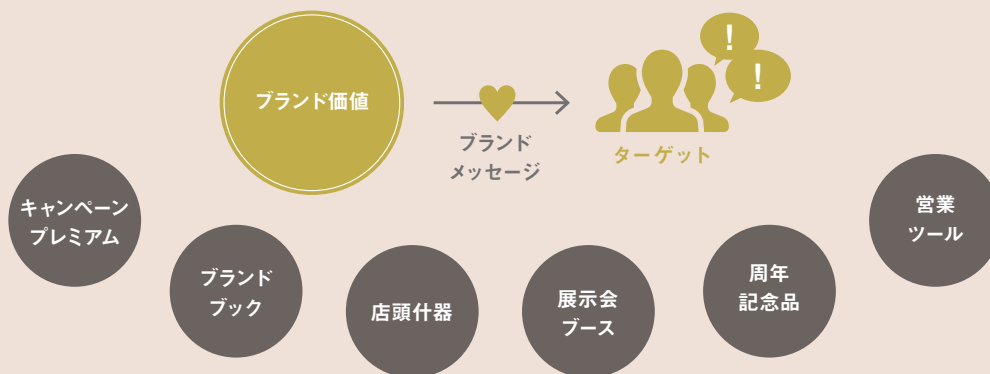


Design Promotion WORKS

Apparel
Food
Beauty
Service
Education
Traffic
Maker
Medical

デザインプロモーションとは？

貴社のもつブランド価値を最大化するために、
デザインの力を活用して“ブランドの魅力を伝える”ツールを企画・製作いたします。
その時の課題や目的に合わせて、プロモーションにおける最適をご提案いたします。



”ブランドの魅力を伝える”プレミアム製作

1 ヒアリング

ツールの必要数・時期・ご予算、イメージなどについてお聞かせください。多くの実績を持つ私たちならではのチェックポイントを含め、最適なお提案のために様々な角度からお話をさせていただきます。

2 顧客研究・デザイン設計・ご提案

貴社のターゲットに響くようなデザイン案を設計。「なぜそのツールなのか」「なぜそのデザインなのか」市場のトレンドや、同業他社・ベンチマーク先の動向などもふまえ、最大限に“ブランドの魅力を伝える”ツールをご提案いたします。

3 品質管理

仕様が決定しましたら、現物サンプルを製作し、事前の打ち合わせ内容と相違が無いか十分に確認をします。国内外問わず、量産時はパートナー工場と密に連携し検品体制を設計。よりご安心いただけるよう、品質をコントロールしてまいります。また、状況に応じて弊社品質管理チームによる現場立ち合いも実施いたします。

4 使用例・結果（効果）

輸送時や、実際の配布シーンをふまえた梱包形態をご提案。ツールがお手元に届くまで、しっかりご案内いたします。また、配布後はぜひエンドユーザーの皆様からのご意見、ご感想をお聞かせください。その声を超える、より販促効果を引き出すツールを引き続きご提案させていただきます。

国内外問わず**800社以上のパートナー企業と連携**し商品カテゴリにこだわらず
「課題解決」という観点から最適をご提案させていただきます。

Genre

アパレル

Achievement category

バッグ

ラグジュアリーなブランドイメージを 詰め込んだ購入者向け記念品トートバッグ

株式会社レリアン

概要・ご要望

50周年を迎えた2018年秋・冬の購入者向けにラグジュアリーブランドイメージにマッチした記念品の提案依頼をいただく。



カラーパターン



付属ポーチ

こだわり

ブランドイメージを最大限に引き立てるデザインはもちろん、ターゲット層の使用シーンを想定し、留め具や持ち手など細部まで工夫し、機能面にもこだわった。

提案ポイントと採用ポイント

同ブランドが50周年を記念して用意した百合柄のデザインを最大限に活かしながらも、購入者の好みや様々な使用シーンに合うよう、百合柄・無地柄のリバーシブルトートバッグを提案し、ご採用いただく。

使用例・結果（効果）

1週間のフェアで、ほぼ在庫がなくなったと共に、色違いで揃える方もいらっしゃるほど購入者からも高評価をいただく。

Genre

美容

Achievement category

ポーチ

商品×世界観を最大限に活かした 「ベルサイユのばら」タイアップ巾着

株式会社ダリヤ

概要・ご要望

サロン ド プロ母の日キャンペーン景品付き商品と店頭販促物を同梱した拡販企画セットを発売し、お得感とアイキャッチ力を高めることで購買促進につながる施策をご検討。その中のベタ付け商品の提案依頼をいただく。



こだわり

キャラクターの髪色を商品を使用して「白髪染め」し、サロン ド プロならではの世界観やパロディ調を絡めたデザインを3種類展開。



パッケージ

提案ポイントと採用ポイント

商品ターゲットである50、60代女性に向けて同じ年齢層のファンが多い「ベルサイユのばら」タイアップを提案。当時放送していたCMの世界観ともマッチしたことと、母の日のプレゼントを贈る子供層へもアプローチできる企画としてご採用いただく。

使用例・結果（効果）

SNSで「キャラクターが髪を染めている！」など「ベルサイユのばら」ファンからの反応多数。従来のサロン ド プロご愛者だけでなく、「ベルサイユのばら」ファンを新規顧客層として取り込むことができた。

Genre

サービス

Achievement category

ポーチ

公開前のファン熱を盛り上げる キャラクターぬいぐるみ小銭ケース

ワーナー ブラザース ジャパン合同会社

概要・ご要望

話題の映画コンテンツにおける前売り特典の提案依頼をいただく。
公開前にファンの期待値を高めることが課題。



チャック部分



全体イメージ

こだわり

個体差が出やすいため、
ご了承範囲を設定の上、
社内品質管理担当者が海外工場へ立ち会いを行う
など検品体制を強化した。

提案ポイントと採用ポイント

いかに作品の世界観やストーリーと親和性を持たせ、ファンの期待値を高めるかが重要。そこで作品に登場する、「キラキラ光るものに目がない魔法動物」を「ぬいぐるみ小銭ポーチ」に変身させ提案。提案時に本番量産品同等クオリティのサンプルを用意し、その品質を評価いただきご採用。

使用例・結果（効果）

映画の吹き替え声優がブログで「かわいい」とコメントしたり、SNSでファンからも「かわいい」「欲しい」という声が多数上がった。

Genre

教育

Achievement category

ステーションナリー

入学募集から卒業記念まで 大学運営をグッズでトータルサポート

早稲田大学

高校訪問時の挨拶の際に
先生方に配布

概要・ご要望

高校訪問時の挨拶用や、オープンキャンパスでの配布用、卒業記念品など、学部や課、目的ごとに製作するグッズが異なる。配布するユーザー、条件に適した商品の提案依頼をいただく。



卒業記念品として
ロディアメモとフリクション
ボールペンをセットで配布

本革パスケース



オープンキャンパスで
配布した不織布バック



こだわり

今まで製作してきた商品ほぼ全てを「早稲田レッド」に準じたシックな仕上がりになるようこだわった。また、パスケースは約3か月かけて栃木レザーにめし加工を行い、毎年卒業生の人数分だけ製作をしている。栃木レザー証明の赤札を入れているため一目で本物であることが分かる。

提案ポイントと採用ポイント

高校訪問時の挨拶用には先生にデスクで使ってもらえるもの、としてオリジナルタンブラーを。卒業生に対して「卒業後も長く使用できるもの」を配りたい、という希望を叶えるべく本革パスケースを提案。生地・製法の特性上、個体差が生じるがそれが学生の持つ多様な個性を演出できる、と提案しご採用。

使用例・結果（効果）

本革パスケースは長く使ってもらえるからと好評。ロディア手帳カバーもさりげないロゴ名入れのためメモを使い切った後も買い替えて使ってもらえると評価いただく。設立140年以上の歴史を持つ早稲田大学ブランドを、グッズを通して伝えることが出来た。

Genre

教育

Achievement category

雑貨

生徒のやる気UPと学びに繋げる ごほうびグッズ

株式会社明光ネットワーク

概要・ご要望

10回授業に参加しスタンプカードを埋めるとごほうびグッズが1つもらえる取り組みを行っている。勉強に対してより意欲的に、なおかつ新しく、生徒が喜んで持ち歩くようなごほうびグッズの提案依頼をいただく。



●6面パズル

6人のキャラクターを6面すべてに配置し、キャラクターの認知度UPを図る。生徒の頭の体操にも◎。

こだわり

それぞれ「勉強」をキーワードに商品を提案。

●クールタオル

気化熱を利用したクールタオルの機能性・仕組みを訴求。



●低反発クッション

正しい姿勢による集中力UPの仕組みを訴求し勉強をサポート。

提案ポイントと採用ポイント

目新しい素材やアイテムを常に提案し続け、他社と違った角度で生徒の「ほしい!」を引き出すことを常に意識。キャラクターを最大限に活かしつつ、日々の暮らしの中で触れているものが学びのキッカケになるグッズを提案し、ご採用いただく。

使用例・結果（効果）

●クールタオル

なぜ水に濡らして振ると冷たくなるのか、という理科の勉強にもなると好評を得る。性能がよく塾長や講師にも大人気だった。

●6面パズル

グッズがほしくて授業に通う子が増え生徒のみではなく教員にも人気だった。

Genre

教育

Achievement category

雑貨

新キャラクターを生徒、教師に PRするための立体キーホルダー

株式会社明光ネットワーク

概要・ご要望

新キャラクター「エールくん」のPRグッズの提案依頼をいただく。

生徒や教師からの認知度を上げることが課題のため、インパクトがあるグッズをご希望。

こだわり

キャラクターの名前の由来・元になったイメージ等について、クライアントだけでなくキャラクターデザイナーからも直接ヒアリングを行うことでより魅力や訴求ポイントを商品に落とし込むことができた。仕様でのこだわりはキャラクターが「自立」すること。



提案ポイントと採用ポイント

キャラクターのガイドラインが厳しく、クオリティや色合いを重視されていたが、弊社でのキャラクターフィギュアや成形品の実績を多くご紹介したことで、安心してご依頼いただけた。

提案では3Dプリンターを活用し臨機応変に試作を行うことで、初の立体化に向けてイメージを沸きやすくした。

使用例・結果（効果）

生徒が塾用かばんに付けたり、勉強のお守りとして身の回りに付けてくれたおかげもあり、キャラクターの認知向上に大きく貢献できた。

生徒のみでなく、塾長やクライアント部署内でも大変好評をいただいた。

Genre

メーカー

Achievement category

ポーチ

新商品「小型ヘアアイロン」の 購買を促すヘアアイロンポーチ

株式会社テスコム

概要・ご要望

サロンクオリティを誇る「Nobby by TESCOム」という一般消費者向けビューティー家電にて、年末年始に行う販売促進の一策として景品付き商品をECと家電量販店にて発売している。外出や旅行に持ち運んで使える新商品「小型ヘアアイロン」への景品としてアイロンポーチをご検討されていた。



裏側

表側



こだわり

男性でも使いやすい小型ヘアアイロンのため、デザイン、機能ともにユニセックスなシンプルさを追究。また、熱伝導率や耐熱性など安全面を確認すべく試験を繰り返し行った。



提案ポイントと採用ポイント

ブランドイメージがニュートラルなため、シンプルなデザインの商品デザインをご提案。

同ブランドの他商品サイズにも合うように、ボタンをつけることで、マルチに使用できるように設計。試作を提出したところ、そのクオリティにご安心いただきご採用。

使用例・結果（効果）

年末年始のキャンペーンで全国量販店にて発売開始。同時期に発売を開始したECサイトでは、ノベルティ付き商品が1日で完売。新商品の販売促進に貢献することが出来た。

Genre

メーカー

Achievement category

POP・什器

他社にない「安全性」を一目で伝える 「電気ケトル」店頭什器

タイガー魔法瓶株式会社

概要・ご要望

商品のリニューアルにあたって、他社にはない安全性を伝えられるような、家電量販店用陳列什器の提案依頼をいただく。現状は競合他社の商品の方が目立っていることと、安全性が伝えきれないという課題があった。



リーフレット

什器別パターン



こだわり

陳列部分に細工をしてわざと商品を傾けて陳列し、そばに笑顔の母親のイラストを配置。文章を読むまでもなく「倒れても大丈夫」であることを訴求。

提案ポイントと採用ポイント

一目で「倒れても大丈夫」であることがわかる形状とし、また、競合他社の広い売場の隣にあっても目を向けられるよう、キーカラーを工夫。

初回提案時から原寸のダミーとイメージパースを提示したことで、売場展開時のイメージをご理解いただき、採用にいたる。

使用例・結果（効果）

展示会で披露し、各営業担当より希望数量を募ったところ、好評により予定よりも多い数量の注文が入った。

Genre

食品

Achievement category

雑貨

SNS映えする 超リアルからあげクッション

株式会社ニチレイフーズ

概要

日本唐揚げ協会の定める「から揚げ強化月間」に合わせて行われる消費者向け販売促進キャンペーン企画の第2弾における景品提案のご依頼。冷凍食品「特から」にちなんだ謎が出題され、正解すると抽選で景品がプレゼントされる企画。

こだわり

「特から」の特徴である大きなサイズ感や厚みは実際の商品を参考に表現。出来立てを彷彿させるしずる感の表現にこだわり「本物そっくり」を目指した。



クッションの中身



提案ポイントと採用ポイント

SNS映えが条件のため、見た目のインパクトやボリューム感を重視しご提案。商品をリアルに表現できるという点とキャンペーン企画のイメージと合うということでご採用。

使用例・結果（効果）

特設サイトのPV数は第1弾の96万PVを超え100万PVを記録。抽選への応募は1万4,000件にのぼった。SNSでも、キャンペーン参加者からクッションを撮影した投稿が多く寄せられ、「圧倒的存在感!」「クッションもおもしろいそう」などコメントをいただいた。

Genre

食品

Achievement category

キャンペーン

日本でのレーズン喫食機会を広める キャンペーン企画・運営

カリフォルニア・レーズン協会

概要・ご要望

カリフォルニア産のレーズンを日本で広く食べてもらえるような施策の提案依頼をいただく。いかにカリフォルニア産レーズンを使用している各メーカー、ベーカリーショップを巻き込めるかが焦点となった。



こだわり

キャンペーン参加企業のリクルート、説明会、キャンペーンツールのデザイン・製作、景品の選定・製作、事務局運営まで一貫して支援。

キャンペーン
パッケージ &
グッズ



提案ポイントと採用ポイント

カリフォルニア産のレーズンを使用している各メーカー、ベーカリーショップの商品を対象とした消費者キャンペーンを提案。対象商品としてご参加いただく各企業へのリクルート活動から支援する内容にてご採用いただく。

使用例・結果（効果）

参加企業の売上アップにつながるキャンペーンとなり、数年間毎年実施する恒例キャンペーンとなった。

Genre

食品

Achievement category

デジタル

「大麦若葉」を“楽しく”伝える プロモーション動画

山本漢方製薬株式会社

概要

主力商品である「大麦若葉」の飲み方や効能などの商品詳細を楽しく理解してもらうために動画の作成依頼をいただく。

【A】



こだわり

山本漢方製薬の社長をCGでキャラクター化し、動画内に登場させた。オリジナルソングも作り、記憶に残る内容となっている。

【B】



こだわり

プロの講談師による語りで大麦若葉の作り方を説明。途中にイラストを用いながらユーモアな内容となっている。

提案ポイントと採用ポイント

堅苦しい説明動画ではなく、思わず最後まで見てしまうストーリー性のあるユーモアな内容として提案。絵コンテにて面白さを評価いただきご採用にいたる。

使用例・結果（効果）

商品パッケージに動画に飛べるQRコードを入れ、楽しく作り方を理解できるように連携した。その他、動画も自社HPやYoutubeに載せてたくさんの方に見ていただいている。

Genre

食品

Achievement category

パッケージ

SOYJOYを店頭で訴求する為の パッケージデザイン

大塚製薬株式会社

概要・ご要望

小麦粉を使用せず大豆をまるごと粉にした生地にフルーツやナッツを加えて焼き上げた新しいタイプの栄養食品「SOYJOY」。新商品を発売しない代わりに、売上に繋がるよう、まとめ売りをご検討。当初はフックになるようなノベルティの提案依頼をいただく。



こだわり

SOYJOYを6本入れた時の商品の見え方と柄デザインのバランス、大豆イメージとマッチしたナチュラルなクラフト素材感をプリントで表現するために何度も修正を加え、ベストな形状に仕上げた。

提案ポイントと採用ポイント

当初はノベルティで検討されていたが、まとめ売りの詳細が決まっておらず、販売方法としてパッケージをノベルティの一部にするという提案を行ったところご採用いただく。仕様はドラッグストアでの顧客層を想定し、購買層である主婦層をメインターゲットとしてデザイン・形状と、SOYJOYに合わせたデザインを提案。

使用例・結果（効果）

ドラッグストアを中心にセット販売したところ、今までセット販売していなかった珍しさとキャッチになるデザインでまとまった購買促進に繋げることができた。

Genre

医薬品

Achievement category

POP・什器

パイロンPL錠を店頭で訴求する 本物そっくりなPOPツール

シオノギヘルスケア株式会社

概要・ご要望

かぜ薬「パイロンPL」シリーズはこれまで顆粒タイプを販売していたが、錠剤タイプも発売することになり、薬局でPRできるツールの製作を検討されていた。顆粒タイプのPOPで“薬の形状がよくわかるツール”が好評だったため、錠剤タイプも出来るだけ本物に似せたものを作りたいというご要望があった。



こだわり

薬の包装「PTP (press through pack) 包装」の素材感・折り目や凹凸を違う素材・作り方で再現することを追求。素材の選定や試作を何度も繰り返し、結果、PVC での押し加工、表面にPP貼りを行うことでご要望に応えることができた。錠剤も樹脂で作成し、見た目を完全再現することに成功。



提案ポイントと採用ポイント

誤って取り出せないような工夫、錠剤の大きさがわかることが必要だったため、様々な素材での再現性をイラストや試作を用いてご提案。また日本製ではコストが高くなるため、海外で本体部分を製作し、パーツの最終セットアップ・検品を日本で行うことで、予算内での対応を実現させた。

使用例・結果（効果）

全国のドラッグストアを中心に展開。顆粒タイプと同様、インパクトのあるPOPに仕上がリ、営業の方やドラッグストア店員の方にもご好評いただく。

Genre

サービス

Achievement category

タオル

組合員と地域を支える日本製 はっぴちゃんグッズ

こくみん共済coop自治労共済推進本部

概要・ご要望

毎年共済の組合員に配布されるノベルティ。
年齢・性別だけでなく多様な職種の組合員
に喜んでもらえるようなノベルティであるこ
とが課題。



こだわり

組合員の地域貢献含め、組織全体
で大切にしている「助け合い」を表
現するため、日本工場にて生産。国
内で人気の「今治タオル」をポーチ
としても使えるようにすることで衛
生用品や化粧品などの小物も持ち
歩けるように工夫した。



提案ポイントと採用ポイント

単なるハンドタオルではなくポケットを付け幅広いシーンで使
用できる「タオルポーチ」を提案。組合員が年齢・性別・シーン関
係なく使えるようキャラクターを用いながらも万人受けするシン
プルなデザインを意識。他社を含めた25個以上のアイテムの中
から、全国支社アンケートで1位に選ばれご採用いただく。

使用例・結果（効果）

新しい生活様式の中でも喜んでもら
えるノベルティグッズとして好評いた
だく。

Genre

交通

Achievement category

タオル

マニアも納得するこだわりの デザイングッズで地域貢献に繋げる

西武鉄道株式会社

概要・ご要望

新宿～秩父を繋ぐレッドアロー号。埼玉・秩父へ地域貢献のできるVIP向けのグッズを作成したいとのご要望をいただく。

こだわり

秩父行の列車「レッドアロー号」のデザインで製作した秩父織の風呂敷はこだわりの赤とコーポレートカラーであるブルーを用いて秩父鉾山の傍を走る様子をイラスト化。マニアの方々も納得する電車のこだわりを表現した仕上がり。



提案ポイントと採用ポイント

地域貢献という課題をクリアするため、秩父の「秩父織」の工場とパートナーシップを組み、打ち合わせを重ねて製作。ご希望予算のなかで、秩父織りの良さと電車好きのマニアの方々にも納得してもらえるようなデザインを提案しご採用いただく。

使用例・結果（効果）

VIP がご来社された際のプレゼントとして配布。
もらった人がレッドアロー号に乗り秩父に行きたいと思えるようなグッズとなった。

Genre

食品

Achievement category

キッチングッズ

店頭での試食販売に代わり 商品購買意欲を高めるレシピ付きカトラリー

敷島製パン株式会社

概要・ご要望

新型コロナウイルスの影響でスーパーマーケットを始め店頭での試食販売を中止せざるを得ない中、それに代わる消費者の商品購入意欲を高める施策として購入者へのノベルティプレゼントをご検討。

パンは朝に食べるイメージが強いため喫食機会を昼・夜にまで広げ、かつ繰り返し購入してもらえるようなノベルティとご要望をいただく。



こだわり

公式 HP やインスタグラムを念入りにチェックし、Pasco ファンの方が欲しくなるようなデザインを何度も修正を加えながら追求。

納品に向けて、輸送時の重みで OPP 袋が破れないよう、OPP 袋の厚みにまでこだわった。



提案ポイントと採用ポイント

コロナ禍による内食需要に合うノベルティとしてカトラリーを提案。パンの喫食機会を朝・昼・夜に増やしてもらえよう、台紙それぞれの時間帯に合うレシピを載せる案を提案したところご採用いただく。カトラリーは新潟県燕市で生産されるもの、かつ金色のカトラリーという珍しさが採用の決め手となった。

使用例・結果（効果）

スーパーマーケットをメインに展開。「パスコ・サポーターズ・クラブ」サイト上や SNS 上で、Pasco のパンとカトラリーを並べた写真を多くの購入者がアップしていた。金色のカトラリーについても「珍しい」「華奢なサイズが丁度いい」と好評いただく。

Genre

ライフライン

Achievement category

手帳・カレンダー

サービスを親しみやすく紹介する 壁掛けカレンダー

堀川産業株式会社

概要・ご要望

総合エネルギーサービスブランドの「エネクル」。個人宅向けに毎年配布している壁掛けカレンダーの提案依頼をいただく。



こだわり

エネクルのサービス内容の他にも、その月にあった料理のレシピを掲載することで、主婦の方に喜ばれるカレンダーを製作。

提案ポイントと採用ポイント

女性(特に主婦層)目線を重視し、イラストを使用してエネクルのサービス内容をわかりやすくプロモーション。
フォントにもユニバーサルフォントを使用し、視認性の向上にも繋げた提案を評価されご採用いただく。

使用例・結果(効果)

長年、短冊形の長いカレンダーを作っていたが、提示されたサイズを変えずに二つ折りの仕様に変更し、より配布しやすくしたことを高く評価いただく。

Genre

アパレル

Achievement category

手帳・カレンダー

「今年も欲しい!」で固定ファンを作る オリジナルダイアリー

クロスプラス株式会社

概要・ご要望

A/C DESIGN BY
ALPHA CUBIC

40代~50代の働く女性をターゲットにしたアパレルブランド。
クリスマスシーズンに購入者特典としてノベルティを配布する
キャンペーンをご検討。



カラーパターン



こだわり

ダイアリーは1年間使用してもらえる商品。
そのため消費者の好みに合わせて選べるよう
表紙カラーのバリエーションを複数色
展開することを重視している。

提案ポイントと採用ポイント

タナベ経営の開発商品の1つであるEvolダイアリーはシンプルなデザインやメモの多さから実用性が高く、女性にも使いやすい点が特徴。表紙をオリジナルで作成するため、ブランドならではの表現、演出が可能。ダイアリー自体にファンになってもらうことで毎年決まったタイミングでの固定ファンの獲得に繋がると提案したところご採用いただく。

使用例・結果（効果）

2017年にEvolダイアリーをご採用いただいて以来クリスマスシーズンのキャンペーン時期にはノベルティであるダイアリーを楽しみにしてくれるファンを獲得することが出来た。

Genre

メーカー

Achievement category

雑貨

一目で「KINCHO」と分かる こだわりデザインの木製耳かき

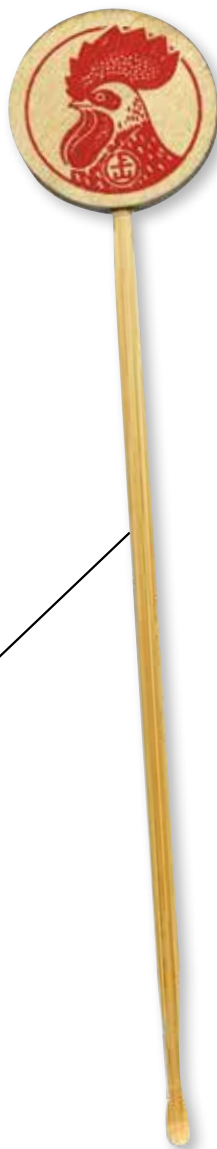
大日本除虫菊株式会社

概要・ご要望

季節ごとにKINCHO商品の卸売先店舗にて店頭販売会を開催している。そこで商品を手に取ってもらえるよう購入者へ配布するノベルティの提案依頼をいただく。

こだわり

製品パッケージ、シンボルマークの金鳥など特徴的なモチーフを取り入れて、KINCHO商品のノベルティであることが一目でわかるデザイン作りに重点をおいた。また、木材に直接印刷を行うことで和を意識したナチュラルな雰囲気を表現。



提案ポイントと採用ポイント

まず第一に「見た目のインパクト」を重視した商品を企画提案。KINCHO商品は一目で分かるほど認知度も高く長年愛されている。そのためデザイン性が高く、かつ他社からの提案と差別化できるようちょっとニッチな商品を提案。デザイン含め面白さを評価頂きご採用いただく。

使用例・結果（効果）

店頭販売員と消費者のコミュニケーションツールとしてインパクトがあり、ノベルティの写真と共に販売員とのやりとりを投稿している購入者のSNSが多数投稿される。以降、あぶらとり紙やミニBOXティッシュのご採用もいただく。

Genre

メーカー

Achievement category

ステーションナリー

使用シーンを想定し、最適な素材で 製作したスライダーケース

株式会社鞆工房山本

概要・ご要望

奈良県にあるランドセル専門の工房。先代から続く一貫製造体制を守り、1過程ごとに丁寧に製法するこだわりを持つ。ランドセルを購入した際に同梱する、連絡袋として、スライダーケースの製作依頼をいただく。

こだわり

使用シーンを考え、熱にも強く、また長時間鞆に入れていても圧着しにくい素材を採用。デザインも子どもが使いやすいようポップなテイストで男女ともに飽きがこないよう工夫した。



ケースの裏面

提案ポイントと採用ポイント

元々製作していたケースのサイズが大きい、という声が上がりがご相談いただく。リサイズの提案と同時に、倉庫保管した際に気温変化による劣化が発生するという声もあったため、耐久性のあるPVC生地に変更し解決することが出来た。

使用例・結果（効果）

商品の耐久性が上がったことでクライアントからも評価を頂き継続してご採用いただいている。

Genre

小 売

Achievement category

雑 貨

母の日に似顔絵を描いた子どもたちへの ノベルティ「ララピーのラバーコースター」

株式会社ライフコーポレーション

概 要

関西・関東を中心に展開している大手スーパーマーケット「ライフコーポレーション」。企業キャラクター「ララピー」はインスタライブやLINEスタンプ・絵文字など、幅広く活躍している。毎年母の日に似顔絵を描いて来店するイベントにて子どもたちに配るノベルティの提案依頼をいただく。

こだわり

ボールチェーンを付けることで、キーホルダーとしてバッグに付けて持ち運ぶこともできる。



2021 年



2019 年



2020 年

提案ポイントと採用ポイント

「ララピー」の愛らしさを最大限に引き出せるよう、デザイン性が高い商品を中心に提案。キャラクターダイカットのラバーコースターは可愛らしさだけでなく両親にも使ってもらえる実用的な点も評価いただきご採用いただく。

使用例・結果（効果）

キャラクターファンにも好評価をいただき3年以上連続でご採用いただく。

Genre

食品

Achievement category

キッチングッズ

ブランドの世界観を重視したノベルティをファンに届ける

株式会社オールハーツ・カンパニー

概要・ご要望

2019年発売以降、瞬く間に国産小麦を使用した高級食パンの人気ブランドとなった「ねこねこ食パン」。

毎月22日を「にゃーにゃーの日」とし、これまでも様々な企画をファンへ届けてきた。12月22日の「にゃーにゃーの日」を盛り上げる福袋企画に同梱するノベルティの提案依頼をいただく。



ランチトートバッグ



カッティングボード

こだわり

ブランド世界観を崩さないよう、素材にこだわった商品提案を心掛けている。試作サンプルも色味パターンを複数製作し、より世界観に合うよう丁寧に確認、生産を行った。

提案ポイントと採用ポイント

カッティングボードに「パンを切るメモリを入れたら切りやすいのでは?」と消費者の視点に立ったアイデアを取り入れたデザインを提案。実用的なアイデアとして評価頂きご採用いただく。

使用例・結果（効果）

ねこねこ食パン1斤、ランチトートバッグ、カッティングボードの3点セットで店頭販売を行った。SNSでの事前告知時にはファンからも「かわいい!」「絶対買う!」など多数のコメントや「いいね」をいただき好評だった。

Genre

メーカー

Achievement category

ステーショナリー

歯科医院で働く女性へ、 “使ってもらう”ためのステーションリーノベルティ

株式会社ジーシー

概要・ご要望

歯科医院を通して患者向けに歯ブラシやペーストなどオーラルケア製品を展開しているルシェロシリーズ。15周年を記念してキャンペーンを実施、購入する商品によって配布するノベルティが3種展開される企画。歯科医院内で使用することを想定した商品の提案依頼をいただく。



こだわり

衛生面を考慮し何度でも安心して使えるように抗菌加工を行った。



メモ裏面



セット包装袋 + 封シール



セットイメージ

こだわり

歯ブラシをまとめて購入した際にセットしてプレゼントする包装袋をノベルティに。



ボールペン + ブロックメモ

こだわり

表はフリーメモ、裏は次回予約の詳細を記入できるデザインに。

提案ポイントと採用ポイント

歯科医院の従業者は女性比率が高いことから女性に喜ばれるようデザインが映える商品を提案。

また、院内での使用を想定した商品と、女性が好むデザインテイストを評価いただきご採用。

使用例・結果（効果）

商品、デザインともに喜んでいただき、全国の歯科医院内でも実際に使用いただいている、と好評。

Genre

メーカー

Achievement category

手帳・カレンダー

歯科医院の受付を飾る 両面ブロック月卓上カレンダー

株式会社ジーシー

概要・ご要望

ルシェロシリーズの販促キャンペーンとして毎年10月に卓上カレンダーを配布している。
2021年に創業100周年を迎えるため、デザインや仕様のリニューアルをご検討されていた。

こだわり

歯科医院の受付に置くことを想定し場所を取らないスリムな縦型に設計。



提案ポイントと採用ポイント

両面がブロック月デザインであることが条件のため、医院の受付に置くことを想定し、表は患者に向けて華やかなイラストを、裏は従業員がパッと見やすいようシンプルさを意識したデザインを提案。使用シーンを考慮したこと、かつ女性が好むテイストのデザインが評価され採用いただく。

使用例・結果（効果）

デザインやスリムなサイズ感なども含め配布した歯科医院の従業員らに高く評価頂き、翌年もデザインを変えてご採用いただく。

Genre

教育

Achievement category

ステーショナリー

「欲しい!」で入塾希望者を増やす ペンケース&ペンセット

株式会社早稲田アカデミー

概要・ご要望

毎年春に入塾キャンペーンを実施し、プレミアムグッズを新規入塾者に配布している。生徒は小学生～高校生までと幅広いため、どの層も分け隔てなく「欲しい!」と思える商品をご検討されていた。



ペンケース

こだわり

生徒が塾だけでなく学校など様々な場面で使えるよう、耐久性を重視した生地を採用。

ペンセット

提案ポイントと採用ポイント

男女どちらも親しみやすいよう、早稲田ブルーとイエローを基調とした幾何学模様のデザインを起用。メインカラーも好みに合わせられるよう白とブルーで2種展開した。シンプルかつ普段使いできるカジュアルなデザインと評価頂きご採用。

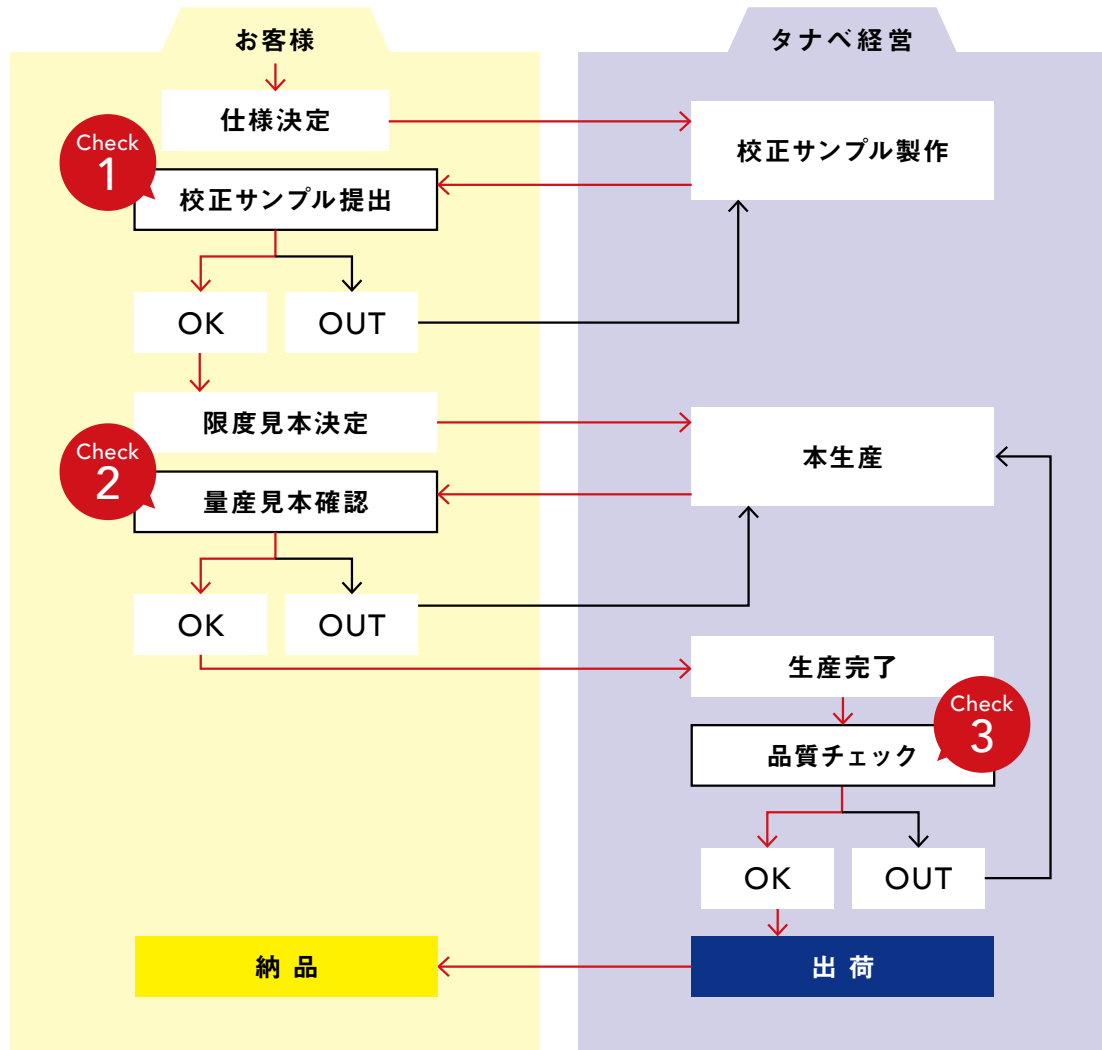
使用例・結果（効果）

配布した生徒が実際に塾での授業時に使ってもらえていると評価いただく。

品質管理

製品不良「0」を目指す生産管理体制

海外別注品・生産管理フロー



経験豊富な弊社社員が成型品・縫製品・電池品・木工品・アクリル品・金属品・革製品・印刷物

など多岐にわたる現地工場で、生産管理・検品立会い等を行い、品質を保ちます。

弊社社員、もしくは提携している品質管理代行社員が直接現地工場で確認・指示し、営業社員とダイレクトに連絡を取り合うことができるため、細やかなハンドリングが可能です。

縫製工場



検品指示書

検査部分	項目	検査基準	検査方法
本体	生地色・艶合い	校正サンプル通り	目視比較
	縫いどき・縫い方	検査書	目視検査
	縫いのズレ・穴あき	検査書	目視検査
	はしりのサイズ	校正サンプル通り	実測検査
	縫製色相	校正サンプル通り	目視比較
	縫製縫行	縫製公差	目視検査
	縫製縫い切り	検査書	目視検査
	縫製縫い処理	校正サンプル通り	目視検査
	縫製縫い、裂け	検査書	目視検査
	フック・ボタン・縫製不良	検査書	実測検査
縫製	縫製	縫製公差	縫製公差管理

仕様確認



検品注意点





株式会社タナベコンサルティング

TANABE CONSULTING CO.,LTD.

ブランド&PRコンサルティング事業部

● 東京本部

〒100-0005東京都千代田区丸の内1-8-2鉄鋼ビルディング9F
TEL:03-6758-0080 / FAX:03-6758-0084

● 大阪本部

〒532-0003大阪市淀川区宮原3-3-41
TEL:06-7177-4004 / FAX:06-7177-4024

<https://www.tanabeconsulting.co.jp/>