

# INTRODUCTION

---

会社紹介資料

# COMPANY

## コムデ会社概要

社名 株式会社コムデ

設立 2011年12月22日

資金 10,000,000円

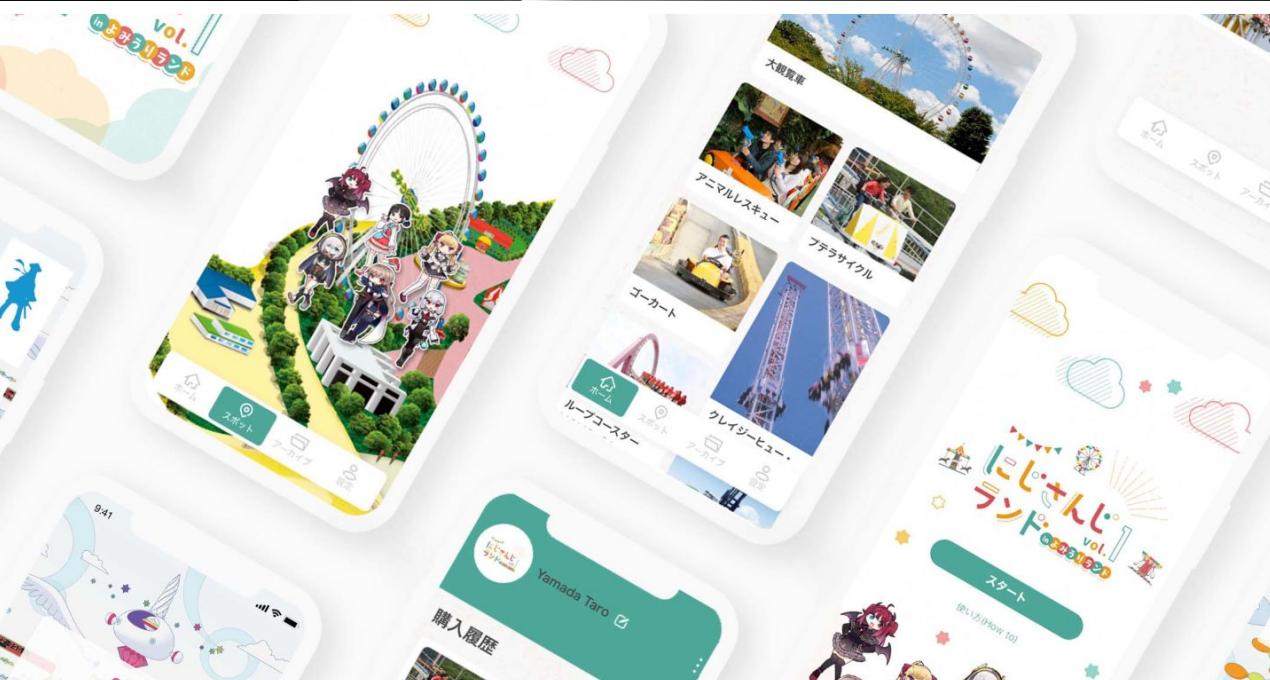
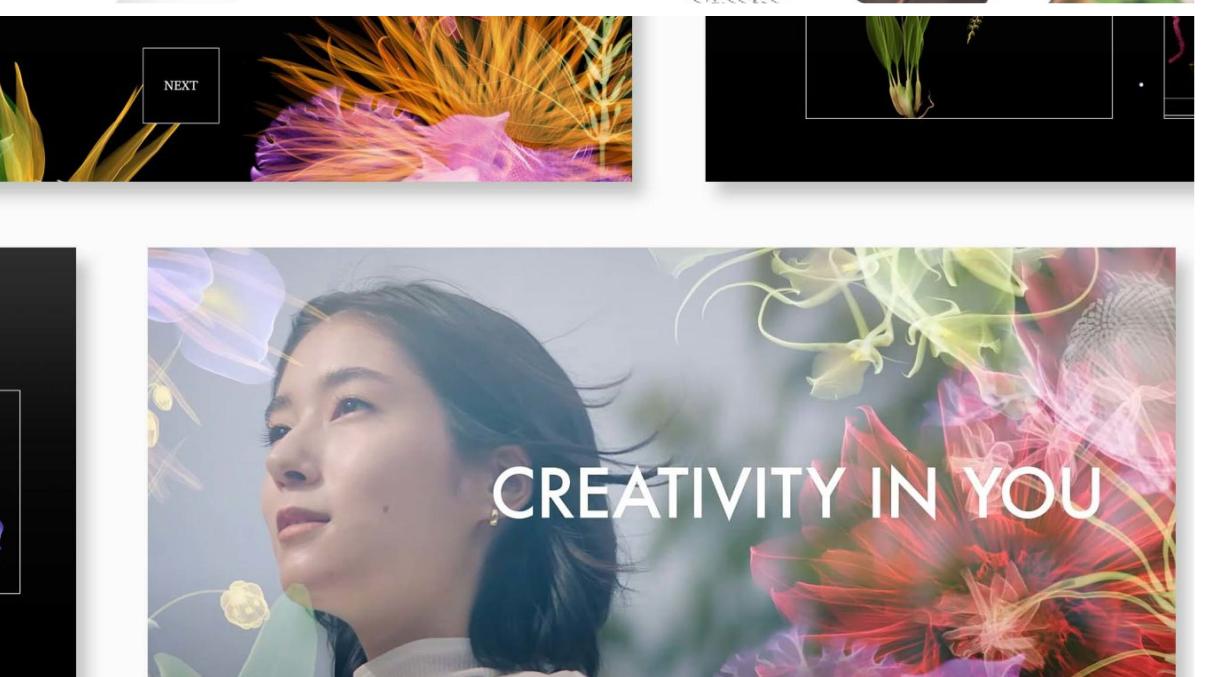
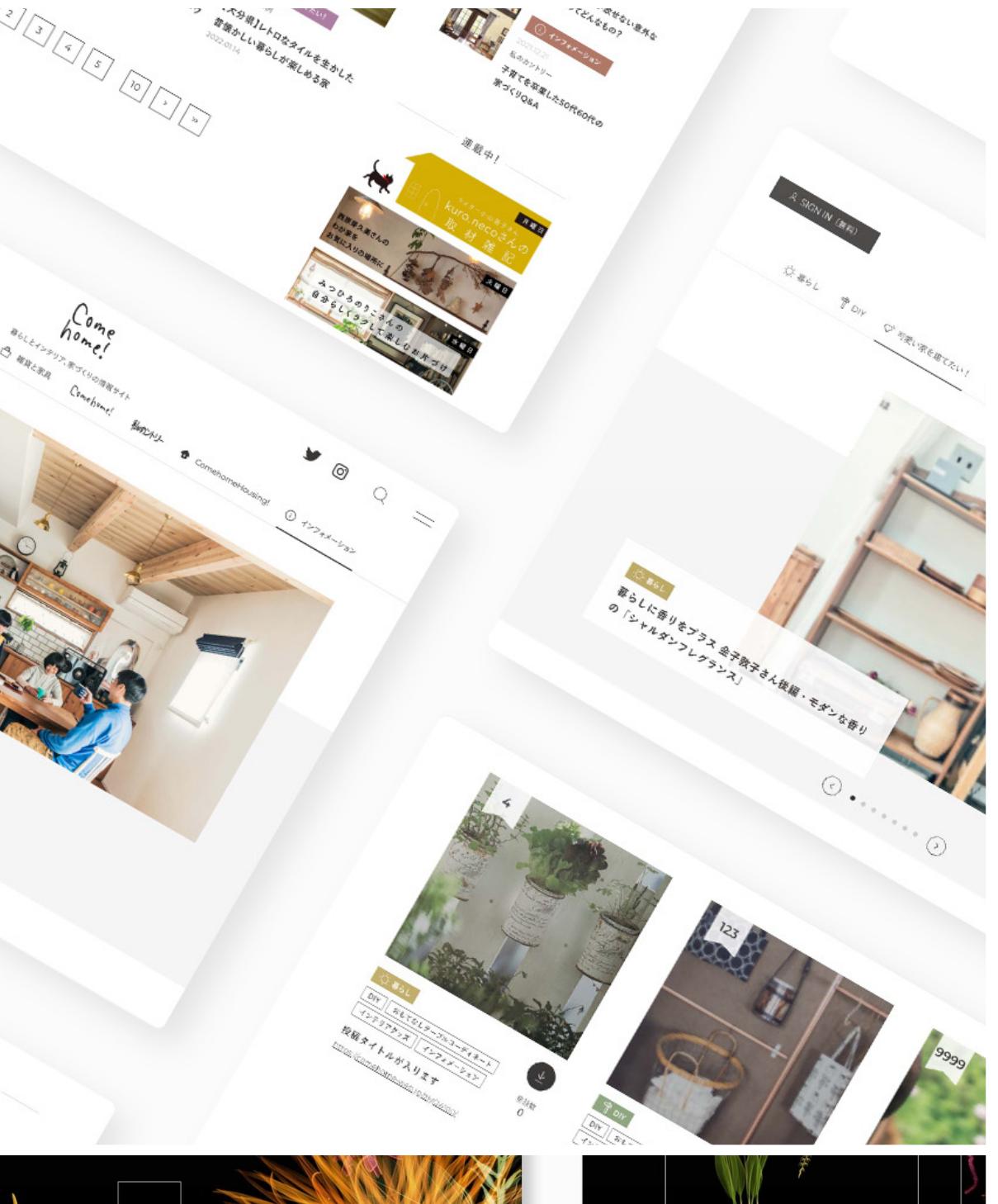
役員 代表取締役社長 深嶋 利之

従業員数 80名(グループ全体)

事業内容  
WEB制作、タブレットPC向けサイト・アプリ制作/開発  
モバイル、スマートフォン向けサイト、アプリ制作/開発  
印刷企画、制作コンテンツ企画、営業支援、販売促進支援ツール提供

Website <https://www.commude.co.jp/>

本社住所 〒171-0031 豊島区目白2丁目16-19 Wakabayashiビル9F



# ENVIRONMENT

## オフィス環境

国内3拠点を中心に、海外2拠点に展開。海外マーケットへのサービス展開もスピーディにサポートします。



### 札幌支社

JR函館本線「札幌駅」北口 徒歩3分  
地下鉄南北線「さっぽろ駅」徒歩4分

2023年にオープンしたばかりの  
綺麗なオフィス



### 東京本社

JR山手線など各線「池袋駅」徒歩約7分  
JR山手線「目白駅」徒歩約7分  
東京メトロ副都心線「雑司が谷駅」徒歩約4分



内装にこだわったオフィス！  
くつろげるカフェスペース有

海外へのサービス展開も  
スピーディに対応できます。



### フィリピン

Web制作  
エンジニア拠点



### ベトナム

システムアプリ  
エンジニア拠点

# なんだか、 すごいことになってきた。

私たちコムデがこの世に産声をあげたのは2011年のこと。

ほんの僅かな人数で汗をかいていた創業時から、

少しずつ社員も増え、オフィスもだんだん広くなり、

今や東京・札幌・名古屋・フィリピン・ベトナムの5つのオフィスに、

80人を超えるメンバーが集う、活気あふれる集団にまで膨らみました。

その間、いろんなチャンスや、時にはピンチにも恵まれながら、一步一步進んできたわけですが、

その裏側に途切れることなく流れているのは、お客様、わたしたち同士、そして世の中と

「共に」喜び合える関係を築いていきたい、という一途な思い。

それをもっともっと温め・深めながら、コムデはいよいよ次なるステップを踏み出します。

わたしたちコムデは「すごい」を合言葉に、  
新たな可能性を追求し續つづけます。

COMMU:DE

# 感動を創る すごい会社

お客様に満足いただくのはあたりまえ。  
満足をはるかに超えたのその先に「感動」はあると思うのです。  
「コムデとともに過ごした時間を忘れられない…」、  
そんな思いをお客様の心の中に刻みこむ。  
そのとき生まれる「すごい」という言葉は、  
力強く、未来志向にあふれています。  
デジタル・クリエイティブによって、ユーザーも、クライアントも、  
そしてわたしたち自身も共に進化する…  
そんな「すごい」提案で、未来の風景をガラリと変えていきます。

感動を創ること。  
それはすごいこと。

# 今まで共創したクライアント様

クライアント数

484  
社

プロジェクト数

3000  
件

**SHC** 産業編集センター

**NEO** 株式会社西原本木

**株式会社 星医療酸器**

一般社団法人  
**日本工作機械工業会**

**TOMOWEL** | 共同印刷株式会社

**HONDA**  
The Power of Dreams

**mizkan**  
やがて、いのちに変わるもの。

**日鉄エンジニアリング**株式会社

•**HAKUHODO**•

**JFE** 商事 株式会社

**YBC** ヤマザキビスケット

**WATAKYU HOLDINGS**

**京成バラ園芸株式会社**

ヘルスケアフードの明日を変える  
**日清医療食品**株式会社

**MUFG** **POLA**

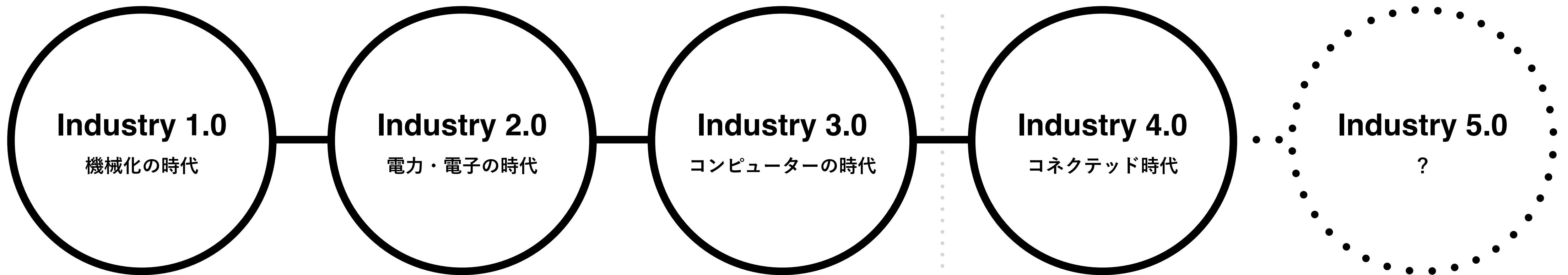
**RADWIMPS**

B+T+C…それは、イノベーションの美学。

なぜコムデなのか

**WHY  
COMMU:DE**

# 産業革命とイノベーションの歴史



## 技術イノベーションでビジネスが成り立つ時代

簡単には真似できない技術を開発すること。  
つまり技術イノベーションそのものが企業の差別化につながり、  
ビジネスの推進力を生み出した、テクノロジー重視の時代だと言えるでしょう。  
しかし、開発技術の発展と広がりにより、  
イノベーションの在り方に変化が生じてきました。

## 顧客体験とビジネスが融合する時代

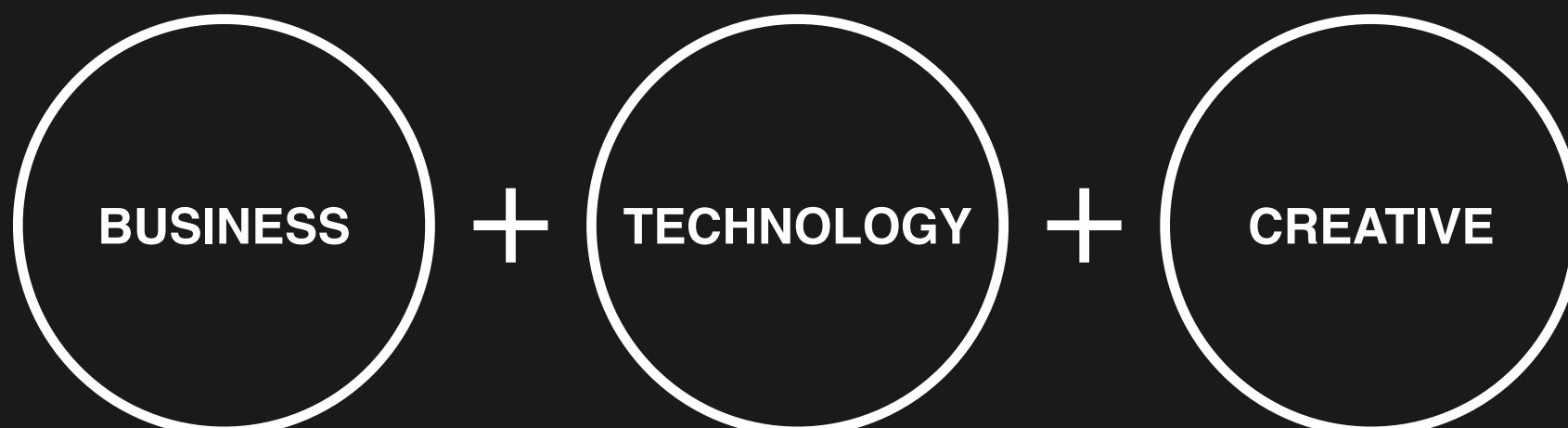
開発技術だけでは差別化が難しくなる中、  
テクノロジーを駆使し魅力的な体験をデザインすることが  
イノベーション加速の鍵に。  
それを実現するBTC思考の重要性が求められる  
Industry 5.0の時代に突入しようとしています。

# Business

# Technology

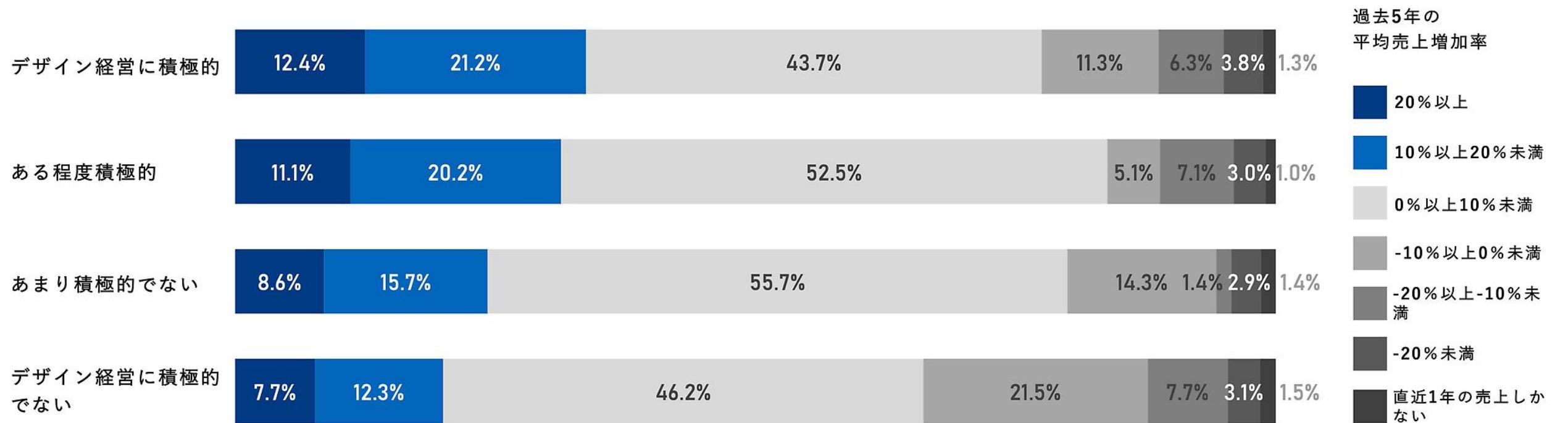
# Creative…

BTCの融合が、企業を、  
ブランドを強くする。



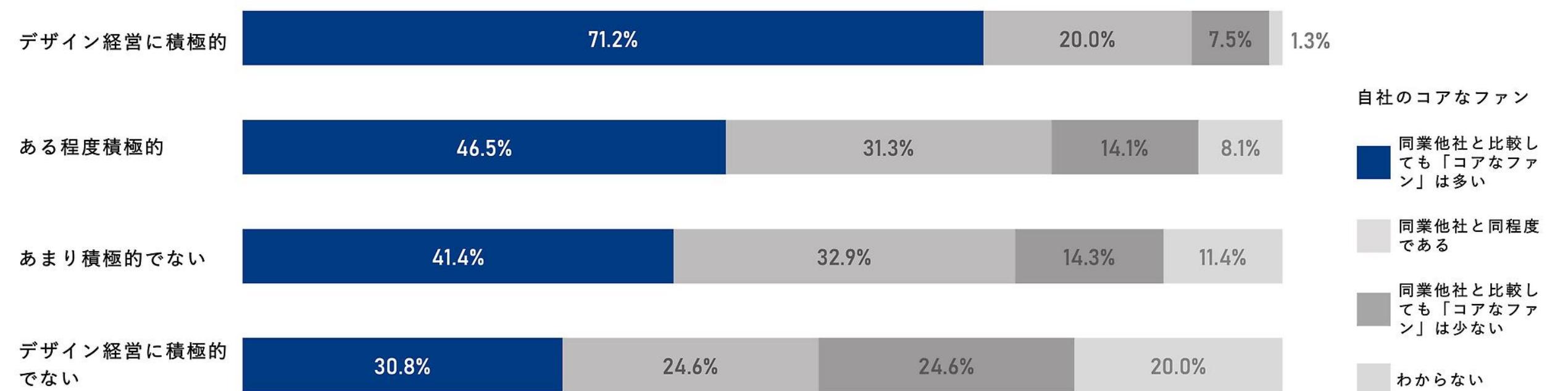
## デザイン経営に積極的なほど売上が成長

過去5年の売上高増加率が10%以上の企業の割合は、デザイン経営の取組みに積極的なほど増加傾向にあります。つまり、デザイン経営に注力している企業と売上成長の相関は高いと言えます。



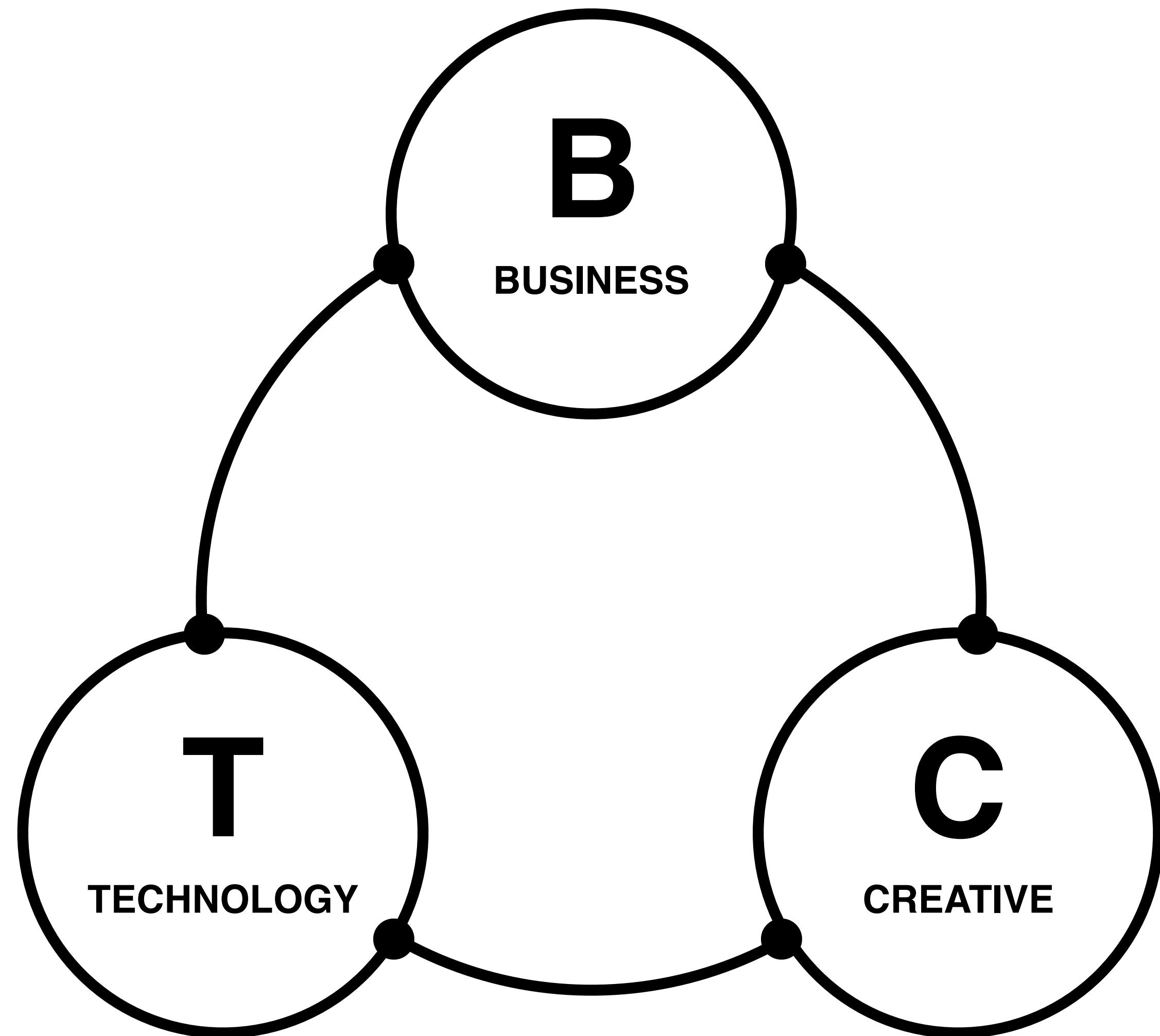
## デザイン経営に積極的なほど顧客から愛される

自社又は、自社のサービスや製品のブランドに対するコアなファンは「同業他社と比較しても多い」と回答した企業の割合は、デザイン経営の取組みに積極的であるほど増加しています。



BTC思考で  
事業の成功を導く。  
コムデの美学。

多角的視点が必要な時代に対応するために、  
コムデはBTC思考を備えた  
人材・チームを育て、鍛え、磨き上げ、  
お客様事業の成功をサポートします。  
そこにこそ、私たちの存在意義です。



グロースを限りなく。ビジネスも、人も。

コムデの特徴

# COMPANY STRENGTHS

# TWO OUR BUSINESS

デジタル領域における

「ビジネス価値のあるサービス設計」と  
「デジタル領域のプロを生み出す人材育成」を行い、  
お客様の事業を支援します。

## Digital Consulting

企業の戦略設計から成長を支援し、先進的なテクノロジーの有効活用をサポートします。また海外拠点を活用し、グローバル市場におけるブランド価値の向上を積極的に支援します。

## Employee Development

ビジネス、IT技術、デザインに特化したエキスパートを育成し、その育成した人材を企業様へ派遣、紹介を通じて支援します。

## Digital Consulting

デジタルコンサルティング

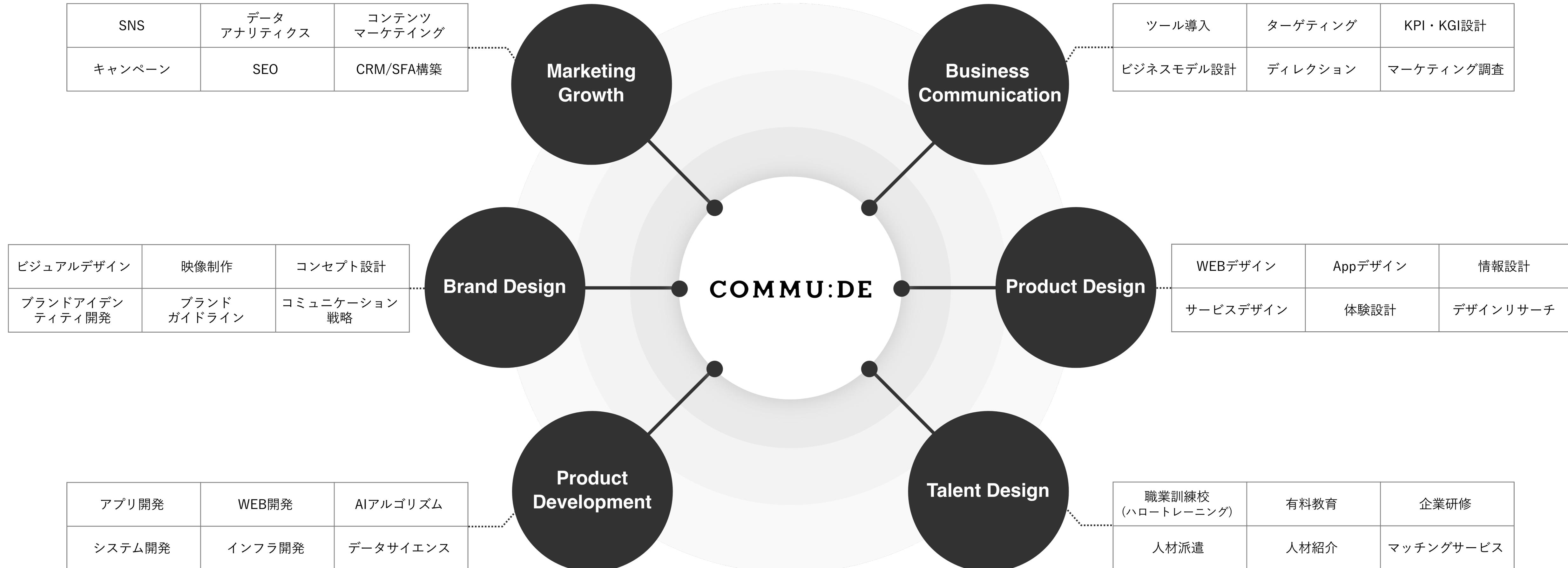
## Employee Development

業界の人材育成

# OUR STRENGTHS

コムデの専門領域

コムデの6つの専門領域を駆使して、お客様と共に創しながら、世の中にインパクトのある成功体験を届けます。



感動へと向かう、2つのアプローチ。

コムデのコンサルティング

# WHAT IS OUR CONSULTING?

# OUR APPROACH

コムデの2つのアプローチ

## 共創型

ゼロからサービスを作りたい



事業開発の上流（戦略設計）から  
世の中に公開/グロースまで、  
一気通貫して共創します。

## 請負型

クライアントの夢を実現したい



プロジェクトの状況を捉えて、  
リソースの提供、  
最適なアウトプットを生み出します。

# OUR APPROACH

コムデの2つのアプローチ

## 共創型

ゼロからサービスを作りたい



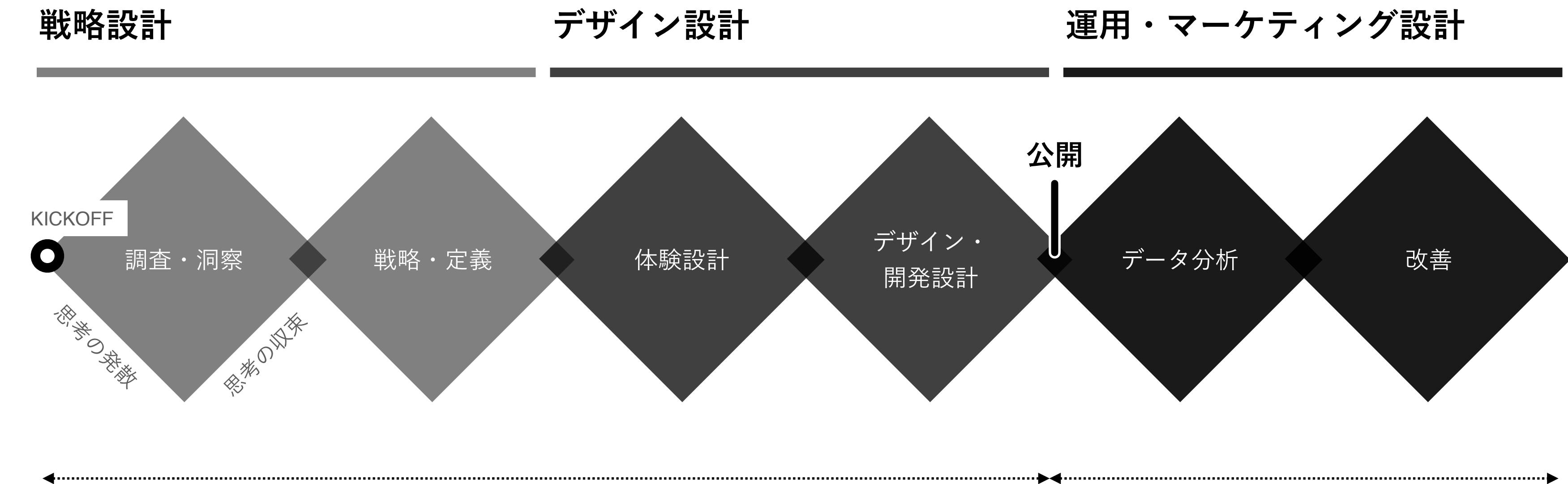
事業開発の上流（戦略設計）から  
世の中に公開/グロースまで、  
一気通貫して共創します。

# 戦略から グロースまで 一気通貫した デザイン支援

戦略設計から公開後の運用・マーケティング設計まで顧客視点で仮説・検証を繰り返し実施し、事業をグロースさせるための最適な手段を選択し、提供していきます。

コムデの共創型アプローチ

## Six-Stage Diamond Cycle



### 開発フェーズ

プロダクトが社会に対してどんなインパクトを与えるのかを各フェーズで仮説・検証を繰り返すことで公開時にマーケットにフィットしたサービスを創り出します。

### 運用フェーズ

公開したプロダクトのログデータを分析し続け、定めたKPI/KGIを達成するために分析・改善を繰り返すことで、プロダクトをグロースさせます。

# APPROACH DETAIL

具体的なアプローチ内容

戦略から運用まで、世の中に公開/グロースするためのプロセスを構築し、共創します。

プロセス



コムデが行うこと

顧客・競合・自社のリサーチを実施し、機会（課題）を特定します。調査から得た情報を基に顧客インサイト、体験コンセプトを定義します。

策定した戦略を基に、課題を解決するアイデアを実現するための一気通貫した体験・UIデザインを目にみえる形に落とし込みます。

公開したサービスのログデータやユーザーの声を基に分析を行い、プロダクトやマーケティング運用の改善を実施して、グロースし続けます。

主な実施項目

自社調査
競合調査
顧客調査
市場・トレンド調査
課題創出・アイディエーション
コンセプト設計

体験設計
情報設計
UIデザイン
ビジュアルデザイン
プロトタイピング
開発設計・制作・開発

データ分析
改善施策設計
運用設計
マーケティング設計
取得データの定義
CRM/SFA構築

Business Communication



Marketing Growth



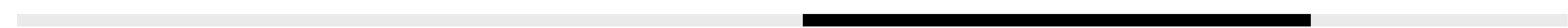
Product Design



Brand Design



Product Development

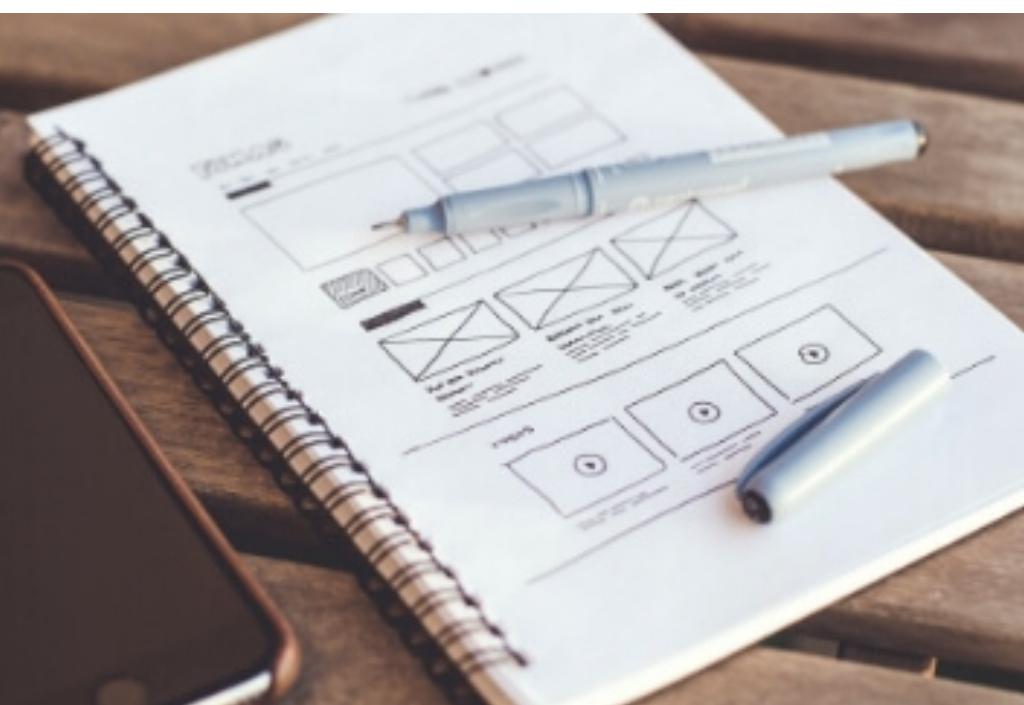


# 1. 調査・洞察

Research

Analysis

クライアントのビジネスを理解し、  
新たなビジネス機会を発見するための調査を実施



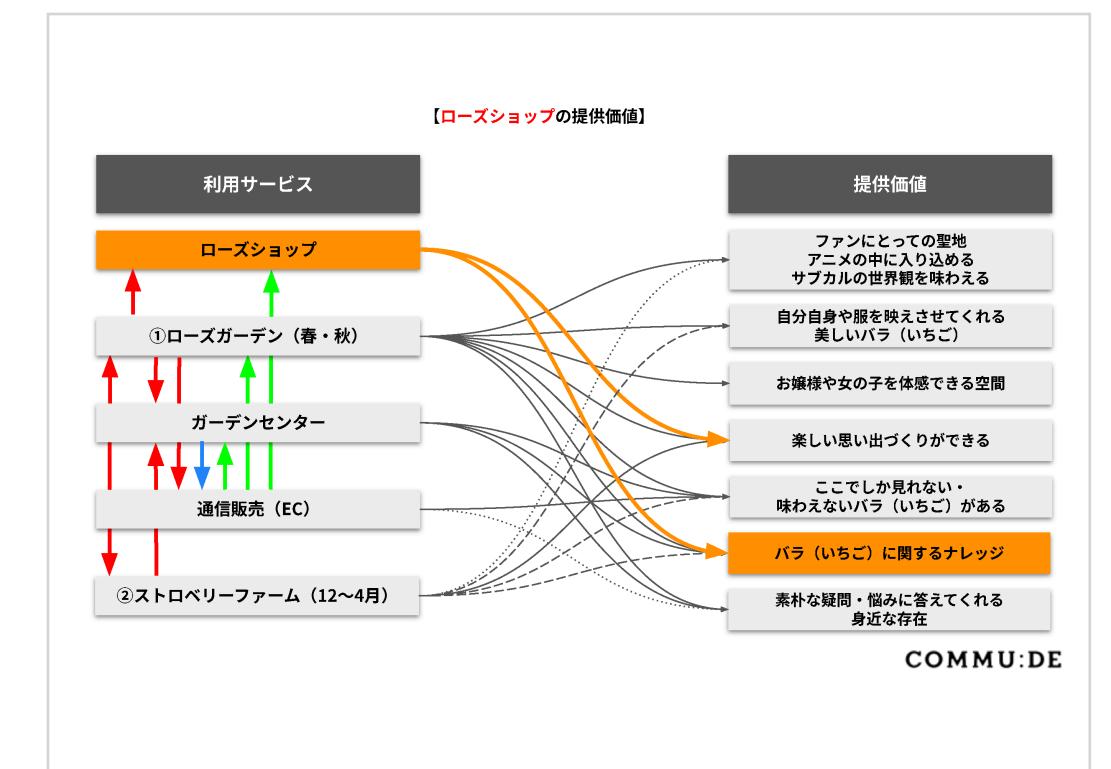
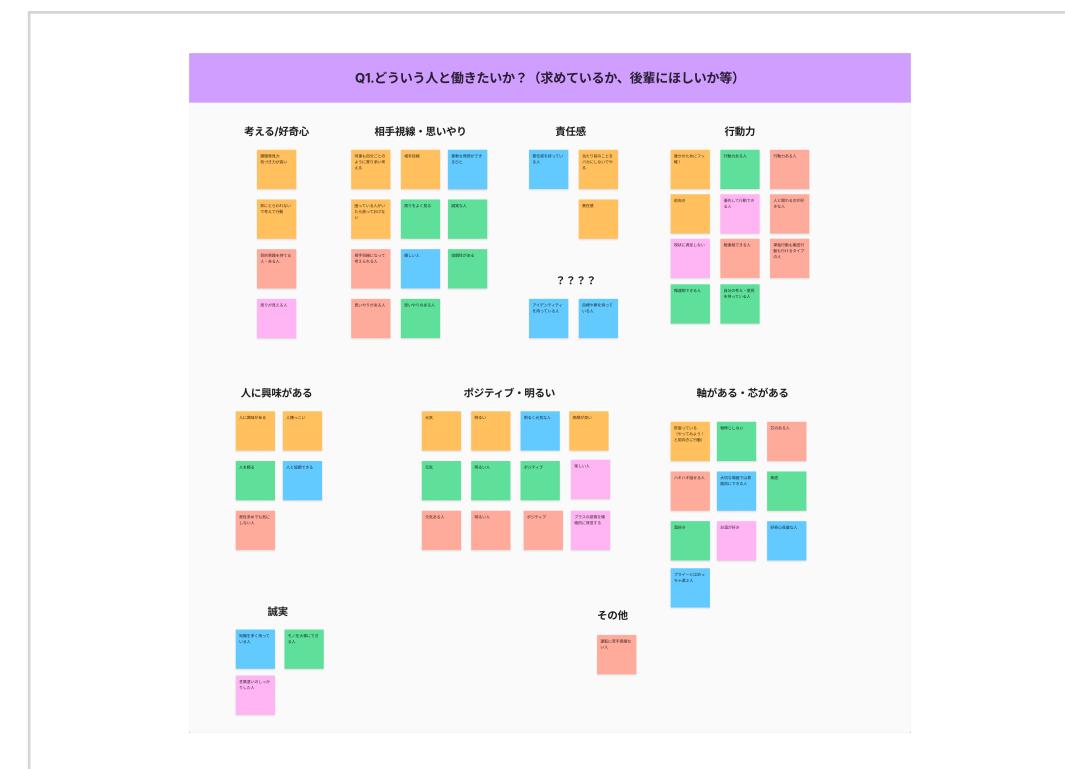
## マーケット調査

3C分析、PEST分析、5force分析などを実施し、自社・市場・競合・社会の観点から分析を行います。マーケティング観点から見た現在の企業の立ち位置や強み・弱み、顧客・競合のトレンドを理解します。

## 探索的調査設計・実施

ユーザーの価値観・ニーズを理解し、新たなビジネス機会の発見をするために、プロジェクト関係者へのステークホルダーインタビュー、顧客理解のためのユーザーインタビューの設計を実施します。

調査で洞察した事象、事実、発言、学びを整理して、顧客インサイト（潜在的なニーズ）を創出



## クラスター分析

バラバラな調査結果から共通点を見つけます。そのためにクラスター分析を行い、似たものを集めて集落（クラスター）を作っていく、対象を整理・分析します。

## 顧客インサイトの創出

クラスター分析から顧客インサイトを導きます。顧客インサイトを発見することで、顧客の課題、潜在的なニーズが浮き彫りになり、プロダクトマーケットフィットするプロダクト開発を実施することが可能になります。

# 2. 戦略・定義

Strategy

Define

顧客インサイトや調査結果をチーム全体で認識を合わせ、顧客の課題を定義



## ワークショップの実施

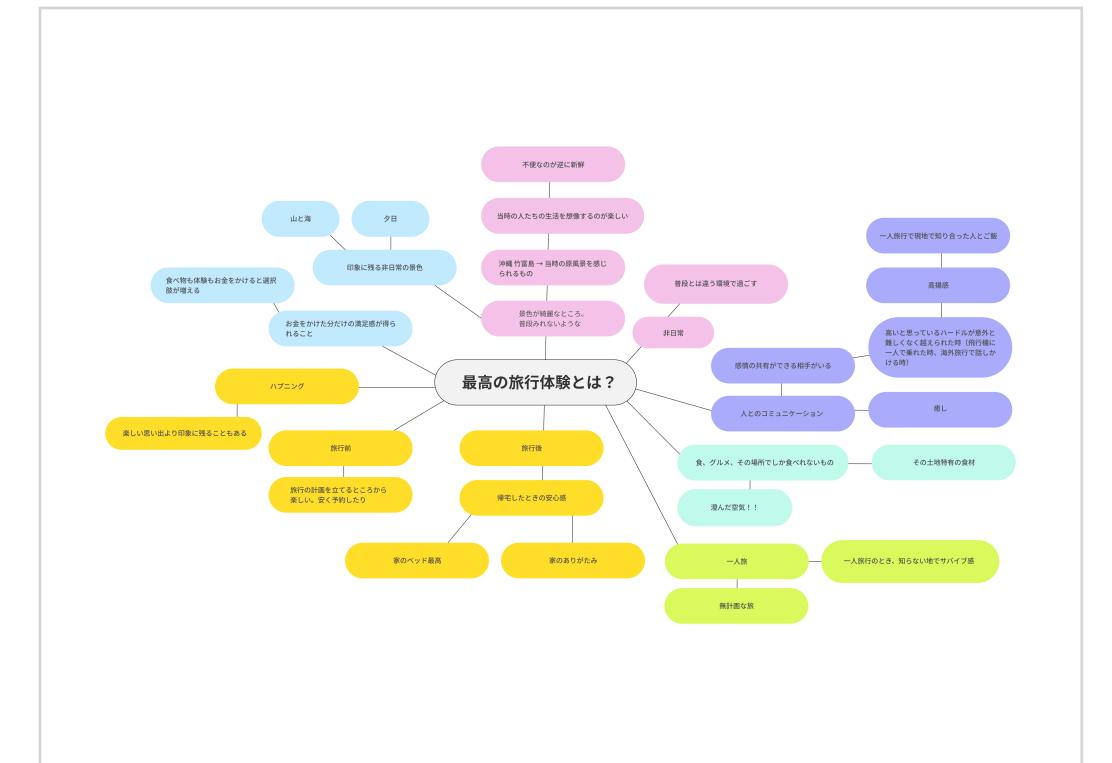
調査・洞察での結果をチーム全体で議論し、どこに顧客の課題があり、開発するプロダクトで解決することができるのか意見を出し合う場を提供します。



## 課題定義

「どうすれば○○(ユーザー)は○○(課題)という障壁がありながらも、○○(行動)できるようになるか」という構文を使って、プロダクトを開発していく上で、解くべき問題を定義します。

顧客の課題を解決するアイデアを発散させて、プロダクトの体験コンセプトを創出



## アイディエーション

解くべき問題に対して、どんなアイデアをプロダクトに盛り込むことで解決できるのかチーム全員でアイディエーションを行います。出てきたアイデアをビジネス・クリエイティブ・テクノロジーの観点で評価をして、優先順位を立てます。



## 体験コンセプトの創出

顧客インサイト、解くべき顧客課題、課題を解決するアイデアを基に、プロダクトの体験コンセプトを定義します。体験コンセプトを定義することで、チーム全体で何のために開発するプロダクトなのか共通認識を持ち、適切な判断を各チームが決断することができます。

# 3. 体验設計

# Experience Design

戦略・定義で創出したことを基に、プロダクトを利用する顧客体験を可視化



## カスタマージャーニーマップ

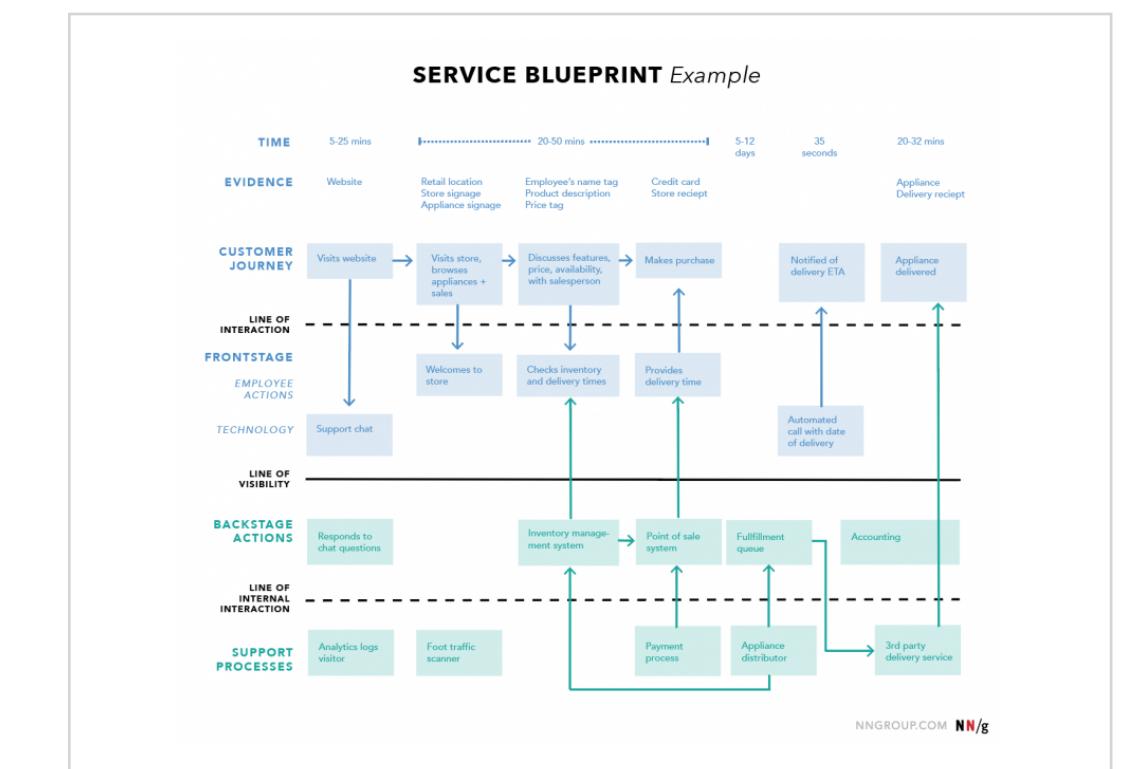
顧客体験をシームレスな体験にするために、顧客の移り行くマインド、それに紐づく行動を可視化し、顧客とプロダクトがどのように関わっていけば、顧客の課題を解決し、生活に溶け込むことができるのか確認しながらジャーニーマップを作成します。

## 体験の必要性検証

カスタマージャーニーマップを基に、考えた体験がターゲットに対してどれだけ需要があるのか検証します。需要性検証を行うことでプロトタイプを作成した後に、「実はこの体験は誰も求めていなかった。」という事象を減らし、確実なプロダクト開発を進めていきます。

# Project Planning

顧客体験を実現するために発生する開発・業務も可視化し、BTCを担保した体験を計画



## サービスブループリント

プロダクトに携わる顧客・部署/従業員・開発の動きを可視化することでプロダクトの外側で発生する必要な行動やリソースを明確化します。これを行うことで体験の提供・運用の実現可能性を高めるオペレーションを建設的に検討していくことが可能になります。



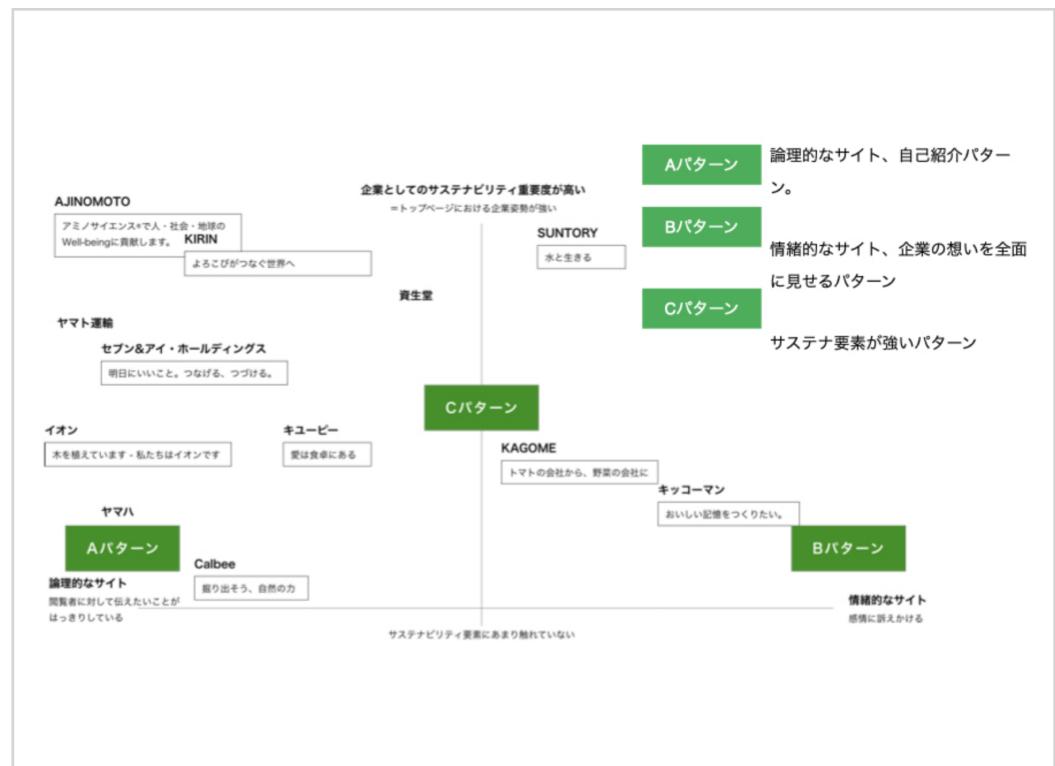
## ロードマップ・MVP定義

サービスブループリントで理想の顧客体験を描いても、それを一気に開発することはできません。体験の中でどこが一番顧客とプロダクトにとって重要な体験なのか定義し、開発の優先順位を立てていきます。

# 4. デザイン・開発

## Visual Design & Information Architect

体験コンセプトを基にビジュアルコンセプトを定義し、スムーズな顧客体験を実現するための情報設計



### ビジュアルコンセプト定義

ブランドに沿ったビジュアルで一貫した体験を届けるために、ブランド価値向上・ターゲット層のデザイントレンドを意識したビジュアルコンセプトを作成します。

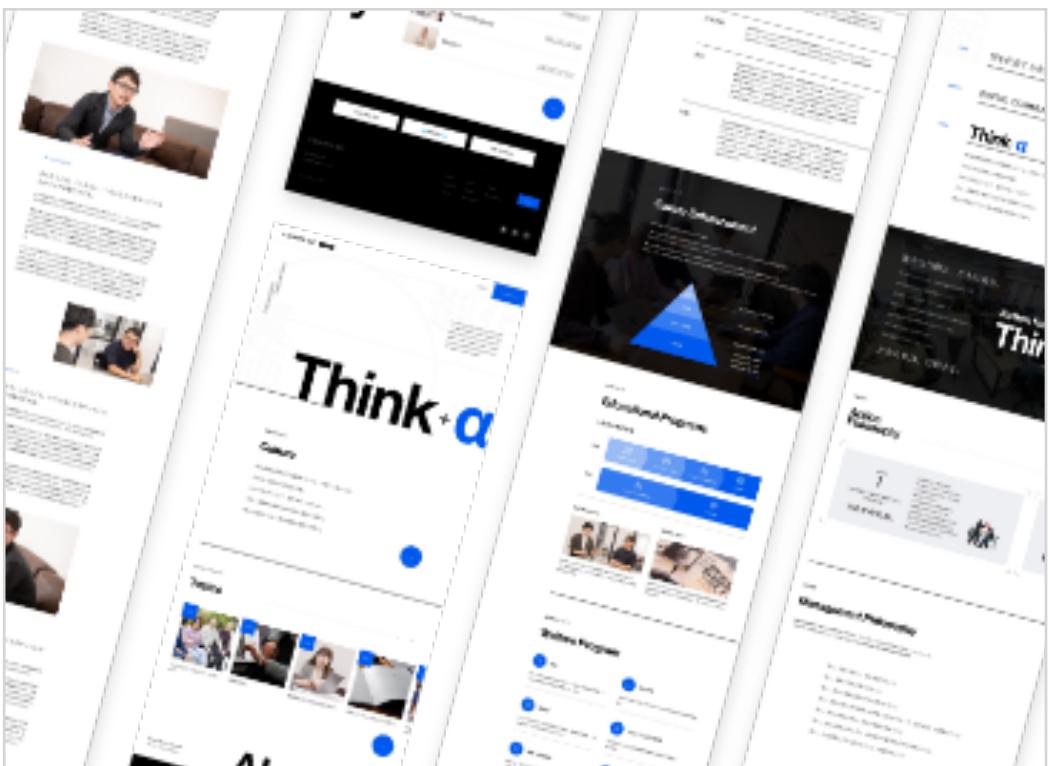


### ワイヤーフレーム

顧客体験を実現するために、顧客が使いやすく、目的のタスクが達成できるように情報を整理し、プロダクトに落とし込みます。ワイヤーフレームがあることで初めてプロダクトに情報が落とし込まれ、より開発へのイメージが高まります。

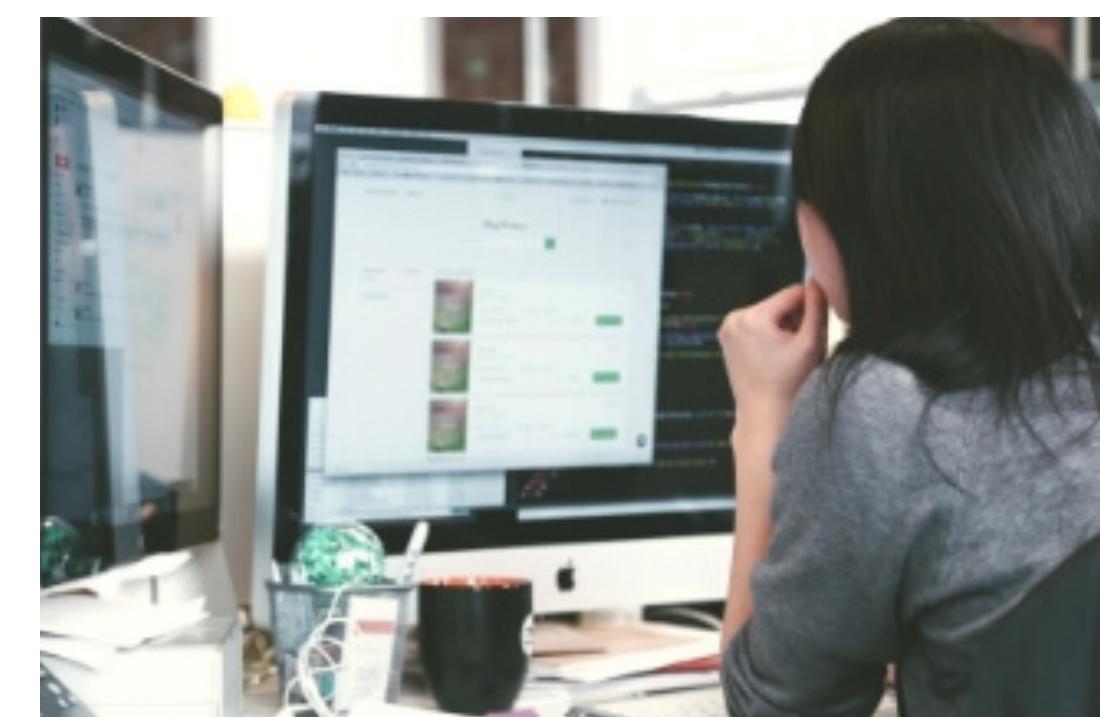
## UI Design & Development

プロトタイピングを用いてユーザーテストを行い、改善したデザインを誰でも実際に使用できるように実装



### UIデザイン&ユーザーテスト

ビジュアルコンセプトとワイヤーフレームに基づいて、すべての画面で一貫した体験になるようにUIデザインします。デザインしたプロトタイプを使ってユーザーテストを行い、使い心地、操作性の検証・改善を繰り返します。



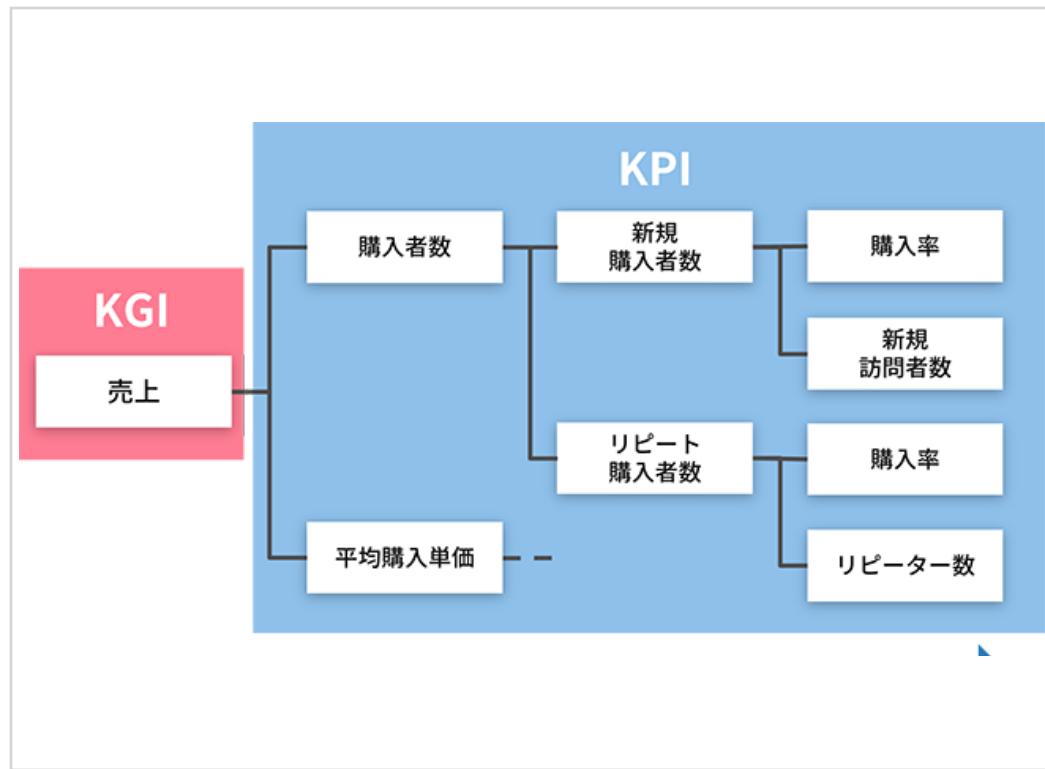
### 実装

ユーザーテストを経て改善されたプロダクトを実際に誰でも動かして利用できるようにテストを繰り返します。実装後はレビュー会を設け、一緒にプロダクトの完成度を確認し、公開準備を進めます。

# 5. データ分析

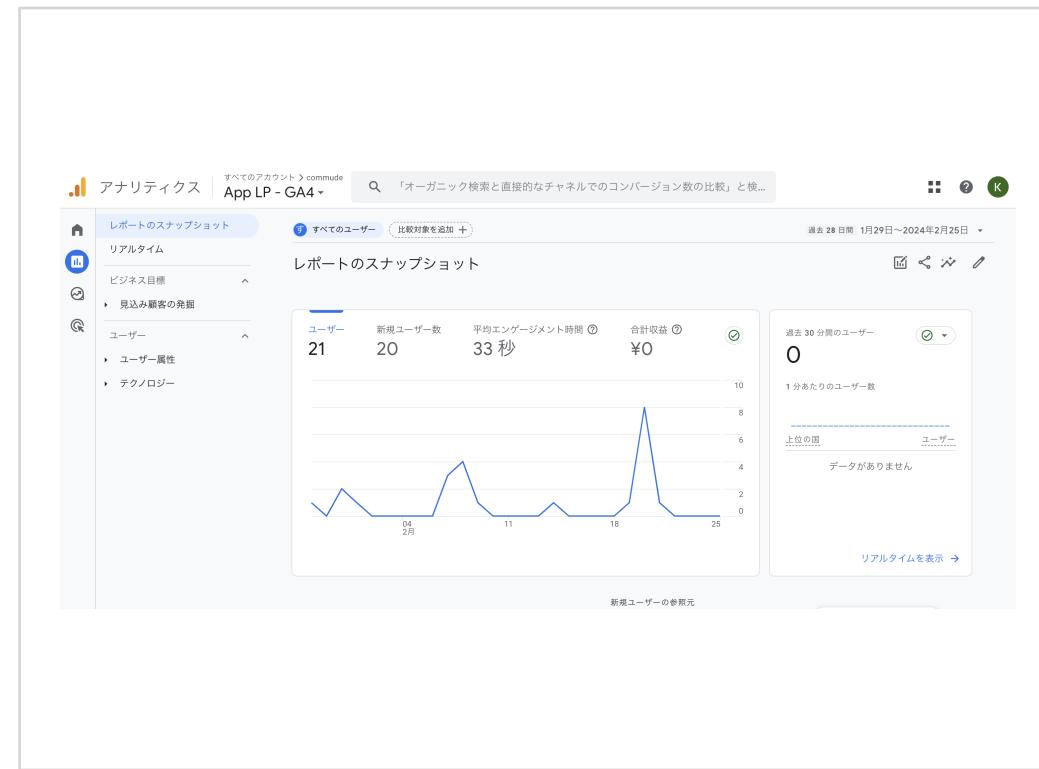
## Data Analysis

公開後のプロダクトの動向を数値化し、継続的にグロースするための課題・機会を分析



### パフォーマンス指標 (KPIs) の追跡

売上、利益、アクティブユーザー数など、サービスの成功に直接関連する指標を定期的に分析し、計画したKGI/KPIの達成度を追跡することで、サービスをグロースさせる計画を継続的に考えます。

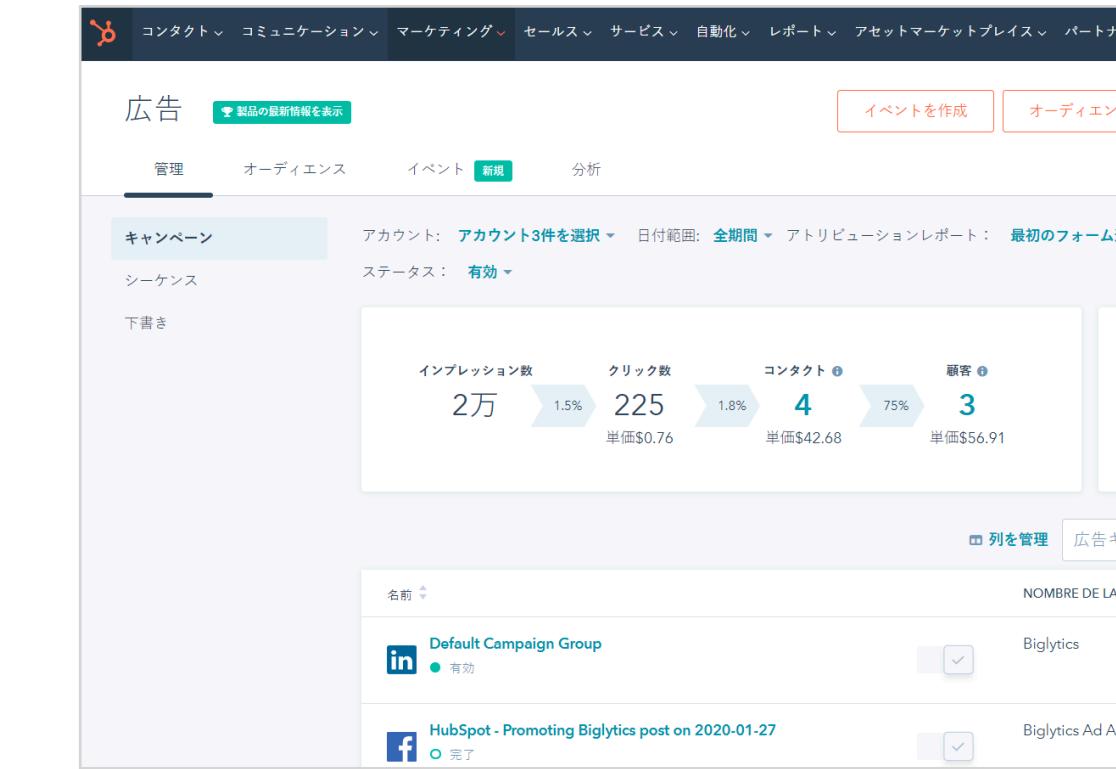


### エンゲージメント分析

プロダクトへのセッション数やクリック率などの行動・反応を追跡し、エンゲージメントのレベルを分析します。公開後のプロダクトの課題、新たな機会の発見に繋げていきます。

## Design Analysis

実際にプロダクトを日々使用している顧客にヒアリングし、スピーディーに移り行く顧客課題・ニーズを分析



### Hubspotを使用した顧客分析

顧客のロイヤリティやサービスの満足度を測定します。サービスや製品の顧客満足度を簡単かつ効果的に評価し、どの顧客は好んで使っていて、使われていない顧客はどんな層なのかを明確化し、改善調査・実行の材料にします。



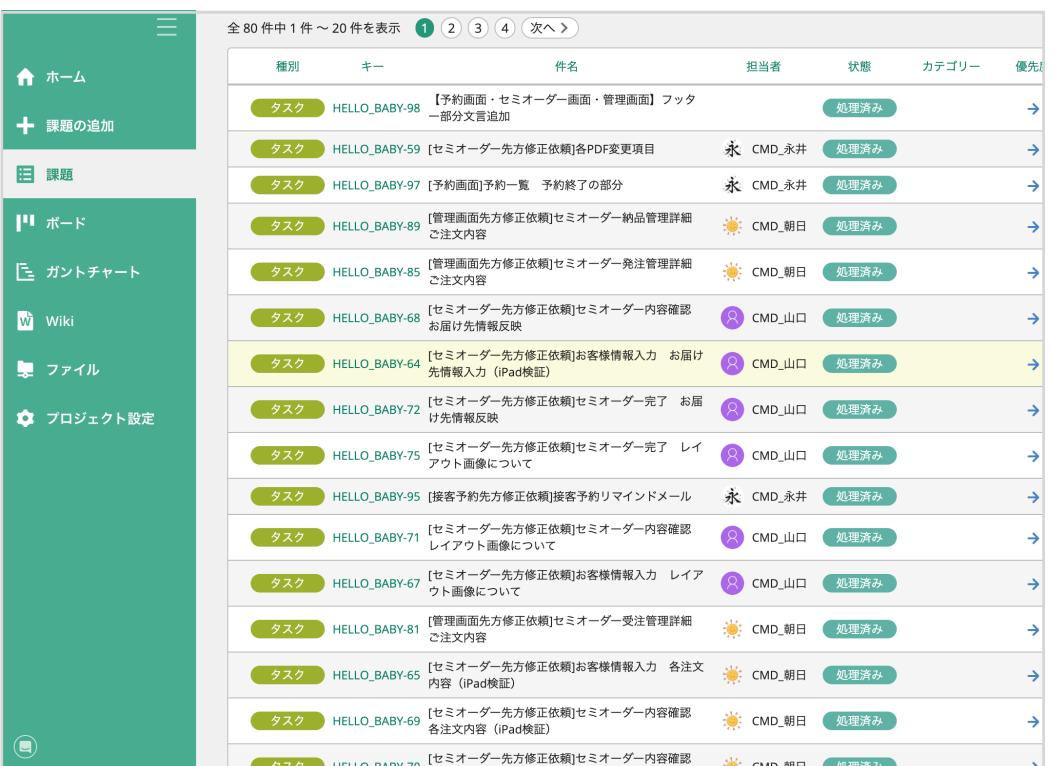
### ユーザーヒアリング

実際に日々使用している顧客にヒアリングを行い、どのような体験に価値を感じて利用しているのか、プロダクトがあることで生活に変化があったのかなど使用している理由を深掘りし、開発側も知り得ないプロダクトの価値を発見、グロースさせるための材料にします。

# 6. 改善

## Improvement Planning

分析結果から課題・機会を発見し、検証・公開していくためのプランニング



### 課題のバックログ化

課題・改善案をバックログ化し、チーム全体が確認できるようにすることで、今後の運用・マーケティング活動方法への共通認識を促します。

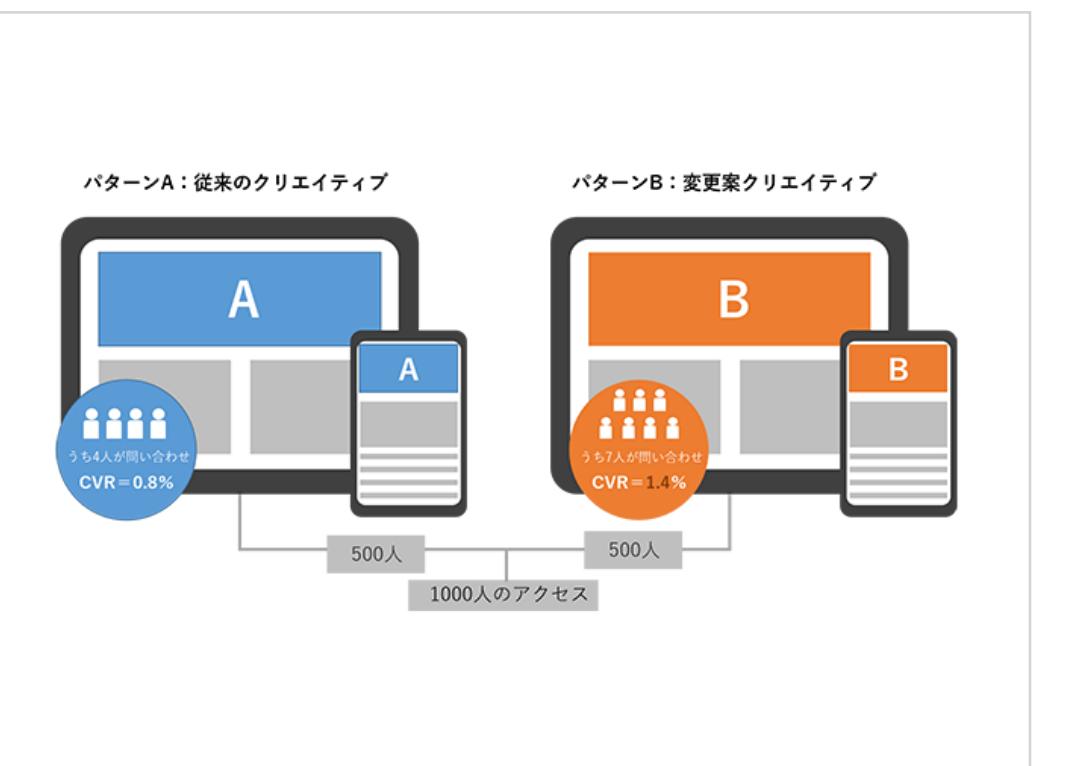
### 改善プランニング

バックログにリストアップされた課題・改善案を一つずつ確認し、改善後のインパクトや開発工数を可視化します。可視化することで改善の優先順位が立てられ、適切な運用改善の計画をていきます。

A	B	C	D	E	F	G
No.	大項目	画面名	小項目	工数(時間)	工数(人/日)	
6	1 TOP	TOP画面		3	0.375	
7	2	ハンバーガーメニュー		2	0.25	
8	3	QR発行後画面		2	0.25	
9	4	QRをメールで送信タップ後_モーダル		2	0.25	
10	5	送信完了トースト		1	0.125	
11	6	登録内容確認タップ後_モーダル		1.5	0.1875	
12	7 お知らせ	お知らせ画面		3	0.375	
13	8	お知らせ詳細		2	0.25	
14	9 避難所受付用QR	避難所受付用QR画面		2	0.25	
15	10	避難所受付用QR画面_避難人数		2	0.25	
16	11	申告内容画面		2	0.25	
17	12 アカウント情報	アカウント情報		3	0.375	
18	13	更新完了トースト		1	0.125	
19	14	退会確認モーダル		1.5	0.1875	
20	15	ログインアラート情報		2	0.25	
21	16	利用規約		1.2	0.15	
22	17 お役立ち情報	お役立ち情報		1.5	0.1875	
23	18 お問い合わせ	お問い合わせ		2	0.25	
24	19	お問い合わせアラート表示		1	0.125	
25	20	送信完了トースト		1	0.125	
26	21	ブルクーンデザイン		1	0.125	
27	22 パスワード変更	パスワード変更		1.5	0.1875	
28	23			0	0	
29	24			0	0	
30	25			0	0	
31	SP 投点側			0	0	
No.	大項目	画面名	小項目	工数(時間)	工数(人/日)	
33	4 TOP	TOP画面		2	0.25	
34	5	ハンバーガーメニュー		1.5	0.1875	
35	6	QR発行後画面		1.2	0.15	
36	7	QRをメールで送信タップ後_モーダル		1.2	0.15	

## Design & Development

改善案をプロトタイプ化・検証を行なったのちに改善後の効果が把握できるように実装



### 改善案の実装

検証した改善案を実装します。実装時には改善後どれだけ課題が解決されたのかログから把握できるように適材適所に分析ツールを埋め込み、公開後の改善評価へ繋げていきます。

# ブランド向上のための世界共通言語を創る！ グローバルサイトリニューアル

日本のみならず、海外にも広くマーケット展開するmizkan様にとって、国内・海外でブランド認知度や理解度にはばらつきがあることは大きな課題でした。これを解消し、グローバルにブランド価値を高めていくため、国内はもちろん海外社員まで広くヒアリングを実施。心理・行動を分析した上で、カスタマージャーニーマップやペルソナに落とし込み、強みや課題を浮き彫りにしながらコンセプト設計を行いました。お客様と一緒に課題に向き合い、考え、KGI達成に向けて伴走する姿勢が高く評価され、現在も継続的にブランド価値向上にむけたを戦略をサポートしています。



## コムデの支援内容

『ともに生き、ともに奔走する  
（...そんなミツカンをお届けする）』

**英語サイトの役割と目的**  
現状のサイトの利用者：  
意見や質問があつて目的があつて問い合わせをしてサイトに訪問している。  
今後のグローバルサイトに期待するポイント：  
今はミツカンがどのように情報を提供するかだけでなく、ユーザーが気になっている話題を取り入れていくとよい。（サステナビリティなど）

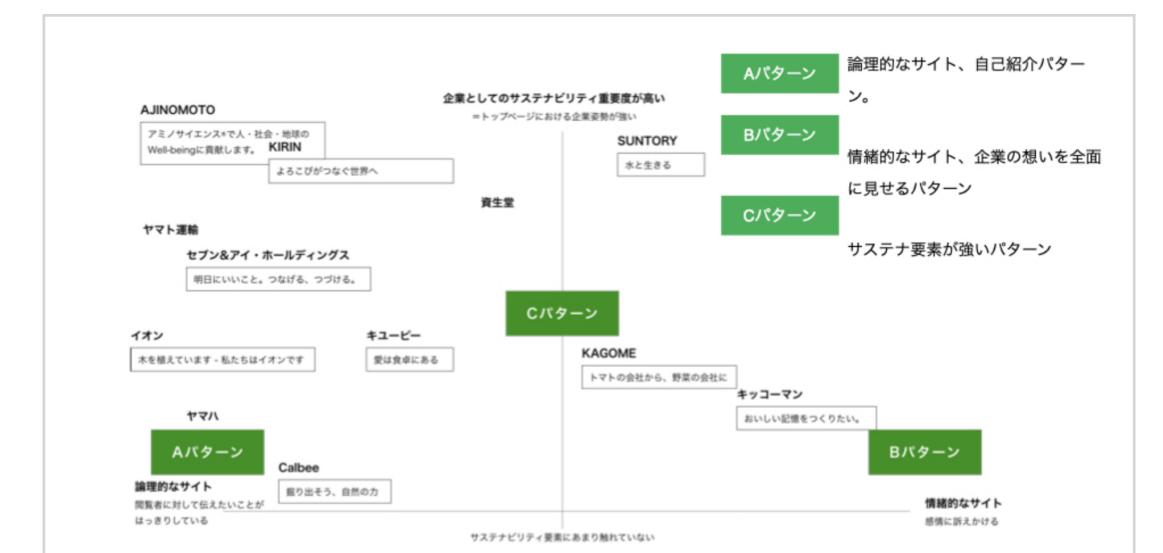
**ターゲットについて**  
コアターゲット  
社員や求職者  
ビジネスパーソン  
サブターゲット  
消費者、潜在顧客  
ブランドサイトとリンクするようにしたい、こちらのグローバルサイトはミツカンの全体の橋を伝えられたと考へている  
社員とこれから入る社員が誇りをもって働けることが重要でそのように感じられるコンテンツがあるといい。

## 価値の定義化

- 企業の価値観や強みを深掘り
- 企業イメージを牽引するテーマ（スローガン）を設定し  
共通認識を確立

## インタビューリサーチの実施

- リニューアルの目的・役割の明確化
- グローバルサイトの為、アメリカ・イギリス支社の担当者へインタビューを実施



## 市場分析から落とした情報設計

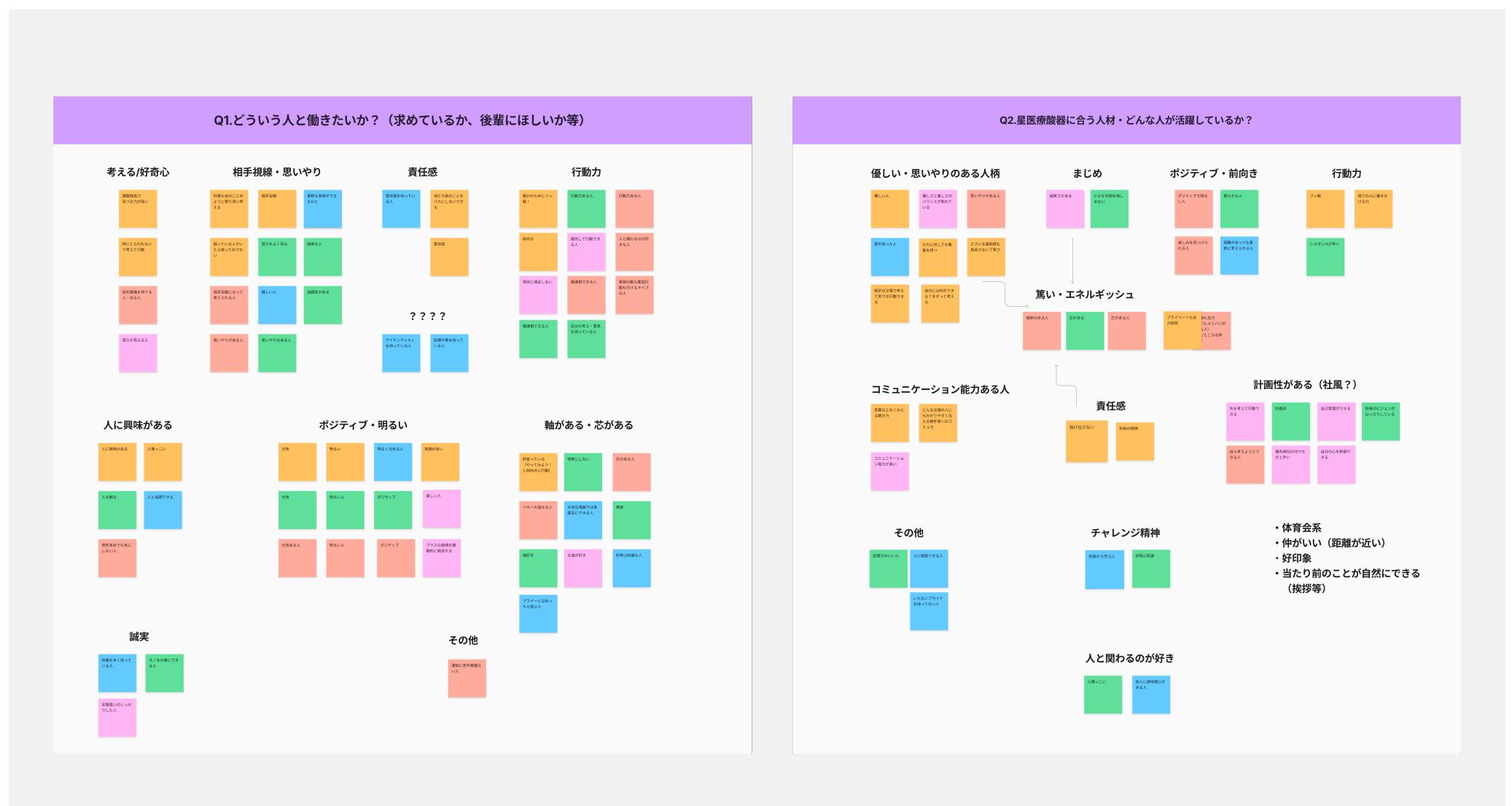
- トライベック、日経のブランド調査の上位サイトを、分布図を使い分析
- 全体スコアの向上に向け、パターン別の構成案を提案

## グロースを意識したデザイン・開発

- UI/UXを意識したデザイン設計、Webガバナンスに準拠した構築、SEOを意識したタイトルとキーワードを設定

# ワークショップでベールを脱ぐ“真の魅力”。 採用サイトリニューアル

企業の魅力や課題を正確に把握するため、社員アンケートやインタビューをはじめ、人事担当や役員へのヒアリングを重ね、両者の認識を把握した上でワークショップを実施。そこで拾い上げた数々の声を基に情報を整理し、お客様の中にはんやりと存在していた「求める人材像」や「伝えるべき魅力」を、明確に言語化することから始めました。こうした一連の施策をお客様と一緒に行うことで、魅力的な採用サイトの実現はもちろん、企業と社員のエンゲージメントを飛躍的に高める結果にもつながりました。



## コムデの支援内容

**課題**

- 情報提供不足
- 現在は就活サイトや説明会での情報提供のみ
- 能力が訴求できておらず自社の求人に興味を示す応募者を取りこぼしている
- 応募者の減少傾向
- 減少傾向が昨年度は1800名と数が多い

**目的とゴール**

- 採用応募数の増加
- 自社で採用する可能性のある学生の認知を獲得
- 合致する分野を専攻していたりする学生などに自社の存在をまずは「知ってもらう」ことに注力
- エントリー数や説明会参加者の増加
- 事業内容を理解

**仕事内容の理解・企業の魅力認知・エントリー数増加が最終的なゴール**

**Q1 今のお会社を最初に知った時の、率直な第一印象を教えてください。**

1位：業務内容・取り扱い製品がわかりにくい  
2位：仕事内容が複雑そう、仕事内容がわかりにくい

**Q2 今のお会社に就職しようと思った理由を教えてください。**

1位：企業としての安定感・上場している  
2位：業務に興味があった(医療や福祉で探していた)  
3位：人事の人物が良かった

**Q3 今のお会社に決めた理由を教えてください。**

1位：人事の人物(圧倒的多数の意見)  
2位：人の役に立てるやりがい、医療・福祉に携われる

**Q4 入社するまで気付かなかった今の会社の魅力を教えてください。**

1位：人の良さ  
2位：人間関係がある、距離が近い、人事・上司・同僚がいい人  
3位：福利厚生

**Q5 就職活動をする時に特に知りたかった情報を教えてください。**

1位：仕事内容・労働環境(具体的に)  
2位：昇給や待遇制度  
3位：福利厚生

**Q6 良い新卒採用サイトの条件をできるだけ具体的に教えてください。**

1位：情報の可読化  
2位：先輩社員の体験談が掲載されている  
3位：内定までのルートが明確

新卒採用担当の企業が【何を魅力として打ち出しているか】を把握し、星医療酸器の現状把握と他社と差別化できる部分を調査しました。  
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xYKwF5dM8567F01RgQs6QDc0DSR4ZlkSy1300JDNYZQ/edit#gid=2034978426>

**キャリア成長とスキル磨き**

- 研修が多い
- 福利厚生は他とあまり差はない
- 男女の待遇実態に力を入れているのは大きい
- 希望で職種転換も可能

**ワークライフバランスと福利厚生**

- ただスキルアップのイメージつきにくい
- 希望で職種転換も可能

**チームと文化**

- 文化は先輩から取り足取りで継承していくスタイル
- 資料的なものやコミュニケーションに関する研修がないが一人ひとり個々になって先輩がサポート

**プロジェクトや挑戦**

- 医療と介護・福祉機器、両分野の事業を手掛けている
- 事業内容・福利厚生など細かく書かれている

**社会的貢献と企業価値観**

- 50年以上にわたり安定供給でめりおり、関東ではシェア3割強の顧客基盤を有している
- 事業拡大続けて成長し続けている
- 内定までのルートが明確

**社員からの声・その他**

- 人の良さ
- 現状業務内容がわかりにくいので、先輩社員の声でカバーしている

## 目的とゴールの明確化

- プロジェクトの方向性を明確にし、成功に向けて効果的な計画を立てる為の課題抽出、KGI設定

## ユーザーインタビューの実施

- 新卒者の期待や要望を理解するために、約20名ほどの新卒3年目以内の社員向けにアンケート調査を実施

## 他社採用サイトの分析

- 競合の企業が【何を魅力として打ち出しているか】を把握し、企業様の現状把握と他社と差別化できる部分を調査



## ワークショップの実施

- 採用メンバー中心にワークショップを実施し、ペルソナ・ジャーニーマップを策定

# OUR APPROACH

コムデの2つのアプローチ

## 請負型

クライアントの夢を実現したい



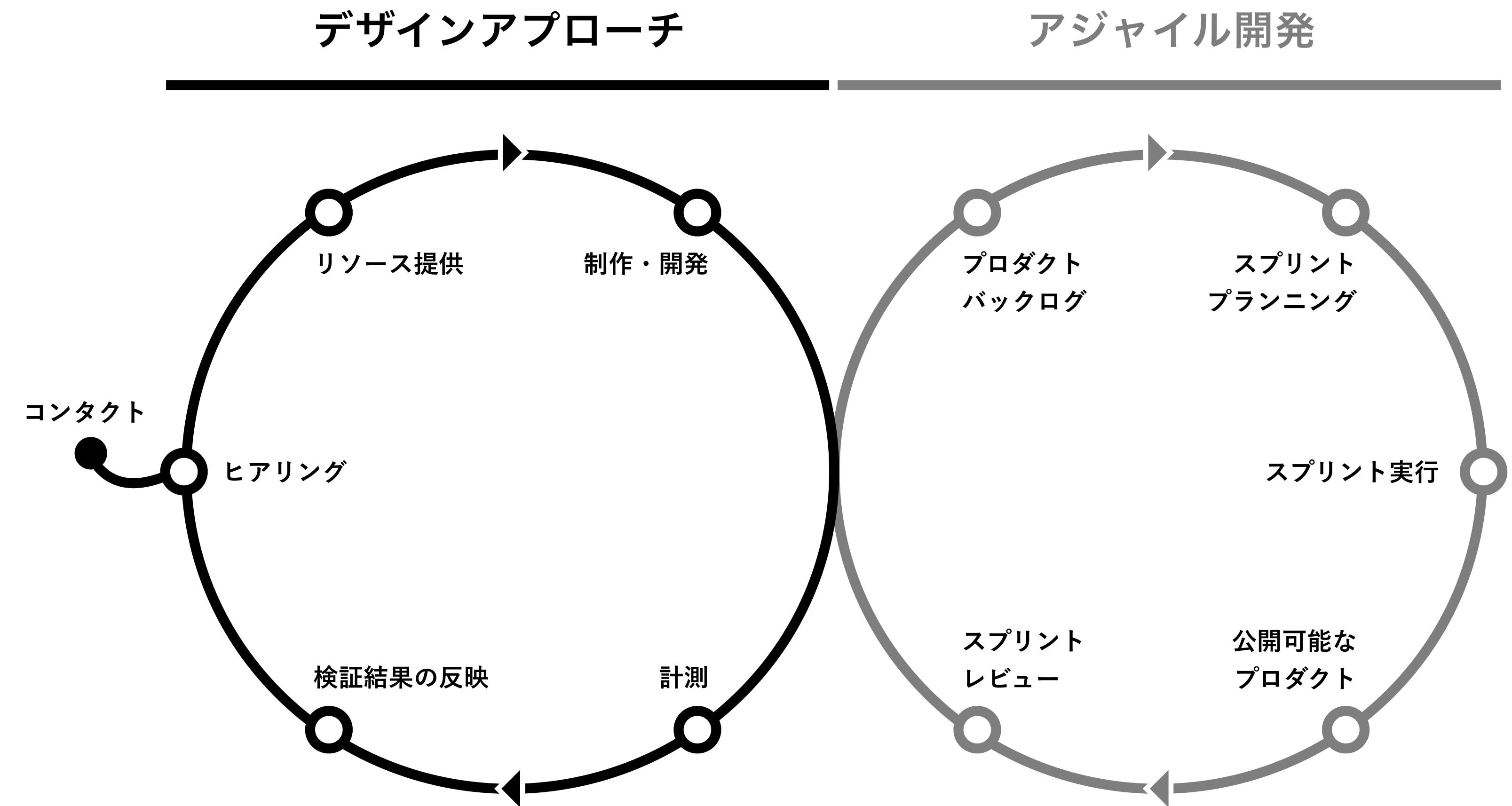
プロジェクトの状況を捉えて、  
リソースの提供、  
最適なアウトプットを生み出します。

# 柔軟な リソース提供と 高価値/高品質な プロダクト開発

最適なソリューションを提供するための2つの歯車を回しながら、プロジェクトの土台を固めつつ、マーケットにフィットしたアウトプットを継続的に提供します。

コムデの請負型アプローチ

## Gear System Approach



※プロジェクト状況に応じてDevOpsはウォーターフォール開発にする場合もございます。

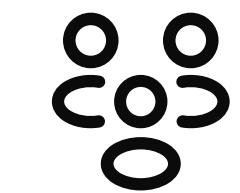
# DESIGN APPROACH

デザインアプローチ内容



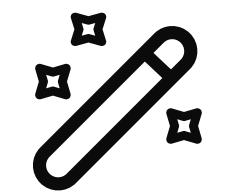
## ヒアリング

最適なソリューション出すためにプロジェクトの状況をヒアリングします。



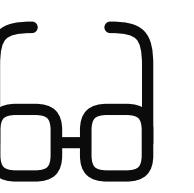
## リソース提供

目的を達成するためのリソース配置を行い、プロジェクトの土台となるチームをつくります。



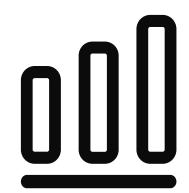
## 制作・開発

プロジェクトの目的、顧客ニーズに沿った最適なソリューションを制作します。



## 計測

プロトタイプが使いたいものになっているか検証します。

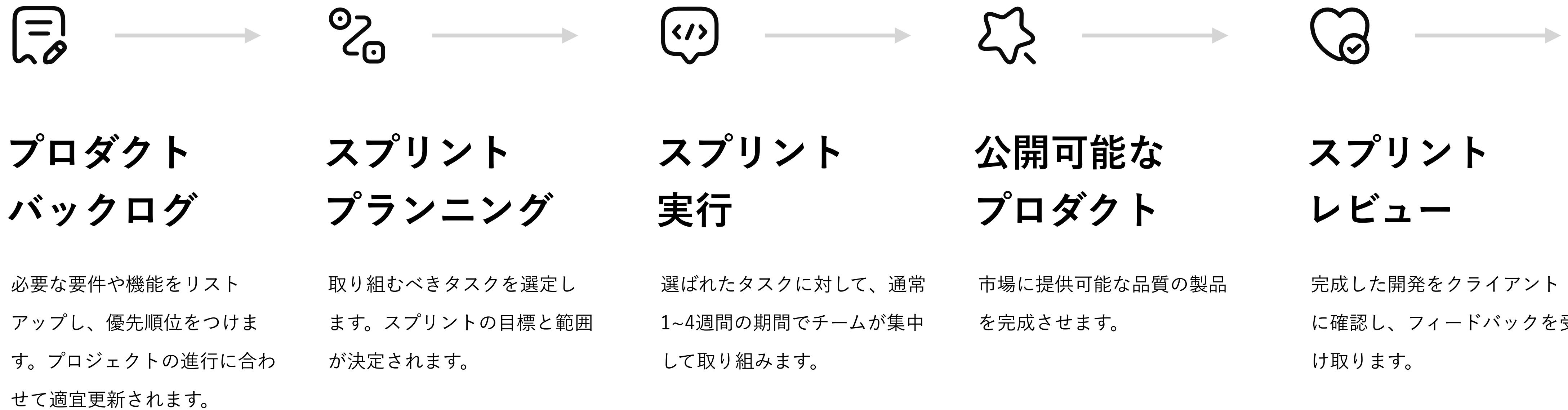


## 検証結果の反映

検証結果を分析し、必要があればリソースの再配置、ソリューション自体の改善を行います。

# AGILE APPROACH

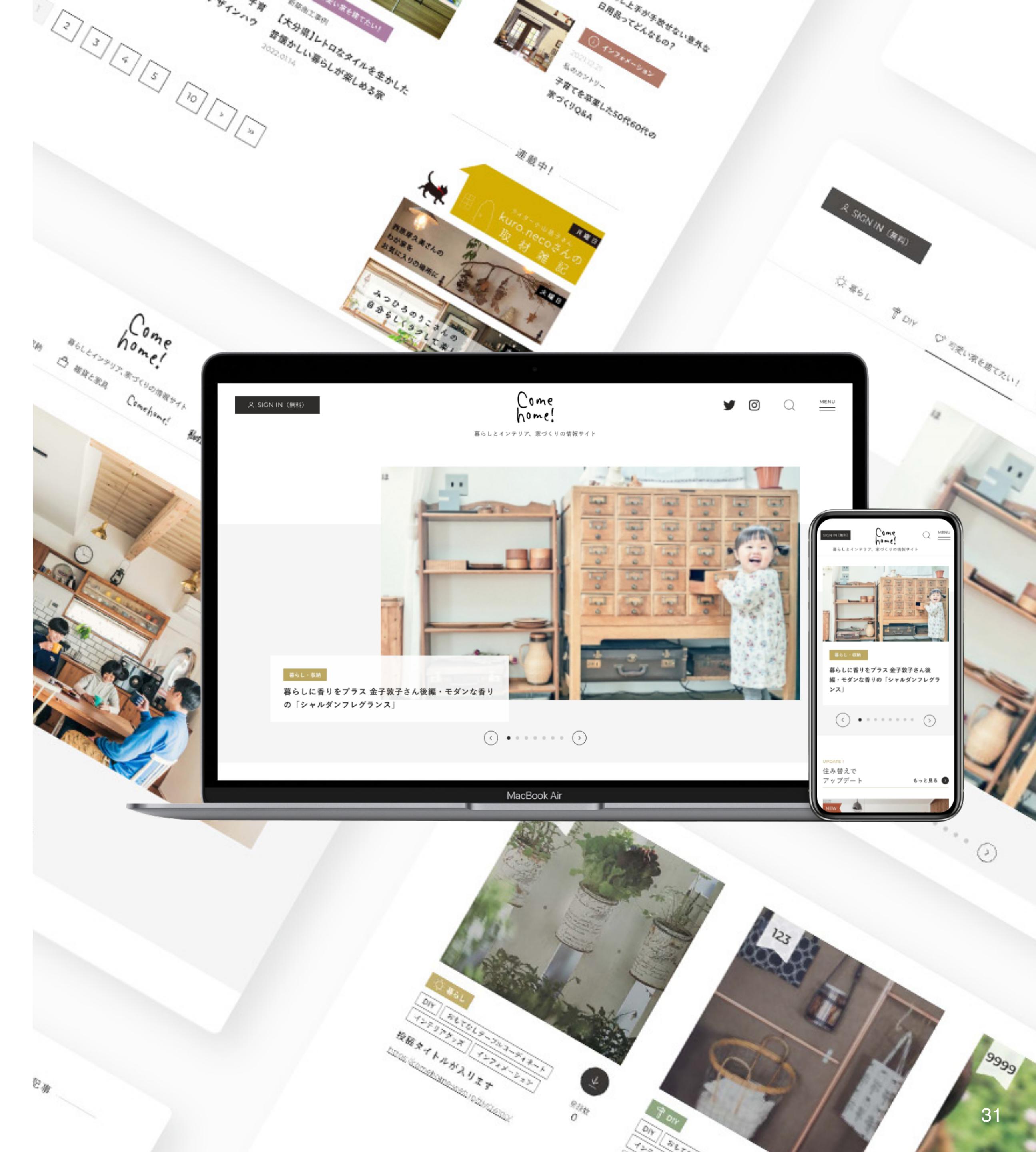
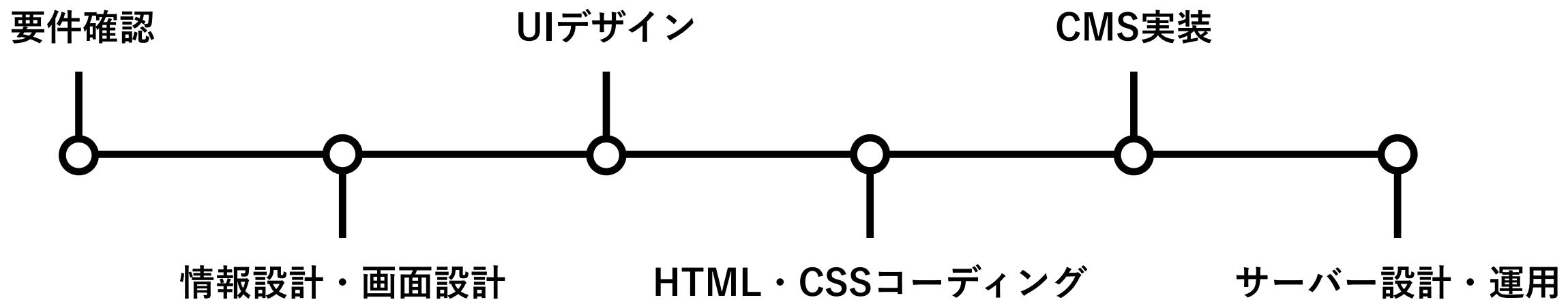
アジャイルアプローチ内容



WEB Comehome

# デジタルの強みを最適に、最大限に。 メディアサイトのUIデザインと開発

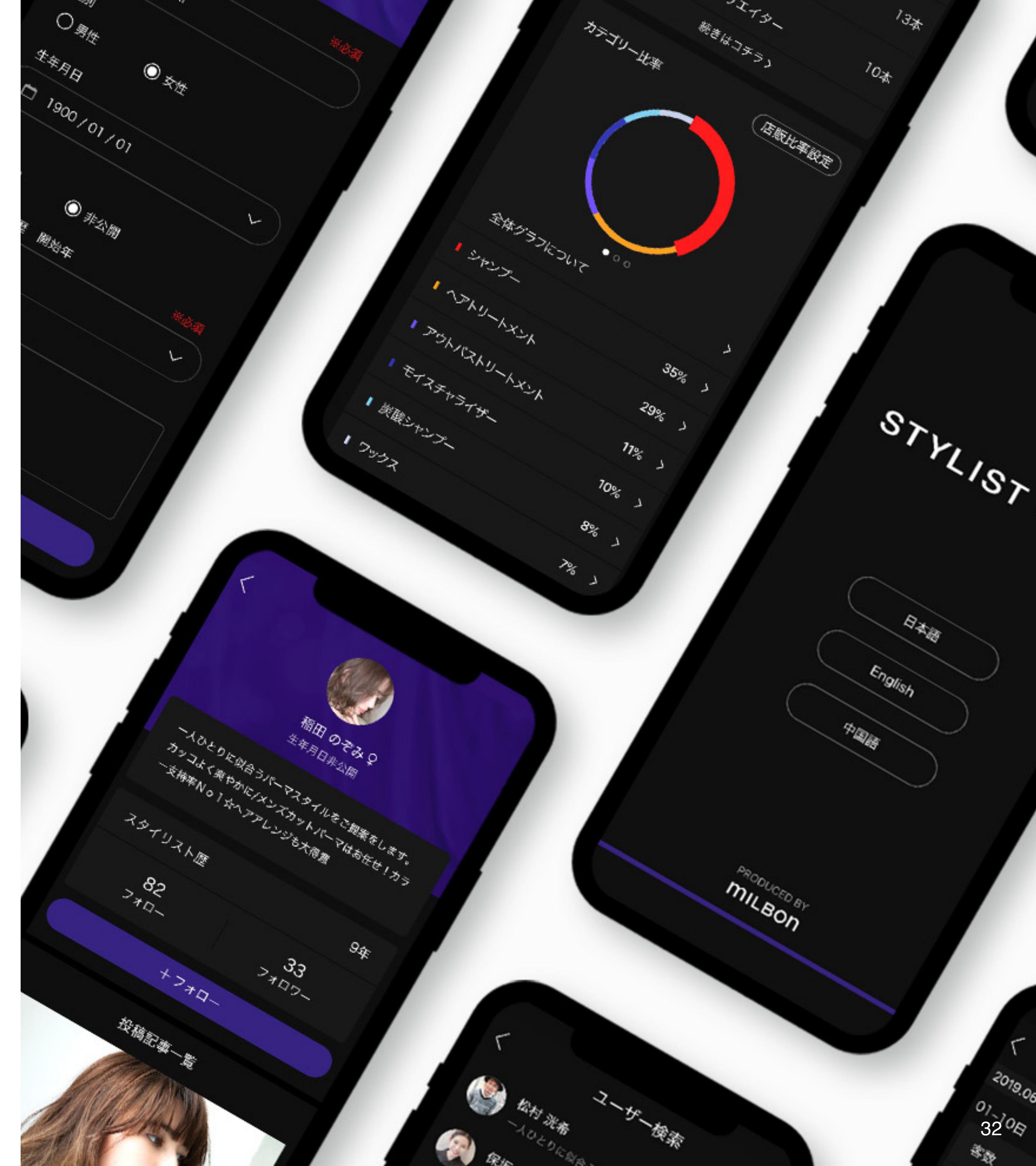
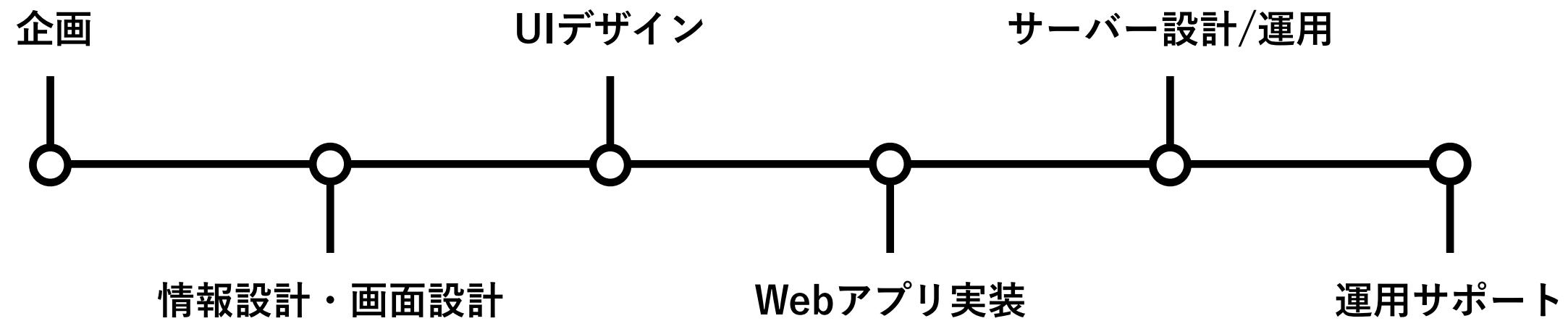
雑誌メディアのコンテンツをデジタル化する。単純なようで、そこには緻密な情報構成力とサイト設計が求められます。子供や家族を前提としたインテリア&家つくり情報を中心に、リノベーションや「暮らしの中の小さな幸せ」まで、多彩な情報を発信するメディアサイトだからこそ、求める情報に辿り着きやすい動線をつくるため、一つ一つの情報を噛み砕き、最適なカテゴライズを追求。デジタルの強みを最大限まで引き出しました。



## APP STYLIST CLUB SNS -

創ったのは、業界をつなぐ新たな“場”。  
SNSのUIデザインと開発

「多忙なスタイリストは、他のスタイリストと交流を行ないにくく、  
技術がガラパゴス化しやすかった。」そんな業界の状況を変えるために  
開発したのが、MILBON 様のスタイリスト専門SNS「STYLIST CLUB」です。  
ただ、受注先にITリテラシーが少ないという課題があり、これを解消するため、  
クライアントと受注先の間に立ち、要件整理から仕様提案、開発要員の配置まで、  
プロジェクトマネージャー的な立場で一貫して開発を推進。  
当時はまだ目新しかったSNS開発をいち早く実現しました。





クラウドナインミュージック

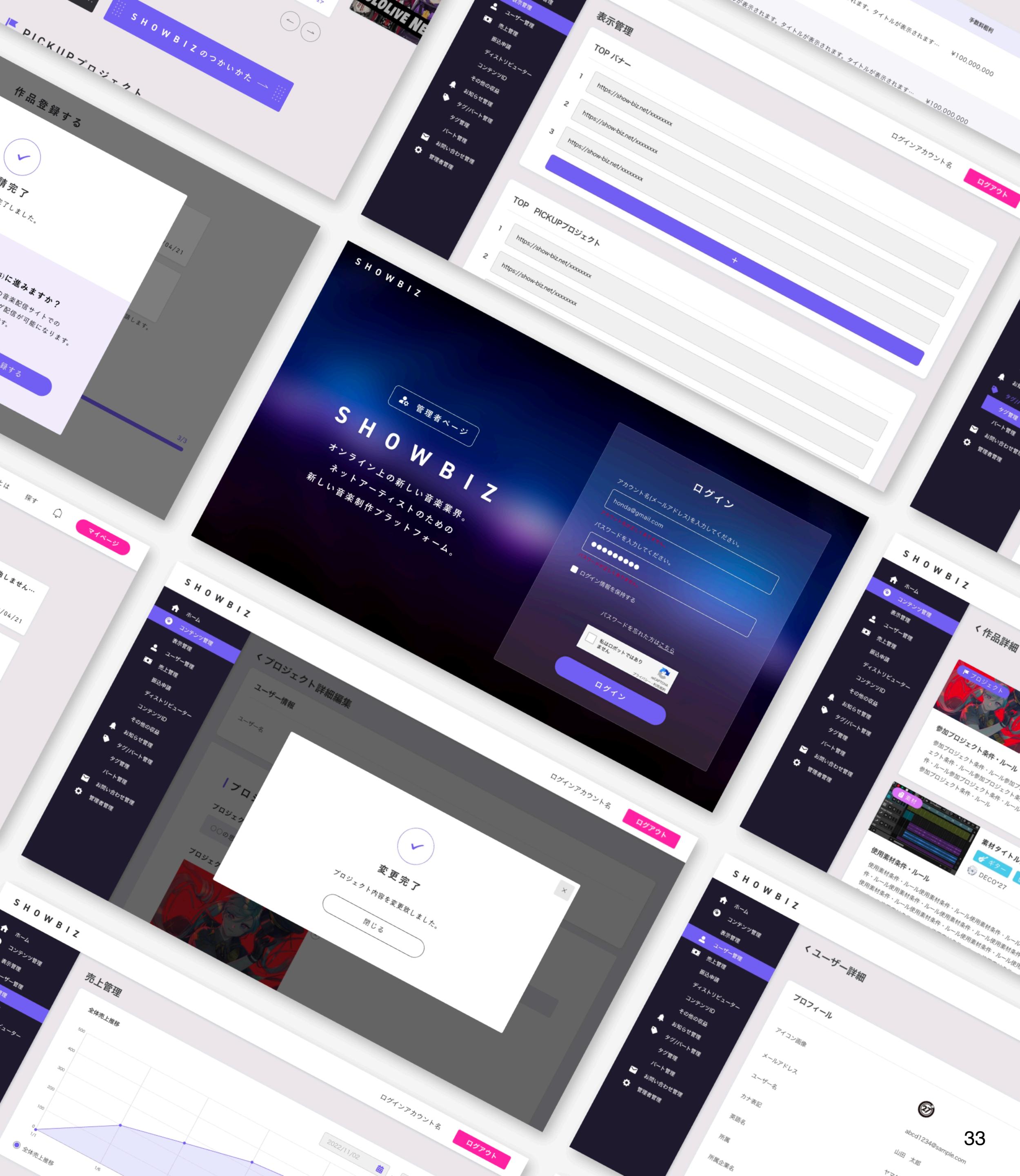
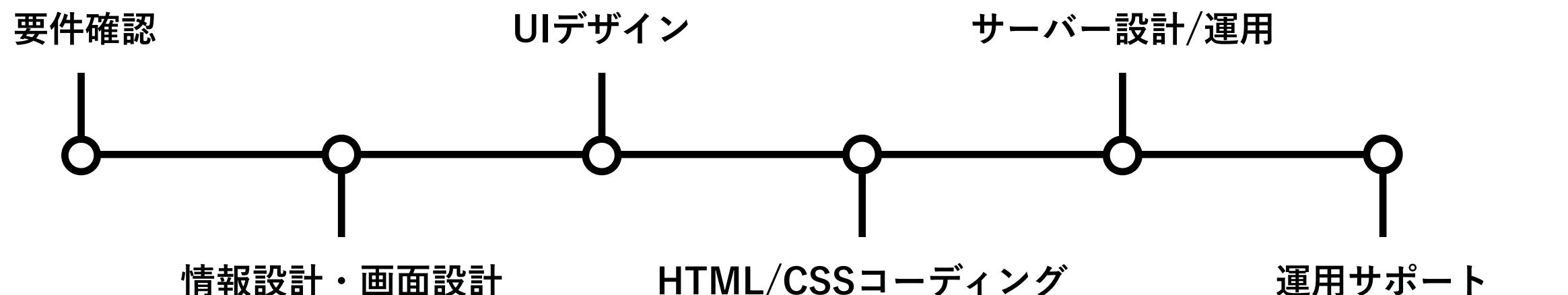
CLOUD NINE

WEB・SYSTEM

SHOWBIZ

# 音楽業界を革新するかつてないしくみ。 ビジネス・プラットフォームの開発

「音楽業界を変えたい！」の合言葉のもと、音楽レーベルや著作権など、これまでのデビューのハードルを取り払い、作曲家、編曲家、作詞家、さらにはギタリストやボーカルなどの演者といったフリーのアーティスト達が、自由に集い、楽曲を創り、さらに配信・収益化できるプラットフォームを開発。マッチング機能、楽曲とプロバイダーのタイアップ機能、配信により収益化し分配する機能など、多岐にわたる機能を網羅した複雑な設計をクリアし、才能・チャンス・収益のすべてが新しい関係で結びつくしくみを実現しました。



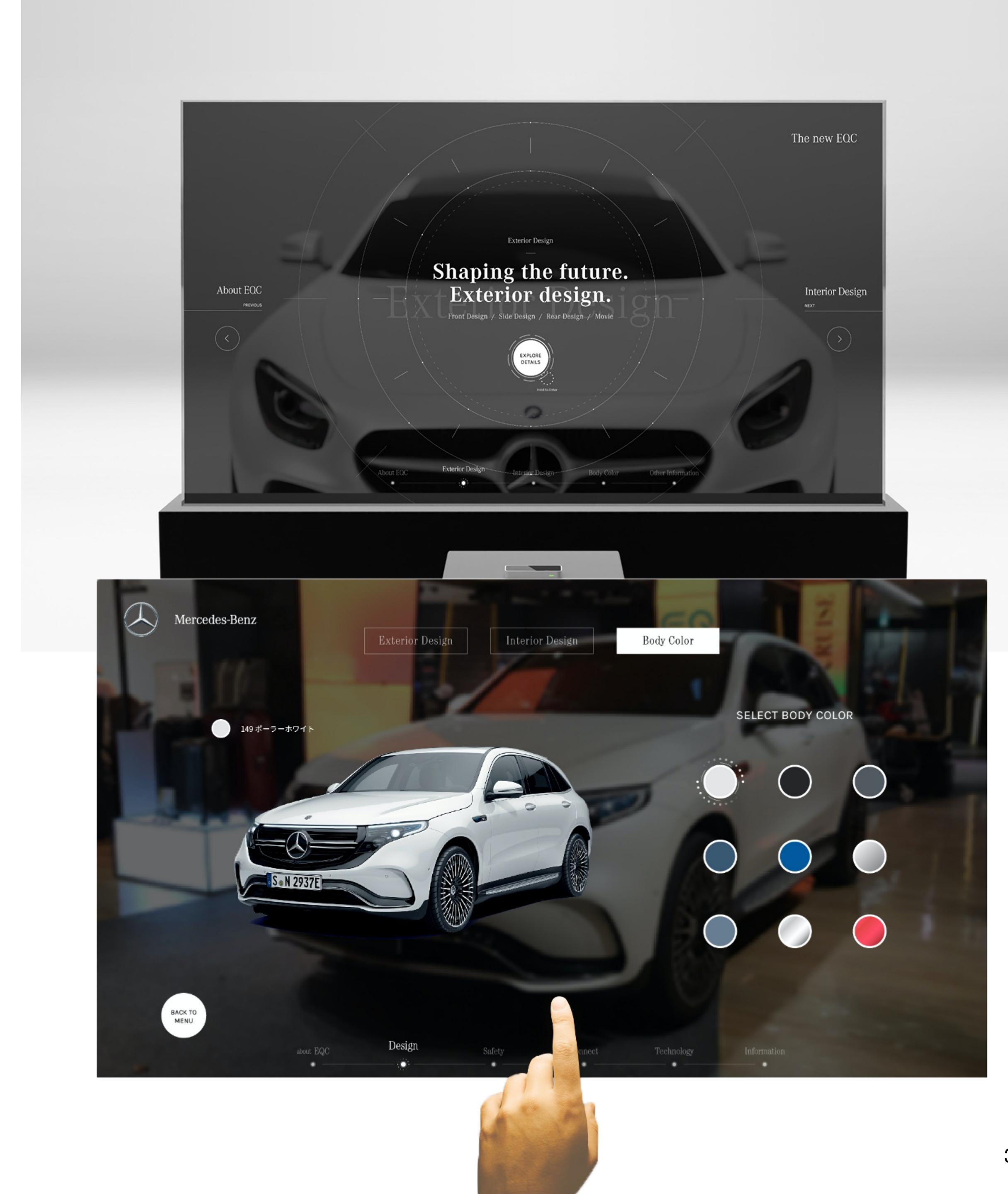
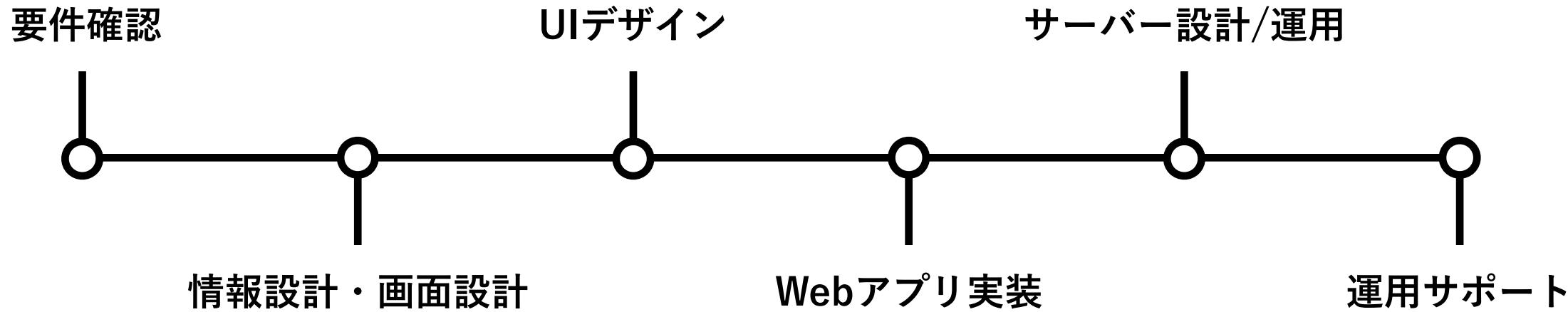


## DESITAL SIGNAGE

# Mercedes Me Digital Signage

新たな体験を世に生み出す。  
非接触型次世代サイネージの開発

透過率約39%、広い視野角を誇る有機ディスプレイ「シースルーサイネージ」と  
画面に触れることなく、手や指の動きで情報をやりとりできる  
「ジェスチャーコントロールデバイス」の採用により、  
容易で自然かつ直感的に楽しく操作できるNUI(ナチュラルユーザーインターフェイス)を実現。  
コロナ禍という制限の多い条件下にありながら、新技術やデバイスに着目し、  
いち早く挑戦していく姿勢が、これまでにない体験創出につながりました。

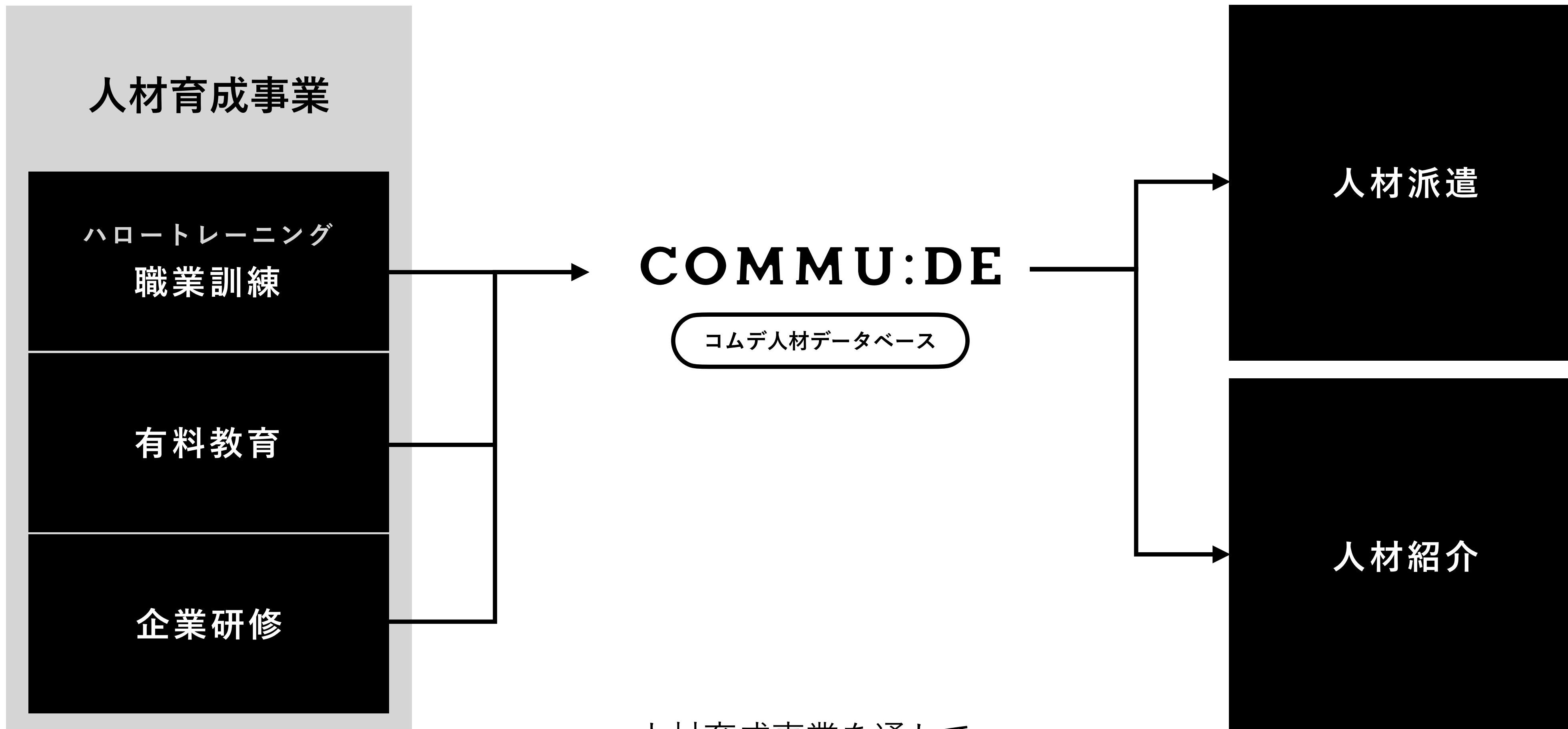


人づくりという、未来づくり。

コムデの業界人材育成

# WHAT IS OUR HR DEVELOPMENT?

# 教育と人材サービス



人材育成事業を通して、  
プロジェクトに適した人材を派遣・紹介します。

## IT・クリエイティブのプロによる 未来に繋がるワークショップ

札幌拠点に併設されているE CROSS PARKでは月に約2回、IT・クリエイティブに関するワークショップを開催しています。専門領域におけるプロが毎月登壇し、初心者から経験者まで楽しく理解できるワークショップを展開しております。終了後はカフェスペースでオフ会も開催し、IT人材が繋がり、交流できる場所になっています。



# ワークショップの実績

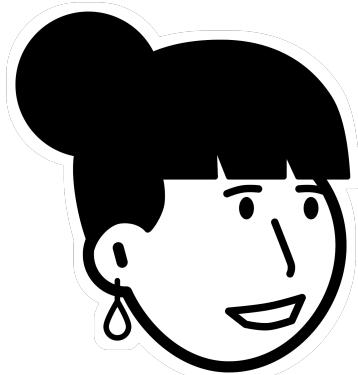
開催数

19  
回

参加人数

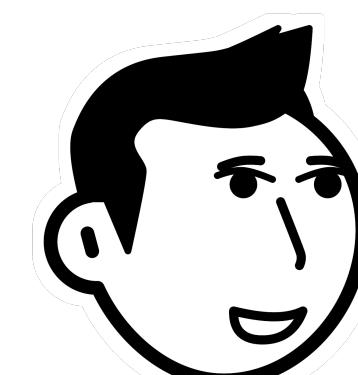
621  
名

バリュープロポジションも初めて聞いた単語でしたので、自身の役割(ブランディング)をまずは考えなくては、と思い知らせる一面もあり、振り返る時間になりました。



40代 女性  
デザイナー  
マーケティング  
ワークショップに参加

札幌でこんなに集まるフロントエンジニア系のセミナーは少ないと思いますので、本当にすごいです。クイズ形式で参加者を飽きさせない工夫がよかったです。



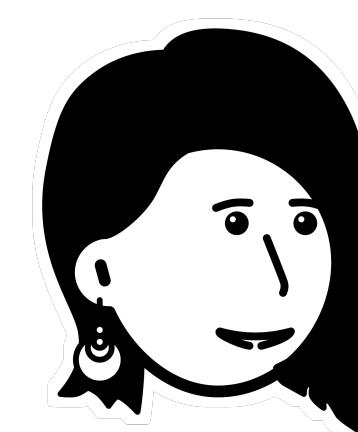
30代 男性  
エンジニア  
Vue.js入門  
ワークショップに参加

情報量が多く、正解のない時代だからこそデザイン思考が大事だというお話も心に残りました。紹介いただいた本も読んでみます。ありがとうございました！



30代 女性  
フロントエンジニア  
異分野×クリエイティブ  
ワークショップに参加

デザインレビューの仕組み作りをしている中、考え方として間違えてないというのもわかったので自信が持てました！



30代 女性  
制作会社勤務  
デザインワークショップに参加

# WORKSHOP ACHIEVEMENTS

ワークショップの実績(-2024.2月)

vol.01



未経験からWEB業界に通用する人材になるために～業界のイマとミライを語る～  
E CROSS TALK vol.01

<https://ecrosspark.com/workshop/270/>

vol.02



未経験からWEB業界に通用する人材になるために～採用担当から見た求められる人物像とは～ E CROSS TALK vol.02

<https://ecrosspark.com/workshop/365/>

vol.03



WEBプロジェクト成功のカギはココにある！  
プロジェクトマネージャの役割とスキル解説  
E CROSS TALK vol.3

<https://ecrosspark.com/workshop/408/>

vol.04



デザインはセンスじゃない  
デザインを理解しビジネスに繋げる考え方を身につける  
E CROSS TALK vol.4

<https://ecrosspark.com/workshop/413/>

vol.05



ゼロからはじめるAWS  
Web業界なら知っておきたいサーバー・ネットワーク入門 E CROSS TALK vol.5

<https://ecrosspark.com/workshop/440/>

vol.06



ビジネスパーソン必見！  
提案書作成に必要なストーリー/スライドの技術 E CROSS TALK vol.6

<https://ecrosspark.com/workshop/448/>

vol.07



社長が聞いてほしい、たった一つの質問とは？「嫌われたくない」と思うほどその質問は届かない E CROSS TALK vol.7

<https://ecrosspark.com/workshop/533/>

vol.08



個人でできるメンタルヘルス対策と  
組織のフォロワーシップ  
コミュニケーションを考える  
E CROSS TALK #08

<https://ecrosspark.com/workshop/539/>

# WORKSHOP ACHIEVEMENTS

vol.09



明日から即実践！！Vue.js初心者向け入門ワークショップ！マークアップエンジニア大歓迎 E CROSS TALK vol.9

<https://ecrosspark.com/workshop/270/>

vol.10



「プロフェッショナルWebプログラミングVue.js」著者が語る エンジニアが身につけた  
いコミュニケーションスキルとは？ E CROSS TALK vol.10

<https://ecrosspark.com/workshop/606/>

vol.13



React Nativeの初心者向けワークショップ E CROSS TALK vol.13

<https://ecrosspark.com/workshop/792/>

ワークショップの実績(-2024.2月)

vol.11



WEBプロジェクト成功のカギはココにある！  
プロジェクトマネージャの役割とスキル解説 E CROSS TALK vol.3

<https://ecrosspark.com/workshop/408/>

vol.12



未経験からWEB業界で活躍する人材とは？  
～教育/人材紹介/企業それぞれの現場から～ E CROSS TALK vol.11

<https://ecrosspark.com/workshop/728/>

vol.14



ゼロからはじめる地方マーケティング E CROSS TALK vol.12

<https://ecrosspark.com/workshop/806/>

vol.15



異分野を掛け合わせる 越境するクリエイティブの可能性 E CROSS TALK vol.14

<https://ecrosspark.com/workshop/821/>

vol.16



魅力的なクリエイティブが生まれる秘密  
～コンセプトプランニングに多くの時間を割く理由～ E CROSS TALK vol.15

<https://ecrosspark.com/workshop/833/>

# WORKSHOP ACHIEVEMENTS

ワークショップの実績(-2024.2月)

vol.16



メンバー全員でプロジェクトを動かす！クリエイター・マネージャーが考えるプロジェクトマネジメント E CROSS TALK vol.16

<https://ecrosspark.com/workshop/835/>

vol.17



誰でもできるデザインの提案方法  
ビジネスで役立つ顧客の心をつかむデザインとは？ E CROSS TALK vol.17

<https://ecrosspark.com/workshop/837/>

vol.18



プロデューサーを目指さない？！  
～グルーヴとヴァイブスを生む最強のコミュニケーション術～ E CROSS TALK vol.18

<https://ecrosspark.com/workshop/862/>

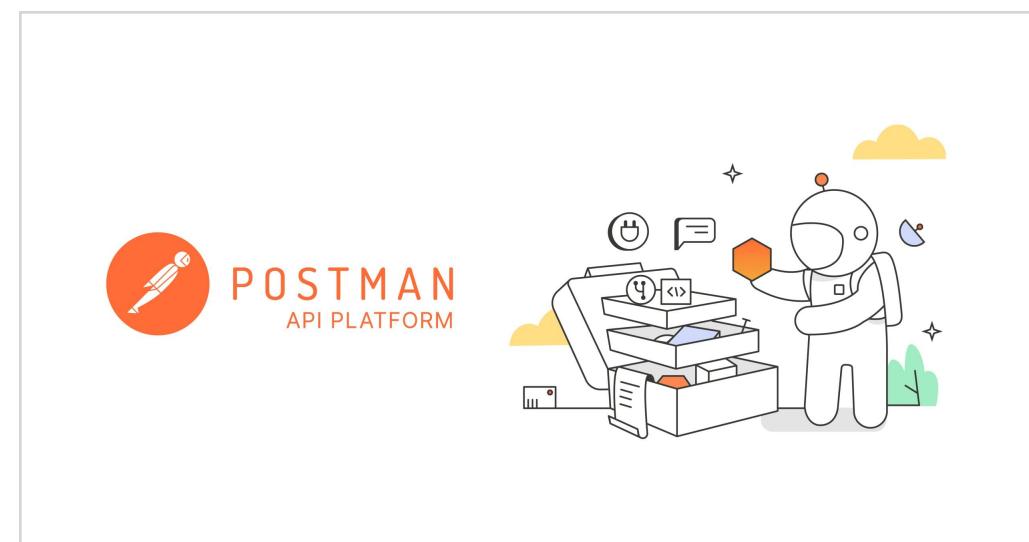
vol.19



「ゴールデンサークル理論」を活用した、  
未来を照らすパーザスのつくり方  
E CROSS TALK vol.19

<https://ecrosspark.com/workshop/860/>

Meet Up



Postman Sapporo Meetup 2023.9

<https://ecrosspark.com/workshop/708/>

## ”現場で使えるWeb制作スキル”を 未経験から実践的に学べます

昨今IT人材が減少傾向にあるなか、イチから人材を育成し  
プロフェッショナルを増やすため求職者支援訓練を運営しています。  
現場で活躍するエンジニア・デザイナーが直接指導するので、  
業界未経験の方でも基本から学べます。  
本気でWeb業界へチャレンジしたい方、  
将来の自分のために今頑張る人を真剣に支援していきます。



# 職業訓練校の実績

開催数

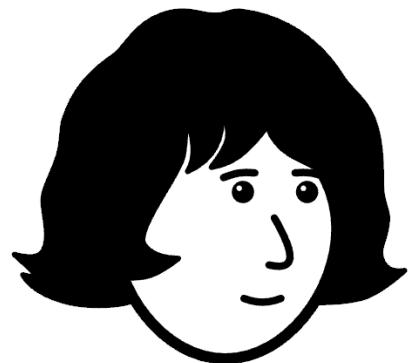
2  
回

平均就職率

70  
%

## 求職者支援訓練を受けるきっかけ

E STUDYを選んだのは、セミナーが開催されていたり、コワーキングスペースが併設されていてしっかり勉強できる雰囲気が良く、自分に合っていると感じたからでした。



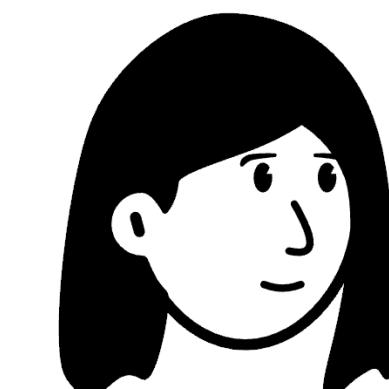
女性

職種：エンジニア職

2023年6月Webエンジニア科修了

## 実際に訓練について

分からぬことを自分が把握でき、把握したところから、分からぬことが分かるようになった時がとても嬉しかったです。クラスメイトとも積極的に関わり情報交換し、学習のモチベーションを高められた。



女性

職種：エンジニア職

2023年6月Webエンジニア科修了

## 就職後やりがいを感じた瞬間

前職でイラストレーターとフォトショップを使って業務を行っていたので、慣れたソフトを使って仕事が出来ることはやりがいに繋がっています。今後は使いやすいアプリを生み出すデザイナーになりたいです。



男性

職種：デザイナー職

2023年6月Webエンジニア科修了

# 企業研修

## 問題解決のキーとなる、 デザイン思考を実践形式で身につける

デザイン思考に基づく当社のUX/UI研修では、実践的なワークショップを通じて、創造的な問題解決スキルを身につけることができます。世界企業の成功事例を基に、デザインの基本から最先端のUI/UXまで幅広く学びます。参加者は自身のプロジェクトに直接応用可能な実践的な技術を習得し、チームでのコラボレーション能力も高めます。この研修で、ユーザー中心のデザイン思考を駆使し、革新的な製品開発への一歩を踏み出しましょう。

### 研修内容

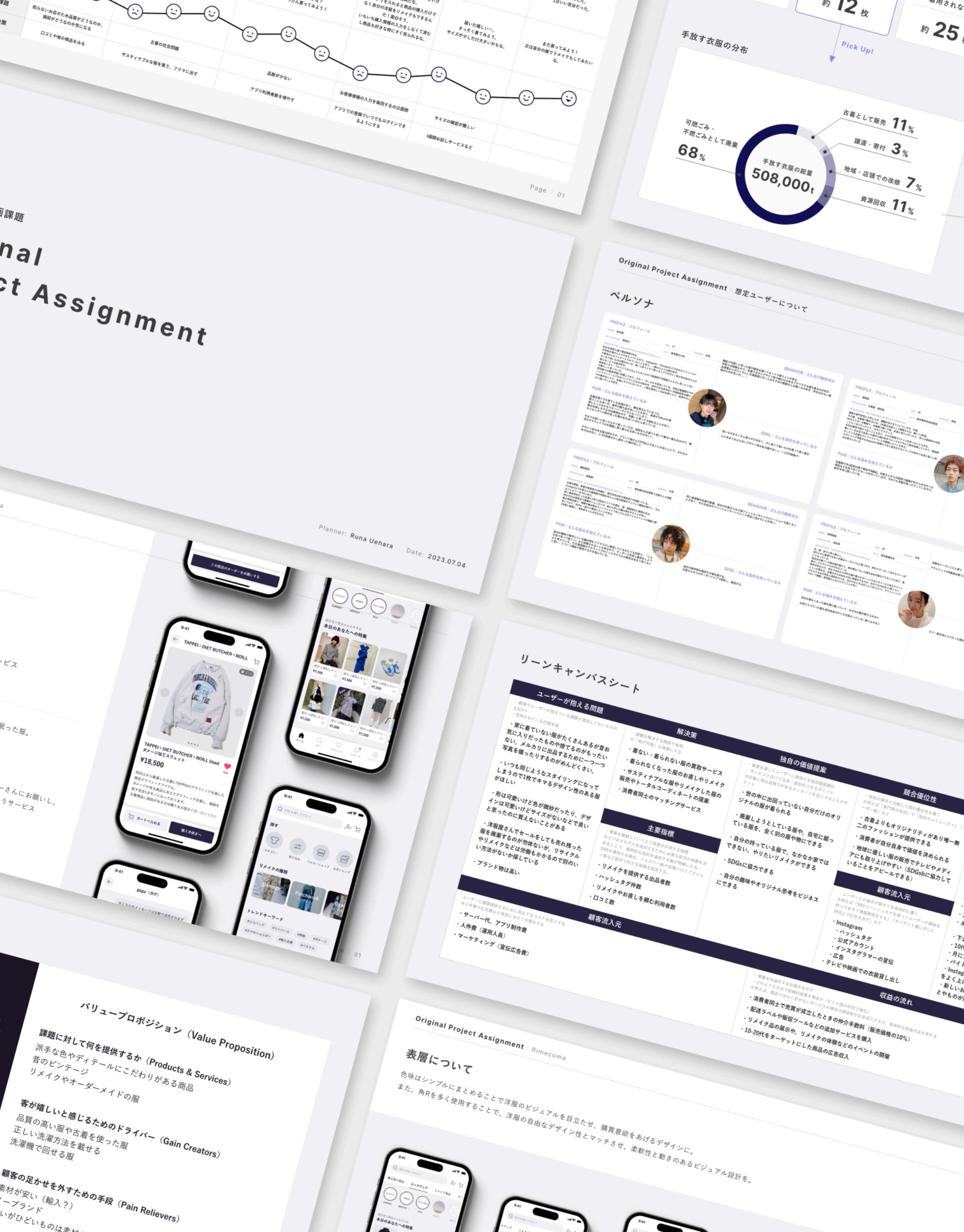
#### 座学

世界の成功事例から  
デザイン思考を学ぶ

#### 実践ワークショップ

1. ユーザーリサーチ設計
2. 課題定義とアイデア思考
3. プロトタイピングと  
ユーザーテスト
4. フィードバックと改善

※エンジニア向けにプログラミング研修も実施しています。



ともに喜びあうために、お願ひしたいこと。

ご確認事項

# REQUEST FOR CONFIRMATION

# ご協力依頼事項に関して

---

## 1 報告書などの納品形態について

弊社ご提案書及びご報告書などの制作物について基本的にPDF形式など改変不可の状態でお渡しさせていただいております。

Keynote版といった改変可能な状態でのお渡しが必要な場合には恐れ入りますが事前にご相談ください。

弊社のデザイナーたちが創造(創作)した著作物に対する方針となっており、対価として納品させていただいた以外のデザインが第三者によって改変されることを防ぐためございます。恐れ入りますがご理解のほどお願い申し上げます。

## 2 本プロジェクト終了後に実績公開にご協力ください。

弊社コーポレートサイトや営業資料に、本プロジェクトを実績としてご紹介させていただけましたら幸いでございます。

また、どのように本プロジェクトと共に走らせていただけたか、その際にどのようなことを思っていらっしゃったかなどを、インタビューさせていただき、弊社ブログやコーポレートサイトにて記事を公開させてください。

# ご協力依頼事項に関して

---

3

## 本プロジェクト期間中及び終了時のアンケート調査にご協力ください。

弊社ではプロジェクトの品質を保つ仕組みとしてクライアント様へプロジェクト期間中と終了時にNPSアンケートへの回答をお願いしております。率直なレビューを定期的にいただくことで定点での計測を行い、そちらをもとにプロジェクト途中であっても改善に取り組みます。より良いプロジェクトの推進と品質向上のため、お手数ではございますがご協力のほどお願い申し上げます。

4

## プロジェクト/プロダクトオーナーなど決裁者様へ改めてヒアリングさせていただく機会の設定をお願いいたします。

弊社ではご提案に向けたより深い情報収集、お見積り準備のためにご相談プロジェクトの決裁者様へヒアリングの機会設定(30分程度)をお願いする場合がございます。弊社からは管掌役員またはGMが出席し、直接思いや熱量を伺うことで取り組み方やアサイン適性を見定め、より良いプロジェクト設計を行うことを目的としております。ご調整が難しい点もあるかと存じますが何卒ご協力をお願い申し上げます。

# ご協力依頼事項に関して

---

## 5

**フルコミット稼働でプロジェクトを進めるため、依頼の可否を迅速に決定していただけるようお願いします。**

弊社ではフルコミット稼働ベースでご相談プロジェクトに向けた体制構築を行います。恐れ入りますが、ご依頼に関する意思決定スピードが遅くになりますと構築予定であったプロジェクト体制が確保できない、場合によってはプロジェクトをお受けできないなどの可能性もございますため、ご依頼可否の意思決定につきまして早々にご判断いただきますようお願い申し上げます。

最後までご覧いただきありがとうございました。

# Thanks