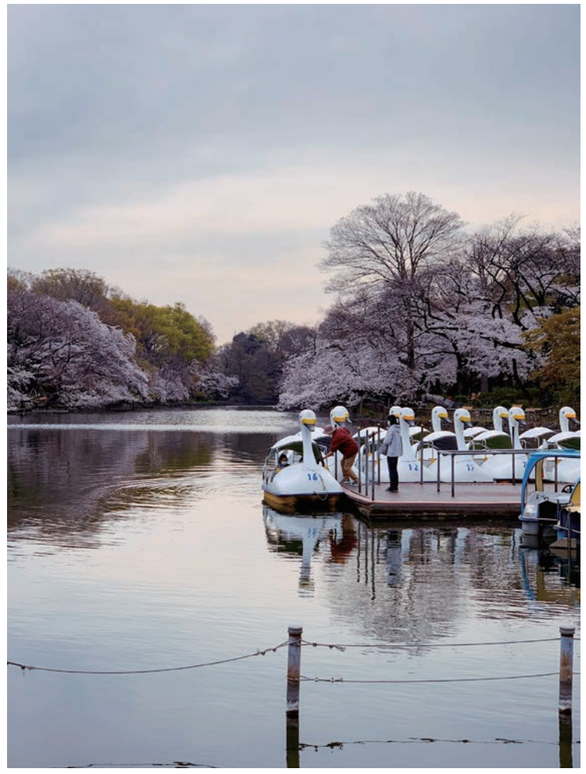
INODESIGN Co., Ltd.

https://INODESIGN.BLUE

ino@inodesign.blue

2026 10



会社概要

イノウデザイン株式会社

代表取締役：稲生聡宏
設立：2017 年 4 月

主な業務内容

コミュニケーションデザイン制作
プロモーション映像制作
CI ／ VI デザイン
ウェブデザイン
グラフィックデザイン
ウインドウグラフィック
パッケージデザイン
などの企画制作

プロフィール

稲生聡宏

東京造形大学 染色学科卒業。
広告制作プロダクションにて 20 年以上、大手クライアントの広告を手がけ、アートディレクター・代表取締役を歴任。
2016 年に独立し、イノウデザイン株式会社を設立。
2019 年よりカリグラファー三戸美奈子氏に師事。
デザインの経験とカリグラフィーの表現を融合し、広告からパッケージ、ブランディング、空間演出まで、企業と社会をつなぐコミュニケーションデザインを追求している。

主なクライアント

ル・クルーゼ・ジャポン株式会社
認定 NPO 法人チャイルドライン支援センター
早稲田大学
新潟大学
株式会社大広
株式会社 電通 PR コンサルティング
株式会社 KADOKAWA
等

Drawing is Designing Logic.
描くことは、体験のロジックを組むこと。

画面の中、映像の時間軸、店舗の空間。

媒体が異なれば、ユーザーのアプローチも変わります。

しかし、ブランドが発すべきメッセージは常に一つでなければなりません。

私たちは、ビジネスの上流工程から参画し、複雑化する顧客接点を

一本の太いロジックで繋ぎ合わせます。 ラフスケッチによるシミュレーションを重ね、

Web・映像・グラフィックから空間演出に至るまで、ノイズのない純度の高いブランド体験を設計。

クリエイティブを感性の領域だけに留めず、ビジネスの成果に直結する

「機能するシステム」として実装する。 それが、私たちが提供する価値です。

Our Strengths

クロスメディアソリューション

グラフィック、WEB、映像、空間演出まで。全方位をディレクションし、統一感あるブランド表現を実現します。

幅広い経験と対応力

広告制作で培った 20 年以上の実績を基盤に、企画からデザイン・制作まで柔軟に対応します。

手描きの表現が生む独自性

カリグラフィーを学んだ手描きの線や文字は、デジタルにはない温度感を与え、ブランドの個性を際立たせます。

Our Services

Branding & Client Project

キービジュアル／ロゴ
広告／映像などの
トータルビジュアル
ソリューション

Motion & Video

SNS 動画／ PR 映像
アニメーション
モーショングラフィックス

Space & Calligraphy

ショーウインドウ
店舗ロゴデザイン
看板他

Work Flow

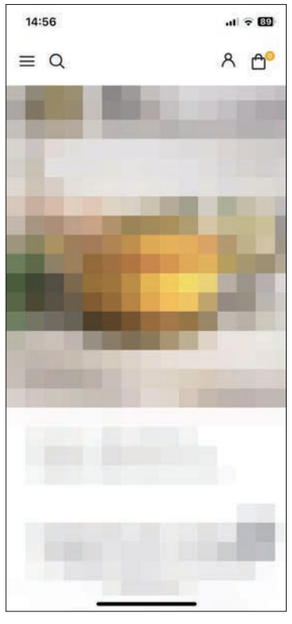
課題解決型プロジェクトの
制作過程

世界的キッチンウェアブランド｜オンラインとオフラインの融合 オンボーディング施策

Real
(Touch)

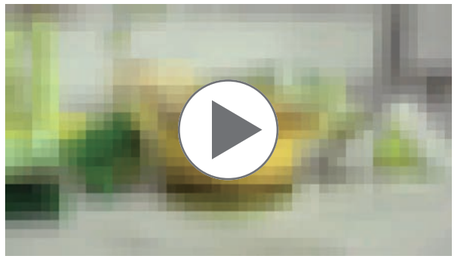


Digital
(Learn)



Video
(Feel)





店舗・Web・映像のトーンを統一し、初心者の不安を払拭

Step 01：調査・定義　　「お客さまが何につまずいているかを見つけ、解決の方向を決める」段階です。



現状の課題

心理的ハードル

初めて買う人（エントリー層）は、「憧れのブランドだけど、私には使いこなせないかも…」という思い込み「心理的ハードル」を持っています。



発見した解決策

簡単な使い方

「どんな調理方法でも、実は選ばず簡単に使えるんです」ということを伝える必要があると気づきました。

Step 02：戦略・設計　　「どうやってその解決策を届けるか、作戦を立てる」段階です。

ネットと リアルの融合

すべてを一度に詰め込まず、役割を分けました。



商品に触れてもらい、「これなら安心だ」という自信（安心）を手渡す場所。
冊子で「ブランド」や「ヘリテージ」などの情報を持ち帰って見てもらう場所。



具体的な「使い方」や「レシピ」などの情報（方法）を持ち帰って見てもらう場所。

体験の設計

難しい専門用語を徹底的に排除し、パッと見て直感的にわかるような構成にしました。

Step 03：制作・品質管理　　「実際に形にし、細部のクオリティを整える」段階です。

見た目と編集

Web で見ても、冊子で見ても、同じ情報が得られるようにしました。
これにより「あっちもこっちも調べなきゃ」という手間を減らします。
Web では、見ながら作れるようレシピも加えました。

世界観の統一

印刷物（CMYK）でも、スマホ画面（RGB）でも、動画の色味でも、
ブランドの色や雰囲気が全く同じに見えるよう調整し、世界観を崩さないようにしました。

最終的な成果

お客さまの変化

「憧れ」だったブランドが、「日常の道具（毎日使うもの）」に変わりました。

ビジネス上のメリット

1. 「難しそう」という壁がなくなり、新規のお客さまが買いやすくなった（参入障壁の低減）。
2. 使い方がわかりやすくなったため、店舗スタッフがいちいち長時間説明しなくてもよくなり、
   接客が楽になった（接客工数削減）。

INODESIGN
Co., Ltd.

Branding & Cliant Project

キービジュアル／ロゴ／広告／映像などのトータルビジュアルソリューション

ル・クルーゼジャポン株式会社

• ブランドブック

• 動画

•LP

鋳物ホーロー鍋は使いづらいという誤解を払拭するため 20 ～ 30 代に向けて訴えかけます。
この鍋ひとつあれば、「煮る」「焼く」「蒸す」「炊く」「揚げる」の「どんな調理方法でも、実は選ばず簡単に使えるんです」ということを伝えます。
ブローシュア、映像、ランディングページ 3 つの媒体で統一したイメージを展開し、「難しそう」という壁がなくなり、新規のお客さまが買いやすくなり、参入障壁の低減につながりました。

コンセプト立案から企画書作成、アートディレクション・撮影ディレクション・デザイン・編集までワンストップでブローシュア、ムービー、WEB サイトを一貫して制作しました。



ブランドブック

ブランドの象徴である鮮やかな赤い鋳物ホーロー鍋を主役に、「ル・クルーゼがある暮らし」というコンセプトを 15 秒の映像に凝縮しました。新鮮な食材のカットから、色彩豊かな食器が並ぶ棚、コンロでの調理風景、そして完成した料理を囲む食卓まで、一連のストーリーを丁寧に構築。自然光を活かした温かみのあるライティングとシズル感にこだわったフードスタイリングにより、料理を作る楽しさと豊かなライフスタイルを直感的に伝えるブランド体験をデザインしました。

動画



動画サイトへ 〉〉〉

機能性を訴求するプロモーション動画です。
「煮る」「焼く」「蒸す」「炊く」「揚げる」という 5 つの多様な調理法がひとつの鍋で完結する高い機能性を、約 30 秒のテンポの良い映像で直感的に表現しました。多彩なカラーバリエーションの鍋が次々と切り替わるダイナミックな画面構成と、各調理プロセスにおける音や湯気、油のきらめきといったシズル感にこだわったフードスタイリングです。日々の料理の楽しさと、ブランドが持つ洗練された上質なライフスタイルの世界観を両立させた視覚的コミュニケーションを構築しています。



動画サイトへ 〉〉〉

ランディングページ



WEB サイトへ 〉〉〉

ソフトウエア情報開発株式会社（SKI）

• リクルート用 WEB サイト　• 会社案内

1973 年設立の独立系 SIer、ソフトウェア情報開発（SKI）の新卒採用ツール（Web サイト・パンフレット）のアートディレクション・デザインを担当しました。
半世紀の歴史が培った「誠実・安心・規模感」という確固たるベースの上に、未来のシステムエンジニアを惹きつける「若さ・フレッシュさ」を融合させた視覚的コミュニケーションを構築しました。Web と紙媒体のトーン＆マナーを統一し、白とブルーを基調とした清潔感のある配色で信頼感を表現。さらに、企業の強みや社員構成、PG から PL へ至るキャリアパスをインフォグラフィックを用いて可視化することで、求職者が複雑な情報を直感的に理解できるよう整理しています。

アートディレクション、会社案内レイアウトデザイン、採用サイト WEB デザイン



会社案内

採用 WEB サイト
（8 ページ）





WEB サイトへ 〉〉〉

「脳内トラベル台湾」ブックフェア

TAICCA（台湾クリエイティブ・コンテンツ・エイジェンシー）主催のブックフェア「脳内トラベル台湾」におけるアートディレクションと総合デザインを担当しました。
「日本にいながら台湾を旅行しよう」をテーマに、本を読む体験を通じて台湾を旅する感覚を視覚化するため、人の横顔と文字を融合させた手書きタイポグラフィによるロゴを開発しました。キービジュアルでは台湾の象徴的な風景とアナログ的な線画イラストを組み合わせ、想像力を掻き立てる世界観を表現。特設 Web サイトからオードリー・タン氏らが登壇したイベントポスター、会場パネルに至るまで一貫したデザインを構築し、台湾カルチャーの魅力発信に貢献しました。
アートディレクション、イラスト、ロゴデザイン、グラフィックデザイン、Web デザイン



キャンペーンロゴ

ポスター





イベント会場



WEB サイト



WEB サイトへ 〉〉〉

「たっぷり台湾!コミックマルシェ」コミックフェア

台湾文化部創設の TAICCA が主催し、台湾漫画やカルチャーの魅力を日本国内へ発信するコミックフェア「たっぷり台湾!コミックマルシェ」のアートディレクションおよび各種ツールデザインを担当しました。ジュンク堂書店池袋本店やブックファースト新宿店などの大型店舗と、KADOKAWA の「ダ・ヴィンチ Web」特集ページで同時開催される本フェアにおいて、親しみやすさと活気を感じさせるキャンペーンロゴを開発。さらに、書店用の POP やデジタルバナーなどの販促ツールを一貫して制作し、台湾発のコンテンツが持つエネルギーと多様な世界観を、日本の読者へ効果的に届ける視覚的コミュニケーションを構築しました。
アートディレクション、イラスト、ロゴデザイン、グラフィックデザイン、Web バナー制作



キャンペーンロゴ



バナー



店内

「TAIWAN MOVIE WEEK」映画イベント

台湾・文化部が設立した TAICCA が主催する映画イベント「TAIWAN MOVIE WEEK」の総合的なアートディレクションとデザインを担当しました。TOHO シネマズなどで台湾製作の人気映画・ドラマを一挙上映し、俳優ツァオ・ヨウニン氏らのトークショーも行われた本イベントにおいて、イベントの顔となるキャンペーンロゴを開発。B1 サイズの大型ポスターでは、上映作品の多彩なスチール写真を効果的に配置し、台湾の今を感じさせるスタイリッシュでエネルギーあふれるキービジュアルをデザインしました。リアルとオンラインの枠を超えて、台湾発の映像コンテンツの魅力を日本の映画ファンへ力強く発信してい



キャンペーンロゴ

アートディレクション、ロゴデザイン、
グラフィックデザイン、Web バナー制作



B1 ポスター





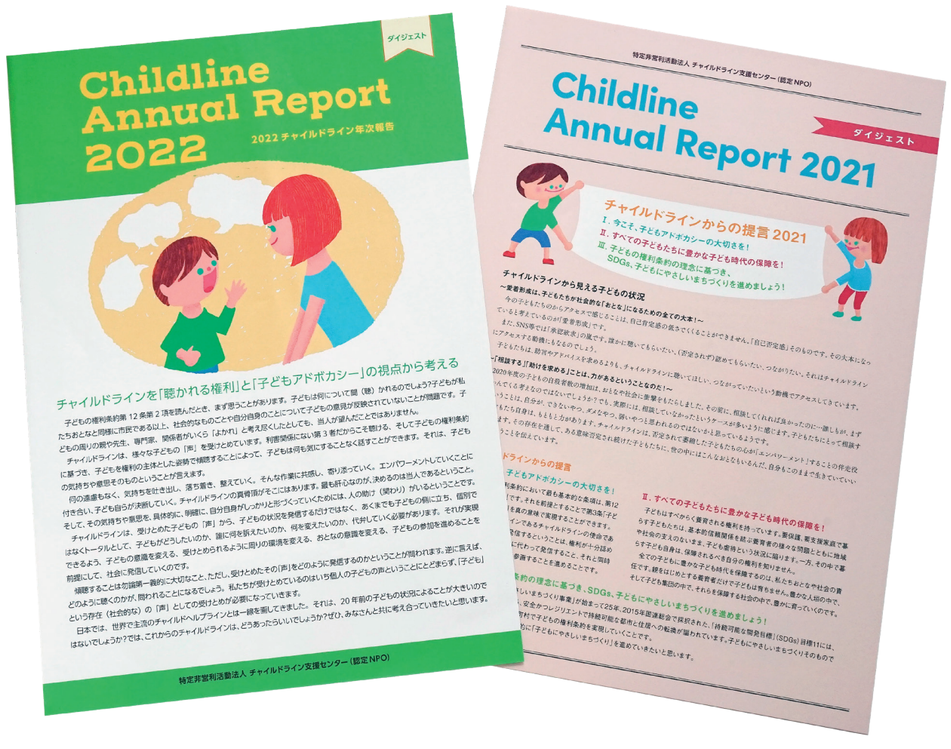
特定非営利活動法人チャイルドライン支援センター

• 年次報告書　• データブック　• 年次報告書ダイジェスト版

18 歳までの子どもの「声」に寄り添い、全国で活動を展開する「チャイルドライン」の広報物一式におけるアートディレクション、デザイン、イラストを全て担当しました。活動の社会的意義を伝える年次報告書やデータブックでは、多様な子どもたちの姿を色彩豊かな手描きイラストで表現し、親しみやすさと信頼感を両立。



データブックと年次報告書



年次報告書ダイジェスト版

特定非営利活動法人チャイルドライン支援センター

全国の小児科やこども食堂、フリースクール等に配布された啓発ポスターでは、「ヒミツはまもる」というメッセージに寄り添う優しいトーンを構築しました。悩みを抱える子どもたちが直感的に安心感を覚え、相談へ一歩踏み出しやすくなる視覚的コミュニケーションを長年にわたり支援しています。

A3 ポスター





子どもたちに知ってもらい、利用できるように名刺大のカードを配布しています。全国の小学校、中学校、高等学校、特別支援学校などへ約 1,200 万枚のカードを配布しました。

配布用カード







配布には各都道府県、市区町村の教育委員会や校長会、私学協会などのご協力を得て行っています。

「ジャムの日」ロゴマークデザイン

日本ジャム工業組合が日本記念日協会に登録した、4 月 20 日「ジャムの日」の公式ロゴマークのアートディレクションとデザインを担当しました。この記念日は、1910 年に長野県の塩川伊一郎氏が国産の苺ジャムを明治天皇に献上したことに由来しています。ジャムのある彩り豊かな楽しい食卓を消費者に思い出してもらうきっかけを作るため、スプーンを入れたジャムボトルをモチーフにした、温かみがありつつも視認性の高いシンボルを開発。色褪せることなく業界全体で長く愛され、さまざまな媒体で汎用的に使用できるよう、精緻なロゴマークマニュアルも併せて制作しました。

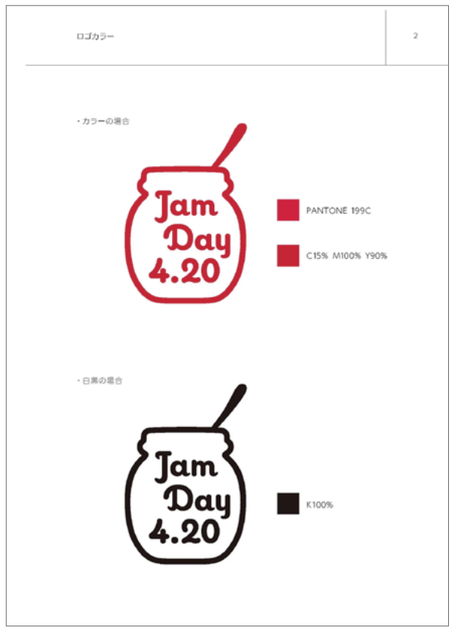
アートディレクション、ロゴデザイン、ロゴマニュアル制作



「ジャムの日」ロゴマークマニュアル









上島珈琲店

はちみつミルク珈琲

商品キャンペーンロゴマークデザイン

2009 年発売の人気商品「日本蜜蜂のはちみつミルク珈琲」のブランド価値向上を目的とした新ロゴおよび販促ツールを制作しました。
希少な和歌山産「幻の百花蜜」の魅力を伝えるため、熊野地方の伝統的な「樹のくり抜き巣箱」の年輪から蜂蜜が滴り落ちる様子をモチーフにしたロゴを開発。アナログ的で温もりのある線画表現を用いて、自然の恵みと手仕事の丁寧さを演出しました。一年に一度しか採れない希少性と珈琲の豊かなコクを直感的に伝えるビジュアルにより、Web からプロモーションポスター、店頭 POP に至るまで一貫したアートディレクションを展開し、商品のリブランディングに貢献しました。



キャンペーンツール

- ポスター
- リーフレット
- メニュー
- POP
- 店頭バナーなど）



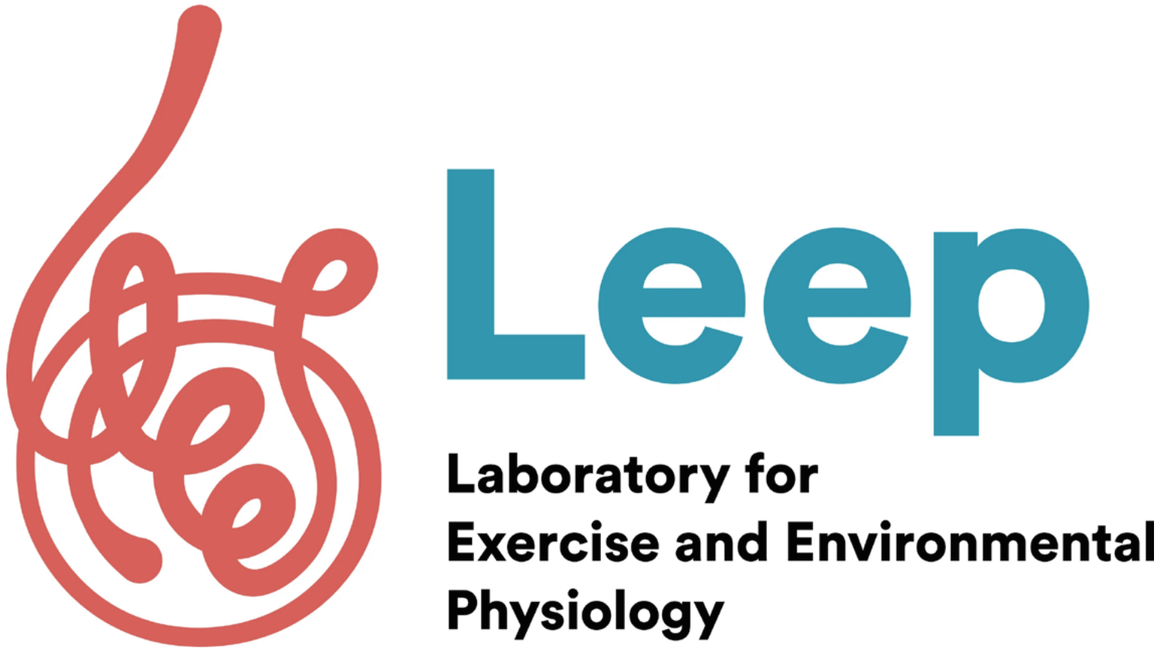


新潟大学

「運動と環境生理学研究室」ロゴマーク

運動時の熱中症予防や人の体温調節に関する研究を行う、新潟大学「運動と環境生理学研究室（Laboratory for Exercise and Environmental Physiology ＝ Leep）」のロゴマークデザイン実績です。研究のコアテーマである体温調節において重要な役割を担う「汗腺」の構造をグラフィックのモチーフとして採用。シンボルマークの中にさりげなく「Leep」の文字を埋め込む遊び心を加え、学術的な専門性と親しみやすさを両立させました。研究室の理念を直感的に視覚化し、学生や外部機関へ向けたアカデミックなブランディングに貢献しています。

アートディレクション、ロゴデザイン、名刺デザイン





舞筐（まいこばこ）

ビジュアル・ロゴマークデザイン

国内間伐材を使用し、千代紙や友禅紙を手作業で全面に貼った無限ループ（メビウスの輪）形状のパズル「舞筐（まいこばこ）」のビジュアル制作を担当しました。立方体８個が展開し続ける商品の特性を表現するため、「無限に舞いつづける（Infinity Looped Cube）」をコンセプトに設定。力強い筆文字のロゴマークと、余白を活かした洗練された英語タイポグラフィを組み合わせることで、伝統的な和柄を「現代的な和風テイスト」へと転換させています。日本の伝統美と数理的な構造の魅力を直感的に伝える動画やポスターを展開し、国内外で受け入れやすいモダンなブランド世界観を構築しました。

アートディレクション、ロゴデザイン、グラフィックデザイン、映像ディレクション・撮影・編集





遊び方ムービー



動画サイトへ 〉〉〉

「三井のオフィス スポーツフェス FUTSAL CUP」

ロゴマークデザイン

「三井のオフィス」の入居企業を対象としたオフィス対抗フットサル大会「三井のオフィス スポーツフェス FUTSAL CUP」（TOKYO 2020 公認プログラム）のロゴおよびビジュアルアイデンティティを担当しました。オフィスワーカーの健康増進と企業間交流を目的としたイベントです。
参加者がビジネスパーソンであることから、ビジネスの象徴である「ネクタイ」を主要モチーフに採用。盾形のエンブレム形状とネクタイのストライプを組み合わせ、大会の格式高さとチームの結束を表現しました。背景にはスーツ生地のピンストライプパターンを使用し、ロゴ全体に深みと文脈を与えています。「ビジネス」と「スポーツ」が融合した独自のイベント世界観を構築しました。



展開例







アヲハタ株式会社

「まるごと果実」商品 LP

アヲハタ「まるごと果実」の商品ランディングページのアートディレクションと動画制作および Web デザインとコーディングを担当しました。
「ジャムではなく果物」というコンセプトに基づき、ごろりとした果肉感や自然な甘さを、不要な装飾を削ぎ落とした白基調のシンプルな UI と、みずみずしさを際立たせるシズル写真で表現しました。全 9 種のフレーバーを比較検討できるテイストマトリクス（味覚チャート図）や、生活に取り入れたくなるアレンジレシピへの導線を視覚的に整理。ユーザーが自分好みの商品を見つけやすい直感的な情報設計を行い、購買意欲を高める快適な UI/UX と体験設計を構築しました。



WEB サイトへ 》》





アヲハタ株式会社

いちごづくり「Ichigo Garden」Web サイトデザイン（8 ページ）



WEB サイトへ 〉〉〉







アヨハタ株式会社

「SPOON FREE」商品 Web サイトデザイン



WEB サイトへ 〉〉〉





アヲハタ株式会社

「くちどけフローズン」Web サイトデザイン



WEB サイトへ 〉〉〉







アヲハタ株式会社

まるごと果実 レシピブック

アヲハタ「まるごと果実」の発売 10 周年を記念したレシピブックのアートディレクションおよびエディトリアルデザインを担当しました。フルーツそのままの風味や食感をいかした「特別な日を彩る 10 のレシピ」を掲載しています。いちじくとクワトロフロマージュのピザなど、ジャムの枠を超えた料理への幅広い活用法を直感的に伝えるため、シズル感あふれる俯瞰の料理写真を大きく配置しました。白を基調としたクリーンな余白のあるレイアウトと、ブランドを象徴するネイビーブルーをアクセントカラーに用い、商品が持つ自然な美味しさと上質さを引き立てる紙面デザインを構築しています。



アヲハタ株式会社

アヲハタ果実研究所 ロゴデザイン

広島県三次市の栽培研究開発拠点と
イチゴ狩り観光農園を合わせた施設です。



アヲハタ果実研究所

Produced by アヲハタ

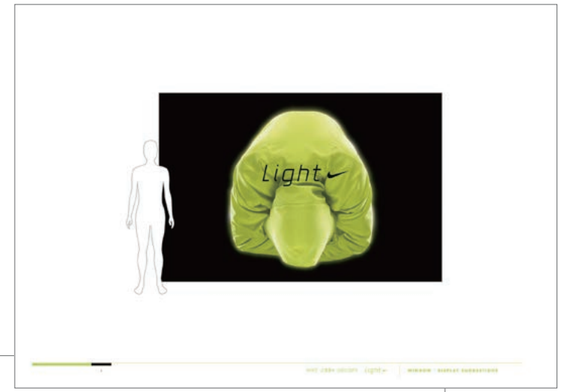
NIKE JAPAN

アジアパシフィック 店頭キャンペーン

キービジュアル・ロゴ・店頭 POP 等



キャンペーンツールマニュアル







NIKE JAPAN

ウインドウグラフィック

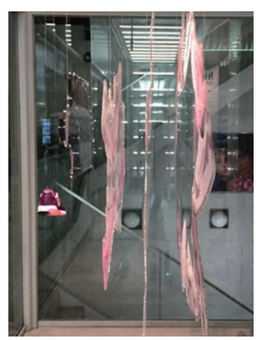


NIKE JAPAN

ナイキ エアズーム ストラクチャー 20

ナイキストア吉祥寺 ウインドウディスプレイ





NIKE SPEED COLLECTION

キャンペーンロゴデザイン

大学・高校の部活生に向けて、先輩から後輩にかける言葉をキャンペーンロゴ化。スポ根マンガ風にデザイン。





大塚製薬 ネイチャーメイド

暮らしになじむ LOHACO 展
コンセプトパッケージデザイン



Photo：川上尚見

サントリーウエルネス「グラン マカ」

- ブランドブック
- DM
- ブランドサイト

DM



ブランドブック

WEB サイト
（5 ページ）





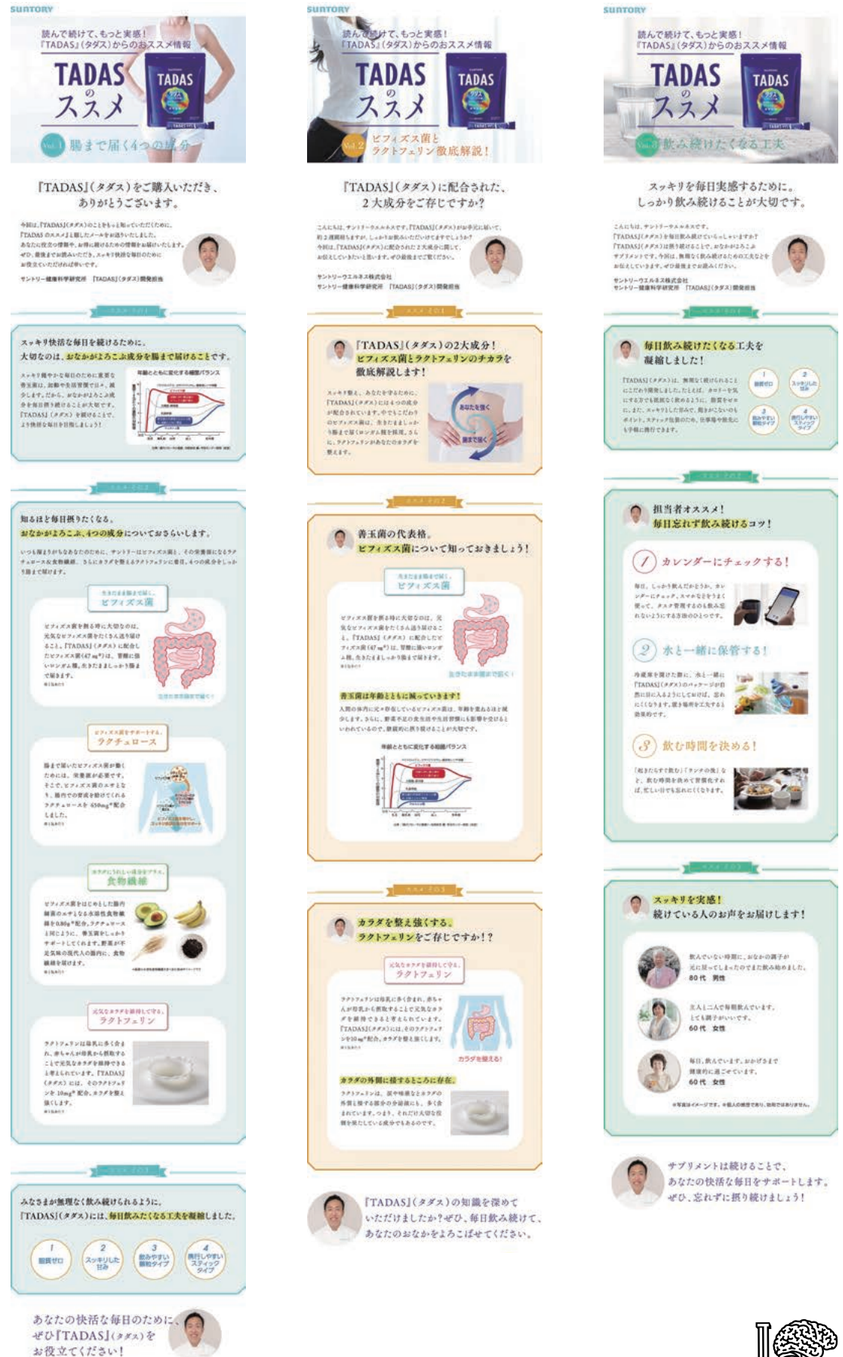
サントリーウエルネス「タダス」

- **ブランドブック**
- **HTML メールマガジン**



ブランドブック

メールマガジン
（3 回）



HTML メールマガジン

INODESIGN
Co., Ltd.

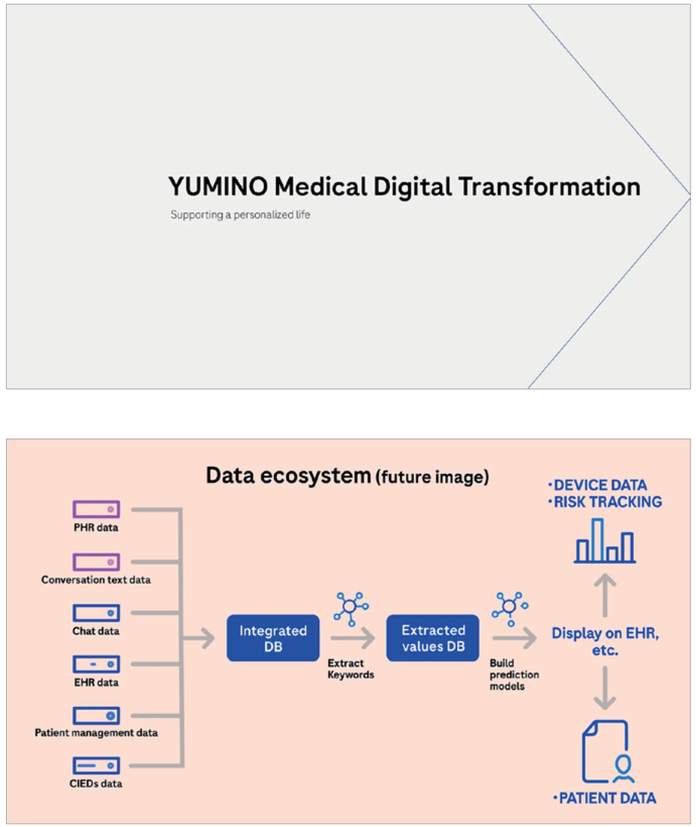
Motion & Video

SNS 動画／ PR 映像／アニメーション／モーショングラフィックス

ロシュ・ダイアグノスティックス
株式会社

YUMINO Medical Digital Tranceformation 紹介動画

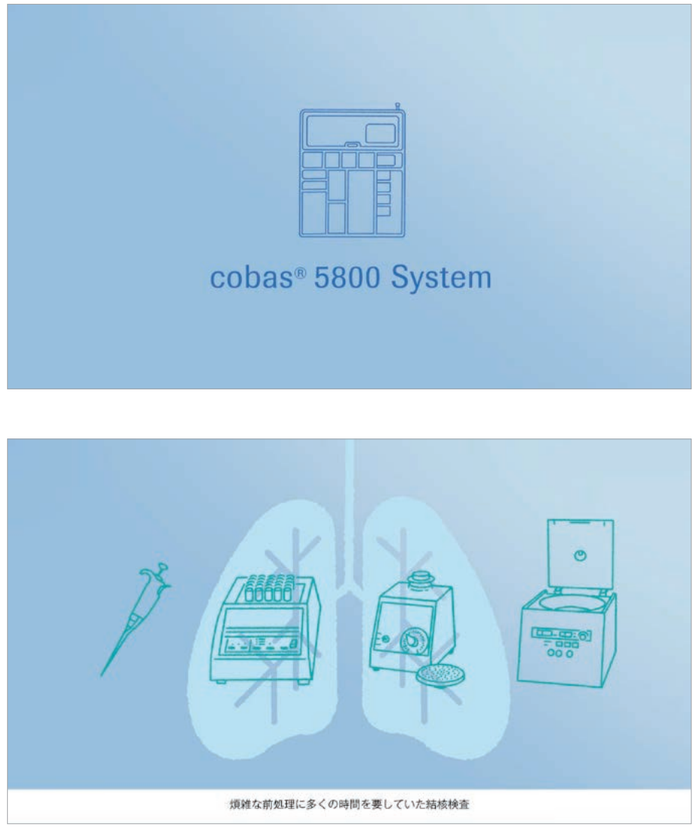
ある医療機関による DX 化への取り組みを紹介する動画です。本社（スイス）社内向けに、日本の取り組みについて紹介しています。他に日本語字幕、ショートバージョンも制作しました。



動画サイトへ 》》

Roche cobas 5800 System 紹介動画

体外診断用医薬品・医療機器事業、研究用試薬・機器事業などを幅広い領域で展開しているスイス本社の企業。この動画は、全自動遺伝子検査装置の紹介動画です。



動画サイトへ 》》

立教大学
YouTube 動画

高校生をターゲットに、「Rikkyo Global24」という新たな英語教育カリキュラムを紹介するプロモーション動画の編集・アートディレクションおよび映像制作を担当しました。ターゲット層の共感と興味を惹きつけるため、主人公の学生が RPG ゲームのように英語の課題（ディベートやフィールドワークなど）をクリアして成長するストーリー構造を採用しています。伝統ある立教大学の美しい実写キャンパスや海外の風景と、親しみやすいアニメーションキャラクターをシームレスに合成。「英語の立教は次のステージへ」というブランドメッセージと、未来のグローバルな活躍像を直感的かつ魅力的に伝える映像体験をデザインしました。





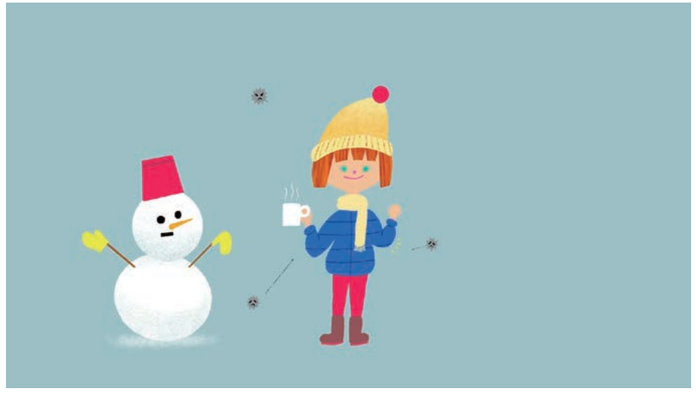
動画サイトへ 》》

早稲田大学
Safety and Performance
Optimization Laboratory
(SPO)
早稲田大学
スポーツ科学学術院研究室

熱中症予防アニメーション「からだと水分」

小学生の脱水症状や水分補給に関する啓蒙が不足しており、視覚的に訴えかける必要がありました。教育現場やイベント会場など、小学生を対象とした子どもたちでも分かる脱水の確認方法を分かりやすく解説したアニメーションです。飽きさせない表現と、直感的に理解できる UI を採用し、映像を通して行動変容を促しました。
調査では 70%以上がわかりやすかったと回答をいただきました。構成とナレーション以外、ディレクション・絵コンテ・イラストアニメーション・編集・音楽全て一人で制作しました。



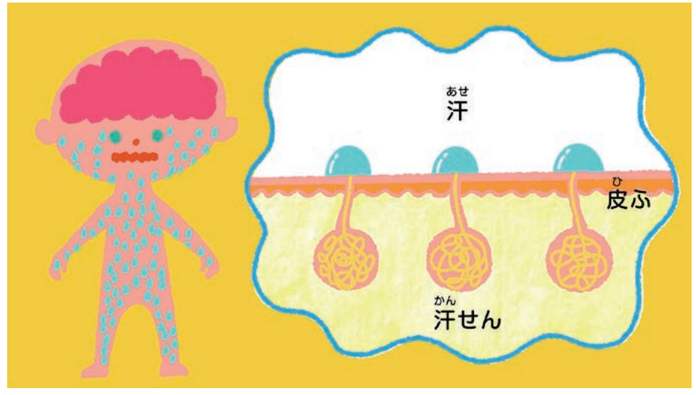


動画サイトへ 〉〉〉

汗のやくわりアニメーション

「からだと水分」の第二弾。子供たちに汗の重要な役割や体温調節の仕組みを正しく理解してもらうため、親しみやすく温かみのあるイラストとアニメーションを採用しました。皮膚や汗腺の働き、水分補給の重要性といった学術的な内容を視覚的に分かりやすく翻訳し、楽しく学べるエデュケーショナルコンテンツとしてデザイン。監修機関の専門性と信頼性を担保しながら、教育現場や一般の親子にも届きやすいコミュニケーション設計を行いました。これも構成とナレーション以外、ディレクション・絵コンテ・イラストアニメーション・編集・音楽全て一人で制作しました。





動画サイトへ 〉〉〉

アニエス・ベー

動画広告

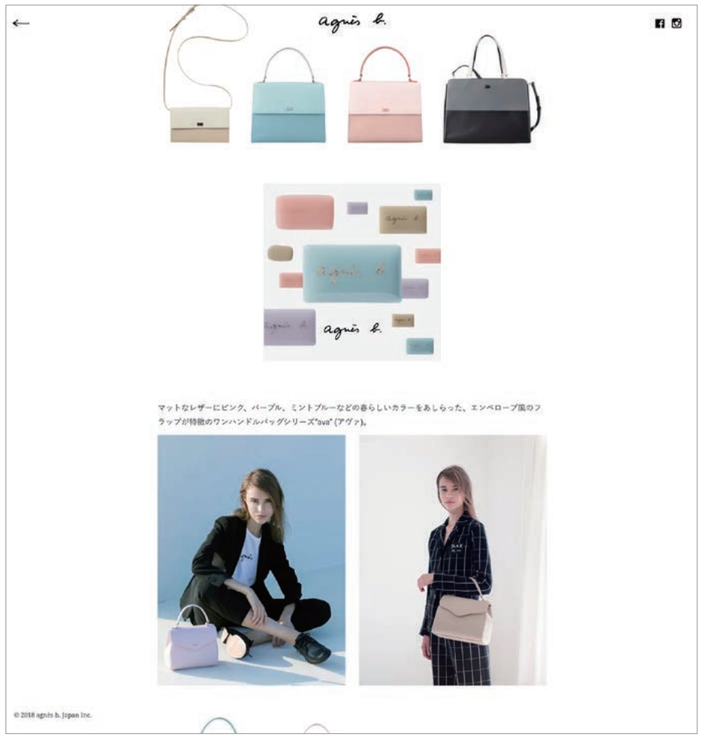
WEB サイト、SNS 用の動画広告



液体からプロダクトへのモーフィングによる視覚的変化からアテンションを獲得します。常時のロゴ配置によるブランド認知させ、短時間（約 13 秒）での直感的なカラーバリエーションを提示する商品認知広告です。
企画構成・撮影（商品以外）・編集を行いました。



スライドトランジションでユーザーの視覚的関心を引きつけ、離脱を防ぎます。ハンドルの柄の変化にフォーカスする構成と、短い尺の中で商品の強みを直感的に訴求しました。
企画構成・編集を行いました。



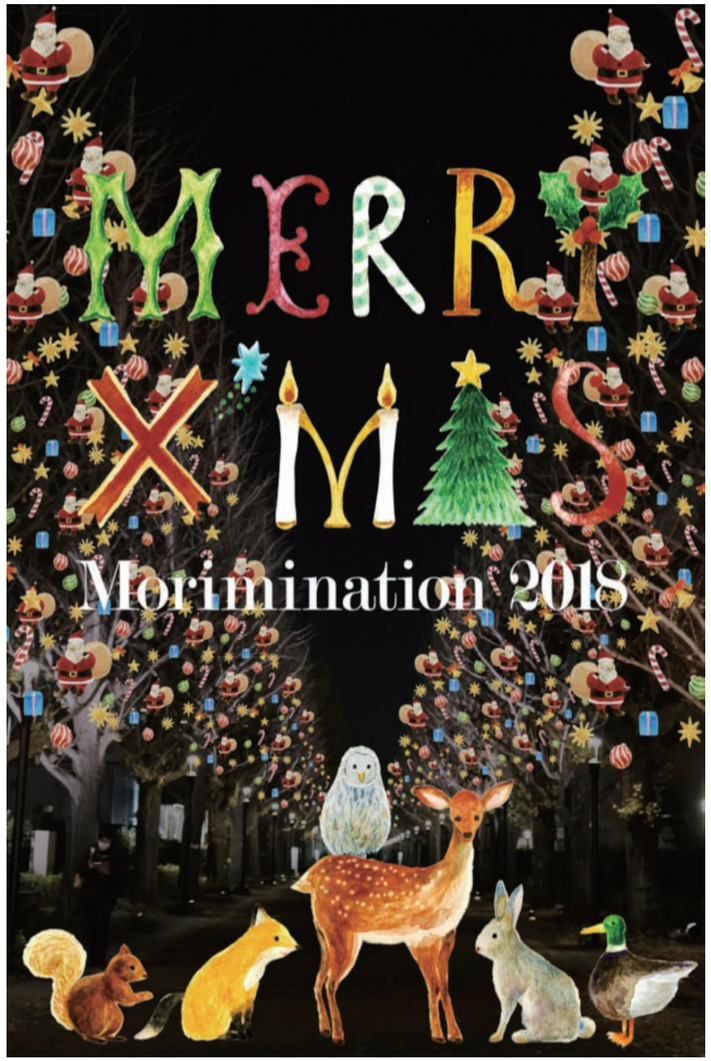
動画サイトへ 〉〉〉

昭島駅北口「モリタウン」

昭和の森イルミネーション
MORIMINATION 2018

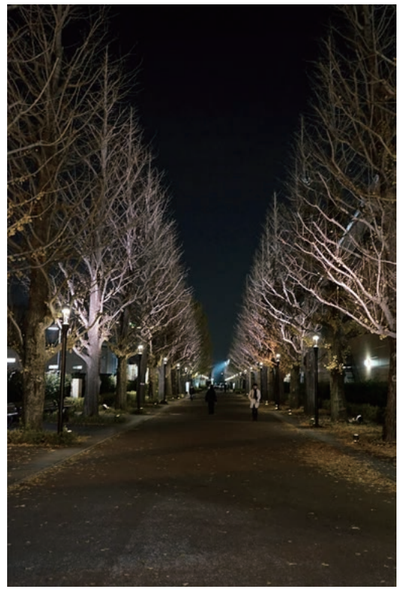
昭島駅北口の商業施設「モリタウン」で開催されたクリスマスイベント「MORIMINATION 2018」における、AR（拡張現実）アニメーションです。イチョウ並木付近のマーカーをスマートフォンでかざすと、現実の夜景に雪が舞い、手描きタッチの温かみのあるサンタクロースや森の動物たちが現れる仕掛けを構築しました。イルミネーションというリアルな空間体験に、デジタル技術とアナログ的なイラストレーションを融合。訪れた人々に絵本の世界に入り込んだような幻想的で心温まるサプライズを提供し、施設でのイベント体験の価値向上に貢献しています。





動画サイトへ 》》》





プロモーション・ムービー

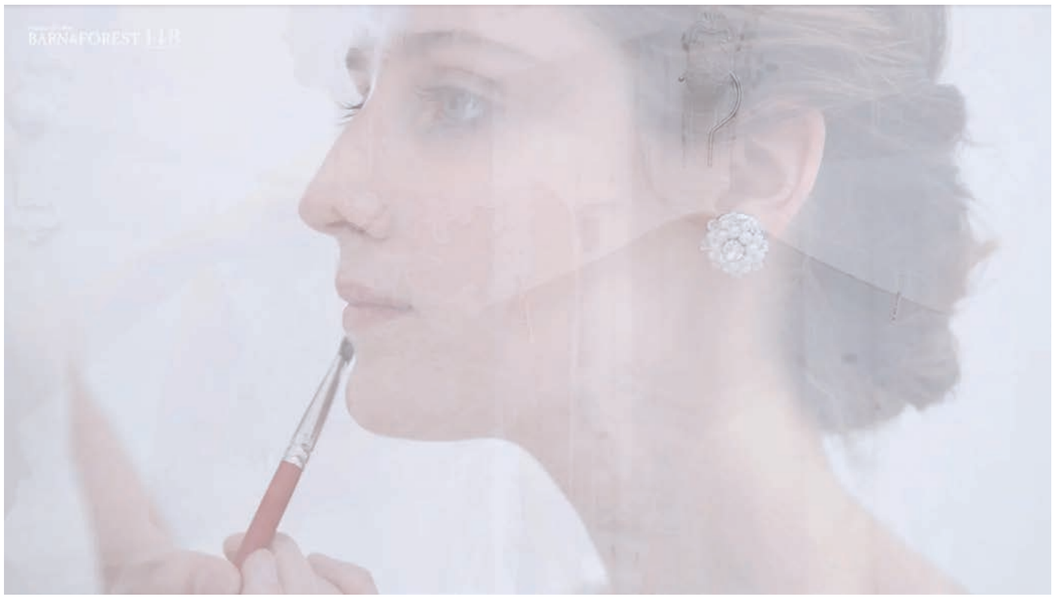
結婚式場のプロモーション映像



三橋の森 ウエディング ラ・クラリエール

閑静な住宅街に佇む自然豊かな結婚式場「三橋の森 ウエディング ラ・クラリエール」のプロモーション映像です。本質的な自然の美しさと温かな家族の絆をテーマに、ナチュラルウエディングの世界観を表現しました。施設の広大なスケール感や、シンボルである桜の大樹の圧倒的な存在感を視聴者に体感させるため、写真や映像のカットをコラージュしてリズミカルに展開・連続させる演出手法を採用。木漏れ日や自然光を活かしたシネマティックなトーンで統一し、そこに集う人々の自然体な笑顔を丁寧に描写することで、いつまでも帰ってきたくなる普遍的なブランドの物語を直感的に伝達しています。

企画、アートディレクション、映像ディレクション、編集



Barn & Forest 148

千葉県流山市にある、豊かな自然に囲まれた結婚式場「Barn & Forest 148」のプロモーション映像です。欧米で人気の「ラスティック・ウエディング（素朴で飾らない結婚式）」のコンセプトを体現するため、高く吹き抜けになった木造のチャペルや、緑あふれるガーデンでの自然体な笑顔を切り取っています。「一生に一度の特別な一日」と「毎日を彩る時間」が交差するような温かみのあるトーンで全体を構成し、カップルやゲストが心からリラックスして過ごせる同施設のブランド価値を、シネマティックな映像表現でデザインしました。

企画、アートディレクション、映像ディレクション、編集

動画サイトへ 》》

Shiina Glass Lab

江戸切子の技法の一つ「平切子」の稀有な技術を継承する、椎名硝子のプロモーション映像です。この映像の最大の特徴は、職人の緻密な手仕事だけでなく、工房内で稼働する「オリジナル工作機械の放つ独特なサウンド」にフォーカスしている点です。暗がりの中で駆動するベルトや滑車の重厚な動き、そしてガラスを削り出す際の摩擦音などを採集し、インダストリアルでリズミカルな映像体験として再構築しました。伝統工芸が持つ力強さと精緻さを、単なる美しいビジュアルにとどまらず、音響と映像の融合による現代的でスタイリッシュなブランド世界観へと昇華させています。
企画構成、ディレクション・絵コンテ・編集を行いました。



動画サイトへ 〉〉〉

映画「私はワタシ〜 Over the rainbow」（教育用配布版）

オープニングアニメーション

女優 東 ちづるさんが理事長の一般社団法人 Get in touch 制作の「LGBTQ」ドキュメンタリー映画の導入部分。
小中学校・高等学校無料配布版に「LGBTQ」についての解説や用語、当事者が置かれている立場を説明するアニメーションです。ただ絵を動かすだけでなく、セクシュアリティ、ジェンダー、障害といったセンシティブなテーマを扱う際の「正しい表現のトーン＆マナー」「偏見を助長しないキャラクターデザイン」「アクセシビリティへの配慮」を考慮して台本を制作しました。
多くの中学生・高校生から「わかりやすい」との連絡をいただきました。
構成・ナレーション原稿・イラスト・編集・音楽などナレーション以外は全て一人で制作しました。



動画サイトへ 〉〉〉

東京ステーションホテル

• 丸の内ヴィジョン

• トレインチャンネル

「東京ステーションホテル」の 100 周年記念プロモーション映像です。この映像は、丸の内エリアの大型ビジョン「丸の内ヴィジョン」および、JR 東日本の車内デジタルサイネージ「トレインチャンネル」での展開を前提に制作しました。音声に頼ることが難しい OOH（交通・屋外広告）環境において、国の重要文化財である駅舎内の格式高い空間や、100 年の歴史が紡いできた上質なホスピタリティを伝えるため、視認性の高い洗練されたタイポグラフィとシネマティックな映像を融合。行き交う多様な人々の目を惹きつけ、特別な宿泊体験への憧れを喚起するブランドコミュニケーションを構築しています。



動画サイトへ 〉〉〉

INODESIGN
Co., Ltd.

Space & Calligraphy

ショーウインドウ／壁面装飾／ロゴデザイン／他

あるシャンパーニュ・ブランドの
特別なディナーイベント
プレゼンテーション用カード制作

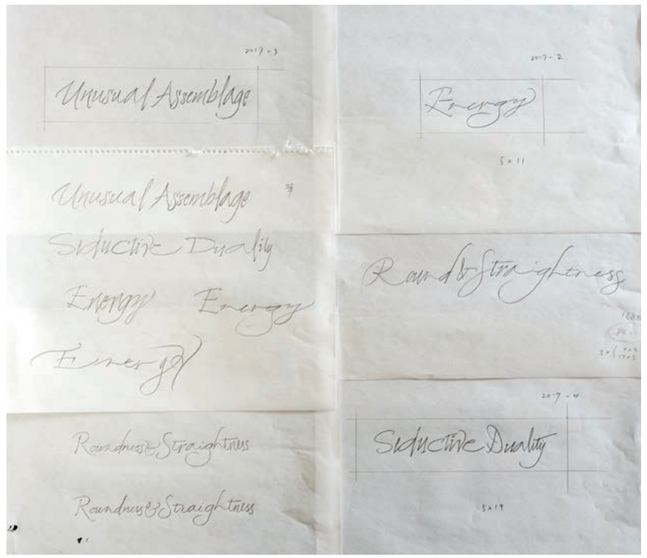
白と黒の洗練された空間の中で、相反する個性を持つ 3 つの稀少なヴィンテージを表現する言葉を、144 枚のカードにイタリック体で綴りました。
ブランドの見えない価値を表現するために何種類ものスタイルで検証して選ばれたスタイルで、ワインの奥深いアロマや重厚感、そして醸造家の哲学を、紙のテクスチャーに流れるような線の躍動感を乗せて「翻訳」する試みです。

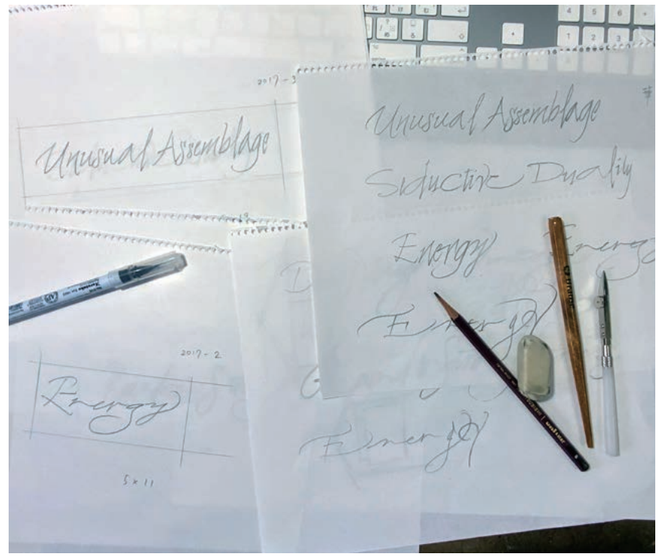




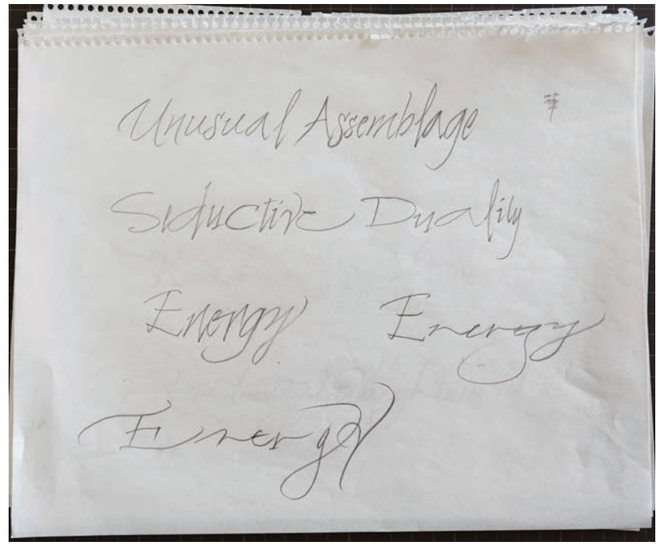






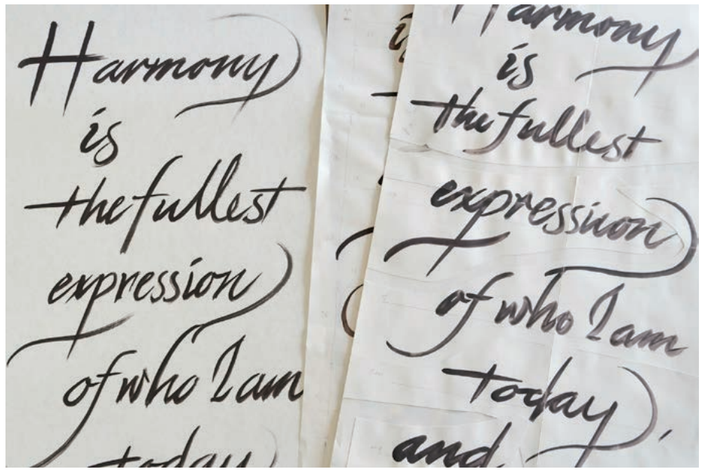




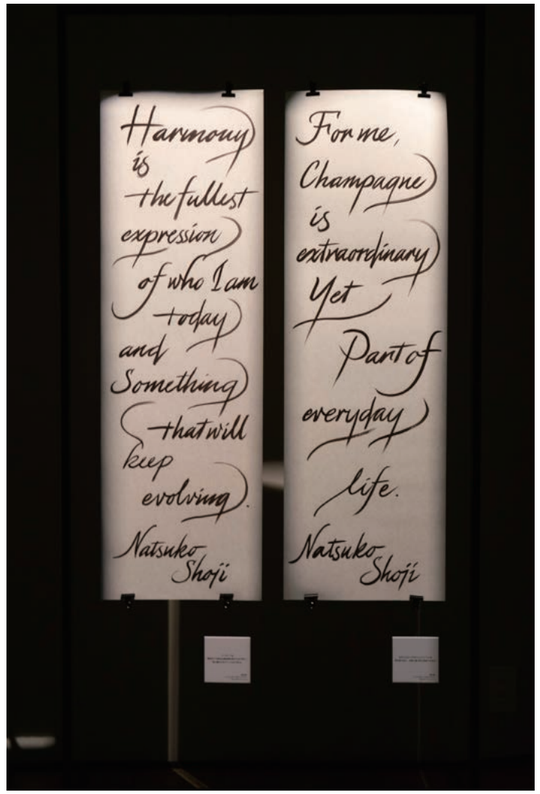


スタイル設計ためのラフスケッチ作業

シェフのメッセージを記した掛け軸とともに、ブランドの美学を空間全体に染み渡らせます。
美味しい食事とワインの記憶は消えてしまいますが、ゲストの皆様のお手元に配られたこの手書きのカードは、特別な夜の記憶を留めるパーソナルな贈り物としてお持ち帰りいただけます。ラグジュアリーイベントにおける、記憶に残る体験型の演出です。

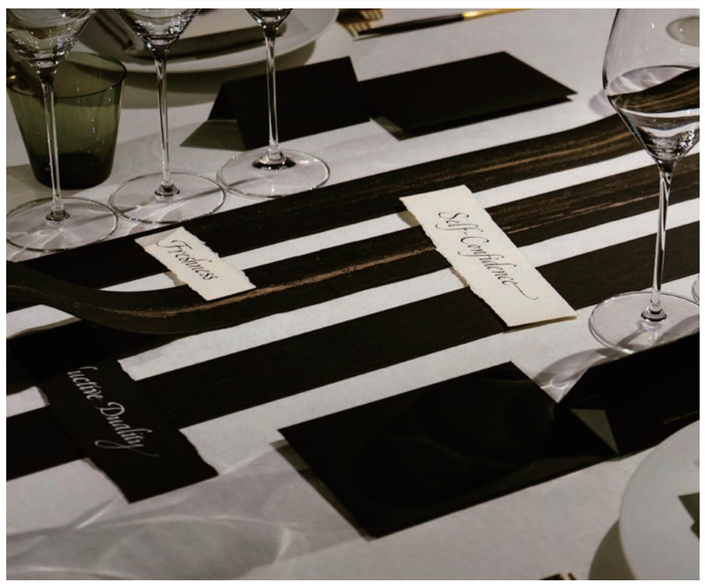


文字の大きさ、長さ、位置等を決めるため何枚も書き、試行錯誤。ワードの位置を切貼りで決定してさらに何十枚と書き、本番に挑みました。









AI Acceleration Program

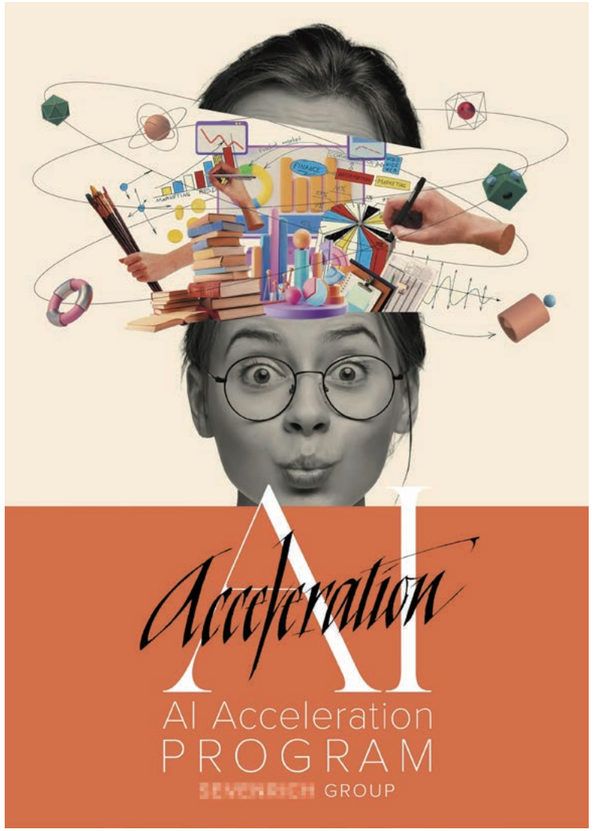
• キービジュアル（スライド表紙）　• ポスター

• ステッカー　• T- シャツ

IT 企業内で AI の業務活用を促す社内イベント「AI Acceleration Program」の総合的なアートディレクション実績です。プレゼン用のスライド表紙から、社内掲示用 A2 ポスター、勝者へ贈られるノベルティ（ステッカー、T シャツ）までを一貫して制作しました。「効率よく業務を加速させるのは人間」という人間中心のコンセプトに基づき、AI をテーマにしながらもあえてデジタルな質感を排除。デジタルフォントとダイナミックな手描き文字を組み合わせたアイキャッチなタイトルデザインにより、社内での注目度を高めるインターナルブランディングを実現しました。



スライド表紙



A2 ポスター



ステッカー



T- シャツ

THE MED
ロゴタイプデザイン

イタリアワインを中心に、ギリシアやクロアチア、スロヴェニア、スペイン、フランスなど地中海沿岸国の個性のあるワインを取り扱うお店。店内でグラスワインや地中海地域のおつまみなども食べられます。
地中海地域を制していたローマ帝国時代、碑文などに使用されていたローマンキャピタル体を元に文字を再設計、デザイン制作しました。

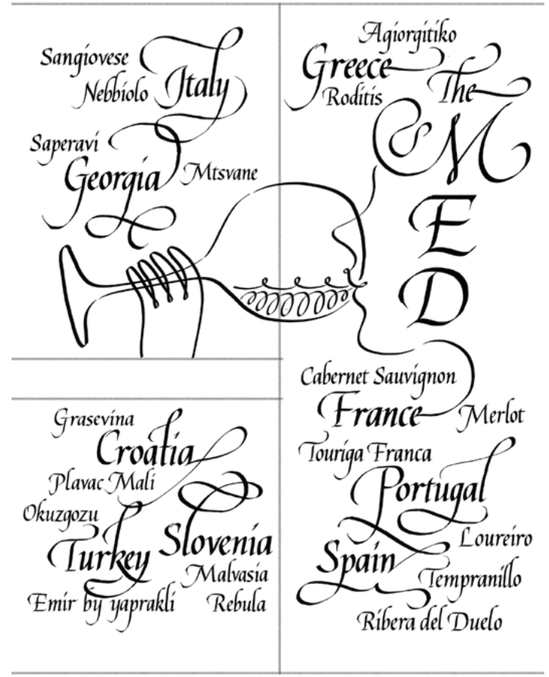
THE
MED
WINE AND MEZE



トラヤヌス帝の戦勝を記念する碑文に使用されているローマンキャピタル体は、紀元前１世紀後半から紀元２世紀前半に完成しました。そのプロポーションとセリフは、今でも古さを感じさせません。そのローマンキャピタルを元に、Ｘハイトに対する横幅、ラインの角度と太さ、セリフの長さと入り方等、一文字ずつ再設計し構成しました。決して古くならない堂々とした佇まい。デジタルフォントでは再現できない味わい深いロゴタイプになりました。







下絵

本格的な地中海料理とワインを提供する飲食店のウィンドウサイン制作。店舗の専門性を視覚的に伝えるため、カリグラフィーの技術を活かしガラス面に直接手で描きました。

左ウィンドウには地中海沿岸の地図と地名を配置。右ウィンドウには 15 世紀に発展した優美なイタリック体を用い、国名と各地域を代表するワインの土着品種名を表現し、手作業の質感を演出しました。路面店での公開制作は、作業中から通行人の足を引き止め、写真撮影や声掛けなど多数の反響を獲得。完成前から店舗を地域に印象付けるプロモーションとしても機能した。



サラ・オレイン

「Cinema Music」アルバム

• アルバムタイトル

•CD デザイン

•B2 ポスター

サラ・オレイン氏（ユニバーサル クラシック＆ジャズ所属）のアルバム『Cinema Music』のアートディレクションとデザインを担当しました。

本作の戦略的な目的は、クラシックや名画のテーマ曲が持つ「格式」と「優雅さ」を瞬時に視覚伝達することです。高年齢層にはオーセンティックな「安心感」を、若年層には時代に囚われない「新鮮さ」を感じさせるという、相反する訴求の両立を目指しました。

具体的には、キービジュアルにおける髪の有機的なうねりに呼応させる形で、クラシック音楽と親和性の高いカッパープレート体を独自にレタリングしています。伝統的な書体の骨格が格式を担保する一方で、力強くも流麗なフローリッシュ（装飾線）を緻密に構築することにより、彼女の繊細で力強い歌声にふさわしい、洗練された独自の世界観をプロダクト全体に定着させています。



CD デザイン

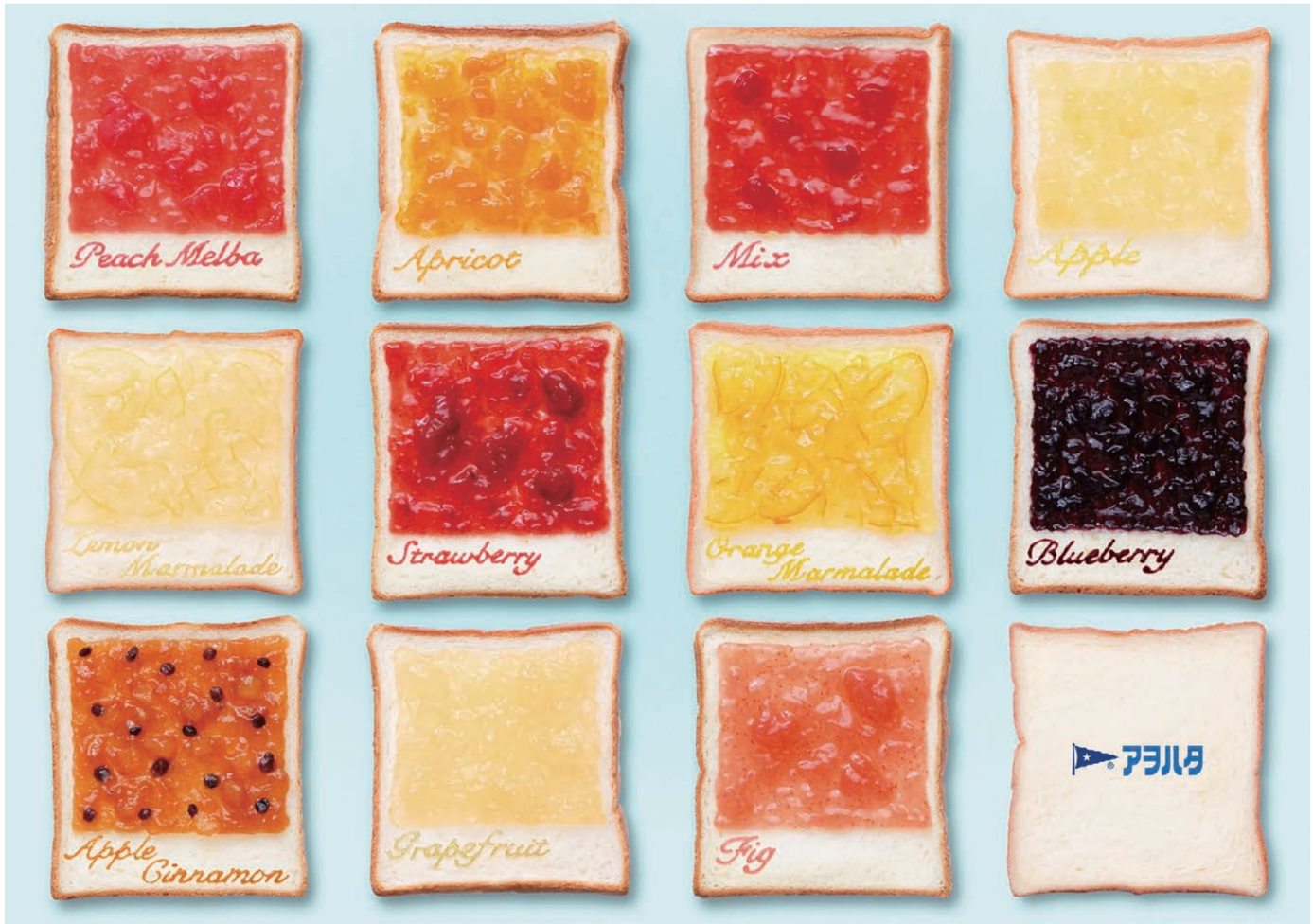
SARAH
Cinema Music
ÀLAINN



ポスター

アヲハタ　ジャム「55」B 全ポスター

体験型施設「アヲハタ ジャムデッキ」でのブランド体験の向上と、製品への購買意欲の喚起を目指しました。
企画立案からアート・撮影ディレクション、デザイン実制作までを一貫して担当しました。
日常の「食パン」をキャンバスに見立て、全 11 種のジャムをパレットのように整然と配置しています。各ジャムの下部に施したフレーバー名は、子供の頃にジャムでパンにお絵描きをした記憶を呼び起こす情緒的なフック（幼く見えないように）として機能させています。自社施設という環境に合わせてロゴの主張を抑えることで商業的ノイズを排し、純粋なシズル感とブランドの豊かな多様性を直感的に伝えるビジュアルを目指しました。来場者の五感に直感的に訴えかけ、ブランドへの愛着を深めつつ購買へつなげる、ダイナミックなグラフィックデザインに仕上げました。











オステリア デッロ　スクード
ロゴマークデザイン

イタリア全土の郷土料理を提供する「オステリア デッロ スクード」のロゴデザイン。同店が掲げる「歴史と伝統」「昔ながらの味の現代風アレンジ」というコンセプトを視覚化するため、1400 年代から続くヨーロッパの紋章学に基づき、オリジナルの紋章を開発しました。
上部には職業を表すコック帽を冠し、盾には「昔と現代の味のバランス」を意味する天秤と、調理の炎を配置。周囲はイタリアの象徴であるオリーブとオークで装飾し、モットーには「昔ながらの味」を掲げています。
ロゴタイプにはオーソドックスなイタリック体のカリグラフィーを採用し、オーセンティックな品格を表現しました。



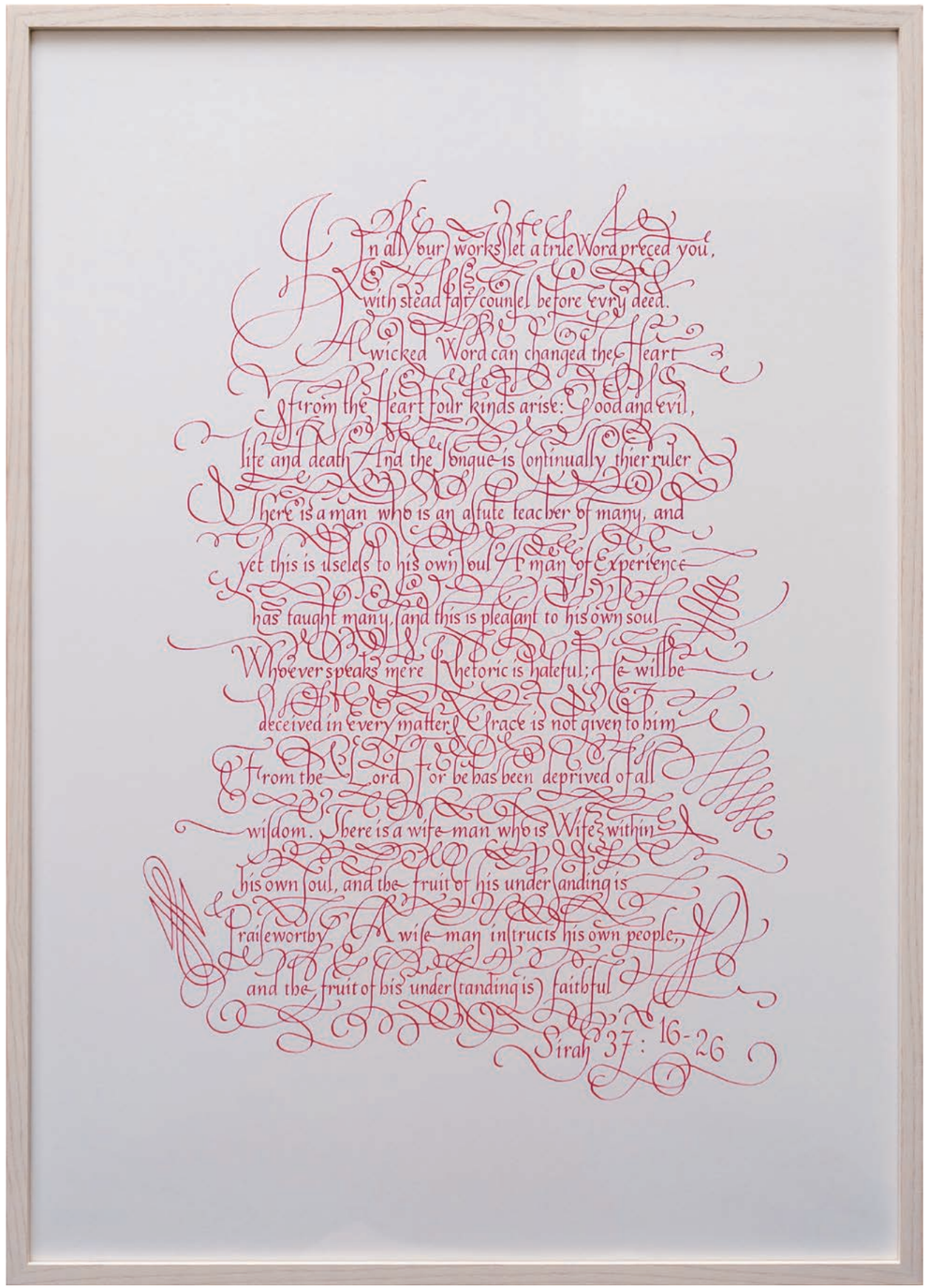
Osteria dello Scudo

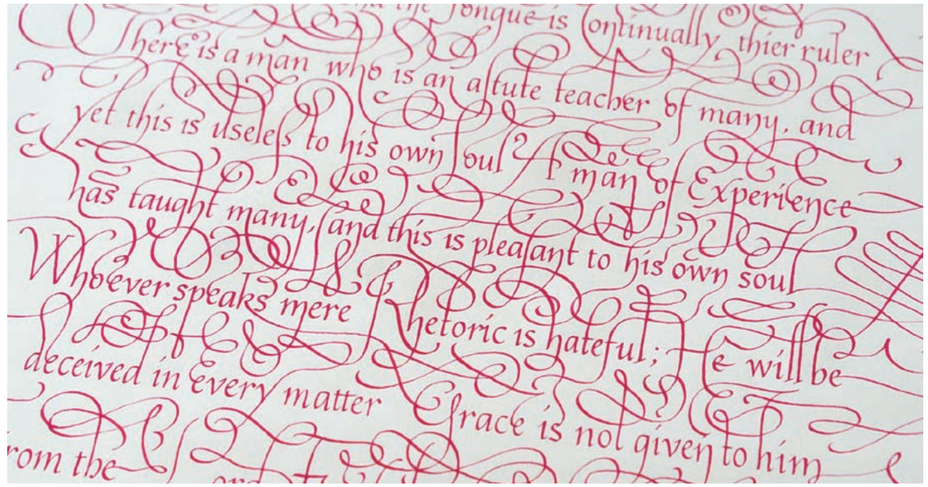
オステリア デッロ　スクード

ショップカード・名刺

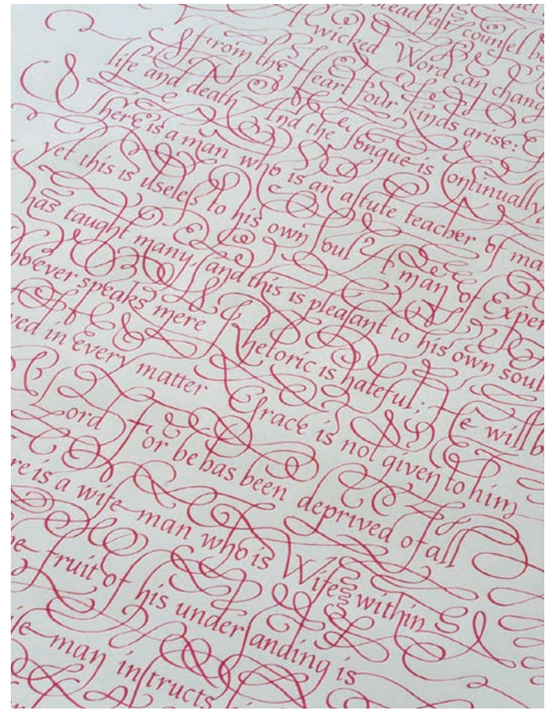


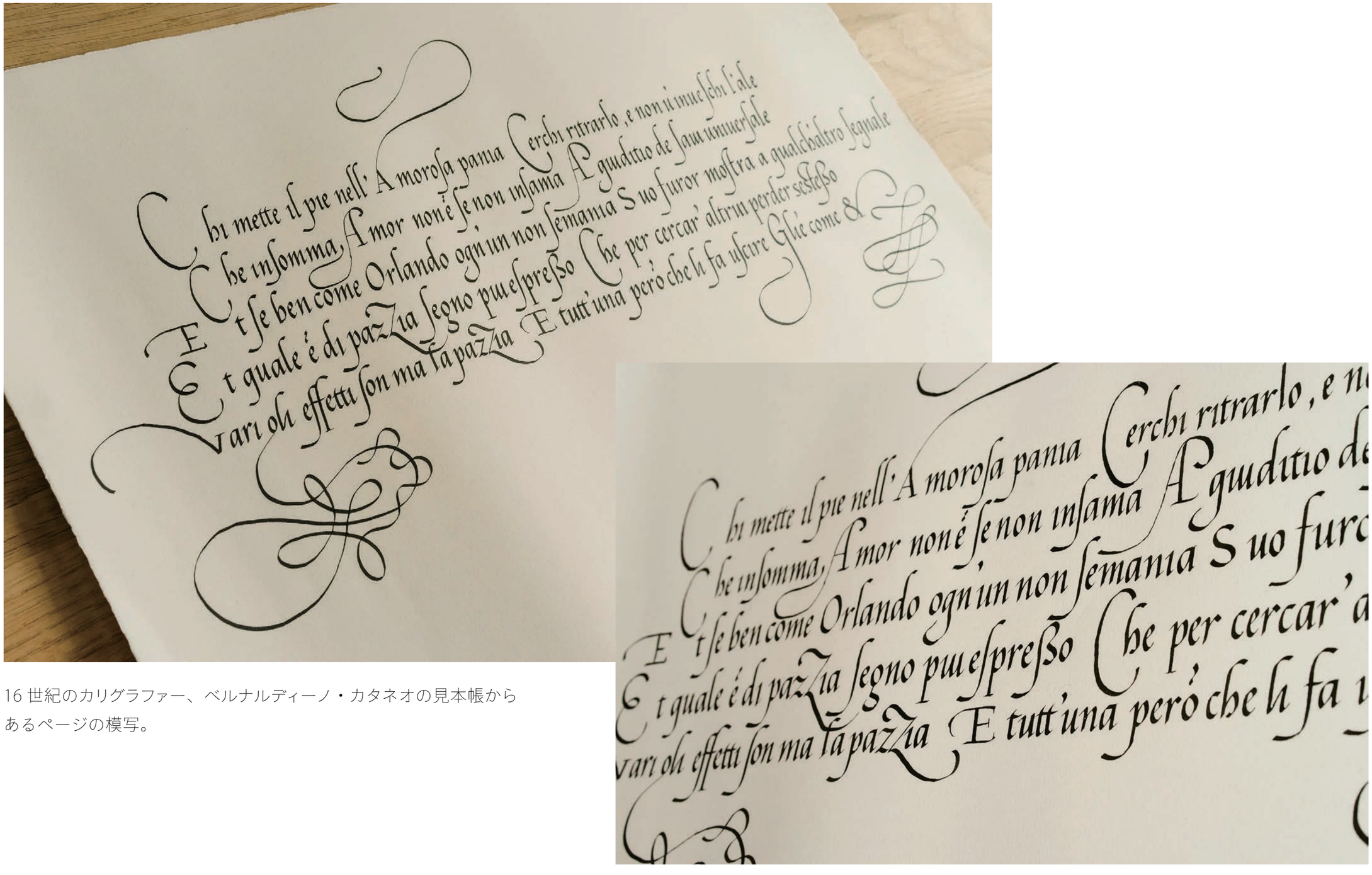




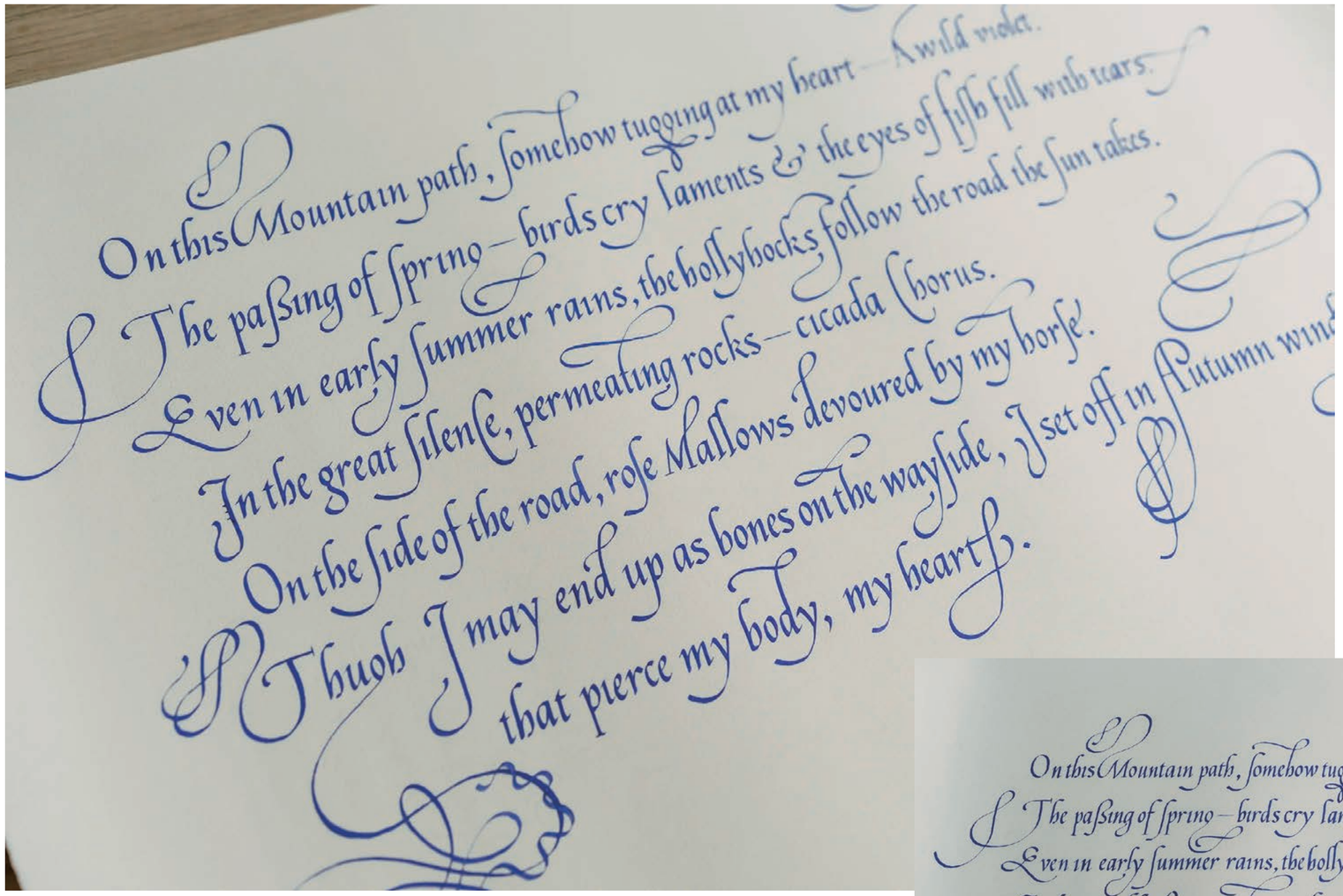


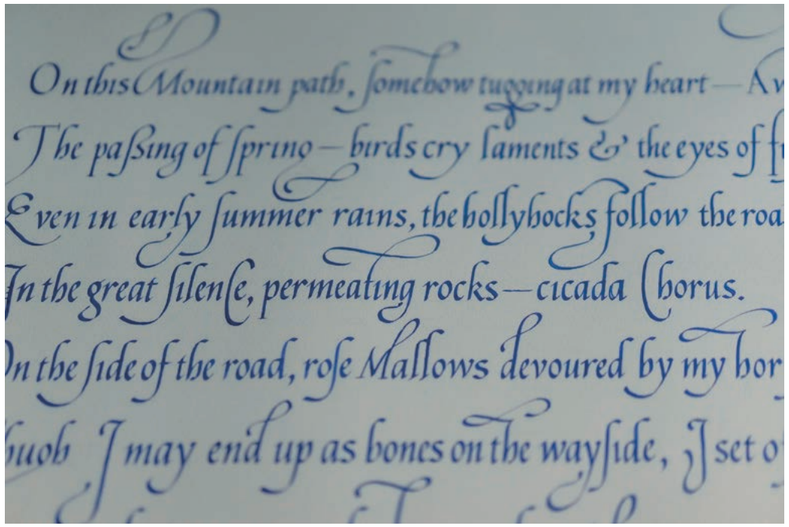
16 世紀の頃のイタリック体をベースに上下のアルファベットをフローリッシュで繋げたオリジナル作品。コンテンツは旧約聖書続編から。

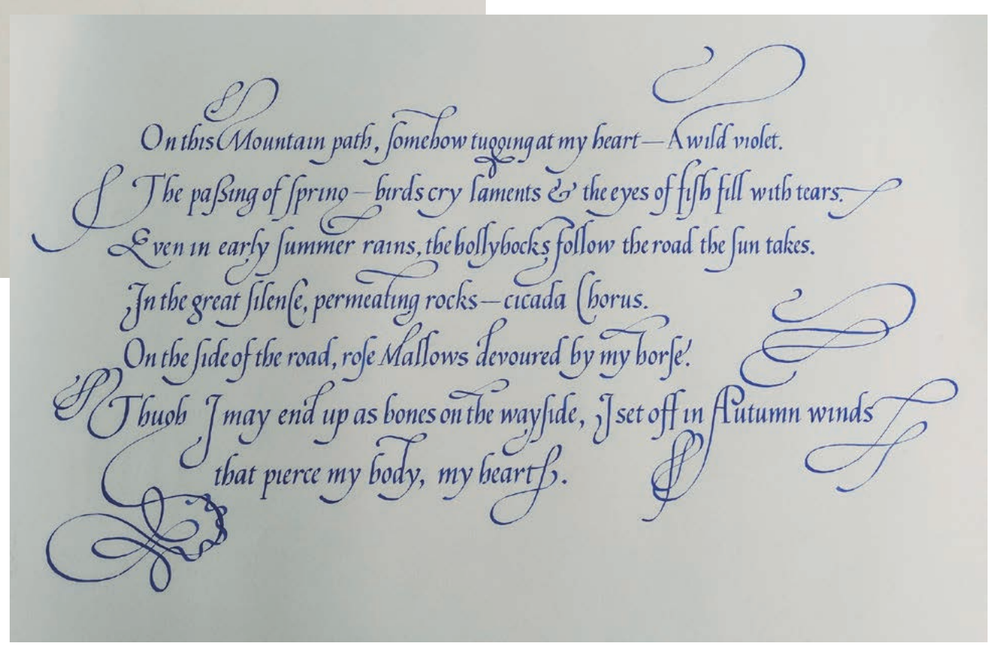




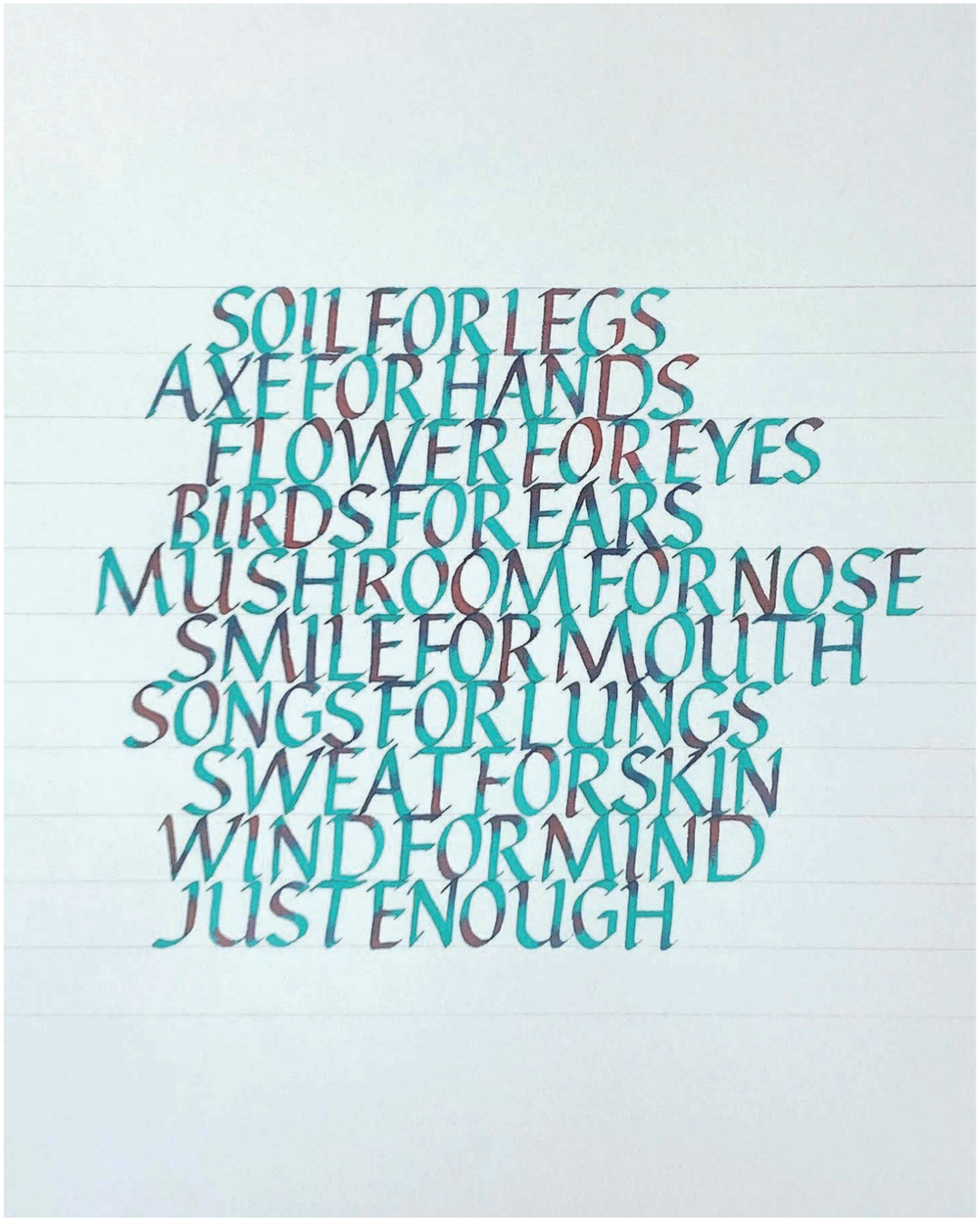
16 世紀のカリグラファー、ベルナルディーノ・カタネオの見本帳から
あるページの模写。

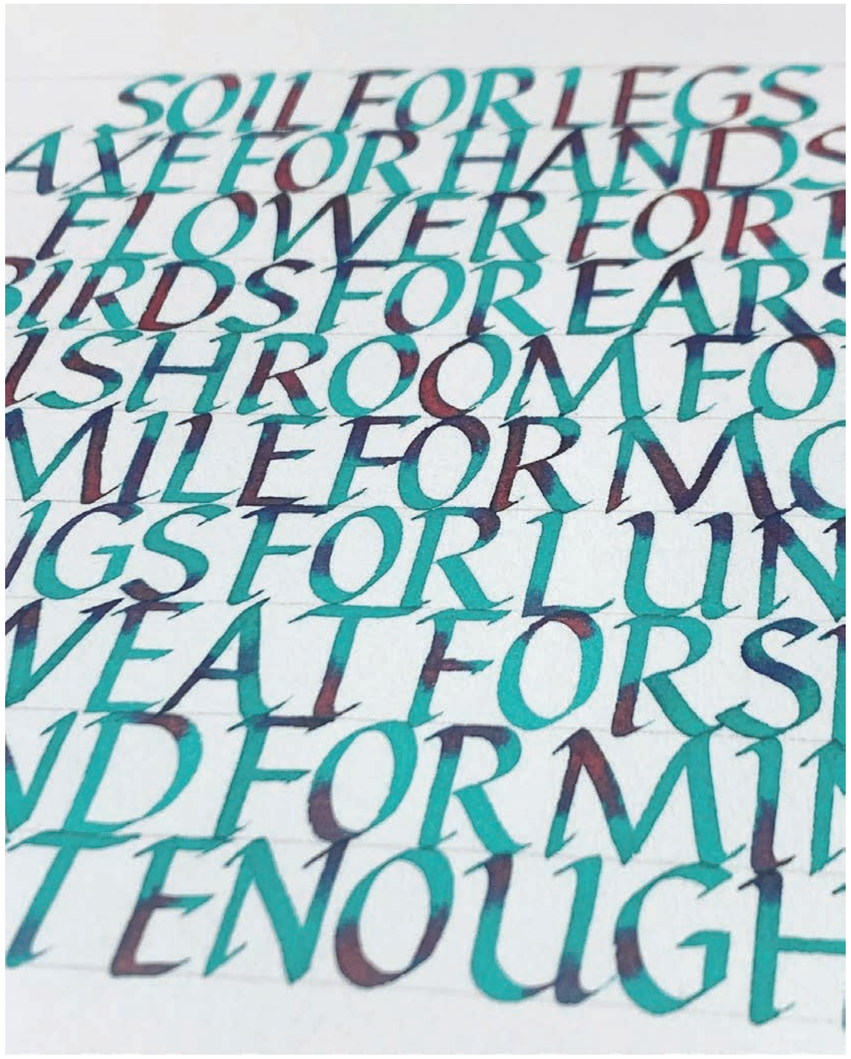






松尾芭蕉の四季の歌を 16 世紀のカリグラファー、ベルナルディーノ・カタネオのスタイルで書きました。





日本より海外で評価されている詩人ナナオ・サカキの詩をイタリック・キャピタルで書きました。