



# BADØDESIGN COMPANY

creative director  
art director

岩井博文  
hirofumi iwai  
代表取締役

090-3506-2885  
hiro@baddesigncompany.com

art director  
graphic designer

ユタカイワイ  
yutaka iwai  
代表取締役

090-4611-5817  
yutaka@baddesigncompany.com

株式会社バッドデザインカンパニー  
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 2-15-1 ノア道玄坂 705  
tel & fax 03-6427-0979



**BØD**

良いことは良い。  
正しいことは正しい。  
誰も疑わない正論。  
でもそれって、  
面白いですか？  
楽しいですか？  
ほんとに、  
良いですか？  
正しいですか？

いいじゃないですか、BADでも。



**BADØDESIGN COMPANY**

Welcome to a bad way.



## COMPANY PROFILE



### BDC VISION

**売る人も** (クライアント)

**買う人も** (ユーザー)

**作る人も** (BAD DESIGN COMPANY)

**みんなお幸せに。**



### BDC WAY (社名の意味)

**BAD = 不良**

イカしてる・イカれてる・ヤバイ・ルール破り・やんちゃ・がむしゃら・バカ・クレイジー



### BDC VALUE

独創的なアイデアとビジュアルデザインを武器にした  
個別クリエイティブからクロスメディアコミュニケーションの企画制作。



### BDC DOMAIN

**BAD DESIGN × アドバイジング**

新しい時代の広告・販促・プロモーション・PRの企画・デザイン。

**BAD DESIGN × ブランド**

ロゴマーク・パッケージ・CI/VI・ブランディング活動の企画・デザイン。

**BAD DESIGN × デジタル**

デジタルメディアにおける情報デザインからWEBプロダクトの企画・開発・デザイン。

**BAD DESIGN × コンテンツ**

動画・CG・写真・記事・イベントの企画・開発・デザイン。

**BAD DESIGN × プロダクト**

プロダクト・サービスの企画・開発・デザイン。



# BAD Ø DESIGN COMPANY

creative director  
art director

岩井博文  
hirofumi iwai  
代表取締役

090-3506-2885  
hiro@baddesigncompany.com

株式会社バッドデザインカンパニー  
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 2-15-1 ノア道玄坂 705  
tel & fax 03-6427-0979



## 岩井博文 hirofumi iwai

アートディレクター

クリエイティブディレクター

1962 年生まれ / 長崎県長崎市出身

★日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）会員

★武蔵野美術大学特別非常勤講師（2019年）



### 経歴

1988 年 広告制作会社（株）マグナ

1993 年 広告制作会社（株）パブプロダクションを経て、

2001 年（株）ドリームデザイン取締役就任。

2016 年（株）ドリームデザイン退社。

2017 年よりフリー。

2020 年（株）バッドデザインカンパニー設立。

現在に至る。

新世代のアートディレクター像を確立すべく、

企画戦略、クリエイティブディレクションも兼任。

また、TVCM、グラフィック、WEB、イベント等をトータルに企画制作。

店頭からブランディングまで。

既存概念にとらわれない新しいコミュニケーションのカタチを創造し、

企業や社会の課題を解決していきます。

●趣味 / ゴルフ・ウエイトトレーニング・スポーツ観戦・酒場放浪

●特技 / カラオケ

### ●主な賞歴

カンヌ広告祭 ダイレクト部門ショートリスト（ユニリーバ・AXE）

JR 東日本ポスターグランプリ入選 2 回（三越百貨店・ラコステ）

日経広告賞部門賞 2 回（アップルコンピュータ企業広告・西友企業広告）

消費者のためになった広告コンクール部門最優秀賞（レンゴー企業広告）

ブルー日刊アドグランプリ インパクト賞（総理府）

織研新聞広告賞 銀賞、銅賞 2 回（CHOYA 株式会社）

DM ASIA 2002 CREATIVE AWARDS BRONZE PRIZE（MCTI/セーラムライト）

ラジオ CM コピー大賞 糸井重里賞

他受賞歴多数。

# Brand works



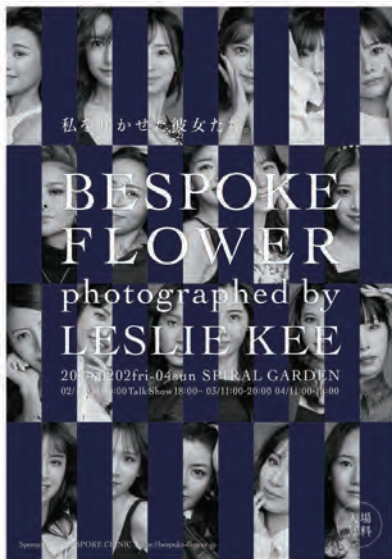
BESPOKE

キーワードは、生顔。生声。  
整形美とは何か。その答えがここにある。

## 2024 BESPOKE CLINIC ブランドプロモーション

2024

なりたい自分になる、本来の自分を取りもどす。それも、あくまでも自然に、あくまでもあなたらしく。ビスポーク、その名の意味は、徹底的な話しあいから満足をつくりあげること。あなたの魅力や個性を損なうであろう施術に対して、私たちは決して賛成しません。変わったことで、よりナチュラルになる。これが私たちが理想としている美容整形です。BESPOKE CLINIC院長 室孝明氏の思いや願いに感銘を受け、プロジェクトが始動。情報発信にあたりいわゆるコマーシャルという手段ではそのディテールやニュアンスは伝わらない。そこでBESPOKE CLINICの現役患者本人がモデルを務めるという前代未聞の写真展の開催を企画。術後の本来あるべき姿。自分を信じ、何よりも"自分らしく"輝やくそのポートレート撮影を世界的写真家レスリー・キー氏に依頼。さらに彼女たちの心からのメッセージを添えた展示は守秘義務やプライバシーの厳守を求められる美容医療業界において反響を呼びました。



poster



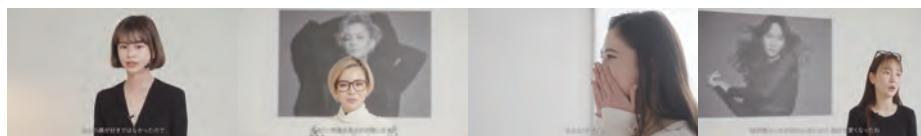
exhibition panel



web exhibition



exhibition web commercial movie



brand movie



exhibition web

web banner





ゴルフは女性に厳しいスポーツなんです。

### BRIDGESTONE SPORTS B-LD(ビーレディ)キャンペーン

2024

ゴルフは体力的に女性に厳しいスポーツです。男性は2打目はほぼアイアンですが、ほとんどの女性は赤ティでもほぼウッド。飛ばすのは男のロマンというけれど、実は女性の方が遙かに切実な問題なんです。というストーリーをコピー化し、それでも負けじと頑張る女子ゴルファーをビジュアル表現。モデルはインスタ女子ゴルファーを起用。リアルにゴルフ仲間やコンペで話題になりインスタで拡散することを狙った。また、飛ばしのご利益を!とキャラクターお守り”飛守”(チャーム&ステッカー)を制作し、台東区にあるその名も”飛不動尊正宝院”へ堀奈津佳プロ、川崎志穂プロ、ゴルフ女子インフルエンサーがわざわざご祈禱参拝するプロモーションを敢行!ゴルフメディア露出にも成功しました。



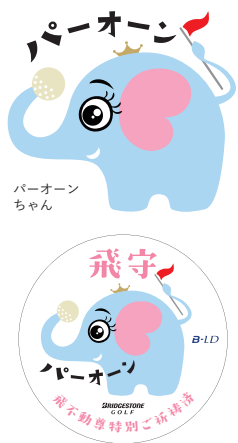
key visual A-1



key visual A-2



key visual B



sticker



charm



# 長崎市の未来はきっと“市民の中”にある。



2022

## 長崎市観光マスターブランドの構築

多様な文化が存在する長崎の魅力をどう集約し、ひとつにするのか。そこには長崎らしい発想の転換が必要でした。

共通点を見つけるのではなく、すべてを包み込むこと。

いろんなものが混じり合い溶け合っていることこそが、長崎の唯一無二の魅力であると捉え、ブランドクリエイティブの起点とした。

◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。

◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。

<p><b>SLOGAN</b></p> <p>長崎市観光 マスターブランド スローガン</p> <p><b>暮らしのそばに、ほら世界。</b></p> <p>市民があたりふと立ち眺めたとき、 新たな観光視座となる。</p> <p>日常に息づく長崎の街並みや、山々の風景、 港の風景、そして市民の暮らし。そのすべてが 市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、 市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばに ある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意を スローガンにしました。</p> <p>◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。</p> <p>◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。</p> <p><b>OG</b></p>	<p><b>SYMBOL MARK</b></p> <p>長崎市観光 マスターブランド シンボルマーク</p>  <p>その特長を象徴する 特殊なモチーフで表現する。</p> <p>1. 三方山々の斜面に溢れる街並み、 2. 港の風景、 3. 和・華・蘭が融合した特有の文化、 をモチーフとして、 市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、 市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばに ある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意を スローガンにしました。</p> <p>◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。</p> <p>◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。</p> <p><b>OG</b></p>	
<p><b>MASTER BRAND DNA</b></p> <p>長崎市観光 マスターブランド アイデア</p>  <p>SHIMAZU → YEBI</p> <p>X → O</p> <p>長崎市観光 マスターブランド アイデア</p> <p>1. 三方山々の斜面に溢れる街並み、 2. 港の風景、 3. 和・華・蘭が融合した特有の文化、 をモチーフとして、 市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、 市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばに ある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意を スローガンにしました。</p> <p>◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。</p> <p>◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。</p> <p><b>OG</b></p>	<p><b>SIGNATURE</b></p> <p>長崎市観光 マスターブランド サインカラー</p> <p>暮らしのそばに、ほら世界。</p>  <p>NAGASAKI</p> <p>長崎市観光 マスターブランド サインカラー</p> <p>1. 三方山々の斜面に溢れる街並み、 2. 港の風景、 3. 和・華・蘭が融合した特有の文化、 をモチーフとして、 市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、 市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばに ある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意を スローガンにしました。</p> <p>◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。</p> <p>◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。</p> <p><b>OG</b></p>	<p><b>PROTOTYPE MESSAGE</b></p> <p>長崎市観光 プロトタイプ フレーズ</p> <p>長崎で、会いましょう。</p> <p>長崎市観光 プロトタイプ フレーズ</p> <p>1. 三方山々の斜面に溢れる街並み、 2. 港の風景、 3. 和・華・蘭が融合した特有の文化、 をモチーフとして、 市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、 市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばに ある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意を スローガンにしました。</p> <p>◎スローガン / 長崎市民の暮らしのそばにはいつも”新しい世界”が同居していました。市民の日常に根付いた「世界」の体験こそ、市外の人にとっては魅力的。そんな「暮らしのそばにある世界」を長崎観光の中心価値に据える決意をスローガンにしました。</p> <p>◎シンボルマーク / 三方山々の斜面に溢れる街並み。世界を受け入れてきた穏やかな港。あらゆる距離が近い特殊な地形から生まれた和・華・蘭が融合した特有の文化。長崎の3つの象徴を組み合わせ、その未来と成長をダイヤモンドモチーフで表現しています。</p> <p><b>OG</b></p>

※長崎市観光マスターブランドマニュアルより抜粋





認知度 10% → 70%へ。  
バナナ業界に革命を!



## バナナの王様 甘熟王 年間ブランドコミュニケーション

Brand of the Year 2007  
「消費者のCM-Branding評価」  
部門入賞

何となく買われていたバナナ。その何となくのひとつでしかなかった甘熟王を指名買いさせるため、2007年スミフル初の本格的プロモーションが始動しました。

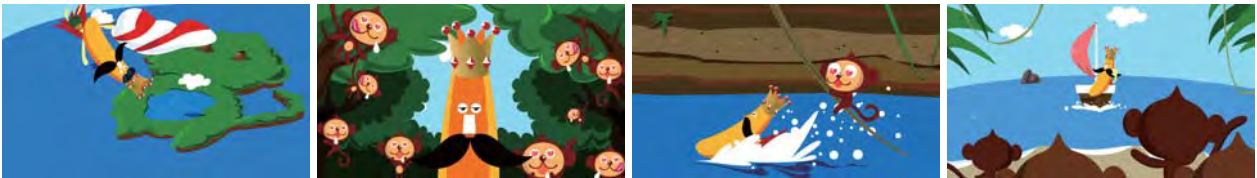
認知度をアップさせ店頭での気付きを強化するために、“バナナの王様 甘熟王”のフレーズとともにキャラクターを開発。キャラクター×音楽×タレントのトリプルキャストでのTVCF。店頭ではTVCFと連動させたポスター&パッケージ、楽曲配信を展開。バナナを買う。から、甘熟王を買う。というマインドシフトに成功しました。

10%程度だった認知度も2011年、約70%まで上昇。

現在は小型TVでのムービー配信などお客様に近い店頭を中心にプロモーション展開しています。



キャラクター



店頭ムービー



商品ラベル



流通用CD



CM



ティザー広告／駅貼りポスター(5連)



web

GACKTでバナナ。  
間違いない。



## スミフル 甘熟王ゴールドプレミアム プロモーション 2018-2019

スミフルジャパンの最高級プレミアムバナナ“甘熟王ゴールドプレミアム”の特徴は甘味・酸味・コクが際立つ、“極上の美味しさ”。

その絶対的な味と存在を知らしめるために、格上感ある違いがわかる男、GACKTをキャスティング。

WEB CM ではそのキャラクターを存分に生かしたインパクトある企画演出でネット上でのざわつきを作り出しました。

2019年度は写真家レスリー・キーとGACKT とのコラボによる特別プロモーションを企画展開。売りに直結する施策が好評をいただきました。

贅沢な甘さとコク。間違いないです！美味しいです！ぜひご賞味くださいませ！



WEB CM



店頭ポスター



商品ラベル



クローズド  
キャンペーン

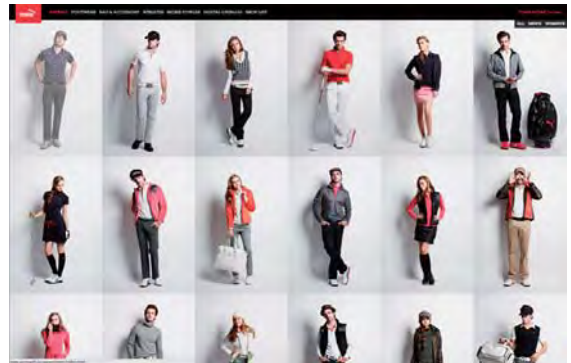
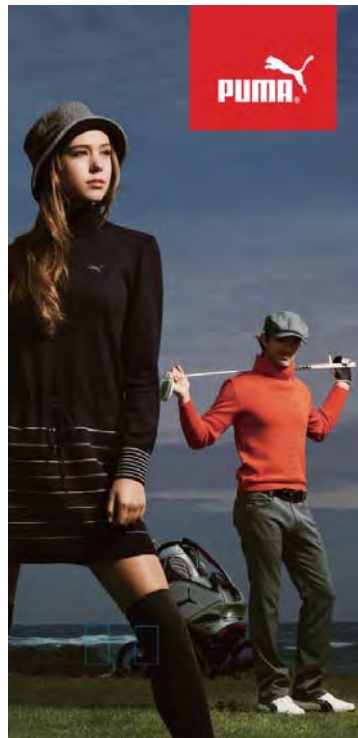
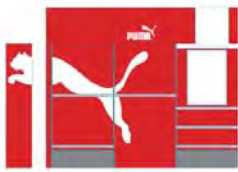






## PUMA "GOLF♥ACTUALLY"

ゴルフ場を舞台に、ゴルフを愛する男と女の情事を、SEXY に、情熱的に、クールに！  
ゴルフを愛する大人のゴルファーブランド！をめざし、日本独自のビジュアルの開発、展開。海外での使用も決まりました。  
コブラと同様、チームとしてプーマと一緒に2年。  
今年は、ショップでの展開強化で、ポップやポスターだけでなく、店舗装飾、ブースのデザインも。  
クールなアパレルブランドとしてだけでなく、その先のライフブランドをめざし、挑戦しています。

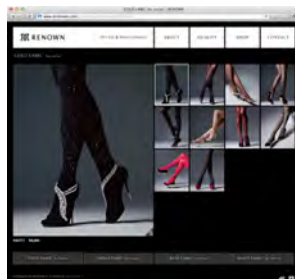






## RENOWN "LUXURY REGWEAR RENOWN"

レナウンの中国内販事業計画に初期段階から参画。まずは上海。ブランド名を"RENOWN"とし、ラグジュアリーレグウェアブランドとして新しいマーケット開拓と魅力あるライフスタイル提案を約束することを事業計画の骨子としました。クライアントとのビジョン共有から始まり、ブランドコンセプト開発、キービジュアル&コピー、ロゴタイプ、そしてパッケージ、WEBに至るまでの、全ブランディングディレクションを企画・制作。弊社海外初展開、また事業計画からの参加は刺激のかつ、より責任感を感じる仕事となりました。2012年9月8日、上海第一百八号店オープン。最高級のパンストは、8880元。(なんと約10万円) 上海の富裕層、社交界トップレディの美脚が"RENOWN"で飾られる日は、近い?!



RENOWN

[www.shrenown.com](http://www.shrenown.com)



# ここに建つ建築物。

## 隈研吾 × はせがわ 薄院 はくいん

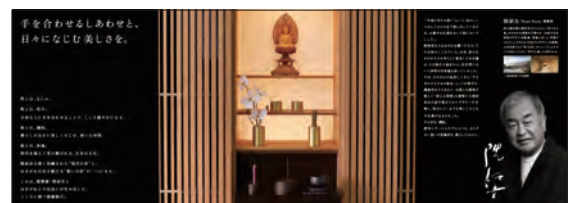
お仏壇「薄院」の縦格子を基調としたデザインは、はせがわが伝え続ける「思いの和」と、隈研吾氏の描く洗練された「現代の和」とが一つになり、誕生しました。はせがわが創業以来伝え続けている、大切な人に手を合わせることでこころ穏やかになるといった仏壇本来の機能を備えながら、従来の仏壇が放つ特有の存在感を抑えることで、暮らしのなかに美しくなじむデザインの両立を実現しています。

ビジュアルコンセプトは、「そこにあるようで、無い。無いようで、ある。」

まさに、ここに建つ建築物。現代の日本の住環境に適応した“究極の和モダン仏壇”を目指しました。



B1ポスター



A4カタログ

promotion





タイ国際航空

一番の魅力は、そこに暮らす人々でした。

## タイ・ディスティネーションキャンペーン "THAI BARGAIN!"

タイは、元気をくれる国。太陽も、海も、食も、建造物も、すべてが私たちに元気を与えてくれる素敵な国。

私たちが撮影時にタイで感じたその気持ちが、コピーになり、ビジュアルとなっています。

しかし何よりも特筆すべきは、そこで暮らす人々。彼らは本当に元気をくれる存在なのです。

このキャンペーンを実施した年は、リーマンショックに加え、タイ本国でのクーデター騒ぎもあり、

ディスティネーションキャンペーンに、かなりの逆風が吹いていましたが、前年比で約200%を達成するなど、大成功をおさめました。

これもひとえに、タイの人々そのものに、大きな魅力があったからです。



キャンペーンウェブサイト



B0 駅貼ポスター



掲出写真



ブログパーツ

AD: 岩井 博文(総括) 森上 直樹(グラフィック) 西澤 幸一郎(web) D: 須藤 ひとみ(グラフィック) 山口 いづみ 永井 克拓(web) C: 島津 裕介 Pr: 石川 淳哉 佐藤 由布子



client	ユニリーバ・ジャパン株式会社	date	2008.2
--------	----------------	------	--------

title ラックス スーパーダメージリペア プロモーション

mission 髪の毛のトレーニング!? 激戦の高機能シャンプー市場で差別化を。

strategic planning

creative planning

movie

graphic

web

event

product

A&P JWT RMGコネクタ事業部

epr(pr+cd)

pr 操上勝司、村松高久朗、佐藤由布子

pl

cd 岩井博文

c 成田真樹

ad 斎藤圭吾 (WEB)、近松一弥 (グラフィック)

d 加藤裕喜 (WEB) 須藤ひとみ (グラフィック)

p 佐藤孝仁 (BEAM×10)

i

pro 福田聡史 (S.Function)

fl

dir 瀬戸和幸 (ノア・ノア)

ca

l

a

st 秋葉三由香

hm HAMA

cas イー・スピリット

t

na

m

ma

ed

pm

others

中吊りポスター



掲載状況



トレインビジョン

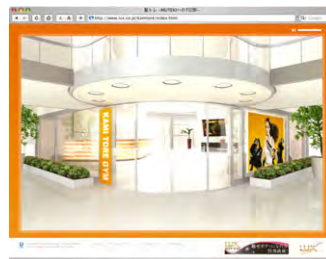


雑誌アドバトリアル



ロゴ制作

WEB



エントランス



レセプション



トレーニング・ヨガ



検定期アクション



検定期アクション

ダメージヘアに特化したヘアケアシリーズ「ラックス スーパーダメージリペア」がリニューアル。「髪トレ」は、そのブランドプロモーション。7日間でダメージケアという製品特長を刷り込むため、髪に効く7日間のケアプログラムを作成。「髪トレ」としてWEBで提供しました。話題喚起、ウェブへの誘引施策として、トレインチャンネル、交通、パナー広告を展開。ヨガあり、レシピありの楽しい「髪トレ」。どうぞご覧ください。



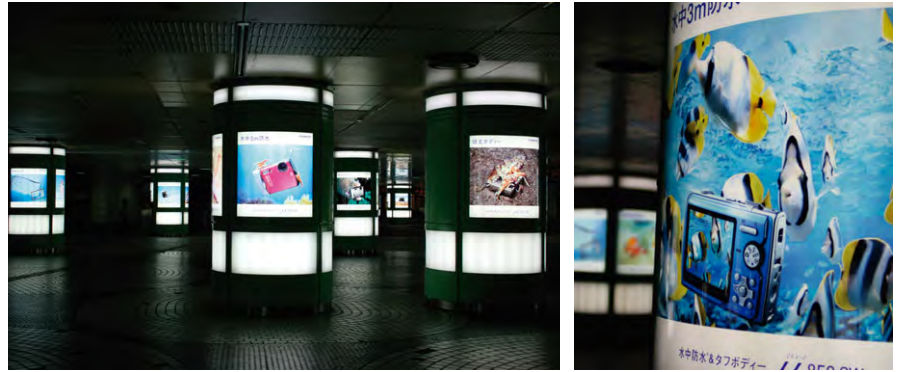
client	オリンパス イメージング株式会社	date	2008.6
--------	------------------	------	--------

title デジタルカメラ μ[ミュー] swシリーズ 販促プロモーション

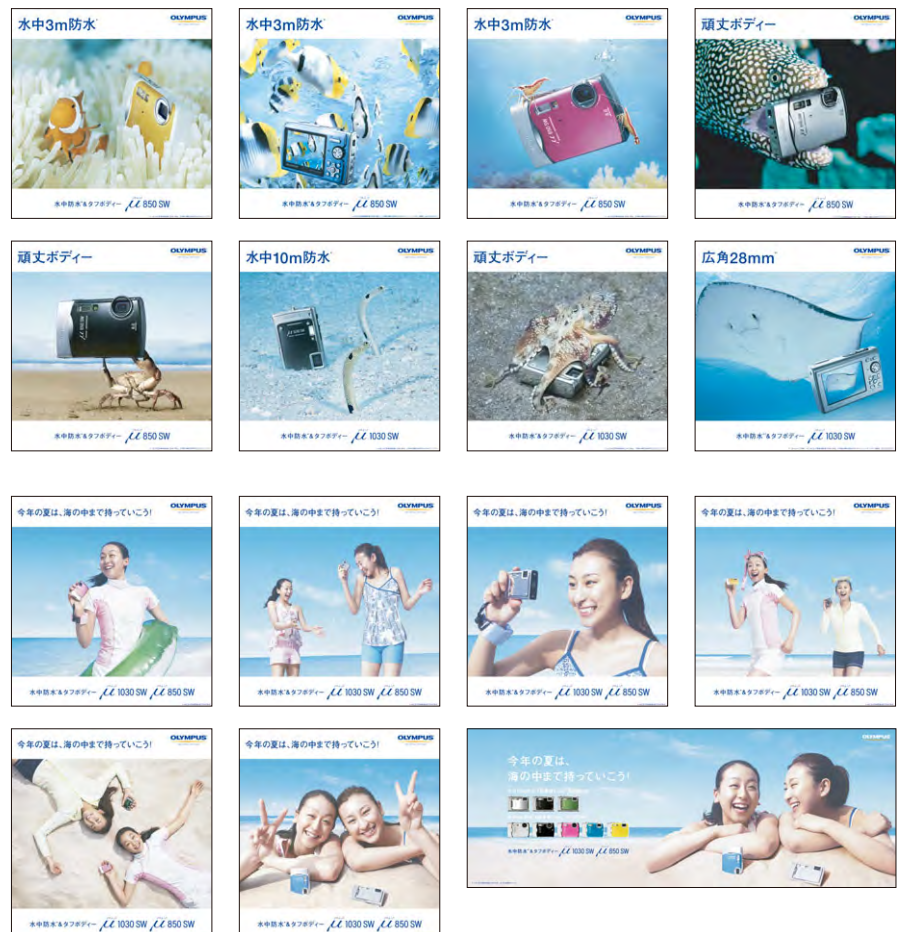
mission 夏の需要拡大期の販促強化

- strategic planning
- creative planning
  - movie
  - graphic
  - web
  - event
  - product

掲載例



新宿駅西口地下プライトサイン



防水、耐衝撃性に優れ、水の中でも撮影可能な唯一のコンパクトデジタルカメラ。μ[ミュー]swシリーズの販促プロモーションを、量販店の集中する新宿で展開。駅西口地下をジャックしました。テーマは、“新宿駅西口を、水族館に”。水の中でも撮影できるという商品特長をストレートに伝えるだけではなく、人で混みあう新宿駅を、涼しく、美しく、気持ちのよい空間に変えてしまおうという企画です。さらに、国民的な人気をもつスケーター浅田真央・舞さん姉妹が、夏のビーチでμを楽しく使うシーンを同時に展開。フックや共感性をさらに強化しました。

A&P	I&S BBDO&dreamdesign
epr(pr+cd)	
pr	操上勝司、村松高久朗
pl	岩井博文、成田真樹
cd	西村剛 (I&S BBDO)
c	榎本聖之 (I&S BBDO)、成田真樹
ad	中里浩雪 (I&S BBDO)、近松一弥
d	杉山生 (I&S BBDO)、須藤ひとみ、落合賢
p	青山たかかず (acube)、宮川欣祐 (acube)
i	
pro	
fl	
dir	
ca	
l	
a	
st	大石ともこ
hm	宮澤謙
cas	
t	浅田舞、浅田真央
na	
m	
ma	
ed	
pm	
others	

**dreamdesign**





ここまで、あったかに。

## STARBUCKS ホリデーキャンペーン "ぬくもりのもり"

キャンペーンテーマ『To:You From:Us～ここまで、あったかに～』を、販促活動としてはもちろん、ブランディングにまで高めるために。ただメッセージとして“伝える”だけでなく、見た人や触れた人、参加して下さった人が、“ここまで、あったかに”なるよう、徹底的にリアルな“ぬくもり”を追求。各メディアごとの特性を最大限に活かした広告展開をはじめ、スペシャルサイトでは心理的な“ぬくもり”が体験できる『ぬくもりのもり』という「ちょっといい話」の投稿・共有サイトを開設。サイトを訪れた人たちのところがあったため、ところあったまった人もまた「ちょっといい話」を投稿する。そんな“ぬくもり”の循環を生み出すことができました。



キャンペーンウェブサイト



ニット編み込み中吊り



テイスティングイベント会場

ニットレッターサンプリング



client	ユニリーバ・ジャパン株式会社	date	2007.3～
--------	----------------	------	---------

title	AXEローンチプロモーション
-------	----------------

mission	日本の若者たちへ。「AXE上陸」をセンセーショナルに告知せよ!
---------	---------------------------------

- strategic planning
- creative planning
  - movie
  - graphic
  - web
  - event
  - product

A&P	ADK+ドリームデザイン+PICS+バスキュール
chief pr	大城英一郎
Account Service	久野哲也 (ADK) + 清水慎太郎 (ADK) 加我俊介 (ADK)
pl	藤本勝也 (ADK) + 田中有哉 (ADK) + 島津裕介
cd	島津裕介
c	島津裕介
ad	加藤友二 + 岩井博文
d	松本純一 + 石神貴将
viral film pl	ドリームデザイン
viral film pr	寺井弘典 (PICS) + 平賀大介 (PICS) 加島貴彦 (PICS)
viral film dir	中尾浩之 (PICS) + 井上卓 (PICS)
i	
fl	
ca	
l	
a	
st	
hm	
cas	小寺泰史 (イー・スピリッツ)
t	
na	
m	
ma	
ed	
web pr	朴正義 (バスキュール)
PR	荒井和子 (ADK)



バイラルムービー



街頭ビジョン



号外 限定パッケージ

AXEです。使った途端、い〜い香りがして女性にモテモテになると評判の、AXEです。海外では多くの国で爆発的な人気を誇り、若者カルチャーの一翼を担うAXE。その日本上陸を、最大限に盛り上げまくるローンチプロモーションを、ユニリーバさんやADKの皆さん、他にも多くのプロフェッショナルの方々と一緒になって企画し、実施しました。結果は、発売直後にメンズフレグランスカテゴリー内でシェアNo'1を獲得! blogなどでも大きな話題となり、現在アゲアゲ状態です。が、当然ながらこれで満足、とはいきません。売れ続けることはもとより、もっともっと大きな話題に! もっともっと若者のそばに! AXEの勝負は、これからです。

☆2007年 カンヌ広告祭 ダイレクト部門 ショートリスト



client	Panasonic Living SHOWROOM	date	2008.9～
--------	---------------------------	------	---------

title 「THINKING BALLOON」

mission リニューアルに伴った来場促進施策。

strategic planning

creative planning

movie

graphic

web

event

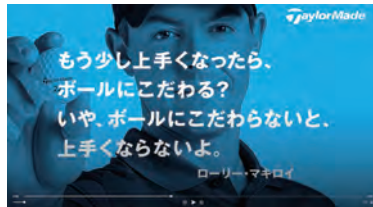
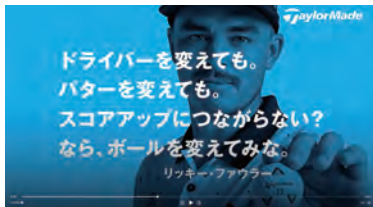
product



A&P	ドリームデザイン
epr(pr+cd)	
pr	佐藤由希子
pl	
cd	岩井博文
c	成田真樹
ad	横川信之
d	横川信之+須藤ひとみ
p	
i	
pro	
fl	
dir	
ca	
l	
a	
st	
hm	
cas	
t	
na	
m	
ma	
ed	
pm	
others	

汐留、パナソニック リビング ショールーム。そのリニューアルに伴った来場促進施策。  
ある家族が思い浮かべた理想の暮らしを、吹き出しにして、本当に浮かせてしまいました。

TP5 バンパー 6s MOVIE PL + C





# Graphics



poster\_SusHi Teck tokyo 2024



poster\_SusHi Teck tokyo 2024



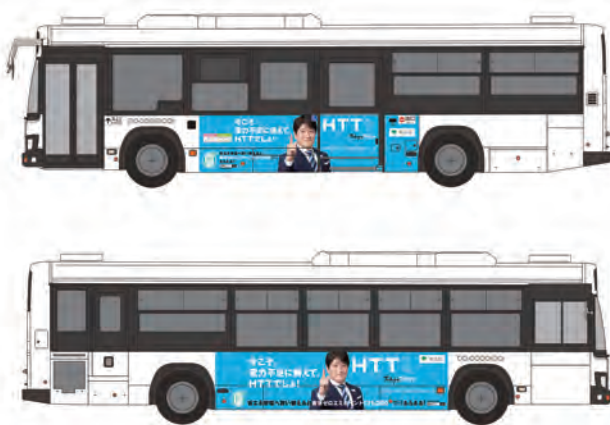
B1ポスター



B3ポスター



TOKYONEWS



バスラッピング



うちわ





B1 poster



キービジュアル





キービジュアル





キービジュアル



シーンビジュアル





雑誌広告



Callaway CALLAWAY FOOTWEAR

**NEWで、TOURで、AMAZINGなフィット感。**

従来の「足」で踏め上げる感覚から、足の中を踏みしめる「足」で踏みしめるようなフィット感を実現。WRAPFIT®の構造と独自のフィッティングシステム。今までにないフィット感と足への一体感。

WRAPFIT



Callaway TOURPRECISION BOA 18 (2月18日発売)

<http://callawayapparel.jp>



Callaway CALLAWAY FOOTWEAR

**NEWで、HYPERで、AMAZINGなフィット感。**

従来の「足」で踏め上げる感覚から、足の中を踏みしめる「足」で踏みしめるようなフィット感を実現。WRAPFIT®の構造と独自のフィッティングシステム。今までにないフィット感と足への一体感。

WRAPFIT

**CALLAWAY FOOTWEAR**

Callaway HYPER BOA 18 (12月14日発売)

<http://callawayapparel.jp>



Callaway CALLAWAY FOOTWEAR

**NEWで、TOURで、AMAZINGなフィット感。**

従来の「足」で踏め上げる感覚から、足の中を踏みしめる「足」で踏みしめるようなフィット感を実現。WRAPFIT®の構造と独自のフィッティングシステム。今までにないフィット感と足への一体感。

WRAPFIT

Callaway TOURPRECISION BOA 18 (2月18日発売)

<http://callawayapparel.jp>



Callaway CALLAWAY FOOTWEAR

**NEWで、HYPERで、AMAZINGなフィット感。**

従来の「足」で踏め上げる感覚から、足の中を踏みしめる「足」で踏みしめるようなフィット感を実現。WRAPFIT®の構造と独自のフィッティングシステム。今までにないフィット感と足への一体感。

WRAPFIT

**CALLAWAY FOOTWEAR**

Callaway HYPER BOA 18 (12月14日発売)

<http://callawayapparel.jp>

LOFT GREEN PROJECT



B1 poster

LOFT GREEN PRICE



Top board



Belt



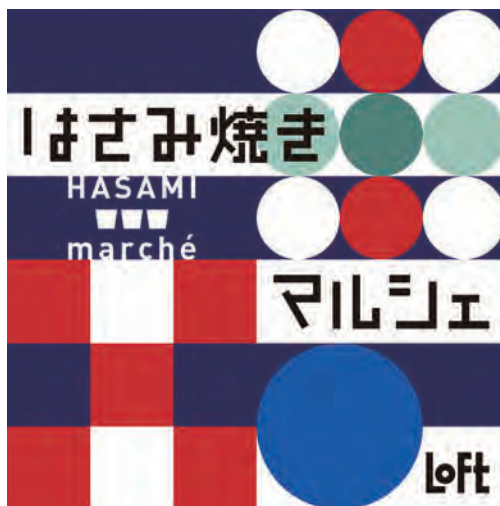
Pop



Key Visual



店頭サイン





駅貼りポスター/B0×2

PH:小林鷹



駅貼りポスター/B1

PH: 瀧本幹也



FMV商品ロゴタイプ

**FMV**

**FMV**  
DESKPOWER

**FMV**  
BIBLO



駅貼りポスター/B0連貼り

PH:M.HASUI



client	SONY	date	2007.9～
--------	------	------	---------

title デジタルハイビジョン“ハンディカム” 駅貼りポスター/OOH

mission 定番商品の定番コンセプトを、変える。

strategic planning

creative planning

movie

graphic

web

event

product

A&P フロンテッジ+グアダループ+ドリームデザイン

epr(pr+cd) 岸野 一雄 (グアダループ)

pr フロンテッジ+佐藤 由布子

cd 町田 靖 (フロンテッジ)+岸野 一雄 (グアダループ)

c 岡林 ちひろ (フリー)

ad 岩井 博文+横川 信之

d 前坂 大吾

p 内田 将二

cg 栗山 和弥 (CREATURE)

st Toshio Takeda

hm 沓掛 倫雄

pm 小川 弾+長谷川 壮也 (グアダループ)

cl 文平 哲也+長島 純 (ソニーマーケティング)

apl 西原 義文 (ソナー)

cp 松井 徹 (フロンテッジ)

mp 山下 雅洋 (フロンテッジ)

am 岡本 朋也 (フロンテッジ)

apr 大塚 隆宏 (フロンテッジ)

apr 福田 卓 (フロンテッジ)

apr 加藤 敦子 (フロンテッジ)



B0ポスター



それはSONYハンディカムのビデオカメラ市場における挑戦でもありました。ビデオカメラといえば、春/卒業(園)式・入学(園)式、秋/運動会。という家族イベントの直前に商戦時期を設定し、広告表現もそれに合わせたものが各メーカーともここ数年のお決まりパターンです。今度のハンディカムは38時間という超長時間録画が可能になり、なげない日常の毎日も録画時間を気にせずたっぷり録ることで、思いもよらない出来事が偶然録れたり。記念日だけでは限らない素敵な思い出が録れたり…。そんな、“毎日がスペシャル♪”をビジュアルにしてみました。スペシャルな出来事は、日常の中にこそある。そう思いませんか？



新聞広告/15段マルチ

★日経広告賞部門賞/TDC入選

マックに、言いたい。

ここに書いてあるのは、全国のマッキンシーからの、あなたには、どんな「Apple」が見えていますか？



1977年1月17日発行、25日発行分を含む7号のカラー、MAC WORKS 251号（1977年1月）

マックは、言いたい。

ここに書いてあるのは、今、マックが置れる事実のすべて、あなたには、どんな「Apple」が見えていますか？



Macintoshと名を冠したデザイン品を発売、Apple Dream CM「ファンタジー」開始

GENO  
microbiome skin care  
GB SERUM  
domestic package



GENO  
microbiome skin care  
GB SERUM  
overseas package

GENO  
microbiome skin care  
SPINAHL SERUM  
domestic package



client	MARS japan	date	2008.2～
--------	------------	------	---------

title 「Sheba® Duo®」商品パッケージデザイン+イメージビジュアル

mission ブランドコンセプトのストーリーと世界観をパッケージとキービジュアルで表現。

- strategic planning
- creative planning
- movie
- graphic
- web
- event
- product



パッケージ+サシェ

A&P	I&S BBDO+ドリームデザイン
epr(pr+cd)	
pr	佐藤由布子
pl	
cd	前村昌也 (I&SBBDO) 松岡緑 (I&SBBDO)
c	
ad	岩井博文 横川信之
d	横川信之 須藤ひとみ
p	枝川昌幸 (パッケージ)
p	浜崎泰弘 (キービジュアル)
st	高橋若菜 (パッケージ/フードスタイリスト)
st	藤井牧子 (キービジュアル)
hm	大山陽子 (キービジュアル)
m	Diana
CG	森田昌弘 (パッケージ)
CG	イメージラボ (キービジュアル)



パッケージラインナップ



キービジュアル



雑誌広告



ブランドジャケット

2008年2月25日、Sheba® Duo®のパッケージがリニューアルされました。コンセプトは「魅惑の時間への扉」。ボックスのリボンを解くと、愛猫とのオーナーのかけがえのない時間がはじまる、というストーリーをパッケージとキービジュアルで表現しました。



client	マスターフーズ リミテッド	date	2007.10
--------	---------------	------	---------

title シーザー® パッケージ

mission 素材のよさとおいしさをオーナーに伝えたい。

- strategic planning
- creative planning
- movie
- graphic
- web
- event
- product

缶



インナーケース



インナーカートン



A&P I&S BBDO + ドリームデザイン

epr(pr+cd)

pr 村松高久朗 + 佐藤由布子

pl

cd 前村昌也 (I&S BBDO)

c 本庄 巧

ad 守屋亨一 (I&S BBDO)  
岩井博文 + 近松一弥

d 豊岡 敬

p 浜崎泰弘

i

pro

fl

dir

ca

l

a

st 高橋若奈

hm

cas

t

na

m

ma

ed

pm

others

オーナーにとって、ワンちゃんはもはや家族やそれ以上の存在です。厳選された素材を使ったHuman Food Qualityのおいしさそのままに、今回さらにヘルシーな「おいしいまぐろ」「まるやかラム」シリーズが仲間に加わった「シーザー®」。シーザー®を選ぶことが大切なワンちゃんへの愛情表現のひとつであるという提案を愛犬家のオーナーに訴求しました。ビジュアル制作では、そのおいしさを最大限に伝えることを目指しました。







長崎市観光マスターブランド



富士通パソコン FMV



ラグジュアリーレグウェア RENOWN



マクロミル アンケート作成ツール Questant



# BAD ~~X~~ DESIGN COMPANY

art director

ユタカ イワイ

yutaka iwai

代表取締役

090-4611-5817

yutaka@baddesigncompany.com

株式会社バッドデザインカンパニー

〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 2-15-1 ノア道玄坂 705

tel & fax 03-6427-0979



# 岩井 豊 yutaka iwai

アートディレクター

グラフィックデザイナー

1967年生まれ、長崎育ち。

1985年長崎工業高等学校インテリア科卒

1985年(株)共同印刷製版部

1989年 広告制作会社(株)山中芳典デザイン事務所

1997年 広告制作会社(株)パブプロダクション

2008年 広告制作会社(株)IDR等を経て、

2020年(株)バッドデザインカンパニー設立。

商品パッケージから広告まで数々のグラフィックデザイン、  
アートディレクションを手掛ける。

## 主な作品

〈パッケージ&ロゴマーク〉

麒麟 午後の紅茶 パッケージ&ロゴマーク

大塚製薬 MATCH パッケージ&ロゴマーク

西武デパートクラブ・オン ロゴマーク

エバラCJ 本技キムチ パッケージ&ロゴマーク

高円宮杯 JFA U-18サッカープレミアリーグ ロゴマーク

全日本女子野球連盟 ロゴマーク

etc.....

〈広告キャンペーン〉

株式会社エイブル メインビジュアル

株式会社CHINTAI メインビジュアル

横浜赤レンガ倉庫 オクトバーフェスト2018

etc.....















おいしさを笑顔に  
**KIRIN**

素材のおいしさを  
ありのままに味わう  
という贅沢を。

午後の紅茶  
HOTEL

午後の紅茶ホテル 検索  
<http://gogo-hotel.jp>

（3月15日発売）のんだあとほりサイクル、 キリンビバレッジ株式会社

手摘みダーズリンを、  
低温抽出製法で。

おいしさを笑顔に  
**KIRIN**

これが無糖の新スタイル。  
午後の紅茶

おいしい  
無糖  
*Darjeeling Blend*

誕生

午後の紅茶  
HOTEL

午後の紅茶ホテル 検索  
<http://gogo-hotel.jp>

（3月15日発売）のんだあとほりサイクル、 キリンビバレッジ株式会社











俺か、CHINTAI®か。

かわいいお部屋探すなら

Woman. CHINTAI

二人でお部屋探すなら

CHINTAI 二人で

ぺやさがし

©2020 CHINTAI. ALL RIGHTS RESERVED.



部屋、エイブルで決めよう。

お部屋探しは、  
**エイブル**



部屋、エイブルで決めよう。

お部屋探しは、  
**エイブル**

**エイブル学割** **エイブル女子割** **エイブルリピート割** やってます。

エイブルは  
お部屋探し  
だけじゃない。



暮らしかえトータルパートナー

エイブル













"1"を継承するもの。  
 "1"を革新するもの。

新たな時代のつむぎを、世界に挑むアーティストたちを、  
 人々の興奮にやきつく野郎な一枚として切り取ること。  
 誕生から20年、卓越した美しさと機動力で  
 決定的瞬間を捉え続けてきたEOSは、いま、新たな領域へと到達した。

約1010万画素の解像感、約10コマ/秒の高速連写など、  
 デジタル一眼レフとしての完成度はもちろん、  
 撮影と制作の現場をリアルタイムで繋ぐデータ転送技術や  
 システム全体で統一された防塵・防滴性能など、  
 デジタル撮影のワークフローまでを革新する。  
 すべては、一瞬を追い求めるプロフェッショナルのために。

**EOS-1 D Mark III**  
 10 Megapixels X 10 Frames/sec. **ALL NEW**

EOS-1 D Mark III (ボディ) 価格: ¥1,098,000 (税別)  
 標準レンズ: EF100mm f/2.8L IS II USM (別売)  
 カメラ+標準レンズの価格: ¥1,298,000 (税別)

EOS 20th Anniversary

20年をすぎたEOSは歴史の扉を開き  
 新たな扉に叩きつけた。

70a 100% DIGITAL 100% DIGITAL 100% DIGITAL

Canon.jp/eos-d

050-555-90002

キヤノン株式会社  
 キヤノンマーケティングジャパン株式会社



すべての革新は、  
 "1"であり続けるために。

ボディの隅々まで開かれた、フラッグシップとしての使命。  
 約1010万画素の解像感と10コマ/秒の高速連写。  
 高精度・高画質・高速処理を実現したデュアル DIGIC III。  
 さらに、高精度11点クロス・アシスト26点、新エリアAF、進化したシステム堅牢性など。  
 世界最高のプロフェッショナルに使い込まれたフォルムはそのままに、パフォーマンスを一新。  
 EOS-1 D Mark III、いま、デジタル一眼レフは、新たな領域へ。

**EOS-1 D Mark III**  
 10 Megapixels X 10 Frames/sec. **ALL NEW**

EOS-1 D Mark III (ボディ) 価格: ¥1,098,000 (税別)  
 標準レンズ: EF100mm f/2.8L IS II USM (別売)  
 カメラ+標準レンズの価格: ¥1,298,000 (税別)

EOS 20th Anniversary

20年をすぎたEOSは歴史の扉を開き  
 新たな扉に叩きつけた。

70a 100% DIGITAL 100% DIGITAL 100% DIGITAL

Canon.jp/eos-d

050-555-90002

キヤノン株式会社  
 キヤノンマーケティングジャパン株式会社





**INAX**  
For Precious Life

**THE ART OF TILE** No.27

TILE PATTERN DESIGN  
by CLAUDIO COLUCCI

**INAX**  
50 Tile  
Patterns  
Design  
Collection

タイルの上を錦鯉が泳ぐ。しなやかな発想が、壁のイメージを変えていく。INAX 50タイルパターン・デザイン。  
お問い合わせ/INAXお客さま相談センター 0120-1794-00 (平日9:00~19:00 土日・祝日10:00~18:00/夏期・年末年始の休みは除く) <http://www.inax.co.jp/>










**神宮  
ファースターズ**

東京六大学野球 春季リーグ戦  
東京六大学野球連盟 

**(株)CHINTAI は六大学野球を応援しています**

**PLAYBALL**  
さあ、はじめよう

WASEDA KEIO Meiji HOSEI TOKYO RIKKYO

**東京六大学野球2018** 春季  
2018年4/14(土)~6/3(日) 会場:明治神宮野球場 ©東京六大学野球連盟

お部屋探しは、  
**ネット宅CHINTAI**  
CHINTAIは東京六大学野球を応援しています。

春季リーグ

春より強くなりました

WASEDA KEIO Meiji HOSEI TOKYO RIKKYO

**東京六大学野球2018** 秋季  
2018年9/8(土)~10/28(日) 会場:明治神宮野球場 ©東京六大学野球連盟

お部屋探しは、  
**ネット宅CHINTAI**  
CHINTAIは東京六大学野球を応援しています。

秋季リーグ



# 横浜オクトーバーフェスト2018

# YOKOHAMA OKTOBERFEST

本場ドイツビールの祭典

O'zapft is!

Bier und Essen!

Prost! 15. Jahrestag!

横浜市民  
THANKS DAY  
10月3日(水)  
地域の皆様にあやうに15年、  
日ごろの感謝を込めて、  
横浜市民は入場料が無料です!  
※横浜市民以外の市民も対象

9.28金 ▶ 10.14日

[会場] 横浜赤レンガ倉庫イベント広場  
[時間] 平日 12:00~21:30 (初日15:00~21:30) / 土・日・祝 11:00~21:30 ※ラストオーダー21:00  
[入場料] 300円(中学生以下無料) ※飲食・ジョッキのデポジット・物販代は別途

[主催] 横浜赤レンガ倉庫(株式会社 横浜赤レンガ/公益財団法人 横浜芸術文化振興財団)  
[後援] ドイツ連邦共和国大使館/ドイツ観光局/横浜市文化観光局(予定) [協賛] Laundry  
[問合せ先] 横浜赤レンガ倉庫2号館インフォメーション TEL:045-227-2002(受付時間 11:00~20:00)



※本大会場は混雑時の回数が多くなります。※雨天時は休場することもあります。  
※イベント内容、時間等、予告なく変更となる可能性があります。ご了承ください。※前夜祭参加および未成年者の飲酒は固く禁じられています。



横浜赤レンガ倉庫  
YOKOHAMA RED BRICK WAREHOUSE

CLUB  
**ON**



**JFA  
PRINCE LEAGUE  
U-18 2003**

**גולוני-ע**



**THE  
MOVIEST**

***MATCH***





午後の紅茶  
HOTEL

持ちより  
カンタン

ティー  
パーティー



紅茶で笑顔を。

午後の紅茶



午後の紅茶  
Pungency  
パンジェンシー





# Iwai Medium

A B C D E F G H I J

K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l

m n o p q r s t u v

w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %

+ - = \*

## Iwai Condensed Light

A B C D E F G H I J  
 K L M N O P Q R S  
 T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x  
 y z ! & ? , . ; : ¥ \$ # [ ]  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %  
 æ Æ + - = \* ß Ø

## Iwai Condensed Bold

**A B C D E F G H I J**  
**K L M N O P Q R S**  
**T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m**  
**n o p q r s t u v w x**  
**y z ! & ? , . ; : ¥ \$ # [ ]**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %**  
**æ Æ + - = \* ß Ø**

## Iwai Condensed Medium

A B C D E F G H I J  
 K L M N O P Q R S  
 T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x  
 y z ! & ? , . ; : ¥ \$ # [ ]  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %  
 æ Æ + - = \* ß Ø

## Iwai Condensed Black

**A B C D E F G H I J**  
**K L M N O P Q R S**  
**T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m**  
**n o p q r s t u v w x**  
**y z ! & ? , . ; : ¥ \$ # [ ]**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %**  
**æ Æ + - = \* ß Ø**

Character Design

