

デザインのつくりかた。

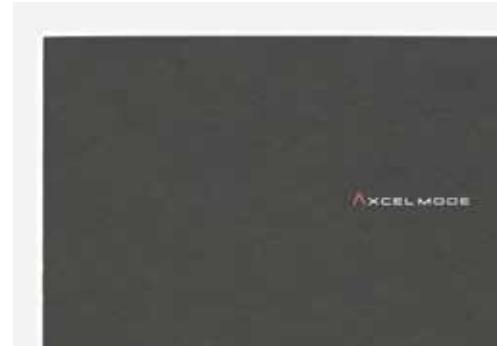
creative work

差ではなく、違いをみつける。

Before



After



株式会社アクセル・モード

「アクセル」の役割を車のビジュアルを用いて表現。
刻々と変化する状況に瞬時に反応し、躊躇すること
なく時代を一気に駆け抜ける企業のスタンスを表現
しました。



Before



After



社会保険労務士法人 伊藤人事労務研究所

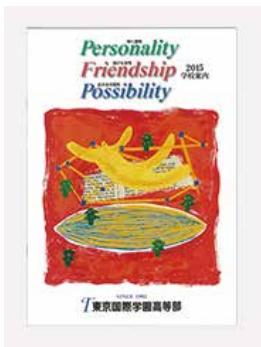
社会保険労務士の必要性をキヤッチコピーで訴求。
業務内容を羅列したものではなく、メッセージ性の
高いビジュアルとコピーでインパクトのある冊子に
しました。



[ビジュアルブック]



Before



After



学校法人 上田煌桜学園／さくら国際高等学校

カリキュラムがわかる保護者向けの冊子に加え、学校の雰囲気がわかるビジュアルブックも制作。余白の多いレイアウトで、空気感を表現しました。



[ビジュアルブック]



情報ではなく、メッセージを伝える。

Before



After



医療法人 湘美会／湘南美容外科クリニック

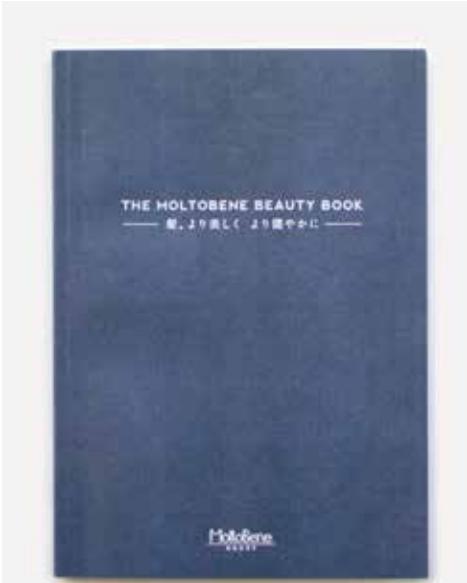
美容外科に対する院長の想いや今後のビジョンが、よりダイレクトに伝わるよう、書籍のような構成に。院長のカリスマ性を「読み物」として訴求しました。



Before



After



株式会社モルトベーネ

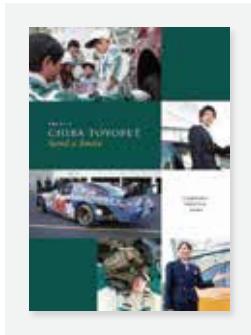
ヘアケアや美容に対する企業の役割や想いを、写真と
キヤッヂコピーで表現。バイブルのような表紙にすることで、
「言葉の重み」を感じるようにしました。



髪は髪のいいもの。だから。



Before



After



千葉トヨペット株式会社

営業、販売、メカニック、それぞれのスタッフが輝きながら働いていることを表現。業務内容を紹介するとともに、仕事への熱い想いを訴求しました。



株式会社マレア・クリエイト

「好きなことを仕事にする」ことを訴求した採用案内。生きるために働くのではなく、働くことを生き甲斐にしている人たちの等身大の姿を表現しました。



A large photograph of a person wearing a red wetsuit and scuba gear, smiling while swimming in the ocean. Above the photo, Japanese text reads: "海に潜る感動を、たくさんの人伝えたい。". To the right of the photo is a column of Japanese text. Below the photo are three smaller images showing people working at desks and interacting.

A photograph of a woman with short brown hair, wearing a white shirt with a red floral pattern, smiling. To her left, Japanese text reads: "人が好き、物が好き、だから仕事が楽しい。". The right side of the page contains a column of Japanese text and several small thumbnail images showing people working in various office environments.

A photograph of a group of nine people sitting in a circle on a sandy beach, smiling and laughing. To the right, Japanese text reads: "好きなことを仕事にできる。マレア・クリエイト". The bottom half of the page features a grid of images related to travel and leisure, with columns of Japanese text on either side.

株式会社ウェブマネー

無限の可能性を秘めた電子マネーの魅力を、
社員目線で発信。自分の発想で未来を
つくれるという仕事のやりがいを表現
しました。



ものではなく、ものがたりを描く。

Before



After



株式会社日本ライフデザイン
介護付有料老人ホームアーバンリビング稻毛
介護付き有料老人ホームのサービスを、
入居者から家族に送られた「手紙」で表現。
入居者視点で、サービスのホスピタリティ
を訴求しました。



株式会社浜屋

舞台に並んだ回収品の写真とキャッチコピーにより、「捨てられたものに、もう一度光を当てる」という企業の社会的な使命を表現しました。



[ブランドマーク]



HAMAYA

HAMAYA

[名刺・封筒]



[会社案内]





東京トロン株式会社

単に部品を卸すだけの商社ではなく、モノづくりの課題も解決できることを、ブランドブックとWebで表現。統一感のあるブランドイメージを構築しました。



[会社案内]



[コーポレートサイト]

[スマートフォン閲覧時]

ソフトバンクBB株式会社

「暮らし」をテーマに、ソフトウェアと人との関係性を紹介。ソフトウェアがあることで毎日の暮らしが豊かになっていくことを表現しました。



ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ株式会社

わかりづらい研究事業に関心を持ってもらえるよう、
問い合わせのキャッチコピーで興味を喚起。ミスター
HMTというキャラクターを立て、平易な言葉で解説
しました。



表面ではなく、内面をデザインする。

ヤブ原産業株式会社

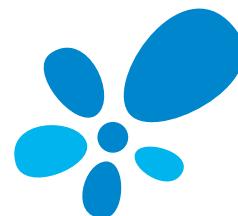
創業から50年以上にわたって掲げてきたCIをリニューアル。

Webサイト、ステーショナリー、BIを統一し、企業ブランドの基盤を構築しました。

[会社案内]



[ブランドマーク・ロゴタイプ]



ヤブ原産業株式会社



[名刺・封筒]



[コーポレートサイト]



[サテライトサイト]



インターリンク株式会社

「色は語る、色を語る。」をスローガンとした会社案内、Webサイト、採用ムービーを制作。「働く人」が主役となったVIを構築しました。

[会社案内]

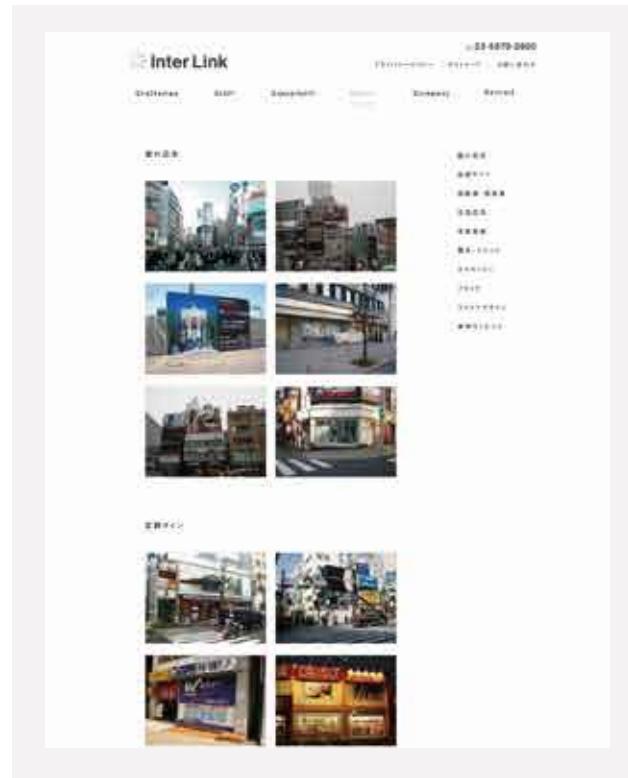
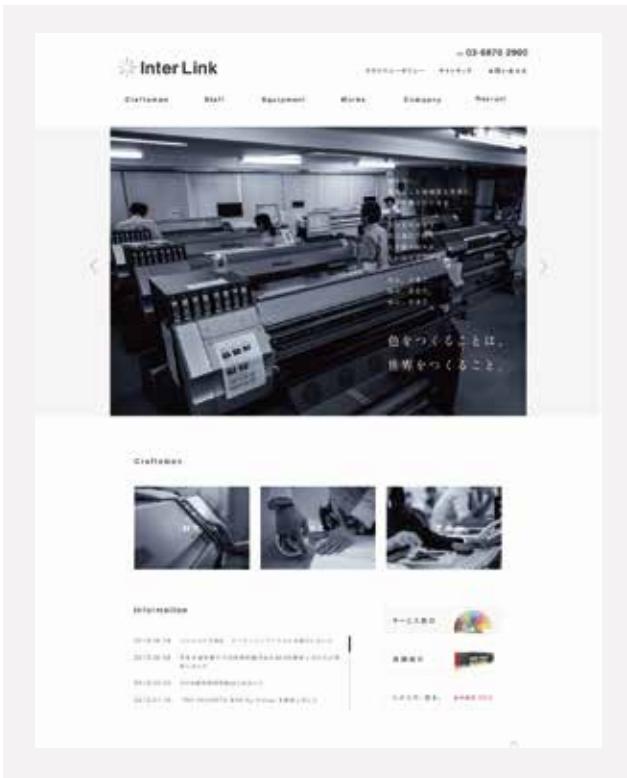
[ブランドマーク・ロゴタイプ]



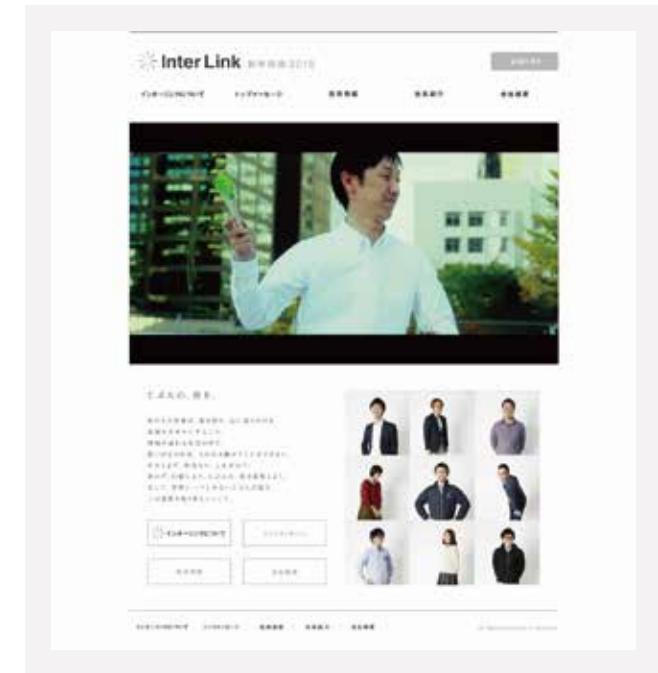
Inter Link



[コーポレートサイト]



[リクルートサイト]



[Movie]



[封筒]



社会福祉法人 カメリア会／
特別養護老人ホーム カメリア桜ヶ丘

特別養護老人ホームのコンセプトを開発。すべて
のツールを同じコンセプトのもとで展開した
施設プランディングを行いました。

[ブランドマーク]



[ネーミング案企画書]



[施設案内]



[ポストカード]



[名刺・封筒]



[ブランドブック]



[Movie]



アーバネスト株式会社

不動産仲介店ブランドを構築。賃貸住宅の「サードウェーブ・セレクトショップ」をコンセプトに新たなスタンダードをつくる姿勢をデザインしました。

[ブランドマーク]

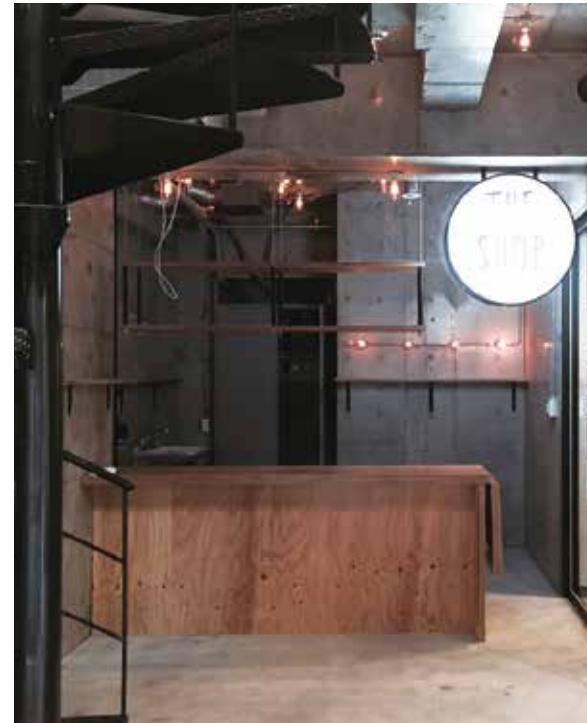
THE SHOP

BY URBANEST

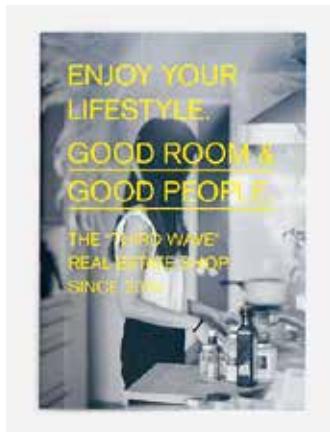
[ブランドイメージ]



[店舗デザイン]



[ブランドブック]



[名刺・封筒]



[ブランドサイト]

A screenshot of the brand site. It features a large image of a woman at a table, the "THE SHOP by URBANEST" logo, and a "CONCEPT" section with text about creating new lifestyles. Below this is a "PROJECT" section with a grid of images.

[コーポレートサイト]

A screenshot of the corporate site. It features a "RENOVATION DIVISION" section with a large image of a room, and "BUSINESS" and "PROJECT" sections with sub-sections like "REMOVAL", "LEASING", and "SALES". There are also "CONTACT US" and phone number buttons.

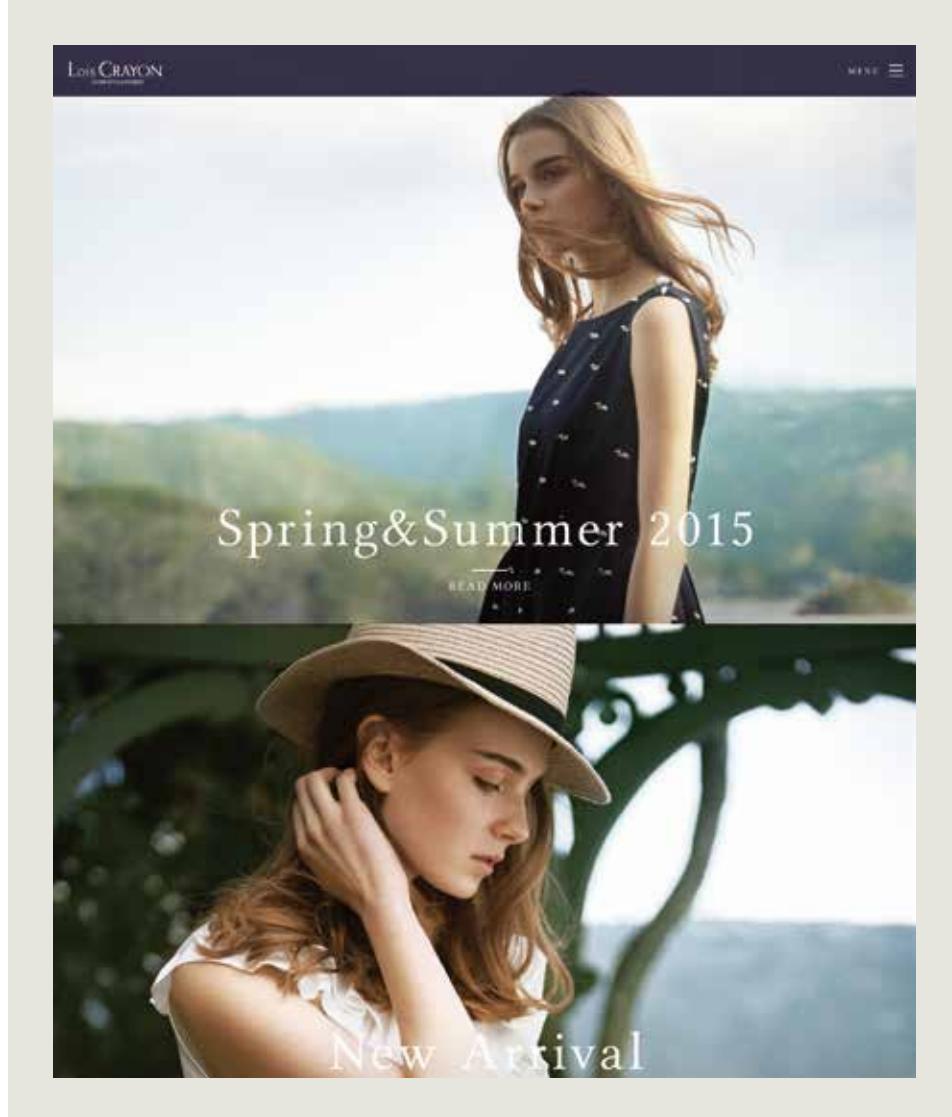
[物件検索サイト]

A screenshot of the real estate search site. It shows a "NEW CONSTRUCTION" section with images of buildings, a "YOGA CORTE SERIES" section with images of modern buildings, and various search and contact options on the right side.

見た目ではなく、見たいをつくる。

株式会社クレヨン

ブランドの核である「ブリティッシュ・トラッド」を軸に表現。
「トラッド=古い」ではなく、時代が変わっても新しいデザインとしています。



A desktop screenshot of the Lois CRAYON website. The top section features a grid of 16 clothing items under the heading "New Arrival". Below this is a video player showing two women, with "Interview" text above it. Further down is a "Voice" section with a grid of small images. To the right, there are two vertical columns of clothing items. The top column has a "Spring&Summer 2015" overlay. The bottom column has a "New Arrival" overlay.

演出ではなく、集客を考える。

錦商店街振興組合

立川市の助成する錦商店街振興組合のまちづくりイベント「鬼うまフェス」。
企画立案から、広告、PR、会場設営、当日の運営などを一貫して担当しました。



スバル興業株式会社／東京夢の島マリーナ

マリーナの新たな価値を提案する展示会ブースをデザイン。
「敷居の高さ」を払拭する強いメッセージとデザインで「開かれたマリーナ」を表現しました。



協 力

株式会社アクセル・モード

社会保険労務士法人 伊藤人事労務研究所

学校法人 上田煌桜学園／さくら国際高等学校

医療法人 湘美会／湘南美容外科クリニック

株式会社モルトベーネ

千葉トヨペット株式会社

株式会社マレア・クリエイト

株式会社ウェブマネー

株式会社日本ライフデザイン／介護付有料老人ホームアーバンリビング稻毛

株式会社浜屋

東京トロン株式会社

ソフトバンクBB株式会社

ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ株式会社

ヤブ原産業株式会社

インターリンク株式会社

社会福祉法人 カメリア会／特別養護老人ホーム カメリア桜ヶ丘

アーバネット株式会社

株式会社クレヨン

錦商店街振興組合

スバル興業株式会社／東京夢の島マリーナ

(順不同)

装飾する。演出する。

デザインとは、
そういうものではない。

商品やサービス、企業の存在価値を
掘り起こして、見えるものにする。

新しい価値をつくるのではなく、
いまある価値を整理して、磨く。

理想の姿と、現実の姿。
この溝を埋める。

デザインとは、そういうもの。

私たちがデザインするもの。
それは、目に見える表面的なものではなく、
もっと奥深くに、そっと眠っているもの。
想いや考え方、姿勢や佇まい。

そういう内面的なものがデザインされていなければ、
どんなに美しいデザインであったとしても
人に届かない。
社会は動かないのだから。

paddle design company

paddle design company