

Projects

— 2019



Logodesign

詩は絵のように、絵は詩のように

— 2019



〈言葉〉にすぐれたデザインをあたえ、受け手にひびく詩情を込めます



《STRAMD》 Strategic Management Design

デザイン思考の最先端実践ワークショップのデザインスクール

募集要項

感動を生む戦略経営デザイン 新展開へ
理念・事業・象徴商品・ブランド戦略・ICT時代の企業文化づくり

独自の地歩を築き、新しい時代に応える次世代型「実力派」を育成

講師構成
● 初級1年（週1日制）
● 中級2年（週1日 19:00-21:30）
● 上級3年（週1日 19:00-21:30）
● 土曜公開講座（月1回開催）
● オンライン講座・企業研修
● 特別企画「経営者セミナー」の開催（STRACOM主催）

応募要件
【原則として経験者として以上の社会人を募集いたします】
● 現代が求めるような多岐にわたる能力を有する方
● 経営とデザイン、ICTの融合局面に興味をお持ちの方
● 企業での実務経験が豊富で、かつデザイン、チームリーダー主体で職務に専念しやすい分野の職種に就いている方

募集定員 30名

受講料 総額80万円（入学金を含む）

申込方法 書籍「感動を生む戦略経営デザイン」を拝読の上、お申し込みください

申込期間 入学期：2015年12月1日～
応募期：2015年12月1日～
開校：STRAMDホームページにてご案内いたします。
（随時受付開始）

選考 半日1回、東京千代田区日野町4-6
都立大ハイツ千代田2F
デザイン・経営・ICTの融合局面をテーマとしたディスカッション形式の選考を行います

合格発表 選考結果のメールお申し込み後、2週間程度経過いたします。

休校措置 天候等による休校・延期は、個別にお知らせいたします。

Access

〒100-0005 東京都千代田区日野町4-6
都立大ハイツ千代田2F
TEL: 03-6424-2626
http://stramd.asia

STRAMD Strategic Management Design

〒100-0005 東京都千代田区日野町4-6
都立大ハイツ千代田2F
TEL: 03-6424-2626
http://stramd.asia

2016年4月
デザイン思考の最先端実践ワークショップ
第7期開講予定

Q&A

「STRAMD」は、他のビジネススクールと何が違うのでしょうか？
STRAMDは、従来のビジネススクールとは異なり、デザイン思考を軸とした経営教育を提供しています。デザイン思考は、創造性を引き出し、課題解決のための新しい視点を生み出すための強力なツールです。STRAMDでは、このデザイン思考を、経営戦略、組織設計、商品開発、マーケティングなど、経営のあらゆる分野に応用し、実践的なスキルを身につけていただきます。

「STRAMD」は、どのような企業に必要なのでしょうか？
現代の企業は、競争が激化し、変化のスピードが速くなっています。このような状況下では、従来の経営手法だけでは対応できず、新しい視点と創造性を必要としています。STRAMDでは、このような企業に対して、デザイン思考を軸とした経営教育を提供し、競争力を向上させるためのサポートを行います。

「STRAMD」は、どのような人材を育成するのでしょうか？
STRAMDでは、デザイン思考を軸とした経営教育を通じて、以下のような人材を育成します。
● 創造性を発揮し、課題解決のための新しい視点を生み出すことができる人材
● 経営戦略、組織設計、商品開発、マーケティングなど、経営のあらゆる分野に精通した実践的なスキルを身につけた人材
● チームワークを重視し、協力を促すことができる人材

《STRAMD》 Strategic Management Design

右脳 左脳 活用術

戦略経営デザイン人材育成講座

デザイン思考経営力を身につける

「STRAMD」は類例のない「ニュー・ビジネススクール」
「ニュー」は何か、人間は、インターネットや人工知能(AI)等、まさにグリーンバク以来の情報革命に選んでいます。最近ではIT・コミュニケーションが加わり、ICT時代に突入、その活用如何が問われる時代の到来です。STRAMDは、企業を牽引する「戦略経営デザイン」の教育プログラム、「デザイン思考+経営戦略+ICT」の融合を掲げ、「右脳」「左脳」を同時に活かして組織的に新しい価値を創り上げる、変革の時代に対応型の人材育成をめざします。

市場経済第一主義崩壊のリーマンショックの過渡から、昨今の企業経営は「生産機能・経済機能・文化機能」を求め動き始めています。広い意味での企業価値に「生活・社会」の中での存在意義「Ethical Value」がコミュニティ（構築して重視される）の存在意義です。そこでこの「デザイン思考」が「経済・文化・社会」の3つの次元で、企業価値を向上させるための重要な役割を果たすことが期待されています。

分野の人材育成で大きな実績を上げてきたデジタル・ワールド大学院と連携し、これからの「多様な価値創造」の価値創造に資する人材を創出していきたいと考えています。

デザイン思考とICTを基本として、ノウハウ・能力を組織的に活かせる実力派先導人材の育成がプログラムの柱とする教育者を目指すのが「STRAMD」です。

「デザイナー」が創出する「知的美的経営」の時代
デザインは、今日の競争優位の価値を創る「社会インフラ（基盤）」の構築に不可欠な要素です。デザイン思考を活かしたソリューションは、時代の進化と共に重要度を増し、従来の専任主義型デザイナーだけでは対応できない、複合的なスキルと柔軟な思考力を持つ人材の育成が求められています。

「デザイン思考」の活用術
「デザイン思考」は、創造性を引き出し、課題解決のための新しい視点を生み出すための強力なツールです。STRAMDでは、このデザイン思考を、経営戦略、組織設計、商品開発、マーケティングなど、経営のあらゆる分野に応用し、実践的なスキルを身につけていただきます。

「知的美的経営」
「知的美的経営」は、デザイン思考を軸とした経営教育を通じて、以下のような経営を実現します。
● 創造性を発揮し、課題解決のための新しい視点を生み出すことができる経営
● 経営戦略、組織設計、商品開発、マーケティングなど、経営のあらゆる分野に精通した実践的なスキルを身につけた経営
● チームワークを重視し、協力を促すことができる経営

《STRAMD》 Strategic Management Design

企業経営をデザイン思考する

Design Thinking, Methodology & ICT

社会は変革を遂げる価値創造の時代に入り、従来の専門領域を越え、相互に融合・発想を促しながらソリューションを目指す。これこそが「経営戦略とデザイン思考とICTの創造的融合」です。

「デザインと経営、ICTを創造的に結びつけ、これからの時代を創る真の人材を育成します」

基幹講師

中西元男 NAKAMISHI Gen'o PACISグループ （東京大学・慶応義塾大学） 都立大ハイツ千代田 講師 上原 株式会社取締役	内田 繁 UCHIDA Shigen 内田デザイン研究所 内田デザイン研究所 都立大ハイツ千代田 講師 上原 株式会社取締役	紺野 登 KONNO Noboru 慶応義塾大学 都立大ハイツ千代田 講師 上原 株式会社取締役	杉山 知之 SUGIYAMA Tomonori デジタル・ワールド大学院 都立大ハイツ千代田 講師 上原 株式会社取締役	金子 英之 KANNO Hideyuki ブローカー・アソシエーツ 都立大ハイツ千代田 講師 上原 株式会社取締役
---	---	--	--	---

「多様な講師陣」による講義

中西元男 内田 繁 紺野 登 杉山 知之 金子 英之 内田 繁 紺野 登 杉山 知之 金子 英之 内田 繁 紺野 登 杉山 知之 金子 英之

社会人のための「デザインと経営を学ぶ」ビジネススクールで、創設から現在まで協力している。
ロゴ開発からパンフ制作とともに総合的なアートディレクションは、主宰者である中西元男氏。

STRAMD: 戦略デザイン人材開発ビジネススクール
2009 -

明日を生ま出す力
MieMu | みえむ |

MieMu
| みえむ |

三重県総合博物館



いかに博物館らしさから離れるかが課題だった。魅力を発信できなければ来館者は足をはこばない。
子供達が直に触れるポスターなど特殊印刷を駆使した広報展開（写真下）。
→プロジェクト解説「Business introduction 見えないデザイン-1」をご参照ください



日本書道をユネスコへ
2020
“Sho”



2020
“Sho”
日本書道をユネスコへ

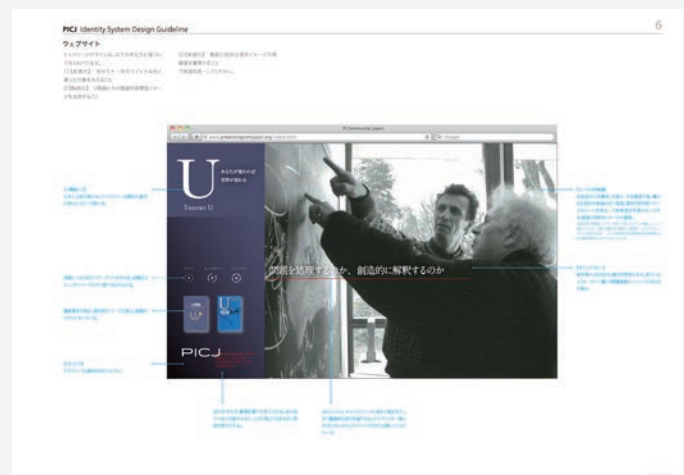


日本書道をユネスコへ
2020
“Sho”



PICJ PRESENSING INSTITUTE COMMUNITY JAPAN

コミュニケーション型のマニュアル



Co-Creation Creators

CCC



RGBとCMYKにおけるカラー検証



C:83
M:0
Y:21
K:0

panitone
3125

proposal color



C:100
M:0
Y:44
K:0

panitone
3272

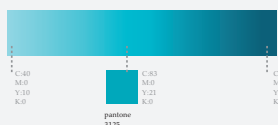
C:87
M:0
Y:38
K:0

panitone
326

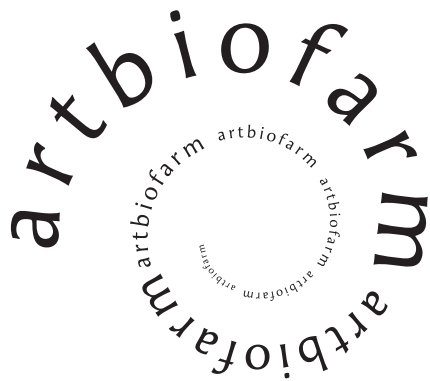
C:100
M:0
Y:31
K:7

panitone
320

C:100
M:0
Y:30
K:0



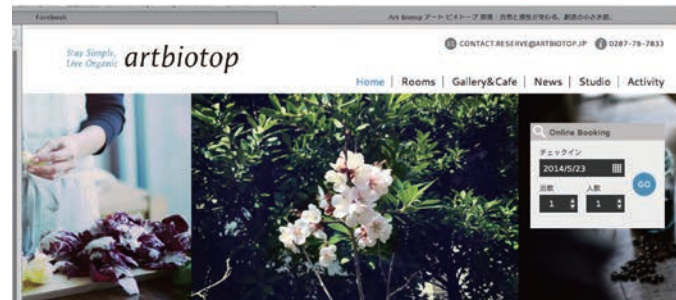
artbiofarm



artbiotop

Stay Simple, Live Organic

Stay Simple,
Live Organic **artbiotop**



めざせ 学芸員

めざせ 学芸員

めざせ 学芸員

早稲田大学文学部



大学は営利企業ではないため、そもそも市場という概念と相容れない。社会人講座は全く逆のアプローチが必要だった。大学内のベンチャー事業育成に草創期から携わっている。

→プロジェクト解説「Business introduction 見えないデザイン-2」をご参照ください

めざせ学芸員：早稲田大学文学部学芸員講座



FDC GLOBAL

© FDC Global



情報開発会社のための総合的なビジネス支援デザイン。
超多忙なアナリストのために、新機軸の情報分析ツールをいかに瞬時にわからせるかがポイントだった。
ワンポイント「眼」に絞ってデザインを提案。



Baby universe: 映像ソフト開発会社
2013 —



食品関連開発会社キャンペーンシンボル
2010 —



港区: 地域アートイベント
2012 —



文化ボランティア全国フォーラム

文部科学省: キャンペーンロゴ
2006 —



博物館連携プロジェクト
2012 —



富岡市復興プロジェクト
2012 —

Project design

見えないデザインから見えるデザインへ

— 2019



表現の前に、お客様の問いを分析します。「見えない課題」を抽出する事から始めます

見えないデザイン-1 ミュージアムの新しい形を求めて

CIE=コミュニティアイデンティティを生み出すしかけへ



デザインマニュアル例（三重県の許可を得て掲載。不許転載。）

そもそも依頼されたのは、オープン1年を切っ
てしまっていた。混沌とした事態の「整理作業」
であった。県ではシンボルや愛称を公募したもの
のいまいち腑に落ちない候補作であったようだ。
一方、布谷館長の采配で「みんなでつくるミュージ
アム」という新コンセプトで事前の啓蒙運動が
進んでいた。コンセプトの先進性に比べ、マー
クの造形がそれに伴っていなかった。まとまりに
は優れていたが、旧来の博物館イメージに引きず
られ「保守性」が見え隠れした。また、選ばれた
愛称はどう使っていきべきか判別しにくかった。
さらにこのミュージアムの価値をひとことと言え
ていなかった。デザインコンサルタントとしては、
全てを満足させることは不可能と考えた。まず、

シンボル+ロゴという考え方を捨てた。複数の当
選作の下位にあった、愛称案を再セレクトしてコ
ミュニケーションロゴとして昇格させた。この
MieMuは、「三重の夢」とも言い換えられて、県
民の希望を反映したものになった。なによりも数
文字で検索をかけられ、子供でも入力が可能だっ
た。三重県と連動するのでSEO対策が不要となっ
た。誰も「三重県総合博物館」とは入力はしない。
「MieMu」をルビ付ロゴとして覚えてもらう作戦
にでた。色を絞り、三重県の陽光を反映したビビ
ッドなオレンジに決めた。キャッチフレーズは「明
日を生み出す力」。100案以上から発案した。

ミュージアムらしからぬ英文ロゴ、ビビッドな
オレンジ、ミエソウをキャラクターに据えた設定



ポスター第1弾 プレオープン告知用



ポスター 検討案 小田隆画



ポスター第2弾 / 第3弾 交通広告用+ギフト用 小田隆画



ポスター第4弾 学校配布用 デザイン：伊従史子 イトウコウヘイ

は、旧来の博物館をイメージする人には反発も出たが、県下にはまたたくまに広がっていった。上記のポスターデザイン群は、戦略的展開例。地域ボランティアが自発的に貼り出してくれた。オレンジカラーは他の色とはあわせにくい、遠方からの視認性が抜群で、路上から見かけたタクシー運転手がよく記憶してくれた。

このような制作物は、ターゲット設定がポイント。行政的には「県民すべて」というのが建前なので、そこは意図的に避けた。統計的に県外からの流入人口が増えていることに着目、しかも若い層で増えている。そこで「大学院卒の夫婦」に焦点を当てた。教育熱心な親（特に母親）をターゲットに子どもたちが、自ら行きたいと思うようにア

イデアを展開していった。表現やデザインに知的な魅力を伝えること。そこが重要だった。

三重県は、伊勢、鈴鹿、四日市などがかかえながらも県ブランドより都市ブランドの方が優位にある。なによりも「三重」を県内外に響かせるにはミュージアムを介した文化戦略が有効である。事実、開館440日で、50万人を達成した。ミュージアムはそこに住む「コミュニティのもの」という伝え方が功を奏したと思う。

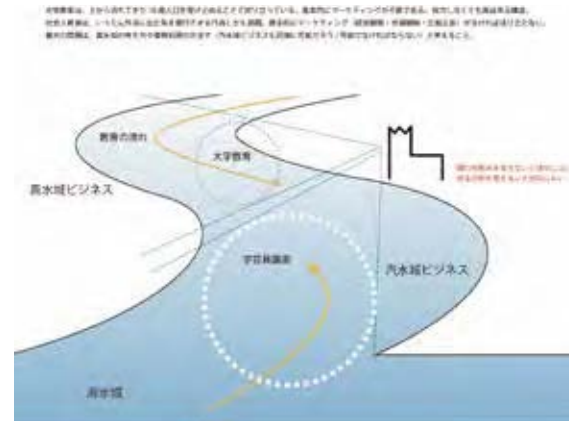
敷地周辺に、オレンジの花を植えることを提案した。共感してくれたボランティアが植えてくれている。毎年ここにオレンジの花が咲いてくれば、もうひとつの情報発信源になる。デザインの決め手は見えない部分にある。

見えないデザイン -2 ビジネスをデザインする：学内ベンチャーを成功へ

広報活動を営業活動へ。社会人を再び大学へ舞い戻らせる知恵の戦略。



デザイン戦略導入後の成果（制度改正前までの状況）
弊社作成データ



コンセプトチャート「汽水域ビジネス」

2003年の草創期より、この業務に携わっている。当初、社会人にも「学芸員資格が欲しいという人がある」というニーズを察知して、開講した。当初、成功を危ぶむ人は多かったが、予算も満足にないまま刷ったポスターだけで、社会人からの十数人の応募があった。入学者へのヒアリングに手応えを感じて（潜在市場はあると判断）、翌年は新聞広告、翌々年はウェブサイトと広告を連動させて成果を上げた。途中広告効果にかけりがたが、広告の方法論を変えることで上昇に転じた。

そもそも大学は、（コンセプトチャート参照）18歳人口が上から、間断なく入学してくれる状況があり、ブランド大学においては顧客獲得に腐心する必要がない。そのため市場を把握する、ラ

イバルと競う、自らが市場に働きかけるというノウハウや、「集客」「収益」「利益」という一般企業では常識的概念が薄い。

一方、社会人は、いったん卒業して社会に出しまうと（チャートでは外洋で表現）、学びの場へ戻ってくることは難しい状況にある。まして学芸員資格は単位数が多く、在学中に取得するか、通年で通わなければ資格取得が難しいという制度的な皮肉があった。

「ひと夏」で取得できるという事業コンセプトを掲げ、意欲ある事業リーダー、意欲ある事務局スタッフ、とまかくトライしてみようというわれわれ企画デザイン事業開発者の創業チームでスタートした。われわれは、学芸員制度と学びたい

早稲田大学文学部 学芸員資格課程 夏期集中講座
WASEDA SUMMER SESSION 2014

第1回〈特別講演会〉 **満員御礼**
参加の皆さまありがとうございました

司会進行：山田暁夫（早稲田大学 文学部教授 学芸員講師コーディネーター）

「ポストン美術館 華麗なるジャポニスム展」をつくる
速藤 望（世田谷美術館学芸部企画担当課長）

「世界の収蔵庫 正倉院宝物」
大橋一章（早稲田大学名誉教授）

日時 8月31日(日)
場所 早稲田大学文学部戸山キャンパス
38号館AV教室カフェテリア2階
13:30～16:40 [受付12:45より]

講演 望「ポストン美術館 華麗なるジャポニスム展」の企画と制作
大橋「日本の美術史」の視点から見た「正倉院」の宝物

学芸員視点から「社会とミュージアム」を考えてゆく講演会です

2014年度の受講生募集がはじまっています

めざせ学芸員

講演会チラシ・電子フライヤー

早稲田大学文学部 学芸員資格課程 夏期集中講座
WASEDA SUMMER SESSION 2015

第3回〈特別講演会〉 **開催告知**
申し込みはもう一歩先まで

司会進行：山田暁夫（早稲田大学 文学部教授 学芸員講師コーディネーター）

テーマ 「美術館からの挑戦」
展覧会と美術館
私美術漫步——ときめきの美—— 続編から

講演 樹田 倫広（東京国立近代美術館 研究員）
若林 寛（徳島県立美術館 館長）

日時 9月5日(土) 13:00～16:40
場所 早稲田大学文学部戸山キャンパス
38号館AV教室カフェテリア2階

学芸員視点から「社会と美術館・博物館」を考えてゆく講演会です

2015年度の受講生募集がはじまっています

めざせ学芸員

講演会チラシ・電子フライヤー

という意欲のある人との間のギャップをいかに埋めるかに全力を注いだ。この考え方の枠組みを「汽水地域ビジネス」と規定した。いったん外洋に出た社会人が大学に入り直そう（遊行）というのだから相当な負荷がかかる。まずはデザインクオリティを高く維持し、受講希望者のモチベーションを高めた。受講生からのヒアリングを深く行い、入学動機の解明に務めた。受講生のダイレクトな声をウェブや印刷物に載せていった。

学芸員資格を必要とする人は、予測をはるかに超えて多様だった。家が芸術家だったり、お寺だったり、文化財などを所持している人、こつこつ集めた美術品コレクションで自分の美術館を開きたい人、在学中資格取得が果たせず、学びたくて仕

早稲田大学文学部 学芸員資格課程 夏期集中講座
WASEDA SUMMER SESSION 2014-2015

第2回〈特別講演会〉 **開催告知**
申し込みはもう一歩先まで

司会進行：山田暁夫（早稲田大学 文学部教授 学芸員講師コーディネーター）

好評をいただいた特別講演会。今年度のテーマは「学芸員の仕事」「調査・研究」「現場」といった視点からの話を聞いてもらいたい。ぜひお申し込みください。

第1部 13:30～
「文化財の調査、そして研究」
内田 啓一（早稲田大学大学院教授）

第2部
「フレッシュ学芸員の日常と非日常」
久保 佐知恵（サンカラー美術館 学芸員）

「現代アートの裏側で」
田嶋 美保（森美術館 シニアコーディネーター）

日時 3月21日(土) 13:00～17:00
場所 早稲田大学文学部戸山キャンパス
38号館AV教室カフェテリア2階

学芸員視点から「社会と美術館・博物館」を考えてゆく講演会です

2014年度の受講生募集がはじまっています

めざせ学芸員

講演会チラシ・電子フライヤー

早稲田大学文学部 学芸員資格課程 夏期集中講座
WASEDA SUMMER SESSION 2014-2015

第2回〈特別講演会〉 **開催告知**
申し込みはもう一歩先まで

司会進行：山田暁夫（早稲田大学 文学部教授 学芸員講師コーディネーター）

好評をいただいた特別講演会。今年度のテーマは「学芸員の仕事」「調査・研究」「現場」といった視点からの話を聞いてもらいたい。ぜひお申し込みください。

第1部 13:30～
「文化財の調査、そして研究」
内田 啓一（早稲田大学大学院教授）

第2部
「フレッシュ学芸員の日常と非日常」
久保 佐知恵（サンカラー美術館 学芸員）

「現代アートの裏側で」
田嶋 美保（森美術館 シニアコーディネーター）

日時 3月21日(土) 13:00～17:00
場所 早稲田大学文学部戸山キャンパス
38号館AV教室カフェテリア2階

学芸員視点から「社会と美術館・博物館」を考えてゆく講演会です

2014年度の受講生募集がはじまっています

めざせ学芸員

フェイスブックトップページ

方がなかった人など、多くの人生模様が広がっていった。10年を超えて、修了生から、公立美術館の館長も輩出するなど、難関と言われていた職種でありながら、着々と成果を上げている。

弊社では現在、この講座の公式 Facebook の運営に携わっており、イベント企画と連動させながら、コミュニティの成長を目指して参加している。Facebook 上のデザイン戦略は、キーカラー（コンポズドブルー）を決め、徹底的にこの色を使うことにした。人は、色、形、文字（意味）の順に認識するので、極小のスペースで、瞬時の掲出に最も最適な方法として、色を基軸にした戦略を採用している。色でこの講座をすばやく認知させている。