

戦略的デザインで目的達成！成功事例で見るデザインのポイント

経営者のための デザイン塾 4

マツノイパレス(ザ・チェルシー)様

全国から憧れの結婚式場 クリエイティブカの証明、デザインカの勝利。

「ザ・チェルシープロジェクト」と称した改革計画を立ち上げてから

本誌でも度々紹介されている業界トップクラスの総合結婚式場「香川町 住田隆社長」。2000年

驚異的な躍進を果たし、今や全国の結婚式場の目標とされている。

変わる「勇氣」変える「情熱」大改革の成功

企業の成長はトップの時代を読む能力やさまざまな要素によって大きく左右される。マツノイパレスはそれまでの経営方針から大きく方向転換を図って新プロジェクトを構成し、勇氣と決断をもって大改革の第一歩を踏み出した。

あれから早くも6年が経過し、個性的なウエディングホールが6つ誕生した。そして昨年の10月には

(社)日本グラフィックデザイナー協会

香川県デザイン協会理事

猪子デザイン研究室 主宰

猪子進 INOKO SUSUMU

改革のトップバッターとして誕生した

「ザ・チェルシーハウス」を再びリニューアルした。そして現在もハード面・ソフト面の改革は着々と進められている。

改革を成功へと導く
クリエイティブへのこだわり

毎年新しいホールを誕生させ、常に進化しているザ・チェルシー。そのプロジェクトを牽引・指揮する

住田浩副社長は若千35歳。ホール内の数種類の椅子や

オブジェは氏のデザインで副社長自ら建築士の資格を持つ。インテリアデザインは

グッドデザインスタジオ有限会社の香川眞一氏の作品。その素晴らしい快適空間を

いかに伝えるか、クリエイティブの腕の見せ所。ニューヨークスタイルのオシャレな空間を

伝えるためには上出氏のプランニングとコピーそして

A&Wのカメラワークとシャープな竹井氏のデザインが断然、力を発揮している。



昨年10月リニューアルされた「ザ・チェルシーハウス」

コンセプトを貫き通す デザインが感動を生む

インテリアから家具、装花、音楽、リーフレット、広告デザイン、全てにおいてコンセプトを貫き通す。とても大切な事だが、現実にはなかなか難しい。だからこそ貫き通したデザインには魅力があり力がある。そしてそれらのデザインが時の経過と共に定着し、ブランドになる。ブランドは同業他社から抜け出して競争市場で独自の位置を占めることを云う。その実に良いお手本がザ・チェルシー。まだご覧になつたことの無い方は是非一度訪ねてみて欲しい。



ザ・チェルシーのタウン誌広告 プランニング・コピー＝上出広告制作所、写真＝株式会社A&W デザイン＝竹井豊デザイン室

猪子デザイン研究室
高松市宮脇町二丁目七三
〇八七一一四五三九