

法人様向けに、紙版のメソドロジーガイドも配布しています。
公式サイト「相談する」フォームから、
法人名、部署名、宛先、氏名をご登録ください。

the
Tandem

夫婦による、人生を良くするデザインファーム

公式Webサイト: <http://the-tandem.com>

※ご相談・お問い合わせは、こちらから

ことばとデザインによる、
人生&経営を良くするメソドロジーガイド

2017 ver



the
Tandem

the Tandem [ザタンデム]は、
アートディレクター松永ひろの、
コピーライター銭谷侑。
夫婦で経営しているデザインファームです。
「人の幸せにつながること」を大切に、
商品・サービス・企業のブランド開発、
コミュニケーションプランニングなどを
行っています。また、自社による
プロダクトやサービスも展開しています。

銭谷 侑

コピーライター / 戦略コンサルタント

電通でコピーライター/戦略プランナー
として8年間働いたのち、the Tandem
として独立。また複数の事業会社に
属して働く、パラレルキャリアを実践中。
ことばの技術を活かした、商品・サー
ビス開発を得意とする。ブログメディア
「圏外コピーライター」を執筆中。

松永 ひろの

代表 / アートディレクター / イラストレーター

電通でアートディレクターとして7年間
働いたのち、2017年、the Tandemの
代表として独立。売上やブランドに
貢献する、機能的なデザインを得意と
する。また個人活動として、イラスト
レーターの仕事も行っている。

主な受賞歴：TCC新人賞、CCN賞、FCC賞、新聞広告賞、朝日広告賞、日経広告賞、
JPMプランニング賞、宣伝会議賞、販促会議賞。その他、ONE SHOW、カンヌライオンズ、
ロンドンインターナショナルアワード、アドフェストなど、海外広告賞でも受賞多数。

the Tandemの3領域でのメソドロジー

BRAND DIRECTION

**企業・商品・サービスの存在意義
[人の人生と、企業の経営を良くする存在意義]を
言い当て、そのブランドのあるべき未来をつくります。**

[the Tandemの独自ポイント]

銭谷の「コピーライティングの技術×複数の事業会社で経営に携わる経験」を
活かし、生活者視点×経営視点で、ブランドの存在意義を開発します。

DESIGN DIRECTION

**そのブランドの未来を体現するための
デザインルールを開発します。**

[the Tandemの独自ポイント]

「商品、サービス、広告・販促物、店頭」などを、機能させるデザインルールを
開発します。アートディレクションのみを担当することもあれば、
デザイン制作まで携わることも。案件に応じて、外部のデザイナーや
アーティストと組むなど、チーム編成も柔軟に対応しています。

COMMUNICATION DIRECTION

**そのブランドを世の中に広げ機能させる
コミュニケーションプランニングを行います。**

[the Tandemの独自ポイント]

「グラフィック、ムービー、イベント、Webキャンペーン、PR」など、
目的ベースで手段を問わないコミュニケーションプランニングを行います。

「人の人生&企業の経営を良くする」を実現

※3つの領域を一括して担当することもあれば、その案件に応じて、部分的に担うこともあります。

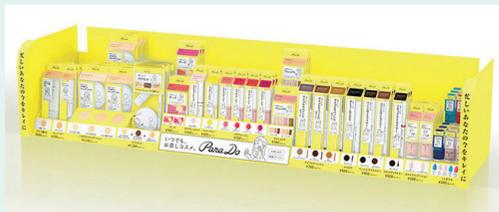
新しいコスメ文化をつくる

「お直しコスメ Para Do」

【商品のリブランディング】

client: パラドゥ株式会社・(セブン-イレブン・ジャパン株式会社)

[2017年4月発売]



セブン-イレブン専売コスメ「ParaDo」のリニューアル案件。

単に表層的なデザインを変更するのではなく「お直しコスメ」という

新しいコスメジャンルをつくることを提案し、ブランドの存在意義からリニューアルした。

BRAND DIRECTION

リニューアル前のParaDoの価値



リニューアル後のParaDoの価値



女性が化粧ポーチを忘れたときに緊急買いするコスメ

外出先でお化粧直しがしやすい「お直しコスメ」

外出先では「お直しコスメ」を持ち歩くという新しいコスメ文化をつくることを提案。

DESIGN DIRECTION

お直しコスメを体現するのに「お直しさん」というキャラクターをモチーフに展開していくデザインルールを開発。※最終デザインは、クライアントのインハウスデザイナー。

- 裏面にロゴ
- 製品中身の色味
- グレータイツ
- 自帯に、製品名とお直しさんのイラスト
- 色味で伝えることのできるカラーを中心とした配色。
- 製品ポイント箇所とせのない書体
- 製品の中身が見える仕様

COMMUNICATION DIRECTION

女性誌・Web広告・イベント・PRを活用し、「お直しコスメ」という新ジャンルのことばを広げることでお直しコスメの販売促進を狙った。

RESULTS

- ・ 全国1万店舗以上で棚を獲得
- ・ パラドゥ対前年比販売個数のUP [2017年4月]

<雑誌画像は <http://www.parado.jp/anan/> より引用>

新しい子育て文化をつくる

「こどものことばアルバム」

【新プロジェクトの立ち上げ・商品開発】

client: the Tandem・いろは出版株式会社・子育てメディアConobie

[2017年4月発売]



新しい子育て文化（こどものことばを書き留め、大きくなったら贈る）を広げる

「こどものことばアルバム」プロジェクト。the Tandem発で立ち上げ、自費出版をした。

その後、メーカーやメディアを巻き込み、アルバムグッズが全国展開。

BRAND DIRECTION

新しい子育て文化を広げる「こどものことばアルバム」プロジェクトのコンセプト開発。クラウドファンディングで応援者&協賛企業を募った。

DESIGN DIRECTION



自費出版「松永家のこどものことばアルバム」企画&制作

いろは出版様からグッズ販売 ※デザインは、いろは出版様

店頭展開例 (東急ハンズ東京店)

COMMUNICATION DIRECTION



インスタ運用「@kotoba_album」

子育てメディアConobieで記事展開

Conobie×いろは出版で「こどものことばアワード」実施予定

RESULTS

- ・ エンタメメディア「Spotlight」のトップサイトで露出
- ・ 全国40店舗以上で、グッズと書籍の展開

新しいサッカーメソッド

「ウイトレ」

【新サービス・キャンペーンの開発】

client：株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント

[2016年-2017年] ※電通在籍時代の仕事



PS4の新しい可能性と、新しいファン(主婦層)を開拓するために、
ウイニングイレブンを活用したサッカーメソッドを、元プロサッカー選手と開発。
実際の少年サッカークラブに導入して実証映像を制作したり、全国でイベントを開催した。

BRAND DIRECTION	<p>新サービスの コンセプト&ネーミング開発</p> <p>＝</p> <p>考えるサッカーを身につける 「ウイトレ」</p>	<p>[KEY POINT]</p> <p>ゲームを活用した新しいサッカーメソッドの 価値を最大化させるタグラインの開発。 (「考えるサッカー」を身につける) また流通させやすくするネーミング「ウイトレ」の開発。</p>
DESIGN DIRECTION	<p>「ウイトレ」のコンセプトを 体現するロゴとキービジュアルの制作。 ムービー・イベント・記事で 機能しやすいシンボリックなデザインに。</p>	<p>「考えるサッカー」を身につける。</p>  <p>ウイニングイレブン × PS4</p>
COMMUNICATION DIRECTION	<p>まずは実際の少年サッカークラブで ファクトをつくり、実証ムービーにして ウェブ上で広げていく戦略に。 その後、PRと運動しながら、 全国でイベントを実施し、 幅広くターゲット(親子層)にリーチ。</p>	 <p>Webムービー</p>  <p>イベント/PR</p>
RESULTS	<ul style="list-style-type: none"> ・「ゲーム＝子どもの可能性をひろげるもの」という 新しい認知による、ママパパ層からの好感度アップ ・PS4のブランディング広告として、代表戦で1分間CMも放映 	

<イベント画像は <https://www.jp.playstation.com/blog/detail/4251/20161220-we2017.html> より引用>

バレンタインを“好き”について考える日に

「“好き”に変はない展」

【新プロジェクトの立ち上げ】

client：日本セクシャルマイノリティ協会、その他協賛企業

[2015年から毎年開催]



「バレンタインを“好き”について考える日にする」という目的で、
2015年に銭谷の自主提案から生まれた展覧会プロジェクト。毎年バレンタインに、
企業やアーティストと組んで、好きの多様性をテーマにした展覧会を実施している。

BRAND DIRECTION	<p>コンセプト&ネーミング開発</p> <p>＝</p> <p>バレンタインを“好き”について考える日に 「好き”に変はない展」</p>	<p>[KEY POINT]</p> <p>あえてLGBTや同性愛などのことばを 使用せず、LGBTではない人からも 共感しやすい展覧会名に。</p>
DESIGN DIRECTION	<p>プロジェクトのキービジュアル、 展覧会全体の演出。 作品(写真家 青山裕企×銭谷侑)の アートディレクション。 ※2016年以降は、協会様が運営、 the Tandemはサポート役に。</p>	
COMMUNICATION DIRECTION	<p>2015年のプロジェクト立ち上げ時は、 戦略的にクラウドファンディングをPRツールとして活用。 プロジェクト名&作品イメージがWeb上で拡散され、 一般の方からの支援はもちろん、Yahoo!パートナーの 後援、協賛企業3社がついた。</p>	<p>バレンタインを“好き”について考える日に。</p> <h2>“好き”に変はない展</h2>
RESULTS	<p>【2015年の実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新宿のギャラリーには、2000名以上が来場。 ・展覧会をきっかけに、協会のメール会員数も約100名から2000名以上に増加。 ・作品を貸し出すコンテンツビジネスを始め、協会の新しい収益源に。 <p>【初年度以降の実績】[2016年・2017年]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2016年は横浜市民ギャラリーで、2017年は茅場町で開催。 ・2016年からは作品を公募し、18組以上が展覧する祭典へと進化。 	

[受賞]TCC 新人賞、CCN賞、電通ベストソリューションアワード特別賞

その他案件 ※松永、銭谷が個別で携わった仕事や、電通在籍時代の仕事を含みます。



株式会社 CRAZY
インナーアクションワード開発



ライオン株式会社
スーパーNANOXアートディレクション



株式会社ミライカラース
セクシャルヘルスグッズコピー開発



革製品ブランド
「アニストテレス」ロゴ開発



株式会社 三井住友銀行
「カードローン」キャンペーン企画 & 制作



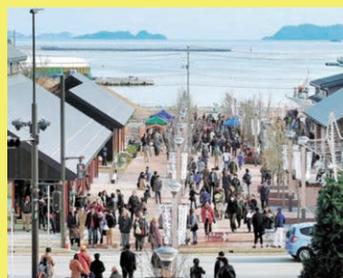
office VISH
写真集「まないた」企画 & 制作



自社メディア
「圏外コピーライター」企画 & 運営



ソーシャルポスター展
NPO法人NIRE ポスター開発



宮城県大川町
大川町のビジョン コピー開発



株式会社 明治
「R-1」コピーライティング



本田技研工業株式会社
「s660 ノリセツ」ムービー企画 & 制作



Teach For Japan
「教師の日」立ち上げ & コピーライティング



レッドホースコーポレーション株式会社
「MARUMIE」店舗コンセプト開発



日本ハム株式会社
シャウエッセンスアートディレクション



レッドホースウェルネス株式会社
水素水「PIRAQUA」キャンペーン企画 & 制作



産経新聞社 80周年事業
「A news paper from 2093」企画 & 制作



セブン-イレブン・ジャパン株式会社
「丸から」コンセプト開発



Twitter Japan株式会社
BtoB向けアプリ「Tweet Ticker」開発



有限会社シャインウィル
「篠崎AIプロジェクト」
企画 & 立ち上げ



本田技研工業株式会社
「s660 micro test drive」
アプリ企画 & 制作



損保ジャパン日本興亜株式会社
企業広告・インナー施策
企画 & コピーライティング



株式会社コングカ
一人カラオケ専門店
「ワンカラ」パナー キャンペーン

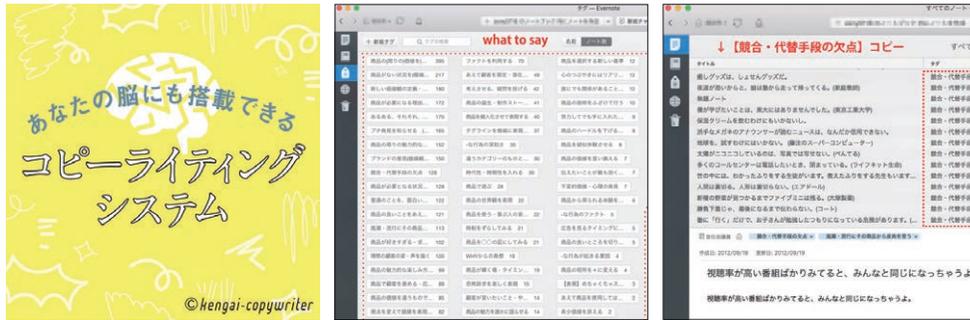


三陸鉄道株式会社
全線再開キャンペーン
企画 & コピーライティング



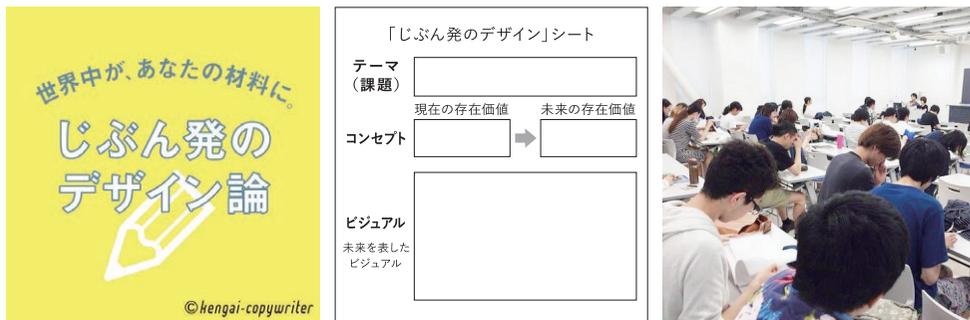
ADFEST 国内予選優勝
「SMART SHOES」

コピーライティングのメソドロジー「コピーライティング・システム」



銭谷が、電通コピーライター時代に、1万点以上の広告コピーを採集&研究。コピー[ことばのアイデア]を生み出す法則を「what to say」「how to say」にわけて体系化したもの。このシステムを使用した若手コピーライターの育成など、実証実験も行い成果をあげている。the Tandemでは、この体系化された「ことばのアイデアの技術」により、広告コピーだけではなく、商品・サービス・企業の未来を開発しています。
※コピーライティングシステムの詳細は「圏外コピーライター」の記事をご覧ください。

じぶん発で仕事をつくるメソドロジー「じぶん発のデザイン論」



松永・銭谷が、電通若手時代に、自ら仕事をつくり続けてきた経験から「じぶん発で仕事をつくる技術」を、実践しやすいようにまとめたもの。またワークショップ化した講義を、美術デザイン系の高校生・大学生向け、企画職などにつく若手社会人向けに行なっています。
the Tandemでは、講演・講義のご依頼もお待ちしております。
※「じぶん発のデザイン論」の詳細は「圏外コピーライター」の記事をご覧ください。内容や、受講した方の感想などを紹介しています。

the Tandem 3つのフィロソフィー

- 1 **ただ表現をつくるのではなく、人生と経営を良くするものづくりを。**
- 2 **アートディレクターとコピーライターによる、今までにないコラボレーションを。**
- 3 **「世界一幸せなデザインファーム」であることで、世界をもっと幸せにしていく。**

【講演・講義歴】

コピーライター養成講座[転身コース]2017年
NHK文化センター「コピーライティング・システム講座」2017年
東京工芸大学「じぶん発のデザイン論」2016年
その他、イベントやセミナーなど多数。

※Skypeなどを活用した、地方からの相談も受け付けております。

【COMPANY 基礎情報】

屋号：the Tandem 代表：松永ひろの
所在地：東京都中央区
※兼自宅のため、ご依頼時の書類等にて詳細を記載します。
取引先銀行：ジャパンネット銀行
事業内容：ブランドの開発及び育成、商品・サービスの開発、
広告宣伝・販売促進・CI・VIの企画制作、コピーライティング等

人の幸せを大切にする、企業や団体の皆さまと
社会に企てていけますと幸いです。
お問い合わせは、Webサイト[<http://the-tandem.com>]から。