



OSHIKA JUNPEI



TAKAHASHI YUKO



IKEDA AKIKO



HONMA UMI

- 複数社に依頼しており、全体施策を管理しきれない…
- 社内の合意が取れず、なかなか進まない…
- 施策ごとに担当者が異なり、アウトプットがバラバラに…



企業の課題を創造力で切りひらく

クリエイティブ ディレクターが解決！ お悩み相談室

企業の課題を 創造力で 切りひらく



コンセントは、デザイン経営や事業開発、マーケティングやブランディング、クリエイティブ開発等において、サービスデザインの視点と技術を生かして戦略策定から実行まで一貫して支援しています。

コンセントのクリエイティブディレクターはさまざまな業界や規模感の企業が抱える課題に対して、企画力や推進力、創造力等をもって解決してきました。

その中でわかったことは「問題は何か」自体が不明確な場合が多いということです。

そこで私たちは、「クリエイティブディレクターが解決！お悩み相談室」と称してみなさんの悩みを聞き対話する機会を設けることにしました。

「悩み自体がまだふんわりしていて、言葉になるかわからない」。

そんな段階でも大丈夫です。

私たちのような第三者と話すことで、

悩みの輪郭がはっきりしてきたり、

本質的な課題が見えてきたりすることがあります。

ぜひ、お気軽にお問い合わせください。

お悩み分析

「どうしていいかもわからない」「何が問題かもわからない」。そんな場合も解決の起点を提案し、解決と創造に導きます。



- 複数社に依頼しており、全体施策を管理しきれない…
- 短期施策でも成果は出るけど一時的。すぐに効果がなくなってしまう…

それってもしかして…

A 戦略とアウトプットが分断してしまっている!?



- 社内の合意が取れず、なかなか進まない…
- 仮説は立てたものの、これまでの経験や想像に基づく推測になってしまいがち…

それってもしかして…

B 議論が抽象化して前進しない!?



- 施策ごとに担当者が異なり、アウトプットがバラバラに…
- 担当者が個々に判断しているので独自のルールが乱立している…

それってもしかして…

C デザインの一貫性が保てていない!?

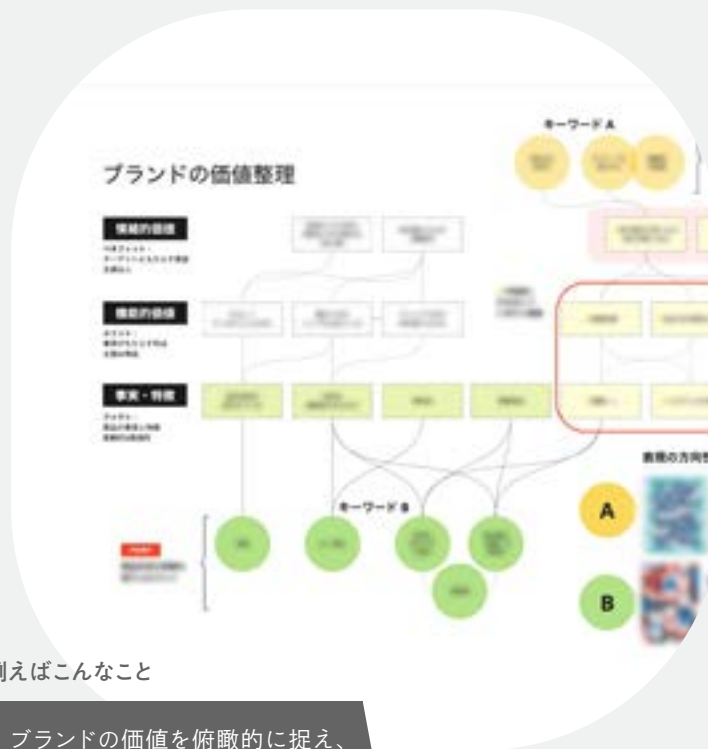


課題 A 戦略とアウトプットが分断してしまっている!?

このアプローチが効く!

ロジックと感性を行き来し、 ビジネス成果とアウトプットを 結びつける

- ロジックと感性の両軸から捉えることで、顧客を動かすアウトプットや表現を導き出す
- 調査の分析結果からインサイトを発見し、より強固なクリエイティブにつなげる
- 最適なコミュニケーションを選択し、顧客体験を向上させる



例えばこんなこと

ブランドの価値を俯瞰的に捉え、どの特徴を、どういうバランスで表現に取り入れていくかを検討する

課題・戦略・アウトプットが繋がるので、効果をより得られやすくなる

アプローチの効果が 見える! コンセントの事例紹介

事例紹介

顧客を知り、体験を描く
編集視点のマーケティング



ユニファ株式会社
戦略と実行に伴走するマーケティング支援

▶ https://www.concentinc.jp/works/unifa_lookmee_202207/

ナレッジ紹介

課題解決を起点に「刺さる」コンテンツをつくる
人の心を動かすコンテンツメイキングの基本



▶ https://www.concentinc.jp/design_research/2019/01/contents-making/



課題

B 議論が抽象化して前進しない!?

このアプローチが効く!

抽象度の高い議論に 具体的な形（可視化・言語化）を 示し、プロジェクトを推進する

- 施策やアウトプットを想定し、
逆算の視点でプロジェクトを前進させる
- 具体的な形に落とし込むことで、
「顧客に何が、どこまで求められているのか」
を検証しやすくする



例えばこんなこと

仮説のコンセプトで
可視化しながら
プロトタイプを作成し、
ユーザー検証を実施する

具体をイメージしやすい形にし、
検討すべきことの論点を
明確化する

アプローチの効果が見える! コンセントの事例紹介

事例紹介

企画段階から継続的な事業成長へ
サービスデザインによる伴走支援



BIPROGY株式会社
次世代キャッシュレス体験を創造する「doreca®」サービスデザイン

▶ https://www.concentinc.jp/works/biprogy_doreca_202206/

事例紹介

2030年のテレビ局のあるべき姿を
生活者視点で考え、組織のビジョンを策定



読売テレビ放送株式会社
2030年の未来に向けたDXチームビジョン検討支援

▶ https://www.concentinc.jp/works/ytv_workshop_202208/



課題 C デザインの一貫性が保てていない!?

このアプローチが効く!

「良いデザイン」の基準と その実行手段をセットで 提供し、一貫性を保つ

- 方針や戦略に沿っているかという観点でクリエイティブを管理する
- アウトプットの意義や意味、必要性をロジカルに言語化し、共通認識をつくる



例えばこんなこと

方針に沿ったデザインを守るための基準を定め、ガイドラインをつくる

複数メディアを横断した施策も一貫性をもって発信できる

アプローチの効果が見える! コンセントの事例紹介

事例紹介

マンション管理における
意思決定プロセスをリデザインする

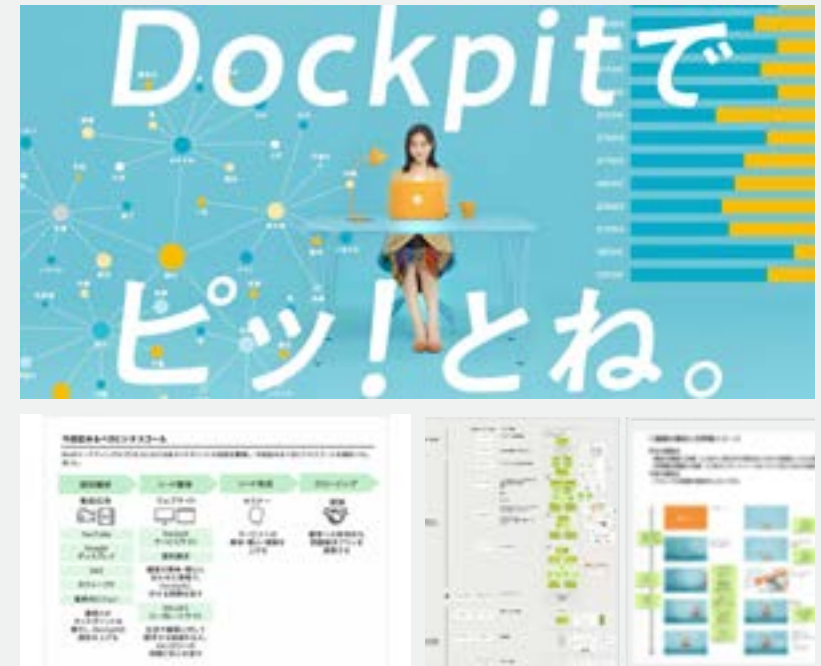


株式会社長谷工コーポレーション
マンション管理サービス「smooth-e」事業開発支援

▶ https://www.concentinc.jp/works/haseko_smooth-e_202207/

事例紹介

「マーケティングのリサーチエンジンといえば…」
サービスの純粹想起を高める仕組みづくり



株式会社ヴァリュース
サービス認知向上のためのプロモーション支援・クリエイティブ制作

▶ https://www.concentinc.jp/works/values_sp_202306/

クリエイティブディレクターの力が生きるポイント

プランニングから実行までそれぞれの企業に合わせた課題解決を提案します。

プランニング

解決すべき課題の抽出・ゴールの設定

現状理解

目的・課題抽出のために ヒアリングを実施する

- 目的や達成したい目標の確認
- 状況や背景・本音を引き出すコミュニケーション
- クリエイティブ面における専門家として、課題の発見をする

多角的な視点で現状を把握する

- [企業] 提供価値・魅力/文化・スタンスの把握 など
- [ユーザー] 思考・行動/タッチポイント/インサイトの抽出 など
- [競合他社] 競合の状況/
競合の中でみた企業の立ち位置の把握 など
- [社会] その分野全体の社会課題/世の中のトレンド把握 など

潜在的・本質的な課題を発見する

- 未来の理想的な姿を描き、現状とのギャップを捉える
- 解決すべき「本質的な課題は何か」の見極め

課題抽出

プロジェクト方針策定

仮説やアウトプットからヒントを得て 逆算して目的・ゴールを設計する

- 抽出した課題の中から、プロジェクトの scope を絞り込む
- ユーザーの行動・感情変容を促すアウトプットの仮説を立てる
- 仮説をもとに、一貫性のある体験のための方針を立てる
- 方針をプランやプロセスに落とし込む

抽象度の高い議論に具体的な形(可視化・言語化)を 示し、プロジェクトを推進する

- プロトタイピングなどで納得度を上げる
- 具体と抽象を行き来できる
- 具体アイデアをもって対話・コミュニケーションが取れる

実行

クリエイティブ戦略を立てる

調査・分析

コンセプト設計

施策立案

調査から「人を動かすクリエイティブ」に つながるアイデアを導き出す

- 調査結果(リサーチ・ヒアリング)からコンセプトを提案する
- クリエイティブ強化のためのインサイトを発見する
- アイデアから感情を動かすための可能性を見出す

ユーザー体験を重視して 適切なコミュニケーションの方針を立てる

- 目的に合わせた体験のアイデアを発想する
- 複数メディアから最適なものを選択する

施策ごとの企画・制作

プロセス設計

プロジェクト推進

クオリティ管理

制作全体のプロセスを設計する

- アウトプットの納品までのスケジューリング
- 制作の予算設計

クリエイティブ全体の品質管理を行う

- 複数メディアのアウトプットの品質管理
- 方針や戦略に対してのクリエイティブのズレを補正、
または修正を行う

ビジネス成果とクリエイティブの必然性をつなぐ

- クリエイティブの必要性や意味をロジカルに言語化
- ビジネス課題と成果を捉えたクリエイティブのあり方を提案する

プロジェクトメンバーの力を 最大化する環境をつくる

- プロジェクトを成功に導くスタッフィング
- 社内メンバーと外部パートナーの統括
- プロジェクトメンバーをモチベートする環境・きっかけづくり

「お悩み相談室」クリエイティブディレクター



OSHIKA JUNPEI

大鹿 純平

広告をはじめ雑誌、書籍などのアートディレクションを行う。ダイナミックなタイポグラフィと、ビジュアル起点のコンセプト立案、編集観点からのレイアウトが得意。主な担当プロジェクトは、トヨタ自動車株式会社「社内報『トヨタタイムズ magazine』編集アドバイザー/デザイン」。趣味は子育て。



TAKAHASHI YUKO

高橋 裕子

培ってきた編集デザインの技術を生かし、コンセプト立案からアウトプットまで俯瞰した視点で考えるのが強み。法務省保護局「社会を明るくする運動」、読売テレビ放送株式会社「DXチームビジョン検討支援」等、領域・メディア問わずコミュニケーションデザインに関わる。特技は金魚すくい。



IKEDA AKIKO

池田 映子

雑誌や子ども向け教材、機関広報誌などさまざまなプロジェクトで編集デザインの経験を積む。ユーザー視点をもって企画・コンセプトを立案し、アウトプットにつなげるのが得意。趣味は美術館博物館などの建物散策。



HONMA UMI

本間 有未

ビジュアル着想とロジック構築の合わせ技でコンセプトをつくっていくのが得意。主な担当プロジェクトは、八海醸造株式会社「コーポレートサイトリニューアル」、『麴だけでつくったあまさけ』ブランドサイト制作など。趣味はお酒。

お気軽にご相談ください

下記フォームより「お問い合わせ内容」欄に「クリエイティブディレクター相談希望」と記載してお問い合わせください。

<https://www.concentinc.jp/contact/>