JOB TITLE : 名刺
DESIGN FOR : HOTEL GRANVIA KYOTO
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique design（九里 法生）
COLOR : 特色1/ 特色2オフセット
加工 : 熱空押し
SIZE : 91 x 55mm
紙 : OK フロート ホワイト 170kg

他のホテルやブライダル関連企業とのとの差別化を計り、より強くグランヴィアのイメージを訴求出来るブライダルグループの名刺をと依頼を頂きました。ブライダルグループのコンセプトは「結び」。元々使用していた名刺と併用するとの事で、使われるシュチュエーションは、プランナーが始めて新郎新婦とお会いする際にお渡しするのが大半。
メインターゲットを20代中頃 ～30代前半女性。サブターゲットを20代前半女性と30代中頃以上の女性、20代中ごろ～30代後半の男性に設定。
高級感と、好みが別れない一般性を求めました。正三角形と直角二等辺三角形の二つの三角形によるパターンは、点と点を「結ぶ」ことで、線となり。線と線を「結ぶ」ことで、面を作っています。これはモノを構成して（結んで）、コトにするブライダルグループの仕事をビジュアル化したものです。また、式場ホール天井窓やシャンデリアをはじめ、京都駅の建築デザインに見られる「直線・平面の連続で曲線・曲面構成をする」という特徴を用い、全て直線で構成パターン部分は眺めていると、水面の波紋のような曲線にも見えます。
このパターンの直角二等辺三角形の短辺と長辺の比でもある 1:1.414 は古来からの日本の構造物の比、大和白銀比。たおやかで清白とした印象を与える女性的な比率。また西洋で最も美しいとされる黄金比 1:1.618。こちらは隙のない堅牢さやどっしりとした安定感がある男性的な比率。この二つの比率を形状・字間・行間・文字の大きさをはじめ各所に使用し共存させ、西洋的でもあり、日本的でもある造形を作り出しました。これによりグランヴィアグループのシンボルマーク（五三の桐紋を西洋的なアプローチで造形化したもの）との協調が計られています。
シンプルなデザイン故に加工により印象は大きく変わります。ペット素材を含む紙に部分的に加熱加圧加工を施し、一部を障子紙の様に半透明化とデボス化させ、他とは一線を画す訴求力を持たせています。

JOB TITLE : チラシ（左）& チケット（左下）
DESIGN FOR : 第37回 蘭の会
チラシ COLOR : 4/1　SIZE : 257 x 364mm
チケット COLOR : 4/0　SIZE : 70 x 175mm
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique design（九里 法生 ）& 箱崎 恵子

2005年より制作担当。
会自体はトラディショナルな能の会ではあるが、案内用チラシにありがちな出演者の写真で内容を伝えるのではなく、その演目のみ着衣する事が許されない衣装の伝統的な紋様、例えばこの回の演目「望月」での「飛田雲(とんだぐも)」などを使い構成する事で、重苦し過ぎない新しい演出を試みています。

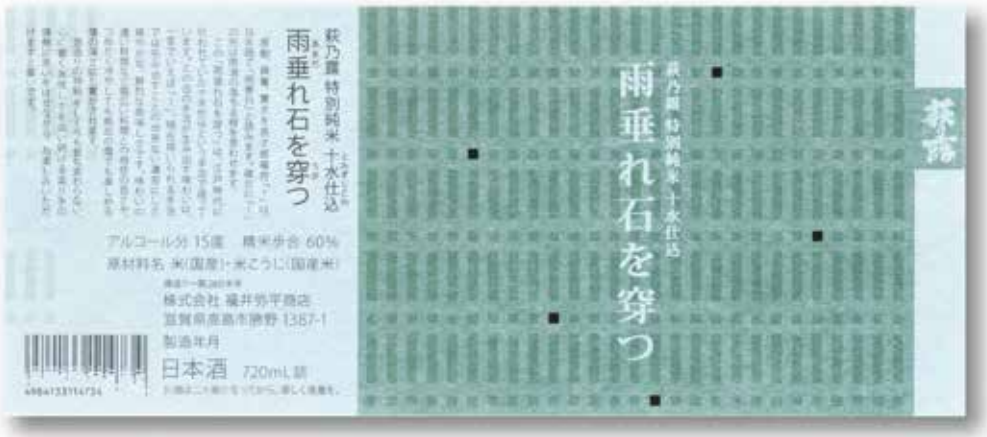
経済産業省 The Wonder 500 選定商品

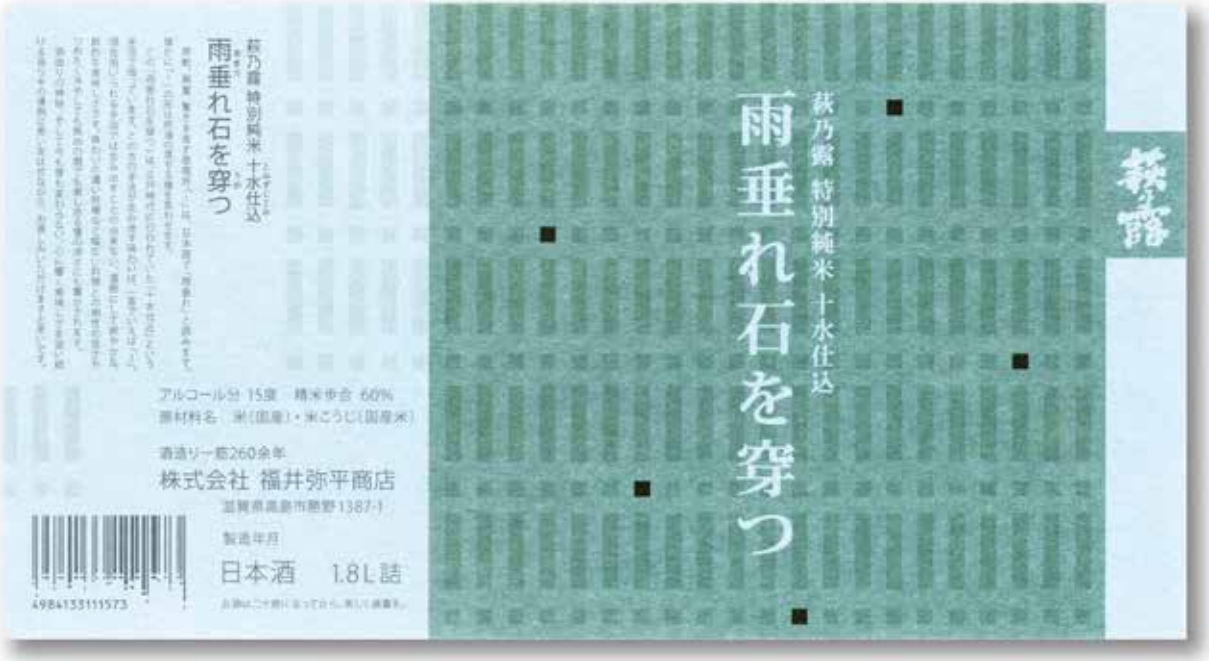
JOB TITLE : 日本酒（萩乃露 特別純米 十水仕込み「雨垂れ石を穿つ」）
ネーミング、720ml 瓶ラベル、1.8L 瓶ラベル
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
NAME : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
COLOR : オフセット 4/0（オペーク白 2 度刷り、DIC582、マットニス + 少量の DIC582）
SIZE : 107×172mm（720ml 瓶）、152×245mm（1.8L 瓶）
PAPER : 里紙 すぎ 70kg

滋賀の高島市で寛延年代から続く萩乃露の新商品。台風の洪水被害から地域の方々の尽力で奇跡的に助かったお米から生まれたお酒です。酒米は滋賀特有種。江戸時代の醸造法から生まれるのは、凝縮感ある味わいとキレの良さ。これにより、幅広いマリアージュが生まれ、従来の日本酒とは違う市場もターゲットとなり得ます。このように挙がる特徴は枚挙にいとまがありません。
高島市に伺い、日本酒の味に大きく影響する仕込み水をはじめ、物理的、地理的、歴史的、文化的背景を知りました。比良山のブナの原生林が保水した雨水は美しい棚田がある急峻な斜面を下り、安曇川に流れ込み琵琶湖に至ります。この安曇川の洪水被害に悩まされてきた、水と関わり深い高島の歴史。このお酒は、数多くの特徴、酒蔵の歴史、高島という土地、このすべてを盛り込まなければならいない商品である事が解りました。

慣用句「雨垂れ石を穿つ」は酒蔵の歴史と酒造りへの姿勢を表します。また「雨垂れ」という言葉は雨滴という意味以外に、強調や驚きの感嘆符「!」の読みでもあり、パターンやバーコードの意匠には「!」をモチーフにし、商品の特徴の多さを示唆しました。
一見してこの事に気付く事はないでしょうが、商品の正面をシンプルな構成にすることで、消費者の興味を誘い、商品側面への視線誘導の先にあるテキストを読んだり、小売店販売スタッフや酒販会社営業スタッフとの会話を喚起することで「雨垂れ」の意味を知り、驚きが生まれます。大量生産出来ないこのお酒では、実店舗での販売や飲食店の消費が主な流通経路となりますから、そのような場で関心を誘い、商品を知り驚く段階を経て購買意欲を刺激することが重要であり、また販売側がプレゼンテーションしやすい余地を残す事で流通を促進する狙いがあります。
ストーリーの多いこの商品は小説の文庫本を連想する意匠化しています。高島の自然と城下町の印象をビジュアル化し、その土地を舞台に展開する小説をイメージさせることで地域が醸す情景を商品背景とすることを目指しました。
1.8L 詰と 720mL 詰、合わせて 6000 本は発売 1 ヶ月を待たずして完売し、次年も初年の倍量が 1 ヶ月以内に完売し好評を博しています。

JOB TITLE : 日本酒（萩乃露 特別純米 十水仕込み「雨垂れ石を穿つ」）
ネーミング、720ml 瓶ラベル、1.8L 瓶ラベル
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
ART DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
NAME : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
COLOR : オフセット 4/0（オペーク白 2 度刷り、DIC582、マットニス + 少量の DIC582）
SIZE : 107×172mm（720ml 瓶）、152×245mm（1.8L 瓶）
PAPER : 里紙 すぎ 70kg





商品「里山」PAGE

TOP PAGE

JOB TITLE : Web ページ企画、デザイン、コンテンツデザイン
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
WEB ページ URL : www.haginotsuyu.co.jp
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
CORDING : 宮川印刷
COPY WRITE : 株式会社 福井弥平商店、John Townsend
Hulynique Design（九里 法生）
PHOTO : 山崎 純敬、Hulynique Design（九里 法生）、高田 隆司
高島市観光協会 .etc
TOPPAGE MOVIE : Hulynique Design（九里 法生）

建物の外装のご相談と共に Web ページのリニューアルをご依頼いただく。前述のご相談への回答としてご提案した暖簾制作の際、Web ページ制作を想定して制定したコーポレートカラーとパターンを基調にしました。
高島の自然や歴史、人々の生活、原料の持つ背景を大事に酒を醸す酒蔵の Web サイト。訪問者の好奇心と疑問に応えるにはどうしてもテキスト量が多くなります。ページ冒頭で大まかな情報を伝え、読み進むと詳細な情報が提供されるように、欧文テキストで読む方へはどう見せるか等、テキストの構成には特に何度も打ち合わせを重ねました。
土地と酒蔵の密接な関係を表現する為に、景勝地、高島の大きな魅力の 1 つで、萩乃露の酒とも関係の深い棚田の魅力を最大限伝えることに重きをおき、テキストの内容だけでなく、写真撮影や動画制作へ注力しています。
幅広い年齢層のターゲット、次のリニューアルの時期は未定であることを加味し、流行りの見せ方は極力避け、あえて既視感を覚えるほどに王道となっているレイアウト等を採用しています。

JOB TITLE : 酒蔵外装案提案、デザイン
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
SIZE : 1700mm×1800mm（建物入口暖簾）、350mm×460mm（庇暖簾 1 枚サイズ）
1370mm×2920mm（壁面日除け暖簾 1 枚サイズ）
MATERIAL : ポリエステル天竺（建物入口暖簾）、テトロン麻風スラブ（庇暖簾）
ポリエステルハンプ（壁面日除け暖簾）
TECHNIQUE : 両面昇華転写印刷、スリット二箇所（建物入口暖簾）
インクジェットフルカラー（庇暖簾）、片面昇華転写（壁面日除け暖簾）

商品の CD 等させていただいた酒蔵から外装に関するご相談をいただきました。
酒蔵の建物はそれ自体が史跡のように立派な歴史的建造物で看板や杉玉も出ている。なのに、蔵を訪れる方が建物近くまで来ても蔵を見つける事が出来ない。蔵の前を通っている地元の方が、自分が住む土地に地酒を作る酒蔵があることを知らない方がいる。これをなんとか解決して欲しいというご依頼です。
建物は高島市のメインストリートに面していますが、車道から見ても手前の建物や別の商店の看板、電信柱で看板が見えません。歩道は狭く、建物と道路との距離は短いですから、近くに行っても、高い位置に設置された看板は目に入りづらいと思われました。また、酒蔵のアイコンとなる杉玉は背景になる壁面の暗色に溶け込んでしまっている為、遠くからは視認が難しい状況でした。
費用対効果等も考慮し、3 種の暖簾の制作と設置を提案。壁面の日除け暖簾により杉玉の背景色が明るい色になることで視認性を確保。庇暖簾は増設された建物部分と既存の建物に跨がり、酒蔵の建物全体の規模を直感的に伝えます。建物入口暖簾はエントランスの位置を容易に伝え、また看板の役目も果たします。
意匠について、Web サイトのリニューアルも考えてらっしゃり、併せてのご依頼をいただきましたので、新たにコーポレートカラーは万葉集でも詠まれる勝野の地と棚田の風景の印象から「山藍擦り」を設定し、Web と共通で使うオリジナルパターンを開発しました。
このパターンは蔵元の名前にもなっている「萩と白露」、蔵元の地盤となる高島の「比良山の棚田と稲穂、生活する人々」のダブルイメージで作ってあります。

ご相談時の建物外観

日本遺産
滋賀 SHIGA
JAPAN HERITAGE

文化庁 日本遺産 滋賀・びわこ選定土産品

JOB TITLE : 日本酒（「萩乃露 純米吟醸 里山」「萩乃露 純米吟醸 里山 無ろ過生酒」）
720ml 瓶ラベル、1.8L 瓶ラベル
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
CALLIGRAPHY : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
COLOR : オフセット 2/0（DIC-N804/DIC-N844、DIC582、マットニス）
SIZE : 90×170mm（720ml 瓶）、140×192mm（1.8L 瓶）
PAPER : わらがみ 稲色 90kg

萩乃露は滋賀県高島市の地酒 。「日本の棚田百選」に選ばれた棚田が広がり、感動を覚える程に美しい景観を擁する地です。しかし、この棚田は様々な問題から存続が危ぶまれているのが現状。これを憂い、萩乃露が棚田保全を目的につくる棚田産コシヒカリの日本酒「里山」の発売から15年目のリブランディング。

この地は琵琶湖と山が近いため、稲作をするためには山間部を開墾するしかなく、人々がこの土地で生活する必然として生まれたのが棚田。春には田んぼの水面に空や緑が映り、夏には瑞々しいエメラルド色の若稲が風にそよぎ、秋にはたわわに実った稲穂が山々を黄金色に輝かせます。
また酒的好適米ではない飯米での酒造は難しく、15年かけ漸く市場で好評をいただく味わいに仕上げることが出来たとのこと。その味わいは、どっしりとしたボディと甘やかさがあり、食中酒にちょうど良い穏やかな味わいです。生酒は溌剌とした酸があり、フレッシュ。

リブランディングでは、この商品における「里山」という商品名の解り易さのメリットとデメリットを考慮しました。消費者の興味と売り場でのコミュニケーションを喚起するために、一瞥して読めず、しかし「里山」という　字として成立した題字を作成。
また、火入れと生酒の流通先の違いを考慮に入れた戦略提案をしています。
口にするととホッとするようなこの酒の味わいは、日本人の原風景としての棚田の景観から感じられる感覚と共通するものがあり、奇を衒わずに日本酒の王道である外観の体裁を保つことを心がけました。
棚田が彩るこの地の景色を描いたボトルラベルでは、こんもりとした形の裾野の狭い山の連なりから吹く風に、雲が流れ、稲穂がそよいでいます。山の裾にかかる柄は、萩乃露の VI として制作した「山・棚田・稲穂・人」と「萩・白露」のダブルイメージをモチーフとしたパターンを使っています。

JOB TITLE : 日本酒（「萩乃露 純米吟醸 里山」「萩乃露 純米吟醸 里山 無ろ過生酒」）720ml、1.8L 瓶ラベル
DESIGN FOR : 株式会社 福井弥平商店
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
CALLIGRAPHY : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
COLOR : オフセット 2/0（DIC-N804/DIC-N844、DIC582、マットニス）
SIZE : 90×170mm（720ml 胴貼り）、140×192mm（1.8L 胴貼り）
24mm × 67mm（720ml 肩貼り）、34mm × 94mm（1.8L 肩貼り）
PAPER: わらがみ 稲色 90kg

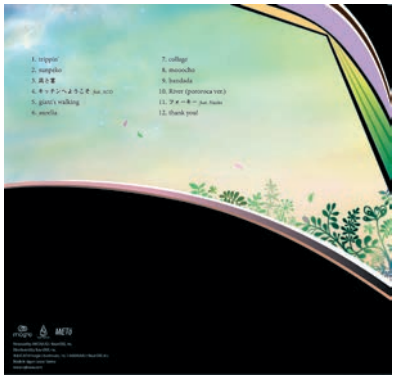
無ろ過生酒

無ろ過生酒

JOB TITLE : A6 ノートデザイン
DESIGN FOR :「湖と、陸と、人々と。MUSUBU SHIGA」プロジェクト
CREATIVE DIRECTOR : 市田 恭子（湖の国のかたち）
PHOTO : 山崎 純敬
NOTE PRODUCT : 株式会社コクヨ工業滋賀
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
COLOR : オフセット 1/0
SIZE : 105×148mm
MATERIAL : ヨシ紙（裏表表紙）、背クロス白、ヨシ素材（中紙）

graf 代表の服部滋樹氏がブランディングディレクターを務め、滋賀県の魅力を発信する「MUSUBU SHIGA」プロジェクト。イベント時にノベルティとして配布するノートをコクヨと制作しました。
琵琶湖は、とりまく環境や季節、気候で 7 色に色を変えるといわれることから「Seven Colors of Mother Lake」というコンセプトを提案。実際のノートはモノクロですが、イベント時にお客様が 4 色のスタンプを使って彩色することで、各々の情景としてイベントの記憶として残して貰い、裏表紙に示した写真の撮影場所を訪れてもらうよう促すしかけです。裏表紙には撮影場所の Google Map を示す QR コード、緯度経度と大まかな位置を記載しています。
水質・生態系保全を目的に開発されたコクヨの ReEDEN シリーズをベースに、通常は印刷面に使わない凹凸があるヨシ紙の裏側に印刷。滋賀の景色を撮り続ける山崎氏の写真を、印刷のかすれにより、どこか少し遠くにある美しい景色という非日常感と懐かしさをもって演出しています。

イベント用に制作したスタンプとスタンプ台（木、ニス、凸版用樹脂版、アクリル塗料等）



CDジャケット 仕様：紙ジャケットE式3面2ポケット
COLOR：4/4

CD盤面 COLOR：2

JOB TITLE：CDジャケット、CD盤面、7inch LP、同封ブックレット
販促物（B2ポスター、A7二折りパンフレット）
DESIGN FOR：Nabowa 2nd Album "Nabowa"
ART DIRECTION：Hulynique design（九里 法生）& 箱崎 恵子
DESIGN：Hulynique design（九里 法生）& 箱崎 恵子

フジロック等、有名フェスにも出演するインストゥルメンタルバンドNabowa。ジャンルで規定する事が出来ない音楽、その暖かいメロディーで老若男女幅広い層に支持されています。
2nd Albumは以前より、男性らしい堅牢さを備えたアルバムになったとの事。バンド名をアルバム名にするほどの注力ぶりは集大成ともいえます。
デザインは男性的な強さ、コンセントレートされた節目の作品である事、Nabowaの壮大で自然の生命力溢れるような音楽の世界観を表現し、CDショップ陳列時の他CDとの差別化を目的としたデザインを考えました。
まず着目したのは、80〜90年代初頭のハードロックのレコードジャケットに見られる黒の力強さ。これに影絵の要素を合わして、女性にも受け入れられるような意匠を作りました。大自然を想起する壮大な世界観と幅広い支持層を持つ普遍性は、植物や動物、滴、宇宙という、これもまた普遍的なモチーフを使う事に決めた。
ジャケット表面は近景、中景、遠景をはっきりと分け、奥に広がる世界を覗き見る構図で、このアルバムの持つ世界への、また、ジャケットを開き進める期待感を持たす狙いがあります。ジャケットを全て展開させた時の画面は、大気が濃かったであろう太古の世界、動植物の楽園をイメージした世界を描きました。

ジャケット展開後表面

ジャケット展開後裏面

同封ブックレット 表紙＆裏表紙COLOR : 4　中面COLOR : 1

SIZE : 120 x 120mm

中面 2

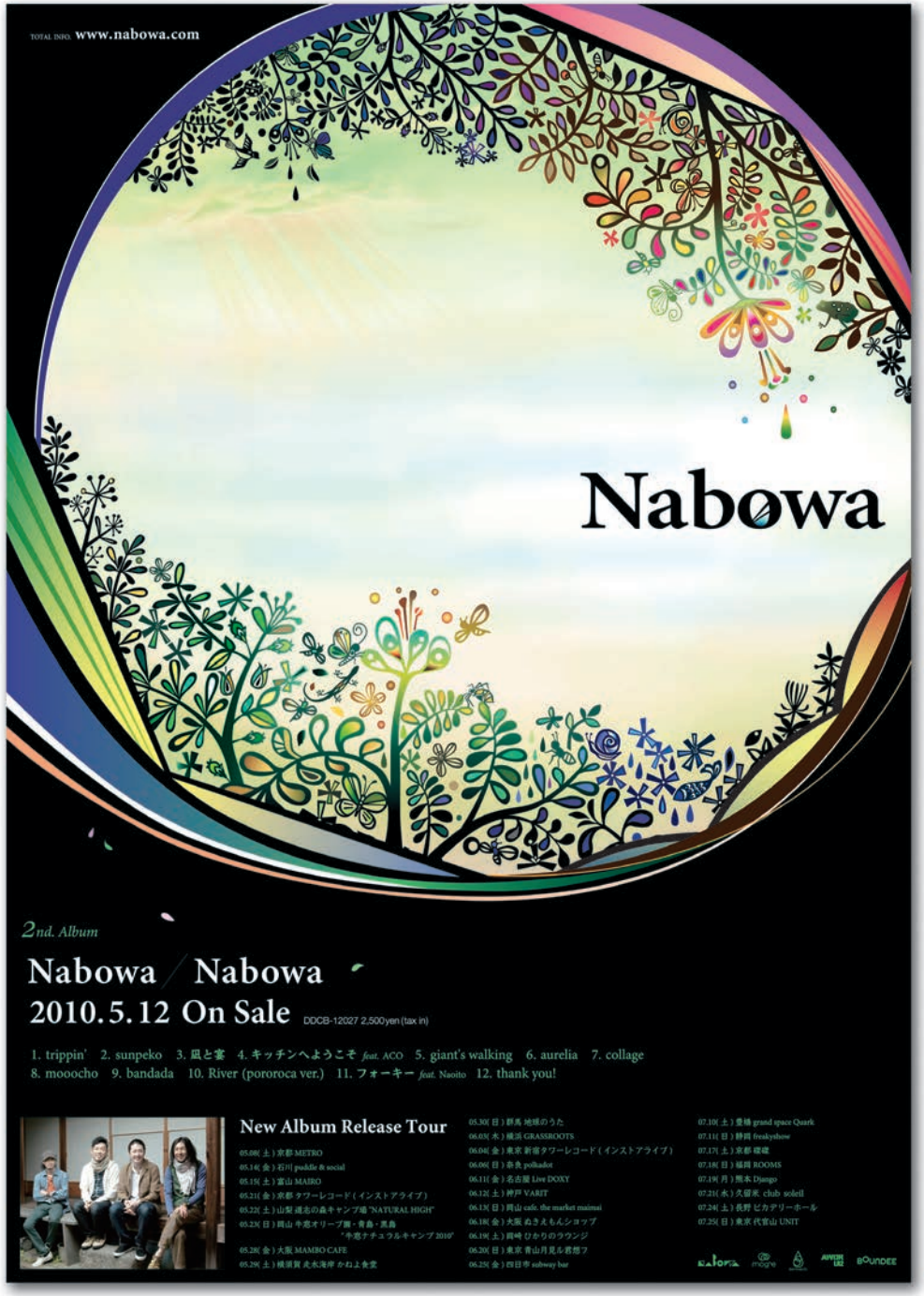
中面 3

裏表紙

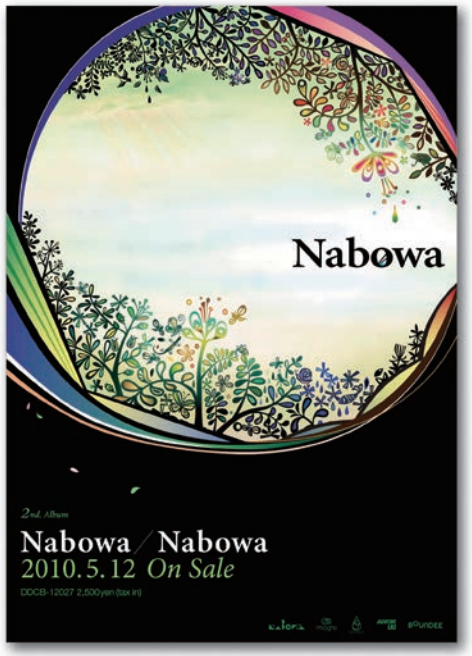
表紙

中面 1

B2ポスター COLOR : 4/0



A6二折りパンフレット COLOR : 4/1



パンフレット表紙

パンフレット展開後

パンフレット裏表紙

パンフレット中面

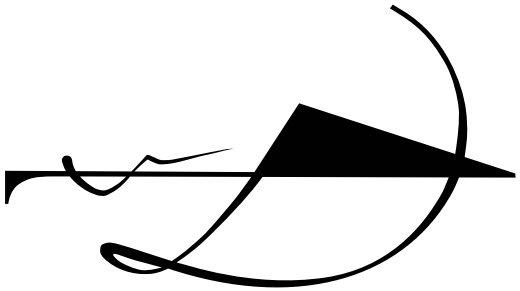
AYAKOOKUNO

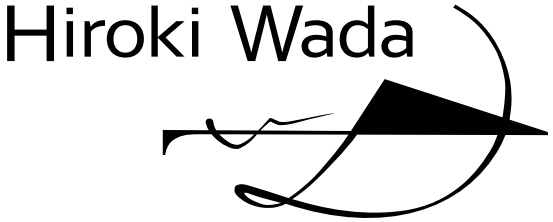
JOB TITLE : CI(ロゴタイプ、名刺、ホームページ)
DESIGN FOR : AYAKOOKUNO
ロゴタイプ COLOR : 1
名刺 COLOR : 1/1　紙 : アラベール ホワイト160kg
　　SIZE : 55 x 90mm
ホーページURL : www.ayakookuno.com
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique design（九里 法生） & 箱崎 恵子

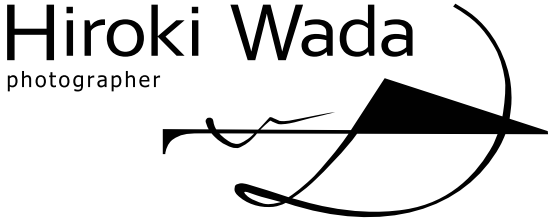
神戸在住の帽子作家、奥野文子氏のブランド「AYAKOOKUNO」のブランディングと、名刺、ホームメージなどビジネスアプリケーションを作成。奥野氏の帽子のルーツは、本人の渡仏経験による部分が大きい。そこで、奥野氏の帽子にもよく使われる、フランスのテキスタイルの一つ、Toile de jouy(トワル・ドゥ・ジュイ)というプリント柄をモチーフとしてロゴタイプ、アイデンティティに使用しました。ホームページには「お客様が氏のメゾンを訪れて落ち着いて帽子をご覧になられている」というストーリーを持たせる為、全体として色調は抑え、シックに仕上げる事を意識しています。

シンボルマーク & ロゴタイプ COLOR : 1

シンボルマークの使用は作品に付記する事に使う事が多くなるとの事。シンボルマークとしての機能を持つ筆記サインをデザインする事を提案しました。
「W」「A」「D」「A」をデフォルメしたサインはペン等でも簡単に書くことが出来ます。







JOB TITLE : VI(シンボルマーク、ロゴタイプ、名刺)
DESIGN FOR : Photographer 和田 大樹
ART DIRECTION & DESIGN : Hulynique design（九里 法生）

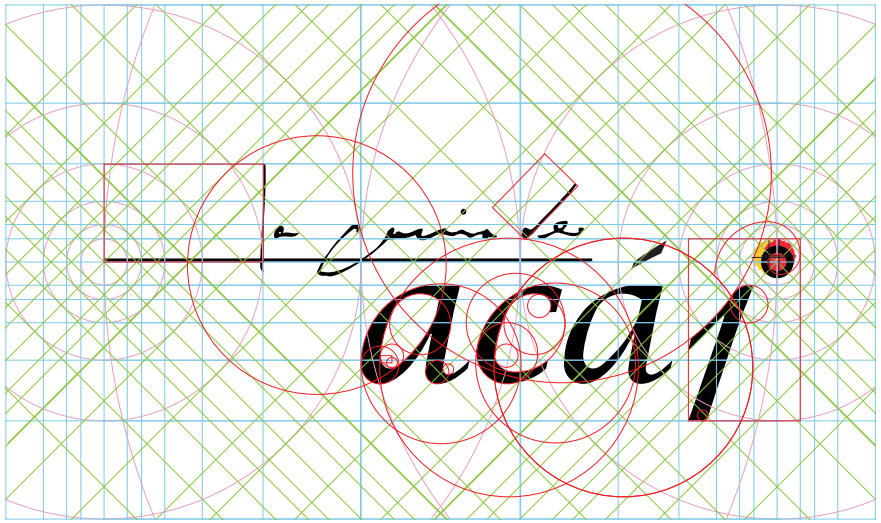
水中写真の作家作品から広告写真まで広く活動するフォトグラファーのVI。光を捉える写真というメディアの特性からインスピレーションを得てデザインしました。
通過する光、透過する光のみをモチーフにし、氏の作品の幅広さから、写真のテイストや被写体を限定するような印象を与えるデザインは避ける事に留意。どこか客観的、達観的に物事に接する人柄が伝わる事も目的に設定しています。

ショップカード COLOR : 1/1　紙 : クラシコトレーシングFS116kg
SIZE : 51 x 89mm

トレーシングペーパーの裏面に鏡文字で刷った文字は、表から見ると、可読性は保ちながらも少しぼやけ、紙の厚みと空間の奥行きを感じる事が出来ます。欧米名刺サイズは奇を衒わずに、スマートさや柔和なニュアンスを与える為に採用。

カラー版

モノクローム版



ロゴの設計

ロゴタイプ COLOR：3（カラー版）、1(モノローム版)

店名の意味から「矢印」をモチーフにしました。矢印は記号です。記号は「誰でも一見して認識できるアイコン」であり、それは「目に留まってしまう対象」という事でもあります。これはロゴタイプとしての機能には最適であり、採用した大きな理由の一つです。「1」を矢印、「°」を矢印が指し示す「此処（acá）」。ロゴタイプ全体が作る形も「→」を意識しました。
直線と店名以外はほとんどのエレメンツを排除し、オーセンティックな雰囲気を演出。筆記と活字の組合せは東氏のリクエストであり、これもイメージ作りに一役買っていますが、ありがちな画になり易い為、フォントデザイン、筆記には注意が必要でした。唯一のエレメンツ「°」のスペイン国旗色のスタンプは、筆記部分と相まってプリミティブな力強さをスペインのイメージとして打ち出しています。
店舗内装の印象として強い直線の交差（四角）と、黄金比で東氏の男性的な雰囲気と意思の強さを表現しました。

JOB TITLE：ロゴタイプ、ショップカード、名刺
オープンDM、各種メニューレイアウト）
DESIGN FOR：la cocina de acá1°
ART DIRECTION：Hulynique design（九里 法生）
DESIGN：Hulynique design（九里 法生）

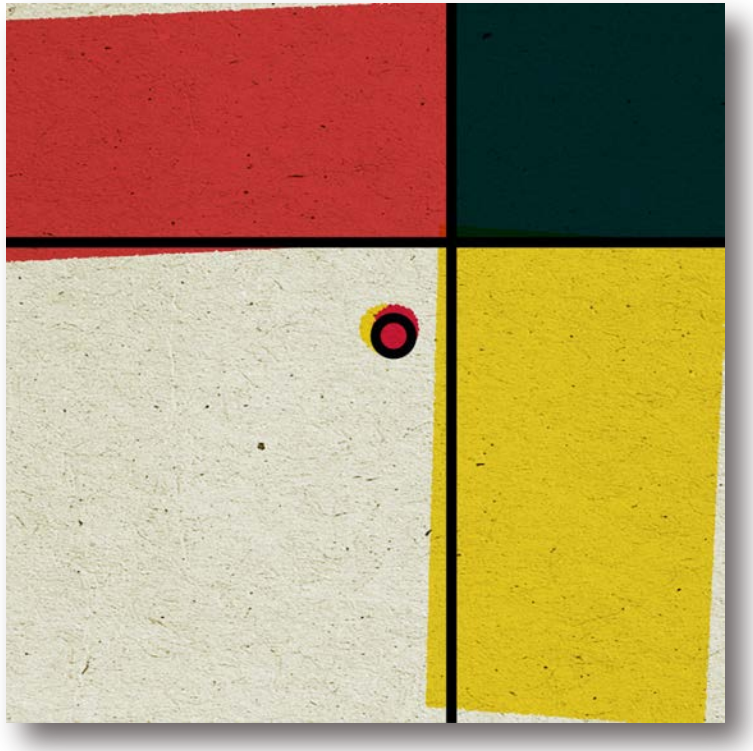
店舗概要：
スペインでの料理修業を終えた東鉄雄氏のレストランテ。店舗名考案時点から関わらせて頂きました。「acá」は、英語の「here」。「此処」という意味のスペイン語。「1°」は欧米での「2階」という表記。店舗がビルの2階にある為。この物件は渡西前に東氏が働いていたレストランがあった場所であり、氏の作る「滋味を感じるスパニッシュ」は、当時からのファンも多数。営業はディナーのみ。客単価は￥8,000～￥15,000。京都市の中心部で人通りも多いが、階段を上る為、路面店よりは入り易くは無いが、カウンターとテーブル席が数席だけであるacá1°では、その立地がターゲットをフィルタリングする要因になり得ます。
店内は木を多く使い温もりを感じるが、直線で構成された四角く整頓されたシンプルな内装。
スペイン料理の魅力とは、素材の味を活かすシンプルだが効果的な料理法であり、和食とも通じる「滋味」であると東氏はおっしゃいました。野菜と魚介に力を入れ、産地にこだわるだけでなく、生産者とのコミュニケーションも大切にしてらっしゃいます。

【追記】ミシュラン１つ星獲得。

名刺 COLOR : 4/0　紙 : アラベールスノーホワイト160kg
SIZE : 55 x 91mm

ショップカード COLOR : 4/0　紙 : アラベールスノーホワイト160kg
SIZE : 55 x 91mm

店内の木の暖かさや、親しみやすい素朴さと共通するイメージで、太い繊維が絡んだザックリした風合いの紙のテクスチャーをプリントしました。手触りに紙の繊維を感じられるテクスチャーは欲しかったのですが、実際にこういった紙に刷った場合のインクの乗り方は求めていなかった為、こういう手法を取っています。
極力シンプルな構成を目指し、ロゴタイプにも使っているスタンプのモチーフと直線の交差で、地図を兼ねたデザインを作りました。店舗の位置を示すのは「矢印」をモチーフにしているロゴタイプです。
リッチブラックの直線は、その色とスタンプとの兼ね合いで存在感が強く、東氏の名前の1字でもあり、氏を表す鉄のイメージもそこに託しています。



突き出し看板 COLOR : インクジェットフルカラー
SIZE : 500 x 555mm

店外のサインデザイン。限られた席数のため、極力ターゲット層だけをフィルタリング出来るよう、店名表記なし。ショップカード等を見てくるお客様、リピーターにだけ解る目印という役割としました。店名のアカ（「此処」の意）を表現するシンボルでもあります。

ベースプレート SIZE : 200mm×400mm
MATERIAL : 陶器、鏡、漆、緑青
TECHNIQUE : 稲富氏と打合せを重ね作られた陶器の板を割り、鏡を埋め込み、漆で呼び継ぎします。金継の要領での作業ですが、金ではなく緑青を使用。

このプロジェクトの象徴的な器です。器を継ぐという呼継の技法を使いました。
ショウプレート時は、鏡の部分は穴が開いているようにも見え、「不思議の国のアリス」がウサギの穴に飛び込む事で異世界に誘われるように、これから展開される空間（世界）への入り口としての役割を託しています。
一皿づつ割れ方や鏡の形を変えてありますので、同席者同士の会話の種になったり、リピーターを飽きさせない効果が期待できます。

JOB TITLE : イタリアンレストラン コース料理用食器
DESIGN FOR : レストラン Clementia
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
SCULPTURE : Hulynique Design（九里 法生）
CERAMIC : 稲富 淳輔
JAPANESE LACQUER : 九里 香野子、Hulynique Design（九里 法生）
METAL : Hulynique Design（九里 法生）

ミシュランにも取り上げられる新進気鋭の料理人、田淵章仁氏がオーナーシェフを務める Clementia。器の開発と製作のご依頼。
1 年間、ソムリエとしてお客様にサービスを行い、併せて毎月変わるコースメニューとワインメニューの共同開発も行い、氏の料理やワイン、イタリア文化への考え、それを日本で扱う意義をリサーチし研究しました。（メニューの共同開発は現在も続いています）
異文化を日本で扱う事。イタリアという多様な郷土文化の集合体の歴史。日本の文化と歴史。そのローカリゼーション。様々な要素により規定されるテロワール。これが Clementia において料理とワインを扱うに当って大事にされている事のように思いました。
食文化では普遍的なテーマ、歴史とテロワール（環境）。それをどこまでも突き詰める氏の姿勢をそのままに、そのテーマをあえてコンセプトに選んでいます。ショウプレートも兼ねたベースプレートを舞台に、その上を土、木、石、金属（土中ミネラルとしての扱い）等、テロワールの構成に重要な要素を使用した大小のお皿が単体で、あるいは組み合わせれ展開される演出を提案しました。

SIZE : 120mm×120mm×30mm
MATERIAL : 陶器、銀彩

陶芸家の稲富氏との打合せから生まれたコンセプト「形が生まれる前の形」を表現。
上下両面使え、片側はほんのすこし凹んだすり鉢状の面、もう片側はフラットな面となります。
陶器であるため温冷両方使え、保温性にも優れる。大ぶりの皿の上に置けば、皿の中で温度帯が違う場所を作る事もできます。

SIZE：250mm×250mm×30mm
MATERIAL：真鍮、液体ガラス、シリコン

鍛造で整形した真鍮の板を銅版画の技法で表面加工。金属そのものの性質だけで色を表現するために、金属を変色させる事で色味を表現しました。
表面にガラスコートを施し、料理と金属が触れることを防いでいます。
1 枚 1 枚、大きく違う意匠の仕上げ。ガラスコート内でも金属の変色はゆるやかに進むため、経年変化を楽しむことができます。

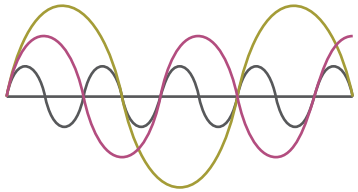
MATERIAL : 流木、漆、食器用木固め剤

流木を漂白、天日干し後に整形、拭き漆（漆を拭き塗り、乾燥後磨くのを繰り返す）で仕上げ、食器用の木固め剤（防水効果あり）で固めています。
単品でも使う以外に、他の器との仕様や、この器を複数組み合わせる演出を提案。

MATERIAL : 石（滋賀県）

滋賀にスポットを当てる Clementia ではワインも滋賀県のワインを扱っています。そのワインを造る「ヒトミワイナリー」がある旧永源寺町（現在は東近江市）の愛知川の石を使った器。ここは良質の石が取れ、この器にも 1 億年前に出来たとされる頁岩も使用しています。整形後、スリットをいれました。スリットは底面から始まり、器の側面や天面を走り、また底面で終わります。石は自然（食材）の象徴とし、スリットは人が意思を持って手を加えた象徴としています。料理人が出来るのは食材を活かす事だけという田淵氏の考えを反映しているのです。
陶器と同様に温冷両方に対応出来、他の器との併用等、様々な使い方を提案しました。

壁面アートワーク　SIZE : 600×1800mm　TECHNIQUE : 鳥の子和紙（パネル張り）、シェレナネージュ、シルクスクリーン、胡粉、メディウム



振幅と波長が等倍、2倍、3倍の波の合成により
生まれる「うねり」と「リズム」のイメージ

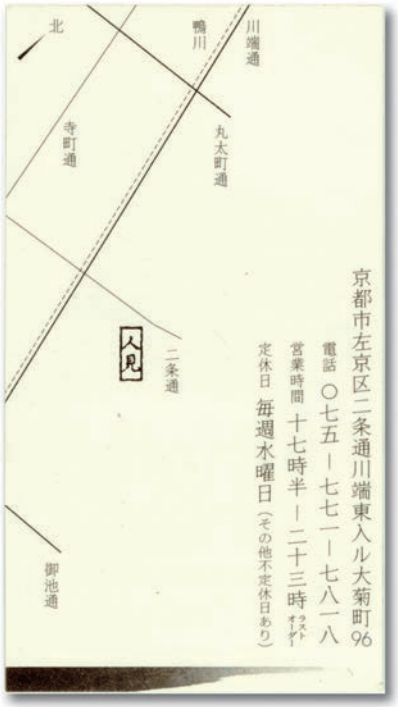
光の当たり方により図案の見え方が変化

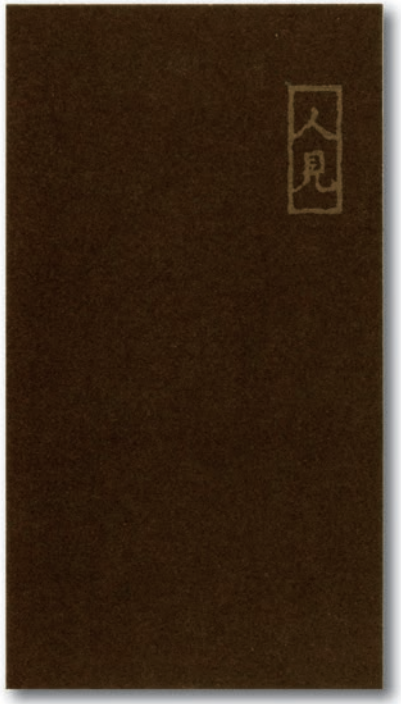
JOB TITLE : 飲食店店内壁面アートワーク、ショップカード
DESIGN FOR : 食童箸づめ
ART DIRECTION & DESIGN : Hulynique design（九里 法生）

京都市内で3店舗の和食店舗を展開する橋詰氏。市内4店舗目の新店舗の壁面のアートワーク制作とショップカードのデザインを担当。
和の設えを洋の素材を用いて作り、色は黒を基調とし白木色と金色が差し色となる内装デザインです。
内装の中でも特に印象的な役割を担うアートワークは、内装デザインに合わせ、ゴールドのオフセット印刷用パール紙を金箔に見立て方眼に配置。橋詰氏のリクエストであったモチーフ「龍」は一定の比率で作られたパターンの等倍、2倍、3倍を組み合わせた図案を用いることで、龍の体がうねる躍動感や、水神である龍が降らせる雨のリズムを表現しています。またこの図案は、マットなテクスチャーになるインクをシルクスクリーンプリントしています。このことで見る角度や光の当たり方によって、図案が紙から浮いて見えたり、沈んで見えたりする効果を作りました。これはカウンターに座るお客様に、座る席によって毎回違う経験をしていただこうという狙いがあります。
ショップカードはアートワークと同じパール紙、同じ図案をマットニスを調色したインキを用い、壁面アートワークと同じ特徴を持たせることで店への導入としました。

ショップカード COLOR : オフセット 3/0（オペーク白、ブラック、調色したマットニス）
SIZE : 55×91mm　　紙 : シェレナネージュ 120kg

光の当たり方により図案の見え方が変化





ショップカード COLOR : 2/ 1（表面マットニス）
SIZE : 50×91mm
紙 : GAバガス シュガー 135kg

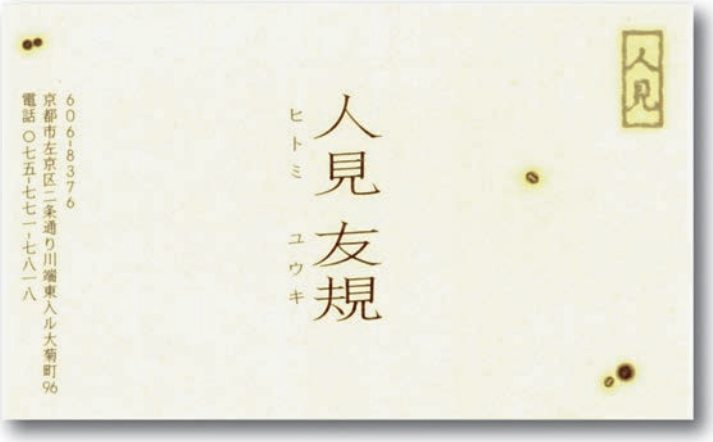
店舗ロゴは存在しなかった為、ロゴタイプを制作。
実直さ、謙虚さ、端正さを表現する為に、表札をモチーフで表現。
エッチングで形出ししたような荒いアウトラインは金属を想起させ、焼き場の鉄網をイメージさせます。また、人見氏の誠実さや料理に対する職人的厳しさも、この鉄のイメージに託しています。
変形名刺サイズも、氏のその人柄を表す表現として採用。色やテクスチャーは古木の建具や柱の色と、漆喰の白から採用。簡素だがモダンである事を念頭に置きながらデザインしています。

JOB TITLE : 名刺、ショップカード、メニューブック
DESIGN FOR : 人見
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique design（九里 法生） & 箱崎 恵子

店舗概要 :
知名度は既に高く、京都の予約の取れない焼き鳥屋として有名です。丁寧な仕事で調理された鶏料理は、滋味が感じられ、チェーン店並の値段設定も喜ばれています。2階建ての路面一戸建ての店舗で、1階には炭火の焼き場に面したカウンター席もあります。ここは、店主で焼き場担当の人見氏が目の前で焼き鳥を焼き、その話も楽しむ事が出来る人気席。これは氏の職人が業を振るう凛とした焼き姿と、誠実で丁寧な人柄が人気の理由。
外装、内装ともに、いわゆる焼き鳥ではなく、漆喰の白い壁と、奈良の古民家やお寺由来の建具による端正な落ち着いた空間であり、これも氏が設計段階でこだわった点とのこと。
今回制作した3点共に、人見氏との共通の見解として、主張しすぎず端正である事が挙がりました。これに氏の人柄を感じる事が出来る要素を加え制作しました。

名刺 COLOR : 2/0 オフセット加工
SIZE : 55 x 91mm
紙 : ソフトバルキー ナチュラル 130kg

和紙風の暖かみのあるテクスチャーの紙に、弾けた鉄や火の子で焦げ跡が出来たデザイン。焼き鳥屋の一つのシーンの中にある物とういう物語。あえて名刺サイズの紙を横置き、文字は立て組みにし、氏の折り目正しい誠実さを。氏名部分は平体にし、物腰の柔らかさを表現しました。
鉄をより強く想起させる働きとして、ロゴタイプ部分はエンボス加工を施し、焼き印の様に見せています。



メニューブック SIZE : 130 x 260mm

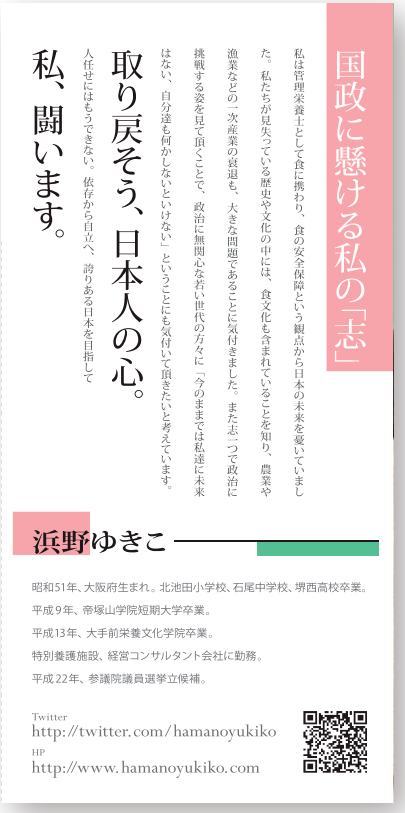
MATERIAL : 芦生杉、真鍮板、真鍮化粧ネジ
鬼目ナット、厚紙、中厚紙、布
寒冷紗、インクジェット用和紙

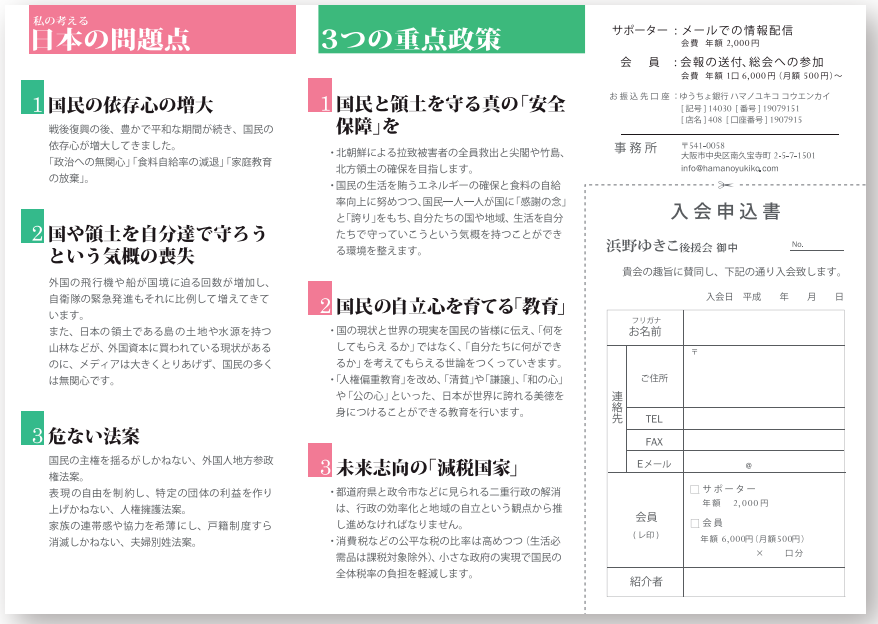
極力端正にデザインする事を心掛けています。表紙は木目が特徴的な木、貴重な芦生杉の端材で制作。サイズはカウンターに立てて、ちょうど収まる大きさ。真鍮パーツは鏡面加工を施し、酸化しにくくしてありますが、経年変化での劣化も考慮してデザインしている為、金属の酸化だけでなく、木目の変色により、表情を変えていく事を前提としている。メニュー記載部分は、数ヶ月スパンでメニューの内容が変わる為、店舗のインクジェットプリンターで刷った紙を付け替えて使用できるつくりである。

展開後表面

仕上がり裏面

仕上がり表面

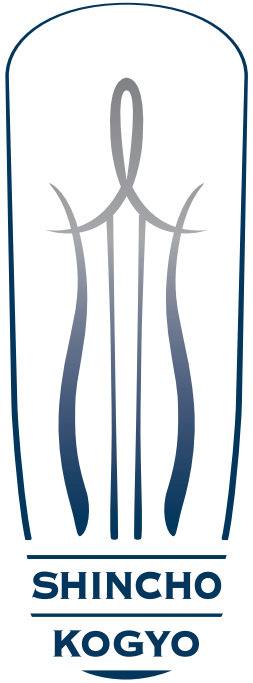




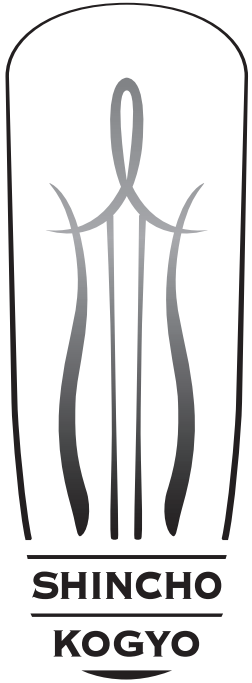
展開後裏面

JOB TITLE : A4巻三折リーフレット
DESIGN FOR : 浜野ゆきこ後援会
A4巻三折リーフレット COLOR : 4/4
紙 : シルバーダイヤ110kg
SIZE : 210 x 100mm(仕上がりサイズ)
ART DIRECTION & DESIGN : Hulynique design（九里 法生）
PHOTO : 和田 大樹
MAKE & HAIR : 龍岡 恵子

後援会リーフレット。
お話をうかがってみると保守派の方でピンクをイメージカラーとしているとのこと。イメージカラーとともに、ピンクの補色となる若々しい緑を使いフレッシュさと、大和撫子の凛とした意思の強さを意識し、端正なデザインとしました。一般に広く手にとっていただけるよう洋装の写真を使用しています。



カラー版



モノクローム版

ロゴタイプ(2タイプ共通) COLOR :
特色2(カラー版)、1(モノクローム版)

「電器屋さん」として一般性のあるモチーフとして電球を採用した。電球は製造中止が決定していますが、昔から家庭の光としてあった、思い入れや親しみを込め易いアイコンである事は、これからも長く変わらないはずであり、これは新興の会社ではなく、昔から地元に根差してきた経営を大事にする会社の姿勢とも繋がります。

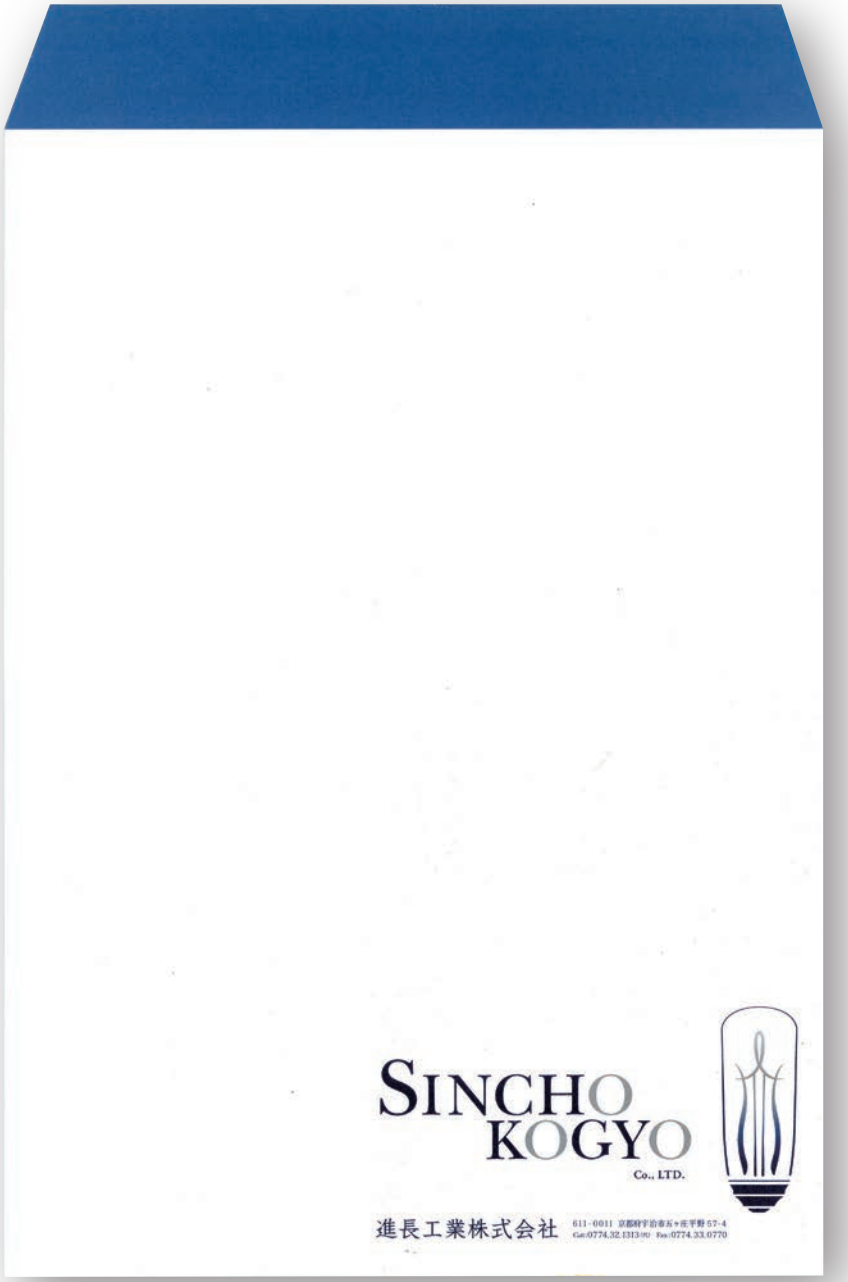
JOB TITLE : CI(ロゴタイプ２パターン、名刺３種、社章、社旗
レターヘッド、封筒２種、領収書等各種書類)
DESIGN FOR : 株式会社進長工業
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生） & 箱崎 恵子
DESIGN : Hulynique design(九里 法生) & 箱崎 恵子

京都府内ではシェアNo.1を誇る電化製品販売、電気工事請負業の会社のCI。先代社長から受け継いだ現社長による企業イメージ刷新の為、ロゴタイプからの新規デザイン。地元に密着した業態であり、一見して「電器屋さん」であり、若々しく親しまれる企業イメージを目指しました。

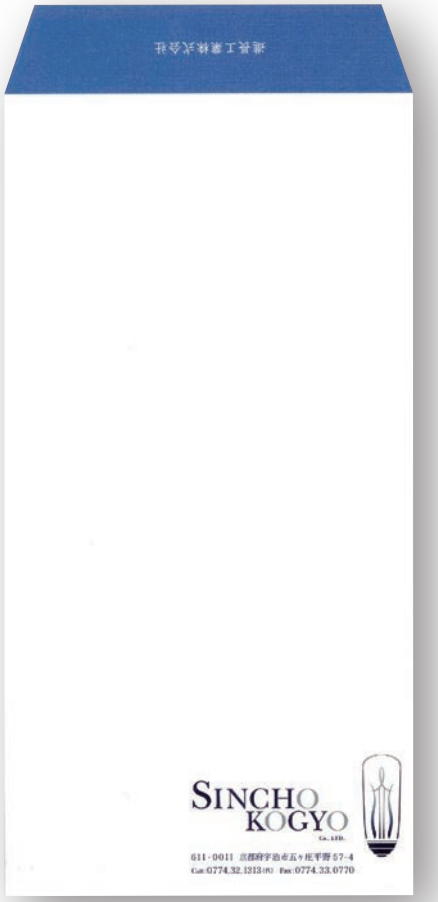
カラー版

モノクローム版

封筒 COLOR : 2/0(2タイプ共通)
SIZE : 角形2号(240 x 332mm)
長形3号(120 x 235mm)



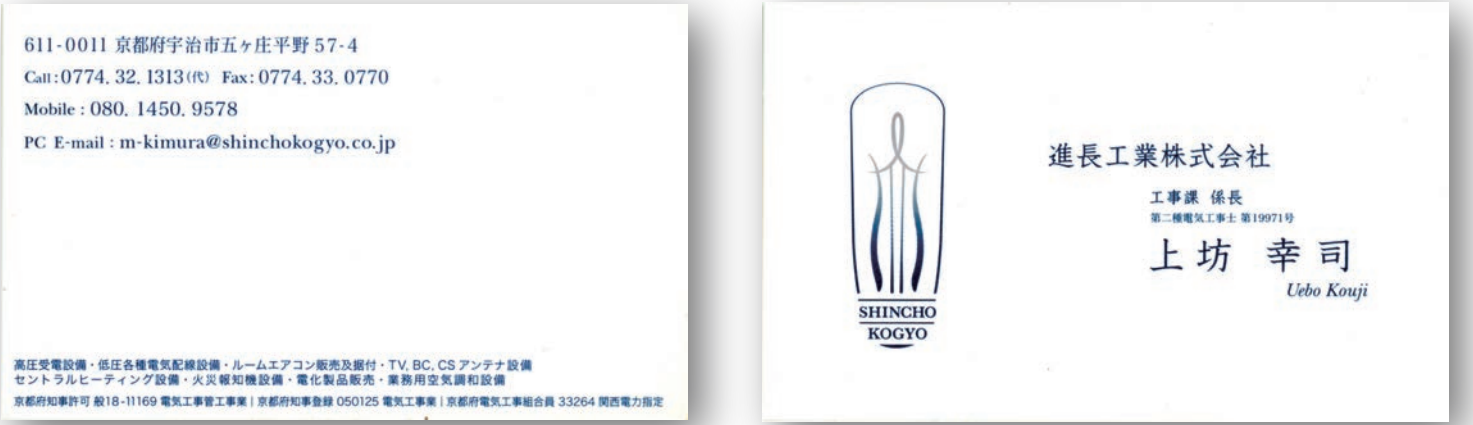
角型 2 号



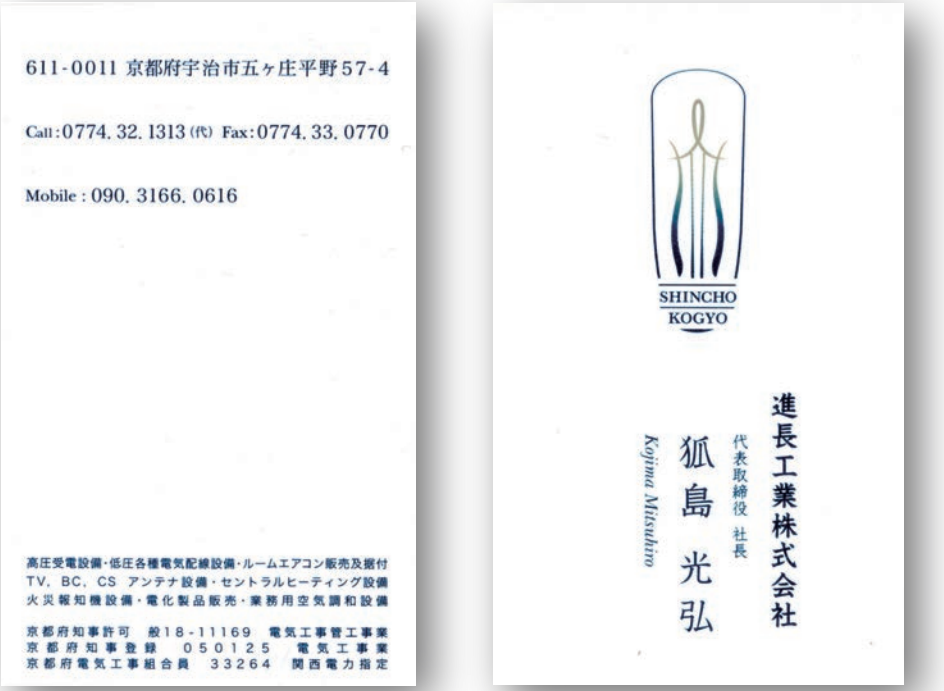
長型 3 号

名刺 COLOR : 2/1(社長名刺のみ3/1 エンボス加工)
SIZE : 91 x 55mm
紙 : ヴァンヌーボスムース180kg

社員名刺、役員名刺、社長名刺の3種



社員名刺



役員名刺

社長名刺

ウェルカムボード
SIZE : 410 x 290mm
MATERIAL : アクリル板、塩ビ板、金箔、羽根
ポリカ皿ネジ、ナット、アクリル絵の具
インクジェット用マット紙、金属粉

招待状
SIZE : 95 x 160mm
MATERIAL : アクリル板、塩ビ板
アクリル絵の具、羽根
マスキングテープ、金属粉
ヴァンヌーボVホワイト130kg

JOB TITLE : 結婚式ウェルカムボード、招待状
DESIGN FOR : Jiro, Misato & Kenichiro Yoshikawa
ART DIRECTION : Hulynique design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique design（九里 法生） & 箱崎 恵子

フローリストの新婦。パーティーのドレスコードは「flower」。
招待状は温かみある手触りの紙に印刷。これと羽、金属粉をアクリル板と塩ビ板で挟みました。
マスキングテープの封を空けると、招待状を封入する時に紛れこんだ、綺麗な鳥の羽根とキラキラ光る粉がこぼれます。パーティー会場がどんな非日常的な空間なのか、想像を喚起する演出です。
招待状を受け取った来賓の方々を迎えるウェルカムボードは、招待状と同じくアクリル板を用い、招待状との物語的連続性と会場の雰囲気を作りました。透明と不透明な素材で表情に変化を出し透明アクリル部分は複数層のレイヤーで奥行きを表現。透明レイヤーに封入する素材も招待状と同じく羽と金属粉を使い、爽やかさと女性的な繊細さや軽やかさを表現しています。

招待状 外観

招待状 開封時

OUR PRODUCTS

JOB TITLE : Wekcine board
CREATIVE DIRECTION : Hulynique Design（九里 法生）
DESIGN : Hulynique Design（九里 法生）
MATERIAL : アクリル、紙、羽、金属粉、アクリル絵の具
SIZE : 582mm × 360mm × 8mm
PRICE : ￥49,000（税別）（ブーケは含まない）

ブーケを装着出来るウェルカムボードです。会場装花と相まり、会場内との一体感が増しパーティーの導入として強く機能。ブーケを持ち新郎新婦が入場する際、ご来賓の方々へのサプライズとしても喜ばれています。
4 色のカラーバリエーション、2 種の台紙を選べ、オリジナルメッセージを入れられる仕様ですので、会場やドレス、ブーケに合わせ幅広い演出が出来ます。

主なお取り扱い先 :
ホテルグランヴィア京都、エクシヴリゾート京都 八瀬離宮 .etc

Introduction

お祝いに来て下さる皆様を、初めにお迎えするウェルカムボード。

これからどんな 1日が始まるのか、予感させてくれます。

Colour

この日の為に作り上げてきた、思い入れたっぷりの会場。

そんな特別な空間の入口にふさわしい顔を。

デザイナーがご用意した 4種のお色からお二人にぴったりの色を。

Flower

皆様をお迎えしたウェルカムボードのお花、実は新婦のブーケ。

パーティーの入口と会場を繋ぐだけではなく

新郎新婦の登場では、皆様が驚く演出に。

※ブーケは料金に含まれておりません。会場のお花屋さん等にご注文して下さい。

Message

お二人の気持ちをしっかりと届けたい。

お選び頂ける 2種の台紙とオリジナルメッセージで

日頃の、今日の、これからの感謝の気持ちをお伝えします。