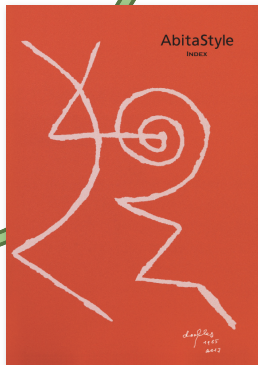




### OFFICEカタログ 2019.10 332ページ

アビタスタイルのイメージは、多様性があり、意外とリズナブルであるという意見や、思い切った商品があってチャレンジャーだとも良く言われます。意外とオフィスでの需要やニーズが多いのですが、認知度は低いようです。それは、ABITA（アビタレー=住宅）、HABITA等からくるネーミングの影響も大きいのではないかと捉え、全面的にOFFICEの文字を記載しました。働き方改革、どんどん変遷するビジネス環境、AIをはじめとする技術革新、スピード意思決定の要求、非日常化する面も多々あり、アビタスタイルの商品の中で、今後のオフィスのあり方を問う商品を編成してみようと、カタログを制作しました。インデックス総合カタログがオレンジなので、表紙は反対色のグリーン。吉き良き時代のプリティッシュのイメージです。データ関連は、ホームページから取得して頂ければ幸いです。



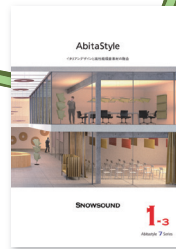
### INDEXカタログ 2019.08 224ページ

分冊だと、一冊で全体を見ることが出来ない為、データを蓄積しながら、インデックスという形で全商品を掲載している総合カタログを製作しました。



### SNOWSOUND別冊 2019.07 160ページ

分冊カタログのvol.1が相当します。分冊カタログが出来上がった時点でイタリアより新製品情報が到着し、急遽追加商品を掲載し、制作したカタログになります。全ページの上部、下部にスペースをつくり、商品は中間部分だけで表現。思い切ったレイアウトですが、ご覧いただく人の視線を変化させず、忙しい方々が、さっと通り一遍見ても、おおよその内容が把握できること、人間の脳からの指令(目の動き=横移動)も考慮して制作しました。また、上手くもない、下手でもないスケッチが一味を添加しています。東京、大阪のショールームでは、Snowsound(吸音効果)の実験が可能ですので、是非お試しください。



### 2020-2022 528ページ

約4年振りに総合カタログを発刊致しました。分冊カタログからの製品情報と、新製品を加え、過去最大のボリュームになっています。製作期間中、新型コロナウイルスの影響は若干ありましたが逆にメーカー情報も集まり、カタログ製作における集中した時間も獲得できました。企画からレイアウトデザイン、撮影、CG画像処理、データ集積等全て社内で作成し、オンデマンド印刷でデータインしています。

### AbitaStyle 12 office 440ページ

近年のオフィス環境は、コロナ時代における新しい働き方等も大きく変遷しています。在宅時間の活用、リモートワークの質が急速に向上し、企業間の取引等もオンラインを含めて大幅な変革期であると言えます。その中で今後のオフィス空間は、どのようなリアリティが求められるのか? AbitaStyleとして、どのような訴求、提案が優先され、重要であるかを考慮したとき、SDGsの観点からも含め、  
①梱包材再利用の活性化  
②家具に使われる木材に関してはFSC認証材を優先活用すること  
③以前から着目していた「吸音」という課題を更に深く掘り下げようと考え、カタログを製作しました。

可能な限り、不快な音域を削減し、集中して仕事に取り掛かれ、コロナ以前には戻れない新たな常識を付加させ、プロモーション計画や、デジタルコンテンツの作り込み、サイバーフィジカルな対応にも応えたい。商品は、リズナブル+パフォーマンスをテーマと捉え、3Dデータ等、訴求性のあるリアルスピード+感性に取り組みながら、時代に沿っていきたいと考えて制作しています。

### AbitaStyle 12 office 改定版 300ページ

コロナ禍も収束を迎え、みえがかりの環境は元にもどつつあります。ただ、世界情勢や為替の動きは日々の暮らしにも大きく影響を与えています。今回、VOL.13ではなく改定版としてカタログ発刊致します。国内で対応できる素材として新商品を追加し、3Dデータも拡充させています。

