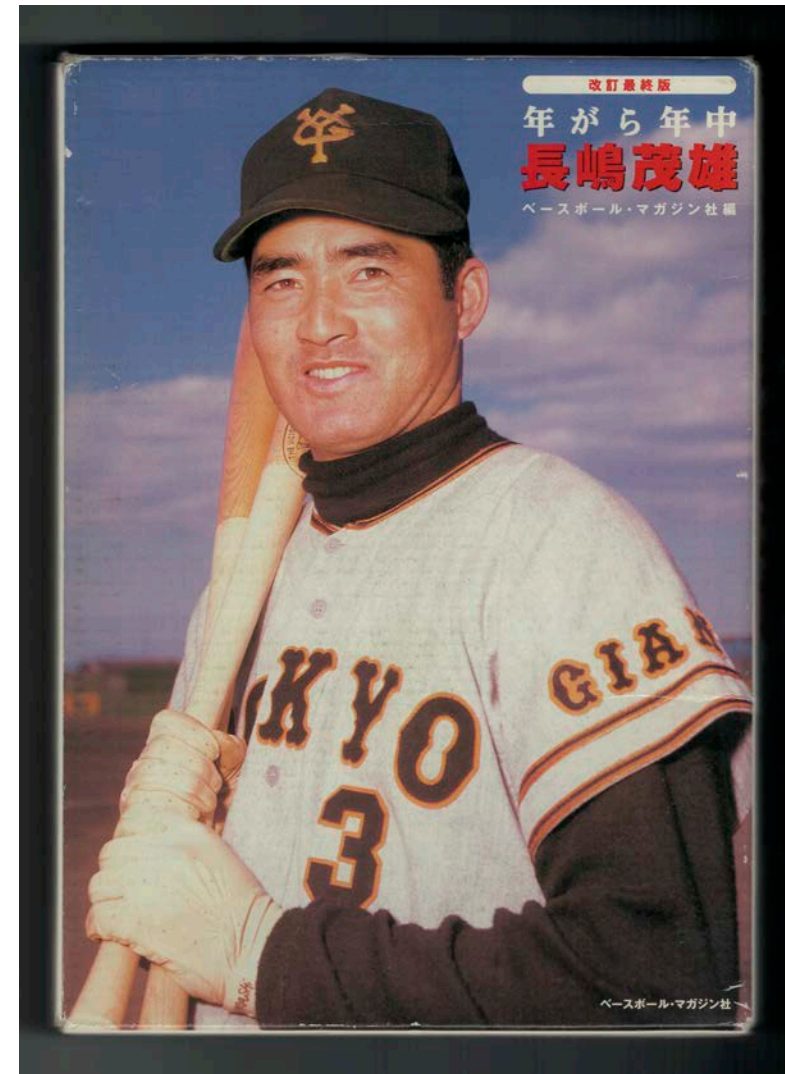
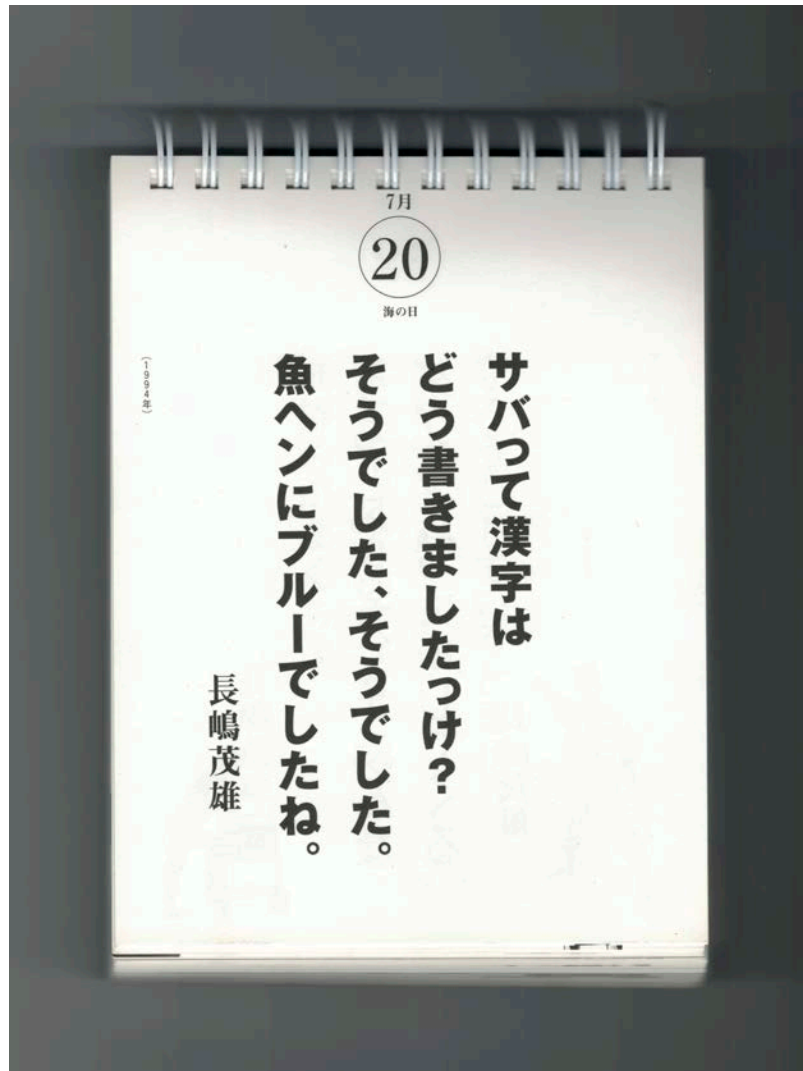


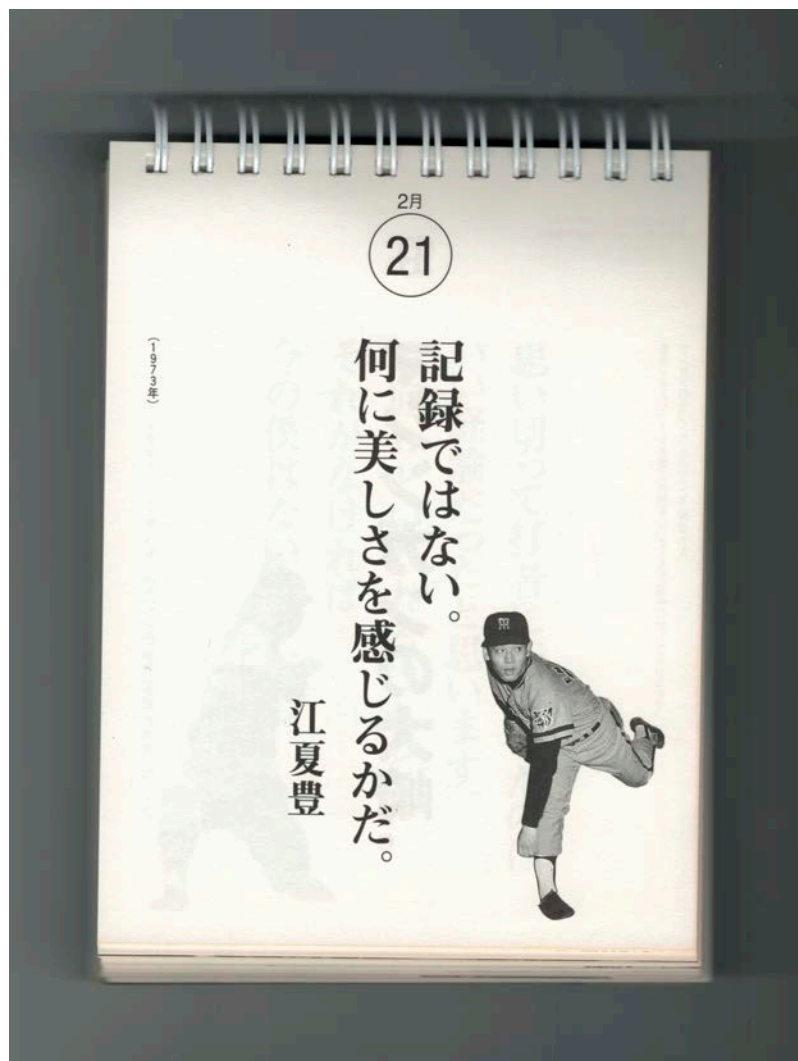
profile sheet

baseball

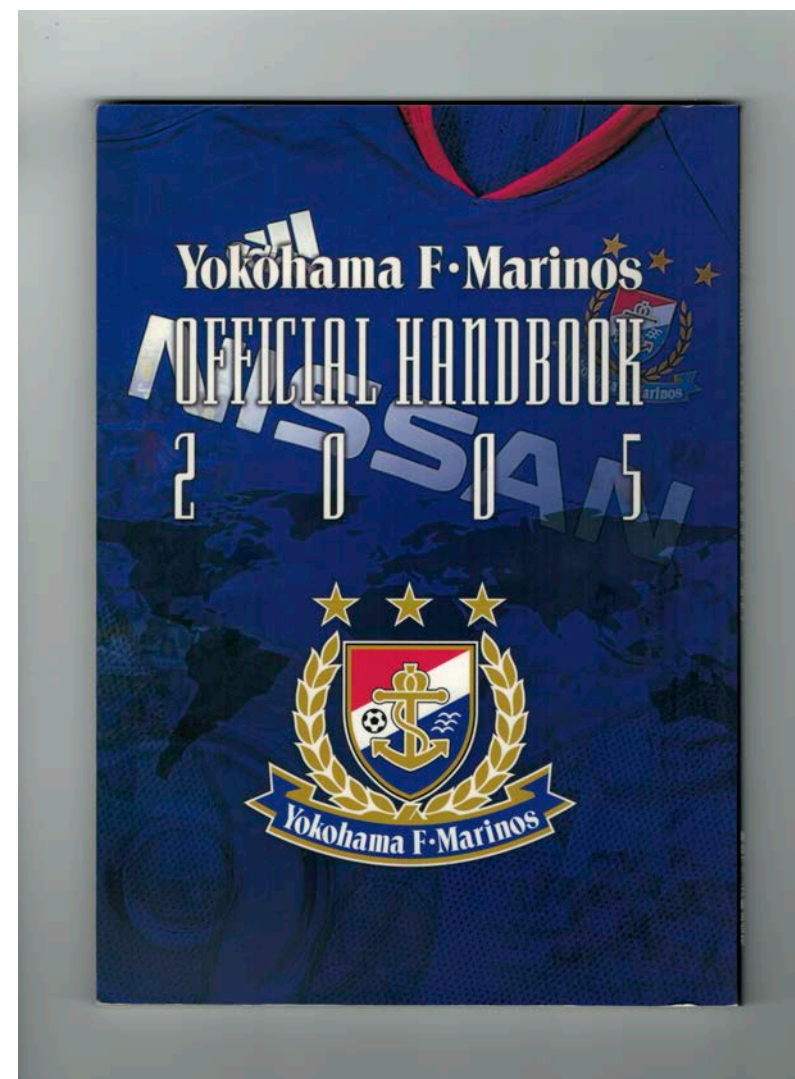
Yasuhiro Okura



『改訂最終版 年がら年中長嶋茂雄』（ベースボール・マガジン社）
企画・編集協力



『ナニワなんでもタイガース』（ベースボール・マガジン社）
企画・編集協力



『横浜F・マリノス オフィシャルハンドブック』

取材・構成

美しい罎

きれいな罎にはトゲがある。
美しい対象にはトゲも尋もある。
その美しい罎を倒し、めざめるしく変わる罎までも
味方につけた者が、女王の座を手に入れる。



29th
フジサンケイ
レディスクラシック

29th
フジサンケイ
レディスクラシック

今日15:30～16:25(第2日)
明日16:00～17:25(最終日)

〈出場予定選手〉
青山加奈 有村智恵 北田陽奈 古澤美那 佐伯三貴
三草亜子 宮田舞香 諸見里しのぶ 榎本さくら 他

会場/川奈ホテルゴルフコース 富士コース
賞金総額/¥80,000,000
優勝賞金/¥14,400,000

放送/BS100% 地上/各テレビ
ネットワイドゴルフプロデュース/芦屋 肇

フジテレビ

Fuji Sankei Ladies Classic

29th
フジサンケイ
レディスクラシック

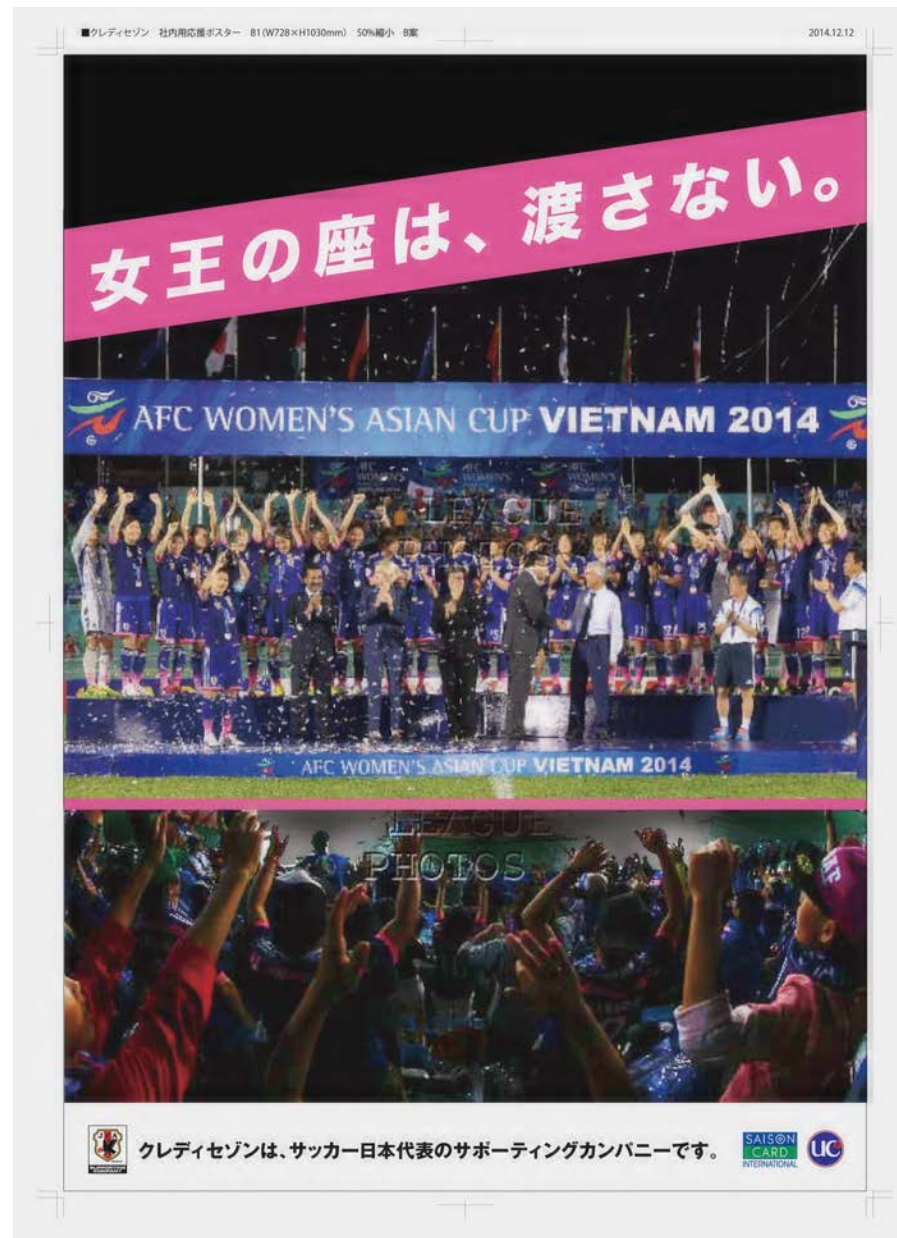
〈第2日〉
4/24(土) 15:30～16:25
〈最終日〉
4/25(日) 16:00～17:25

会場/川奈ホテルゴルフコース 富士コース
賞金総額/¥80,000,000
優勝賞金/¥14,400,000

フジテレビ

フジテレビ『フジサンケイレディスクラシック』
番宣 新聞広告
企画・コピーライティング

クレディセゾン
ポスター
企画・コピーライティング



クレディセゾン
ポスター
企画・コピーライティング



日本テレビ放送網
フリーペーパー『日テレ印』
企画・コピーライティング・取材・構成

[illegible]

さまざまな仕事の現場を取材。
この見開きでは、巨人戦のテレビ中継の舞台裏を紹介した。



『日本テレビ オフィシャルガイドブック』
企画・取材・構成





左からA-one、A-one掛尾店

カーコンビニ倶楽部

A-one

店舗概要

A-one

●所在地/富山県富山市上飯野2-4

●オープン/2006年

●スタッフ/1名 (F&TS兼任)

A-one掛尾店

●所在地/富山県富山市掛尾467-1

●オープン/2009年

●スタッフ/2名 (F&TS兼任)



松郷裕司 社長

全員がフロントとメカニックを兼任し、わずか3名で、2店舗を運営。



■撮影の間、冗談を言い合うなど3人とも仲がよいA-oneのみなさま。左の貴田俊晴・掛尾店長は、旅行代理店の営業を経験し、この業界に入り、メカニックの技術を得た方でした。 ■A-one掛尾店の中野孝夫さんは、カーコンランプリ2009「カーコン3店舗部門」で地区優勝し、佳績に感謝しています。 ■「ツイン」や「に」に格納された、キャンベーン旗をPOP、社内でつくっているため、コストを抑えられ、思い立ったら変更も簡単です。 ■地元の人気フリーペーパー、「ごき」の方は「土曜2割引」というキャンペーン情報を掲載したところ、2カ月で50台の来店がありました。 ■カーコンランプリ「店舗運営部門」特別賞、「カーコンフロント部門」準優勝など、すべてにおいてレベルの高いA-oneです。 ■上飯野店（本店）も、交通量に恵まれた県道56号線沿い。掛尾店とは車で15分以上は離れているため、両店もかぶらず、同一市内にありながら両店舗とも業績を上げています。

加盟からわずか3年で、2店舗目をオープン。

北陸を代表する街で、富山県の1/3を占める富山市。人口は約42万人。北アルプスや富山湾などにはさまれています。北陸自動車道の富山ICから1kmほど北上したところに、2009年12月、2号店をオープンさせたのが、カーコンビニ倶楽部「A-one（エーワン）」です。自動車メーカーで整備士などをしてきた松郷裕司社長が、カーコンビニ倶楽部「A-one（本店の上飯野店）」をはじめた

のは、2006年。もともと整備工場だった場所で、钣金塗装や整備を行っていた社長が、一般客の集客を伸ばすため、カーコンブランドの認知度に魅力を感じ、加盟されました。県道56号線沿いの本店で、実績を積み、カーコン事業のノウハウを磨き、お客様に喜ばれるサービスを追求し、多店舗展開も視野に入れてビジネスを行ってきた松郷社長。1号店スタートからわずか3年で、2店目をオープンされました。

ディーラーの近くに、大きなチャンスあり。

若くして2号店を出された松郷社長ですが、勢いで出店を決められたわけではありません。「2号店を出せば、と考え出したのは2年ほど前だったでしょう。でも焦ってはいけな。と世分に言い聞かせました。開店にあたって、何よりもこだわったのは立地です」いい場所が見つかれば、という思いでじっくり探していた社長が、好立地に出会ったのは2009年。市内でもいちばんの交通量誇る国道41号線沿いにあったディーラーがショールームを移動させることになり、その跡地が空くことになりました。さっそく足を運ぶと、そこは、フロントスペースも作業スペースも十分な広さがあり、理想的な場所でした。新たに店舗を増やす際、スタッフを新規採用するのは難道ですが、社長を含め3名のままで、2店舗運営をスタートするという決断をしました。「人を増やすほど、仕事が多くなりからですよ」社長は微笑みながら語られますが、理由は3つあります。

まず1つめ。2号店「A-one掛尾店」のすぐ近くに数年前まで別のカーコンビニ倶楽部加盟店があり、そのお店に依頼されていたお客様が今もいることが予想できる。2つめは、市内でもっとも交通量に恵まれたエリアのため、潜在的なターゲットが多く見込める。このため、将来的な売上目標は、本店の上飯野店を1とすると、掛尾店は1.5をめざしています。3つめは、周辺にディーラーや競合他店がいくつもあること。この点について、社長は言います。「ディーラーや他社が近隣にあるのは、プラスだと思っています。実際、ディーラーに行かれた後、見積が高いくらと、相談に来られるお客様も少なくありません。そういった理由で来店された方に、お見積を提示し、ディーラーとの価格の違いをきちんと説明すると、高い確率で受注できます」お見積をはじめ、他店に不満を感じて来られたお客様を獲得することは、激しい競争を勝ち抜くために不可欠です。



満足いただく秘訣は、お客様の想像を超える仕上がり。

他店と比較されているお客様から受注いただくには、お見積だけでは不十分です。高い技術力に加え、A-oneでは「価格以上の仕上がり」を提供しておられます。「100円や200円のモノならともかく、1万円以上の買物をしたとき、それが値段に見合うか、人はシビアに判断するものです。だから、钣金塗装のご相談を受けると、まずよくお話を聞き、仕上りのクオリティなのか、価格なのか、とにかく早く直したいのかなど、そのお客様が何を優先されているのかをヒアリングします。そのうえで、お客様のイメージよりもワンランク上の仕上げをして納車すると、とても喜んでいただけます」社長は自信に満ちた表情で続けます。「シャイ

な人が多い富山では、納車時にお礼を述べる方は一般に少ないように思います。でもA-oneでは「ありがとう」と言ってくださるお客様もけっこういます。うちは3人とも、メカニックとフロントを兼ねているので、直接のお礼を言われると本当にうれしくて、大いに励みになります」3人で2店舗を切り盛りし、年末年始以外に定休日なし。交代で休み、多忙時は手伝い合うA-one。少数精鋭での運営を可能にしているのは、全員に技術力と接客力があり、信頼の絆で結ばれているから。A-oneの成功事例は、2店舗目を検討している加盟店舗の参考になるのではないのでしょうか。



坂倉史芳 (さかくら・ふみよし)
スタートアップアメニティー株式会社 技術営業推進室 リノベーション推進
一級建築士 一般建築施工管理技士
※H21 スタートアップCAM設計室よりスタートアップアメニティーへ異動
設計のプロとして、古い建物の再生に取り組んでいる



本誌 なるほど、それぞれの図を比較してみると、その変化は明らかですね。ということは、今や「DK」のお部屋は、なかなか入居が決まりにくいと……。

坂倉 ですから、このような時代の変化をとらえ、「住生活基本法」

はいち早く、住宅の「量を増やす」ことから「資産として確保する」、つまり住宅の質を上げること、次世代へ継承できる「社会資産」とすることを第一の目標としたのです。

本誌 それが新築か、大規模リノベーションか、ということなのですね。そうした流れのなかで、スタートアップアメニティーでは、どのような施策を打ち出しているのですか。

オウムか、ということなのですね。そうした流れのなかで、スタートアップアメニティーでは、どのような施策を打ち出しているのですか。

リノベーションという

究極の空室対策

坂倉 もちろん、私たちもまた手をこまねいていた訳ではありません。築年数の古いお部屋を、いかにして再生するか。そうして試行錯誤の結果に誕生したのが、住宅に新たな個性を創造し、長期的な入居へとつなげていくという考え方、すなわちスタートアップアメニティーが提案する「リノベーション」です。

本誌 もちろん、再生という言葉の意味は分かりますが、具体的にどのようなことですか。

坂倉 これまでだったら、古くあった物件は、賃料を下げてでも、なんとか入居者を確保しよう、というのが一般的な考え方でしたが、私たちは発想を大きく転換して、古くなったお部屋でも、間取りごと変えてしまうことにより、新しいニーズに対応しようということなんです。

本誌 間取りそのものを、変えてしまうのですか。

坂倉 建物の構造次第で技術的に可能です。スケルトンリノベーション」という言葉を聞いたことがあると思いますが、住戸内を構造体のみ状態（スケルトン）まで解体し、まったく新しい空間を作り上げていく、リノベーションの一つの手法です。

実際には、単なる間取りの変更のみならず、立地やターゲットを徹底的に研究した上で、それぞれに合わせたコンセプトの見直し、コーディネートによるお部屋割りなど、さまざまな選択肢の中から、最適な方法でお部屋を「再生」します。

リテリアデザインという

付加価値こそ

私たちの強み

本誌 「デザイン・リノベーション」という言葉をよく耳にしますが、他とどう違うのでしょうか。マンスンに住みたい、というのが時代のニーズだと言っているように、物件によっては順番待ちです。

坂倉 実は、その部分こそ、私たちの強みとして一番にあげたいところなんです。ただ、間取りを変えるだけでなく、……

時代の変革期に、空室対策を考える

高度経済成長からバブル期の住宅政策は、住宅不足を解消するために住宅の量を確保することが、大きな目標でした。しかし、その後の少子高齢化という人口動態の変化、入居者ニーズの高度化・多様化に伴い、賃貸経営者は時代に即応した対応が求められるようになりました。政府は「住生活基本法」をもとに、新たな住宅政策を打ち出し、その打開策を模索しています。そんななかで、私たちが入居促進のためにいかなる取り組みをしているか、スタートアップアメニティー・株式会社・リノベーション推進の坂倉史芳に話を聞きました。

究極の空室対策
スタートアップアメニティーのリノベーション

リノベーションとは、お部屋を再生すること。お部屋を「改修」するいわゆるリフォームではなく、築年数の古いお部屋に、新たな個性を創造し、長期的な入居へとつなげていくことです。

時代を反映した
「住生活基本法」施行による
住宅環境の変化

本誌記者 (以下…本誌) そもそも「住生活基本法」というのは、どのような法律なのでしょう。

坂倉 平成18年に施行された「住生活基本法」により、日本の住宅政策は大きく舵を切りました。新築の際には「良質で長寿命な住宅ストック(2000年住宅)」を、既

存の中古住宅では「適切な維持管理と円滑な循環により、社会全体として有効に活用していくことが重要である」としています。

つまり、簡単に言えば、既存の賃貸オーナーに対し、築年数の経過した建物を「新たに2000年住宅に立て替えますか?」「大々的なリフォームで寿命を延ばしますか?」、政府が迫った訳です。

本誌 時代はそこまで逼迫しているのですか。

坂倉 日本の住宅ストックは、量的には十分になったものの、築年数の経過とともに、質の面で改善を必要としているものも多く、少子高齢化という人口動態の変化に伴い、住宅の規模や設備のみならず、間取りやインテリアの充実に対する要望も高まっています。図1・2からも分かるように、今から15年前以上の賃貸住宅は、「DK」が主流でしたが、現在では生活様式の変化とともに「LDK」が主流になっています。

図1:スタートアップアメニティー(株) 1990年竣工(築理物件データより、1K・1円未満)

タイプ	割合
LDK	19%
DK	81%

図2:スタートアップCAM(株) 2008年竣工データより(1K・1円未満)

タイプ	割合
DK	19%
LDK	85%

スタートアップアメニティー

賃貸住宅オーナー様向け会報紙『オーナー通信』

企画・取材・構成

2011/08/22

Vol.016

このメールマガジンで何度も述べてきましたが、私は野外活動の社団法人 OJ を立ち上げ、自然体験学習を学生さんや子どもたちに経験してもらっています。野外活動をしている仲間には被災自足ができますから、飯ごう炊さんの道具や寝袋を持って震災の日日から被災地に入ります。そして、遺体の確認のようなことから手伝うのです。彼らのそういう話しを聞けば聞くほど焦燥感



東急ハンズ渋谷店
フリーペーパー『シブヤハンズ』
企画・取材・構成

キリンの商品開発研究所の
太田雄人氏にインタビューして原稿作成。
新製品の定スティングについて伺った。

キリン
『淡麗新聞』
取材・構成

淡麗新聞

淡麗の故郷探訪

R25世代のジネツ亭なら、まだ記憶に古くないかもしれぬ。学校で歴史の時間に習った生事事件。えっ、知らない。なんとこの政治的な、なせりを発しているうちに、まろきりあれてたとしても、そんな様子はまったく見せず、さも知っているかのように振舞う。演技も、デキるリマに求められるテクニクだ。おつと、話が順道にそれかかっている。本筋に戻そう。

横浜市鶴見区生事にある、キリン醸造ビレリジ名前を見るだけで、「生」と「ビレ」

http://www.kirin.co.jp/about/brewery/factory/yokocho/

淡麗新聞

新作TV-CF
2月18日より全国で放映

CMソング
「IN THE MOOD」
(オリジナルアレンジ)

太田雄人さん(38歳)
R25世代表
淡麗新聞編集長

新・淡麗シリーズの味を決めるのは、一体、誰なのか？

新・淡麗シリーズのリニューアルにどっぷり関わってきた、R25世代のちよと兄貴分の太田さん。取材現場に登場するなり、開発への想いや苦労話を熱く語ってくれました。「頭がちよと赤いかもしれませんが、今も飲んでたんです。あ、もちろん、試飲です(笑)。現在、私とあと3人の計4人のチームで、当社の研究中の発泡酒とビールすべての味をチエックしてんです。といっても、4人だけで、最終決定するわけではあつて、製品ができあがるんです。隣の部署の醸造研究所からの意見を参考にしたり、チームで議論したりして、様々な観点から味覚の方向性を検討します。チよときたらブランド担当のスタッフなどにも試飲してもらい、議論し、単純においしかどうかだけでなく、商品の方向性や狙いも含めて、いろいろなか角度から検討します。たとえば日本酒の聞き酒などだと、口に少量を含んで、お酒の良し悪しを判断しますが、発泡酒やビールの場合は、一口の良し悪しという大きなポイントがあるので、口に含むだけでなく、判断できないです。だから、一回に少なくとも100ミリリットル、コップに半分くらいは飲みますね。それが多いときで1日40〜50杯。ふだん飲みにてなかつたですけど、よく考えたら、仕事で4、5リットル飲んでる計算ですね(笑)。それに勉強のため、他社さんの発泡酒やビールも新しいものが出る度に飲んで、います。もともと、私はビール好きなので、苦になりませんし、「うらやましい仕事ですな」とよく言われます。

お客様から寄せられた声については、全部に目を通し、今回のリニューアルをはじめ、商品づくりに反映させていっています。新商品をから誕生させるのも大変ですが、リニューアルはリニューアルで、以前の味をベースとして、さらにおいしく進化させたい。熱いファンの方々に満足いただけないので、より繊細なご対応が不可欠。そのあたりも意識して、飲み比べをいただけたらありがたいですね」

新・淡麗シリーズで出陣を待つ、「麒麟淡麗(生)」

オトコを爽快にする発泡酒

うれしいを、つぎつぎと。

KIRIN
「アールニジュウコ」
R25 0円
毎週木曜
10時!!
すき!!

仕事の疲れもスッキリ爽快!
新・淡麗グリーンラベル

おいしくて飲みやすい
爽快感がうまさ
からだも気持ちもここちよい
糖質70%オフ
酵母の働きを活性化!
うまさと飲みやすさが調和
本格的な味覚
を求め続ける発泡酒
のスタンダード
プリン体
99%と糖質60%を
同時にカット!

今週のR25イチ押し●さらに魅力ある発泡酒へ!
うまさ新領域
新・淡麗シリーズ登場!

「新・淡麗うまさ
実感キャンペーン」
実施中!!
詳しくは
www.kirin.co.jp
4/15

LIFE IS LIVE
フジテレビ

しあわせ、いただきます。

あした

新昼ドラ

明日もきっと、おいしいご飯
～銀のスプーン～

今日ひる1:25スタート 毎週月～金

原作／小沢真理「銀のスプーン」(講談社「Kiss」連載中)
出演／高杉真宙 富田靖子 藤田弓子 ほか
東海テレビ・フジテレビ系全国ネット

©小沢真理／講談社

フジテレビ『明日もきっと、おいしいご飯』番宣 新聞広告

企画・コピーライティング

東京横断 スタート!



東京メトロスポーツスペシャル
**東京マラソン
2011**
あさ9:00から **生中継**

世界記録を樹うランナーがいる。
究極のゴールを目指し走る市民ランナーがいる。
大層難い道を目指す都心モップアスリートと西武ランナー
総勢38000人が駆け抜ける。
東京が熱き競技場と化す。
世界注目の大スベタタレース。

マラソンキャスター：小島智恵 生中継キャスター：高橋健司
解説：藤田利雄 福田明義 金 賢一 山口 隆 平園真子
スペシャル応援ゲスト：高橋尚子




東京横断 スタート!

東京メトロスポーツスペシャル
東京マラソン2011



世界記録を樹うランナーがいる。究極のゴールを目指し走る市民ランナーがいる。大層難い道を目指す都心モップアスリートと西武ランナー総勢38000人が駆け抜ける。東京が熱き競技場と化す。世界注目の大スベタタレース。マラソンキャスター：小島智恵 生中継キャスター：高橋健司 解説：藤田利雄 福田明義 金 賢一 山口 隆 平園真子 スペシャル応援ゲスト：高橋尚子

2月27日(日)あさ9:00から **生中継**  フジテレビ



フジテレビ『東京マラソン』
番宣 新聞広告
企画・コピーライティング











2011.02.04
「チャリティサッカーフェスティバル」開催レポート
23日に行なわれましたチャリティイベントの開催レポートを掲載いたしました。詳しくはこちら



レポート
2011.02.04
チャリティサッカーフェスティバル



レポート
2011.01.31
2011年賀詞交歓会
レポート情報



お知らせ
2011.01.14
チャリティーイベント
新着情報！！



お知らせ
2011.01.09
チャリティーイベント
グッズが続々到着！！

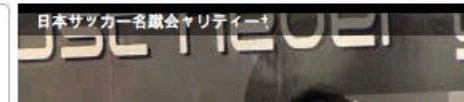
[最新のニュース詳細へ](#)
[ニュース一覧へ](#)
[名蹴会ニュースRSS](#)

協賛募集について

イベントスポンサー、ユニフォームスポンサーをはじめ、さまざまなコラボレーションパートナーを募集しています。

賛助会員募集について

サッカーを通じて社会貢献を。名蹴会をバックアップしてください。スポンサー、賛助会員、賛助会員を募集しています。



『日本サッカー名蹴会』ウェブサイト

企画・取材・構成



花王『メリーズ』『ロリエ』ウェブサイト
(リニューアルに関連する)
企画・コピーライティング

[住所] 中央区月島1-24-10
 [TEL] 03-3531-3946
 [定休日] 年中無休

CD Soft Case.com

CDソフトケース &
グッズ

使い方・評判

よく聞かれる質問

ストア

お問い合わせ

[最新ニュース](#) [CDソフトケース誕生秘話](#) [CDプラスチックケースのリサイクル](#) [ご利用方法※お申し込みの前にご確認ください](#)
[CDソフトケース価格表](#) [無料サンプルはこちら](#) [音楽・映像関係者の方へ](#)



使って、はじめてわかる良さ。フラッシュディスクランチのCDソフトケース

お手持ちのCD、全部移して収納スペースが1/3に！
DVDやゲームソフトの収納にも、おすすめ！

フラッシュ・ディスク・ランチ

『CDソフトケース.com』 ウェブサイト
企画・コピーライティング・イラスト



CDソフトケースとは・・・

企画・コピーライティングのみならず、
広告の構成要素である
マンガの原案も作成。

R25世代の新しい読み方

日経は、 である。

日経と聞いて、どんな印象を抱くか。もしかしたら、読んでいない人は、「経済ばかり」とか、「むずかしそう」といったイメージしかないのでは？ それって、まるっきりハズレではないけれど、「読まずきらい」はもったいない。だって、100人いたら100通りの読み方ができる。日本経済新聞はふとこころの広〜いメディアなんだもの。あ、それから、もう1つ。スマホからスマホまで全部目を通さなくても全然OK。必要な部分だけ読むのも、R25世代ならではのスマートな活用方法

日経は、ドラマである。

日経って、ドラマなの？

ニュースとニュースが連続的につながり、ハラハラドキドキの経済ドラマが展開。見逃してしまいうようなシーンや出来事。意外にも重要な影響をもたらすことだって少なくない。気がつくこと、実は自分も登場人物になってたりして

日経は、ネタ本である。

日経なら、ネタあつておけ？

日々クレゾウでも読み続けている。知らない間にこんな知識やネタが身につく。しかも、それらが、こいこいばのシーンで、自然と口から出る。うけあひ。会議の場やオフィスであなたの格が上がることももちろん。彼女からのポイントも格上昇。食コンでもネタ度アップしたりするかも

日経は、筋トレである。

日経でマッパンになれるの？

ハイオフ、デフレインバウ、デリバティブなど。わかったようでわからない用語に迷い込んでいくと、辞書的な意味でなく、実際の内容が、実用として理解できるようになる。自分に毎日読めれば、コトバが自分のものになっていく。これって最強の筋トレ？

日経は、デバ地下である。

日経なら、デバいっぴいになる？

経済、政治、国際、企業、社会、スポーツ、文化……いろんな種類の記事や広告などが、たくさん入った日経。独自のレンビで上質なテキストに仕上がった。さまざまなニュース、ディレクターと読者は、みんなが知ってるかも。あっ、試着してから決められるところもそっくりだ

もう1つおまけに

日経は、チャレンジである。

読者のチャレンジ精神を応援する日経は、チャレンジしてる？

無料チャレンジキャンペーンを実施中

7days FREE!

日本経済新聞 無料チャレンジキャンペーン

キャンペーン期間 18R25V

お申し込みは下記URLまで

無料試読の申し込み

電話120-63-4946

ネット120-63-4946

http://ny.nikkei4946.com/

無料試読の申し込み

メール120-63-4946

ネット120-63-4946

http://ny.nikkei4946.com/

無料試読の申し込み

メール120-63-4946

ネット120-63-4946

http://ny.nikkei4946.com/

オトコを刺激する情報マガジン RECRUIT

R25 アールニジウゴ

発行週木曜 0円

やっぱ、そうなの？

今週の招待状●こんなにおいしい飲み方があった！

たまにはひとりで
ウイスキーな夜を

ロング・インタビュー
「普通、世界一を目指しません？」

堀江貴文

スマートラ 沖縄地震の対応から浮き堀りとなった問題とは？

沖ノ鳥島 問題から考える排他的経済水域の重要性

1ミリのガン細胞も見つかるPET検診 直撃取材

外貨預金/デル音楽ダウンロード着流し/深夜寄席思い出のマガジン

ご自宅や会社までお持ち帰りください。

1/21 2005

1/27 2005

こちらでどうぞ！ R25.jp

『日本経済新聞お試しキャンペーン広告』
(掲載誌『R25』)
企画・取材・構成



4コマ漫画『鬼平太生半可帳』

漫画作成

大倉恭弘 (Yasuhiro Okura)
コピーライター、クリエイティブディレクター

1967年、大阪に生まれる。1989年、京都精華大学美術学部（現・デザイン学部）デザイン学科卒業
1989年、上京して株式会社アドブレンに、グラフィックデザイナーとして入社。
森永乳業、ホテルニューオータニ、JAL、イトーヨーカドーの広告・パンフレットなどを担当。
同社に勤めながら週に1度、宣伝会議コピーライター養成講座専門コースに通い、
1990年、同社においてコピーライターに転向。
千葉そごう百貨店、大宮そごう百貨店、ホテルニューオータニ、イトーヨーカドーなどを担当。
1994年、同社を退社し、フリーランスとして独立。
1996年、広告・企画オフィス「ベースボール」設立。

広告の企画・制作、Webの企画・制作を中心に、数多くの仕事に携わる。
主なクライアントに、メルセデス・ベンツ日本、花王、クレディ・セゾン、
東急ハンズ、日本テレビ放送網、フジテレビ、キリン、日本経済新聞、
都筑阪急百貨店（横浜市）、三菱地所、スターツ、日立製作所、
リクルート、ベールボール・マガジン社、リセマム、カーコンビニ倶楽部、
シブヤ・パブリッシング・ブック・サービス、横浜F・マリノス、大宮アルディージャ、
フラッシュ・ディスク・ランチ（中古レコード店）など多数。

書籍の企画・編集協力に、日めくりカレンダー型ブック『年がら年中長嶋茂雄』
『改訂最終版 年がら年中長嶋茂雄』『ナニワなんでもタイガース』など。

上記のほか、インタビュー取材・構成の仕事も数多い。
タレント、スポーツ関係者、経営者・ビジネスマン、
教育関係者などへのインタビュー取材・構成も少なくない。

撮影、イラスト、漫画シナリオ、漫画制作を自ら担当することもあり、
美大で学んだ内容やデザイナーとしての経験も生かしている。

イラスト、スケッチ、サムネイルなどを見た方から
「コピーライターとは思えないくらい上手ですね」と言われることも。