

A large, bold, black graphic of the letter 'K' is positioned on the left side of the page. The 'K' is composed of thick, solid black strokes. The top bar is horizontal, the stem is vertical, and the two legs are diagonal, meeting at a sharp point at the bottom. The background is white, and the 'K' is partially cut off by the left and bottom edges of the frame.

KREAM

BE POP, ELEGANT & DIFFERENT

**KREAM
BY
HIROMITSU ISHII**

**Art Director /
Graphic Designer /
Photographer**

- ・ 1995 立教大学経済学部卒業。
- ・ 1997 「ELLE JAPON」エディトリアルデザイナー。
- ・ 1999 「VOGUE NIPPON」エディトリアルデザイナー。
- ・ 2001 オーストラリア／シドニーに渡り、
現地の出版社などで働いたのち、2003年帰国。
フリーランスとして活動をはじめ。
- ・ 2004 「ELLE JAPON」アートディレクター。
- ・ 2007 「ELLEgirl」アートディレクター。
- ・ 2013 「Harper's BAZAAR」アートディレクター。
- ・ 2017 広告、書籍など、幅広い分野に進出。

石井 洋光: 1972年宮崎県生まれ。1998年にエル・ジャポンでグラフィック/エディトリアルデザイナーとしてキャリアをスタート。「ELLE Japon」や「VOGUE Japan」などで写真とグラフィックからなるファッション誌デザインの基礎を学び、デザイン技術を磨き、アートディレクションまで表現の幅を広げる。『ELLE Japon』『ELLEgirl』『Harper's BAZAAR』などのアートディレクターとして、2万ページ以上のデザインを手がける。近年ではファッション、美容、家電業界、百貨店などの広告のクリエイティブ/アート/ブランディングのディレクションにも携わり、各企業のビジュアルアイデンティティの形成に貢献。また、個人的な活動として「ポートレート」「シティスケープ」の写真を通じて、社会の視覚表現にも挑戦している。

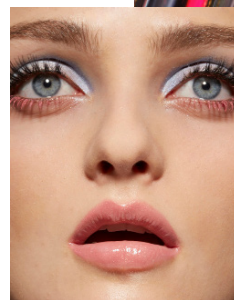
Hiromitsu Ishii: Born in Miyazaki, Japan in 1972, started his career as a graphic/ editorial designer at ELLE Japon in 1998. I learned the basics of fashion magazine design, which consists of photography and graphics, at “ELLE Japon” and “VOGUE Japan”, where I honed my design skills and broadened my range of expression to include art direction. As art director of “ELLE Japon,” “ELLEgirl,” “Harper's BAZAAR,” and others, I have designed more than 20,000 pages. In recent years, I have been involved in the creative/art/branding direction of advertisements for the fashion, beauty, consumer electronics, and department store industries, contributing to the formation of the visual identity of each company. In addition, as a personal activity, I challenge the visual expression of society through photography with a focus on “portraits.”

本ポートフォリオに掲載されている画像については、閲覧のみ許可されるものであり、一切の複製・転用を禁止いたします。
The images in this portfolio are for viewing only and may not be reproduced or diverted in any way.

KREAM BE POP, ELEGANT & DIFFERENT



ART DIRECTION



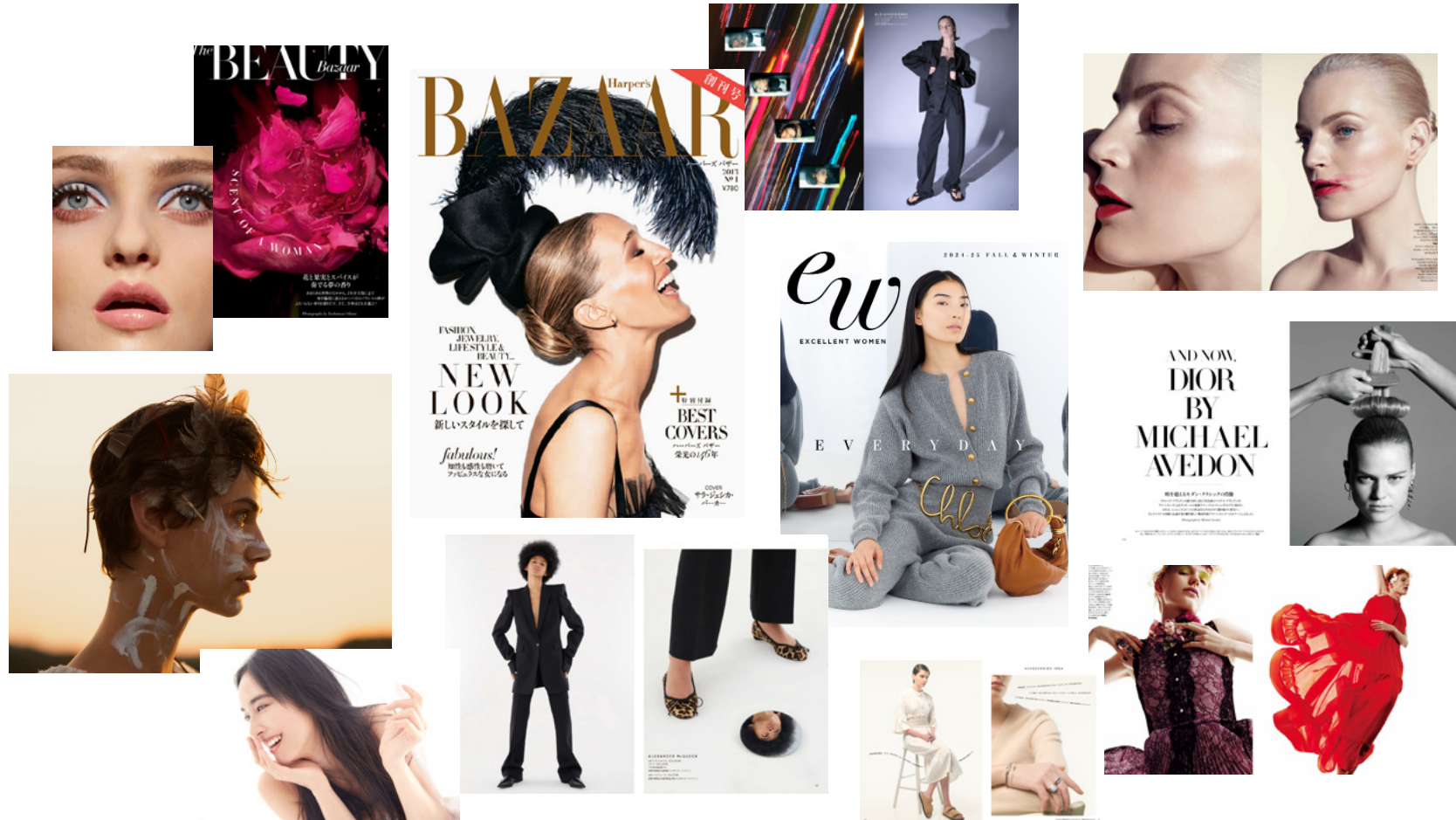
PHOTOGRAPHY



GRAPHIC DESIGN



ART DIRECTION



アートディレクションの要は「コンセプト」です。伝えたい事柄をまとめ、まずは言語化し、キーワードの創出を行い[見えるもの]、そしてムード、色、雰囲気、感情など[見えないもの]へと広げながら、アプローチを図ります。論理的な思考と感覚的なインスピレーションを融合することにより、「シリアス」でもあり、でも「軽さ」もあるウィットに富んだ印象に残るヴィジュアルを生み出します。

The cornerstone of art direction is the “concept. The first step is to summarize and verbalize the message to be conveyed, creating keywords [visible] and then expanding to mood, color, atmosphere, emotion, and other [invisible] aspects as we approach the project. By combining logical thinking with sensory inspiration, we create witty and memorable visuals that are both “serious” and “light” at the same time.

GRAPHIC DESIGN



ヴィジュアルとテキストなどから構成されるグラフィックデザインは、人々へ伝達するためにとても重要なツールです。わずか数秒の中でいかにそれを正確に、また好奇心と共に印象付けるためには、技術的なノウハウに支えられることも多いと考えます。「ELLE」「Harper's BAZAAR」といったデザイン面において由緒正しく恵まれた環境のもとで、確かなデザイン力を培ってきました。Graphic design, consisting of visuals and text, is a very important tool for communicating to the target audience. How accurately and curiously it impresses in just a few seconds is often supported by technical know-how. I have cultivated our design skills in the prestigious and privileged environment of ELLE and Harper's BAZAAR, and am proud to be a member of these prestigious and prestigious design organizations.

EDITORIALS / ADVERTIRAILS



HARPER'S BAZAAR

ART DIRECTION

「Harper's BAZAAR」は、歴史上最も古く、権威のある女性ファッション誌。日本版の創刊チームにアートディレクターとして参加。名だたる写真家たちがクリエイティブするダイナミックな写真は、唯一無二の魅力を放っています。また、エレガントかつユーモラスなタイポグラフィのグラフィック表現手法は、クリエイティブで挑戦的な試みを実現しました。Harper's BAZAAR is the oldest and most prestigious women's fashion magazine in history. I joined the inaugural team of the Japanese edition as art director. The dynamic photographs created by renowned photographers are uniquely appealing in their expression. The elegant and humorous typography of the graphic expression made for a truly creative and challenging experiment.



ELLE / ELLEgirl

ART DIRECTION

「ELLE」は、フランス発の女性ファッション誌。女性の生き方にフォーカスした力強いライフスタイルの提案で世界じゅうの人々に愛されています。「ELLE」「ELLEgirl」でのクリエイションは、気品がありウイットに富んだ表現というのが、いかにして作られるかを教えてくれた「原点」ともいえる経験でした。ELLE is a French fashion magazine. It is loved by people all over the world for its powerful lifestyle proposals that focus on the female way of life. Creating for "ELLE" and "ELLEgirl" was an experience that taught me how to express myself with elegance and wit.



EW (EXCELLENT WOMEN)

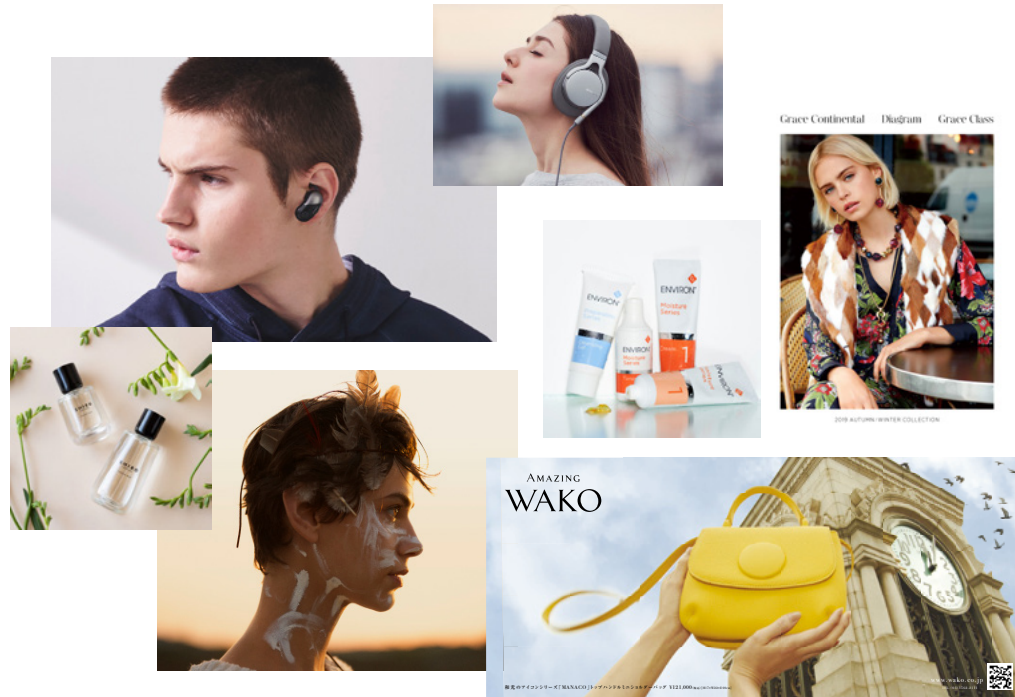
CREATIVE DIRECTION

三越伊勢丹によって発行されている季刊カタログ雑誌。シーズンごとに数多くのブランドの最新トレンドを紹介し、顧客へのコミュニケーションを図り、さらに上質なサービスを提供する目的で作られています。2024年にリニューアルを行い、クリエイティブディレクターとして参加しています。A quarterly catalog magazine published by Mitsukoshi Isetan. It is designed to introduce the latest trends of numerous brands each season, to communicate with customers, and to provide them with even higher quality services. I am participating as Creative Director in 2024 when was the year of its renewal.

See more at kream.jp



ADVERTISING



BOOK



ファッションからビューティ、家電など多岐にわたる広告ヴィジュアルのクリエイションにも参画しています。スキンケアブランド「SHIRO」において2019年のリブランディング事業に参加。ロゴをはじめとしたパッケージなどのトータルデザイン、顧客とのWEB媒体などコミュニケーションの見直し、香水の新ラインのプロデュースなど、ブランディングを含めたヴィジュアルでの刷新を行い、成功を取めました。その他、企業／ブランドのカタログ、リーフレット、WEBデザインなどのディレクション、デザインを担当しています。

I also participate in the creation of a wide variety of advertising visuals for fashion, beauty, consumer electronics, etc. I participated in the rebranding project of the skincare brand "SHIRO" for 2019. We successfully completed a visual renewal including branding, design of packaging including logo, review of communication with customers including web media, and production of a new line of perfumes. In addition, I have directed and designed corporate/brand catalogs, leaflets, web design, etc.

世界で発売された「TOKYO LOOK BOOK」は注目される日本の独自のファッションカルチャーとともに話題を呼びました。その他にも、ファッションジャーナリストのコラム本、歌舞伎役者の写真集などをアートディレクション／デザインを行いました。

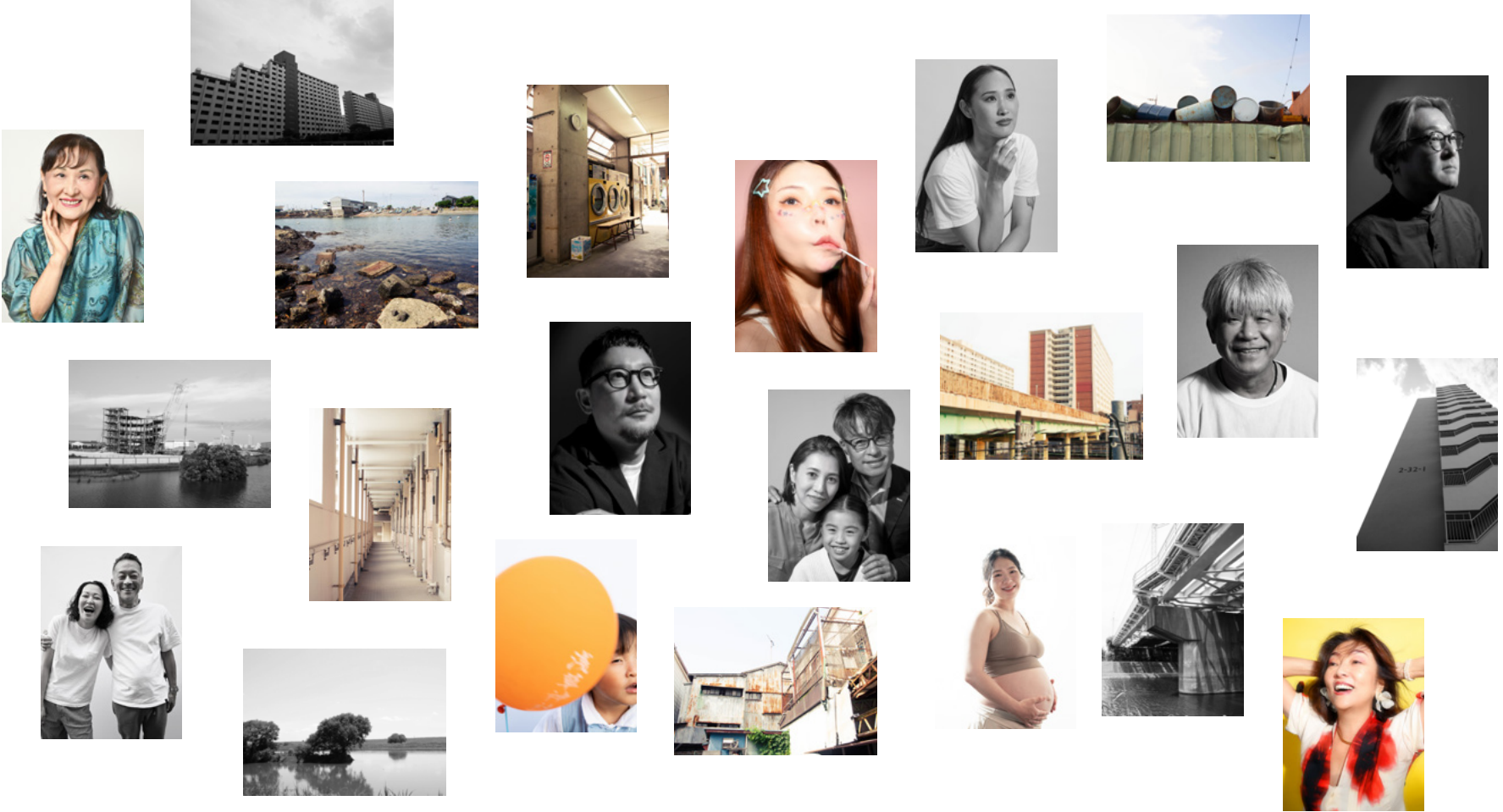
The "TOKYO LOOK BOOK" was released worldwide, and together with the focus on Japan's unique fashion culture, it created a buzz. I have also art-directed and designed a column book for a fashion journalist and a photo book for a Kabuki actor.

CLIENT: 三越伊勢丹／銀座和光／ソニー／田中貴金属／BANANA REPUBLIC／LULULEMON／SHIRO／ENVIRON／講談社／集英社／小学館／ハースト・メディア他その他作品例はkream.jpに掲載。

See more at kream.jp



PHOTOGRAPHY



「創作」としての写真表現とは別の、「記録」としての写真表現にも注目をしています。「いま」という時間をヴィジュアルで残り、いつかそれを振り返る時に、写真はそれぞれに違う形でそれぞれの心に訴えかけるのではないか、という思いで行っています。ローカルの人々のそのまの姿を撮影するイベント「浅草ポートレート」、東京各地の移りゆく街並みを記録として残すプロジェクト「TOKYO POSTCODE」など、精力的に活動しています。

I am also interested in photography as a form of “documentation,” which is different from photography as a form of “creation.” I believe that by preserving the “now” in visual form, photographs will appeal to the hearts of people in different ways when they look back on them someday. He is actively involved in the “Asakusa Portrait” event, in which he photographs local people as they are, and the “TOKYO POSTCOAD” project, in which he records the changing cityscapes of various parts of Tokyo.

I BELIEVE...

「ヴィジュアル」とは、視覚的なコミュニケーション活動のことを指します。私はマスメディア、広告のフィールドの中で「写真」「グラフィック」「映像」などのツールを用いてクリエイティブします。その「ヴィジュアル」で伝達することは当然ですが、人々との、より高度なコミュニケーションを図るために、そこに「感情」を吹き込むことを試みます。

「喜び」「幸せ」「癒し」「怒り」「悲しみ」「寂しさ」…、日常生活でさまざまな感情に出会います。その感情こそが人々の暮らしを彩る「カギ」だと考えます。わずかな時間の接触ではありますが、彼らに束の間の「小さなエンターテインメント」を提供したい、という信念と共に。それこそが私のアートディレクターとして、社会の一員としての役目である、と信じています。POP, ELEGANT & DIFFERENT... 私の「ヴィジュアル」表現のスタイルはこの言葉に集約されます。親しみやすく、美しく、そしてハッとさせる…そのような感覚を呼び起こせるような「ヴィジュアル」作りを皆様とお供できれば幸いです。

The term “visual” refers to eyes’ communication activities. In the field of mass media and advertising, I use tools such as “photography,” “graphics,” and “video” to create. It is natural to communicate with visuals, but in order to achieve a higher level of communication with people, I try to infuse “emotion” into the visuals. ‘Joy,’ ‘happiness,’ ‘healing,’ ‘anger,’ ‘sadness,’ ‘loneliness,’ and so on...we encounter a variety of emotions in our daily lives. I believe that these emotions are the “key” to color people’s lives.

With the belief that I want to provide them with a brief “little entertainment,” even if it is only for a short period of time. POP, ELEGANT & DIFFERENT... My style of “visual” expression can be summed up in these words. I would be happy to share with you my experience in creating “visuals” that evoke a sense of familiarity, beauty, and excitement.

CONTACT: info@kream.jp

株式会社KREAM / 石井洋光 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前六丁目23番4号 桑野ビル2階 (+81)090 4474 1425