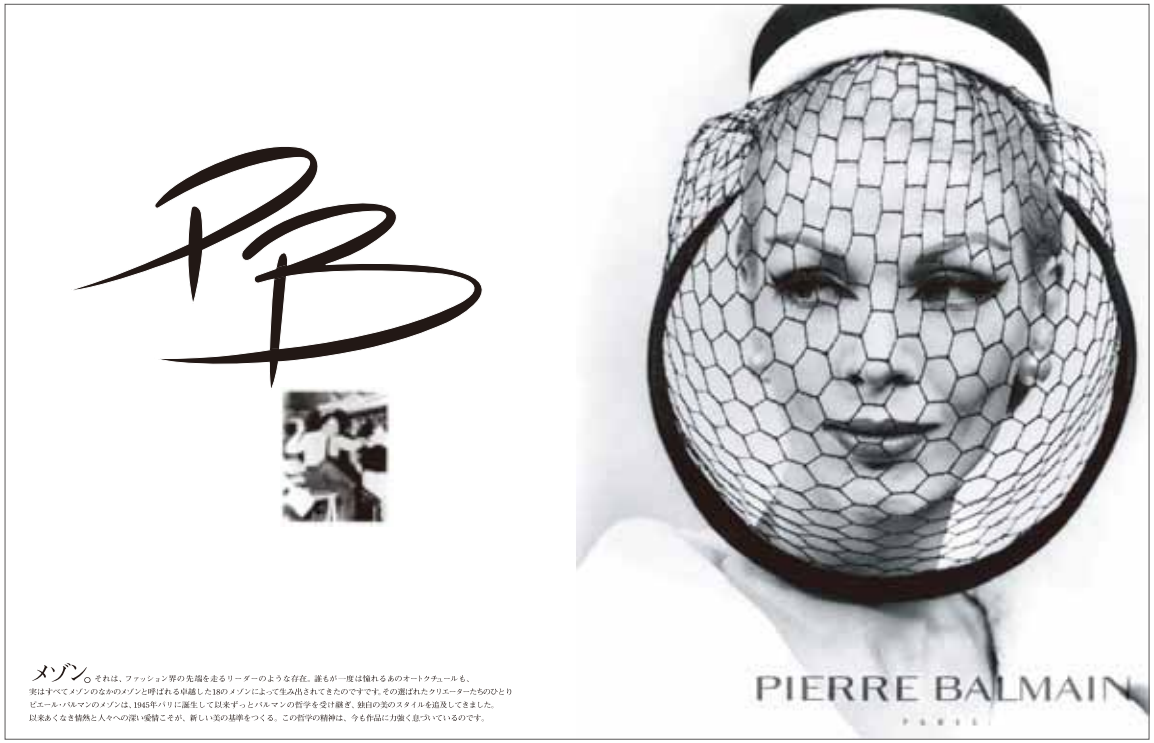


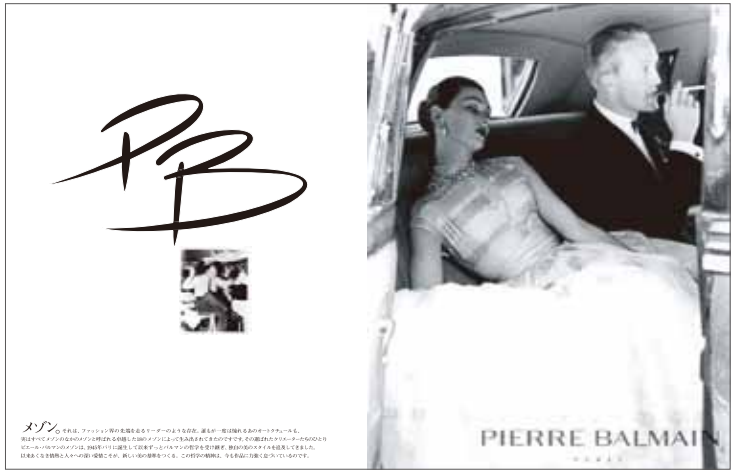
■ THREE C パンフレット

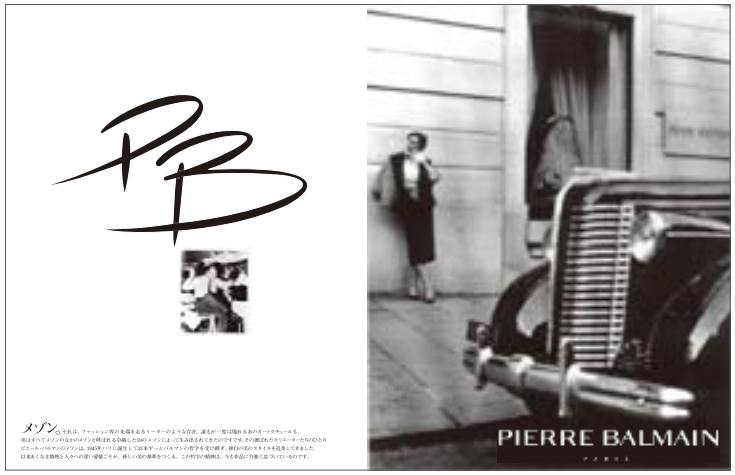
■O-bon 実行委員会

balearic : house : techno : others
Beach Party
O-bon
Immigrant's Cafe ＊ Playerz ＊ BuddhaStick Presents
in uchino beach seaside resort yamashige
2005/08/14
> adv. 3000yen 2drinks > door. 3500yen 2drinks > 6pm start〜Sunrise > one tree drink with BIKINI [women only]
English Info. 025.242.2722 [Immigrant's Cafe]

■ピエールバルマン：企業広告







■ ヘアメイクサロン：ロゴタイプ、看板

h a i r m a k e

トキ

art-make

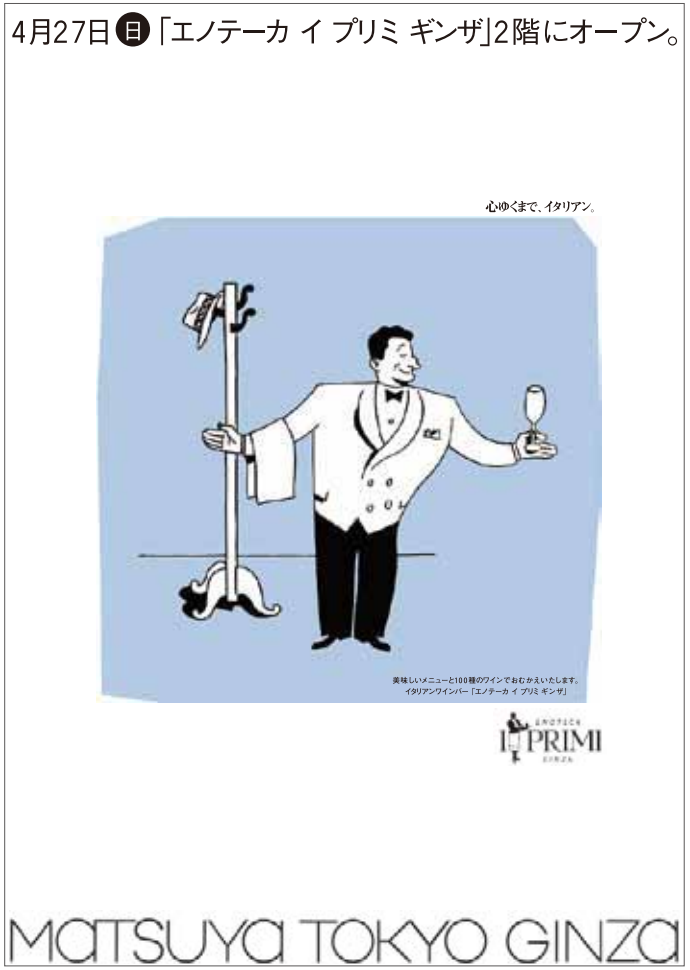
h a i r m a k e art-make トキ

トキ

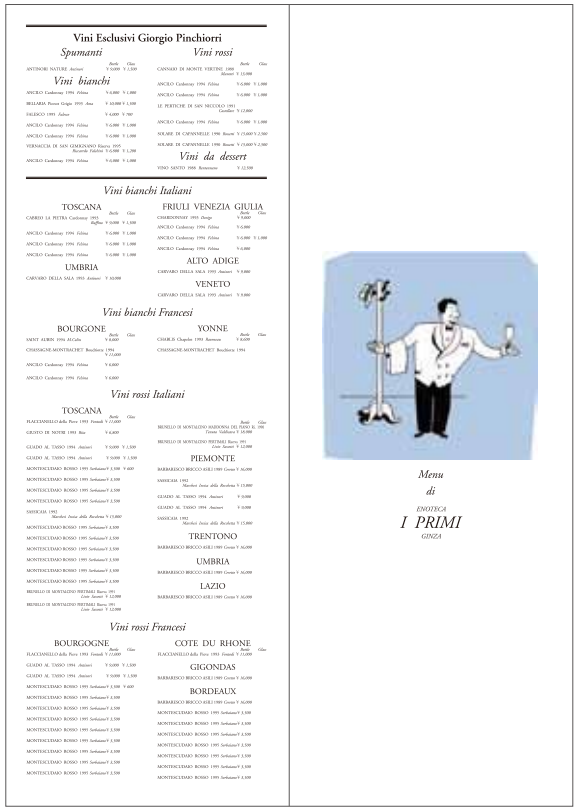
art-make

エントランス看板

■エノテーカ イ プリミ：オープン告知



ポスター



メニュー（210×594×4P）

ショップカード（91×91×6P）

■ホテルグリーンプラザ：VI

HOTEL GREEN PLAZA

ロゴマーク

HOTEL GREEN PLAZA

HOTEL GREEN PLAZA

ロゴマーク 候補案

ポスター

■ベッカーズ：VI（外回り）

マーク・リニューアルデザイン

店舗ファサード

■ベッカーズ:店内ツール

メニューボード

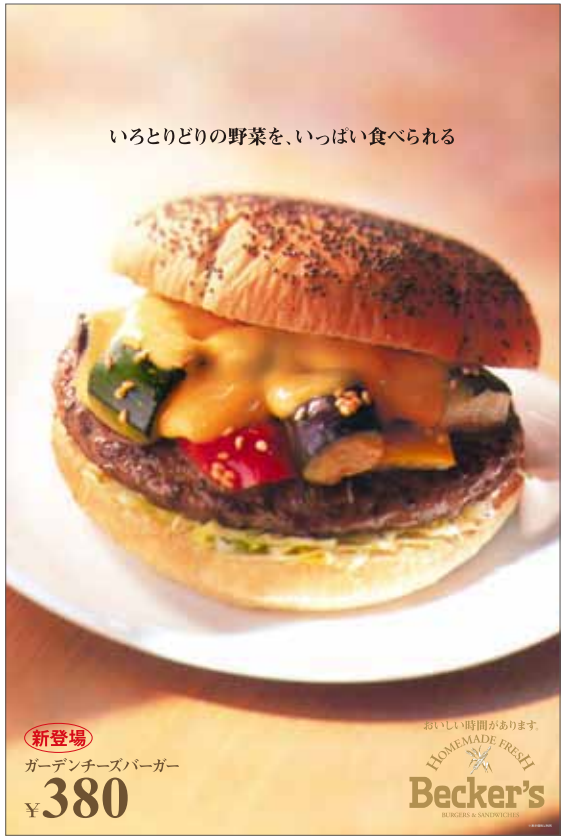
トランスライト　　トランスライト

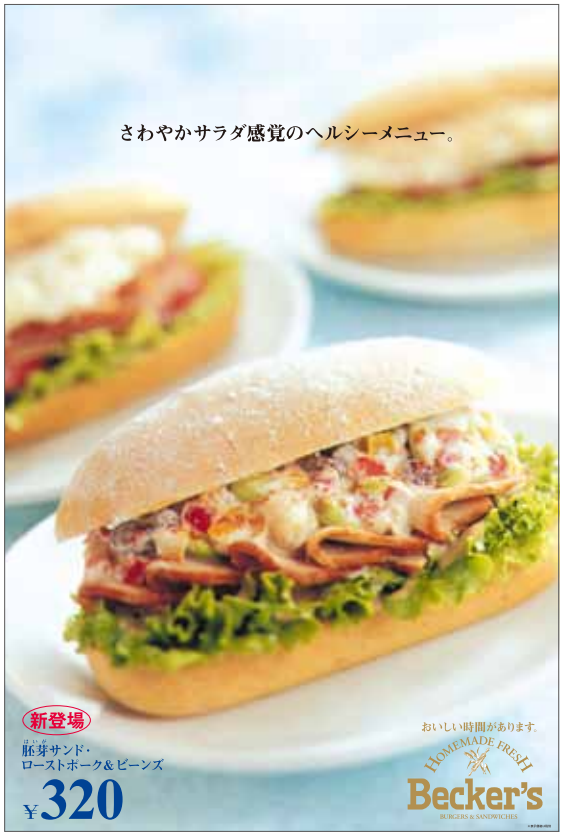
レジPOP　　ドリンクカップ　　ポテトカートン　　レジPOP　　バーガー&サンドイッチ袋　　テイクアウト袋

■ベッカーズ:店内サイン

店内表示

■ベッカーズ：シーズンキャンペーン





キャンペーンバナー（1800×1200）2002-2007

■ベッカーズ：Gバーガー登場キャンペーン

「G」ってなんだ？

旨さの衝撃

G

BURGER

GABURI
GATSUN
Go!

「G」ってなんだ？

旨さの衝撃

G

BURGER

粗挽き
200Gバーガー
ガツンと
新登場

旨さの衝撃

G

BURGER

粗挽き
200Gバーガー
ガツンと
新登場

「G」ってなんだ？

Gshock
Gold

「G」ってなんだ？

Great
Gorgeous
Gourmet

旨さの衝撃

G

BURGER

粗挽き
200Gバーガー
ガツンと
新登場

ポスター（900×300）

■ベッカーズ：Gバーガーキャンペーン

旨さの衝撃

G

BURGER

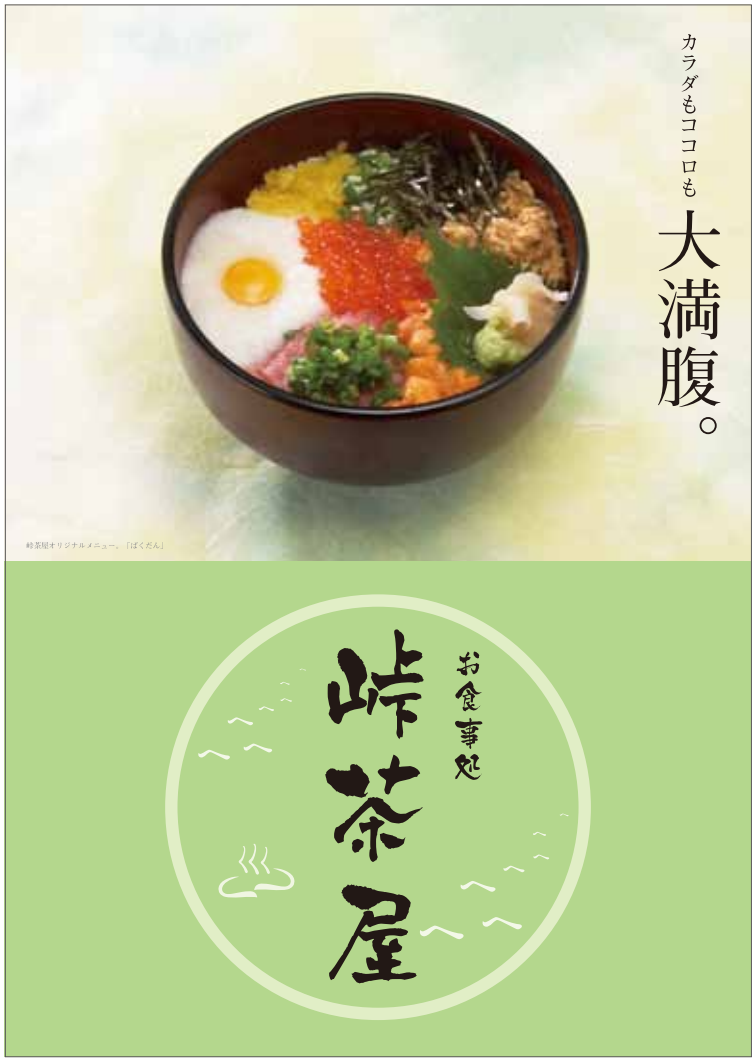
店頭バナー（1800×1200）

■ジェイアール東日本フードビジネス：VI

ロゴタイプデザイン

デザインシステムマニュアル

■スーパー銭湯レストラン：ポスター



ポスター

■学生援護会：企業広告

人間関係をやっています。
GOOD PLACEMENT
GOOD COMMUNICATION
学生援護会
an
salida
Linos

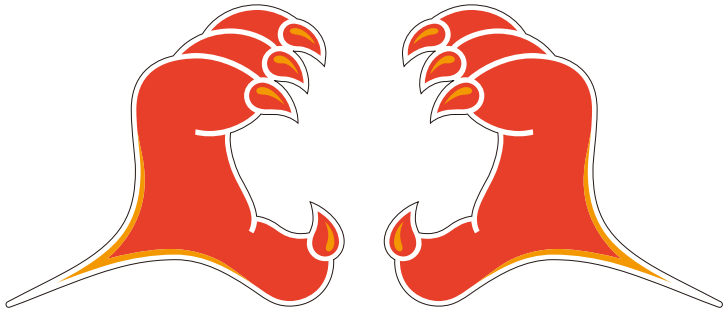
■学生援護会：企業広告

人間関係をやっています。
学生援護会
an
salida
Linos

人間関係をやっています。
学生援護会
an
salida
Linos

■学生援護会ロックブル：ロゴマーク

シンボルマーク



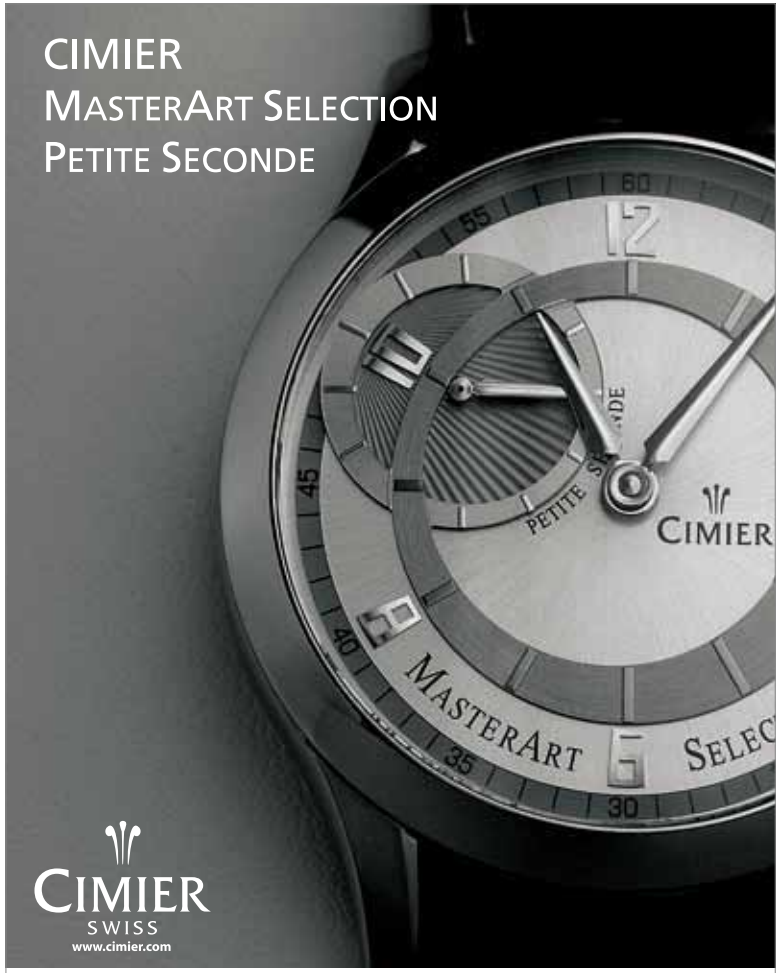
ヘルメットサイド・ユニフォーム肩ペットマーク

チームロゴマーク

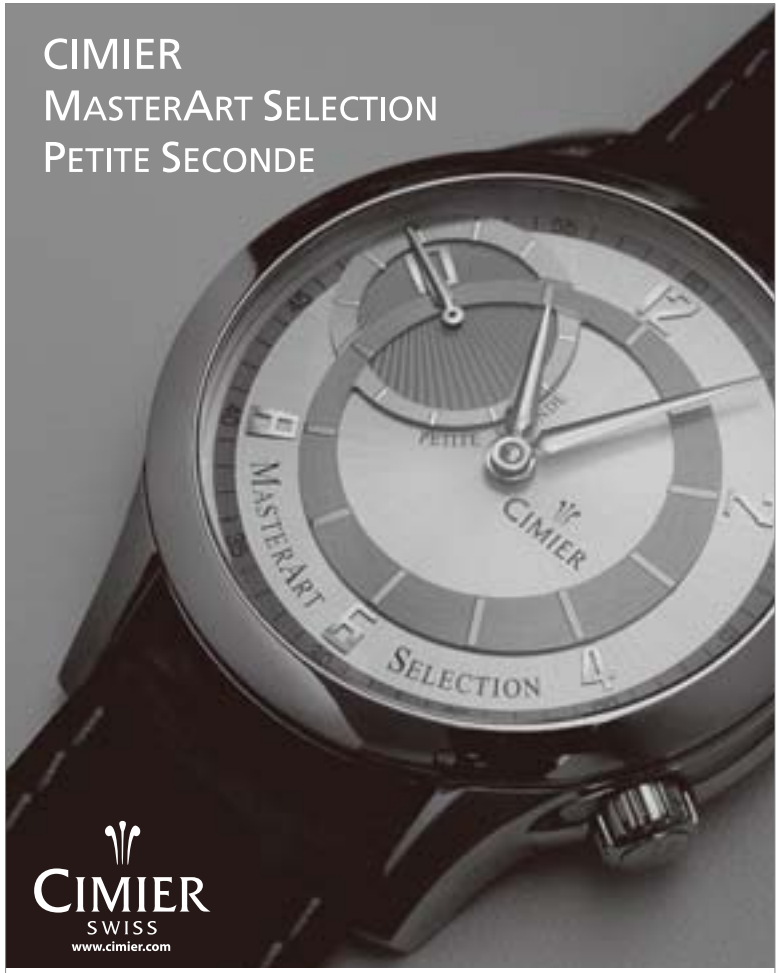
■学生援護会：会社案内16P

■Schwarz Etienne Web広告

■CIMIER広告



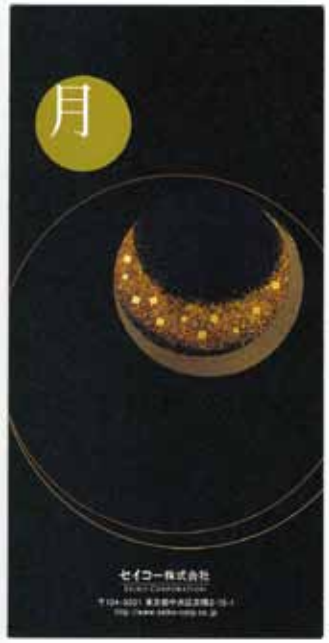
PETITE SECONDE (6102-SS011) シミエール マスターアートセレクション プティ・セコンド
手巻き式、SS、50m防水、カーブサファイアガラス、シースルーバック、カーフストラップ　¥367,500（税込）
日本総代理店／ラベール　〒669-1526 兵庫県三田市相生町16-29-413 TEL.079-553-8804 http://www.yid.co.jp



PETITE SECONDE (6102-SS011) シミエール マスターアートセレクション プティ・セコンド
手巻き式、SS、50m防水、カーブサファイアガラス、シースルーバック、カーフストラップ　¥367,500（税込）
日本総代理店／ラベール　〒669-1526 兵庫県三田市相生町16-29-413 TEL.079-553-8804 http://www.yid.co.jp

■服部セイコー：商品カタログ

ポケットウオッチ「粧」カタログ



■服部セイコー：商品広告

本当にいいものしか愛せない人へ。
CREDOR
from
SEIKO
クレドール
服部セイコー
SEIKO CORPORATION

■服部セイコー：商品広告

SEIKO
水の中まで、どこいっしょに。
水につよい
ティセ
MOOREA
セイコーティセ・モーレア
新発売

SEIKO
時間の造形学。ラサール
LASSALE
ラサール

■ワコール：ブラキャンペーン

日本デザインセンター30周年誌より抜粋

業広告であった。

企業広告といえば、ワコール三〇周年記念に行った新聞広告、「貴女」があった。ADはサイトウ・マコトである。

もう一つ、新聞広告を紹介したい。「いろいろありますね、女の場合」これは、一年間にたった一本出稿した新聞広告が電通新聞広賞になり、その授賞がクライアントに送られたものである。

「土日ブラ・月金ブラ・花金ブラ」

さて、いちばん新しいヒット商品は、八七年の土日ブラ、月金ブラ、花金ブラである。じつはこの前の年から、ワコールのブランナーは「ここち分類」されていた。これは製品の素材とかデザインとか、色とか機能とかいった、ハードとしての要素のほかに、着る人の着けごこち感覚に分析して、「ライト」「マイルド」「メイク」の三段階に分けて商品化したもので、ワコールらしい人間工学に基づいた商品企画だったのである。

ところが、この女性にとって大変ありがたいメリットがもう一つ理解されず、認知率を調べると、わずか二・五%だったのである。

オリエンテーションは、このここち分類された三つのブラを、気分で着替えるせたい、ということであった。

私たちはこのライト・マイルド・メイクを、OLの生活側の言葉に置き換えて、土日ブラ・月金ブラ・花金ブラというネーミングを提案したのである。これなら、ここちの違いを別で感じてもらえるはずだし、OLだけでなく学生にも、主婦だってそのほとんどはOL経験者なのだから、ここちと気分による着替えを実感として理解してもらえるはずだし、一度に二・三枚と買っていくお客様もいるはずだ、というのがプレゼンテーションの骨子であった。

ADの山口勇がこのネーミングをヴィジュアルの中心に置くレイアウトをしたのが、たいへん効果的であった。

こうして一〇年余りにわたるワコールの仕事をふりかえると、物を売るということの難しさと、楽しさ、面白さを教えていただいたような気がする。市場は無限であり、需要を掘りおこすアイデアも無限にあることを教えていただいた。

新たな需要を創造するために、女性たちの意識を変えていくための企業広告、そしてシーズンテーマと単品広告の絶妙な組み合い、売り場の演出とそれを中心にしたキャンペーンの組み立て方、プッシュコントレンドを生み出すメカニズム等々……

とくに、つねにお客様である女性たちに新しい価値観を提案しながら、さらにいえば、女性たちの新しい精神文化を創ることによって、新しい市場を創っていくマーケティングは、とりわけ素晴らしいものであった。

思えばこの一〇余年、世の中も、女性の下着に対する考え方も、ずいぶん変わったものである。

一〇年ほど前につくったポディ・ペディキュアのポスターを、いま見ると、そこに入っているコピーがとても古く感じられる。それだけ時代が、そして女性の意識が変わったということだろう。

いま女性たちは、セクシーでカラフルな下着を、あたり前のように楽しんでいる。それどころか、見えてもいい、あるいは見せるための下着にも、抵抗が少なくなってきている。シルクなど高級素材のランジェリーも、どんどん売れている。自分のからだを美しく見せることも、とても上手になった。そして街では、見事なアップルヒップが、誇らしげにかっ歩している。

こうして九〇年代を迎えた下着業界は、さまざまなパラダイム変化の中で、また新たな課題を抱えている。

ワコールはこの変化の中で、また新たな領域に入り、新たな需要をつくり、新たなヒット商品を生み出すに違いない。月光のごとくだけにとらわれず、女性の新しい精神文化をつくりながら、女性に新しい喜びを売っていく、ワコールらしいマーケティングをするに違いない。その中で、また新たな発展をさせていただきたいと思う。（東野英夫）

■ワコール：カレンダー