



# 株式会社ライター

- 編集・コンテンツ系実績資料 -

EDITORIAL / CONTENTS

# 社史関連

弊社が「編集・取材・執筆等」一式を担当

# 日本ロレアル株式会社 (全76ページ)

L'Oréalグループにおける日本法人の50周年社史。ステークホルダーの他、美容室やコスメ売場などお客様にお読みいただくことも想定。グローバル・タグライン「QUEST FOR BEAUTY」に掛け、全7章立てで各内容に合わせ「QUEST FOR ○○」という切り口で編集した。



QUEST FOR  
CHALLENGE — PAGE 05-07

QUEST FOR  
JAPAN — PAGE 09-13

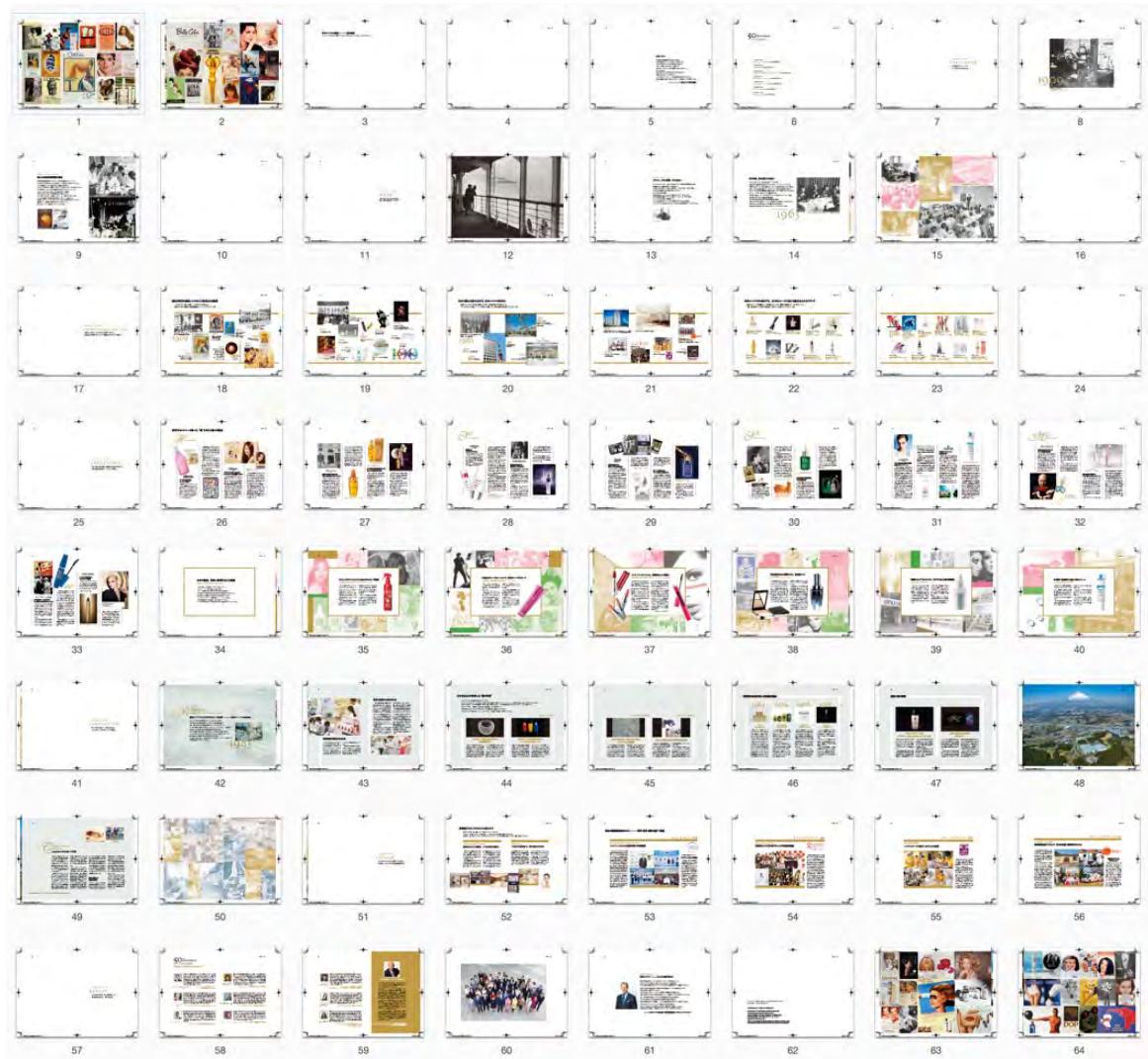
QUEST FOR  
UNIVERSALIZATION — PAGE 15-21

QUEST FOR  
EXCELLENCE — PAGE 23-38

QUEST FOR  
INNOVATION — PAGE 39-48

QUEST FOR  
FUTURE — PAGE 49-54

QUEST FOR  
BEAUTY — PAGE 55-59



# 日本フルハーフ株式会社 (全144ページ)

グローバル展開の中でも、日本法人の50周年社史。

米国で1914年の創業から引き継ぐ「DNA」を7つ設定し編集。

7つのDNAをキーワード化し、その言葉に歩みや功績を合わせて表現した。



**THE ROAD TO NEXT50  
NIPPON FRUEHAUF**

## 日本フルハーフ の「7つのDNA」

50年の歩みの中で形成された、日本フルハーフならではの強みや能力。先人たちの知恵や想いの詰まったその「DNA」を、次なる50年につなぐこと。それが、本誌「THE ROAD TO NEXT50」の使命だと考えています。

【7つのDNA】の原点となるもの

- フルDNA - 基点 ..... 006
- 日本フルハーフの誕生 ..... 008
- ハンス・ティーデマンの歴史 ..... 010

プロンティアスピリット

- 日本フルハーフの誕生 ..... 014
- パートナーカントリー ..... 016
- 市場に適応する開拓精神 ..... 018
- 全国に拠点を張る ..... 020

進化への誓い

- 全員で動く人材の「改善活動」 ..... 068
- 独自に開拓した「OES」 ..... 070
- 「フルハーフのこだわり」ISO ..... 072
- 特許登録による技術革新 ..... 074
- 全業に亘る柔軟性 ..... 076
- 「グループ企画、ネットワーク」 ..... 078
- 日本フルハーフの最新「販売・サービス拡大」 ..... 080

結束する心

- 「彼らのいる環境づくり」 ..... 084
- 日本フルハーフを花開かせた「社員会」 ..... 092
- 「アーバン・リサイクル」 ..... 094
- 「OES」の由来は永遠 ..... 096
- 駆からず進がれるフルハーフ魂 ..... 098

PROLOGUE DNA 1 DNA 2 DNA 3 DNA 4 DNA 5 DNA 6 DNA 7

実現への情熱

- 独自で開拓した「パートナーカントリー」 ..... 024
- オガスト・フルハーフの意志を継ぐ「トーラー」 ..... 032

創造の野心

- 世界のシェアを誇った「コンテナ」 ..... 042
- 美術工芸品輸送用の「フレイト」 ..... 050
- 豊かな運び「品質管理室」 ..... 058
- 外部取引で「ターン-overリフター」 ..... 062

感動の共鳴

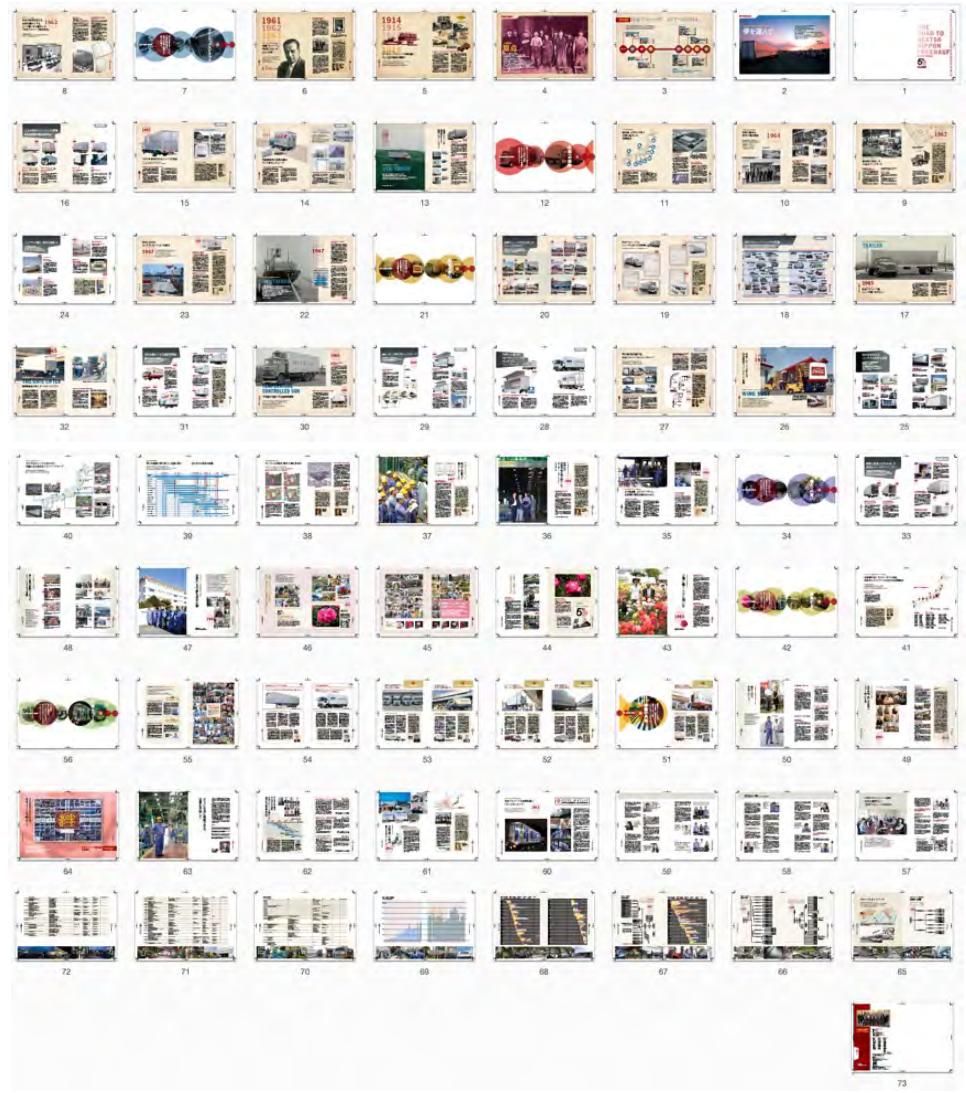
- 山間敷設 ..... 101
- 海岸沿い ..... 102
- 日本新幹線 ..... 103
- 名船運搬 ..... 104
- 日本初のクライマース橋 ..... 105
- 日本初のドリームブリッジ ..... 106
- いよいよ世界 ..... 107
- 日本フルハーフ労働組合、厚木監力会 ..... 108
- 日本フルハーフ50周年記念 ..... 109

未来をつく力

- 「50周年プロジェクトメンバー発表会」 ..... 112
- コンテナの「彼ら」育てる ..... 118
- 「アーバン・リサイクル」 ..... 120
- いよいよ世界 ..... 122
- 代行取締役社長 上野晃弘の誓葉 ..... 124
- 代表取締役社長 上野晃弘の誓葉 ..... 126

【企業資料】

- グローバルネットワーク ..... P-128
- 組織の変遷 ..... P-129
- 略代役員一覧 ..... P-133
- 会社の変遷 ..... P-136
- 会社年表 ..... P-138
- 貢献 ..... P-144



# デュポン株式会社 (全80ページ)

米国で1802年に創業、日本法人の50周年社史。

「難しくない社史」という依頼で時系列で史実とエピソードを紹介。

デュポン社副社長をチームリーダーに、若手社員達と制作。

## What I Am Most Proud Of...

04

第一章 | 1802～1960 黎明期 06

第二章 | 1960～1965 磚石を築き始動 12

第三章 | 1965～1983 自らの成長に高鳴る鼓動 20

第四章 | 1983～1991 注目された日本、輝ける飛躍 36

第五章 | 1991～2002 苦しい時代にチャレンジングな仕掛け 48

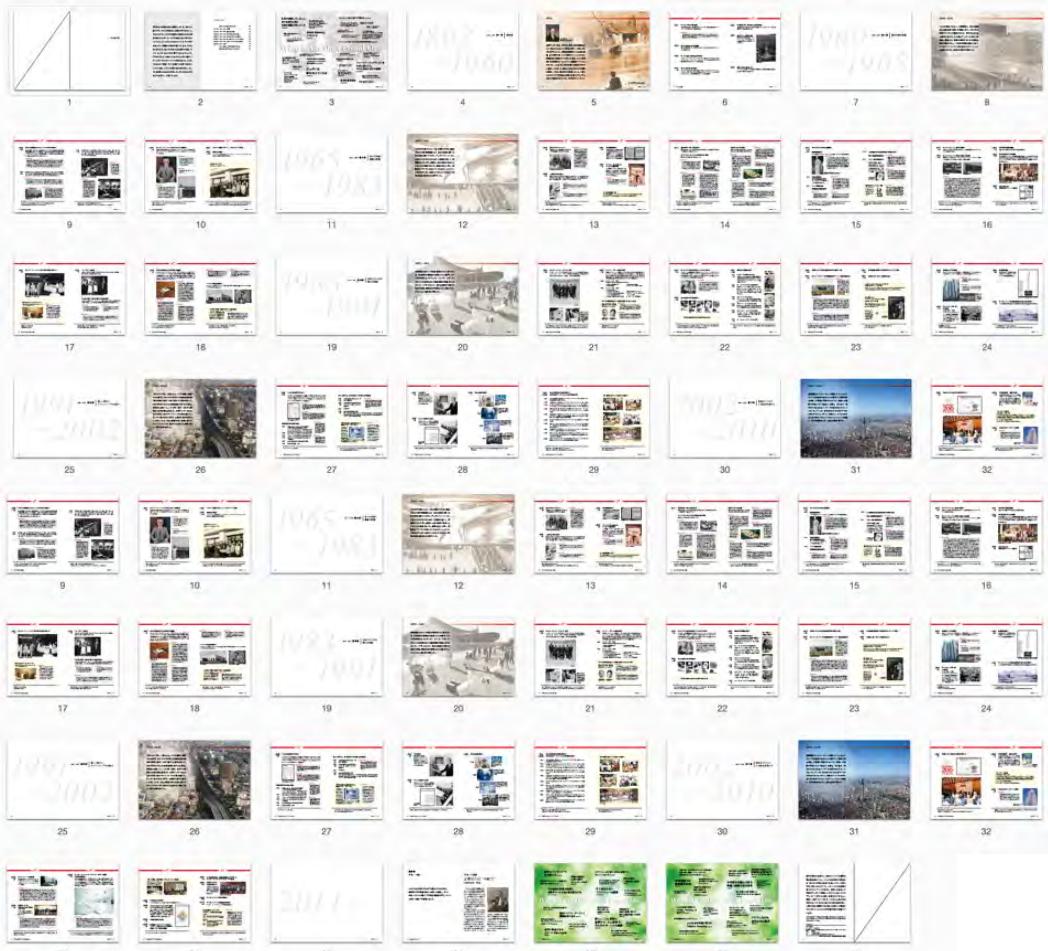
第六章 | 2002～2010 変貌をつづける21世紀を先導する 58

最終章 | 未来への願い 70

未来への提言～代表取締役社長 天羽 稔～ 71

## What We Will Be Most Proud Of...

72



**HERZ** (全112ページ)

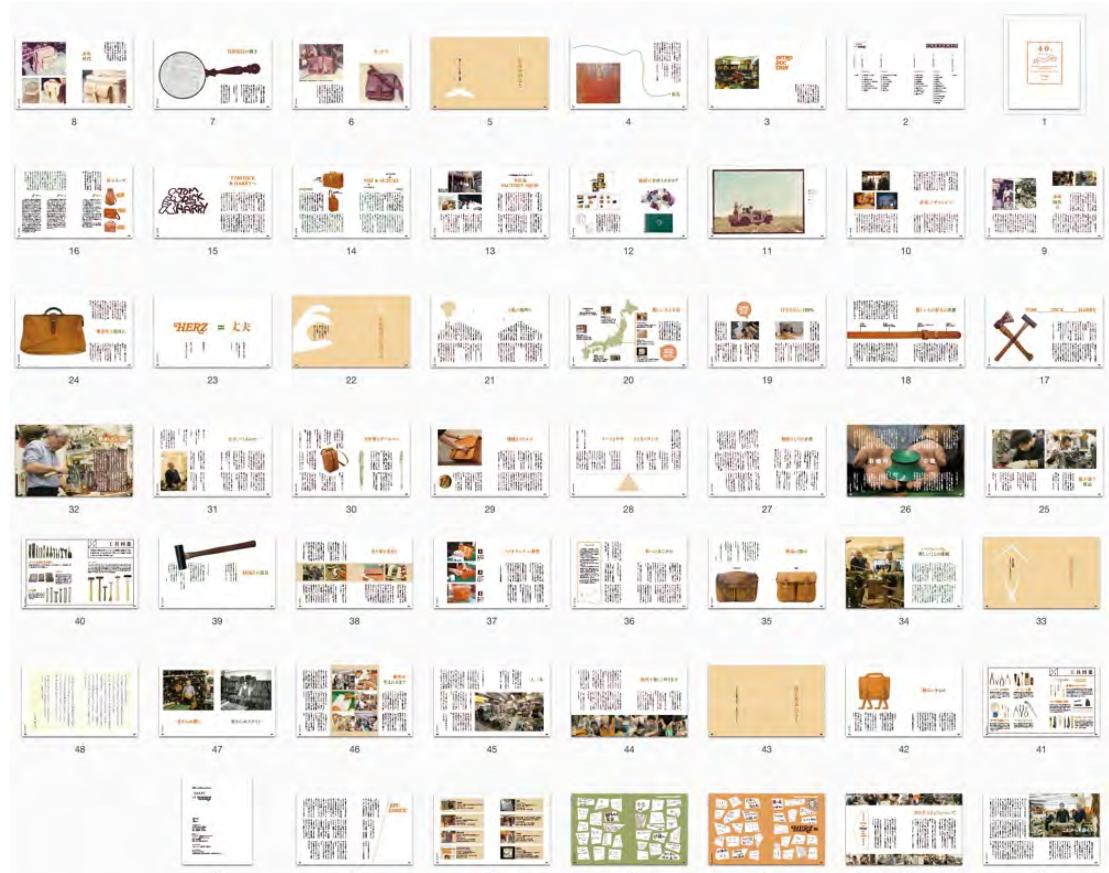
表参道にあるレザーブランド「HERZ（ヘルツ）」40周年ブック。

社史的内容ながらもブランドを体現する自由な誌面構成で、

1見開き毎に短編読み切りとして、どこを開いても歴史や想いが感じられる編集に。



HEART of HERZ		C   O   N   T   E   N   T   S					
		0		0		0	
		6	8	6	4	2	8
E	C	C	H	C	H	C	H
P	H	H	A	H	A	H	A
I	A	A	P	A	P	A	P
L	P	T	E	T	E	T	E
O	T	E	R	E	R	E	R
G	E	R	3	R	2	R	1
U	R	R	4	R	2	R	1
E	U	U	4	E	2	E	1
						INTRODUCTION	
HERZのこと		かばんのこと		かんがえていること		おみせのこと	
108 奥付	086 国内で楽しくくります	066 いつまでも、新しいことの連続	044 HERZ = 丈夫	010 キックオフ	006 原文		
	088 一人一本	068 商品の深み	046 愛着ある道具に	012 「HERZ」の誕生			
	090 新作が生まれるまで	070 革へのあこがれ	048 血が通う製品	014 忠告時代			
	092 変わらぬスタイル 変わらぬ想い	072 メンテナンス・個性	050 有機的な鞠	016 忠告時代II			
	096 これから語らう	074 索と革と金具と	052 館主としての矛盾	018 必死=チャレンジ			
	098 作手スタッフについて	076 HERZの道具	054 アートとデザインとバランス	022 最近の手作りカタログ			
	100 What is "HERZ" for the staff?	078 工具図鑑	056 機能とフォルム	024 本店 & FACTORY SHOP			
	104 店舗情報	082 鞄はきもの	058 万年筆とボールペン	026 NEZ & SUZUKI			
			060 なぜ、つくるのか	028 TOM DICK & HARRYへ			
			062 継承したいこと	030 Wシリーズ			
				034 新しい人の好きの近藤			
				036 任せやから、100%			
				038 新しい人とお店			
				040 1番の場所に			



# コンセプトブック関連

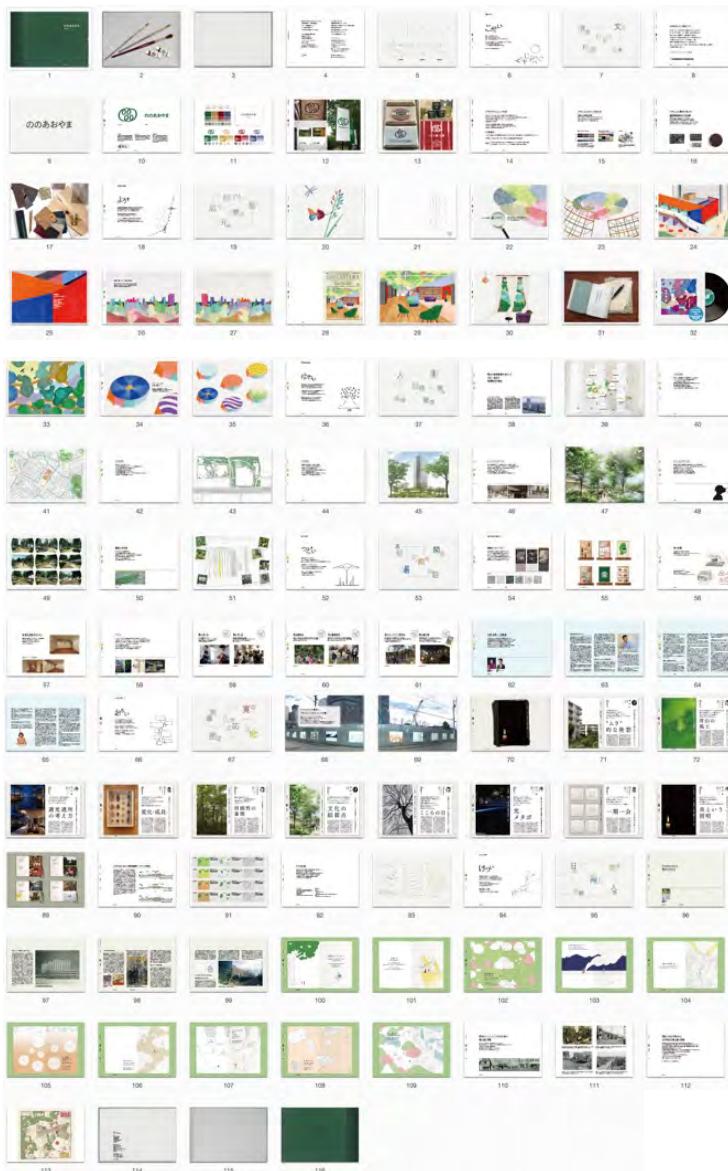
弊社が「編集・取材・執筆等」一式を担当

# ののあおやま (全116ページ)

表参道・神宮前・外苑前をまたぐ広いエリアに誕生した、  
商業施設や住居棟と同時に、自然の循環を体現する“森”を創出した「ののあおやま」。  
隈研吾氏をはじめプロジェクトに関わった各分野のスペシャリストと共に、  
プロジェクトや場を紹介するコンセプトブックを制作。  
スケッチブックをモチーフに表紙を捲ると未来予想図からスタートし、  
ページが進むほどに過去が描かれてゆき、  
最後は江戸時代の青山地域の記憶で締めくくっている。



ののあおやま



# 次世代郊外まちづくり 横浜市×東急 (全120ページ)

横浜市と東急電鉄、そして地域住民が一つになって、

横浜市青葉区美しが丘で行ってきた『次世代郊外まちづくり』。

その軌跡を「7つのアプローチ」として実績とノウハウを織り交ぜて編集し、他の地域においても具体的なアクションの参考になるように制作。



## INDEX

### 1 課題を共有する

現状の分析・課題を把握する①～⑤

6

### 2 チームを立ちあげる

包括協定に先駆けて研究会を発足  
想いを一つに手を組む（協定を締結）

18  
20

### 3 みんなを巻き込む

モデル地区を選定する  
横浜市青葉区たまプラーザ駅北側地区とは？  
住民を説くキックオффフォーラム  
住民の“思い”を知る「アンケート」  
まちの“状況”を知る「アンケート」  
まちづくりをスムーズにする“ヒアリング”的実施  
まちづくりワークショップの開催  
第1回まちづくりワークショップ  
第2回まちづくりワークショップ  
第3回まちづくりワークショップ  
第4回まちづくりワークショップ  
第5回まちづくりワークショップ  
まちづくり講座「たまプラ大学」の開催

26  
28  
30  
32  
34  
36  
38  
40  
44  
50  
54  
58  
64

### 4 ビジョンをつくる

“目的”を定める  
目標す“まちの将来像”を描く  
コミュニティ・リビング・モデル  
チームの指標「基本構想」を定める

72  
74  
76  
78

### 5 活動をつくる

住民創発プロジェクト  
住民の活動を支える仕組みと場づくり  
子育てタウンミーティング  
次世代を担う人材育成  
暮らしをもっと豊かにする部会の促進

86  
88  
90  
92  
96

### 6 活動をつづける

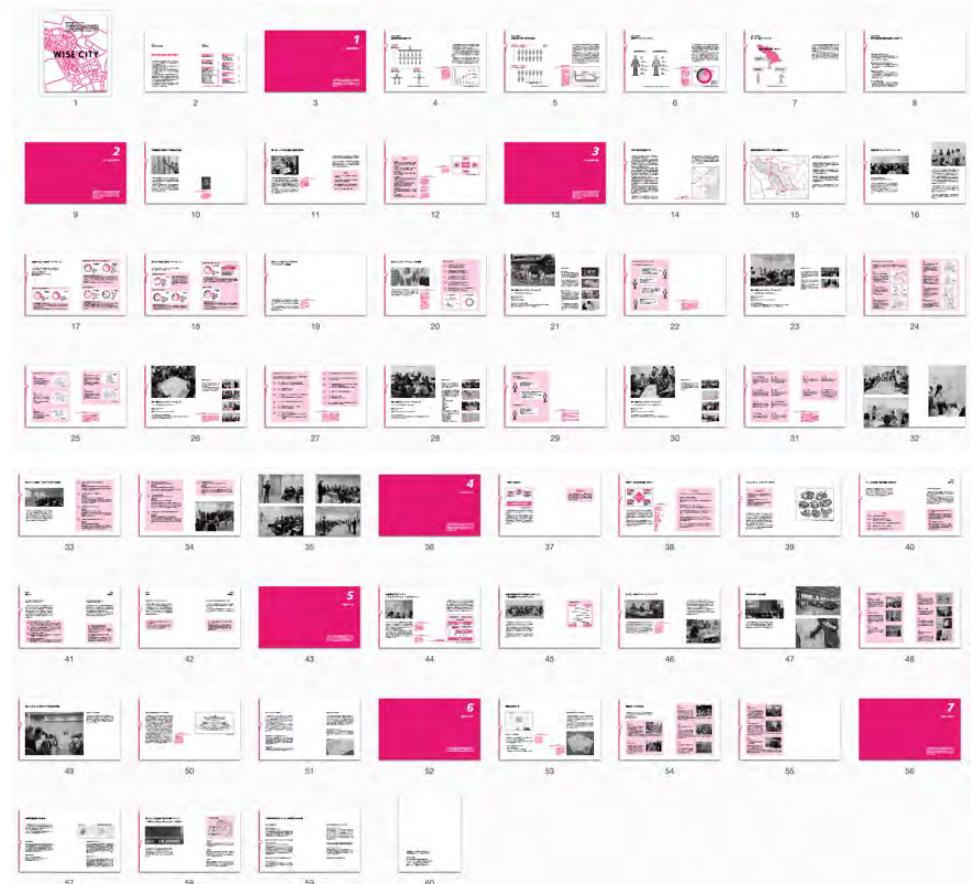
情報を発信する  
活動をつづける団体

104  
106

### 7 未来につなげる

企業社宅跡地での再生  
まちづくりの拠点となる共創スペース  
「次世代郊外まちづくり」国内外からの注目

112  
114  
116



# JR東日本「東京感動線」(全96ページ)

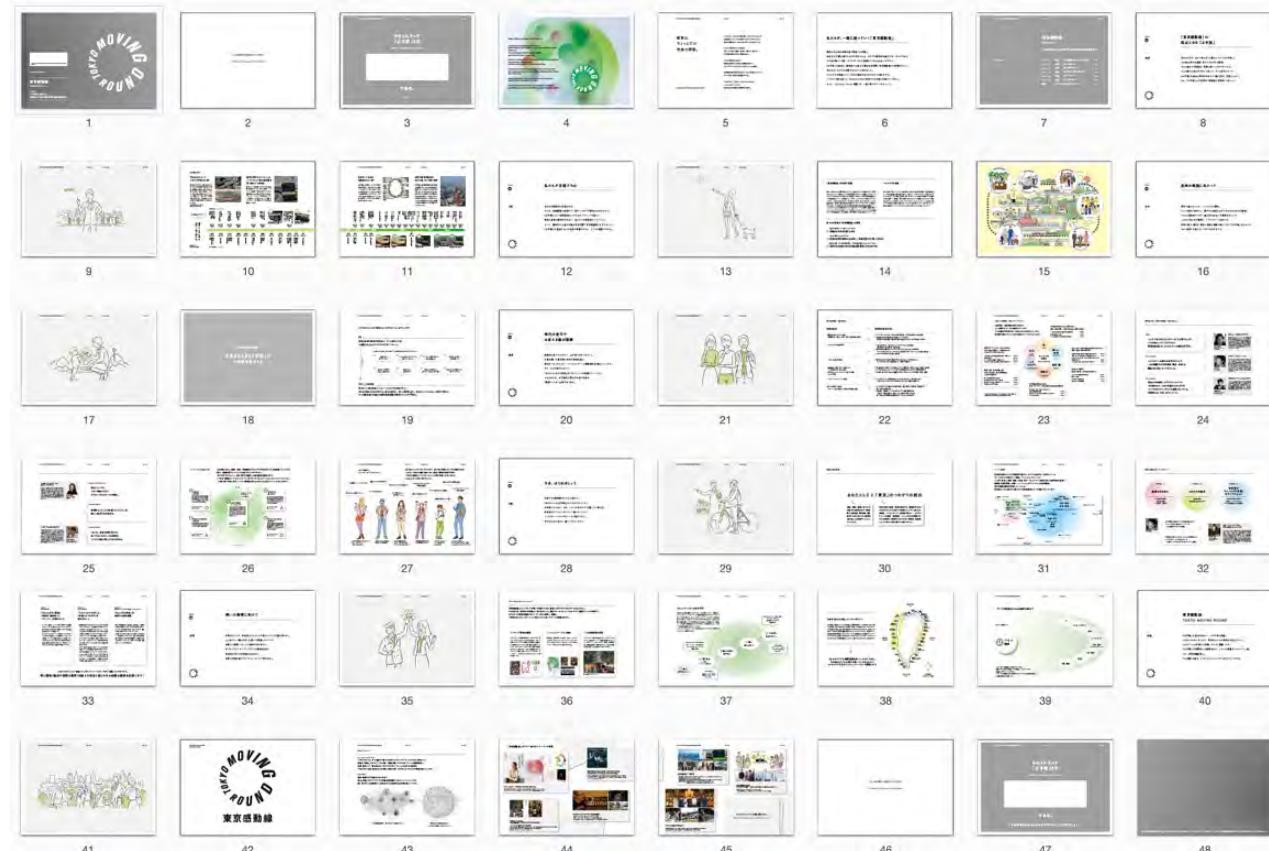
山手線の駅=点をつなぎ線にし、さらに駅からエリアを広げて面へと展開。

そのプロジェクト「東京感動線」のコンセプトや取り組みを紹介。

山手線の歴史や価値を再確認しながら、

「6つのアクション」として具体的な行動を示し、

誰もが参加しやすくなるように編集・制作。



# TOKYU VISION BOOK (全48ページ)

「東急」がこれからどのような方向に向かっていくのかを示す本。  
これまでの歴史を紐解きながら、現在の課題や時代の変化に合わせ、  
何を目指し、創造していくのかを紹介。

ミッション 都市経営とは 新規事業の発展

CHAPTER 1 - MISSION 都市経営を目的として

## 田園都市株式会社 1918年～

1918年に日本の近代木造の父・渋沢栄一が、郊外住宅地の開発・販売を手がける会社として設立しました。都市の住環境悪化などの社会課題に対して「田園都市構想」ヒューリック、良質な住宅や生活インフラを提供、また鉄道による運動という新たな需要も創造し、日本における田園都市のモデルとなりました。田園都市につき先足・多摩川・大岡山の開拓を行いました。

### 渋沢栄一の言葉

“都会が窮屈されはすほど、自然の要素が人間生活からぬけていく、自然の要素が欠如する結果、社会生活者は、道德上、肉体上、各種の形態を失へることはいうまでもない。不健康となり、活動力は弱り、神経筋肉患者が増加し、不育青年が輩出するのもこの結果である。これは大都會生活者の君ごとを得ない一大公敵である。東京市も本市を造つて、この弊害が改善となリつつある。この弊害から社会人士を教訓し、健康にして明快な家庭生活を営ませる。これが田園都市の設立目的であり、理想であった。”



### 社会背景

田園都市構想の背景には、当時の都市が抱える課題がありました。

人口増加 東京は急速な人口増加の中で、市民の住宅不足が深刻な問題として挙げられていました。

関東大震災 1923年に発生した関東大震災により、都心の住居が著しい被害に遭い、郊外へのスプロール化が進行していました。

08

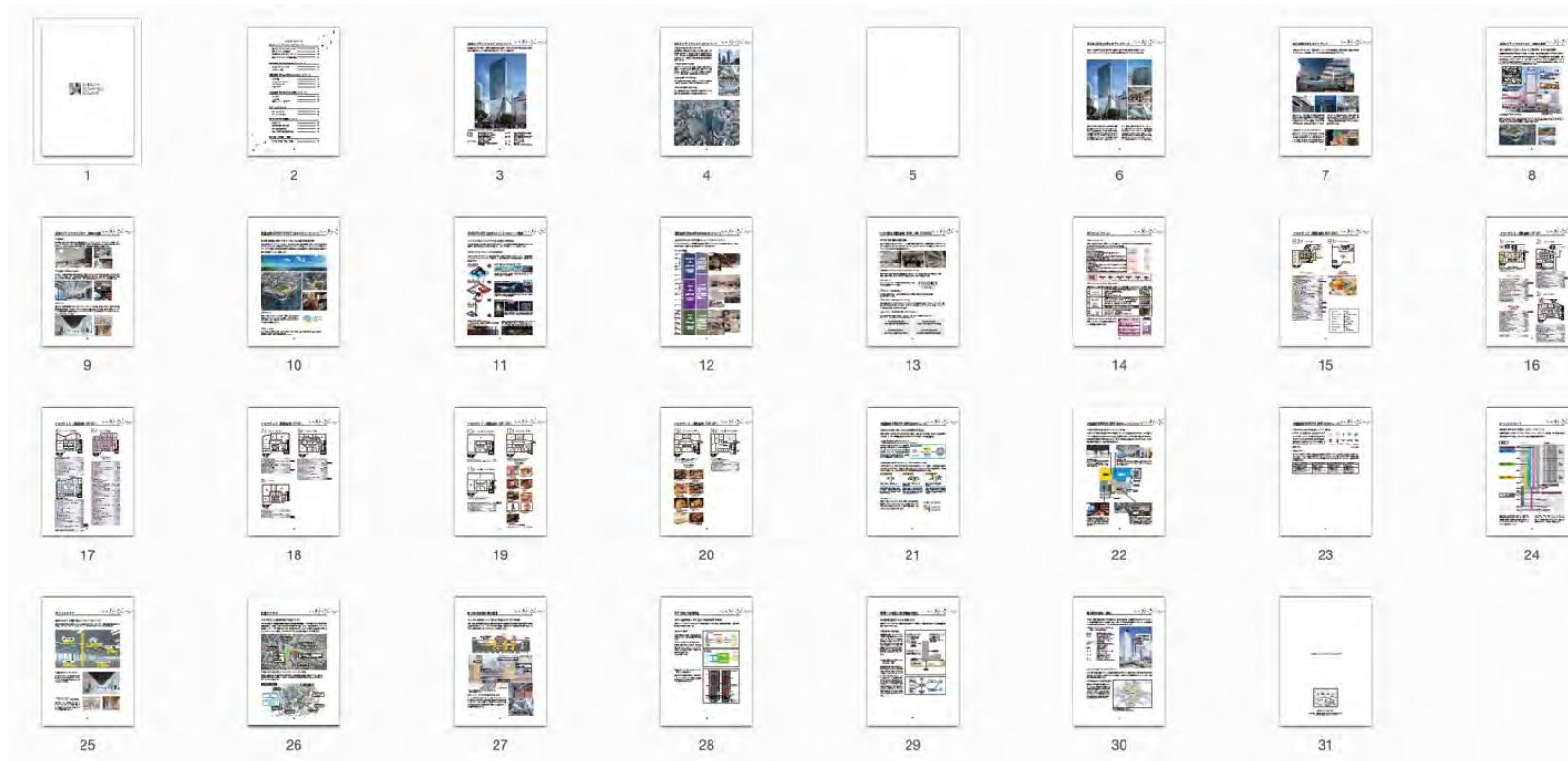


## 渋谷スクランブルスクエア (全32ページ)

渋谷スクランブルスクエアとは、どのような場なのか。

どんな価値や魅力を有しているのか。

主にテナントに向け情報を発信するブック。



# 「奏の杜」ブランドブック (全56ページ)

千葉県・津田沼エリアに誕生した新しいまち「奏の杜（かなでのもり）」。

この土地の記憶から、まちがどんな想いでどのようにつくられ、  
これからの中未来にどのようにつながってゆくのか、一つの物語として編集。



# 家庭の食育 (全200ページ)

料理研究家の服部幸應さん監修の雑誌『家庭の食育』。

基礎編・実践編・現場レポート編の3本柱で編集し、

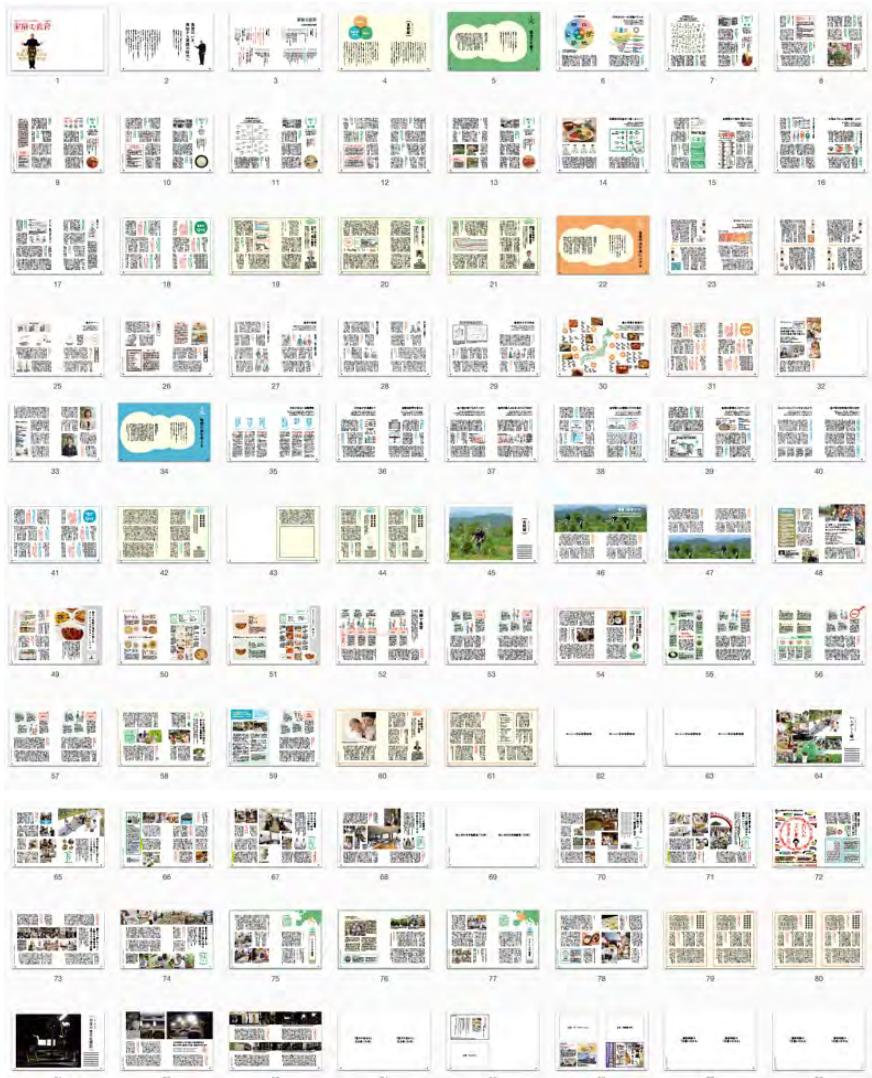
「食育の意義・基礎」や「各分野の専門家の見識」などをまとめ、  
未来を担う人を育てるここと、そして食の大切さを詰め込んだ内容に。



## 家庭の食育

### CONTENTS

001	開拓からの食育へ
002	食育「三つの柱」
003	選食力
004	基礎編
005	1. かきりー＆栄養バランス
006	野菜、米、果物
007	米
008	果物
009	野菜
010	内肉
011	伝統的な食文化「魚くルシード」
012	食育の「基礎」(題はば)
013	「食育」(題はば)
014	内肉が日本を守る、女性の「疫病予防」
015	食育問題を争って健康増進
016	夫婦で食育
017	生ごみリサイクル
018	野菜づくり
019	夫婦で食育
020	カントン・ピザ
021	&カレー「レシピ
022	食作法
023	6つ「してく」
024	【実践編】
025	家族で野菜づくり
026	生ごみリサイクル
027	野菜づくり
028	夫婦で食育
029	カントン・ピザ
030	&カレー「レシピ
031	食育「三つの柱」
032	【現場レポート編】
033	食育「三つの柱」
034	生ごみリサイクル
035	野菜づくり
036	夫婦で食育
037	カントン・ピザ
038	&カレー「レシピ
039	食育「三つの柱」
040	【日本の食文化探訪!】
041	ヤマキ御用風
042	ジャーナリスト・エヌヌク2013
043	第三回「アーチコロニア・太陽のマルシェ」
044	イタリアの食
045	フランスの食
046	文部科学省 厚生労働省 内閣府
047	市長会
048	おすすめ書籍&絵本
049	クレヨンハウス
050	ひらへん用語解説
051	田舎の生活
052	キコーン・田舎授業 ショウガ塾
053	スラバヤの食
054	田舎の生活
055	キコーン・田舎授業 ショウガ塾
056	田舎の生活



# ANA CUSTOMER EXPERIENCE BOOK (全48ページ)

全日空をご利用いただく「お客様の体験」にフォーカスしながら、  
ANAが「旅」の始まる前から終了後にまでどのように寄り添っていけるのか、  
そのストーリーを体感できるブック。



# 大阪絢爛未来鑑（全56ページ）

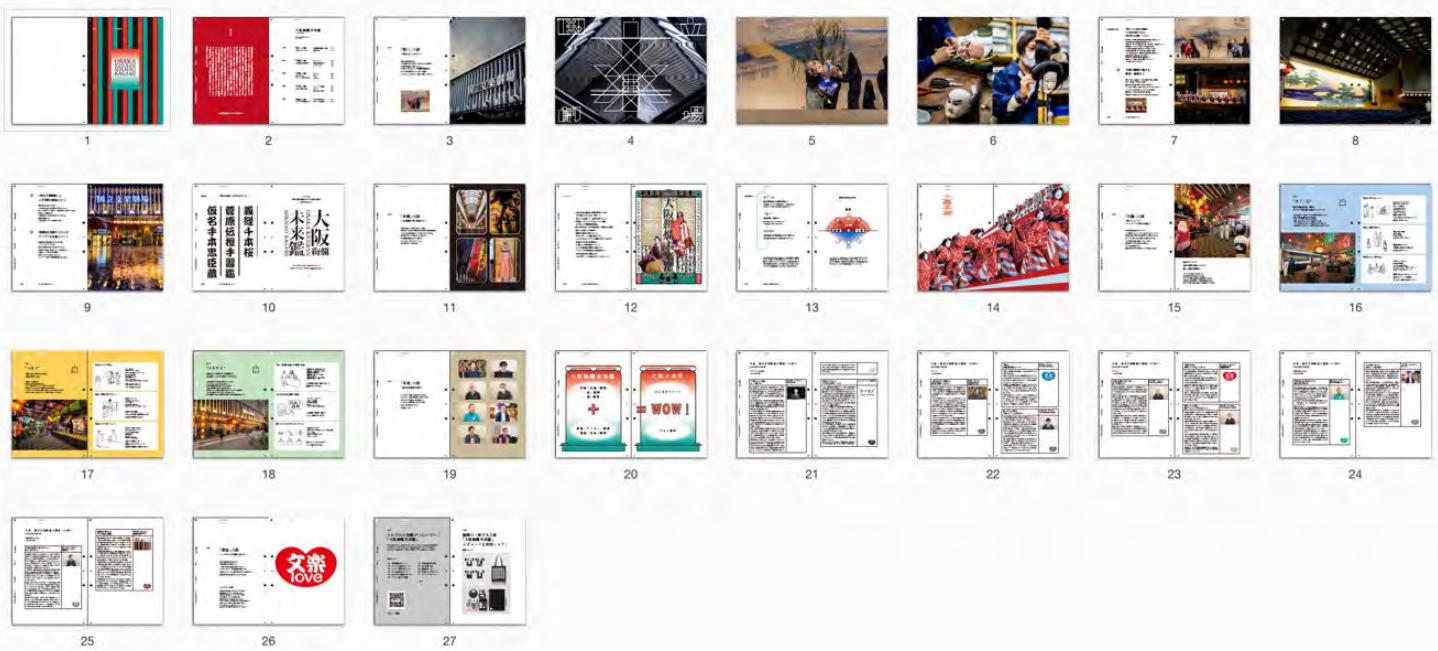
文化庁が中心となって推進している、大阪発祥の伝統芸能「文楽」をはじめ、上方芸能全体を振興・発展させていくプロジェクト「大阪絢爛未来鑑（おおさかけんらんみらいのかがみ）」。プロジェクトへの想いや取り組みを紹介しながら、改めて伝統芸能の魅力に出逢うコンセプト&ブランドブック。文楽では劇の物語を「〇〇の段」と呼ぶため、それに合わせ各章を「〇〇の段」とし、プロジェクト自体を一つの新しい物語として編集。

**大阪絢爛未来鑑**

コンセプトブック

Osaka Kenran Miraino Kagami  
Concept Book

一段目	「想い」の段 ～気持ちを一つにする～	「大阪絢爛未来鑑」の目的 名称の由来	P12 P18
二段目	「共感」の段 ～文楽振興と共に推進する～	ステートメント 大阪絢爛未来鑑とは キービジュアル	P22 P24 P26
三段目	「行動」の段 ～新しいエンターテインメントに向けた進化～	はぐくむ つなぐ ひろげる	P30 P32 P34
四段目	「未来」の段 ～描き出す理想の未来～	プロジェクト関係者 スタッフ 文楽に縁のある方々	P40 P42 P46
五段目	「参加」の段 ～一人ひとりが役割を演じる～	いろいろな参加方法 ロゴマークの活用法	P52 P53

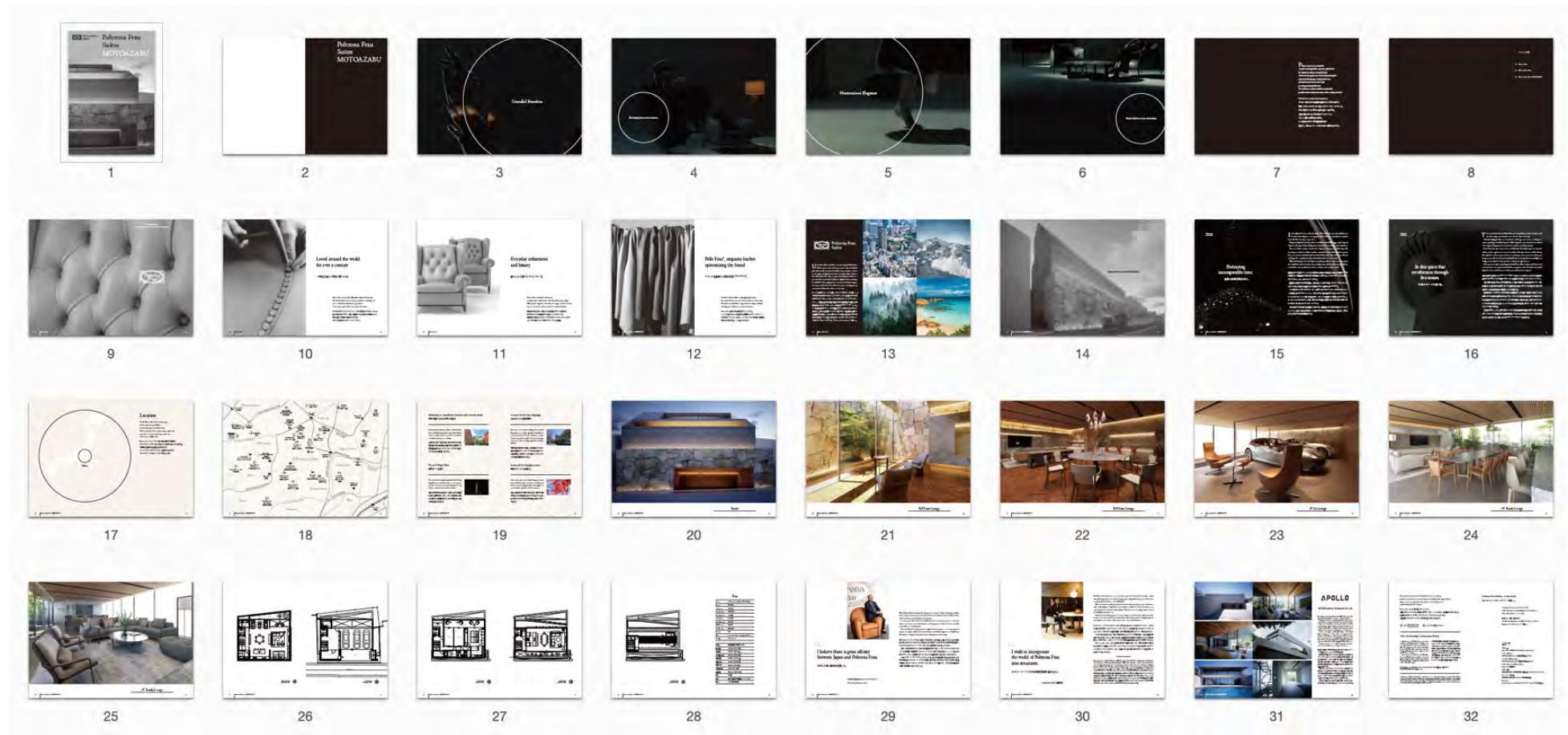


# 「Poltrona Frau Suites」ブランドブック (全64ページ)

イタリアの高級レザーブランド「Poltrona Frau」が建築家・黒崎敏と手を組み、

東京・元麻布にハイエンドな住空間を創出。

ブックには実際のレザーも挿入し、空間の雰囲気を「感じる」ことができる本に。



# PHASE FREE

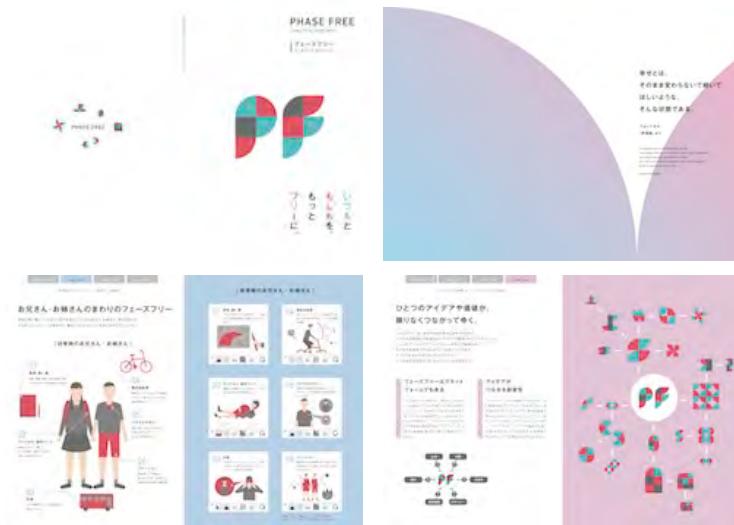
いつも愛用しているモノ・コト・サービスなどが、もしものときにも安心や安全を守ってくれる。

そんな、いつも・もしものフェーズをフリーにする「フェーズフリー」。

フェーズフリーのブランドづくりや、認知・理解を促進する、

コンセプトブックやデザイン事例集、ブランドブックやフェーズフリーアワードレポートなど各種ツールを制作。

## ■コンセプト&ガイドブック



## ■フェーズフリー認証ブランドブック



## ■フェーズフリーデザイン事例集



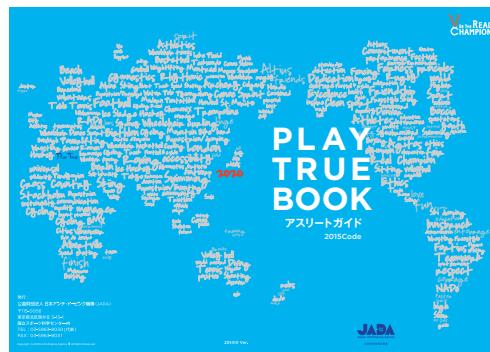
## ■フェーズフリーアワード／フェーズフリージャーナル



# 日本アンチ・ドーピング機構（JADA）

プロからアマまですべてのアスリートが読んで学ぶブックや、アンチ・ドーピングを啓蒙するツール。

## ■「PLAY TRUE」アスリートガイド

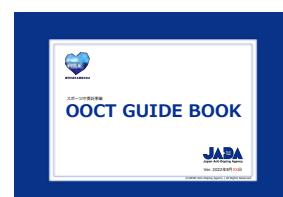


## ■「FAIR PRIDE」アスリートインタビュー



An interview spread featuring two athletes. On the left, a male athlete (Matsuura Taro) is interviewed with the headline '結果的に自分の評価を下げることにつながるから' (It leads to a decrease in one's own evaluation). On the right, a female athlete (Ishida Maki) is interviewed with the headline '周りの人々に支えられ、自分の力で強くなったことを証明したいから' (Supported by those around me, I want to prove that I have become stronger with my own power). Both interviews include quotes and photos of the athletes.

## ■「OOCT」ガイドブック



## ■LEAD DCO集合研修会報告書



# コンテンツ関連

# コンテンツ制作

会報誌・企業誌・社内報・雑誌などにおけるコンテンツ制作

## ■会報誌

企画立案から編集・取材・執筆まで。ミサワホーム「MISAWA OWNER'S magazine」、三井不動産「LOOP LIFE」、セキスイハイム「classmate」「ハーモネート」、日産自動車「CARWINGS」などの会報誌制作。



## ■カタログ

カタログの巻頭企画や記事制作。セブン-イレブンやアスクルなど。



## ■オウンドメディア・企業誌・社内報

企画編集・取材インタビュー（一部撮影）・執筆を手がける。  
「宝ホールディングス／宝酒造」「無印良品」「SI&C」など。



## ■雑誌

記事の編集・取材・制作を手がける。（すべて署名記事）



## コンテンツ制作

### ○オウンドメディア／事例紹介系

取材編集・記事制作、撮影（一部）

#### ■無印良品（良品計画）



#### ■宝ホールディングス／宝酒造



#### ■乃村工藝社「未来創造研究所」



#### ■EWM Japan / dof



#### ■日本山岳・スポーツクライミング協会／日本アンチ・ドーピング協会



#### ■東京都 スポーツ推進／健康経営



#### ■SI&C



#### ■セレモ



## コンテンツ制作

### ○ミサワホーム「ミサワ・オーナーズ・クラブ」

特集記事の企画・編集、タイアップメーカー様の取材記事、日本全国のお宅訪問レポートなど。



## コンテンツ制作

○セキスイハイム会報誌「classmate」「ハーモネート」

特集記事の企画・編集や記事執筆など。



## コンテンツ制作

### ○フェーズフリー・ジャーナル

記事の企画・編集構成・取材編集・撮影・記事制作（署名記事）

[https://jn.phasefree.net/cate\\_special/interview/](https://jn.phasefree.net/cate_special/interview/)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

機能だけではなく、"感情的な満足"を『フェーズフリー』に

株式会社FEEL GOOD CREATION 代表取締役  
玉井 美由紀さん

2024.12.25 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

テクノロジーの力で、いつもともしもに寄り添う可能性を広げる

有限会社 zmag design (ツマグ デザイン) クリエイティブ・コミュニケーションズ CEO  
根津 孝太さん

2024.12.04 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

時間的にも空間的にも、"あっちこっち"をつくらないことが大切

株式会社 マウントフリー＆カスタムスタジオ 代表取締役社長  
土屋健次郎  
株式会社 沢井工業大学教授  
唐田 真宏さん

2024.12.16 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

一人ひとりそれぞれの『フェーズフリー』を楽しむ

アカウンター  
武田 真一さん

2025.01.08 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

コストからバリューに変える『フェーズフリー』の価値観が、社会課題を解決していく

株式会社フォース・マーケティングマネジメント  
岩田 彰一郎さん

2024.12.18 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

みんなで助かる『フェーズフリー』を育て発信していく

熱戸アナウンサー/環境省アンバサダー  
奥村 京津美さん

2025.01.22 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

『フェーズフリー』はさらに、オープンイノベーションが重要になる

株式会社三度総合研究所 コーポレート部門担当副室長  
須崎 彩斗さん

2024.11.20 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

『フェーズフリー』はマジックワード

兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科 教授  
阪本 真由美さん

2024.11.27 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

個人的・主觀的・暫時的なことにアプローチしていく

社会活動家 / 東京大学 特任教授  
レジリエンスセンター・シナジー理事長  
湯浅 誠さん

2025.01.15 | [\[特集\]インタビュー](#)

JN フェーズフリージャーナル  
PHASE FREE JOURNAL

レジリエンス、サステナブルのコアには、『フェーズフリー』がある

国際大学 准教授 芦原洋子  
レジリエンスセンター・シナジー代表  
デジタルマーケティングパートナー (株式会社)  
橋井 美穂子さん

2024.09.09 | [\[特集\]インタビュー](#)

## コンテンツ制作

### ○不動産探し「athome」読み物コンテンツ

土地やエリアへの興味喚起につながる読み物サイトの制作。

The screenshot shows the homepage of the 'athome' website. At the top, there's a search bar and navigation links. Below the header, there are two main sections: 'Traditional / side' and 'New style / side'. Each section contains several property listings with small thumbnail images and brief descriptions. The 'Traditional / side' section includes categories like '由緒あるブランドエリア' (Area with historical brand areas) and '新興ブランドエリア' (New emerging brand area). The 'New style / side' section includes categories like '由緒あるブランドエリア' (Area with historical brand areas) and '新興ブランドエリア' (New emerging brand area). The overall layout is clean and organized, designed to showcase different property types and locations.

### ○TIP.X TOKYO 「TIP.X HEADLINE」

メンバーや潜在顧客に対して情報発信するオウンドメディア。

The screenshot shows the homepage of 'TIP.X HEADLINE'. At the top, there's a banner with the title 'TIP.X HEADLINE' and a subtitle 'TIP.X TOKYOのさまざまなサービスをWebマガジンで発信するVOL.1'. Below the banner, there are several sections: 'FEATURE TOPICS' (with an article about 'ファンクショナル・トレーニングで、イキヌク。基礎づくりにチャレンジ!'), 'TIP.X REPORT' (with an article about 'TIP.Xのスタッフがお届けする最新情報やイベント情報を発信するレポート'), and 'TIP.X × CULTURE' (with an article about '東京で、星めぐるフリックスFOOD'). Each section includes a thumbnail image, a brief summary, and a '続きを読む' (Read more) link. The design is modern and professional, using a mix of text, images, and icons to convey information.

## コンテンツ制作

### ○スルガ銀行「job-labo」

いろんな職種で頑張っている人を取材し紹介。  
キャスティングからアートプロトまで全般を担う。

The Job-labo website features several sections:

- Top banner:** "花を通して心をつなげる" (Flowers connect hearts) featuring a man holding a large bouquet.
- Job profiles:** "野菜のおいしさを口まで届けたい" (Deliver the taste of vegetables straight to your mouth) featuring a woman in a chef's uniform.
- Job files:** A section titled "D-one style" showing profiles of workers like "花屋のオーナー" (Flower shop owner), "シェフエンジニアから農業の世界へ" (From chef engineer to the world of agriculture), and "良い野菜を届ける八百屋をオーナーする" (Run a supermarket that delivers good vegetables).
- Interviews:** Profiles of workers like "花屋オーナー 今野 兼平さん" and "パスタ 岡山 岳さん".
- Bottom footer:** Includes a map of Japan and links to "Home", "Job-laboについて", "メッセージ", "研究テーマ", and "働くって?".

<https://www.surugabank.co.jp/directone/joblubo/>

### ○NTT「オーガニックタウン」

食や食の安心・安全を発信する、  
日本全国"オーガニック"に関するショップ・レストラン・農家・企業を取材し紹介。

The Organic Town website has two main sections:

- Top section:** "本日の幸運" (Good fortune today) featuring a woman in a kitchen.
- Bottom section:** "食べる人に、いのちを届けたい" (Deliver life to those who eat) featuring a man in a white shirt.

Both sections include sections for "マストロ紹介" (Introducing Mastros), "地域紹介" (Region introduction), and "商品紹介" (Product introduction). The right side of the page shows images of people working in kitchens and fields, and a small portrait of a man.

[www.lwr.co.jp](http://www.lwr.co.jp)