

ターゲットに届くクリエイティブを常に意識し、 既存のイメージからの脱却を狙う。

株式会社ハグオール - リユース業 -

concept 「全てのモノがあたりまえのようにリユースされる世界を実現したい」というお客様のご要望で、「リユースをもっとカジュアルに」をコンセプトにすえ、もっとリユースが受け入れられるようスタイリッシュなデザインを意識した。常にサービスを使うターゲットが違うという課題に対しては、エンターテインメントで培ったアイデアを用いて、興味を引くコミュニケーション方法で他社との差別化を図っている。

01 コンセプト/ 社名・ロゴ提案

CONCEPT/LOGO IDEA

リユースで将来的に社会に貢献できる会社をイメージし、働くスタッフも誇りに思えるネーミングを検証した。

HUG ALL <small>すべてのモノを、また抱きしめる「抱く」。</small> <small>すべてのモノを、また抱きしめてもらえる場所へ。</small>	ALL WAY <small>すべてのモノに、今とは違う大膽な顔で、</small> <small>本当の意味での顔【スマイル】になる。</small>	ALL BUY <small>全て、買ひ</small>	BIG GARAGE <small>すべてを受け入れられる大きな倉庫。</small>
MOT <small>もっと抱きたい、もっと抱く、抱き、</small> <small>抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、</small>	en <small>抱く、抱き、</small> <small>抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、抱かす、</small>	ZENB <small>文字通り「全額」という意</small> <small>ZENBU、ZENBOONZ</small>	HUB <small>ハブ、中心、中核</small>



決定したロゴはお客様のご要望とマッチした hugall に決定。hugall の「g」には抱きしめる人感を表し、全てを包み込むシンボルとして作成した。

02 社内ツール展開

APPLICATIONS

シンボルマークを軸に、社内・社外で使用するツールを制作。働く社員のモチベーションも考慮し、どんなお客様からも好感の持てるシンプルなデザインで統一した。

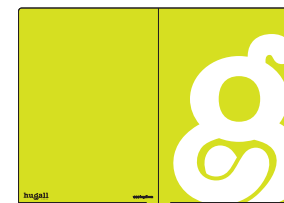
・名刺



・社章



・クリアケース



・作業シャツ



・封筒



コーポレートカラーを中心に統一感を出すことで企業の一体感を狙った。クラフト紙なども使いリユース会社を想起できるアイデアも提案した

03 コーポレートサイト

WEB SITE

サイトを訪れた方が直感的に理解できるページを心がけ、写真やアイコンを多用。コーポレートカラーを押し出して認知度を高めることを意識した。

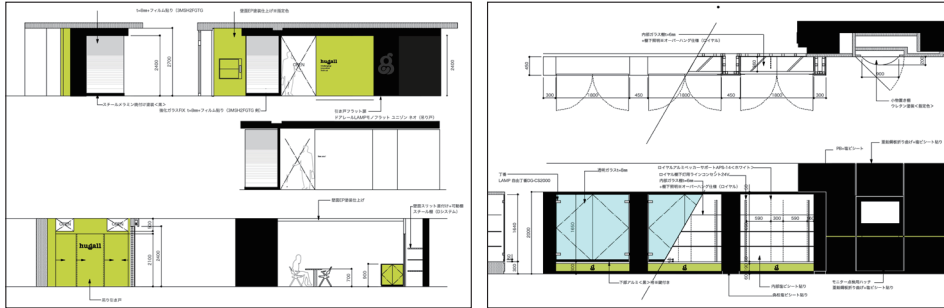


04 店舗展開

SHOP / TOOL

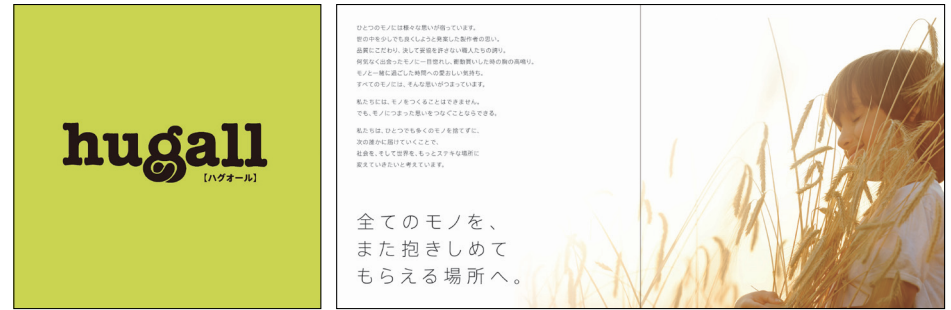
店舗を自由が丘に出店。地域のお客さまを意識して、上質感のある店舗イメージと新ビジュアルでリユースの既存のイメージを払拭。多くのお客様を誘致することに成功、これがきっかけで大手百貨店との提携にも繋がった。

【店舗デザイン】



上品で清潔感のある店舗を追求するため、内装やショーケースのデザイン、照明のイメージまで内装業者とこだわって手掛けた。

【ブランドブック】



企業メッセージを伝えるツールとして作成。リユースに対する会社の正直な想いを形に。もらっていたいただいたお客様にも理解を得て、多くのファンに醸成につながった。

【店内 / 店外ツール】

・タペストリー



・新聞折り込みチラシ



・店頭サイネージ



新ビジュアルを基調にチラシ・タペストリー、店頭サイネージも含め、大々的に告知を行った。

05 ロッカー買取サービス プロモーション PROMOTION

ロッカーで買取がカンタンにできる新サービスを各施設で展開。若いターゲット層に届く表現を意識した。一部メディアにも取り上げられた。

【プロダクトデザイン】

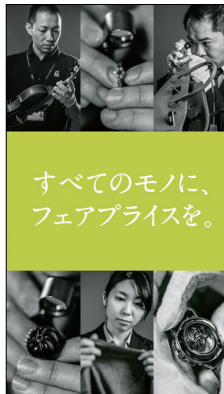


施設で目立つこと重要視したデザインを意識し、買い取りサービスがより簡単に見えることよう、サイン風の看板を作成した。



【館内ツール】

・店頭サインネージ



サインネージを使うことで機能を伝えることができ、ポスターやチラシと併せてサービスの認知を効果的に行った。

【DM 兼パンフレット】



・ノベルティー



DMではターゲットが主婦層のため、読みモノとして興味を引く雑誌風のもの、普段使いが可能なノベルティーの配布を提案。配布後、かなりの反響があった。

06 TVCM MOVIE

ECサイトの販売促進用 TVCM。サイトの知名度をあげるためグラフィックとアニメーションで記憶に残るもの作り、他社と差別化を意識した。



一つの作品から様々な媒体に宣伝を展開。 過去の財産も活用し、新・旧ファンの支持を集めた。

株式会社地図 - アニメ制作会社 - 関連クライアント: 東宝様 / 東宝ステラ様 / PARCO 様 / 日本テレビ様

concept 細田守監督の初期作品から宣伝に携わり、作品ごとにターゲットがかわってもその世界観を守りながら制作している。今では株式会社地図が関連する制作物全てのクリエイティブを任せ、クオリティコントロールを行っている。2015年には「バケモノの子」の上映に加え、細田監督の過去の作品を含む展示会も催され、内装から配布するチラシまで全てのディレクションを担当。弊社が今まで制作した宣伝財産をうまく活用することで今までにない展示会となった。

01 ロゴ提案 LOGO IDEA

スタジオ地図での初作品が細田監督「時をかける少女」から始まり、細田監督とのパートナーとして進む意味を込めたシンボルマークを制作した。



スタジオ地図

STUDIO CHIZU

02 コーポレートサイト WEB SITE

これからの海外展開を視野に入れ、万人にこのまれるシンプルなデザインを心がけて作成し、TOP画面には細田守監督を象徴する入道雲となっている。



03 宣伝ツール制作 ADVERTISING

2015年に上映された「バケモノの子」では細田監督作品では今までで最大の広告量となり、舞台となった渋谷の街も巻き込んだPRを担当した。

【クライアント：東宝様】

・ポスター



今回の作品では「家族」「冒険」をテーマに夏休みというファミリー、若者層を獲得する表現を模索した。そして、舞台となった渋谷をジャック大体的な告知を行った。

・渋谷ハチ公口



【クライアント：東宝ステラ様】

・パンフレット



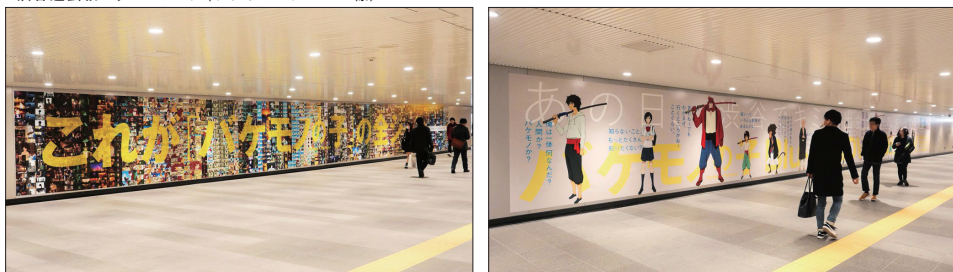
04 パッケージ制作 PACKAGE

DVD パッケージに加え、今回屋外媒体で横 15 m x 縦 2 m の巨大なポスターの依頼があり、弊社では SNS で拡散されることを目的とした今までにないものを提案した。

【クライアント：VAP 様】



・渋谷道玄坂ハッピーボード (クライアント：VAP 様)



ありそうでなかった広告を遊び心で提案。お客様との長年の関係から今回実現した。

05 店舗展開 SHOP/TOOL

「時をかける少女」の 10 周年を記念して、渋谷パルコとコラボ。弊社で過去に制作した宣伝の財産を活用し制作した。新・旧の時かけファンに大好評で、行列ができるほどだった。

【クライアント：PARCO 様】



・ロゴ



・店頭看板



・館内看板



・ランチョンマット



バケモノの子の上映に併せて過去3作品を展示。弊社では今まで携わった経緯から企画から参加。細田監督の世界観を今までの宣伝財産を使って、表現した。

【クライアント：日本テレビ様】



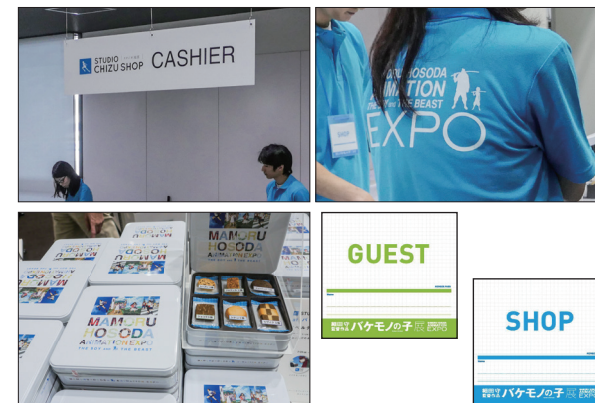
昔から細田監督作品を好きな人、今回初めて興味を持ってくれた方など、どの人も作品の世界観に入って楽しめるよう意識して作成した。



・告知ポスター



・販売店 / グッズデザイン



展示場内の以外でも販売店の制作物など細部まで制作。全体的なトーンを併せてイベント全体を盛り上げた。

クライアントと二人三脚で目指すブランディング。 地元に根付く企業ならではの広報支援のあり方。

ユニオンフォレスト株式会社 - インフラ業 -

concept LP ガス販売をメインに、創業から55年を越える地域密着型の企業さま。LPガスの販売に留まらず、ガス機器販売、新車・中古車販売、自社工場による車検・钣金・整備、リフォーム事業、セキュリティ事業、そして今では農業事業やコミュニティスペースの運営まで、そのサービスは地元に暮らす顧客のニーズに応えるカタチで多様化している。それらのサービスを顧客に正しく周知し、認知してもらうためのコミュニケーション方法のご提案、お手伝いをしている。

01 企業ロゴ・事業部ロゴ LOGO IDEA

以前は事業部ごとにトンマナの違うロゴが採用され、それぞれが独立した会社に見えていた。デザインを統一し、ひとつの会社であることを明示することで顧客の信頼感が増すようになった。

・変更前のロゴ群



・変更後のアルファベットロゴ



・変更後の日本語ロゴ

ユニオンフォレスト株式会社

・事業部ごとのロゴラフ案



事業部のロゴは文字の形、太さや高さ、マークとの組み合わせを検証しながら、各事業部の持つ個性に合ったカラーを探った。すでに歴史のある会社なので、お客さまの持つイメージから大きく乖離すると、これまでに培った事業部のイメージやネームバリューといった財産を失ってしまうので特に注意した。

・事業部ごとのロゴ決定案



02 社内ツール展開 APPLICATIONS

事業部ごとにテーマカラーの名刺をデザイン。トンマナを揃えることでひとつの会社であることを示しつつシンプルなデザインで統一。封筒は一般顧客も手にすることから、少しソリッドなデザインで会社のイメージアップを狙って提案した。

・名刺



・封筒



・社章デザイン



03 会社案内

COMPANY PROFILE

会社全体を紹介する会社案内から、新卒就活生をターゲットに設定して刷新。地元・呉の風景を交えながら働く先輩の言葉を通じて会社の理念を伝えることで、自分の働く場所や環境を具体的に想起できる構成に。



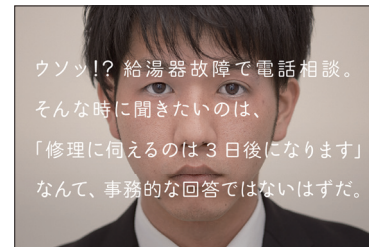
社員の人としての温かさを積み木に例え、地道に地元・広島に貢献してきた企業の真摯な姿が読み取れるよう心がけた。



04 コーポレートサイト

WEB site

会社案内の構成同様のコーポレートサイト。真剣に仕事に取り組む人の言葉と眼差しは、就活生だけでなく社内外でも話題に。隣の席で働く同僚が出演したこと、社員が自分たちの働き方を改めて見つめるキッカケにも。



デジタルネイティブ世代により多く見られるよう、PCとスマホで同じソースを使えるレスポンス対応に。会社概要などは必要最低限とし、新卒就活生が何を感じるか、また、会社としてどう感じて欲しいのかヒアリングと検証を重ねた。コンバージョンである資料請求までの流れもシンプルにした。

05 TVCM MOVIE

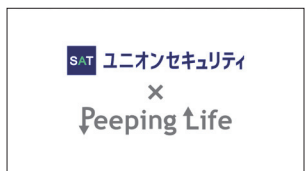
限られた予算内で最大限の効果を発揮するため、実写、アニメーションなどご提案。ネーミング訴求やサービス内容の周知など、毎年、その時の課題を解決するために最も効果的な内容・手法を選択し制作している。



セキュリティ事業部のアイコン「ジム&アレ」もアニメキャラに!

新卒就活生向けに、セキュリティ事業部の認知度を高める目的で、ネットやサブカル界隈で人気のPeepingLifeとコラボ。WEB用にスペシャルムービーも制作。3篇制作。

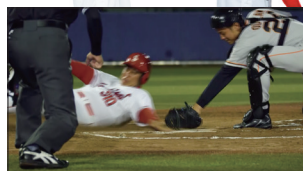
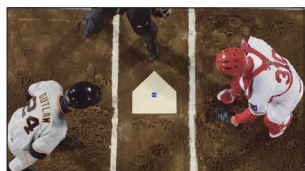
・2015年制作 TVCM & WEB 用動画



・2016年制作 TVCM 用動画



地元で野球人気が最高潮だった2016年には、野球中継のパロディを制作。地元の溢れる野球愛をセキュリティサービスへの親近感や愛着に転換を試みた。4篇制作。



06 広報誌・事業部ツール PR MAGAZINE

全国区の企業とは違い、地域密着型は特定地域にのみに向けたサービス展開ができるのが強み。サービス内容が限定的になりがちなので、より広く会社を知ってもらおうとして顧客向け広報誌の発行に至った。

・広報誌「季刊 彩暮」



・広報紙「月刊 彩暮」



各事業部の若手社員を中心に、広報誌専門の編集部を創設。Skypeなどを使いながら、毎週編集部会議を行い、広報誌でありながらお客さまにとっておトクな地域の事や生活に役立つ情報を掲載している。

・セキュリティ事業部営業用パンフレット



セキュリティ事業部からの依頼で制作。防犯で培ったノウハウを活かしたコストや人材の管理など経営支援サービスを周知する営業用パンフレット。

07 農業事業支援 NEW PROJECT

新規事業の農業だが、ヒアリングを進めていく内に農園をひとりで立ち上げた社員のキャラクターストーリーや世羅町に対する熱い想い、限られた予算で懸命に工夫する姿勢に心打たれ、その気持ちをそのまま伝え応援者を募るから始めることにした。

【農業事業部ブランド促進ツール】

・農業事業部パンフレット



露地栽培にこだわりを持つ農園なので「旬」の菜園なので「旬菜園」とネーミング。同時に「旬をつくる仕事」というキャッチコピーを採用。農園をゼロから立ち上げた社員の想いや、世羅高原で採れる野菜の美味しさの秘密など、初めて手にする人が興味を持つパンフレットに仕上がった。

【落花生販売ツール/商品パッケージおよび販促ツール】



農業事業部の新品である落花生。広島県産の落花生は珍しく、また、農園所在地である世羅町の地域活性化の願いも込め「SelaPea(せらびー)」とネーミング。

【商業施設】



・カフェ用ランチョンマット



・カフェ用食材パッケージ



地域の方が誰でも気軽に利用できるコミュニティスペース、ユニオンスクエア。平日はワークショップや趣味で作った作品の展示会などで多くの方に利用されている。また、旬菜園で生産した野菜が食べられるカフェを併設。週末には野菜市も開催され好評を博している。

業界団体の立ち上げコンテンツ制作を支援。 必要最低限をスピーディかつ良い品質で制作。

リユースモバイル・ジャパン - 中古携帯取扱業者業界団体 -

concept 中古携帯取扱業者による業界団体の立ち上げに係る、ロゴ開発とウェブサイト構築のご依頼。ローンチまでに2週間強という時間制約はあったが、これから活動を始める業界団体に必要な信頼感と“中古”という言葉にまわりつく「安かろう」「悪かろう」という“使い切り”のイメージを払拭する仕上がりになるよう努めた。

01 団体ロゴ LOGO IDEA

・ロゴ最終決定案



格调高い雰囲気と文字フェイスが持つどっしりとした安定感から Copperplate Gothic Bold をベースにロゴマークを開発。セリフ部分を厚くし、フォントの特徴をより強調することで重厚感を出した。アクセントとして日の丸をイメージした赤丸を配置した。日本語ロゴは重厚感とは逆に、軽やかさを洗練された雰囲気を狙い、カタカナの払いの角度を調整するなど工夫した。

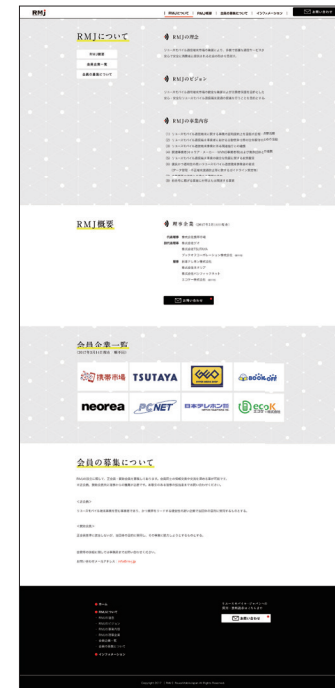
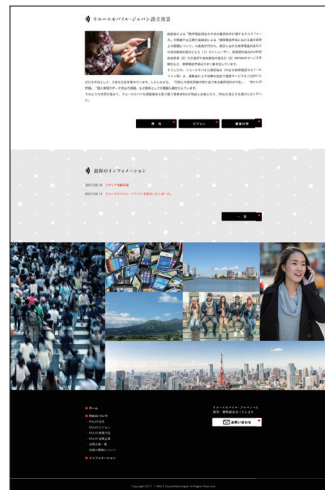
・ロゴ案ラフパターン

リユースやリサイクル、携帯電話、安心感の3つの切り口から約30パターンのロゴを制作。その中からいくつかをピックアップしてご提案させてもらった。ロゴを使用したイメージを掴んでもらうために、加盟業者の店頭用ステッカーデザインも合わせてご提案した。



02 公式サイト WEB site

女性が笑顔で携帯電話で話すビジュアルを使用。女性の持つ柔らかい雰囲気と、リユースモバイル・ジャパンが目指す中古携帯の普及によって「もっと気軽につながれる」、明るい未来を想起させるメインビジュアルに仕上がった。



毎月一回の更新頻度が目安ということもあり、まずはスケジュール優先を目的にレスポンスには対応しつつCMS化はしなかった。活動前ということもあり、無類に要素を作り上げることはせず、必要な情報を掲載することにした。シンプルなデザインで目に入って来る情報の簡略化を目指した。

ワンランク上の自分になれる華やかなイメージを。
ブランドの世界観を打ち出し顧客獲得を狙う。

株式会社エネット - アパレル業 -

concept 「自分のライフスタイルを持ち、ファッションを通して表現できる社会的に独立したキャリア女性」をブランドコンセプトにアイテムを展開するファッションブランドの立ち上げに携わった。

01 ロゴ
LOGO

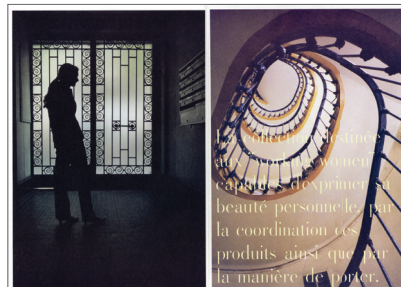
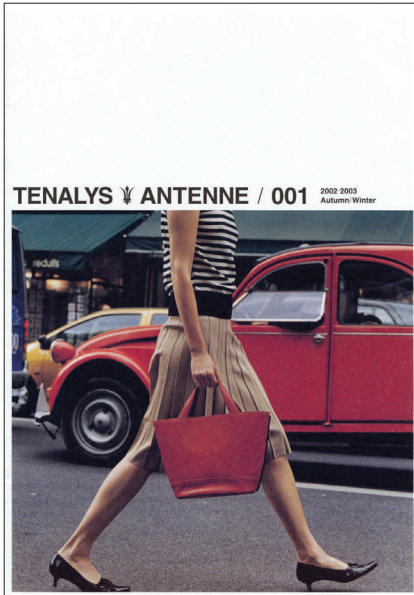
品格のある大人の女性を意識し、シンプルかつ繊細なイメージがでるよう心がけて制作した。

TENALYS

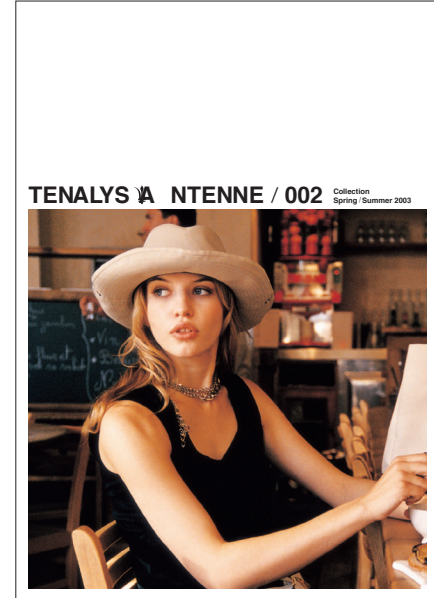
02 シーズニングカタログ
SEASON CATALOG

海外の雰囲気そのまま持ち込んだ、
他にはないスタイリッシュなものを提案。各シーズンで制作した

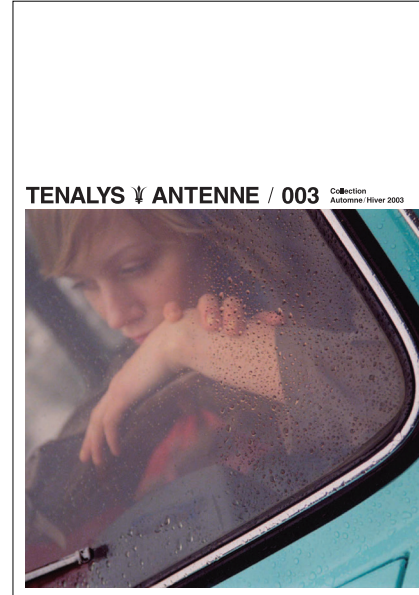
・2002A/W



・2003S/S



・2003A/W



手軽に食べられる美味しいイタリアン。 女性をターゲットに絞り交通広告で周知を狙う。

株式会社カゴメ - 食品メーカー -

concept 美味しい=幸せ。日常のちょっとした幸せが、ちょっとした時間で感じられるんだというテーマで展開。多くの女性たちに手にとってもらい、家で楽しんでもらいたい商品だったので、家路につく女性たちの目によく止まるよう交通広告を選んだ。

01 駅広告展開 POSTER

品格のある大人の女性を意識し、シンプルかつ繊細なイメージがでるよう心がけて制作した。

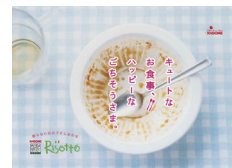
・駅構内



・車内展開



・その他ポスター



無名だった海外ブランドのローカライズで、
独特の世界観を打ち出し、知名度のアップに貢献。

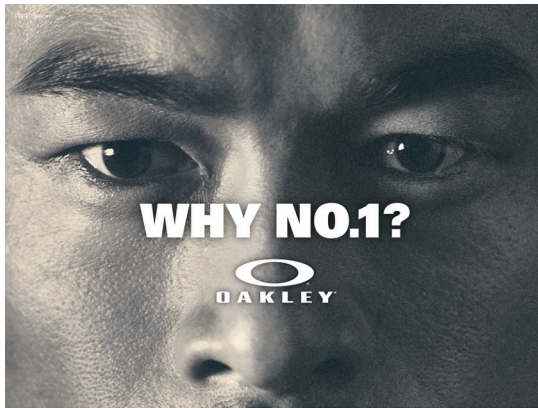
株式会社 OAKLEY - スポーツアパレルブランド -

concept スポーツアイウェアの最高峰で、常に新たな可能性を見出し、他が追随することの出来ない究極のテクノロジーを開発し、あらゆるカテゴリーで最強の威力を発揮する。そんな他には真似出来ない企業の姿勢を反映し、メジャーリーガーのイチローを始めとした、各スポーツのトッププレイヤーをビジュアルで起用した。

01 アイウェア広告
eyewear advertise

海外の雰囲気そのまま持ち込んだ、
他にはないスタイリッシュなものを提案。各シーズンで制作した。

・ポスター (2012)



イチロー | RadarLock™

ICHIRO SUZUKI Major League, Seattle Mariners | Frame Color: Matte Black Ink, Lens Color: Positive Red Infrared

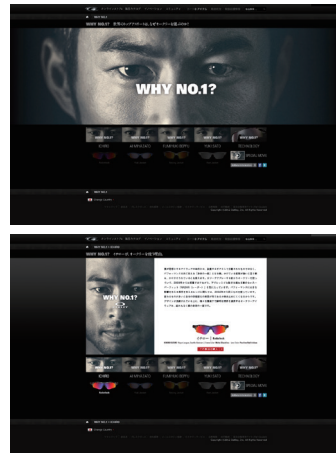
プロ野球オールスター 73% | 日本オープンゴルフ選手権競技 68% | 日本女子オープンゴルフ選手権競技 61%
日本トライアスロン選手権 56% | 全日本実業団女子駅伝 55%

トップアスリート使用率NO.1. オークリー

獲得特許数540以上に裏付けられたパフォーマンス



・WEB (2012)



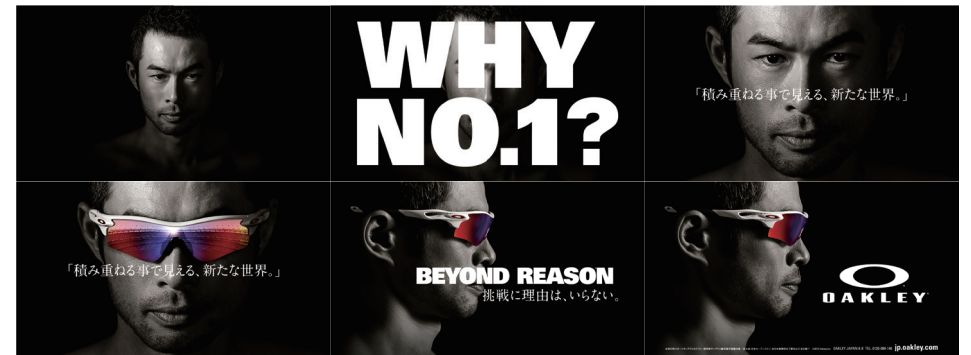
・ポスター (2013)



・WEB (2013)



・サイネージ (2013)



02 ウェアーカタログ CATALOG

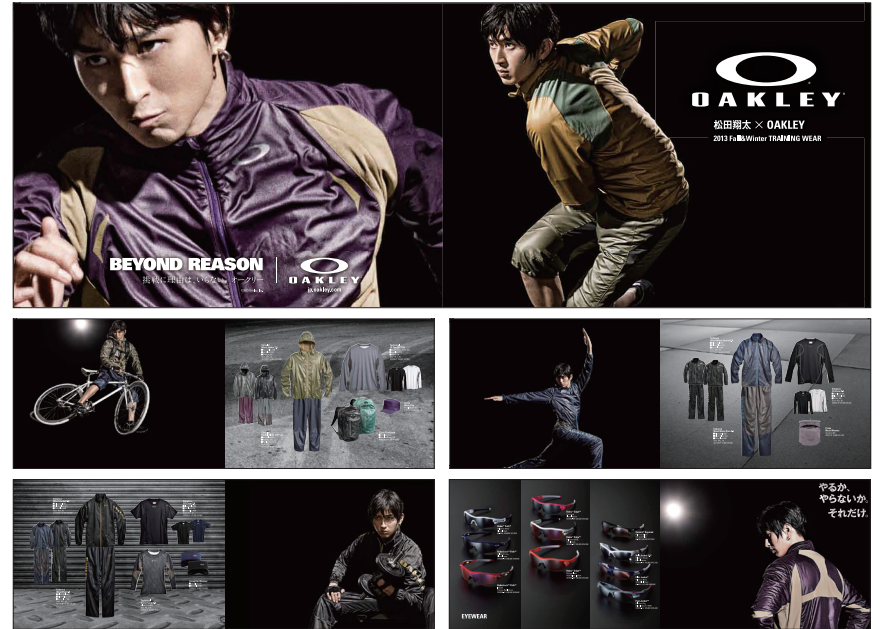
・カタログ 2013 s/s



・車内サイネージ



・カタログ (2013 f/w)



・ポスター



・カタログ (2014 s/s)



・ポスター (2014 s/s)



・3連ポスター (2014 s/s)

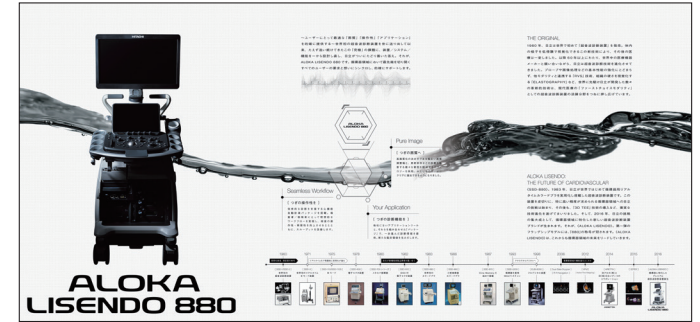
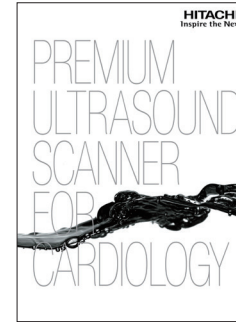


医療現場を支える先進性と技術力。 最上位機種が誇る、確かな信頼を伝える。

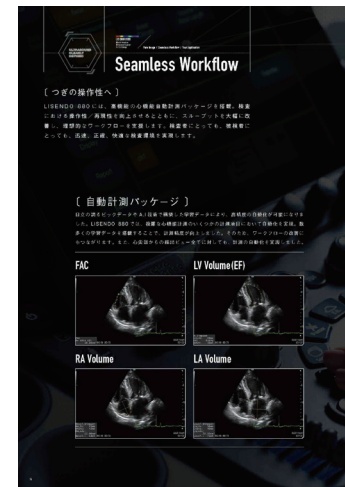
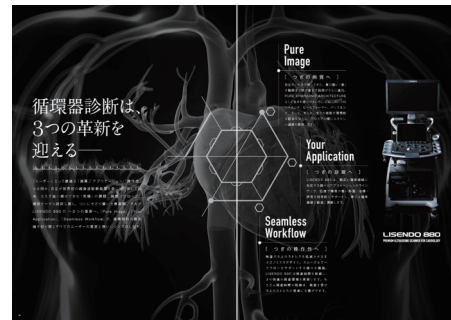
株式会社日立製作所 - 電気機器メーカー -

concept 世界に先駆け日立が開発した「超音波診断装置」の最上位機種のカatalog。60年以上に渡り業界を牽引してきた、その品質と信頼を表現。クライアントの持つ革新的技術を世界展開するため言葉ではなくビジュアル中心の構成とした。

・シリーズカタログ



01 カタログ CATALOG



創立100年を迎える企業の新たな船出。
積み重ねた想いを引継ぎながら生まれ変わる。

株式会社 KGRIT - 建築業 -

concept 主にファッションホテルのプロデュースを手掛ける企業。社名変更に伴う会社の新体制構築をビジュアル面から支援。社名の開発から企業ロゴ、パンフレットや名刺などのツール、カンパニーサイトまで刷新した。なかでもパンフレットやwebサイトは、今後、多角化を目指す会社の思惑と足並みを揃え、会社そのものに興味を持ってもらえるよう門戸の広い表現やコンテンツを目指した。

01 企業ロゴ
LOGO IDEA



株式会社 ケイグリット

02 社内ツール展開
APPLICATIONS

・名刺



・封筒



03 会社案内
COMPANY PROFILE



04 コーポレートサイト
WEB site

