

COMPANY INFORMATION

会社資料



ARUTEGA

Update 2025.01.31 / Version 1.0

01	私たちについて	02
02	サービス内容	13
03	実績紹介	25
04	ご契約までの流れ	54
05	制作の流れ	58
06	会社情報	68
07	お問い合わせ	71

01 私たちについて

私たちは人と組織の才能を引き出し、 その発揮を後押しするためのデザインパートナーです。

「この会社、なんか好きだな」

新しい取り組みを見てワクワクしたり、SNSの投稿を楽しみにしたり、
その会社の商品だからこそ選んでみたり。

そうやって企業の考え方や姿勢に共感する人が、ここ数年で急増しています。
特に環境への取り組みや社会貢献といった、企業の「在り方」そのものが
消費者にとって選択の理由として大きな要素となってきました。

そこで働く人々の思いや大切にしている価値観、描く未来。

そういったものに共感できるかどうか、今重要な要素になってきているのかもしれませんが。

ブランディングは、その企業の魅力を育んでいく活動です。

私たちはすべての企業の潜在力や、働く人一人ひとりに備わる美意識を信じています。

だからこそ安易に新たな魅力を作り出すのではなく、内側で光っているものを探り当てたい。

そしてそれをあの手この手で表現し、育む後押しをします。

アルテガの特徴

ブランディングとマーケティング 両方を大切にしています。

ブランディングとマーケティングは混同されがちですが、異なる役割を持っています。

ブランディングは、会社の「在り方」や「価値観」を定めること。

マーケティングは、それを実現し、届けるための手法です。

例えば、「環境に優しい暮らしを提案する」という

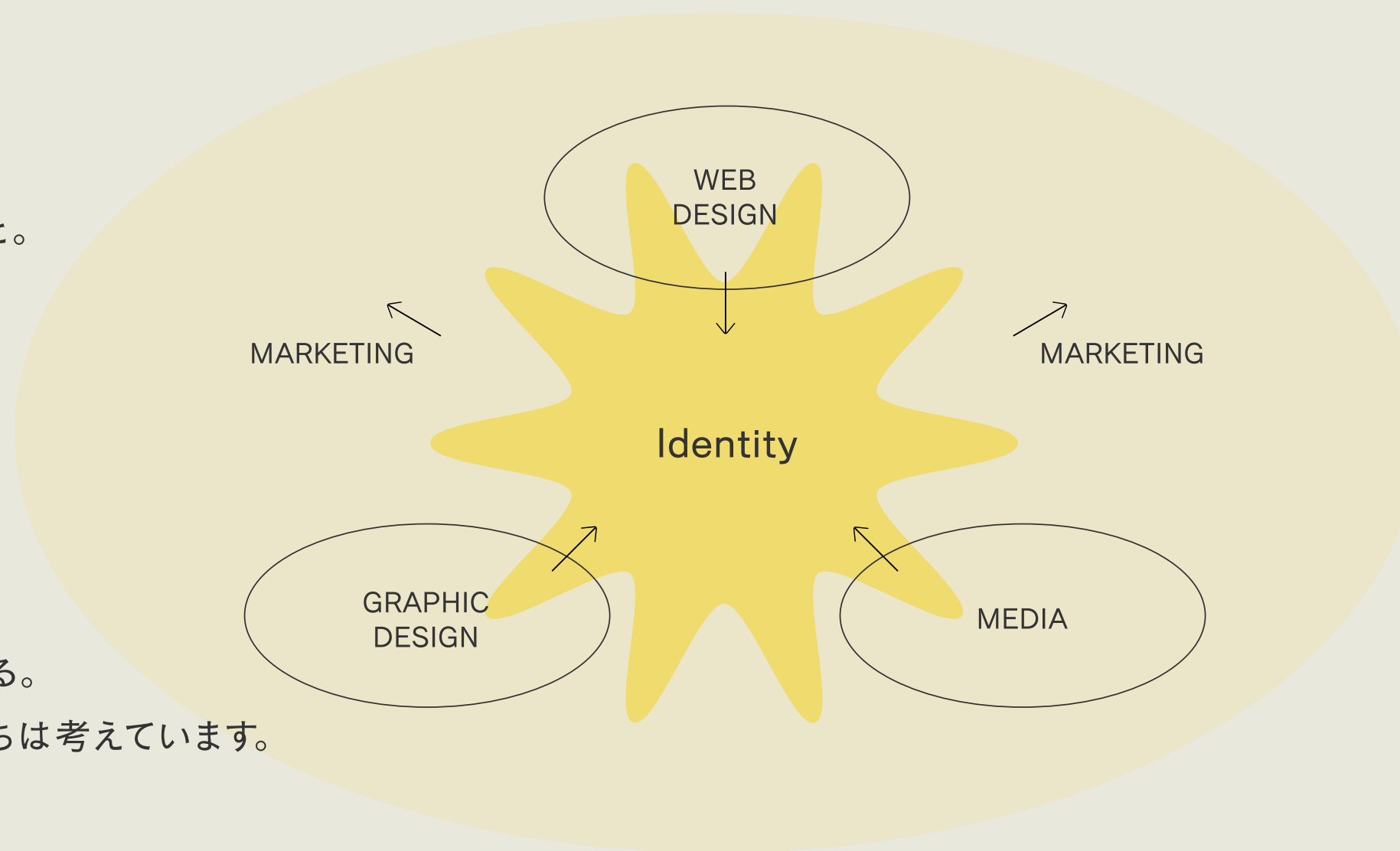
価値観を持つ会社があるとすると、

それを誰に、どう伝え、どのように商品やサービスを

展開するかを考えるのがマーケティングの役割です。

ブランディングが指針を示し、マーケティングがそれを支える。

この両輪がそろふことで、会社の価値が正しく伝わると私たちは考えています。



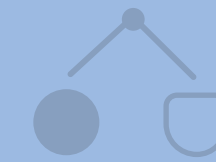
アルテガの強み

**美しさも、使いやすさも**

成果物に、最大限こだわります。
美しさと有用さの双方を兼ね備えたものが心に残るものとなるからです。

**一貫したデザイン制作**

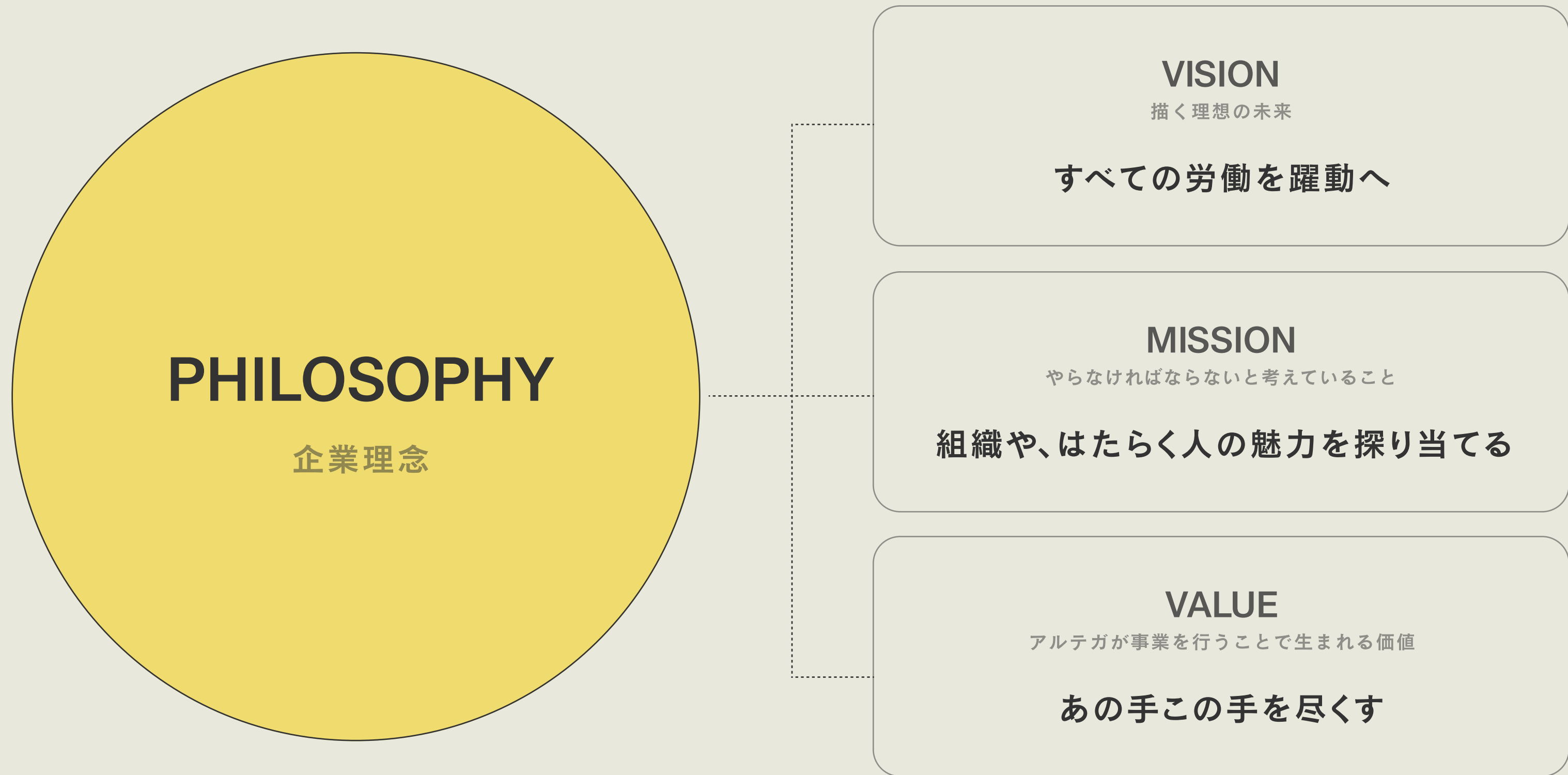
企業やブランドの「らしさ」を見出し、表現する。
Webサイト制作からグラフィックデザイン、広報戦略まで、あらゆる接点でブランドの一貫性を保ちます。

**粘り強いパートナーとして**

サービスやプロダクトへの愛を私たちにぶつけてください。
長くお付き合いいただくパートナーとして、その想いや課題を理解し粘り強く伴走します。



アルテガが描く理想の未来



すべての労働を 躍動へ

私たちは一人ひとりが「自分に正直な選択」ができれば、
より多くの人々が才能を発揮できると考えています。
そうした先に、「労働」が「躍動」に変わる社会があると思うのです。

でも、毎日忙しく仕事をする中で、
「自分が正直な状態にいる」のは簡単ではありません。
企業と働く人が出会う時、
「互いに正直になれていないこと」も少なくありません。

だからこそ、
じっくりと目の前の人に向き合って、
しっかりと組織に寄り添って
まじりっ気のない表現を後押しする。

私たちはデザインの力をそんな風に使いたいと思っています。

組織や、 はたらく人の 魅力を探り当てる

私たちはすべての企業が持つ力や、一人ひとりに備わる美意識を信じています。
だからこそ安易に新たな魅力を作ろうとするのではなく、今あるそれらを探り当てたい。

ときに、突飛で新しいものを作ることは簡単です。
難しいのは、眠っているものを見つけ、磨き、表現にしていくこと。
その先に、「らしさ」が活きる、
未来と今をつなぐ道があると信じています。
時間を忘れ、時に「やりすぎ」と言われるくらい対話を繰り返すのは、そのためです。

あの手この手を 尽くす

私たちの強みは事業の全体を俯瞰し、
社会との継ぎ目をデザインできること。

そのために、

外部要因の分析を重ねること。

内にある違和感に耳を傾けること。

手を動かして、目に見えるものにする事。

作ったものが、社会にどのように響くか考えておくこと。

そうしたことを惜しみません。

私たちがプロジェクトの中で大切にしている5つの原理

1. 正しく、気高く、機嫌良く

品行方正に社会人として模範になり、社会にどのように響くかを考えます、だとか当然。そのうえ今日も私たちはキゲンよく躍動しています。

3. 至高を目指す

配慮は必要だけど遠慮はいらない。その情熱をひた隠しにせず、まじりつけない表現を社会に放とう。

5. 劇的な一手より、着実な一手

裏技や必殺技、抜け道……、

課題を魔法のようにあざやかに解決する手段はありません。

新たな魅力を作ろうするのではなく、今あるそれらを探り当てます。

2. 巻き込まれること喜んで

顧客の事業に新入社員のように目を輝かせ、ベテラン社員のようにリードしたい。巻き込み巻き込まれることで、忖度のない関係を主体的に構築しよう。

4. 「そもそも」たぐって本質へ

「本質」を見極めたいので、「そもそも」が口癖です。

いくつもの要因が複雑に絡まりあうビジネス課題を解きほぐし、根本的な問題に向き合う。そのため「課題の要因」だと思われていた地点より、ずっと前の話からスタートすることがよくあります。

受賞歴

国内外問わず数々のWebデザインアワードを受賞しています。
その実績が認められCSS DESIGN AWARDでは現在も審査員を務めます。

2016

DESIGN ASIA AWARD - DESIGN OF THE DAY

CSS DESIGN AWARD - SPECIAL KUDOS

CSSREEL - WINNER OF THE DAY

CSS WINNER - STARS

2017

DESIGN ASIA AWARD - DESIGN OF THE DAY

CSS DESIGN AWARD

2018

CSS DESIGN AWARD - SPECIAL KUDOS

DESIGN ASIA AWARD - DESIGN OF THE DAY

CSS WINNER - STARS

2019

AWWWRDS HONORABLE MENTIONAWWWRDS

ASIA AWARD - DESIGN OF THE DAY

2020-

CSS DESIGN AWARD Member of Jury



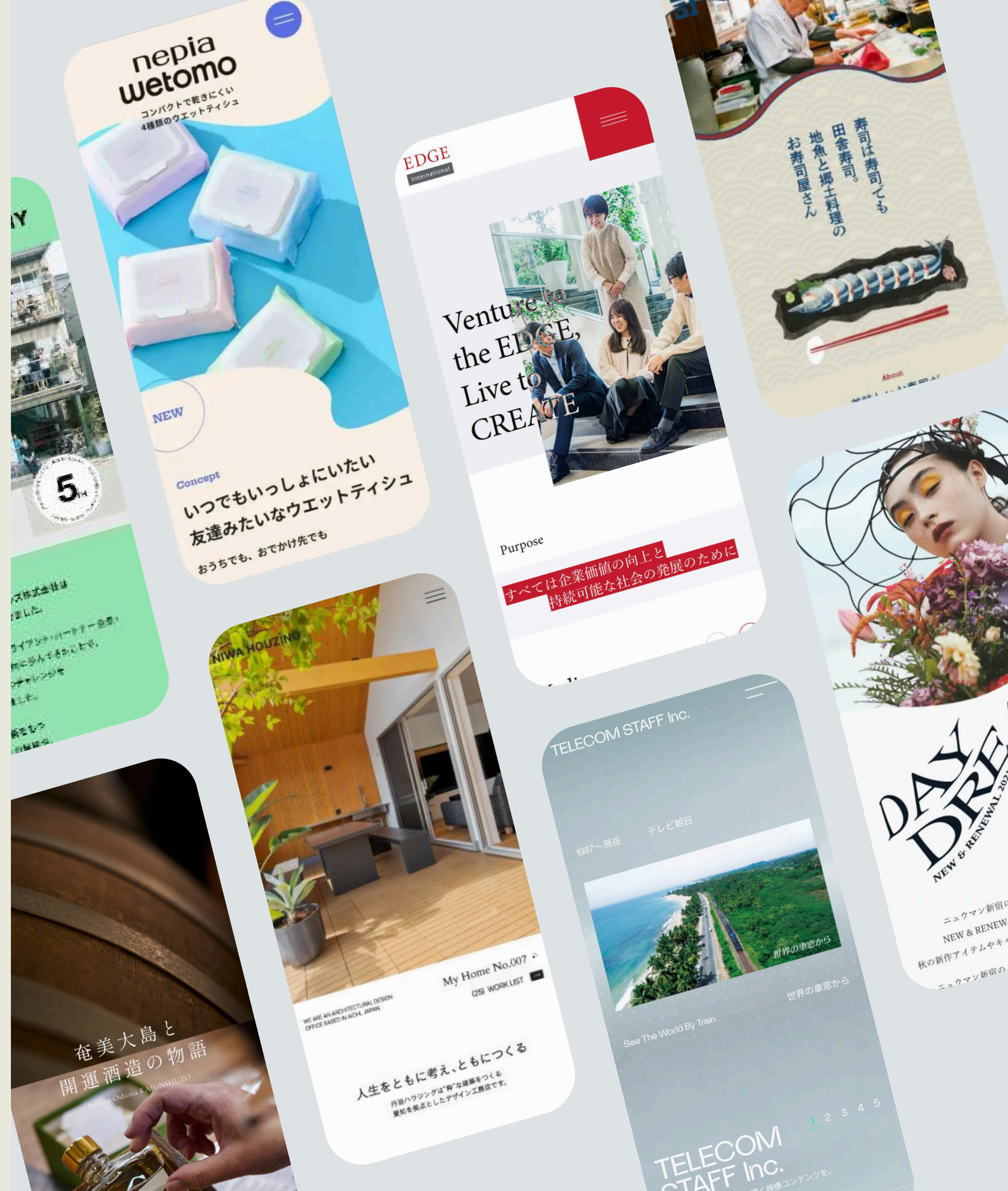
メディア掲載事例

デザインで評価されている証として、多くのアーカイブサイトに掲載されています。また、代表自ら自社メディアやSNSを通してデザインに関する発信を行っています。



12,000 followers

X@makopontass



02 サービス内容

事業の紹介

わたしたちはデザインのパートナーとして、お客様の企業価値やプロダクトの魅力をあの手この手で戦略的に広げる支援をいたします。

ブランドデザイン

集客や認知などの経営課題に寄り添い、状況打破のための一貫したブランド戦略を提案・実装し、強固なポジションを確立します。

Webサイト制作・開発

MVV策定

ブランドリサーチ

ロゴデザイン

コミュニケーションデザイン

グラフィックデザイン

SEO対策

組織のデザイン・成長支援

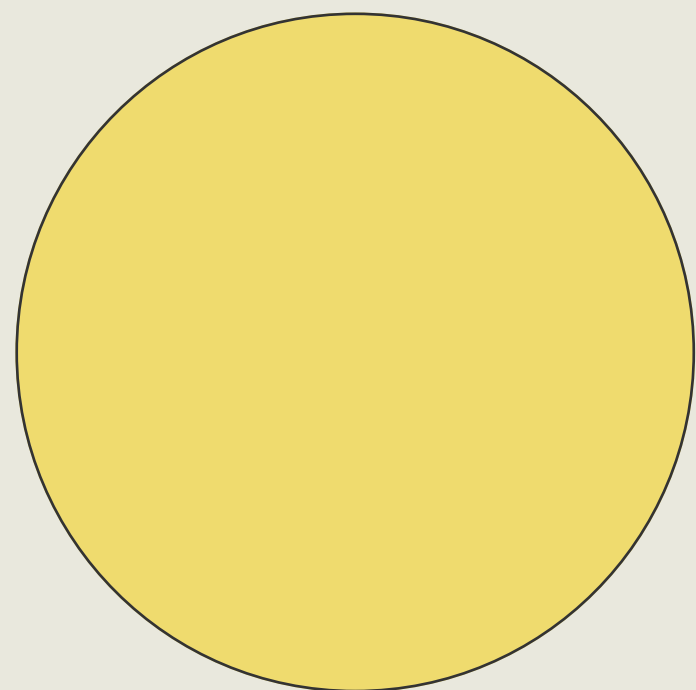
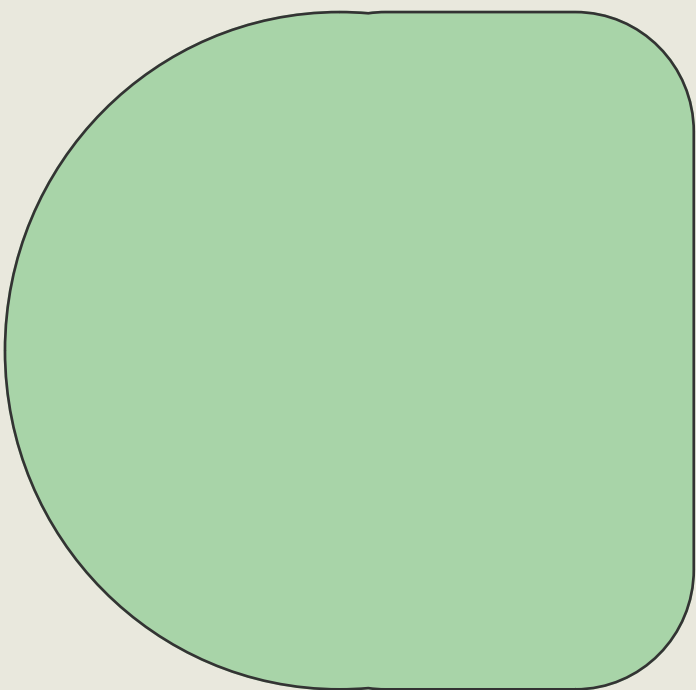
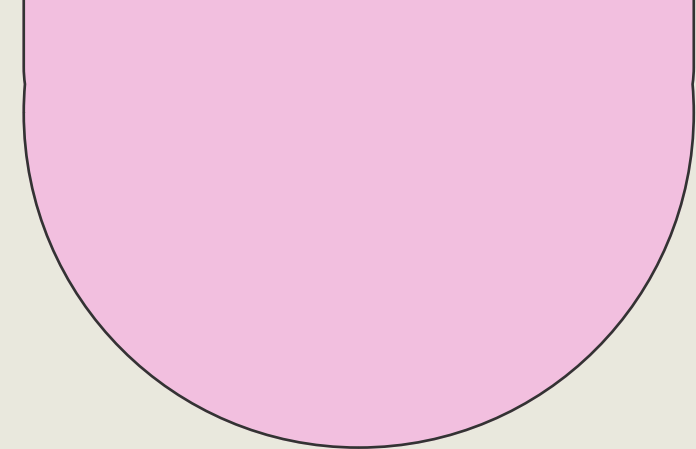
オリジナルのワークショップで企業理念や行動指針を定めます。ブランドや企業デザインの上流部分から支援するアルテガならではの高品質な組織開発が可能です。

ワークショップデザイン

企業研修

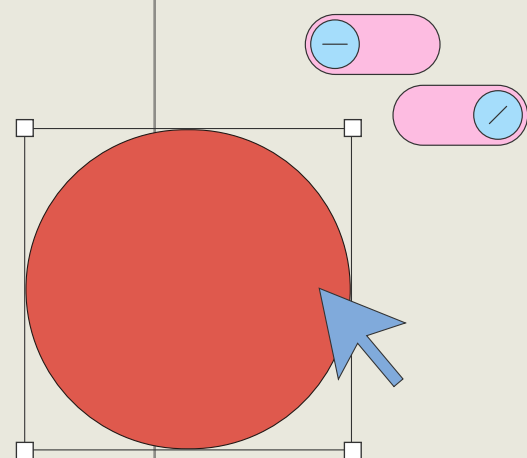
MVV策定

エグゼクティブコーチング



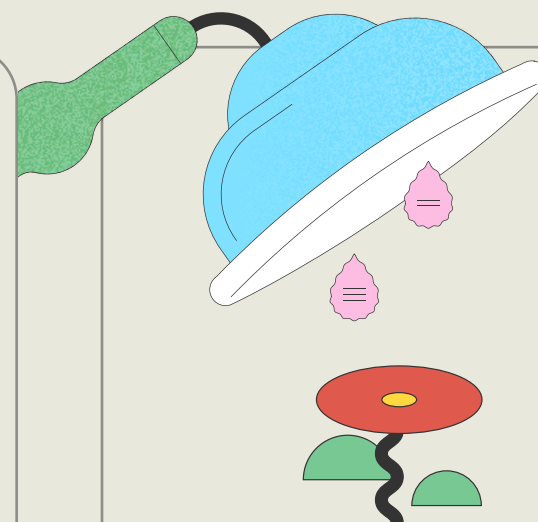
ブランドデザイン

ブランドデザイン | 提供できること



Webサイトの制作・開発

コーポレートサイト、ブランドサイト、サービスサイト、ECサイトなど目的に合わせたサイトを制作します。



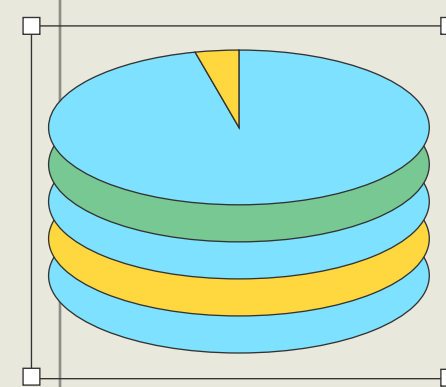
ブランド アイデンティティの策定

企業・ブランドの価値観や独自性を言語化・ビジュアル化し、一貫性のあるブランドづくりに貢献します。



グラフィックデザイン

ロゴデザインや名刺、パンフレットをはじめとする印刷物から、オンラインで使用するカルチャーデッキ・ホワイトペーパーなどを制作します。



SEO対策

オウンドメディア運用の知見をフル活用したメディア制作や記事作成を行い、集客をサポートします。

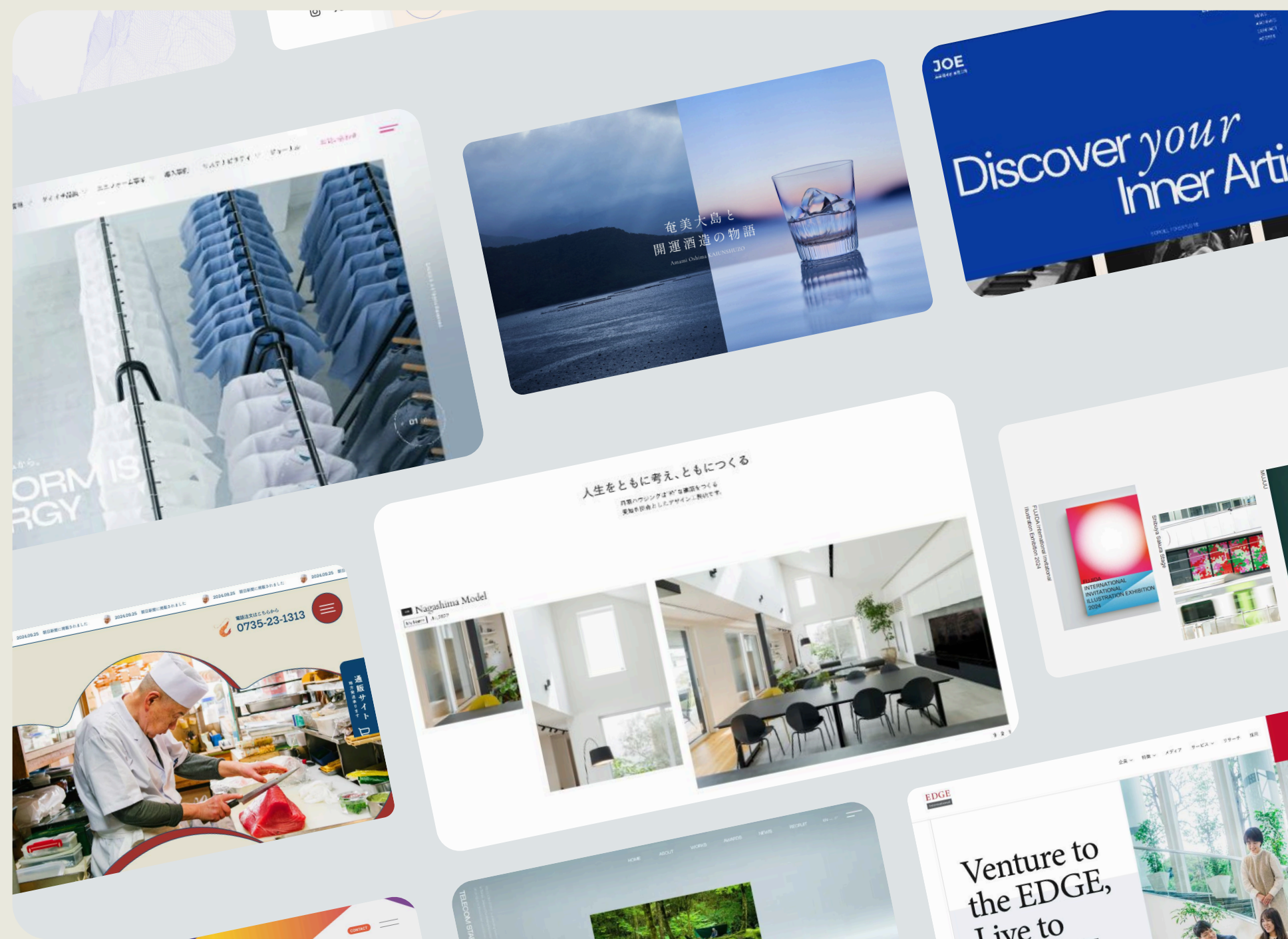
01

Webサイト制作・開発

企業が抱えている課題によってWebサイトの役割は異なります。「ブランドの世界観を存分に表現したサイトにしたい」「自社で更新することを前提に使いやすいウェブサイトになりたい」など、ご要望に寄り添ったサイトを制作します。

制作実績

160

件以上

ブランドデザイン | Webサイト制作で大切にしていること



閲覧者・管理者両方にとって使いやすい

閲覧者が知りたい情報の動線をしつかりと考えることで、機能的なサイトへ。またページの表示を高速化させ、閲覧者の離脱を防ぎます。管理画面もカスタマイズし、更新しやすいサイトを制作します。

長寿命

美しさと使いやすさを両立することによって、長く愛用できるサイトを目指します。時間が経過しても変わらない価値に対してコストパフォーマンスの良さを実感していただけるお客様も多いです。

リッチなアニメーション

世界観やテーマをより効果的に表現するアニメーションを実装することに力をいれています。

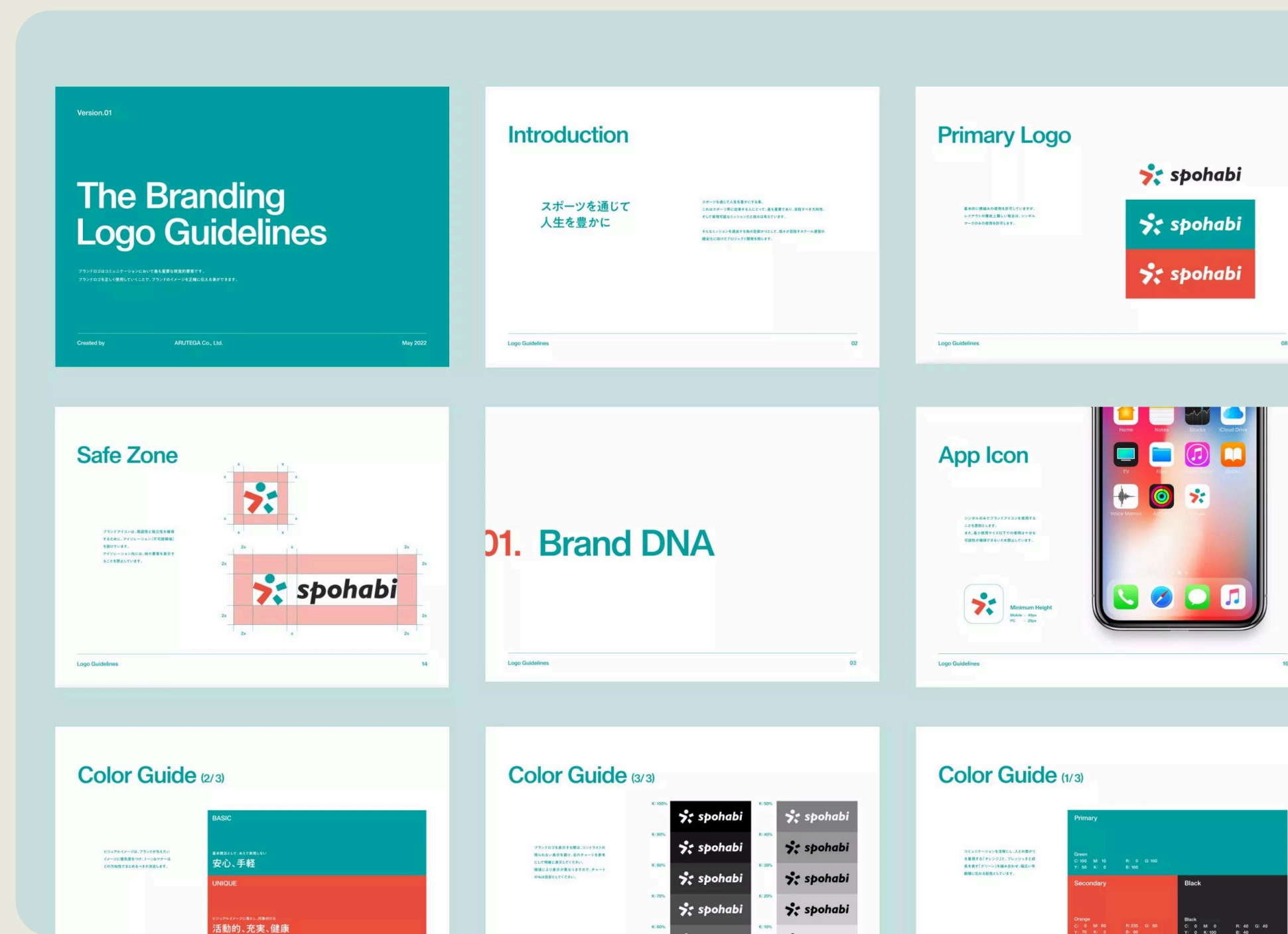
02

ブランド アイデンティティの策定

ヒアリングやワークショップでの対話を重ねながら、企業・ブランドの価値観や独自性を言語化します。

さらにロゴデザインやブランドガイドラインの作成など、「らしさ」をビジュアル化し一貫性のあるブランドづくりに貢献します。

まだ具体的でない抽象的なアイデア段階から、パートナーとして伴奏することも可能です。



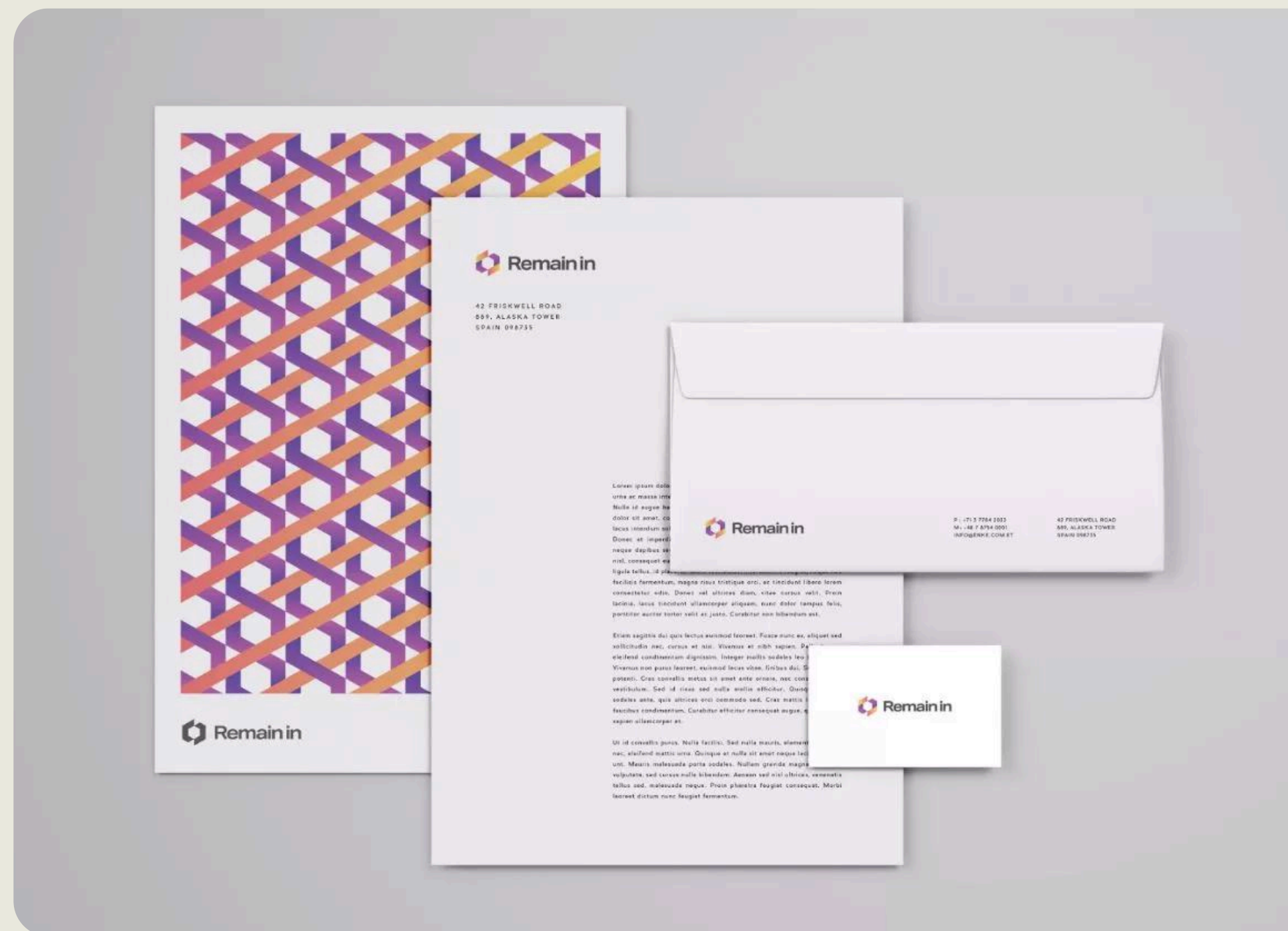
ブランドガイドライン一例

03

グラフィックデザイン

グラフィックからウェブデザインまでをノンストップで制作し、すべてのメディアで一貫したブランドイメージを提供します。

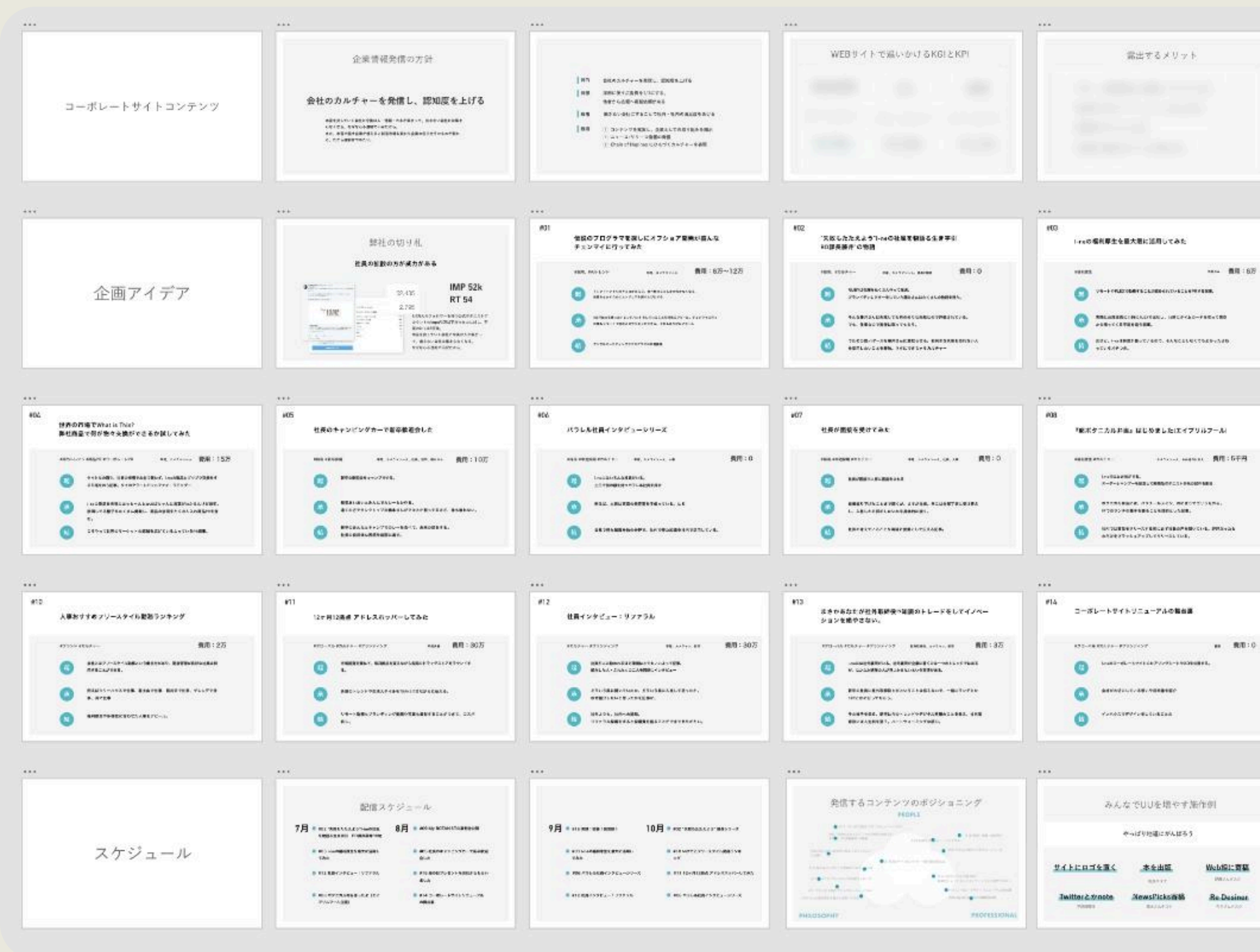
まとめてご依頼いただくことで、進行におけるコミュニケーションや修正、納品後のサポートなども一元化することができます。



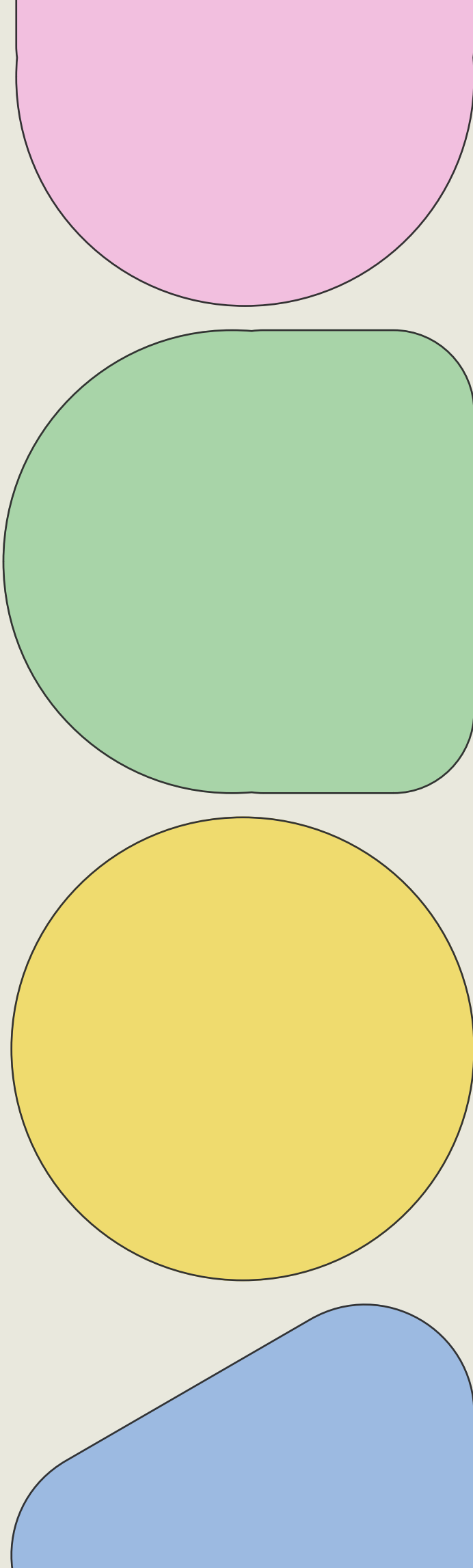
04 SEO対策

ブランディングが目的ではなく、売上や認知が欲しいのが本音だと思います。ARUTEGAでは、企業やブランドの「らしさ」を表現したうえで、それをターゲットに届ける広報のサポートを行います。

集客のためのコンテンツ制作や記事制作、SEO対策など、潜在顧客層の流入を狙った導線を設計します。



ブログコンテンツ企画案一例



組織のデザイン・成長支援



テンプレートじゃない、 オーダーメイド型の 「ワークショップ」。

ワークショップは、ビジネスの具体的な課題に対し、デザイン思考やフレームワークを用いたオーダーメイド型のワークショップサービスです。

企業理念の設計や組織の結束力の強化などを目的に、個々の強みを引き出しチーム全体のパフォーマンスを向上させる効果が期待できます。

チームビルディング

- ・ 社員同士の結束力の向上による離職率の低下
- ・ 新規事業やプロジェクトチームの組織力向上
- ・ 社員の心理的安全性の向上
- ・ 円滑な社内コミュニケーションの促進

エグゼクティブ コーチング

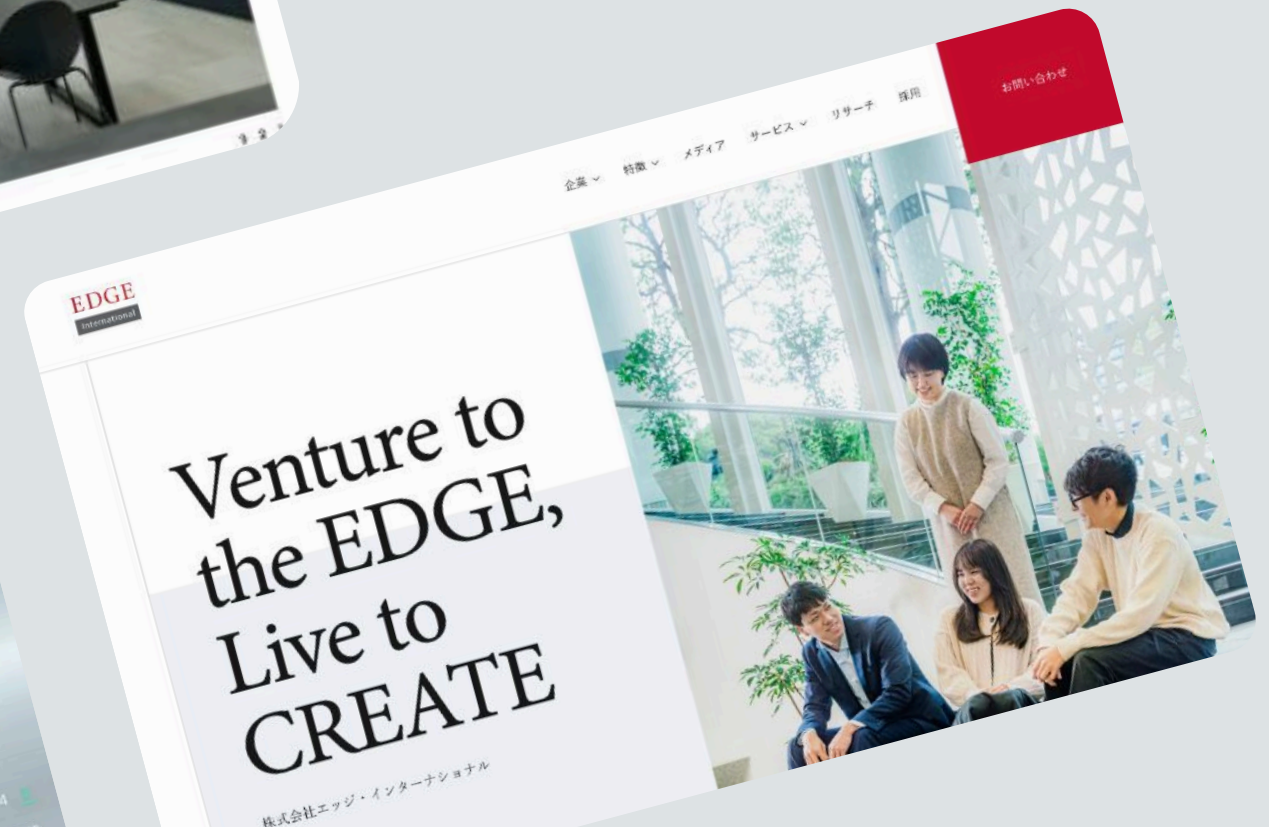
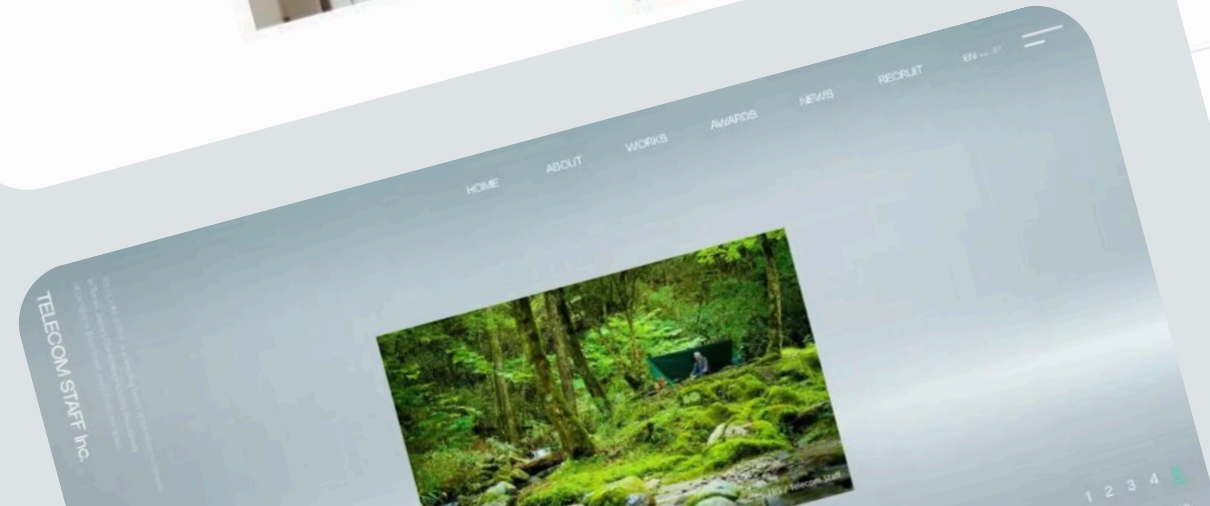
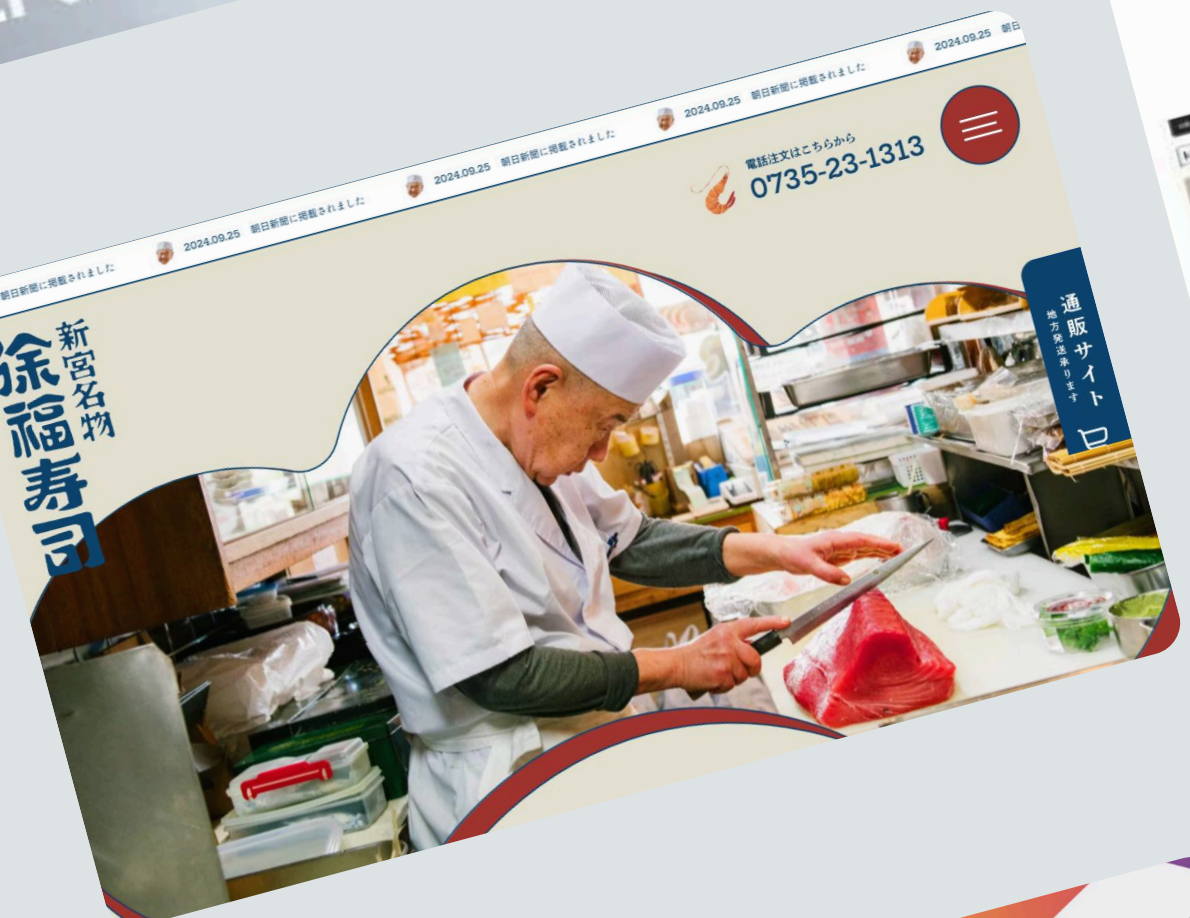
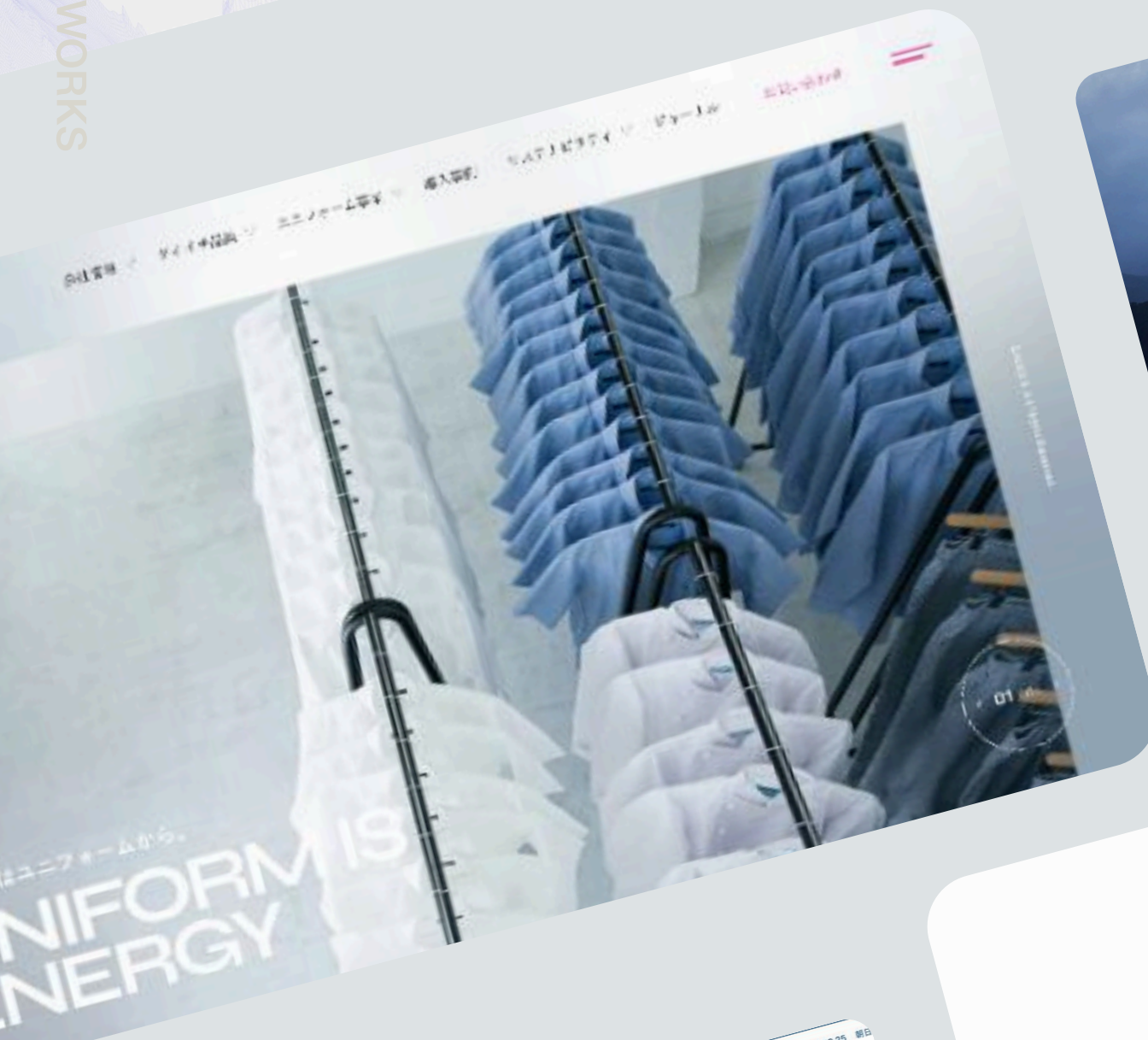
- ・ 経営幹部へのマンツーマンコーチング
- ・ 経営のことからその他のことまで思考を加速

MVVの策定

- ・ 新商品、新サービスを開発したい
- ・ チームの意見がまとまらず、会議を円滑に進めたい
- ・ より納得度の高いデザイン制作、マーケティング戦略を立てたい

03 実績紹介

WORKS



PROJECT.01 | ウェットティッシュのブランドサイト

新規ユーザーの獲得を
目的としたブランドサイト

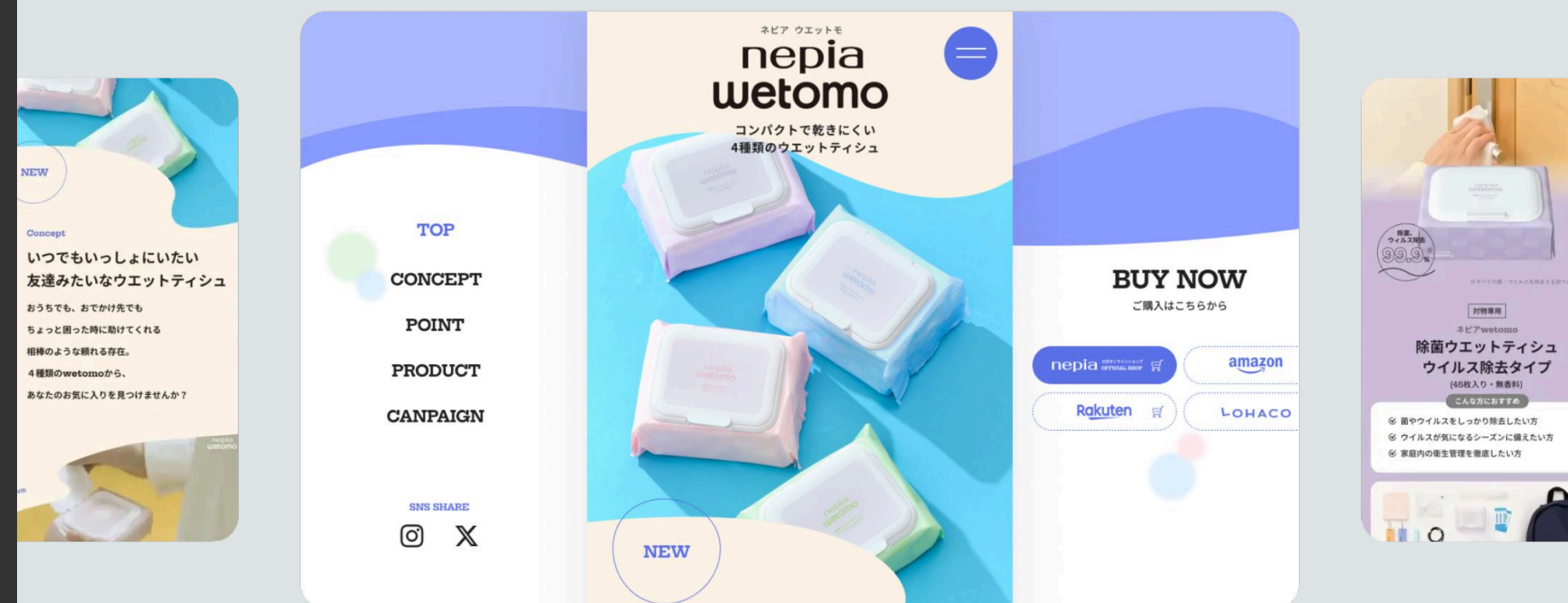
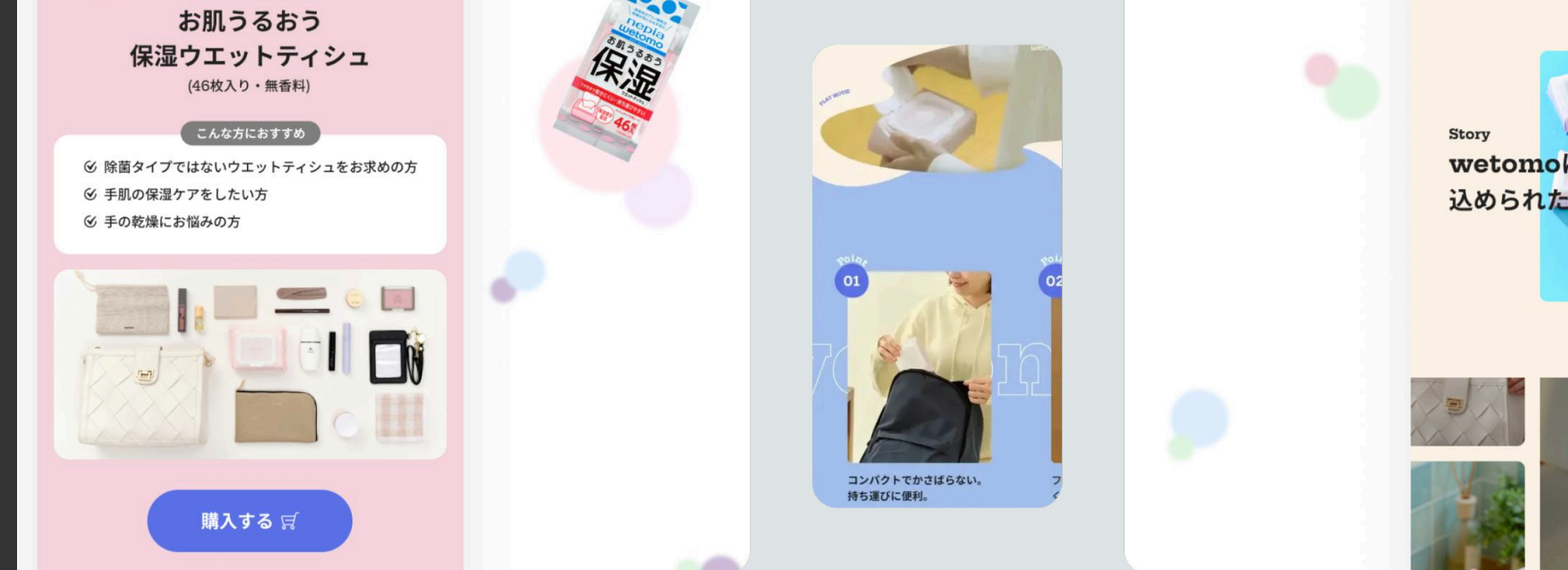
nepia wetomo

商品コンセプトである「友達みたいなウェットティッシュ」にふさわしいビジュアルデザインや機能性の訴求、インタラクションを含めた体験を実現しました。

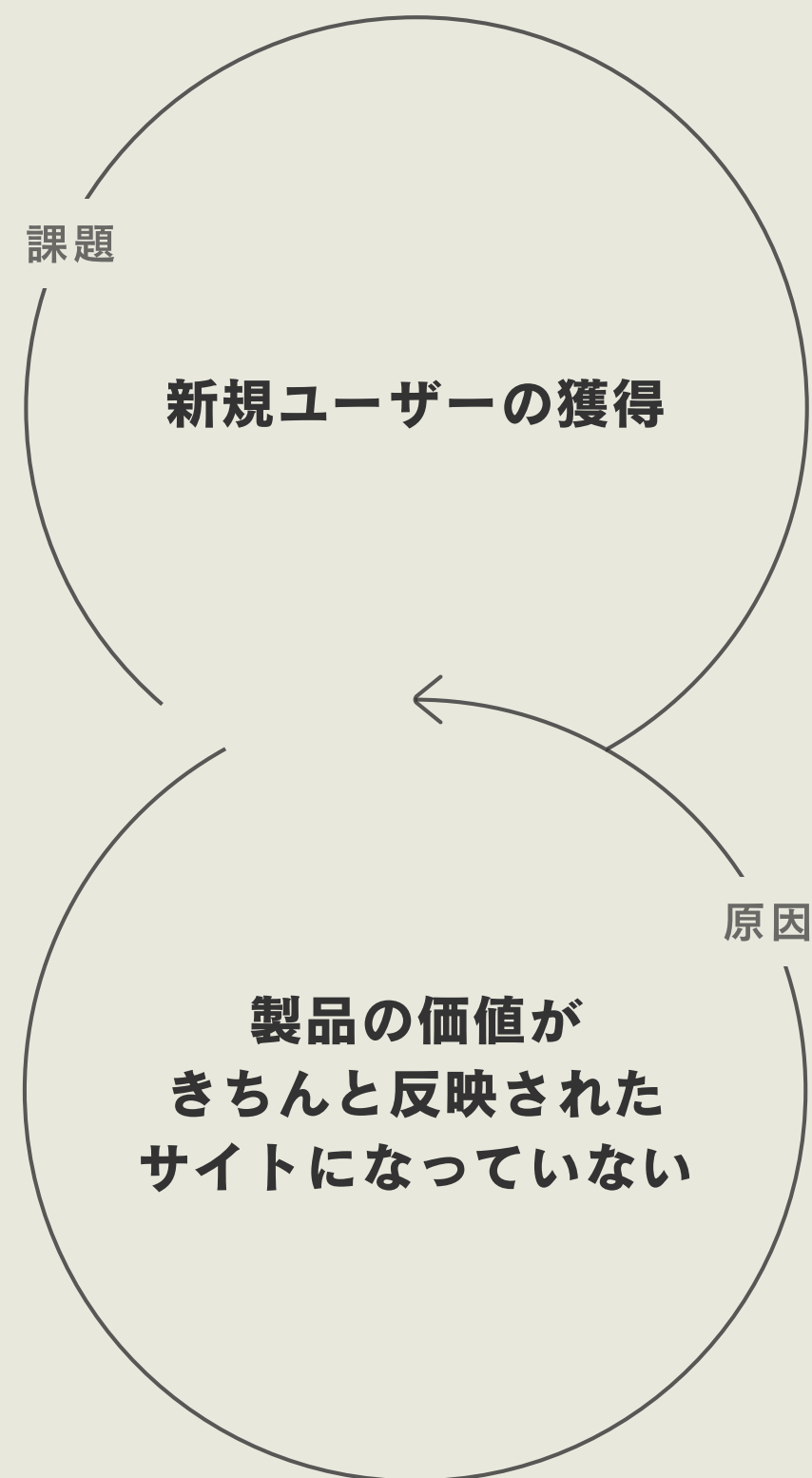
<https://e-nepia.com/products/wetomo/>

制作期間 _____ 約3ヶ月

担当 _____ WEB戦略設計 | 情報設計
デザイン | 写真撮影



PROJECT.01 | ウェットティッシュのブランドサイト

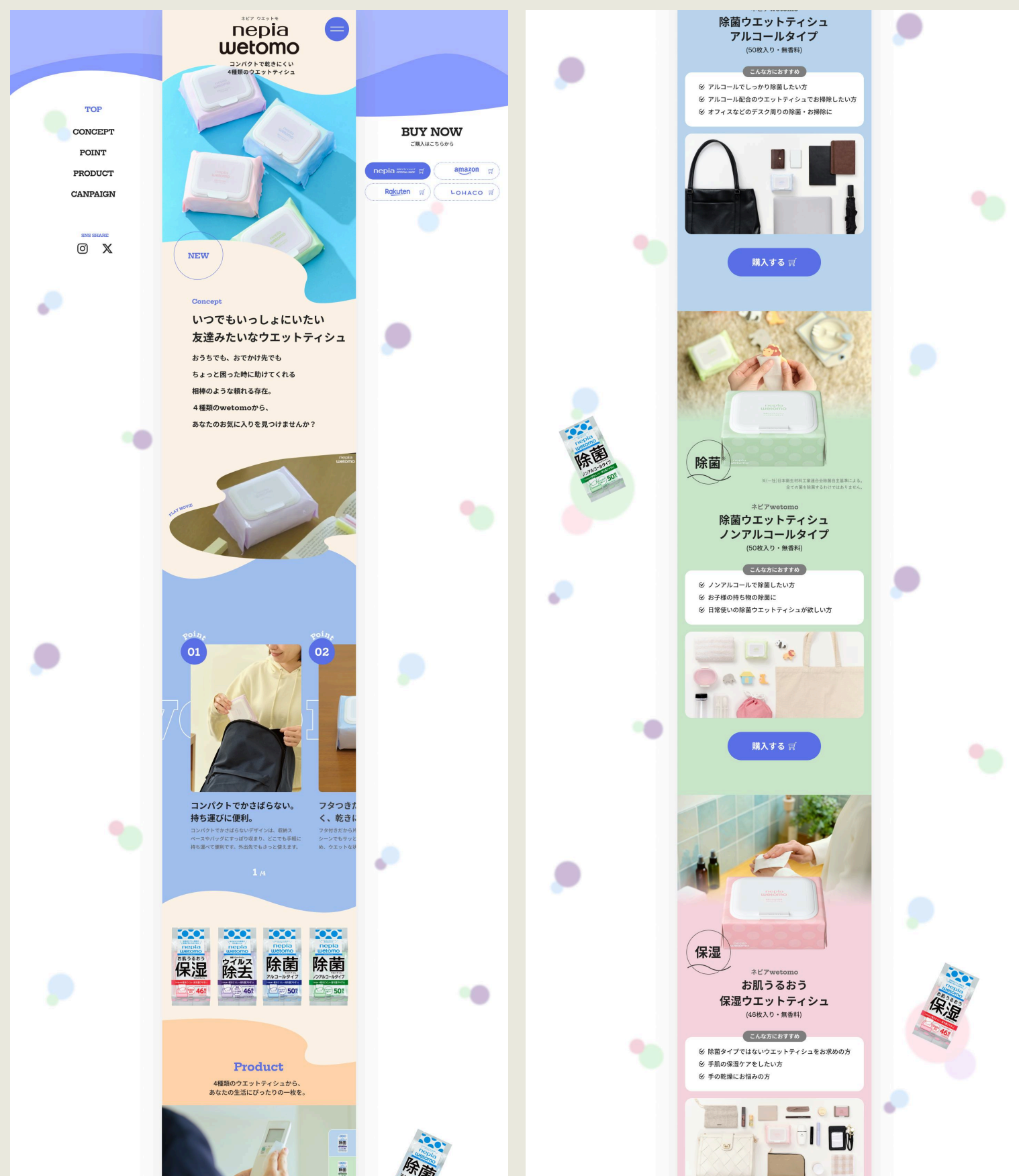


この手

消費者にとっての製品の
価値を機能的、情緒的に訴求

サイトを通して製品の魅力や価値を伝えること。さらに、コンセプトである「友達みたいなウェットティッシュ」を表現するためにユーザーの生活に寄り添った製品であることを認知させる必要がありました。4種類のある製品それぞれの特徴から人物像や利用シーンを導きだし、「鞆の中身にしのばせる」ことで、携帯性と生活に寄り添う距離感を表現。二つ連なったドットを散りばめて「友達」を表したり、流れるようなアニメーションをつけることで製品の保水性などをアピールしました。

PROJECT.01 | ウェットティッシュのブランドサイト



視覚的かつ直感的な親しみやすさで ユーザーの好意度の向上

視覚的かつ直感的なビジュアルにより、ユーザーの好意度が深まり、サイト滞在時間の増加が見込まれます。また効果的なワーディングにより検索性の向上も期待でき、新規顧客の獲得と購買意欲の向上につながる事が予想されます。

クライアントボイス

既存のブランドサイトに対する不満点などの課題を相談したところ、様々なご提案をいただきました。結果として、サイト内の動画や画像も撮影していただき、動きがあって楽しめる、ブランドコンセプト「いつでもいっしょにいたい、友達みたいなウェットティッシュ」を視覚的に感じられるサイトに仕上げてくださいました。こちらの修正要望や相談箇所についても迅速かつ的確にご対応いただき、短納期にもかかわらず、しっかりと進行管理していただきました。ARUTEGAチームの皆様にお礼して本当に良かったです！

PROJECT.02 | 自動車の販売・修理店のウェブサイト

新規のお客様も 行きたくなる、親近感の あるウェブサイト

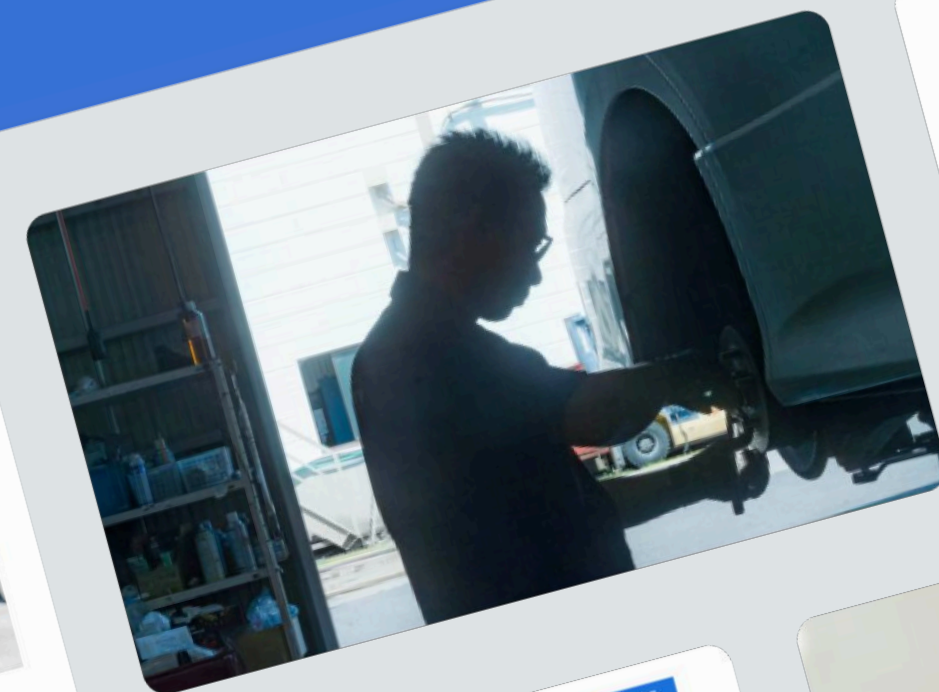
小林モータース

「自動車屋さん」として長く地域に愛されてきた小林モータース様のサイトリニューアルをお手伝いしました。

<https://kobamo.com/>

制作期間 約3ヶ月

担当 WEB戦略設計 | 情報設計
デザイン | 写真撮影

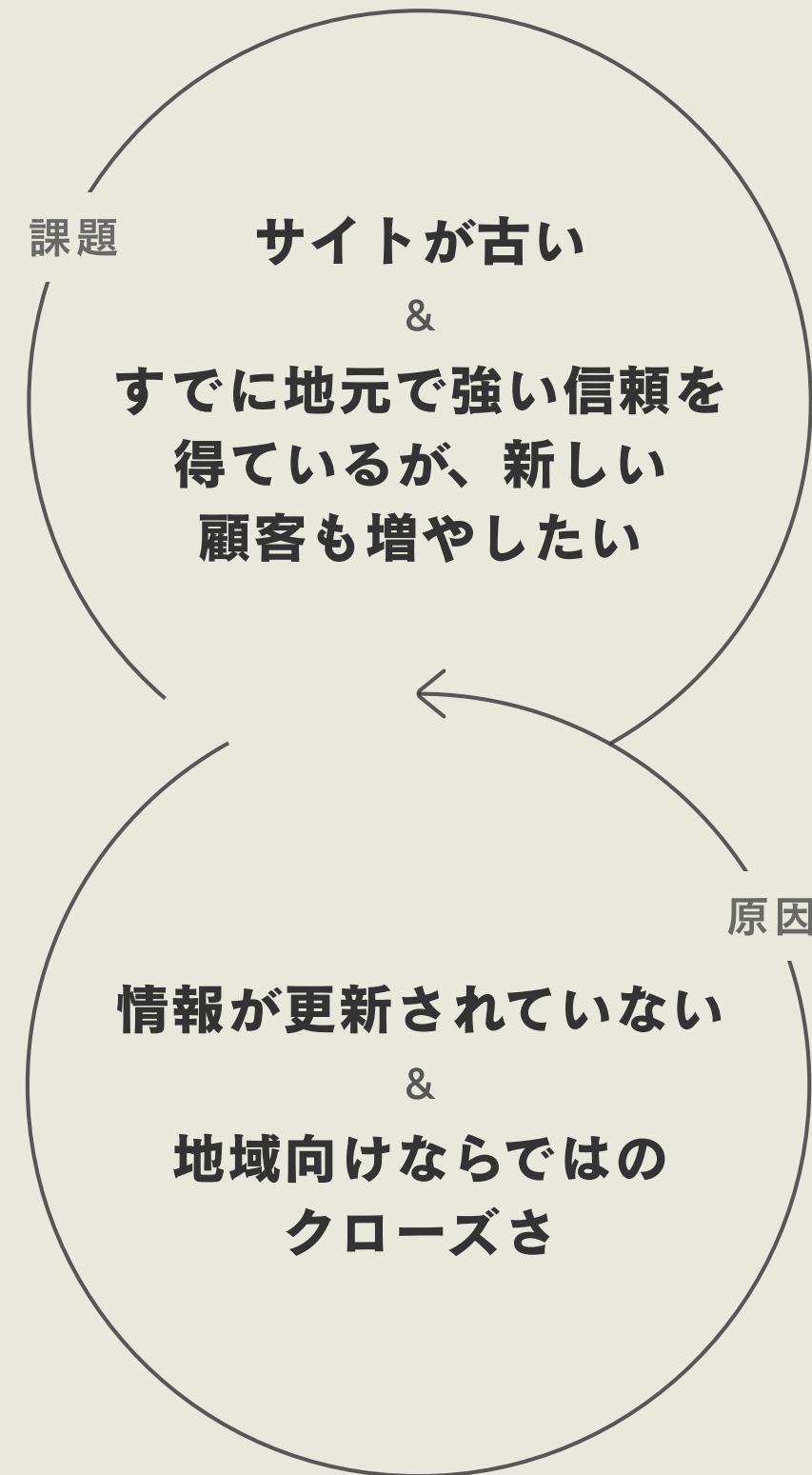


料金/種類	軽自動車	コンパクトカー	乗用車	小型ワゴン	大型ワンボックス
代付料	9,000	12,000	14,000	18,000	16,500
基本点検料	1,600				
自賠責	1,600				
重量税	1,600				
印紙代	1,600				

※上記金額には、消費税等の消費税及び地方消費税も含まれていません。
 ※輸入車は200万円アップとなります。《注》商品、手数料等及び各種オプションは別途見積りとなります。
 ※オプションは別途見積りとなります。
 ※上記金額はあくまで目安です。実際には、LNGにてご予約下さい。

※車検は期間満了の前日まで、有効期限内となります。有効期限内のローリングも受け付けています。
 ※車検代は別途見積りとなります。車検料は別途見積りとなります。
 ※自動車保険は別途見積りとなります。保険料は別途見積りとなります。
 ※車検料は別途見積りとなります。保険料は別途見積りとなります。保険料は別途見積りとなります。

リビート新 1,000円
室内掃除なし新 -1,000円



この手

地域の競合店が多い中、
どこも敷居が高いという点に着目。

まずは古くなった情報を実態に合わせ、伝え漏れのない情報設計を目指します。それと同時に、競合が多い中でどこも敷居が高いという点に着目し、新規のお客様でも「行きたくなる」ような親近感をサイト全体で表現することをゴールとしました。

自社で販売した車でなくとも修理を引き受けるという姿勢から、“実直・誠実”な仕事ぶりや自然体な表情を可能な限り“いつものまま”切り取りました。

PROJECT.02 | 自動車の販売・修理店のウェブサイト



「垣根のないサービス精神」を強調。 新規のお客様もつい寄りたくなるお店に

対話を通じて、お客様が当たり前だと思っている強みを理解し、サイトに落とし込みました。「家族的なあたたかみ」と「確かな技術力」を同時に感じられる構成にしながら、撮影ではありのままの姿を伝えることにこだわりました。

クライアントボイス

以前に制作してから10年以上経過したサイトを何とかしたいという思いでお願いしました。最初は今のサイトと同じで、サービス内容を淡々と掲載した形を想像していました。ですがお話ししていくうちに、自社の魅力や他社との違いなどを考えるようになり気づけば熱く語っている自分がいて、改めて自社の仕事の取り組み方を再確認する良い機会となりました。結果として当社のイメージである「青」をベースに、さわやかで、コミカルな動きもある素敵なサイトを作ってくださいました。修正希望や画像の差し替えなども迅速に対応いただき、素人でも分かるようご配慮いただき、本当に感謝しています。ありがとうございました。

情報設計に重点を置いた コーポレートサイトの リニューアル

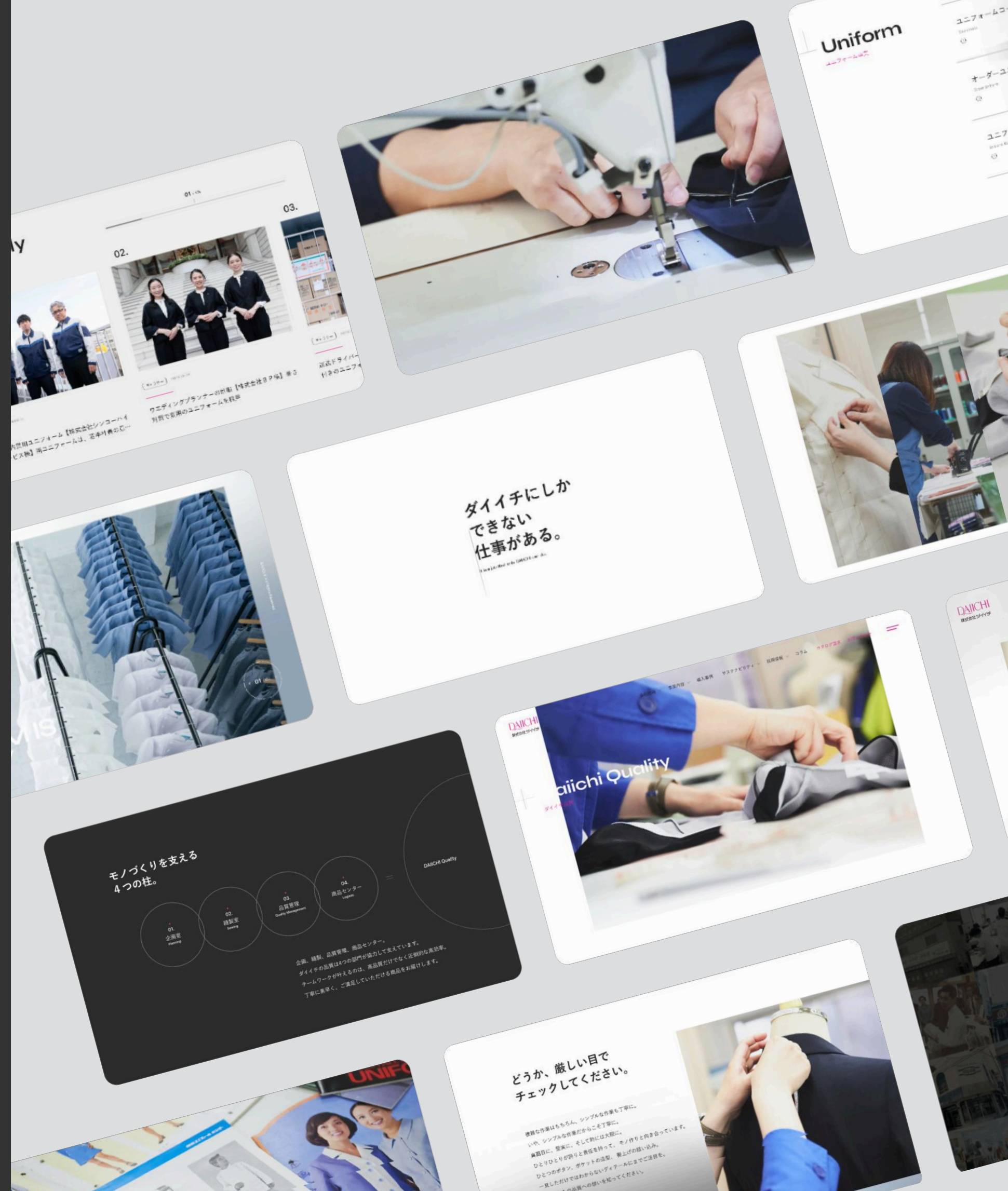
ダイイチ

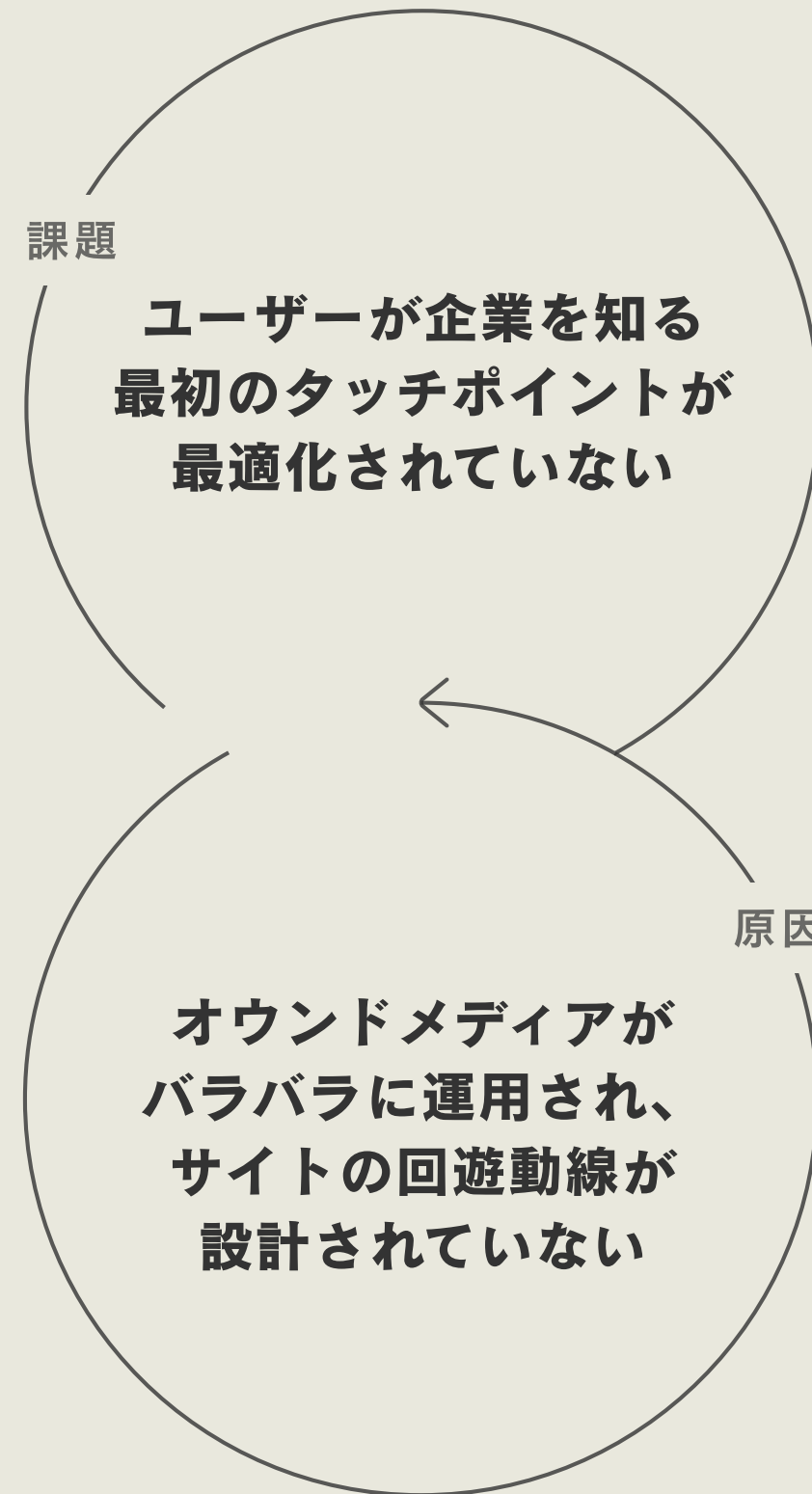
学生の制服から有名企業のユニフォームまで、幅広い分野のユニフォームを提供する「DAIICHI Uniform」。バラバラだった情報の回遊動線を整理し、営業活動を効率化させることを目的にサイト設計を行いました。

<https://www.un-daiichi.co.jp/>

制作期間 約4ヶ月

担当 WEB戦略設計 | 情報設計
デザイン | コーディング





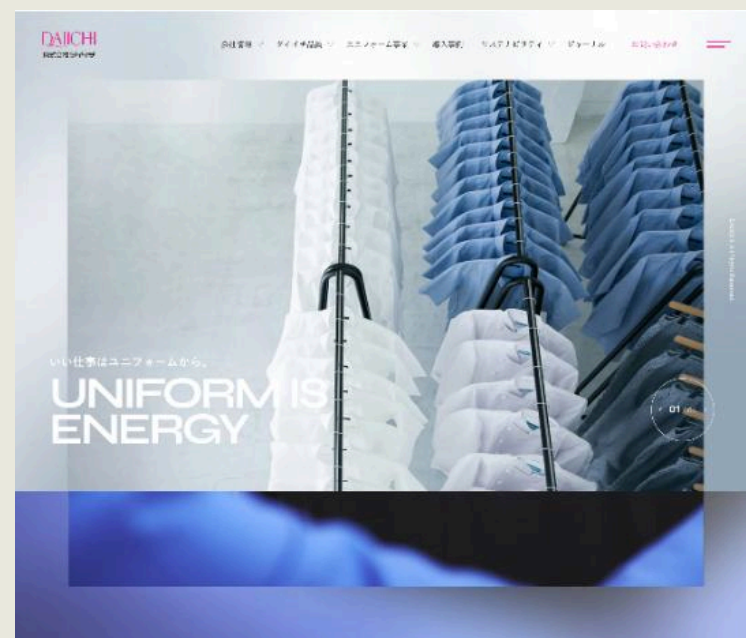
この手

情報の優先順位を再構築

ユーザーが企業を知る最初のタッチポイントが最適化されていない状況に対し、情報の優先順位を再構築し営業活動の効率化を目的とした情報整理を実施。また"ラベル"という概念を導入することにより、細かくフィルタリングした検索が可能となりました。

デザイン面においては、ユニフォームの品質や管理する人の手を強調するため、写真をデザインの中心に配置する方針を採用しています。

PROJECT.03 | ユニフォームの製造販売会社のウェブサイト

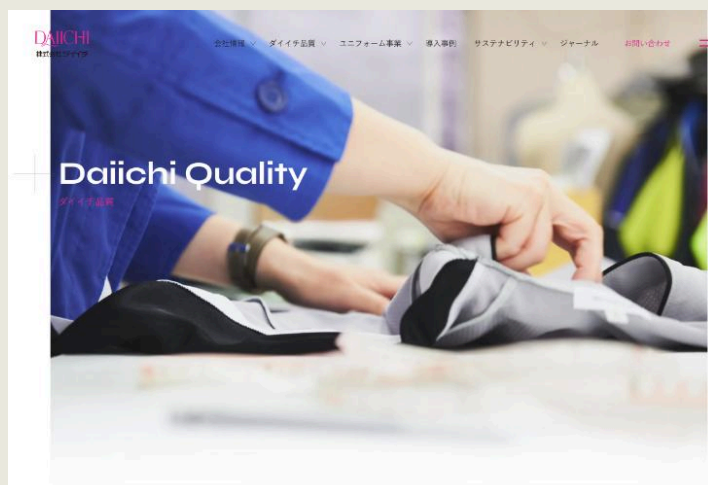


ダイイチにしか
できない
仕事がある。

ものづくりを支える
4つの柱。



01. 企画室 Planning
02. 設計室 Design
03. 品質管理 Quality Management
04. 商品センター Logistics



どうか、厳しい目で
チェックしてください。

複雑な作業はもちろん、シンプルな作業も丁寧に、いや、シンプルな作業だからこそ丁寧に。真面目に、丁寧に、そして時には大胆に。ひとりひとりが誇りと責任を持って、モノ作りと向き合っています。ひとつのボタン、ポケットの造型、縫上げの縫い込み。一貫しただけではわからない「ディイチ」にまでご注目を。わたしたちの品質への想いを知ってください。



モノづくりを支える
4つの柱。



企画、縫製、品質管理、商品センター。ダイイチの品質は4つの部門が協力して支えています。チームワークが叶えるのは、高品質だけでなく圧倒的な高効率。丁寧に早く、ご満足いただける商品をお届けします。

ユーザーが知りたい情報を整理したことで、 営業プロセスが効率的に改善

公開後、セッション数やPV数が改善されました。また、オフラインでの受注までの時間短縮が図られ、プレゼン当日に会社説明を省略できるほど情報が整理されました。これにより、営業活動の効率化と企業イメージの向上が達成されました。

クライアントボイス

リニューアル後、とにかく「綺麗なサイトですね」という声をたくさんいただきました。「誰がまとめたんですか?」「誰が作ったんですか?」とお声がけいただくことも多くて。クオリティの高さは本当に評価していただけたと思います。

でも何より嬉しかったのは、オリジナルのユニフォームのご提案依頼が明らかに増えたことですね。サイトを通じて「安心して任せられる会社なんだろうな」と思っていただけで、大手企業からの問い合わせも増えました。

PROJECT.04 | 温泉旅館のサイトをリニューアル

旅館の魅力と 城崎温泉での 特別な過ごし方を提案

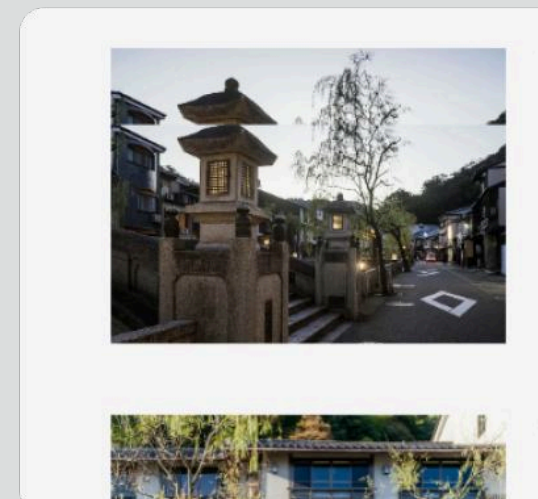
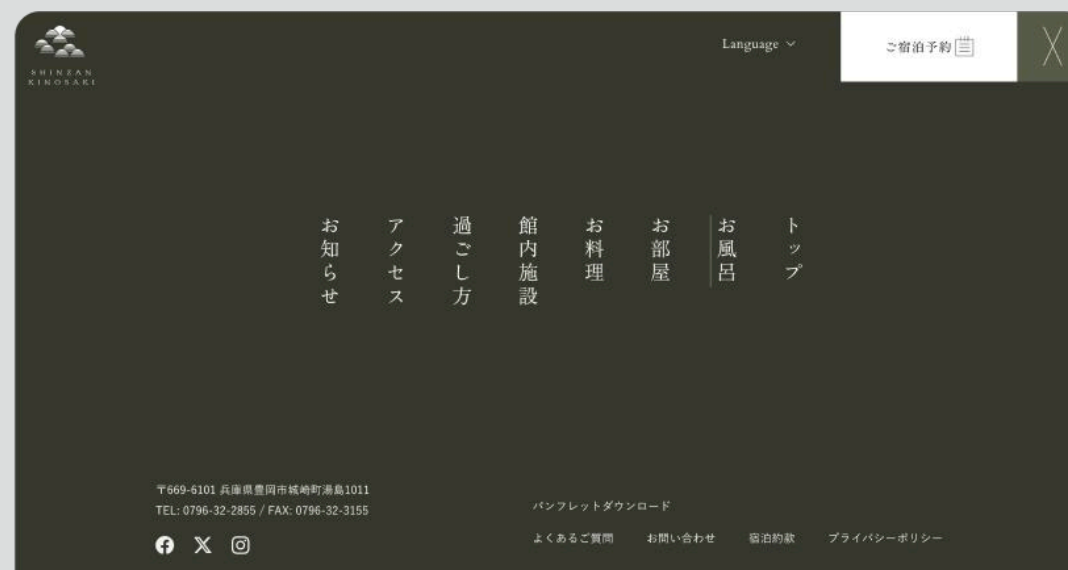
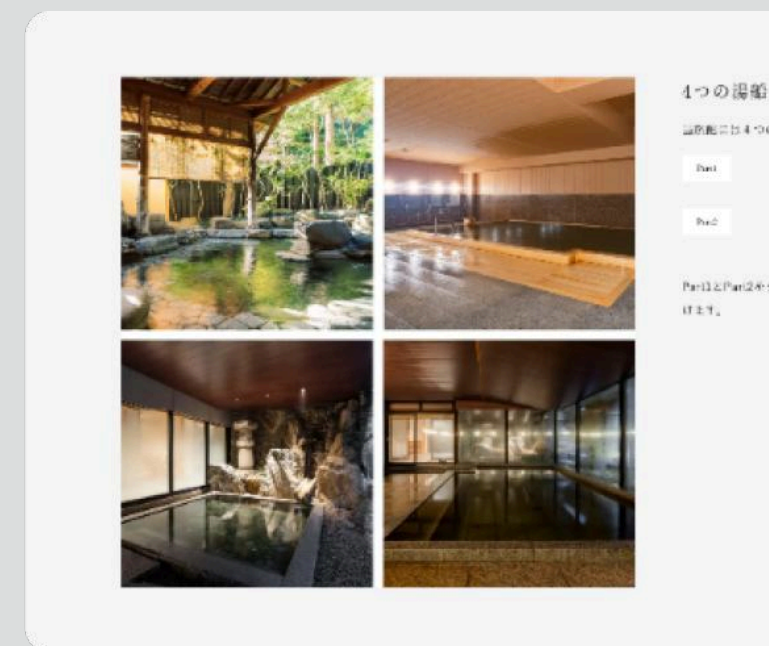
深山城崎

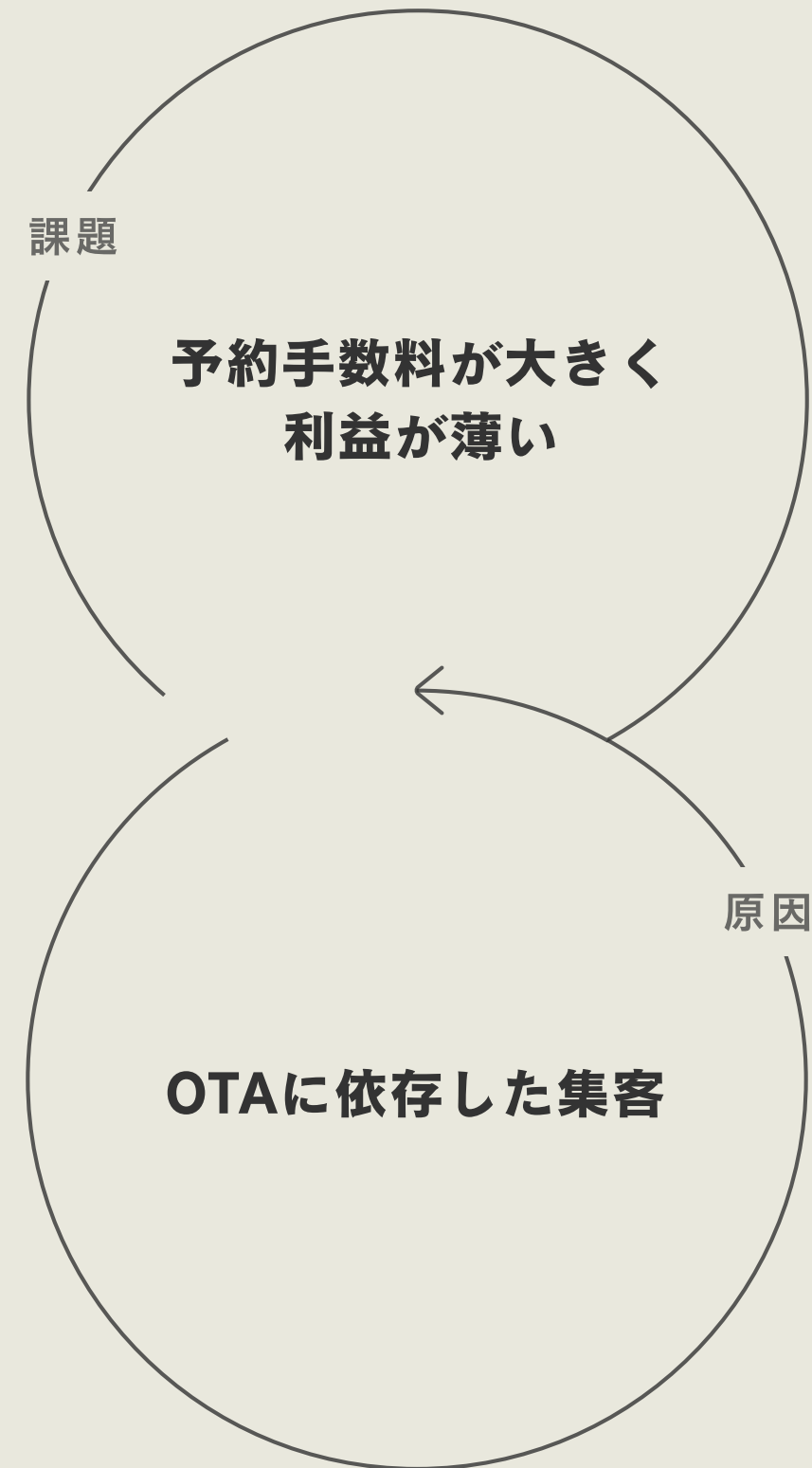
城崎温泉にある旅館「城崎温泉 深山」のリニューアルオープンに伴い、宿泊予約数の増加を目指してWEBサイトを制作しました。

<https://shinzan-kinosaki.jp/>

制作期間 _____ 約4ヶ月

担当 _____ WEB戦略設計 | コンテンツプランニング
情報設計 | デザイン | コーディング | 写真撮影



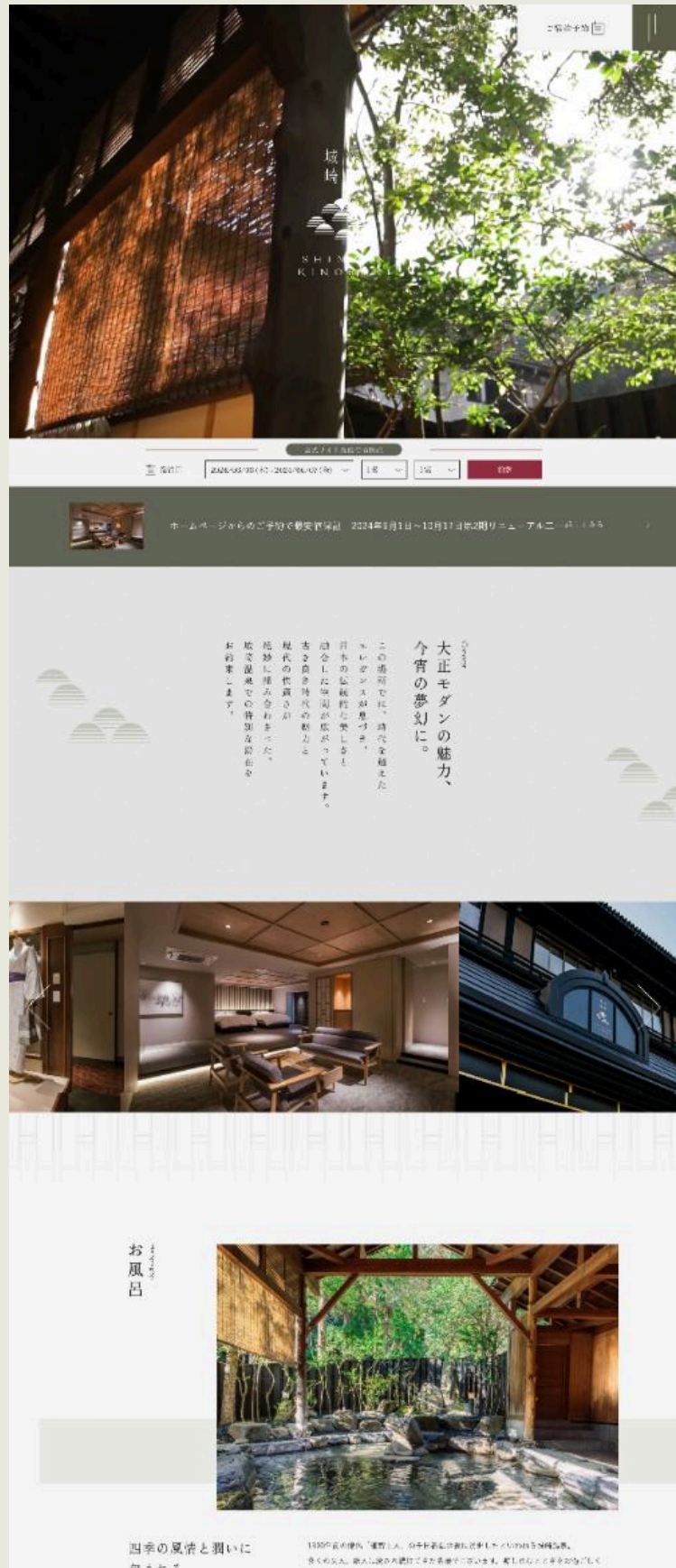


この手

旅館の魅力と城崎温泉での
特別な過ごし方を提案するサイトへ

ユーザーは部屋や食事などの施設情報だけでなく、その場所ならではの過ごし方を知りたいと思っています。旅館の魅力である大正モダンのエレガンスさと日本の伝統的な美しさが融合した空間を映像や写真、コピーで効果的に伝える。そして一つの街が大きな旅館として機能している城崎温泉で、館内での温泉体験だけでなく浴衣のままで温泉街に遊びにいける、この場所ならではの楽しみ方を掲載しました。

PROJECT.04 | 温泉旅館のサイトをリニューアル



魅力を発信することで 宿泊予約増加に貢献

サイトのリニューアルにより、旅館の新しい魅力がより多くのユーザーに伝えられるようになりました。SNSや自社サイトを通してユーザーの関心を引くことで、オンライン予約サイトに頼らずに自社予約数のアップにつなげることが可能になります。特に大正モダンの魅力と現代の快適さが組み合わさった独特の体験の情報を提供することで、訪問者の関心を引き、宿泊予約の増加に貢献しました。

PROJECT.05 | 酒造のコーポレートサイト

ブランドイメージの刷新と
ユーザビリティの向上

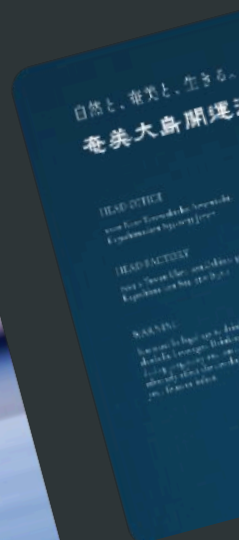
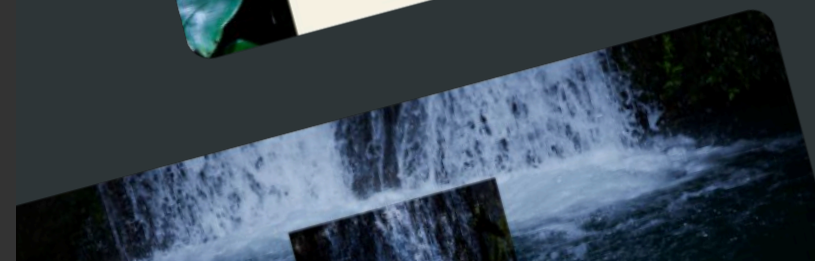
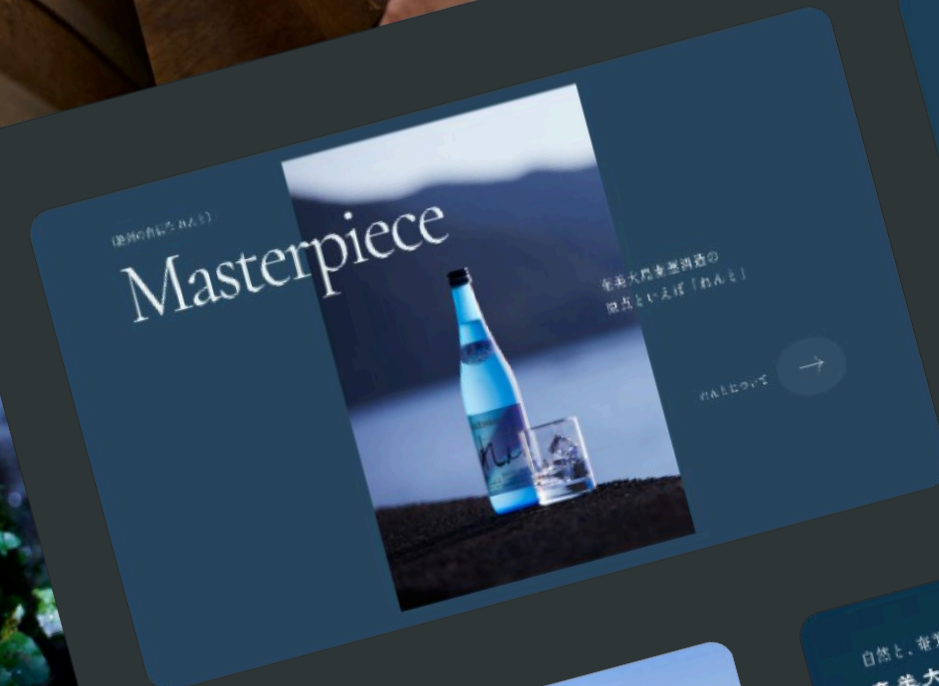
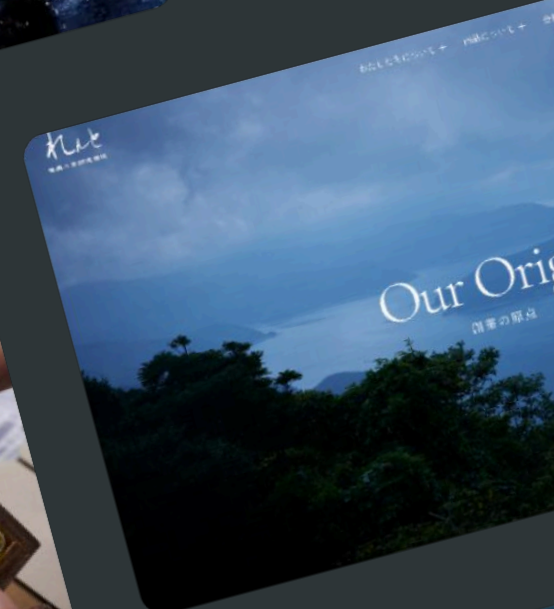
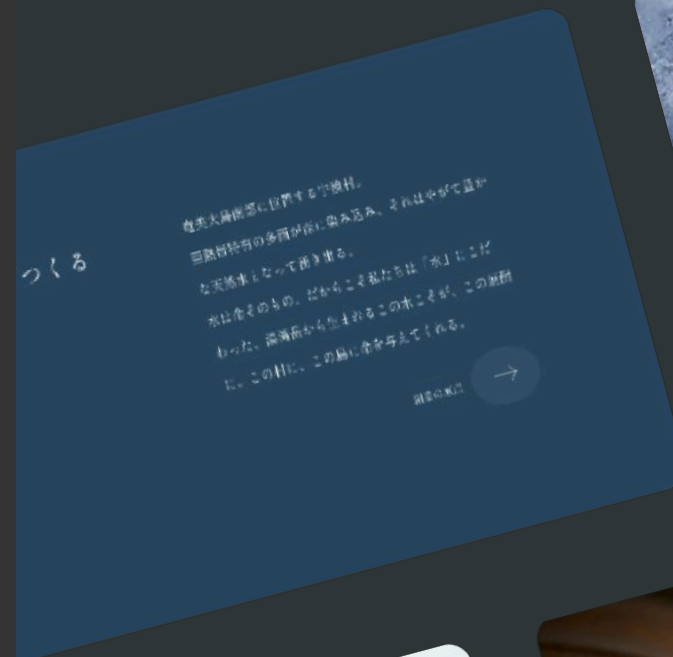
奄美大島開運酒造

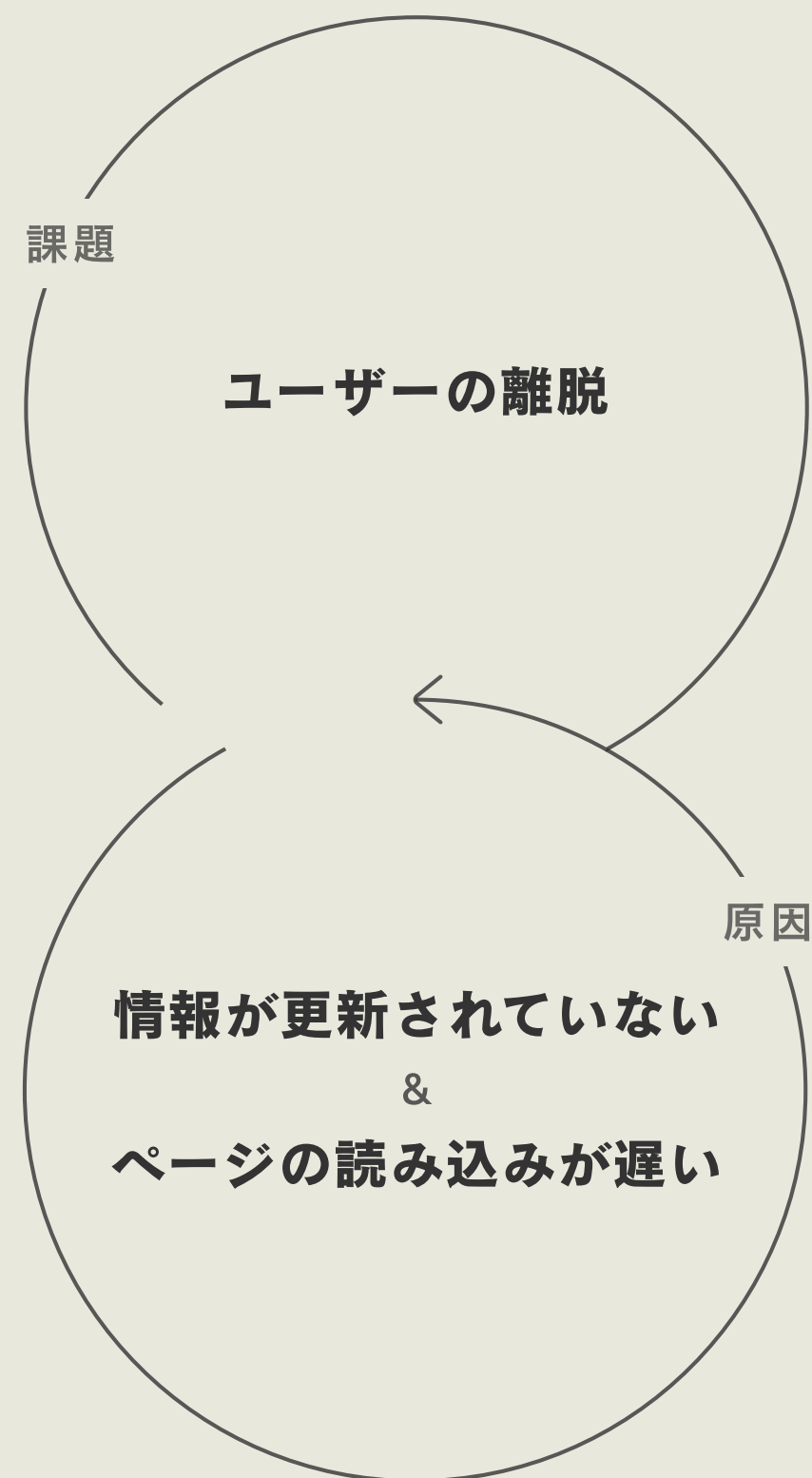
奄美大島の自然を象徴する滝と森をデザインの中心に据え、サイトを通じて奄美大島(宇検村)の疑似体験ができるデザインを実現しました。

<https://lento.co.jp/>

制作期間 _____ 約3ヶ月

担当 _____ WEB戦略設計 | コンテンツプランニング
情報設計 | デザイン | コーディング | 写真撮影



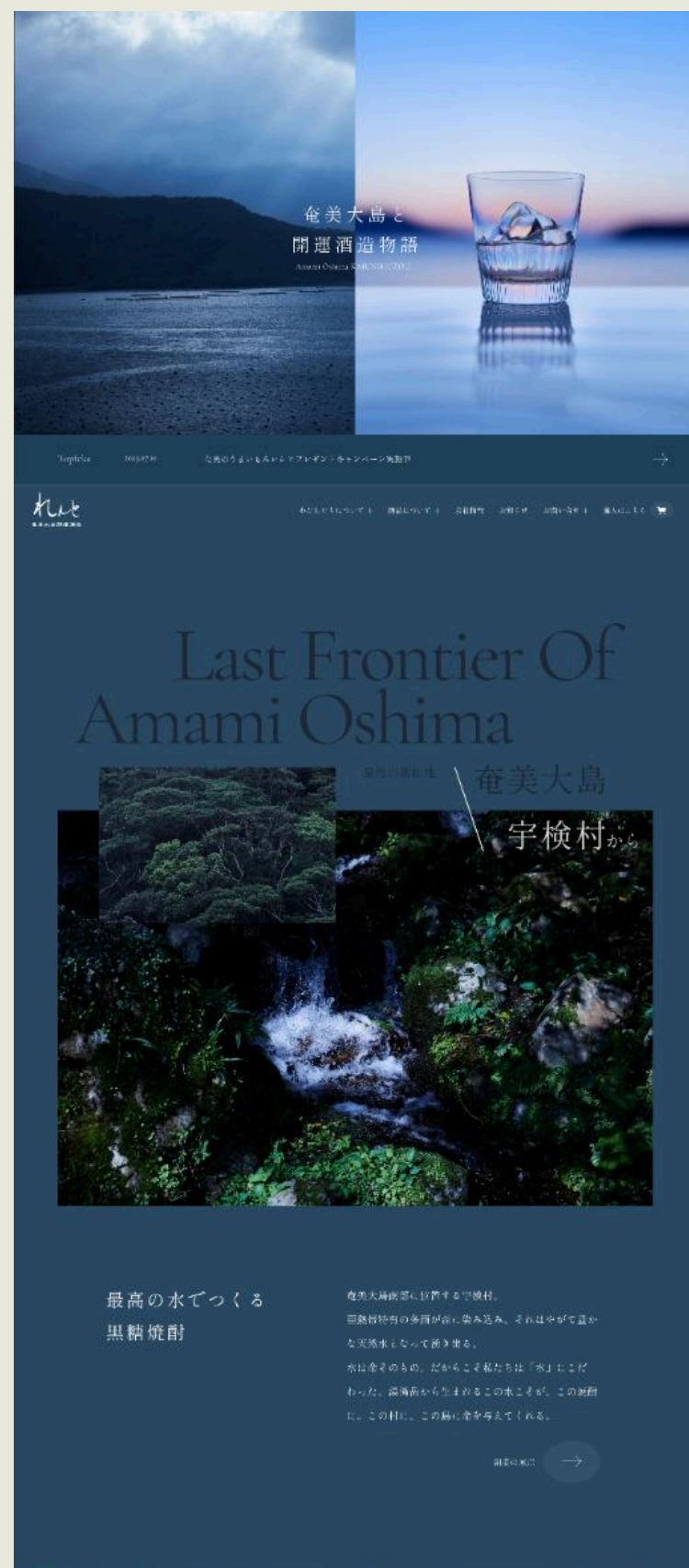


この手

ブランドイメージの刷新と ユーザビリティの向上

サイトのデザインを現代的なものに一新し、画像のサイズを最適化することでユーザーの離脱を改善させます。また特徴である音響熟成をアピールし、古くなったコンテンツも更新。ユーザーに価値のある情報を届けることで、顧客からの愛着や信頼性を高めることを狙いました。

PROJECT.05 | 酒造のコーポレートサイト



サイトを通したブランド認知度の向上と 顧客エンゲージメントの強化

リニューアルしたことで、ブランドイメージが強化され製品情報をユーザーに提供するための重要なツールとしてサイトが機能するようになりました。それによりサイトを通したブランドの認知度向上、顧客からの製品に対する信頼の強化へとつなげることができました。

PROJECT.06 | 設計デザイン・工務店のウェブサイト

注文住宅を手がける 建築デザイン会社

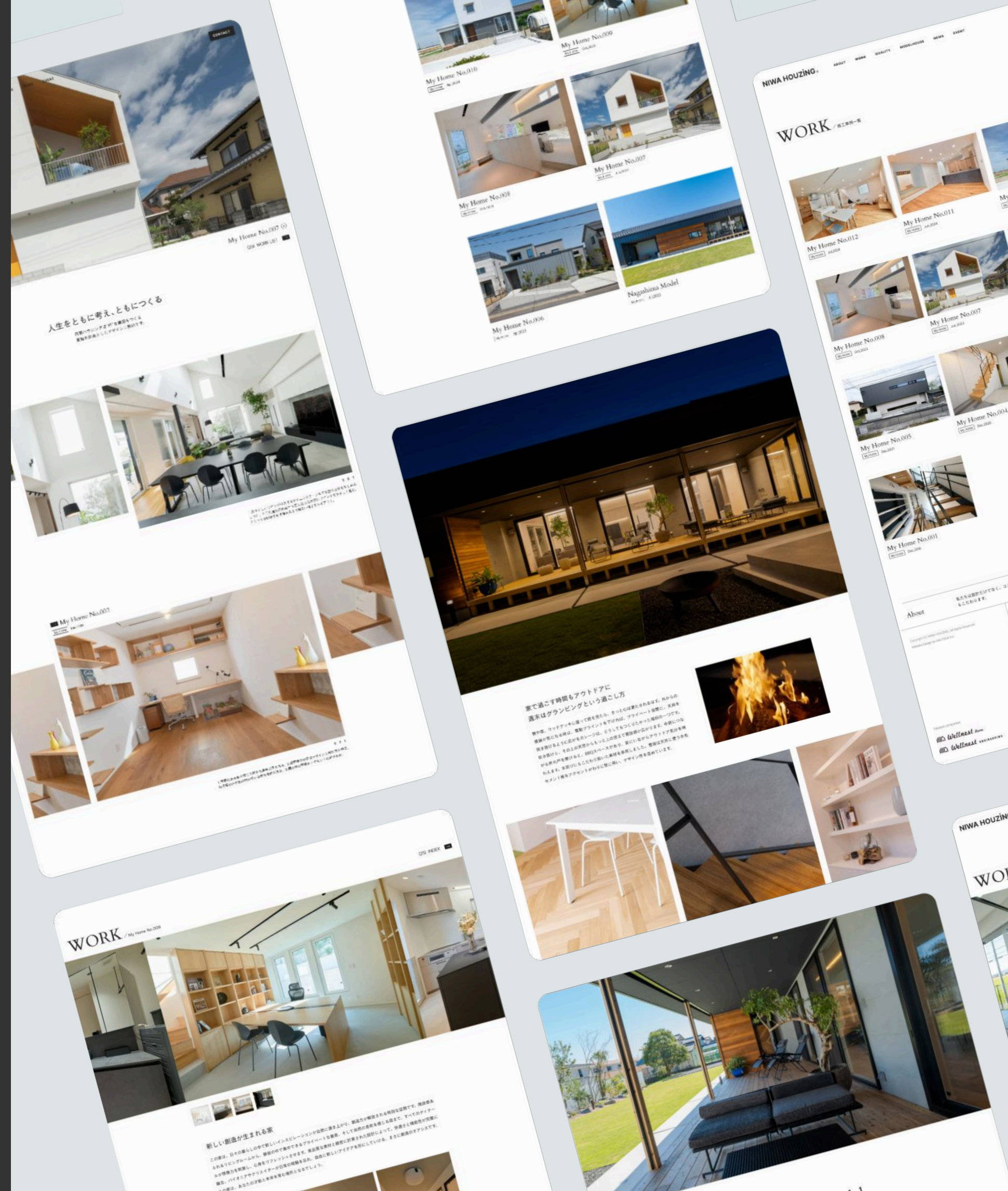
丹羽ハウジング

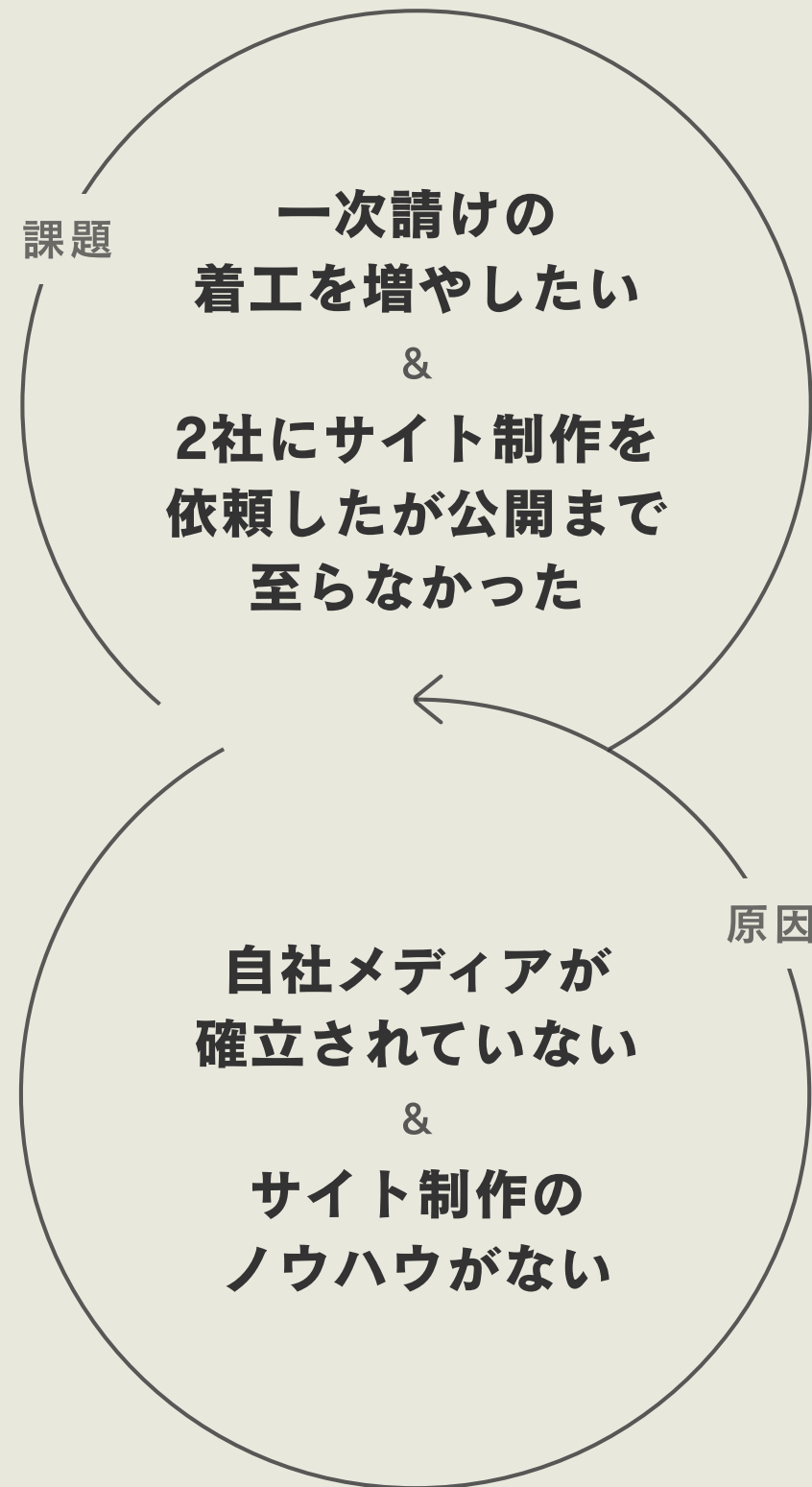
高価格帯のオリジナルの一戸建てモデルハウスへの
内覧を増やすことを目的に、ウェブサイトを制作しまし
た。

<https://niwahouzing.com/>

制作期間 _____ 約3ヶ月

担当 _____ WEB戦略設計 | 情報設計
デザイン | コーディング





この手

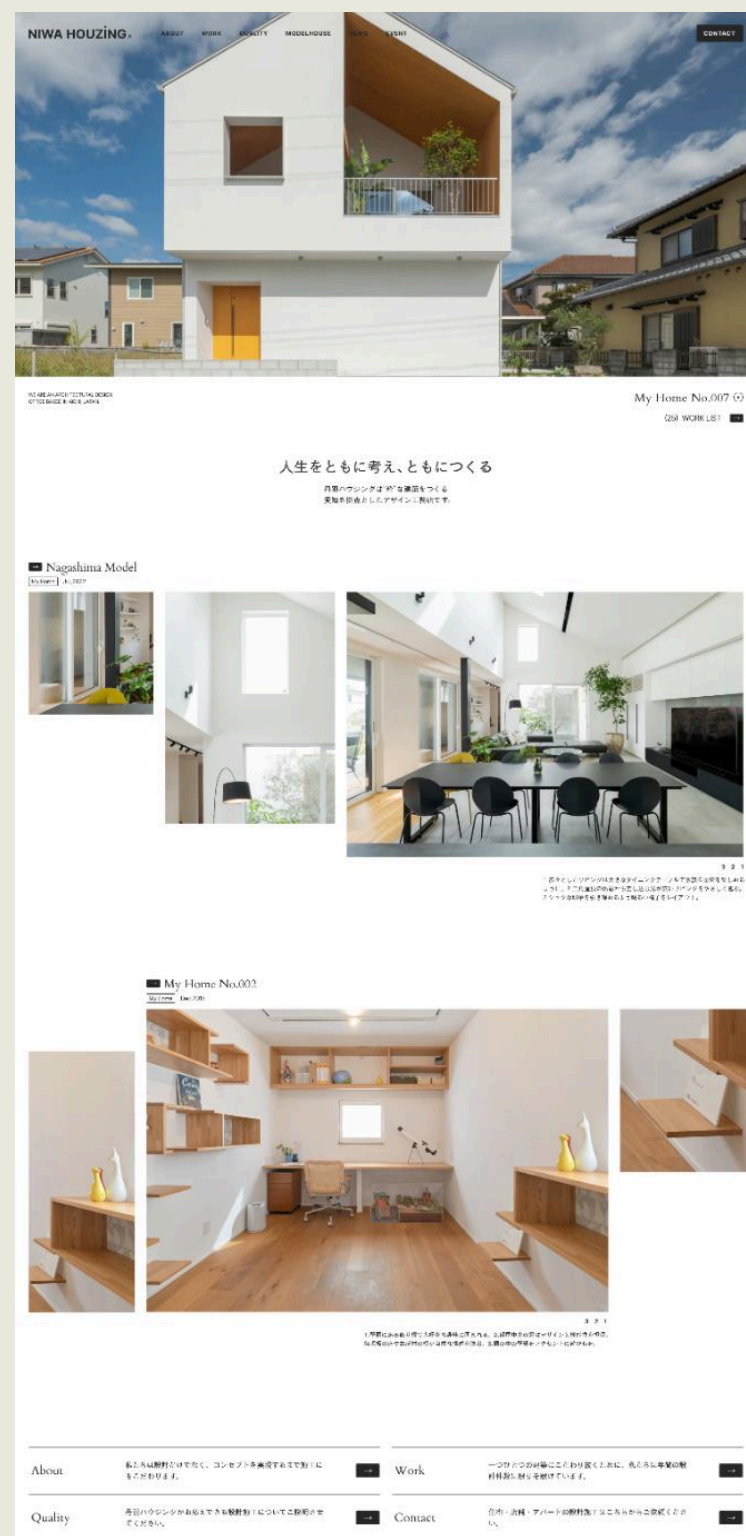
ターゲットとなる顧客像を捉え、
サイト全体のメッセージを統一

すでに愛知で人気の設計デザイン・工務店でしたが、4500万円あたりからの高価格帯のオリジナルの一戸建てということもあり、購入できるお客様の層は限定的です。

ターゲットとなる顧客の年収や趣味嗜好を捉えつつ、高価格帯の物件に対して「説明不足では内覧に至らないだろう」と、写真だけでなくしっかりと文章量ものせられるサイトへ。

また闇雲に問い合わせを増やすわけではなく、クオリティーに対する価値発信を、写真だけではなく、サイト全体のメッセージに置き換えることを意識しました。

PROJECT.06 | 設計デザイン・工務店のウェブサイト



緻密に計算されたデザインとアニメーションで粋なユーザー体験を実現。

デザインで与えたい印象は、シンプルで潔く粋であること。今回は3色しか使いませんでした。白1色、黒1色、ボーダーに使っているグレーのみの配色です。これにより白と黒がはっきりとコントラストを浮かび上がらせ、モノクロの中で建築実績が目立つと考えました。読み込み速度を高速化するために必要なHTML部分だけを読み込む特殊な作りをしています。これによりページ遷移がカクつくことなく、シームレスな閲覧体験を実現することができました。

PROJECT.07 | スタートアップ企業のブランディング

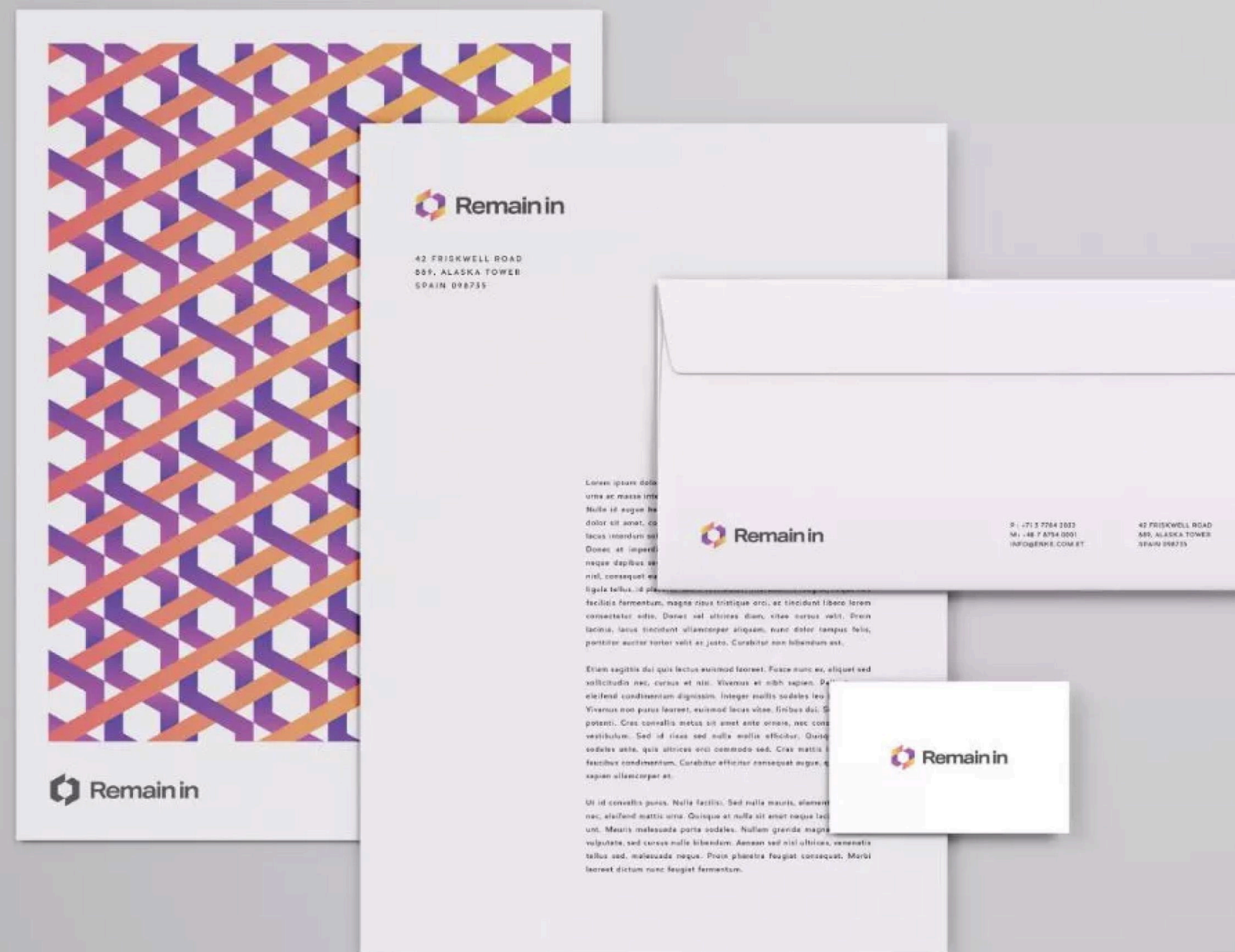
スタートアップ企業の デザインツール全種

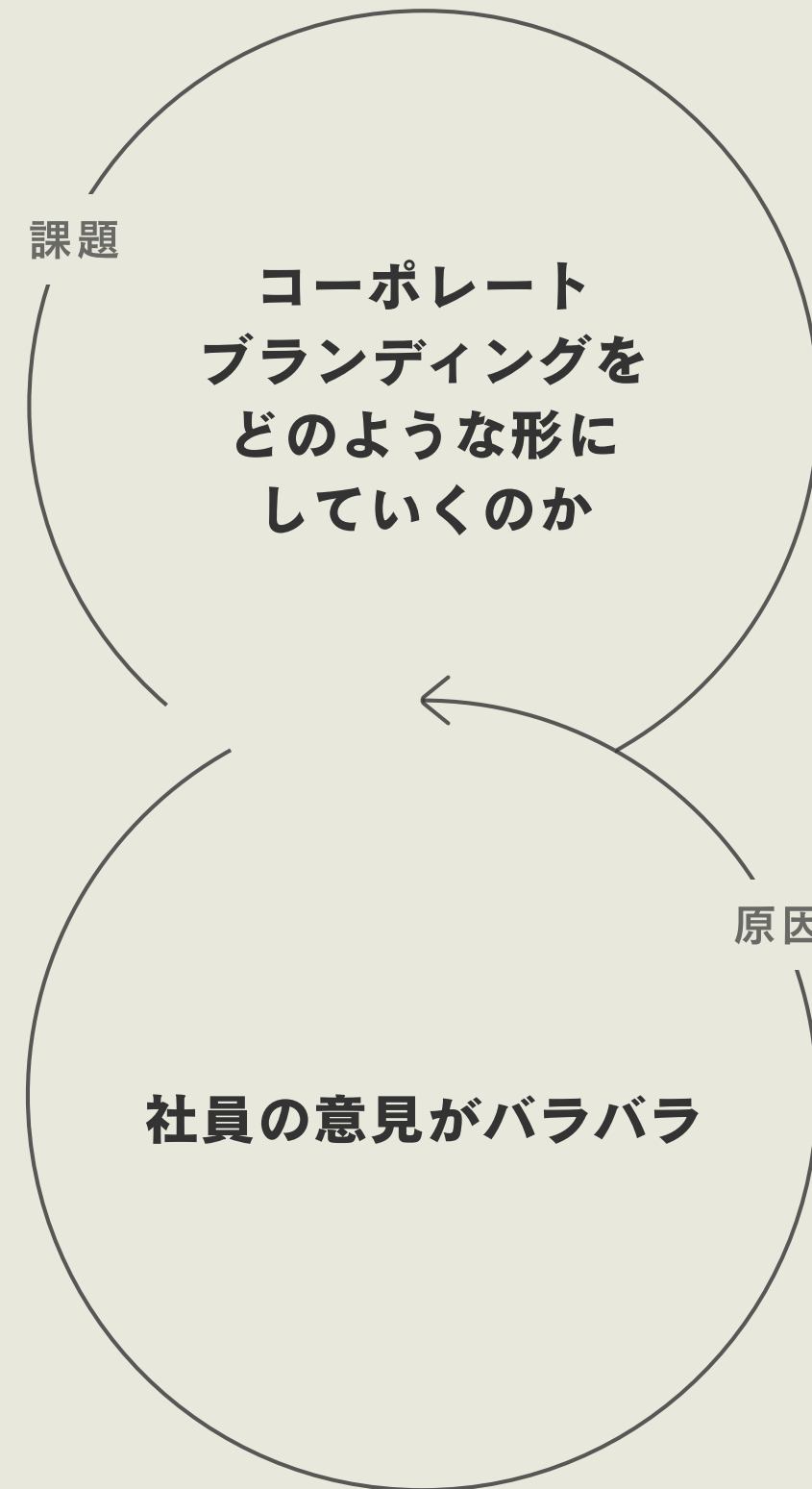
リメインイン

企業ステートメントをワークショップから導き出すところから始まり、ロゴやWebデザイン、カルチャーデッキの制作を行いました。弊社ではじっくりと繰り返しコミュニケーションを重ねることで、クライアント様の求めている本質の解像度を高めるお手伝いをさせていただきました。

<https://www.remain-in.com/>

制作期間 _____ 約9ヶ月
 担当 _____ CI/VI設計 | WEB戦略設計
 ロゴ、カルチャーデッキ制作
 コンテンツプランニング | 情報設計
 デザイン | コーディング | 写真撮影



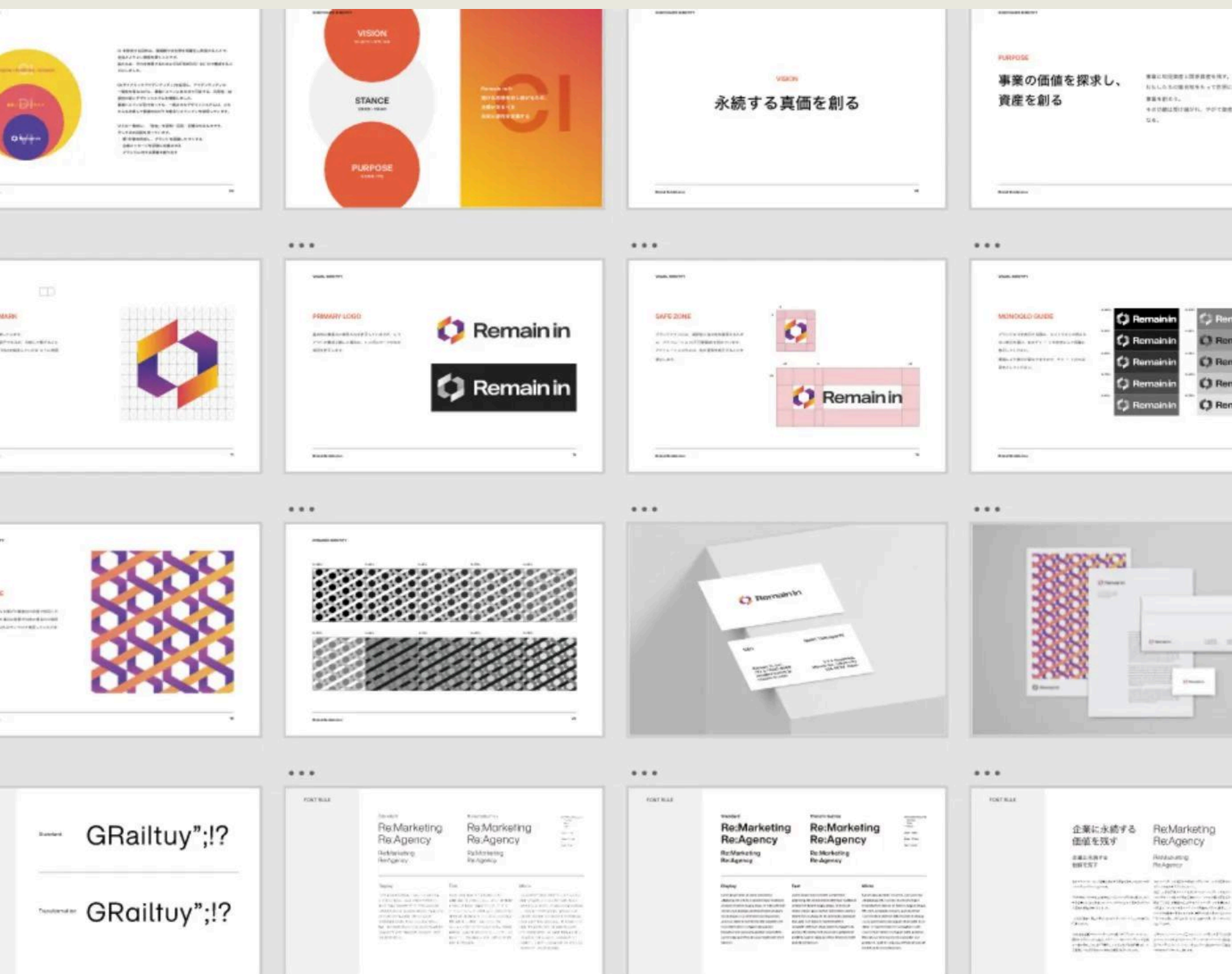


この手

ワークショップを通じて企業の
隠れている本質を導き出す

ワークショップを通じて企業ステートメントを導き出し、ロゴデザイン、Webデザイン、カルチャーデッキを制作。ロゴは「VISIONの“永続する真価”」を表現し、企業が大切にしている言葉をデザインに昇華しました。それらに続く行動指針を設計することで、採用するメンバーの基準を作りました。

PROJECT.07 | スタートアップ企業のブランディング



その他のロゴ案



コーポレートアイデンティティが定義されたことで、企業価値の伝達を促進。人材獲得にもつながりました。

企業ステートメントの策定、ロゴやWebデザインを通じて企業のアイデンティティを明確にし、外部に対する企業イメージを強化しました。これにより、企業の価値観やビジョンをより効果的に伝え、関係者や顧客とのコミュニケーションを促進しています。

また急激な成長を伴うスタートアップ企業において、価値観や文化をしっかりと発信したことで、人材採用にもつながりました。

PROJECT.08 | 建設業の採用サイト

求職者のニーズに応える 情報充実型採用サイト

日特建設

年々難しくなる新卒の採用に向けて、企業理念とマッチする採用サイトを制作。社員アンケートでも先輩社員の人が最後の決め手になって入社を決めた方が多いことがわかり、インタビューを敢行することで社員の想いを伝えました。

<https://www.nittoc.co.jp/2024recruit/>

制作期間 約4ヶ月

担当 WEB戦略設計 | コンテンツプランニング
情報設計 | デザイン | コーディング

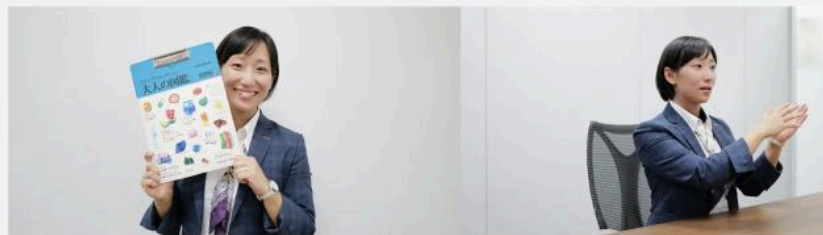


合理工学部地球資源環境学科

もの未来を、創る。

NO.06

NAGOYA



技術開発 / 地域環境科学部森林総合科学科

記憶に残るものを、創る。

INTERVIEW

LOCATION

NO.02

HEAD OFFICE



施工管理(海外) / 理工学研究科建設システム工学専攻

人を、創る。

INTERVIEW

NO.07



● CREATE THE FUTURE

未来を創る 日特の力

防災・災害時には日本全国で活躍しています。
国民のインフラを守り、あたりまえの日常を取り戻す一員となります。

北海道豪雨

東海集中豪雨

Q 就活生に一言メッセージ

「福んだり落ち込みたこともあると思いますが、弊
社に就いてリフレッシュしてください！」

「みなさんの人にも楽しんでもらいたいです！」

「ご質問が迅速に回答いたします！」

NITTOC

PHILOSOPHY
経営理念

→ 人事部メッセージ

→ 経営理念

→ 会社概要

→ サステナビリティ

MISSION

・ 使命

安全・安心な国土造りに
貢献する会社

VALUE

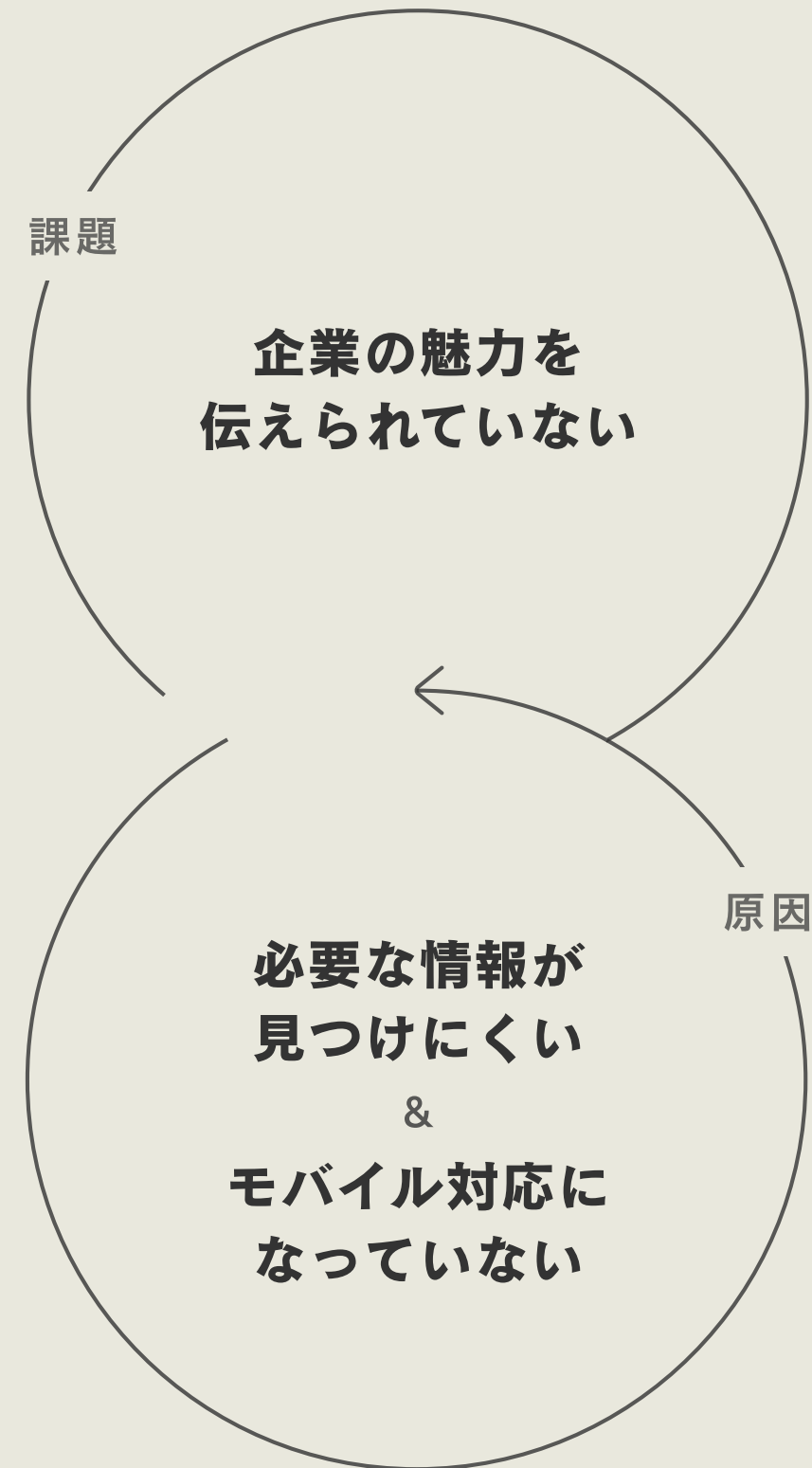
・ 価値観

基礎工事における総合技術力と効
率的な経営

VISION

・ あるべき姿

信頼される技術力に培われた、環
境・防災工事を主力とした基礎工
事のエキスパート



この手

企業文化やキャリアパス、社員
インタビューなど充実したコンテンツ

多くの求職者が移動中などに情報収集していることから、モバイル対応は必須です。情報構成の見直しを行い、求職者が必要な情報を迅速に見つけられるよう設計。また社員アンケートでも先輩社員の人柄が最後の決め手になった方が多いことから、インタビューを敢行することで社員の想いを伝えました。その他にも企業文化やキャリアパスなどコンテンツを充実させました。

PROJECT.08 | 建設業の採用サイト



● INTERVIEW

社員を知る
日特建設で働くメンバーの仕事内容や想い、1日のスケジュールなどを紹介します。社員それぞれのまっすぐな思いに、触れてみてください。

人々の暮らしを、創る。

これからの、創る。

記憶に残るものを、創る。

安心を、創る。

日特建設の未来を、創る。

絆を、創る。

子どもの未来を、創る。

人を、創る。

笑顔を、創る。

平穩を、創る。

交通の未来を、創る。

人間関係を、創る。

機能・情緒ともに求職者に届くサイトへ

内定者にアンケートをとったところ、「社員紹介ページで想いを知ることができてよかった」「業務内容や研修など就活中に気になる情報があるので不安が解消される」「デザインが見やすく印象にも残る」という意見があがり、機能・情緒ともに求職者に届くサイトになりました。個人投資家の方からも絶賛の声をいただいています。

PROJECT.09 | バスブランドのオウンドメディア

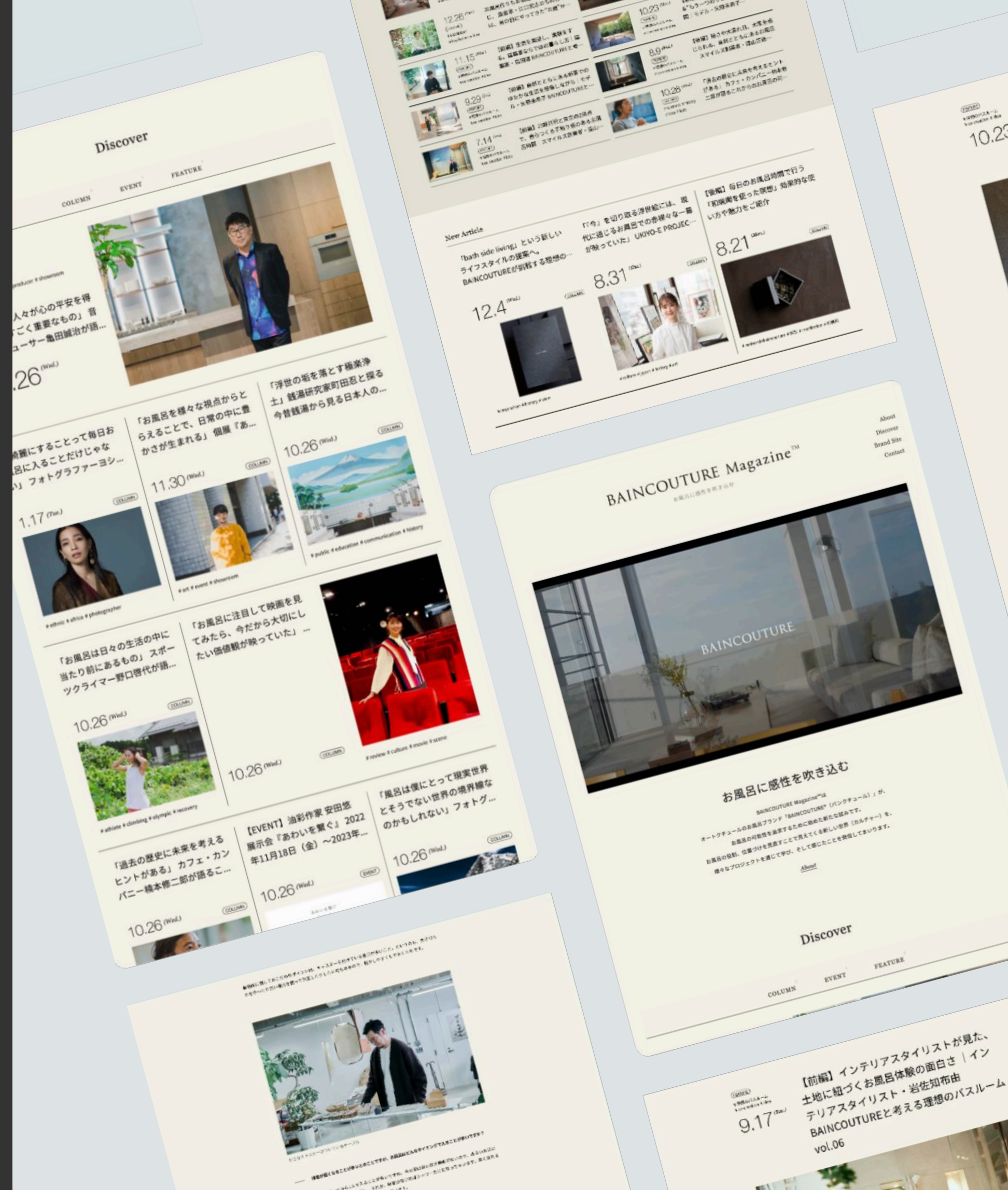
ブランドのトーンを 落とし込んだ オウンドメディアサイト

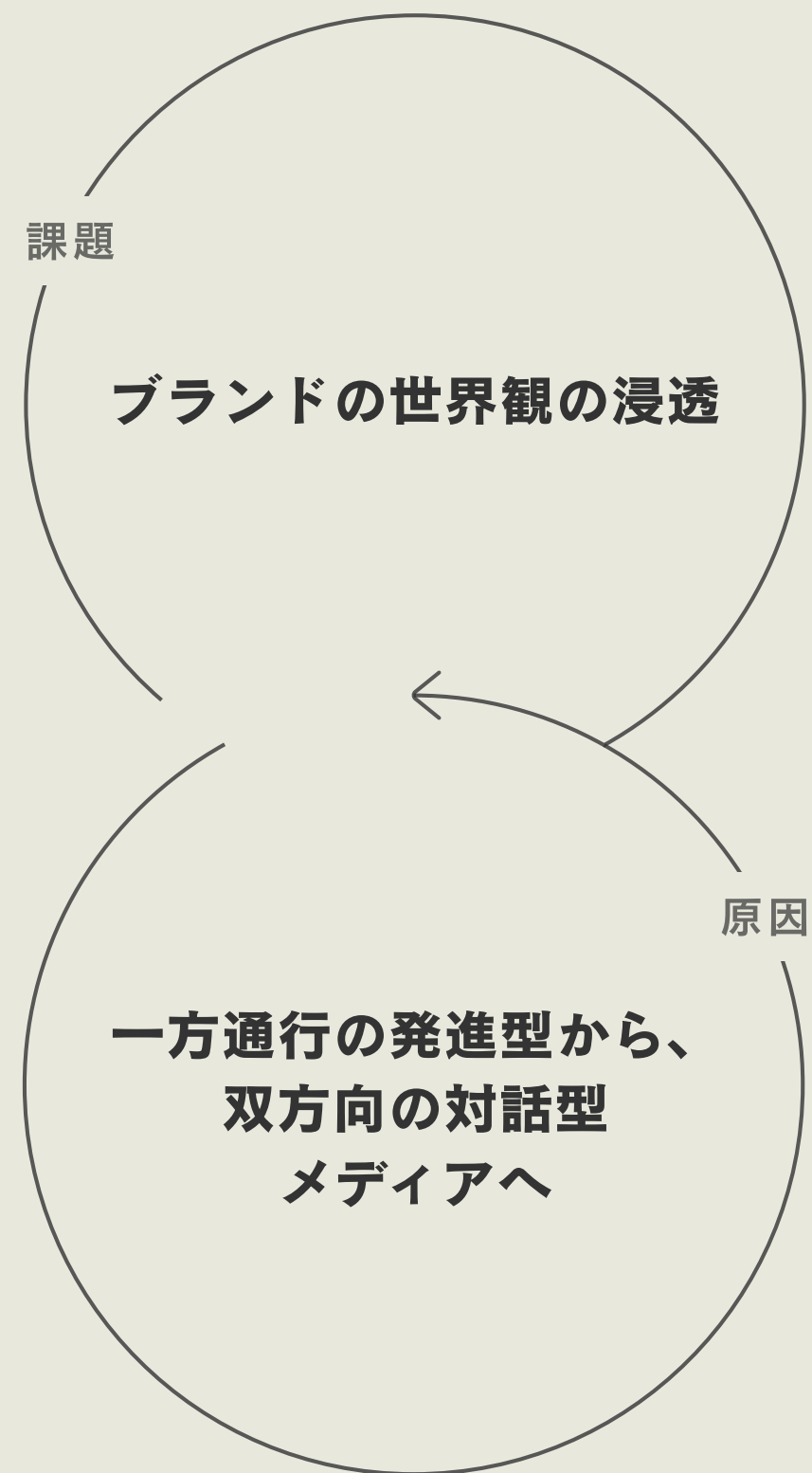
バンクチュール

「BAINCOUTURE」は、オートクチュールバスブランドであり、お風呂場のオートクチュール施工・コーディネートを専門としています。このプロジェクトでは、同ブランドのオウンドメディアのリリースを行いました。

<https://magazine.baincouture.jp/>

制作期間 _____ 約3ヶ月
担当 _____ デザイン



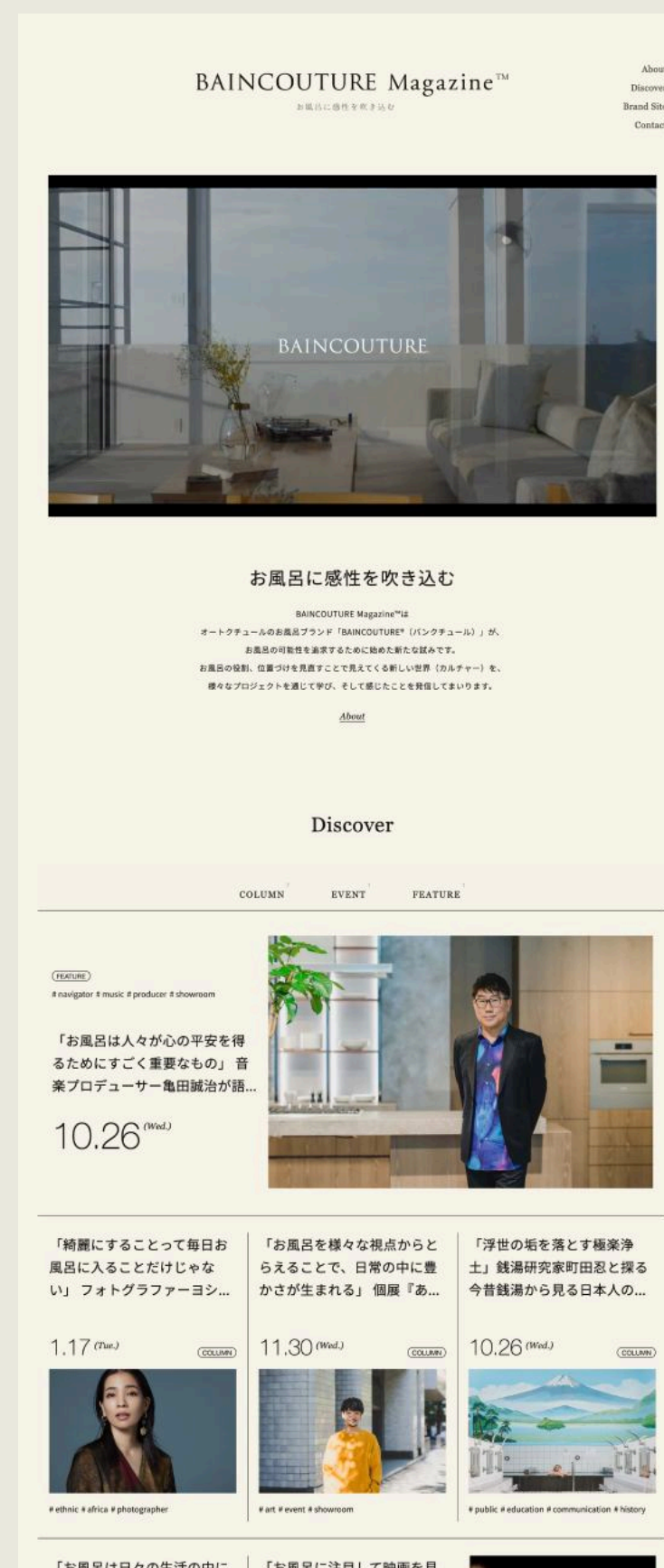


この手

ブランドのトーンを反映したデザイン

バスルームのオートクチュール設計において既に一定の認知度を確立していましたが、SNSを最初のタッチポイントとする潜在顧客に対してブランドの世界観を深く浸透させ、長期的な憧れを持ってもらう必要がありました。そのためにブランドの既存のトーンを維持しつつ、コンテンツが際立つようシンプルに設計。また、メディアとしての可読性を保ちつつ、更新性が良くなるように配慮しています。

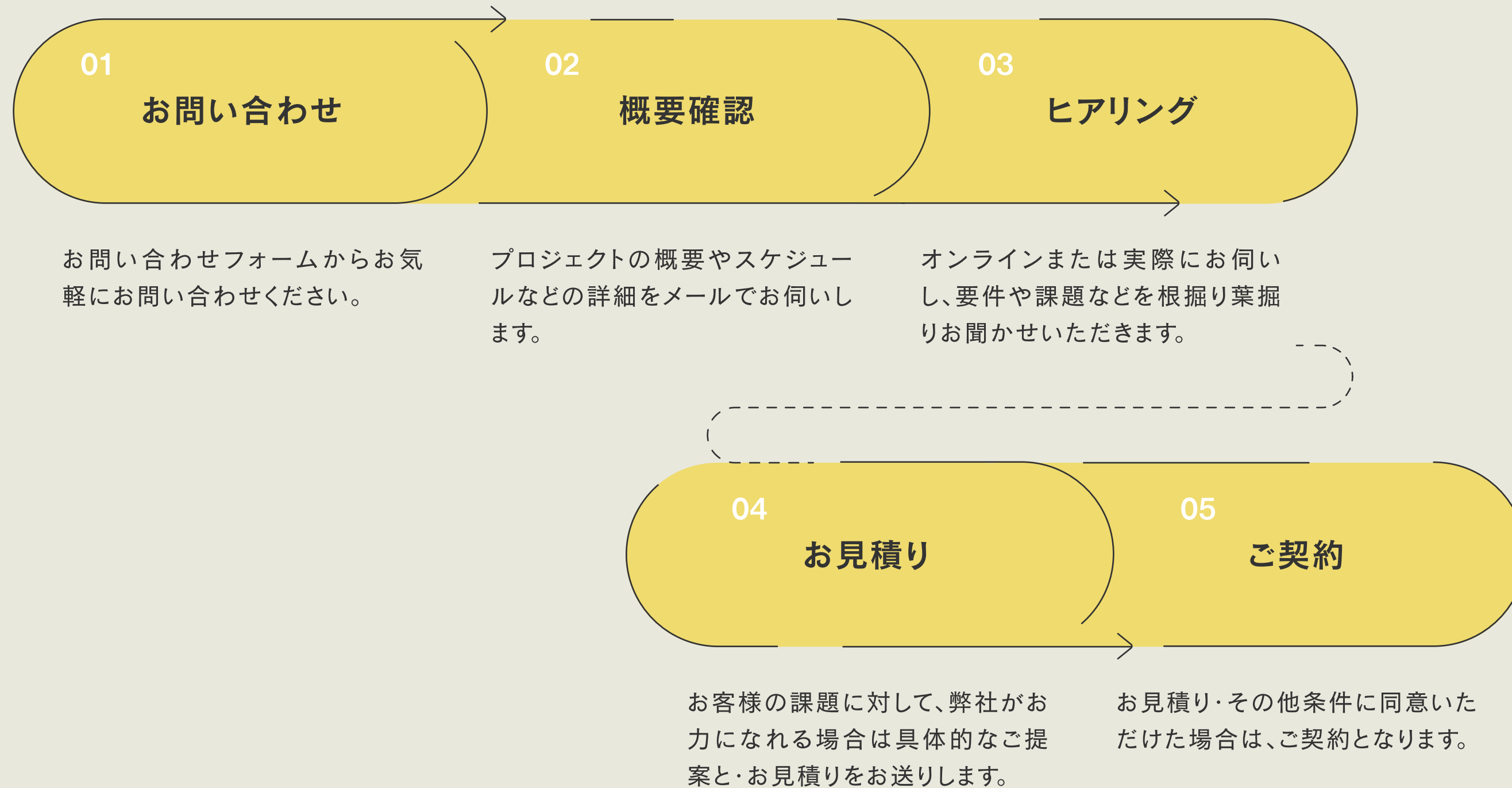
PROJECT.09 | バスブランドのオウンドメディア

世界観を反映したデザインで
ブランドの没入感が向上

シンプルかつブランドの世界観を反映したデザインにより、潜在顧客がブランドに深く没入し、長期的にブランドを憧れの対象とみなすようになることが期待されます。また、更新性を考慮したデザインにより、サイトのコンテンツを定期的に更新しやすくなり、訪問者に対して常に新鮮な情報を提供できるようになっています。

04 ご契約までの流れ

ご契約までの流れ



お見積もりについて

コーポレートサイト・
ブランドサイト制作

300万円～

- ・ WEBデザイン 200万円～
- ・ 写真撮影 30万円～
- ・ ライティング 10万円～
- ・ コーディング 60万円～
- ・ ディレクション(進行管理) 120万円～

ブランドデザイン
制作一式

500万円～

- ・ MVV策定/ブランドルール 200万円～
- ・ WEBデザイン 200万円～
- ・ グラフィックデザイン 30万円～
- ・ 写真撮影 30万円～
- ・ ロゴデザイン 40万円～
- ・ コーディング 60万円～
- ・ ディレクション(進行管理) 120万円～

参考価格です。プロジェクトの内容・対応範囲によって異なります。
ヒアリング後、ご予算やご要望に合わせてご提案しますのでお気軽にご相談ください。

よくあるご質問

Q 契約前にデザインを
提案いただくことは可能ですか？

おおまかなデザインの方向性をご提案することは可能です。コンペを実施される場合は、デザイン費を頂戴することがあります。

Q 制作にどれくらいの
期間が必要ですか？

平均的に4-6ヶ月になることが多いです。ですが費用と同様にプロジェクトにより大きく異なりますので、まずはお気軽にお問い合わせください。

Q アルテガに
依頼できないことはありますか？

安く、早く、指示した通りに、というご依頼には添えない可能性があります。あくまでパートナーとして、お客様のお悩みを解決することに尽力します。

Q 具体的に何をつくるかまでは明確になって
いないのですが、アイデア段階から相談
できますか？

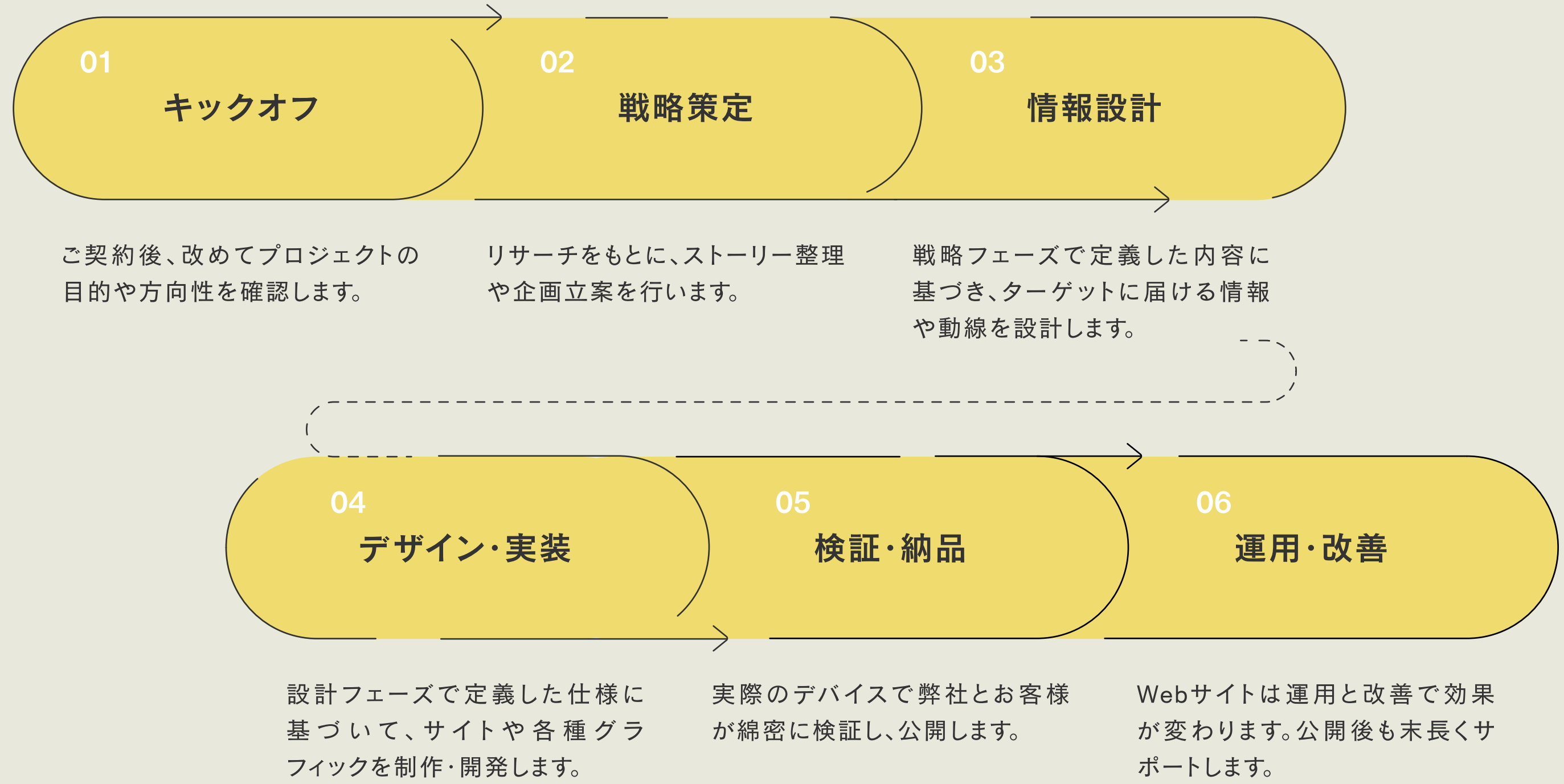
大丈夫です。お気軽にご相談ください。

Q 他社がアルテガを
選ぶ理由はなんですか？

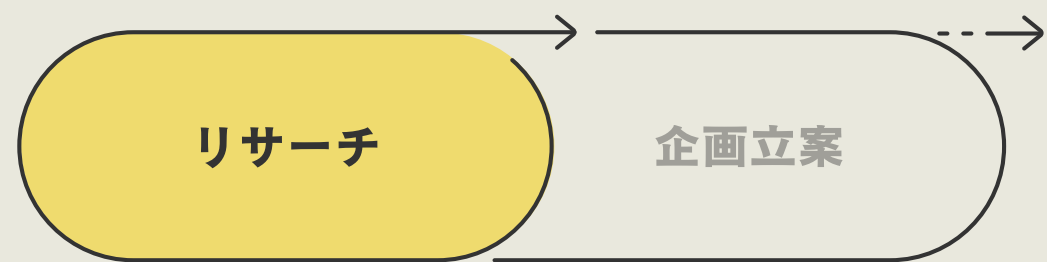
使いやすいウェブサイトやブランディングを一貫して任せたい方、リッチなアニメーションを求められる方が多いです。

05 制作の流れ

制作の流れ



まずは現状を知ることから。



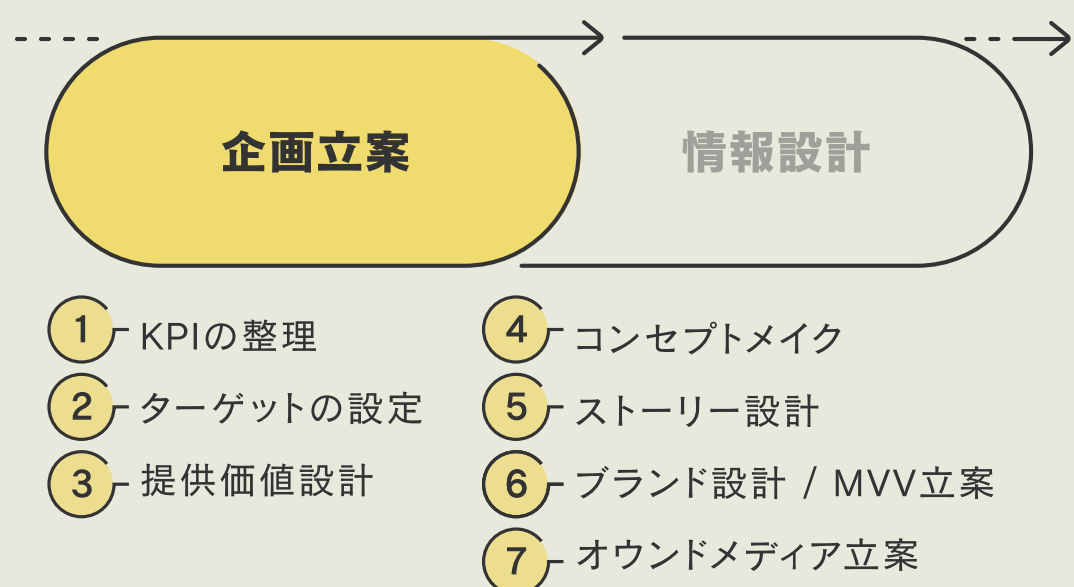
- ① ヒアリング
- ② ワークショップ
- ③ 競合分析
- ④ アナリティクス解析
- ⑤ 市場分析
- ⑥ トレンド分析

ヒアリングに最も時間をかけます。

ご依頼主の置かれているビジネス領域や背景がわからないままに、制作を始めることはできません。ヒアリングシートを元に細かくお伺いし、どのようにアプローチすれば課題を解決することができるかを分析します。まだまとまっていない複数人の意見を整理する必要がある場合は、それを引き出すためのワークショップを実施します。

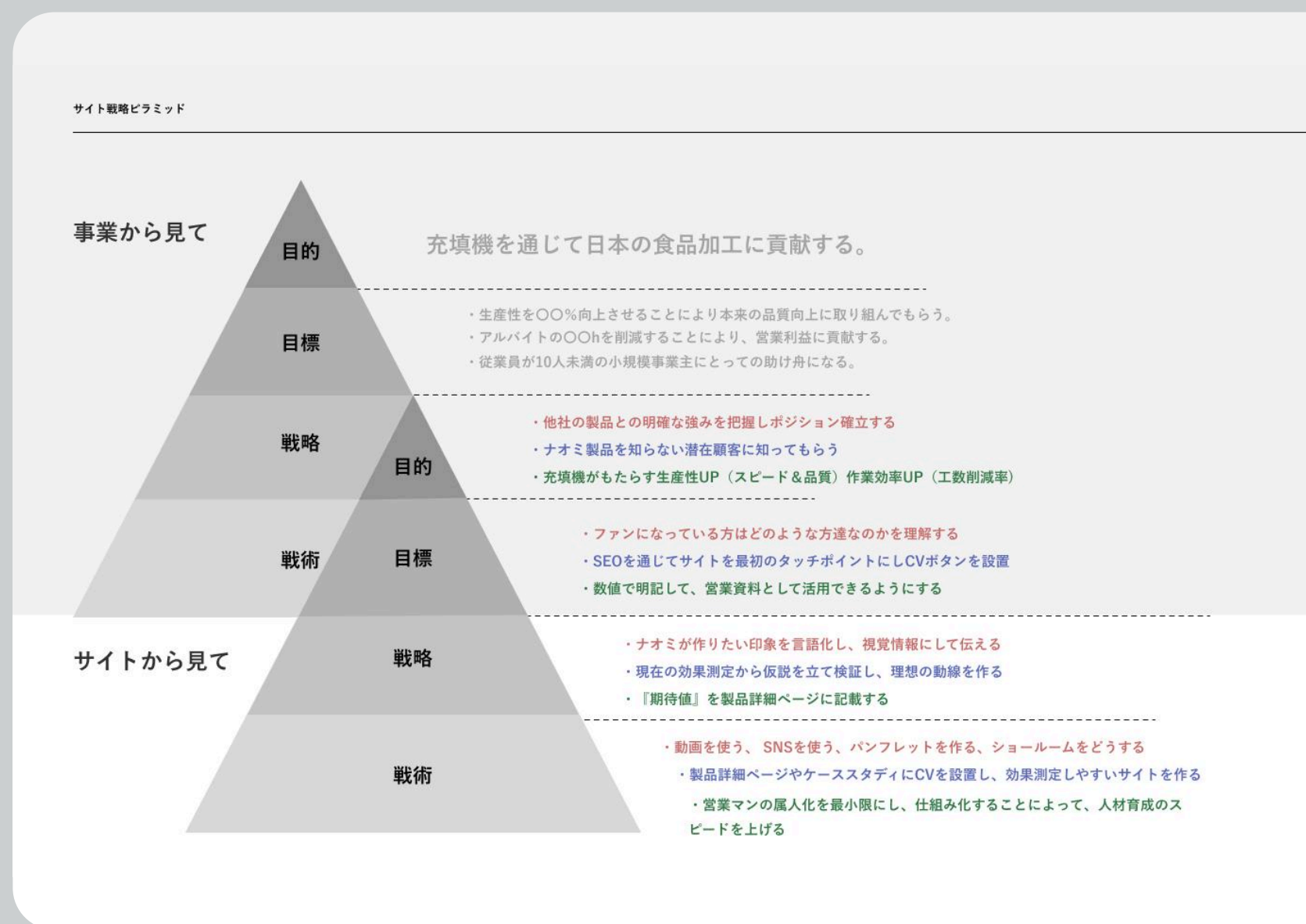
質問			回答
カテゴリー	ヒアリング内容	狙い	
1	ブランド 〇〇を通じて実現したい未来を教えてください。 例：〇〇を通じてみんながHAPPYになってほしいなど。	ビジョンの把握	
2	ブランド その未来への実現のために、取り組んでいる事柄を教えてください。	ミッションの把握	
3	ブランド その取組内容で、大切にしている想いや方針がございましたらご共有ください。	バリューの把握	
4	ブランド 商品ではなく、「ブランド」としてこれだけは伝えたい内容を教えてください。	注力すべきコンテンツの把握	
5	ブランド 今後、お客様に「こう思われたい」理想像をご共有ください。 ※一番上の質問項目が企業目線なのに対して、こちらは顧客目線の回答をお願いします。	ブランドイメージの把握	
6	戦略 PRやデジタル、口コミなど現在の商品を販売するためにしている施策を優先度の高い順から列挙ください。	現状マーケティング施策の把握	
7	戦略 今後実施される予定、強化する予定の施策がございましたらご共有くださいませ。	今後のマーケティング施策の把握	
8	プロダクト 〇〇を作られた背景や想いを教えてください。	ブランドに込められた思いの把握	
9	プロダクト パッケージへの想いやこだわりについて教えてください。	商品に込められた思いの把握	
10	プロダクト 〇〇の各商品で、これだけは伝えたい内容を教えてください。	商品コンセプトの把握	
11	市場・競合 ブランドの想定される競合を教えてください。	競合把握	
12	市場・競合 その競合と競合優位性と感じられているポイントを教えてください。	競合優位性の把握	
13	市場・競合 逆に競合のこの点においては優位性を発揮できないポイントを教えてください。	競争劣位性の把握	
14	市場・競合 目指している、または尊敬しているブランドがあれば教えてください。	将来的確立すべきビジョンの把握	
15	市場・競合 その理由について、具体的に教えてください。	将来的確立すべきビジョンの把握	
16	ターゲット・理想的顧客像 獲得したい、今後お付き合いのしたい顧客像を教えてください。	理想的ターゲットの把握	
17	ターゲット・理想的顧客像 現在購買されており、愛着を感じていただいているターゲット（ペルソナではなく利用者像）をご共有くださいませ。	現状ターゲットの把握 ※定性的	
18	ターゲット・理想的顧客像 その他実購買データについてご共有くださいませ。 ※性別、年齢層、職業、地域、年収、家族構成、ペットの有無、趣味、嗜好、生活スタイル	現状顧客の把握	

目的をたて、必要な企画案をご提案します。

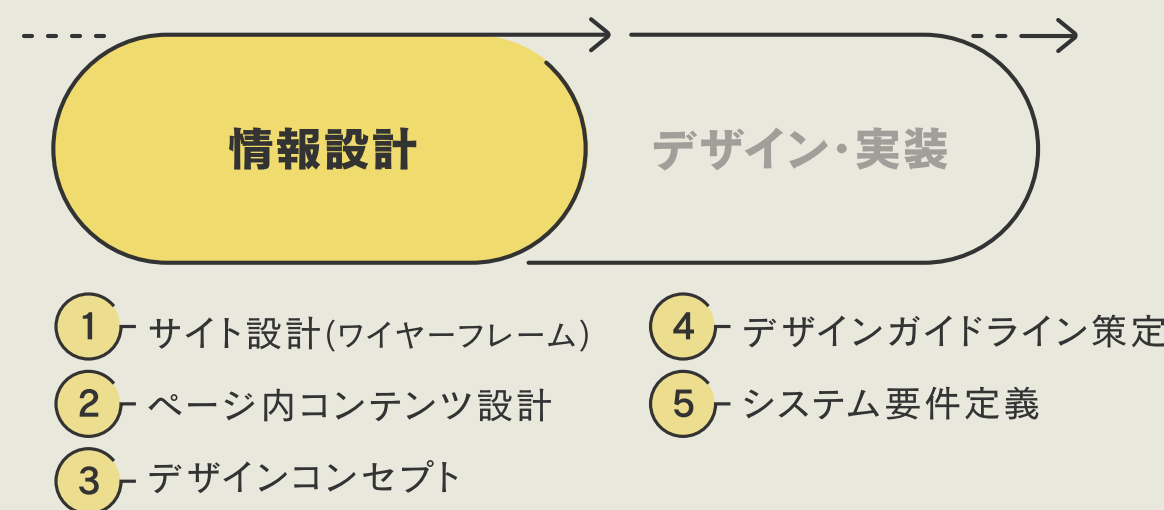


あの手この手で解決策を。

目的や目標・ターゲットなどを設定し、課題にアプローチする方法をご提案します。サイトのゴール設定はとても難しいですが、ゴールを決めずにサイトをつくるのはかなり無謀です。PVやお問い合わせ数、売上などを指標とし、サイトで効果測定ができない場合は遷移させたいページへ連れて行けたPV数を測ります。

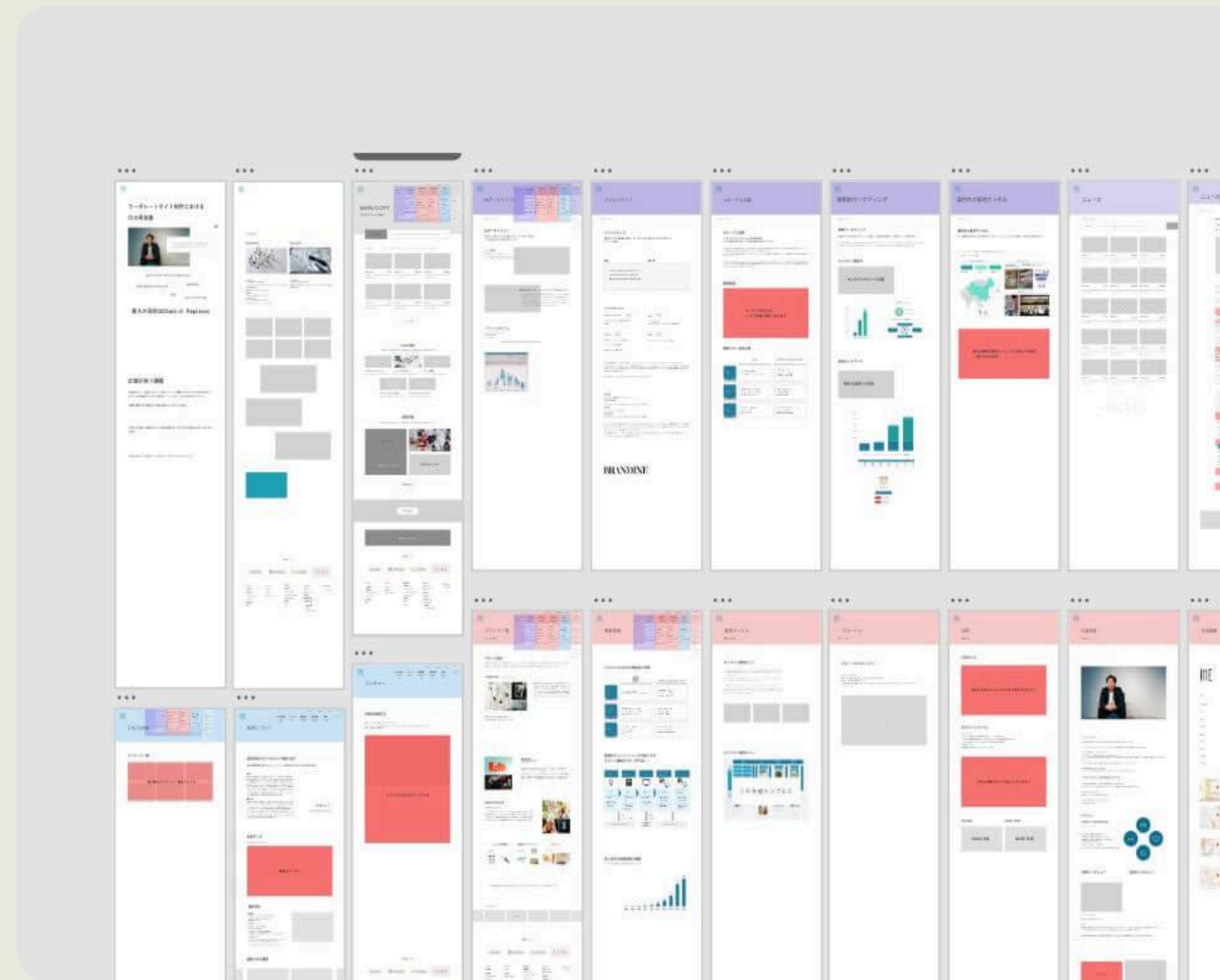


情報の動線を設計します。

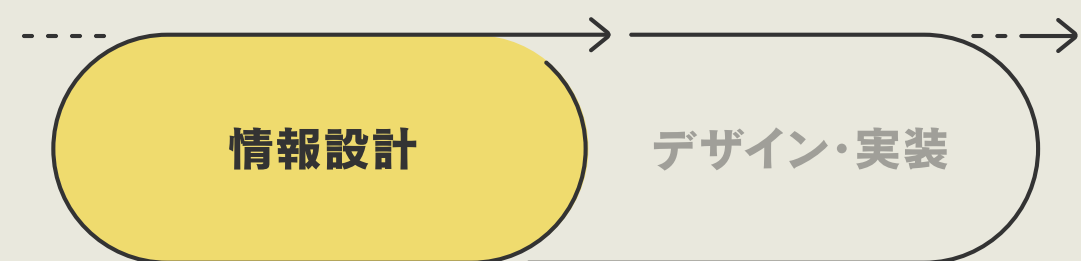


閲覧者にとって親切なサイトを目指して。

どのようなページ導線を辿れば閲覧者が一番満足度が高い状態になるか、有益な情報を正しく伝える動線を設計します。回遊導線を明確にすることは、閲覧者にとって親切かつ依頼主にとっても使い勝手のいいサイトにするために特に大切なプロセスです。



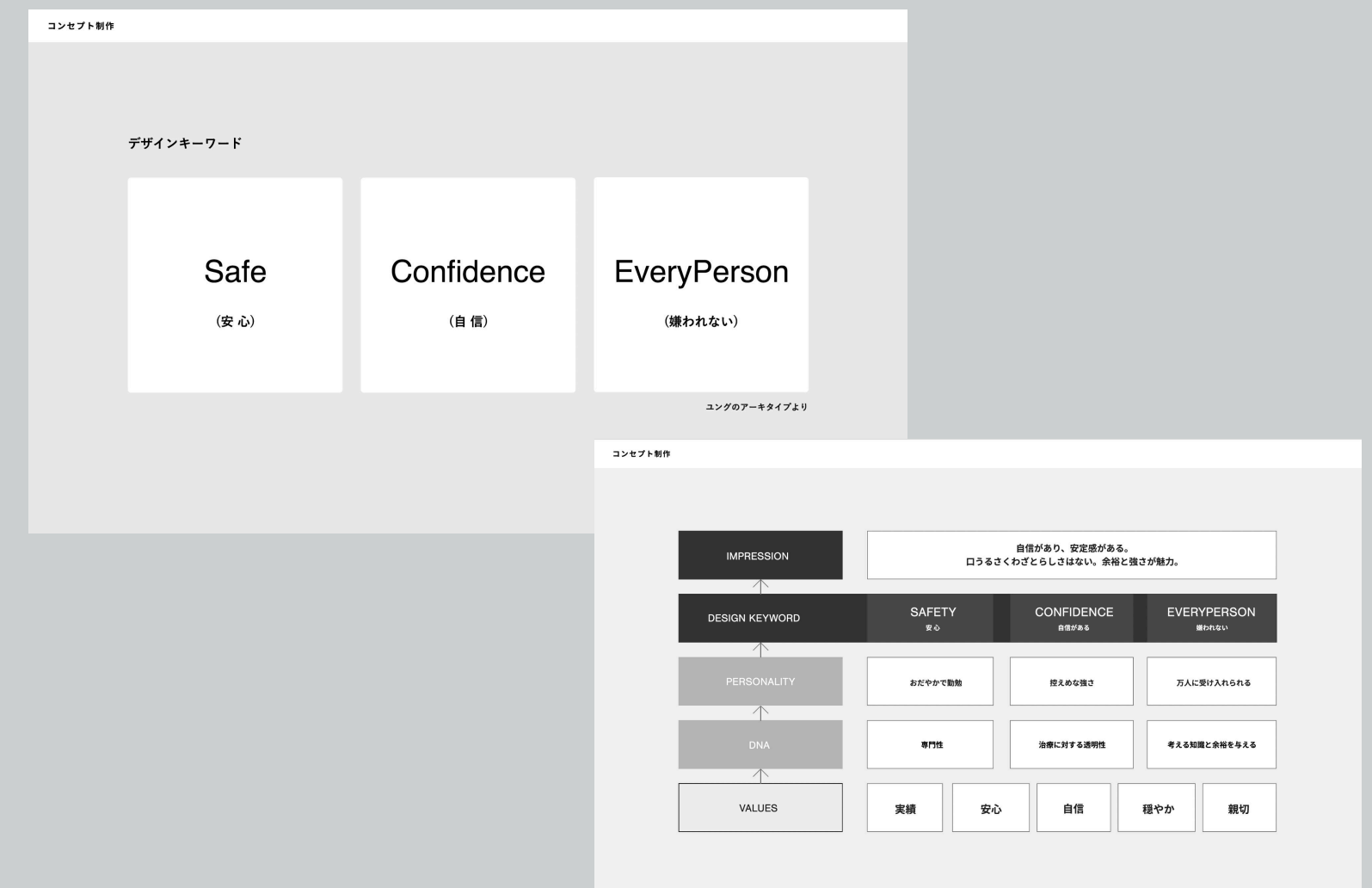
デザインの コンセプトを決めます。



- ① サイト設計(ワイヤーフレーム)
- ② ページ内コンテンツ設計
- ③ デザインコンセプト
- ④ デザインガイドライン策定
- ⑤ システム要件定義

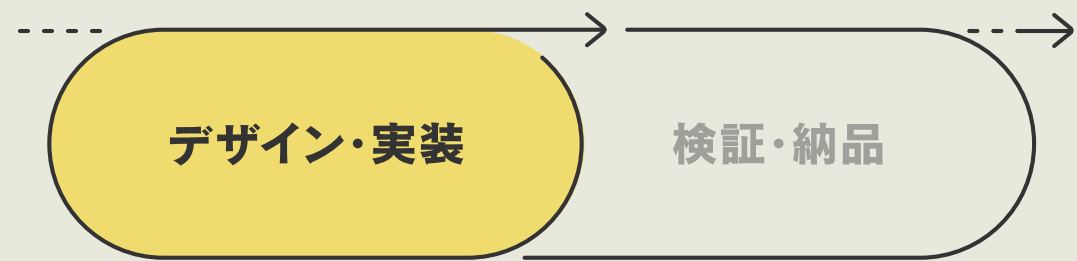
企業やブランドのイメージを言語化し、 デザイン全体を貫くキーワードをさだめます。

伝えたい印象などをもとにデザインのキーワードを設定したら、さらにブランドの人格を12種類に定義した「ブランド・アーキタイプ」*のフレームワークをつかって、イメージの認識を高めていきます。このイメージの共通認識が社内で整理されると、部署を横断して一つの軸が生まれ、デザインのズレを減らすことができます。



*ブランド・アーキタイプは「純粹」「自由」などのさまざまな印象のキーワードを12種類の人格に分けて視覚化した、ブランドの印象の軸を固めていくためによく使用される理論です。

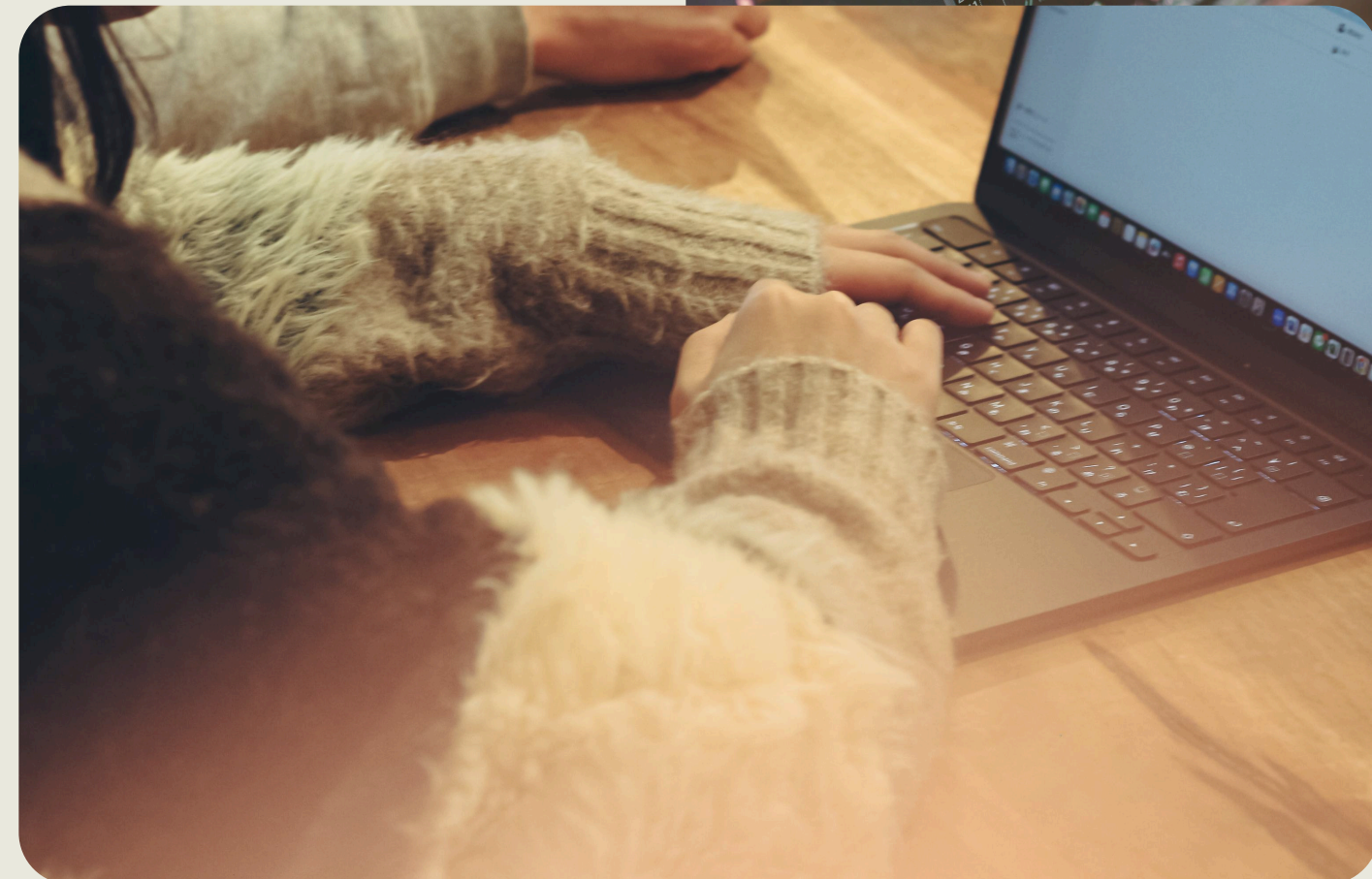
デザイン・実装します。



- ① コピー制作
- ② ライティング
- ③ 写真撮影
- ④ デザイン制作
- ⑤ コーディング

サービスやプロダクトの魅力をありのままに表現。

実際にデザインツールをつかってデザインを作ります。同時に撮影や取材を行い、デザイン素材を集めます。弊社に寄せられるご相談の多くは「ターゲットに自社サービスの魅力を上手く伝えられない」ことです。この期待にお応えするために、表現したい強みを「らしさ」としてビジュアルで表現します。



検証を繰り返し、納品します。

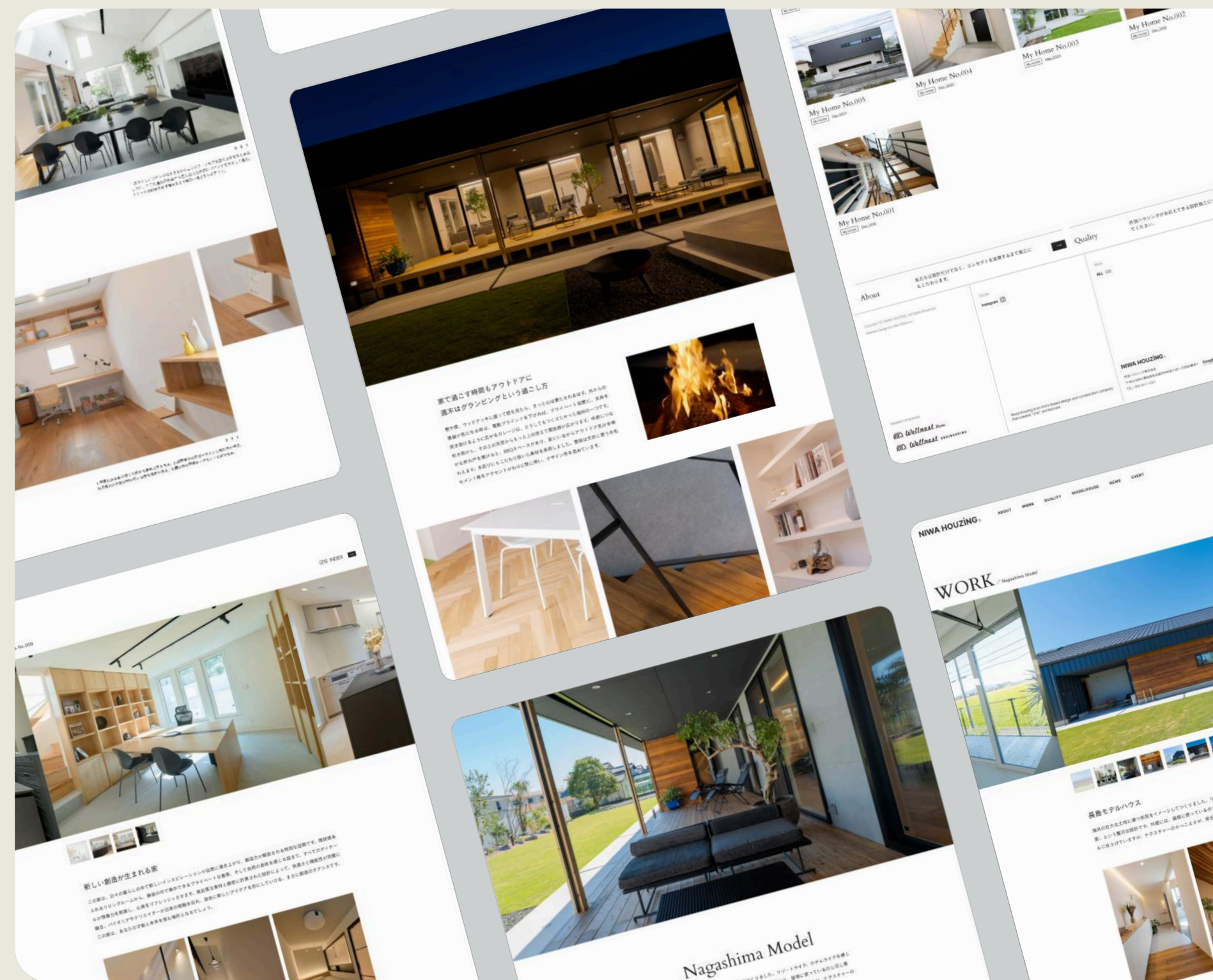


- ① デバイスでの確認
- ② ライティング校正
- ③ 納品

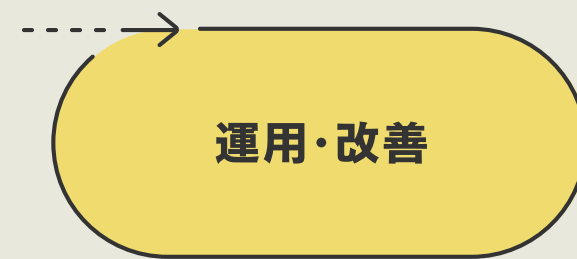
より良いものへとブラッシュアップ。

デバイスでの確認やお問い合わせフォームが届いているかなどを確認しながら修正を繰り返し、納品します。サイトの制作はここまでで一旦ひと段落です。

パンフレットなどの紙媒体は校正を複数回重ねたのちに、印刷所へ入稿します。



サイトのパフォーマンスを改善していきます。



SEOコンサルティングのプロ「COUNTER」と連携したSEO対策サービス。

保守運用では、アナリティクスを分析し、サイトへの流入を向上させる改善策などをご提案します。具体的にはキーワードの検索順位・検索ボリュームの洗い出し、titleタグの重複、サイト表示速度など、SEOを考慮した改善策やメディアコンテンツなどをプランニングします。デジタルマーケティングを中心に実績を持つCOUNTER株式会社をパートナーとして、より効果性の高い運用サービスを提供することができます。

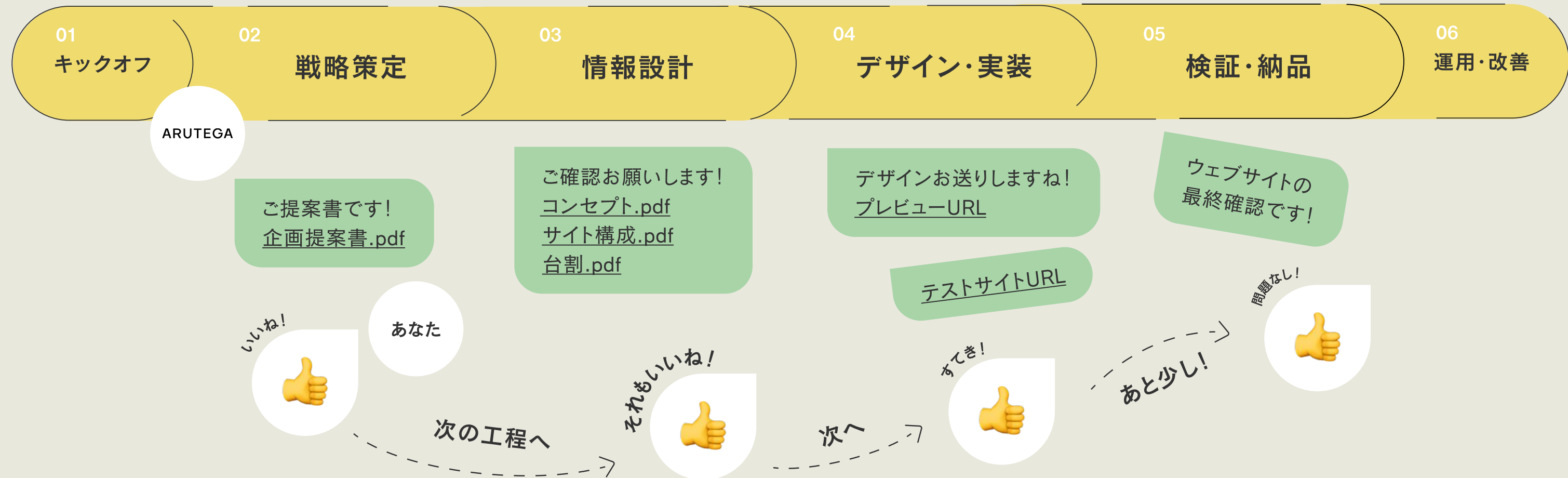
某注文住宅会社



SEO表示回数データ



制作の流れ | お約束



**制作の各工程で、方向性の合意を
いただいたうえで次へと進みます。**

これまでご紹介したどの工程も、ご依頼主の協力なしに目的を達成することはできません。ARUTEGAでは、スケジュールを守るため、時にしつこいぐらい確認作業をお願いすることがあります。

また工程を跨いだ大幅な修正は、追加の作業費用が発生します。ご納得いかないところは、次へと進む前に遠慮なくぶつけてください。

06 会社情報

会社情報



COMPANY

株式会社アルテガ (ARUTEGA Inc.)

FOUNDER

平尾 誠

HEAD OFFICE

大阪府堺市南区赤坂台4-3-8

BRANCHES

鹿児島奄美市笠利町大字万屋1249番地2

CONTACT

info@arutega.jp

BUSINESS

企業ステートメントの策定
WEBサイト制作
販促物・グラフィックデザイン
コミュニケーションデザイン
メディア制作・コンテンツ企画

メンバー



Makoto Hirao

代表取締役/プロデューサー

主にコーポレートブランディングやブランドサイト制作においてクリエイティブディレクションを担当。CIの策定からデザイン・開発までを牽引しMVVを策定する。青山学院ワークショップデザイン41期修了。



Norio Ozaki

アートディレクター

グラフィックデザインを得意とするアートディレクター。ドイツでフリーランスとして活躍後、日本へ帰国。GAを分析したサイト改善レポートを基に、上流から検証したブランドディレクションを行う。



Yoki Sakamoto

アカウントプランナー

アカウントプランニング・ディレクションを担当。ブランドの価値を上げる企画・提案・戦略設計までを行い、公開後も成果が上がるよう伴走する。多様な与件をなんとかする人。



Haruna Takeda

エンジニア

JavaScriptを中心としたモダン開発が得意。WordPressからJamstackによる実装まで幅広く担当。新しい技術に明るく、Web開発における品質管理を担う。



Mizuki Kinoshita

デザイナー

Webデザイン・コンテンツディレクションを行う。分析力と問題提起能力に定評があり、使い勝手を最大限まで考慮したUI作成を得意とする。



Shizuka Tojima

デザイナー

グラフィックデザイン、SNS運用の経験が豊富でブランド戦略の首尾一貫を担当。視覚化表現に対して多様な分析から、ブランドを考え抜く。

07 お問い合わせ

お問い合わせ

あの手この手がある

まだ言語化できないような抽象的なお悩みから具体的なご相談まで、
下記URLまたは右のQRコードからお気軽にご連絡ください。

<https://arutega.jp/contact/>



ARUTEGA