

ドイツワイン再発見 まほろば社

書籍

ムック本:A4縦、122ページ、オフセット印刷

・コンセプト ・デザイン ・画像加工

日本でまだ知られていないドイツワインの新たな魅力を紹介する一冊。一流シェフが教えるワインに合う和食レシピ、ドイツで訪れたい魅力的なワイナリー、ドイツワインに関する知識など、ドイツワインを楽しむための情報が詰まっている。

美しい料理や風景の写真を魅力的に見せ、情報を分かりやすく伝えるため、ナチュラルでエレガント、かつスッキリしたデザインを心がけた。



展覧会デザイン

ポスター:A3

案内状:98 x 210 mm、オフセット印刷

展示パネル: 70 x 110 cm

・コンセプト ・デザイン ・画像加工

日本の墨の中でも最高級として書家に愛される鈴鹿墨。その伝統的な製法をはじめ、墨の種類の変異や書道以外の墨の用途などについてを紹介する展示のデザインを手がけた。

上品な黒を連想させるチャコールグレー、墨に書かれた金文字をイメージした渋めのブラウンの2色を基調に、書道のようなピンと張り詰めた緊張感を表わすべく、余白を活かしたレイアウトを心がけた。



展示パネル

70 x 110 cm

• コンセプト • デザイン • 画像加工



Suzuka 鈴鹿

Schon am Bahnhof der 200000 Einwohner Stadt wird man von einem Landmann begrüßt. Auf mehreren Tischen sind die Sieger der Formel-1-Rennen und ihre Handabdrücke verewigt, natürlich auch die von Sebastian Vettel.

Der Große Preis von Japan, der im Circuit oder auf japanisch Sakhir genannten Stadion hier seit 1974 ausgetragen wird, kennt alle Welt. Die Medien zeigen stets das Stadion mit dem Rennwagen, doch von der Stadt dehnen, dem Menschen, die dort leben, ihrer Kultur, erfährt man wenig.

Suzuka liegt in der Nähe von Nagoya auf einer Fläche von fast 200 Quadratkilometern. Ostlich der Stadt befindet sich die Ise-Bucht, westlich die Suzuka-Gebirge. Mit dem Auto erreicht man mühelos das UNESCO-Weltkulturerbe Gebiet von Kumano.



Dank der günstigen Verkehrslage ist die einstige Mätkindst Suzuka heute zwingend der Industriestandort der Präfixtur Ma. HONDA u.a. Autobauer werden ermunigt, sich dort niederzulassen. Die großen japanischen Konzerne kaufen hier Lokomotiven, Eisenbahn- und Straßenbahnwagen. Toyota um Maschinen machen 70% der Produkte aus, weshalb Suzuka den Beinamen „Autostadt“ bzw. „grüne Industriestadt“ trägt.

Fischerei und Landwirtschaft prägen den Alltag ebenso. Auf dem fruchtbaren Boden am Suzuka-Fluss wachsen sehr viel Reis, Gemüse, Blumen und Tee.

Seit 1000 Jahren wird in der Gegend der „Ise-Gärten“ angebaut. Als besonders hochwertig gilt der „Hirashime“, dessen Teestrauch vor der Ernte bedeckt werden.

Charakteristisch für Suzuka Carstenbau sind die Rhododendrenfelder.



Für Suzuka-Nichuanwa (1829 - 1901), einen Dichterfreund Mori Ogai, wurde 1950 eine Gedächtnisstätte neben dem einstigen Sibirskaus errichtet. Zum literarischen Dispersum um die Literaturkritiker „Mozonobu“ gehörte neben Ogai und Kida Rohan auch der in Suzuka geborene Literaturkritiker, Schriftsteller und Essayist Satō Ryūsaku (1888 - 1924). Für den der Abt Ito, Mutsuaki im seinem Bergpalast eines Gebirges errichten ließ. Östlich von Suzuka, im Tsuchiyama, lebend sich Gräber von Ogai's Vorfahren.



Tusche aus Suzuka

Der älteste erhaltene Tuschstein Japan aus dem Jahr 716 befindet sich im Ankan in Niara, der „kaiserlichen Schatzkammer“, für die man Ogai von 1919 bis zu seinem Tod 1922 als Generaldirektor der Kaiserlichen Museen zuständig war.

Die Kunst der Tuschherstellung kam mit dem Buddhismus aus China über Korea nach Japan. Bereits dort gehörte die Tusche neben Bambus, Papier und Pinsel zu den vier Kostbarkeiten eines Gelehrtenzimmers.

Mit noch zehn Manufakturen ist Niara das Zentrum der traditionellen Tuschherstellung in Japan. Die dort bekannteste Firma ist „Kobayashi“.

Es gibt nur noch wenige Manufakturen, die Tusche zum „Für Künstler per Hand herstellen“. Im kalten Japanunterricht der Schulen werden meist Plastik-tusche oder preiswerte Importe aus China verwendet. Im Computer- und Handyzeitalter ist der Bedarf rückläufig.



Wollgrasfasern werden mit Eisenpulver und Eisenpulver in einem Kessel kochend. Die Tusche der Manufaktur „Shinshō“ (Shinshō) wird erzeugt und tief. Nach dem Sieben wird sie in ein weiches Gefäß auf dem Feuer bringt sie Grundstein und Abwählungen in eine perfekte Harmonie.

Wie den meisten acht Manufakturen in Suzuka führt auch die Firma „Okamoto“ von Meister Kōji Nō die Tradition fort. 2019 wurde er mit dem Orden am Gelben Bande geehrt. Seine Geheimnisse hat er seinem Sohn Masahito weitergegeben. Immuten und schwingt sich das A und O der Tuschherstellung.



鈴鹿墨



Kobayashi Kōji



Alternative Verwendung von Tusche

Im Zuge eines ökologischen Umdenkens hat sich die Tusche längst anderen Lebensbereiche jenseits der Kunst anbereichert.



Im Lebensmittel

In der traditionellen chinesischen Medizin wurde Tusche früher mit anderen Ingredienzien vermengt als Arzneisubstanz verwendet um gegen entzündliche Beschwerden Wirkung zu erzielen. Heute findet in der Tradition von Suzuka Paragenteile Tusche Einsatz als Lebensmittelzusatz bis hin zu Meister Kōji's Eigenrezeptur eines Tusche-Cookies.



In der Aromatherapie

Der parfümierte Duftstoff, der dem Tuschtag von Suzuka umhergeführt wird, hat eine entspannende Wirkung und wird deshalb auch für Räucherkerzen und als Duftsteinen benutzt, wo er einen erdigen Duft von Harmonie (木) verströmt.

Im Möbelsbau

Der Anstrich von Möbelflächen mit flüssiger Tusche ist heutzutage eine ökologische Variante, um dem „Juckreizsyndrom“ in der Wohnungsluft vorzubeugen, denn Tusche adsorbiert gut und vermindert Schimmelpilzbildung in der schiefen Luftfeuchtigkeit. Anders als chemische Erzeugnisse ist Tusche harmlos und schadet weder dem Bauholz noch den Bewohnern.



Als Fächermittel

Die Suzuka-Tusche ist mit ihrem öligen Glanz ein beliebtes traditionelles japanischer Fächer, der ganz zum Fächer von Kleidung, Accessoires oder auch Lederaccessoires verwendet wird.

In der Kosmetik

Maskenbildner der Filmindustrie haben längst die Suzuka-Tusche für sich entdeckt. z.B. für die Tatuierung im 2016 Remakeprogramm.

In Samura-Filmen müssen oft dicke Augenbrauen imitiert werden. Suzuka-Tusche ermöglicht nicht in schwarzem sondern in braunem.

「鈴鹿墨ができるまで」展 ベルリン森鷗外記念館

展覧会デザイン

ポスター:A3

案内状:98 x 210 mm、オフセット印刷

・コンセプト ・デザイン ・画像加工



ポスター



案内状

展覧会デザイン

70 x 110 cm

• コンセプト • デザイン

明治維新150周年を記念して開催された「プロイセン帝国警察大尉フリードリヒ=ヴィルヘルム・ヘーンの日本での軌跡」展の展示デザインおよびポスター、案内状などのデザイン。

これまで日本でもドイツでもその存在が忘れられていたヘーンの生涯は、この展覧会で初めて紹介された。資料の大半が文献であるため、パネルの長い解説文を読む人の苦痛にならないよう、基調色（当時の警察官の制服の色をイメージしたダークグリーンと、日本を連想させるアクセントカラーとしての赤）にバリエーションをつけ、関連画像を効果的に用いて、内容を面白く読んでもらえる工夫をした。



ポスター



会報誌

A4縦、20ページ、オフセット印刷
ドイツ語

• デザイン • 画像編集

ベルリンの軽自動車関連事業者組合向けの会報誌の小規模リニューアルデザイン。既存のレイアウトから大きく外れず、ブランドカラーの青とオレンジを基調とすることが求められた。時代に合うスタイリッシュで読性の高いフォントを選び、書式スタイルを全て設定し直した。



ベルリンの旅行犬 Kunst und Poesie

アートブック

120 x 180 mm、60ページ、オフセット印刷

日本語・ドイツ語併記

・コンセプト ・写真 ・イラスト ・デザイン ・テキスト

黒一色で印刷。コントラストを効かせたモノクロ写真はベルリンの都市空間の中の、建設中の建物やかつての空港跡など、過去と未来の空間を捉える。どこでもない空間を自由に行き来するのは、空気穴の空いたスーツケースに入った目に見えない犬（「旅行犬」）。

写真、イラスト、文字をコラージュ風に自由に組み合わせ、イレギュラーなレイアウトにより紙面に空間性を持たせた、実験的なデザインの本。



案内状

210 x 98 mm、オフセット印刷

• コンセプト • デザイン



2019, 18 Uhr

Die Übersetzerinnen **Nora Bierich** und **Ursula Gräfe** stellen ihre Neuübersetzungen zweier Schlüsselwerke des brillanten und vielseitigen japanischen Autors Yukio Mishima vor: **Bekenntnisse einer Maske** (2018) und **Der Goldene Pavillon** (2019, beide Kein & Aber).

Auf dem Höhepunkt seiner Karriere als international bekannter Schriftsteller entschied Yukio Mishima sich am 25. November 1970 für den rituellen Freitod.

Er verehrte Mori Ōgai und war mit dessen Tochter Mari befreundet.

Beiden Übersetzerinnen wurde im Oktober 2019 während der Frankfurter Buchmesse der Noma-Übersetzerpreis verliehen.

<https://fu.hu-berlin.de/ogai>
<https://keinundaber.ch/de/literary-work/bekenntnisse-einer-maske/>
<https://keinundaber.ch/de/literary-work/der-goldene-pavillon/>



Mori-Ōgai-Gedenkstätte
Luisenstr. 39, 10117 Berlin

Eine Kooperation der
Mori-Ōgai-Gedenkstätte mit der
WELTLESEBÜHNE



Der Darsteller (Rakugoki) kniet im einfachen Bühnenkimono allein auf einem Kissen. Das ist seine Bühne. Er benutzt lediglich zwei Requisiten: einen Fächer und ein Taschentuch (tenugui).

Allein durch seinen Gesichtsausdruck, seine Körperhaltung und Stimme verwandelt er sich im Handumdrehen von einem vorlauten Kind in einen dümmen Provokateur, von einer schlauen Produktlerin in einem rätselhaften Handwerker oder in eine gestrenge Ehefrau. Wie die italienische Commedia dell'Arte hat das Rakugo eine Palette an Charakteren, die in den vielen Hundert Geschichten immer wieder auftauchen. Wie diese Charaktere interpretiert werden, hängt jedoch vom jeweiligen Darsteller ab. Je nach Publikum, Jahreszeit, Stimmung und Atmosphäre im Theater – wählt er eine der Geschichten aus seinem Repertoire und improvisiert passend zur aktuellen Situation. So wird dem Publikum – ähnlich wie beim Jazz – nicht langweilig, selbst wenn das Publikum das Stück bereits kennt.

Ursprünglich ist diese bis auf Äußerste reduzierte, aber umso intensivere traditionelle Erzählkunst eine Männerdomäne. Heute gibt es auch weibliche Rakugoki.

In der Kulisse des historischen Rundhofs von Berlins ältestem Hochschulgebäude erleben Sie **Tatekawa Koharu** und **Ryūtei Ichidō** mit den Geschichten „Funatoku“ (Toku, der Fährmann) und „Tanuki no sotsu“ (Der Marderhund-Geldschein), mit Übersetzung auf Deutsch.

Auf dem Weg zu einem Gastspiel in Wrocław, möchten die jungen Rakugo-Darsteller auch das deutsche Publikum zum Lachen bringen. Für den erfreulich-sportlichen Umweg über Berlin bitten wir am Ende um eine Spende.

Eine Kooperation der Mori-Ōgai-Gedenkstätte mit dem Haus am Ufer, Hainholz-Zentrum für Kulturtechnik (HZ) und mit „Rakugo without borders“ im Tieranatomischen Theater (TAT) – Zugang zum Campus über Luisenstraße 55/56, Bus T11, Charité (Campus Mitte)



中里和人写真展 ベルリン森鷗外記念館

ポスター, 案内状

ポスター: A3、オフセット印刷

案内状: 98 x 210 mm、オフセット印刷

・コンセプト ・デザイン

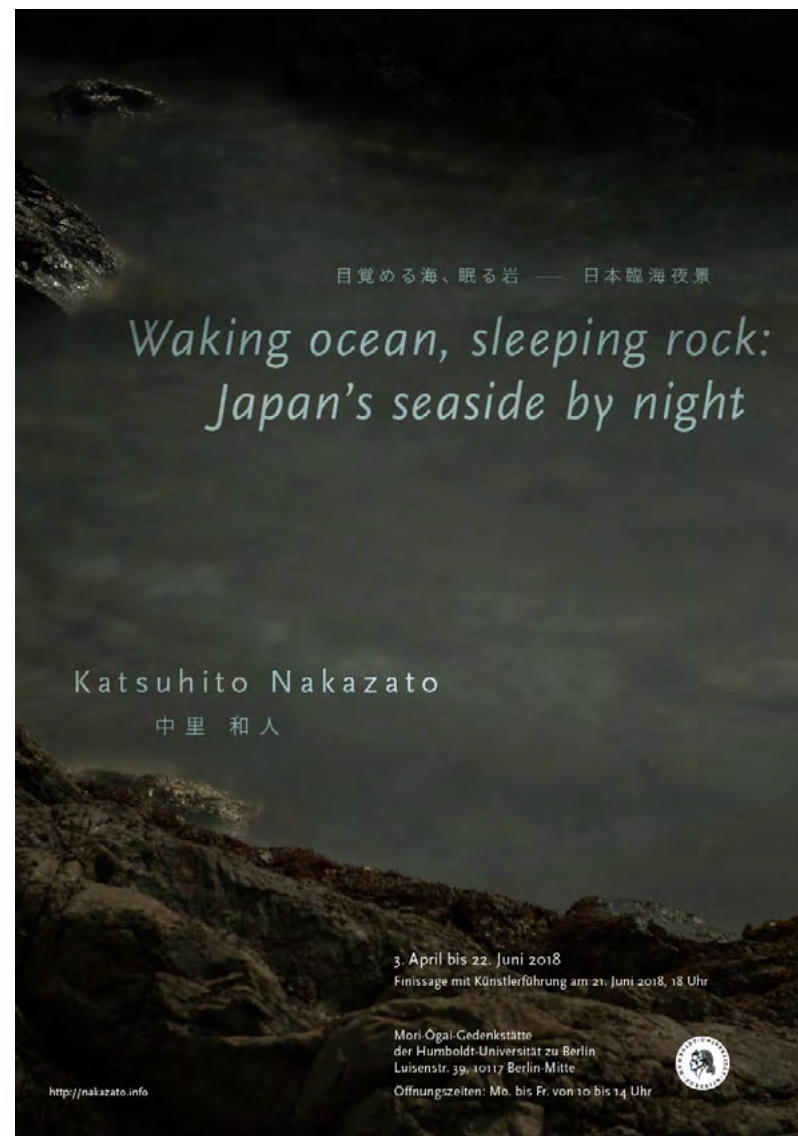
Katsuhito Nakazato 中里 和人

目覚める海、眠る岩 — 日本臨海夜景

Waking ocean, sleeping rock: Japan's seaside by night

3. April bis 22. Juni 2018

Finissage mit Künstlerführung am 21. Juni 2018, 18 Uhr



新年の挨拶 Magali Karee

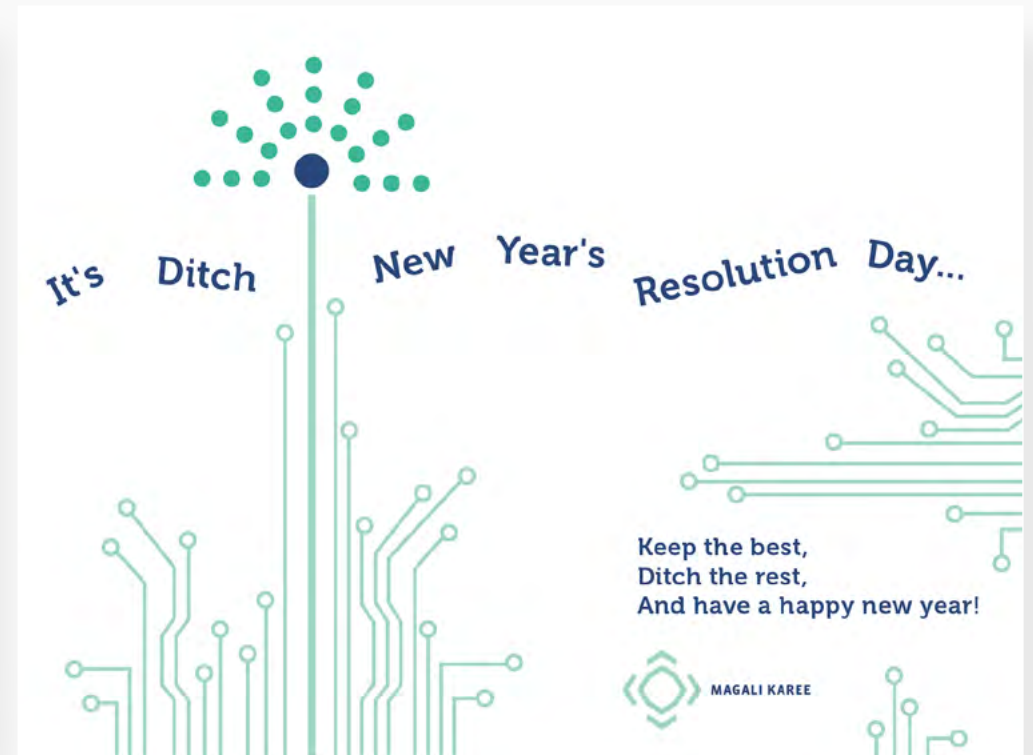
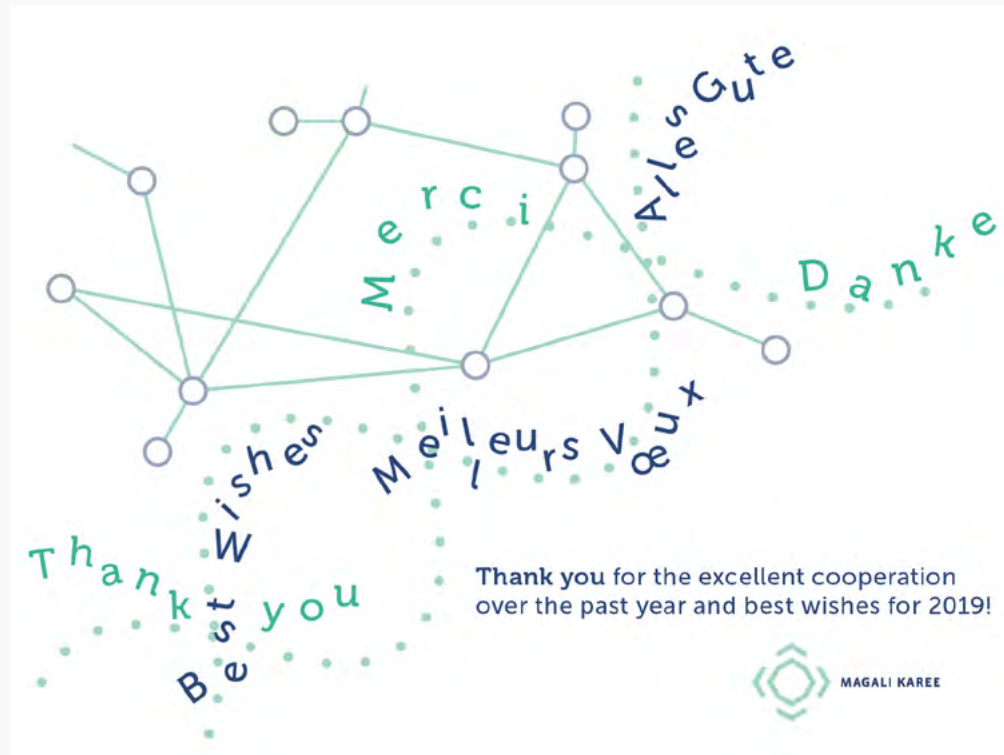
グリーティングカード

ベクター画像ファイル

・コンセプト ・デザイン

マーケティング・医療・技術分野を専門に、フランス語、ドイツ語、英語の三ヶ国語を扱う翻訳者のグリーティングカードのデザイン。

メディカル、IT、ビジネスの成長のイメージを用いるというクライアントの要望に基づいて、既存のロゴデザインにマッチするオリジナルイラストを作成。



案内状

210 x 98 mm、オフセット印刷

• コンセプト • デザイン



カタログ

カタログ: 140 x 120 mm、72ページ、オフセット印刷

DVD: シルクスクリーン、2色印刷(白/マゼンタ)

・コンセプト ・デザイン ・画像加工

ベルリン芸術大学メディアデザイン学科の同名のセミナーに参加した学生のプロジェクトを発表することを目的として、このDVD付きカタログが企画された。個性的で多彩なプロジェクトが集まり、セミナー全体の印象はカラフルなものとなった。カタログデザインにおいては、学生のプロジェクトごとに色を割り当て、カラフルさを全面に押し出した。最終ページ(裏表紙内側)を折り返して袋状にし、付属DVDを収納できるようにしている。



positions – directions 市立ギャラリー・エルベフォーラム

カタログ

210x180 mm、36ページ、オフセット印刷

ドイツ語・英語併記

・コンセプト ・デザイン ・画像加工

このカタログは同名の展覧会「positions – directions」用に制作された。このグループ展では、トルコ、ドイツ、日本といった異なる文化背景を持つアーティストのそれぞれのポジションをうかがうことができる。タイトルにある「ポジション」と「方向」という言葉をカタログのデザイン要素として取り入れている。



artgup ゴールドラッシュ・女流作家プロジェクト

マガジン

230x300 mm、16ページ、オフセット印刷、デュオトーン(中身: 蛍光オレンジ/青、表紙: 黄/黒)
日本語・ドイツ語併記

・コンセプト ・デザイン ・画像加工



ベルリンの女流アーティストの活動を助成するためのプログラム「ゴールドラッシュ」に参加した日本人アーティストによる、雑誌を模した実験的な印刷物。「雑誌」に掲載されるのはアーティスト自身の作品であり、「読者からの投稿」、「環境と美術」、「都市と美術」などのコーナーのタイプに合わせてレイアウトをしている。

紺色と蛍光オレンジのきわめて対照的な2色の組み合わせや、日本語とドイツ語を対比させたレイアウト、前後するページのレイアウトを流動的に混ぜ合わせるなど、視覚的な実験を試みている。

大阪 — アクアメトロポリス

旅行ガイドブック

・コンセプト ・デザイン ・画像加工



表紙

隣接する京都が海外からの観光客に人気があるのに対し、大阪の知名度は国外では残念ながらそれほど高くはない。この状況を打開すべく、アクアメトロポリス・大阪についての魅力を満載し、携帯に便利な折りたたみ式の地図を付属つけた旅行ガイドブックが企画された。

大阪港、淀川など、海と河川と密接に結びついた大阪の多彩な顔を、水をイメージしたターコイズブルーを基調色としてデザインのコンセプトを練った。

自主プロジェクト



付属の折りたたみ式地図

ヨハニスタール飛行場

リーフレット

A5縦、12ページ、デュオトーン(青/茶)

・コンセプト ・デザイン ・画像加工



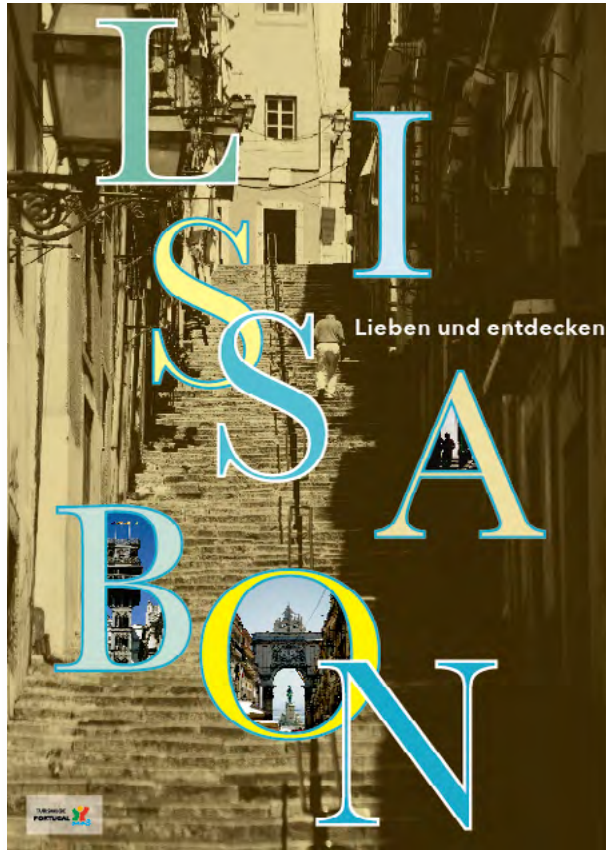
このリーフレットが伝えるのは、さほど知られていない、ベルリン南部に位置するヨハニスタール飛行場の意外な史実についてである。歴史的資料および現在の飛行場跡の写真を、青 (=空) と茶 (=大地、またはノスタルジー) の2色で表現した。リーフレットを広げた状態で裏面全面に、ヨハニスタール飛行場をはじめとするベルリンの空港の位置を示す地図を見ることができる。

自主プロジェクト

観光

ポスター

・デザイン ・画像加工



リサボン観光



ベルリンの城ガイド

キャバレー (ミュージカル) Bar jeder Vernunft

ポスター

• コンセプト • デザイン (コンペ不採用案)



写真: BY XAMAX



写真: Jan Würdiger

Miyake Research & Communication リサーチ、独日通訳・翻訳

ロゴ, 名刺

• コンサルタント • デザイン



MIYAKE
Research & Communication



MIYAKE
Research & Communication

Miyake Research & Communicationは、ドイツでのビジネス展開する日本企業に対し、ドイツビジネス支援、ドイツ市場調査、ドイツ語サポートの3つのサービスを提供。ブランド制作にあたって、クライアントの希望に基づき、技術系ビジネスに適したクリーンなイメージ、インシャルの「M」の文字、人と人のつながりを意味する「円」をデザインに取り入れた。



ロゴ

• コンサルタント • デザイン

検索エンジン最適化、オンライン広告、ソーシャルメディアやウェブサイトを駆使した総合的なオンラインマーケティングソリューションを提供するベルリンの会社のロゴ制作。名前の由来となった船舶のメンテナンスをする「ドック」の水のイメージと、常に鮮度が要求されるインターネットマーケティングのフレッシュさのイメージから、青を用いたモダンでクリーンなロゴをデザインした。



カフェ・セデルハナ マレーシア・シンガポール料理

ロゴ

・コンサルタント ・デザイン

SEDERHANA

SEDERHANA

カフェ・セデルハナ

「セデルハナ」とは、マレー語で「ほどほどに」「中庸に」といった意味である。カフェ・セデルハナはオープンするにあたって、植民地時代のマレーシアとシンガポールの様式を参考としている。茶褐色の木材を多用したカフェの重厚感あふれる内装を反映して、ロゴカラーにもダークブラウンを用いている。シンプルで丸みをおびたロゴの文字のラインは、店の「シンプル」かつ「オールドファッション」な個性の表れである。



カフェ・セデルハナ

SEDERHANA

月～土
14:00～21:00 (L.O. 20:30)

兵庫県神戸市須磨区前池町2-2-2 板宿マル井パン本店 2F北
お問い合わせ・ご予約: www.facebook.com/kopitiamsederhana/

ダリオ・サイト Java & SAPコンサルタント

名刺

• コンサルタント • デザイン

日本とドイツの両方で通用する名刺をとの要望に応え、片面を日本語で、もう片面を英語で、同一デザインを裏表で色違いにして制作した。技術エンジニアという職業イメージから、クリーンで洗練されたデザインを心がけた。シャープなラインとモノクローム系の色を基盤にしなが、ごくわずかなグラデーションをかけてさりげない柔らかさを出した。



山内 亜希 ホルン奏者

名刺

・コンサルタント ・デザイン

クラシックから現代音楽までをレパートリーに持ち、ベルリンを拠点に世界で活動する日本人ホルン奏者の名刺。日本の伝統とモダンさを、ホルンという楽器が持つ曲線と素材の金属色で表現した。金色のインクの代わりに、金を連想させるグラデーションを用い、簡素な美を求めた。



開店イベント用販促デザイン

・コンサルタント ・デザイン

「Japanese Designer Brand」のスローガンを掲げ、日本人デザイナーの監修する生活雑貨を製造販売する中国系企業MINISOのヨーロッパ2号店の開店イベント用販促デザインを担当。ベルリン中心部に位置するショッピングモール内にクリスマスシーズンにオープンしたため、企業カラーとクリスマスカラーに共通する赤を基調に、シンプルでやや幾何学的なデザインを心がけた。



MINISO 生活雑貨 製造小売業

開店イベント用バナー

・コンサルタント ・デザイン



デパート入り口の開店イベント用特別コーナー
右手のバナースタンドをデザイン

MINISOLife

Raumduft SAKURA 2,99 € Trinkflasche HAPPY 4,99 €

MINISO – eine Marke für Dich

Die im Jahr 2013 gegründete japanisch-chinesische Life-Style Marke führt unter dem Motto „Back to Nature“ eine Vielfalt an Produkten für alle Kunden die Wert auf gute Qualität zu einem fairen Preis legen. MINISO orientiert sich direkt an den Bedürfnissen des Kunden und versucht den Alltag eines Jeden mit Produkten aus 12 Kategorien zu bereichern.

Das japanische Design von Junya Miyake gibt unseren Produkten das gewisse „Extra“ und verkörpert Einfachheit im Einklang mit Ruhe und Kraft.

LOVE LIFE, LOVE MINISO.

LED-Tischleuchte 11,99 € Power Bank 10.000 mAh 12,99 €

MINISO Japanese Designer Brand

開店イベント用フライヤー

・コンサルタント ・デザイン

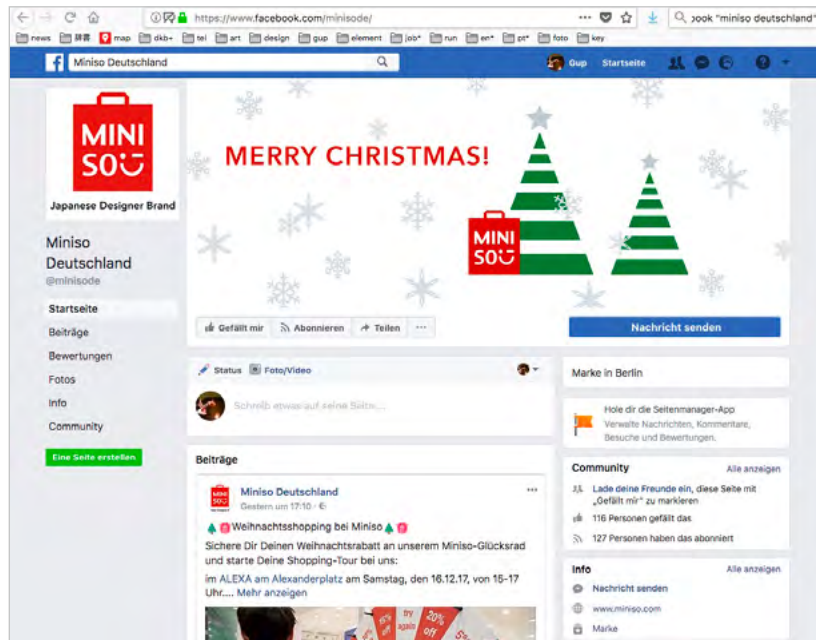


店のロケーションと開店イベントの告知。ページ右下のカップケーキのイラストは、カップケーキのクーポン券。このフライヤーを持参したお客さんにはカップケーキが配布された。

MINISO 生活雑貨 製造小売業

ソーシャルメディアデザイン

・コンサルタント ・デザイン



タイトル画像

開店に伴って新設されたFaceBookのページのデザイン。

ウェブサイト

日本語

• 設計 • デザイン • 制作 (WordPress)

横浜に新オープンした、アートスペースを併設するカフェのウェブサイトを作成。余白を活かしたシンプルなモノクローム基調のデザインの中に、カフェの内装のタイルの色をイメージした茶色やくすんだ青をアクセントとして用いた。



ウェブサイト

日本語

・コンセプト ・設計 ・インフォグラフィック ・デザイン ・制作 (WordPress)



Miyake R&Cの得意分野

自動車産業

ダイナミックに変化するドイツ自動車市場。継続的に市場動向をウォッチする。

ドイツの基幹産業といえば自動車。素晴らしい個性を持つブランドに憧れを持つ日本のファンも多いことでしょう。ドイツの自動車産業は現在大きな岐路を辿っています。自動運転技術、EV車台帳などで中国などの新市場での競争、時にこれまで異業種と考えられていた企業とも競争を強いられることになりました。急速な市場変化に対応するため、自動車メーカー、サプライヤー共に日々重要な決断を繰り返しています。中位は日本では紹介されない情報も。現地からいち早くこれらの業界情報を届けたい。Miyake R&Cのライフワークの一つです。

エネルギー産業

市場自由化と再生可能エネルギーの大量導入。ドイツの現状と日本の未来。

ドイツでは原子力撤退に続き、従来型発電（石炭・褐炭）発電からの撤退も現実味を帯びてきました。同時に再生可能エネルギーの大量導入に伴う、系統マネジメントが大きな課題となってきています。非中低化された発電・蓄電システムは業界の枠組みを超えてe-Mobility, Smart Home, Smart City構想などの異業種ビジネスにも直結してきています。自由化から10年たった今、エネルギー会社は大規模な選択と集中を繰り返し、自由化当時の事業形態から完全なる脱皮を果たそうとしています。ドイツの現状は日本の明日のエネルギーの姿を占う上でも重要です。Miyake R&Cは電力・ガス業界のお客様と共に、ドイツでの動向を追い続け、日本のエネルギー供給のあり方を考えています。



畑 洋子

大阪外国語大学（現大阪大学）ドイツ語学科を卒業後、1992年に渡独、ベルリン芸術大学でアート学科とデザイン学科にそれぞれ在籍。卒業後、グラフィックデザイン、翻訳・通訳などの分野に従事する。

ベルリン芸術大学メディアアート客員講師、在ベルリン大手翻訳会社でのプロジェクトマネージャーとして長年勤務した後、グラフィックデザイナーとして独立。

紙媒体の質感ゆえに印刷物デザインに魅了されながらも、常に新しい可能性を秘めるデジタル媒体のデザインにも意欲的に取り組む。

書籍など各種印刷物のデザインからロゴデザイン、ウェブサイトデザインまで、情報を伝達するためのデザインを企画から制作まで総合的に提案します。その際常に意識していることは、デザインに触れる人がデザインをどう体験するかということです。お客様が発信するメッセージが受け手にとって最適な体験となるよう、視覚効果、オリジナリティ、機能性を兼ね備えたデザインをコミュニケーションツールとして創っていきたいと考えています。

そのためにはお客さまとのコミュニケーションを大切に、最善の方法を共に実現することを目標としています。