

This document may contain confidential and/or privileged information.
Any unauthorized copying,
disclosure or distribution of the material in this document is strictly forbidden.
本資料およびそのデータファイルについて、
本資料の購入者以外を対象とした閲覧・利用・配信・掲載・複製・譲渡を禁止いたします。

Confidential

spNova

Mission

Vision

Value

Philosophy

Service | Outline

Service | Branding Web Service

Service | Branding Production

Service | Branding Production | Good Discover

Service | Branding Production | Good Develop

Service | Branding Production | Good One Team

Company

Member Profile

すべての人に、 ブランディングをより身近なものへ。

ブランディングと調べると、

おおきな意味としては「差別化」が大半をしめているでしょう。

「差別化」するには、「他人がやらない新しいこと」が必要です。

そういう風に聞くと、難しく思えるかもしれません。

でも自分に例えてみてください。

「いつもは着ない服を着たり、新しい場所に出向いたり、

食べたことのないものを食べてみたり。」

日常の選択を少し変えるだけで、みんなも自分も楽しかったり、

喜んだりした経験はありませんか？

ブランディングは、すべてのモノの魅力を引き出すステキな考え方なのです。

spNova（スーパーノヴァ）は、独自のブランディングを通じて、

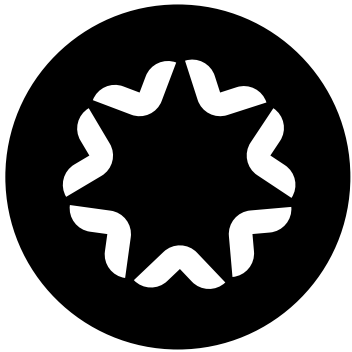
関わる人すべてをハッピーにしていくことを使命としています。



誰もがはじめられる、 ブランディングカルチャーを広める。

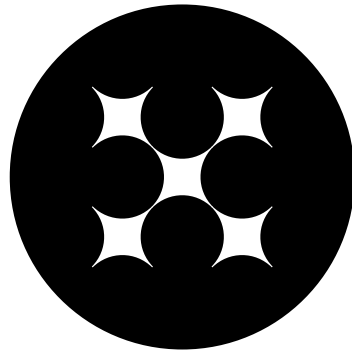
年齢性別を超えたすべての人に、
誰もがはじめられ、
気軽にふれられる「ブランディング」を届けたい。
表現したい「ひと」「もの」「こと」を正しく魅力的に伝え、
それを好きになり、人に教えたくなり、
その魅力で人々がハッピーになって、伝わってゆく。
私たちは「すべての人に、ブランディングをより身近なものへ。」のミッションのもと
人生がより豊かになる「ブランディングカルチャー」を広げていきます。





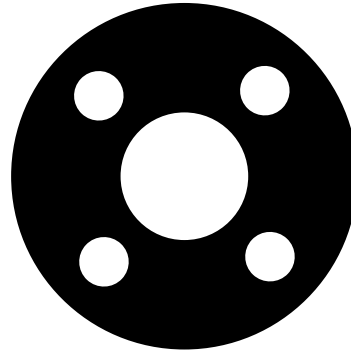
Be Supernova

異なるそれぞれの個性がぶつかり合って新しいものが生まれます。spNovaでは化学反応が生まれる人材が揃っています。その化学反応でロジックを超えた、あたらしいアイデアや発見で仮説、そして実行に移します。



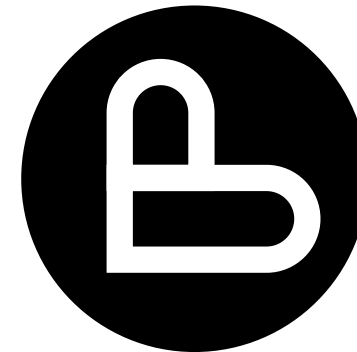
High Quality

圧倒的経験値と技術で、デザイン、プランニングともにハイクオリティで提供します。どこかが飛び抜けているのではなく、全体のバランスを考えて提案、実施に向けて行動します。



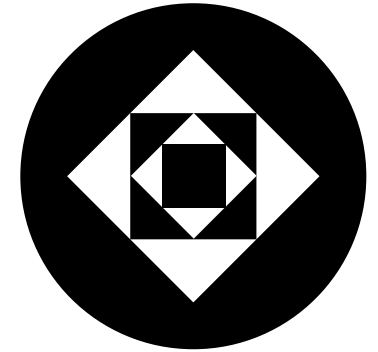
One Team

ブランディングにはクライアントと膝を突き合わせて作り上げていくことが必須です。受注の関係ではなく一緒にビジネスを作り上げていく、ワンチームを目指していきます。



Love Brands

そのブランドを好きになることは、よりプロジェクトを推進することになります。そしてクライアントの課題点を自分事化して、「Love Client」でプロジェクトを進めていきます。



Innovative

いつもたのしくおもしろいことを考える。常識にとらわれない、新しいアイデアが生まれる、spNovaはそんなユニークな人々があつまるところです。

ブランディングデザインという手法があります。

ブランディングというのは、実は子供の頃から自身でトライしています。

例えば、初めて整髪料を使ったり、口紅を使ったり、

自分をカッコよく、きれいに見せたい気持ちはまさしくブランディングなのです。

一方この混沌とした世の中で、すべての企業は、

一生懸命に試行錯誤をし、考えに考え抜いて、商品やサービスを生み出します。

それでもモノが売れない。誰にも気づいてもらえない。

そんな声を、何度も聞いてきました。

「自分たちでは気づけない良さを引き出す」という想いで、

私たちは商品が売れるまでの仕組みを、わかりやすく提案できます。

時にはクライアントと一緒に考えて、ワンチームとなって仕事に臨みます。

企画やデザインといった答えに力をつけるだけでなく、

どんな課題があり、どこが本質的な魅力なのかを紐解くために、

時間をかけてクライアントと向き合い、心と頭を費やします。

私たちはこの「ブランディング」という手法を使って、

あたらしくて、“よい雰囲気”に世の中をしていきたい。

あなたのサービスが、プロダクトが、

魅力的にそして“超新星”のように輝くことを願って。

Make a new Good Vibes, Make a new Supernova.

Branding & Development

私たちはこの3つの領域をベースに、様々な課題を解決します。

Branding Direction

コンセプトの開発、ブランド戦略の設計、企業が元気になり
ビジネスがドライブする仕組みを考えます。

Art Direction

企業、商品、サービスの世界観を
オンライン / オフライン横断し表現します。

Technical Direction

技術への深い理解をベースに、
あたらしいサービス、プロダクトを生み出します。

Service 1

24h Branding Web service



サブスクリプション型ブランディングサービス

当サービスは、サブスクリプション型のブランディングウェブサービスです。

クライアントのみなさまは、ブランディングの専門家を雇うことができないような予算でも、

当サービスを利用することで、自社や商品のブランディングが可能となります。

特に中小企業や個人フリーランスの方に向けて開発されており、

使いやすいインターフェースも備えているため、初心者でも簡単に操作できます。

不透明で、高額な印象がある「ブランディング」は時代を越えて、

より身近なものに進化しました。

Service 2

Branding Production



いい「結果」に繋げるには、
いい「発見」をすること。
クライアントの問題、課題を
適切に発見し分析します。

ブランディングで物語を創り、
デザインで魅力を最大限にビジュアル化。
ディベロップでそれを最適に具現化し、
ブランドを創造します。

ローンチした後が1番大切です。
そのサービスや、プロダクトがうまく機能し、
ビジネスに繋がっているか定例を行い、
様々な視点を用いて並走します。

1. ターゲットの明確化

ブランディングにおいては、最初にターゲットを明確に定義することが重要です。ターゲットのニーズや要望を理解し、それに基づいてブランディング戦略を構築する必要があります。

2. 競合・市場分析

ブランディング戦略を策定するにあたっては、競合他社のブランディングを分析することが重要です。競合他社の強みや弱み、差別化点を把握し、それに対する自社の戦略を考える必要があります。

3. コンシューマーインサイト

消費者の欲求やニーズ、行動パターンを理解し、魅力的で差別化されたブランド体験を提供することです。深い洞察を得ることで、効果的なマーケティング戦略やコミュニケーションを展開し、消費者との絆を築きます。

4. ROIの評価

ブランディング戦略の成功を評価するには、ROI (投資対効果) の評価が必要です。ROIは、ブランド戦略の投資に対してどの程度の収益が得られたかを評価する指標であり、ブランディング戦略の改善や修正に役立ちます。

5. ブランドイメージの評価

ブランドイメージを評価することが重要です。ブランドイメージは、消費者がブランドに対して持つイメージや印象であり、ブランディング戦略の成否を判断する上で重要な要素です。

6. アイデンティティの定義

ブランドアイデンティティを明確に定義することが重要です。ブランドアイデンティティは、ブランドの独自の特徴や価値観を表すものであり、戦略の基盤となります。

7. ブランディング戦略の立案

ブランディング戦略を構築するためには、ビジョンやミッション、ブランドの特徴や強みなどを考慮して戦略を立案する必要があります。

1. ブランドディレクション

コーポレートや、事業ブランドへのブランディングディレクションを行います。時には定例のミーティングを通して、会社全体に目を向けながら課題の発見・整理・改善などを伴走しながらサポートします。

2. インナーブランディング

自分たちのブランドが持つコンセプトやビジョンを社内に浸透させ、社員全員がブランドを理解し、一貫性を持った活動を行えるようにします。ブランドを整理するワークショップや、理解を深める社内セミナーなどを行います。

3. ロゴデザイン

ブランドコンセプトを元に、企業や商品、サービスの顔であるロゴマークを制作します。企業理念、そこから感じ取ったストーリーのあるロゴ開発をし、これからの10年20年を担えるデザインを提供します。

4. グラフィックデザイン

ブランディングには視覚伝達は必須です。クオリティの高いグラフィックは、spNovaが得意とする分野です。よい商品には良いグラフィック。人の目を引く美しい世界観を表現します。

5. Webデザイン・開発・運用

Webデザイン・開発・運用はもはや新たな領域ではありません。サービスや商品の理解を深めるために、インターフェイス世界観を美しく表現します。

6. 広告デザイン

spNovaでは一時的な広告制作ではなく、ブランディングを軸に効果的に使用することで奥行きのあるブランド体験に仕上げていきます。

7. ブランドムービー

ストーリーテリングと映像表現を通じて、ブランドのアイデンティティを伝え、感情的な結びつきを生み出します。消費者との共感や信頼を築くために不可欠なツールです。

8. 商品開発

商品開発では、まずブランディングで商品の"心"（コンセプト）を定めます。デザインでその"心"を形にし、視覚的に魅力を伝えます。そして、これらを現実の商品へと具現化していきます。

1. 目標の共有

クライアントと共にブランディングの目標を共有し、意思決定の基盤となる戦略的目標を設定します。目標の共有により、ブランディング戦略をより正確かつ効果的に構築することができます。

2. コミュニケーション

クライアントとの継続的なコミュニケーションを確保し、プロジェクトの進捗状況や問題点、課題を共有します。これにより、プロジェクトにおけるトラブルの早期発見や問題の解決ができます。

3. 相互理解

明確なコミュニケーション、フィードバック共有、共同意思決定を通じて達成されます。これらはクライアントの目標とブランド価値を適切に反映するために必要です。

4. フィードバックの活用

クライアントからの意見や感想はプロジェクトの質を向上させます。フィードバックを反映し、それに基づいて戦略を調整することで、ブランドの価値と目標を正確に表現します。

5. 柔軟性

プロジェクトの進捗状況に応じて、柔軟に対応することが重要です。クライアントの要望や意見に柔軟に対応し、調整を行うことで、クライアントのニーズに最大限応えることができます。

6. 透明性

すべてのプロセスを明確に共有し、クライアントに全情報へのアクセスを提供します。決定の根拠を明らかにし、意思決定にクライアントを巻き込むことで信頼を深めます。

7. 責任の共有

ブランディングプロジェクトにおいて、クライアントとエージェンシーは責任を共有することが必要です。成功や失敗に関わらず、責任を共有することで、今後のプロジェクトに生かすことができます。

8. ブランドの育成

中小企業のリブランディングを上流から行うことで、は自社のビジネスモデルやブランドアイデンティティを見直す機会を得ることができます。この過程で、自社の強みや弱みを正確に把握し、競争優位性を高めるための新たなビジネス戦略を策定することができます。

| | |
|-------|---|
| 会社名称 | 株式会社 spNova / spNova Inc. |
| 設立 | 2023年4月12日 |
| 資本金 | 100万円（2023年4月12日現在） |
| 本社所在地 | 〒153-0042 東京都目黒区青葉台1-24-6 マイキャッスル中目黒 303 |
| 代表者 | 代表取締役 小山 秀一郎 |
| 事業内容 | ・ コミュニケーション戦略 ・ マーケティング戦略 ・ カスタマーエクスペリエンス ・ コーポレート アイデンティティ ・ ヴィジュアル アイデンティティ ・ ブランド アイデンティティ ・ プロダクトデザイン ・ スペースデザイン ・ デジタル ブランディング 【 UI / UX 開発 / Webサイト開発 / ECサイト開発 / CM ・ 映像制作 / システム ・ アプリケーション開発 】 |



小山 秀一郎 Shuichiro Koyama

代表取締役 CEO / ECD

多摩美術大学 グラフィックデザイン学科卒業後、紙のマス広告制作を経て、バスキュールに所属。デジタル領域のアートディレクションに従事したのち、大手広告代理店に入社。2023年ブランディングカンパニー spNova Inc.を設立。グラフィック、インタラクティブやスペースなど、サービスや体験全体を統合してデザインし、多数受賞。

カンヌライオンズ ヘルス部門銅賞、電通広告賞 優秀賞、コードアワード ベスト イノベーション、ACCインタラクティブ部門 クラフト賞、CLIO 銅賞、M3アワード ゴールド、Webby Awards グランプリ、TDC入選、PEN クリエイターアワード 掲載、テレビ東京 ワールドビジネスサテライト出演 など。



徳尾 恭平 Kyohei Tokuo

取締役

法政大学経済学部を卒業後、イベント制作会社、アパレルブランドの広報職を経て、IT系ベンチャー企業にて企画およびウェブ制作などのディレクション・プロジェクト全般のマネジメントを担当。2015年、株式会社クリップを創業、代表取締役に就任。クライアントの経営計画およびマーケティング戦略を軸にクリエイティブに落とし込み、事業の成長に従事する。ウェブ領域を中心として、イベントや映像など、オフラインからデジタル領域まで幅広くプロデュース経験をもち、目的を明確にし、最大限シンプルにしていく事に定評がある。AI領域にスポットがあたる中、クリエイティブの本質が、最大化されるタイミングと捉え、株式会社spNovaのファウンダーとして、取締役に就任。



廣重 恵太 Keita Hiroshige

取締役

大阪芸術大学在学中よりフリーランスのイラストレーター兼映像作家として活動。大学卒業後、かねてより注目していたWeb業界に飛び込む。IT系ベンチャー企業にて営業、企画、プロジェクトマネジメント、設計、デザイン、コーディング、開発までの全領域を1人で担当。また月間3億PVを超えるWEBサービスや100万DLを超えるゲームを運営する企業にてクリエイティブの責任者を担当するなど、Webに関する広い経験を身につけ2015年に起業。現在は経営者として会社のスケールアップに挑戦しつつ、新規事業や新規サービス開発や、クリエイティブの品質担保&向上のための仕組み作りを行っている。美しい成果物で最大限の成果を出すことがモットー。小学生の1児の父。

spNova

株式会社 spNova

〒153-0042 目黒区青葉台1-24-6 マイキャッスル中目黒303

Url : sp-nova.com Mail : info@sp-nova.com

お気軽に、営業担当者・会社メールアドレスまでお問い合わせください。