



ICHIKAKU

デザインで心が動く一確目。

パチンコホール主体広告代理店で数十年、
好きが高じてパチンコホールインハウスデザイナーになり
このような声を現場でお聞きするようになりました。
「競合店より回してるのにウチで打ってもらえない」
パチンコホールは「実店舗」来店の遊技「体験」ビジネスであるがゆえ
これまではアナログな4マス媒体に頼った広告宣伝が主でした。
現在はWEB・SNSとデジタルからの情報源で豊かになった反面、
情報で溢れ良い品質で提供したとしても来店動機にならない状況です。

今こそ量でなく質で勝負する。
そのために「デザインとコストの最適化」を行うインナーブランディングと、
「一貫性のあるトータルデザイン」のアウトナーブランディングを提案しています。

ただ良いものを用意して待つだけではなく、
「良いということを正しく伝え理解し行動」してもらおうことで、
多くのユーザーに楽しんでもらえるホールをつくり出します。
合同会社ICHI KAKUはデザインで人を動かします。
本当に良いものを、より良い形でわかりやすくデザインしていくことで、
多くのユーザーに伝えていきたい。
多くのユーザーに伝えることでファンをつくり、ブランドとして育てていきたい。
そうした質を重視したデザインによるブランディングを、
これからの業界のNEWスタンダードとしていきたいのです。

まだまだパチンコ業界は、元気になります。底力もあります。
人々が生活を営んでいく上で娯楽は不可欠なもの。
日本文化に根ざす代表的なアミューズメント「パチンコ・パチスロ」は
人々の心を和ませ、明日への活力につなげる「時」と「場所」、
そして人と人とのふれあいの場を提供する娯楽の王様です。
その大切な場所を守るため私はユーザーとしても、またデザイナーとしても
関わり続けパチンコファンの心を動かし続けます。

合同会社ICHI KAKU代表
律 憂也

PROFILE

ICHI KAKUについて

代表者

律 憂也 むぐら・ゆうや

1983年北海道帯広市生まれ。合同会社 ICHI KAKU代表及びグラフィックデザイナー・モーショングラフィックデザイナー。パチンコ業界を主とする広告代理店にて、大手ホール企業様を中心にデザイン制作からトータルブランディング・アートディレクションを担当。その後、クライアントの課題解決をよりダイレクトに行える環境を求め(好きが高じて)グループ十数店舗をもつホールヘインハウスデザイナーとして入社。費用最小効果最大のもと内製化により全社55%の広告費削減・WEB広告の自社運用などデザインだけではなく付加価値の創出と数多く手がける。



業務略歴

PACHINKO

- 「福岡県Fグループ」グランドリニューアル全般デザイン・ブランディング
- 「神奈川県Pグループ」大型版權機種ツール・グランドオープン・グランドリニューアル全般デザイン・ブランディング
- 「静岡県Rグループ」大型版權機種ツール・グランドオープン・グランドリニューアル全般デザイン・ブランディング・キャラクターベースデザイン
- 「埼玉県Aグループ」グランドオープン全般デザイン・ブランディング
- 「神奈川県Aグループ」グランドオープン・グランドリニューアル全般デザイン・コーポレートアイデンティティ・企業パンフレット
- 「機種メーカーN」新機種カタログ・小冊子・WEBサイト・ホール向け内覧会展示ブース・ノベルティ
- 「機種メーカーK」新機種カタログ・小冊子・ホール向け内覧会展示ブース
- 「機種メーカーS」新機種カタログ・小冊子

OTHER

- 「フランス ファッションハイブランドC」化粧品什器・店頭ショーケース
- 「アメリカ ファッションハイブランドJ」店頭ショーケース
- 「全国区商業施設P」ヴィジュアルマーチャンダイジング・シーズンビジュアル制作
- 「全国区音楽販売T」キャンペーン企画立案・キャンペーンビジュアル制作・ブランディング
- 「全国区外食大手Cグループ」グランドメニュー・キャンペーンメニュー・撮影ディレクション
- 「全国区外食大手Sグループ」グランドメニュー・キャンペーンメニュー・撮影ディレクション
- 「ワールドカップ出場サッカー選手N」公式グッズ制作

その他、多数制作実績

会社概要

会社名 合同会社 ICHI KAKU (英字表記: ICHI KAKU LLC)
創業年 2023年1月23日
代表者 律 憂也
所在地 北海道帯広市西十二条南3丁目1番地39
 mugura@ichi-kaku.com

事業内容 広告のプランニング、デザイン制作
 販売促進に関わるツールデザイン制作
 C.I B.Iのブランディングコミュニケーションデザインの企画・制作
 モーショングラフィック制作
 Google広告運用・解析・マーケティング

CONCEPT OF DESIGN FLOW

デザインの考え方

メインの機械台の設置台数・提供する質など同じでも、稼働の差を生み出すのはブランドイメージです。

「企業全体としてのイメージに、一定の方向性をつくり出すことで、他者と差別化すること」

これがICHI KAKUのデザインにおけるブランディングの定義です。

ICHIKAKUはこの考え方を軸に、「デザイン」し「伝わり、心を動かす」ブランドづくりをします。

SIMPLE

簡潔に

訴求内容を絞る取捨選択を

例：事実の最大化

CLEAR

透明性があり

10人いたら10人同じ伝わり方に

BOLD

骨太な広告

広告としての印象に残りやすさ



事実、具体的な数字、裏付け、ユーザーに訴求力があり、来店動機を煽っているビジュアル&コピーが不可欠

○	ビジュアルが良く 情報を絞っている広告	=	優れた広告・販促効果
○	一貫したブランド イメージの構築	=	優れた広告・販促効果
△	カッコいい広告	≠	優れた広告・販促効果
△	わかりやすい広告	≠	優れた広告・販促効果
×	・数字(データ・台数)やコピー等の情報不足 ・情報の絞り込み不足で紙面が情報過剰		・ブランドのトーンマナーが整っていない ・ユーザーにミートしていない自己満足な表現

伝える



伝わる



行動

伝えつもりではなく、伝わって行動してもらい広告は成立する

CONCEPT OF DESIGN FLOW

デザインの考え方

① デザインをする前に必ず決めることは？

ターゲットとゴール = 誰に何をしたいのか

② 使うと無難で効果薄いコピーは？

どなたでも大歓迎(万人受けで対象を絞れてない)

③ デザインの目的は？

広告を見た人がアクションを起こすこと

④ ターゲットの心が動かないのは？

熱い長文メッセージ・事務的な情報・店のポリシー

④ ターゲットの心を動かすのに必要なのは？

口説き文句

デザインの陥りがちな本質

見栄え・自己満足 = 美術・芸術

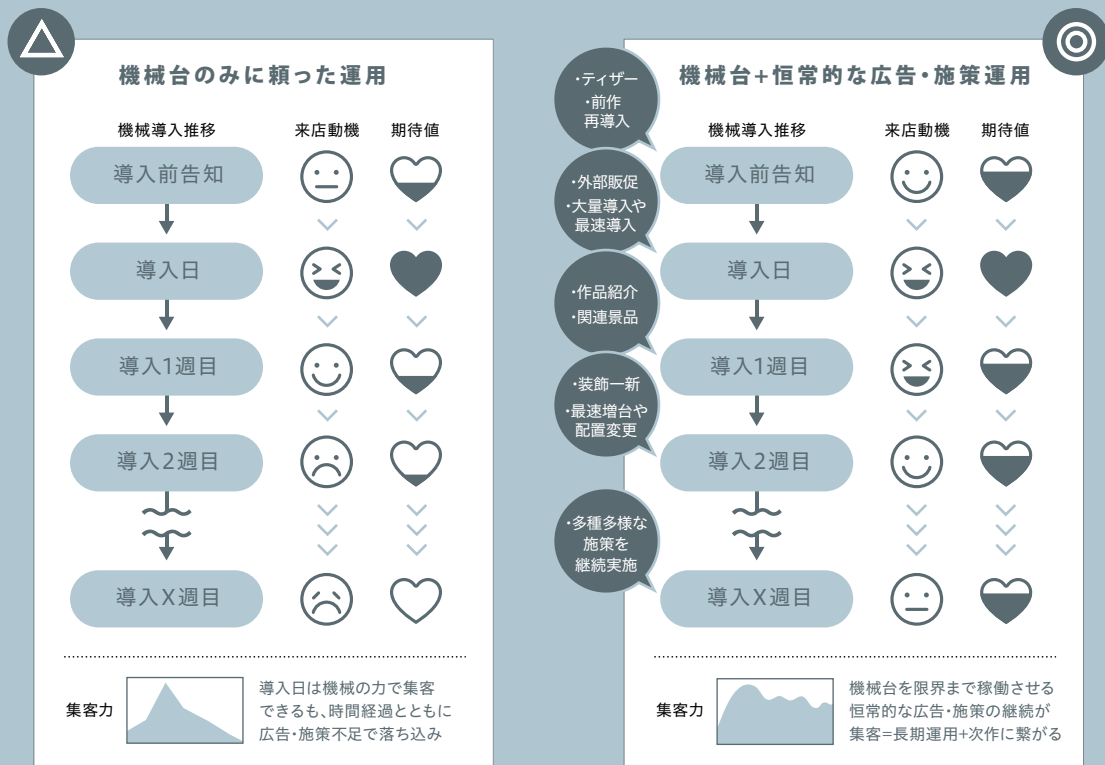
デザインの本質

利益追求 = 商業デザイン

ブランドの本質

ブランド = 利益

機械台を例にした集客施策の恒常化



機械台を限界まで稼働させる恒常的な広告・施策の継続が
集客に繋がり=長期運用と次機種へのPRへ

ICHIKAKU デザインの仕事

ICHI KAKUでは、パチンコ業界16年余の経験を活かしホール様向けデザインを行っています。

※～2023年までの広告規制、また地域独自ルールに沿ったデザインサンプルを掲載しております。

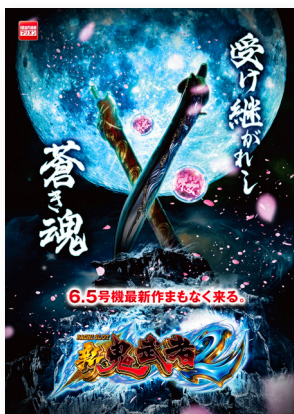
GRAPHIC DESIGN



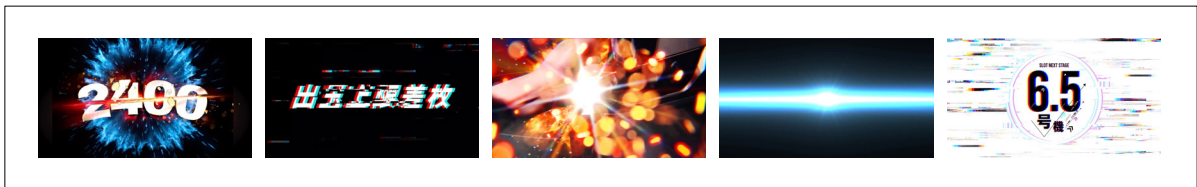
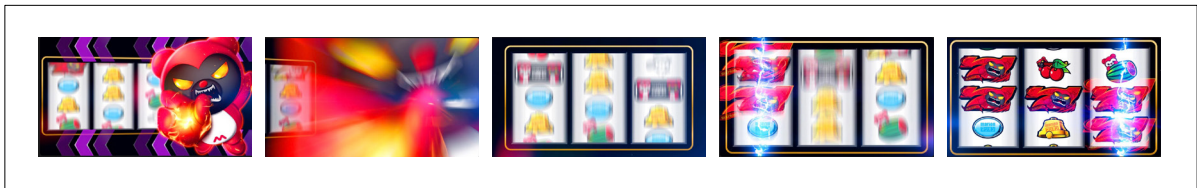
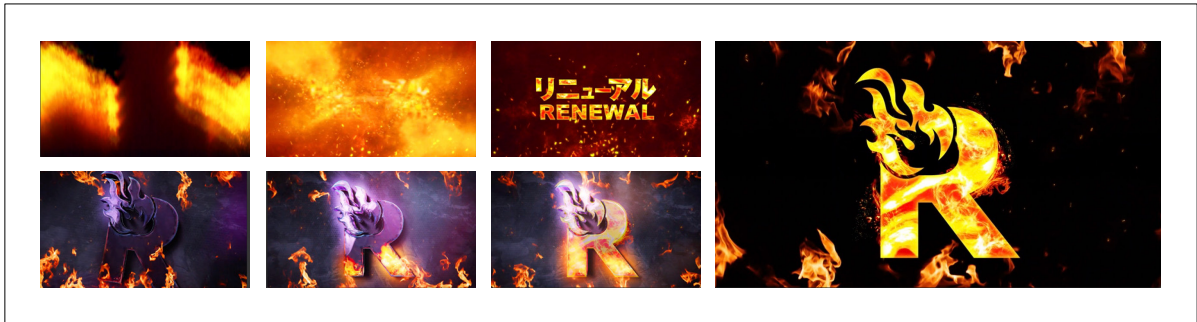
GRAPHIC DESIGN



GRAPHIC DESIGN



MOTION DESIGN



Google ADS





ichi-kaku.com

非公開なその他の制作事例紹介は
直接ご連絡ください。

グラフィック・動画・WEBのご相談 ▶ mugura@ichi-kaku.com

公式twitter ▶ [@ICHIKAKUcom](https://twitter.com/ICHIKAKUcom)

2023年2月発行