CONCENT

伴走するデザイン

私たちは伴走します。社会や時代と。
私たちは伴走します。企業、組織、人、プロジェクトと。
社会や時代の流れを肌で感じながら、
組織に、事業に、新しいカタチを与えていきたい。
これが、デザイン会社コンセントの願いです。

私たちが寄り添う企業は、時代に合わせて常に挑戦が求められます。
私たちは勇敢なクライアントの一歩後ろに下がって支えたり、
時には、一歩前に出てペースメーカーや風除け役を務めます。
そして新しい挑戦をカタチで示します。
驚きを社会の常識に変えていきます。
理解、情熱、勇気、予測、ケア。
こうした目に見えない能力と感情を大事にしながら、
コンセントは、伴走を続けていきます。

ユーザーへの深い理解と「ストーリー」がビジネスをドライブする

ユーザーの背景にある文脈や価値観を
深く理解し、最適な体験を紡ぎ出す。
それは、表層的な見た目や印象だけでなく、
時間軸をもった「ストーリー」を設計すること。
ユーザーや顧客、さまざまなステークホルダーの
視点をもった代弁者として、
ビジネスをデザインの力でドライブしていきます。

事業開発支援

06 **価値**をデザインする

コーポレートコミュニケーション支援

08 **伝わる**をデザインする
コンテンツ戦略支援

10 **しくみ**をデザインする
ウェブガバナンス構築支援

12 **体験**をデザインする
デジタルマーケティング支援

13 **共感**をデザインする
ブランディング支援

クリエイティブ開発

14 **おどろき**をデザインする

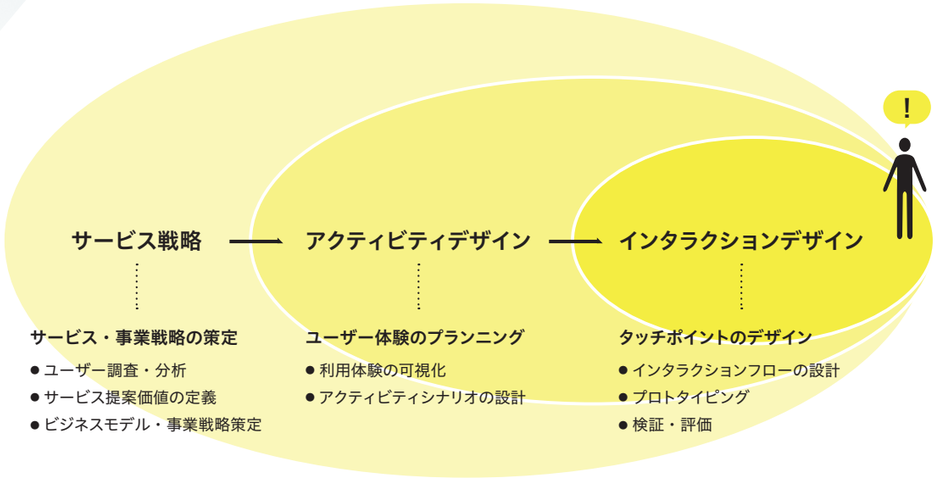
組織開発支援

16 **変革**をデザインする

事業開発支援

価値
をデザインする

「モノ」から「コト」へ。「サービスデザイン」のアプローチで、
事業に新たな価値をもたらします。



近年の事業開発では、製品のスペックや機能ではなく、ユーザーの利用体験を中心として事業活動全体を捉え直し、ユーザーの利用文脈や潜在ニーズに沿った価値を提案することが求められています。

コンセントでは、製品も含めたユーザーの利用体験全体を「サービス」として捉える「サービスデザイン」のアプローチで事業開発をサポートします。ユーザーの行動文脈やその背景にある価値観までを深く調査するインサイトリサーチを通して、潜在的なニーズや課題を抽出し、提案価値に基づくサービスコンセプトを生み出します。さらにコンセプトをユーザーの利用体験シナリオへと落とし込み、プロトタイピングによる検証・評価を繰り返しながら、具体的な製品・サービスを構築します。

提供サービスの例

調査・分析

エスノグラフィ調査やデプスインタビューなどを通して、ユーザーの行動文脈やその背景にある価値観を深く掘り下げ、インサイト（示唆）を導出し、ユーザーの潜在的な課題やニーズを抽出します。

コンセプト立案・プロトタイピング

サービスの提案価値を定義し、コンセプトの仮説を構築。シナリオによる顧客体験の設計をふまえて、UIモックアップやコンセプトシートなどのプロトタイピングによる仮説検証を行います。

事業戦略・プロモーション戦略策定

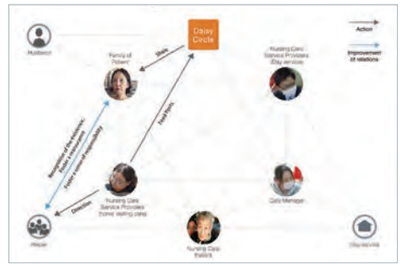
サービス提案価値をベースに、マネタイズやビジネスモデルの検討、営業戦略からプロモーション戦略まで、新規事業を成長させるためのあらゆる戦略策定をサポートします。

1 徹底的な顧客視点で新たなニーズを掘り起こす

カシオ計算機株式会社
介護業界向け新サービス「DaisyCircle」開発

介護関連市場への新規事業展開を目指すカシオ計算機のプロジェクト。サービスデザインのアプローチで、サービスコンセプト立案、UI設計、プロモーションに至るまでの全工程に携わっています。まずは、ヘルパーや被介護者家族、ケアマネージャーなどあらゆるステークホルダーへ定性調査を実施。介護に携わる人々がコミュニケーションを気楽に行えず、互いに安心感が醸成されないという課題を抽出しました。そこで「介護に関わる人々を適切な距離感をもったチームに」というコンセプトを導き、クローズドSNSのモバイルアプリケーション「Daisy Circle」を開発。プロトタイプ制作や実証実験など、実際のユーザー体験を通して提案価値の検証を繰り返すことで、より強固なサービス提供に至っています。また、これらの提案価値をベースにプロモーションにあたってのストーリーも設計。ウェブサイトや新聞広告、パンフレットなど多様な媒体で一貫したメッセージを展開し、広報・販売促進までを支援しています。

あらゆるステークホルダーへのデプスインタビューを通して、介護市場に内在する課題を浮き彫りにしていきます



見えてきた課題は、介護に携わる人々のコミュニケーション。サービスのストーリーを図式化し、その価値を明確にしていきます

開発したアプリケーション「DaisyCircle」。ユーザーへのインタビューに基づいたコンセプト立案からUI設計までを手がけています

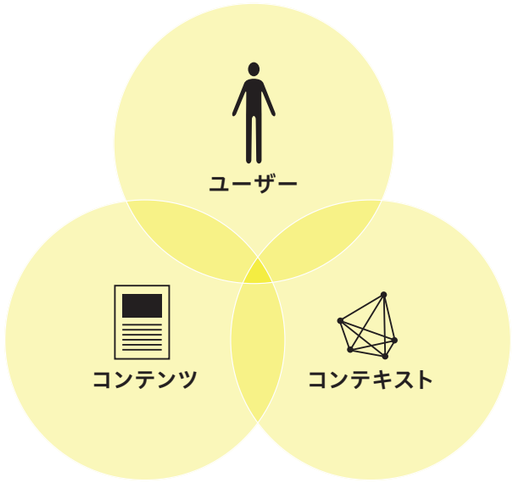
サービス開発の工程でユーザーを深く理解しているからこそ、ターゲットに響くストーリーをもったプロモーションが実現可能です

コーポレートコミュニケーション支援

コンテンツ戦略支援

伝わる
をデザインする

「伝えたい」ことを「伝わる」企画へと落とし込み、
ビジネスゴールへ結びつける戦略的なコミュニケーション活動を実現します。



多くのメディアに溢れ、情報過多が叫ばれる今、企業が発信する情報の「質」が問われています。一方的に「伝える」だけの散発的な情報発信ではなく、長期的な視野に立った上で「伝わる」ための戦略が重要となります。

コンセントでは、ユーザーのニーズを深く掘り下げ、ビジネスゴールと結びつけたコンテンツを発信し続けるための戦略を構築し、その実行と効果測定による改善までを一貫して支援します。プロモーション広告、ウェブサイト、営業ツールなど、各媒体の特性を活かしながらも、メディアを横断した企画方針を策定し、一過性の反響に頼ることのない効果的なストーリーを設計。また、体制や業務フローまでをも設計することで、継続的かつ持続的な運用を可能とします。

提供サービスの例

調査・分析

ユーザーニーズを抽出しモデル化する「ユーザー分析」、運用上の課題を把握する「コンテンツ分析」、ビジネス要件を明示化する「コンテキスト分析」から、戦略策定における課題を定義します。

コンテンツ戦略策定

調査・分析結果をふまえ、ユーザー体験のストーリーに即したKPIを設定します。さらに、各メディアの役割を定義した上で、メディアを横断した長期的な企画方針と運用方針を策定します。

運用設計・運用支援

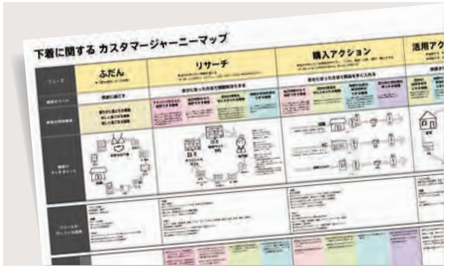
運用チームの体制づくりや業務フロー設計を行い、負荷の少ない運用を実現させます。また、効果測定のPDCAサイクルまで含めた運用プランを設計し、コンテンツ運用やアクセス解析を継続的にサポートします。

1 顧客体験を紐解き コミュニケーション施策を再定義

株式会社ワコール
ウェブサイト活用方針策定

インナーウェアを展開するワコールでは、コミュニケーション施策全体を見直し、その中でウェブサイトが担うべき役割を再定義することが求められていました。店舗における実地体験評価、インターネット調査、ウェブサイト利用に関するユーザーテストなどあらゆる調査を実施。これらの調査結果から、情報収集手段、購入までの経路、感情変化など、顧客が購入に至るまでの「体験」を図式化したカスタマージャーニーマップを作成。このマップによって、顧客の体験フェーズごとに最適なコミュニケーション施策を展開することが可能となりました。

顧客の調査のみならず、社内の各事業部門とのワークショップを通して、現状のコミュニケーション施策についての洗い出しも行いました



情報収集や購入アクションなど「顧客体験」を整理し、コミュニケーション施策と結びつけたカスタマージャーニーマップ

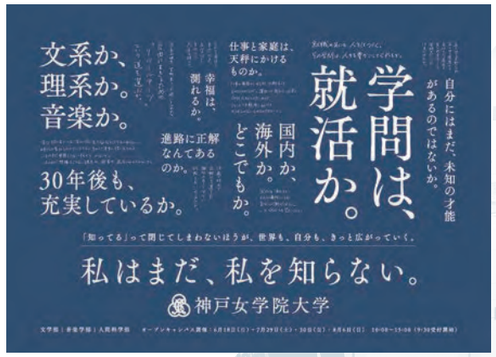
2 ロールモデルを描き出し、メッセージに落とし込む

神戸女学院大学
ブランディング戦略支援

伝統を誇る神戸女学院大学では、従来の「お嬢様」イメージの払拭を図り、主体的かつ多角的な学びの環境があることを伝え、受験者数の増加へつなげることが求められていました。在校生へのインタビュー、執行部とのワークショップや教職員へのアンケート調査を通してロールモデルとなりうる学生像を明確化し、ブランディング戦略を構築。また、調査から得られた大学の価値を言語化すべくタグラインを制定し、社会に向けた交通広告、在校生のためのインナーツールなど、各ターゲットごとのコンテンツを開発し、大学広報活動に結びつけています。

在校生へのインタビューを通して顕在化していない大学の価値を探り、ロールモデルとなる学生像を描きだしました

抽出した価値をタグライン「私はまだ、私を知らない。」に集約。このメッセージを中心に、学内外へ向けた広報コンテンツを制作しました

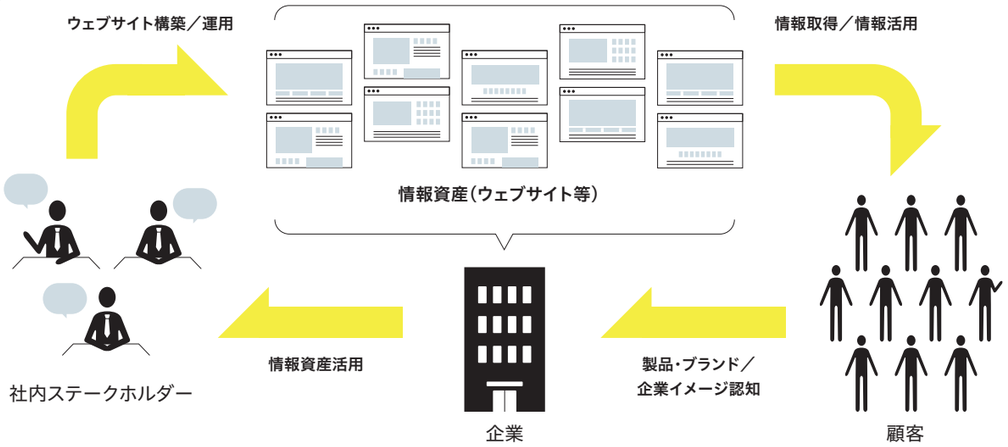


コーポレートコミュニケーション支援

ウェブガバナンス構築支援

しくみ
をデザインする

複数のウェブサイト群を「総体」として捉え、運用のしくみごとデザインすることで
ユーザーと企業の双方が企業の情報資産を最大限に活用できる環境を構築します。



現代の企業は、グローバル化やマルチブランド展開など活動の多様化によって、複数のウェブサイトを保有するケースがほとんどです。こうしたウェブサイト群を「総体」として捉え、一貫したイメージや情報を伝えなければ、企業イメージの毀損や機会損失につながりかねません。

コンセントでは、複雑化する企業のウェブサイト群を、一貫性をもって維持・運営していくためのウェブガバナンス構築を支援します。ユーザーがニーズに沿って情報を取得できるような動線を設計することはもちろん、業務フロー設計やガイドライン策定、システム化など、社内ステークホルダーの運用業務を最適化するための「しくみ」もデザインし、ユーザー・企業の双方が、企業の情報資産を最大限に活用できる環境を構築します。

提供サービスの例

情報設計・サイト設計

ビジネス上の課題とユーザー体験をふまえて、サイト群のマクロ構造、ナビゲーション、画面などの情報設計を行います。また、ウェブサイト全体のトーン&マナーやデザインルールを定義します。

社内コミュニケーションデザイン

サイト運用を担う社内ステークホルダー間のコミュニケーション全般をデザインします。業務内容やリテラシーに合わせ、ガイドラインやマニュアルなど、最適なコミュニケーションツールを設計します。

CMS構築支援

コンテンツの管理・運用を効率化するCMS構築をサポート。運用体制や業務フロー、運用ガバナンスをふまえ、最適なHTMLテンプレートを設計し、CMS構築を支援します。

1 数多のブランドの世界観を同一プラットフォームで体現する

花王株式会社
AEM基盤構築・導入支援プロジェクト

国内外、数多のブランドを展開する花王。長期的なデジタルマーケティングの運用と、制作の効率化によるコスト削減を目的に、全ブランド共通のプラットフォームを構築しました。AEM※を導入し、情報設計、UI設計等を支援。各ブランドのイメージを柔軟に訴求できるよう、ビジュアルデザインの基礎となるトーン&マナーのルールも定義しました。また、実制作を担うパートナー会社対象のトレーニングメニューやマニュアルサイト開発等を通じて、スムーズに制作環境を移行するための支援も行っています。

※デジタルコンテンツ管理プラットフォーム「Adobe Experience Manager」

AEMで活用するHTMLテンプレートを構築。花王らしい表現を可能とするだけでなく、業務効率化も考慮した設計に

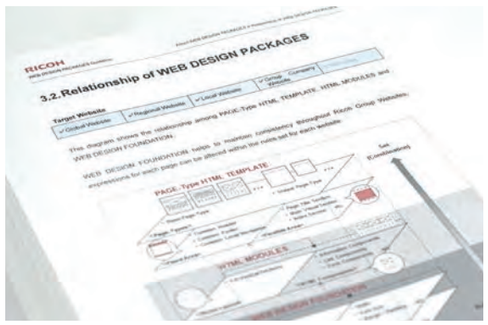
ウェブガバナンス構築の有効性に共感を得てスムーズな移行を実現するため、実制作を担うパートナー会社に向けたガイドラインも制作しました

2 「全世界」に向けた情報発信をサポート

株式会社リコー
グローバルガイドライン リニューアル

グローバル展開するリコーのウェブサイトは国内に限らず、海外の各地域国家の拠点が運営するものも含め膨大です。これらのサイト群に統一感をもたせながらも、現地のマーケティング活動に寄り添うことが求められていました。そこで、各地域国家のサイト構造や運営状況、組織体制等の調査を通して、解決すべき課題を特定。ユーザー目線に立った評価をもとに、サイト設計時のオペレーションマニュアルを策定しました。また、一貫性をもちながらも各地域国家の事情に合わせた発信が容易となるよう、新しいHTMLテンプレートを開発。拡張性の高い運用を実現しました。

コンセントとリコーの共同でワークショップを開催。クライアントと共に現状の問題を洗い出し解決策を見出していきます



実制作を担当する海外担当者に向けたガイドライン。運用段階のコミュニケーション設計こそウェブガバナンス構築において重要です

コーポレートコミュニケーション支援

デジタルマーケティング支援

体験

をデザインする

認知してもらい、興味を掻き立て、行動へと促す。
顧客の体験をデザインすることで、人を動かすマーケティングを支援します。

企業のマーケティングにおいて、ウェブサイトをはじめとしたデジタルメディアはいまや欠かせない存在となっています。メディアやデバイスが多様化する中、デジタルマーケティングにおいて重要なのは、ツールやシステムを導入するだけではなく、顧客の視点に立ったシナリオを描くこと。さらに、シナリオに沿って各メディアを継続的かつ着実に運用していくことで、マーケティングゴールを達成することができます。

コンセントでは、徹底的に顧客の視点に立ち、チャネルを横断して俯瞰的に企業との接点を捉えることで、最適な顧客体験を提供するための戦略を構築します。同時に、効率的な運用プランを設計し、継続的な運用支援を続けることで、長期的なゴールの実現をサポートします。

提供サービスの例

調査・分析

顧客の利用文脈や潜在ニーズを抽出するユーザー調査と、社内ステークホルダーに対する運用状況の調査を行い、顧客と運用の両面から、戦略策定に向けた課題を特定します。

コンテンツ戦略策定

調査結果をふまえ、認知から興味、購入、利用に至るまでの顧客体験のシナリオを描きます。顧客の利用文脈に寄り添いながら、製品やサービスとの接点を捉えることで、最適な戦略を構築します。

デジタルメディア設計・構築

顧客体験のシナリオを基に、ウェブサイトをはじめとしたデジタルメディアや関連する施策の設計・構築を行います。また、効率的な運用プランの設計と、構築後の運用もサポートします。

シンプルで美しいブランドの世界観を表現しながらも、最新大型CMSに対応したサイト設計に

各国共通のプラットフォームを構築

株式会社カネボウ化粧品
「KANEBO」ブランドサイト

株式会社カネボウ化粧品のグローバルブランド「KANEBO」のサイト。各国のローカルサイトもすべて日本国内で制作・運用し、ブランディングの一貫性を保ちながら、マーケティングディビジョンごとの施策や販売計画への柔軟な対応も求められました。そこで、クリエイティブやデザインの統一は担保しつつ、言語、商品情報や店舗情報がアクセス元の国・地域に応じて最適に表示されるパターンを設計し、マーケティングプラットフォームとして機能するサイトを構築しました。公開後は各国担当者との連携を含むオペレーションが継続するよう、随時フローを現実的に可能な形に見直し、対応。また定期的なアクセス状況のレポーティングも実施するなど、長期的なマーケティング支援を続けています。

コーポレートコミュニケーション支援

ブランディング支援

共感

をデザインする

ステークホルダーと共に創りあげるプロセスを設計することで、
企業価値への共感を醸成するブランドを構築します。

ブランディングに必要なのは、ロゴなどのガイドラインを規定したり、広告によるイメージ訴求をすることだけではありません。企業価値をふまえて製品やサービスも含めたあらゆるタッチポイントを再定義し、全てのステークホルダーに対して共感を抱いてもらうことが重要です。

コンセントでは、あらゆるステークホルダーを巻き込んだ「共創プロセス」によるブランディングを目指します。社員参加型ワークショップや顧客を含めた対話型プログラムなど、ステークホルダーと共に企業価値を探り、共感を醸成していくプロセスを設計。デザインで培ったノウハウをもとに、事業活動全体を顧客視点で捉え直すことで、戦略策定からクリエイティブまで一貫したブランド構築を支援します。

提供サービスの例

ブランディング戦略策定

ワークショップや対話型プログラムなど、社員や顧客も巻き込んだ「共創プロセス」を設計。ブランドのコアとなる価値を顧客視点で定義し、経営課題を解決するための戦略を策定します。

クリエイティブ方針策定

ブランディング戦略をふまえて、価値を伝えるためのトーン&マナーの設計、キーメッセージ、キービジュアルやロゴなど、コミュニケーション全体に係るクリエイティブ方針を策定します。

メディアプランニング

ウェブサイトなどのオウンドメディアをはじめ、顧客に向けたプロモーション施策、営業ツールなど、あらゆるチャネルを横断しながら、各ステークホルダーに最適な企画制作を行います。

上／一般生活者とのワークショップは、実際に商品を使った料理を食べたりしながら、にこやかな会話が生まれました。なかには鋭い意見が飛び出すことも　左／仮説に基づいた広告ビジュアルを制作。ターゲットの反応を分析し、仮説検証を繰り返し、より強固なコンセプトを策定します

生活者との対話で仮説を導き クリエイティブで検証する

株式会社はくばく
ブランディングプロジェクト

大麦や雑穀を提供する株式会社はくばくでは、瞬間的な「売れる」施策ではなく、長期視点でユーザーから共感を得るためのブランディング戦略が求められていました。そのために、社員と一般生活者が一緒にワークショップを行い、両者の本音が交差するブランドコンセプト仮説を見出していきました。その仮説を大規模なウェブリサーチや市場トレンド分析によって検証し、メディア戦略を立案、広告クリエイティブを介したコンセプト検証を繰り返しました。ウェブオウンドメディアやラジオ番組・CM企画など、横断したブランド構築を支援しています。

クリエイティブ開発

おどろき

をデザインする

紙媒体からデジタルメディアまで。創業以来培ってきたノウハウを活かし、「おどろき」あるクリエイティブとして企画や想いを具現化します。

ウェブサイトや紙媒体を中心に、企画からデザイン、実装、DTP・印刷まで、クリエイティブ開発を幅広くサポート。企画意図を誌面構成やUI設計として具現化し、一貫したアートディレクションと進行管理を提供します。

「何を」「何のために」「誰に」伝えるのかを考え抜き、企画から提案できるのがコンセントの強みです。創業以来培ってきたエディトリアルデザインと人間中心設計のノウハウを活かし、読者やユーザーの視点に立ったクリエイティブを構築します。ときには前提を疑い、ときには課題をリフレーミングし、いい意味で期待を裏切る「おどろき」をデザインし、あらゆるビジネスゴールに結びつくコミュニケーションを支援します。

提供サービスの例

コンテンツ企画・編集

ターゲットユーザーを深く理解した上で、ビジネス上のゴールを達成するためのコンテンツを企画します。外部パートナーと協力して、取材・撮影・ライティングも行います。

エディトリアルデザイン・DTP・印刷

創業以来培ってきたエディトリアルデザインのノウハウを用いて、広報誌や会社案内など紙媒体における効果的なクリエイティブを提供。デザイン・DTP・印刷までの全工程を一貫して担います。

UI設計・デザイン・実装

人間中心設計プロセスに基づき、ウェブサイトやスマホ・タブレットアプリなど、あらゆるデジタルメディアのUI設計およびデザイン・実装までを行います。

1

2

3

4

5

6

7

1／料理を軸とした月2回発行の生活情報誌『オレンジページ』（株式会社オレンジページ）。2012年よりアートディレクションとデザインを行っています

2／健康・スポーツ・フィットネス誌『Tarzan』（株式会社マガジンハウス）のアートディレクションとデザインを、創刊間もない頃から30年以上担当しています

3／新潮社のコーポレートサイトリニューアルの企画、デザイン、制作を行いました。書籍に対する気づきや発見を得られるコンテンツを用意したサイトとなっています

4／Hello Sleepwalkersの楽曲『ハーメルンはどのようにして笛を吹くのか』の360° ミュージックビデオの企画、監督、撮影、映像編集を担当しました

5／イオングループ広報誌『イオンマガジン』の企画、編集、取材、ライティング、撮影、デザイン、DTPを2013年発行の41号より一貫して担当しています

6／東京国際フォーラム「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン」特設サイトを2005年のイベント立ち上げ時から毎年、その年のテーマに合わせデザインしています

7／東京工業大学大隅良典栄誉教授が2016年にノーベル生理学・医学賞を受賞され、イベント配布用の研究概要リーフレットと祝賀会で上映する動画を制作しました

組織開発支援

変革

をデザインする

社員一人ひとりにユーザー視点を。
デザイン思考に基づく組織変革で「デザインする組織」を生み出します。

事業における「ユーザーの体験価値」が重視される今、先進的なスタートアップに限らず、大企業においてもデザイン思考を戦略的に組織に導入する動きも見られ、「デザイン」が事業へ与えるインパクトはますます大きくなっています。

コンセントでは、「デザインする組織」をつくるための組織開発支援を行っています。ユーザーの体験価値に基づく事業活動を組織的に創り上げるためには、徹底した「顧客視点」を社員一人ひとりが体得するためのしくみとトレーニングが重要になります。研修や参加型ワークショップといった教育支援をはじめ、ユーザー体験の観点で、長期的かつ包括的な組織全体のコンサルティングを行います。

提供サービスの例

研修セミナー・ワークショップ

社員一人ひとりがユーザー視点を体得するための教育支援を行います。単に頭で理解するだけではなく、参加・体験を通してユーザー視点を肌で感じ、普段の業務に活かせるプログラムを設計します。

UX戦略コンサルティング

ユーザー視点に立った組織的な価値向上のために、個々のサービス単位ではなく、プロジェクトを横断して、企業活動全体のユーザー体験（UX）を見直すためのコンサルティングを行います。

クリエイティブマネジメント

コンセントメンバーが社外CDO（Chief Design Officer）という位置づけでコミットし、企業全体で一貫したデザイン戦略やクリエイティブディレクションを行います。

部署や役職を越えて社員一人ひとりが顧客視点をもち、企業価値を深く理解できるよう、月1回の社内ディスカッションを開催しています

企業全体の問題解決から社員一人ひとりへの浸透まで

株式会社マネーフォワード
デザインアプローチの組織適用支援

急成長を遂げたスタートアップ企業のマネーフォワード。社員の急増を背景に、サービス提案価値の認識に齟齬が生まれていました。これを受けて、マネーフォワードでは社会やユーザーへの価値提案を反映させた行動指針の改定に取り組んできました。コンセントでは、ユーザーを中心に据えたデザイン思考を組織全体に浸透させるため、月次での定例アドバイザリーミーティングにてUX戦略から日々発生する個別課題まで幅広いコンサルティングを行ってきました。このプロセスを通して多くの社員を巻き込み、徐々にデザイン思考を浸透させ社員一人ひとりがユーザー視点をもった組織であり続けるための長期的な支援を続けています。

沿革

1971年　「集合デン」事務所開設、創業

1960年代の終わりに、講談社「現代世界百科大事典」のダイアグラムデザインのため、アートディレクター勝井三雄、川添登両氏のもとにデザイナーチームが集結。プロジェクト終了後の1971年、チームメンバーの一部がその後も共同でエディトリアルデザインを続けていくために、東京・小石川に「集合デン」の事務所を開設。

1973年　集合デンを有限会社に改組

1988年　集合デンを株式会社に改組

1993年　株式会社ヘルベチカと合併し、「株式会社アレフ・ゼロ」に社名変更

集合デンと同じくエディトリアルデザインを手がけていた株式会社ヘルベチカと合併し、「株式会社アレフ・ゼロ」として組織化。両社のノウハウと経験、さまざまな経営資源をあわせることで、さらに優れたサービスを提供できるよう、社名も新たに再スタート。

2002年　「株式会社コンセント」設立

「Web時代の設計事務所」をコンセプトに、情報アーキテクチャを専門にウェブサイト構築を中心事業とする子会社「株式会社コンセント」（旧）を設立。

2007年　「株式会社アレフ・ゼロ」を「株式会社AZホールディングス」としてグループ再編

2007年10月1日付けで、「株式会社アレフ・ゼロ」を「株式会社AZホールディングス」に社名変更し、一方、分割新設会社としての「株式会社アレフ・ゼロ」を、「AZホールディングス」の100%子会社として新たに発足。従来の「アレフ・ゼロ グループ」を「AZグループ」として再編。

2011年　「株式会社アレフ・ゼロ」と「株式会社コンセント」（旧）が合併、「株式会社コンセント」に社名変更

エディトリアルデザインを中心に、雑誌や書籍、広報ツール各種の企画・制作を行ってきた「株式会社アレフ・ゼロ」と、「Web時代の設計事務所」をコンセプトにウェブサイト構築やユーザーインターフェイスデザインを手がけてきた「株式会社コンセント」（旧）が合併。情報アーキテクチャ、ユーザーエクスペリエンスデザインを軸に、幅広い課題解決を行う。

CONCENT

株式会社コンセント 会社案内
第8版 2022.07

名称	株式会社コンセント
名称英語表記	Concent, Inc.
所在地	［本社］ 〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1-20-6　第21荒井ビル TEL. 03-5725-0115（代表） ［amu］ 〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西1-17-2
ウェブサイト	https://www.concentinc.jp
創業	1971年（昭和46年）
会社設立	1973年（昭和48年）
会社分割設立	2007年（平成19年）
役員	代表取締役会長　上原 哲郎 代表取締役社長　長谷川 敦士 取締役　田代 信行 取締役　塩崎 賢一郎 取締役　大岡 旨成 取締役　計良 拓行 取締役　大﨑 優 取締役　家内 信好 監査役　菊地 仁
従業員数	220名（2022年7月1日時点）
主な事業内容	事業開発・組織開発支援などサービスデザイン／UXデザイン／UIデザイン／ウェブサイト構築・設計・運営支援／ウェブサイトガバナンス支援／印刷情報媒体の企画・編集・制作／雑誌、書籍のエディトリアルデザイン／デジタル教材開発／動画・VRなどインタラクティブコンテンツ開発／インクルーシブデザイン／その他付随する業務
関連会社	株式会社AZホールディングス 株式会社ビー・エヌ・エヌ 株式会社フィルムアート社 株式会社PIVOT 株式会社シックスタント 株式会社一寶堂
関連施設	amu
加盟団体・組織	アナリティクス アソシエーション 特定非営利活動法人 インクルーシブデザインネットワーク ウェブアクセシビリティ基盤委員会 Service Design Network 一般社団法人 超教育協会 公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会 デジタルマーケティング研究機構 一般社団法人 日本BtoB広告協会 特定非営利活動法人 人間中心設計推進機構 一般社団法人PFF 一般社団法人Metaverse Japan

主要取引先（五十音順・敬称略）

味の素株式会社／エドワーズライフサイエンス株式会社／株式会社エヌ・ティ・ティ・データ／株式会社大林組／花王株式会社／株式会社カネボウ化粧品／経済産業省／KDDI株式会社／神戸女学院大学／コクヨ株式会社／株式会社コスモ・ピーアール／コニカミノルタ株式会社／サントリーホールディングス株式会社／株式会社 新潮社／株式会社セールスフォース・ジャパン／第一生命保険株式会社／株式会社デンソー／東京理科大学／トヨタ自動車株式会社／西日本旅客鉄道株式会社／株式会社ニッスイ／公益財団法人日本財団／日本電気株式会社／八海醸造株式会社／株式会社はくばく／株式会社長谷工コーポレーション／パナソニック株式会社／ぴあ株式会社／BIPROGY株式会社／法務省／本田技研工業株式会社／丸紅株式会社／株式会社三井住友銀行／三菱電機株式会社／明治学院大学／文部科学省／ユニファ株式会社／株式会社ユニマットリック／ライオン株式会社／株式会社リクルートホールディングス／株式会社リクルートマネジメントソリューションズ ほか（五十音順）