

The image features a central white diamond shape with a thin black outline. To the left of the diamond is a large yellow triangle pointing right, and to the right is a large pink triangle pointing left. The text is centered within the diamond.

Portfolio

August 2018

Takamitsu Ikeda

池田 貴光

<http://social-infoknowledge.com/>

E-mail: takamitsu_ikeda@msn.com

Profile

Takamitsu Ikeda

池田 貴光

2002年3月に埼玉大学経済学部経済学科を卒業後、情報業界のシステムインテグレーション企業に入社、システムコンサルタント営業を経て2013年11月に合同会社ソーシャルインフォナレッジを設立。

合同会社ソーシャル・インフォナレッジは市場調査及び各種マーケティングリサーチ業務、店舗運営改善に向けたセールスプログラムの開発、セールスプロモーションの企画及びイベント企画、量販店向け・メーカー向けのマーケティング請負業務を中心に事業展開を図るベンチャー企業として平成25年11月に法人登記申請を行い設立、以降様々な企画をご提案しながら運営を続けています。

現在は法人から個人事業主に法人形態を変更して事業をWebブランディングをベースにしたサイト制作を中心に、コマーシャルサイト制作、マーケティング、イベント・プロモーション関連の企画・制作・運営を事業に運営を続けています。

学歴▼

宇都宮大学 工学部情報工学科 中退

埼玉大学 経済学部経済学科 卒業

Introduction

このポートフォリオは起業経験を含めて私がこれまでの制作した作品実績を掲載しています。このポートフォリオの使用目的は企業採用の為の提出用として制作しています。以降、私の紹介を含め専攻分野・制作・デザインについて私の考えを書いていきます。

ウェブサイト制作についてはホームページ・ブログ・複数のサイトを制作して運営しています。デザインには自分なりのこだわりを持ち各サイトにテーマを定め、オブジェクトの本質を捉えてそのルーツとオブジェクトに向ける感性を大切にイメージと言葉で「表現すること」を感じてもらえる「メッセージ性の強いウェブサイト制作」をテーマにウェブサイトを創作していきたいと考えています。

企画立案においては様々なビジネスコンテストに積極的に応募をして企画力を磨いており、一部立案した企画はサービスへの実用化を目指しホームページに掲載して企業アピールに活用しておりますのでご覧頂けましたら幸いに存じます。

マーケティング分野に関しては独学で学習を進めており、販売促進を目指したマーケティングツールプログラムを開発して、収集したデータと理論から仮説をたてて実践することで実際のマーケティング活動や自社サービスへの実用化を図って活用してきました。マーケティング分野での私の課題は様々なメディア効果を活用してプロモーションと販売促進効果の最大化を図ること、そして実際の「ビジネスへの応用を目指した研究」と「ウェブコマーシャル」を推進していくことを課題にしています。この研究テーマの課題に向けてこれまで以上に明確にデータ定義を行い論理づけと仮説構築をして活動に取り組み考察していきたいと考えています。

メディア・デザインへの考え方として「伝えたいこと」を「表現」して宣伝広告・メディアとして「形」にすることは、異なる価値観で生きる様々な方々の視点を通しても個人差はあるにせよ同じ印象を与え同じ内容を伝える必要があり、そこには共通認識が存在します。構想を形にして伝達する方法は勿論、その表現の仕方は人によって様々ですが、「デザイン」として伝達するのであれば、視覚から人の心に強く訴えかける表現力が必要であり、そこで生み出される「デザイン」はクリエイティブで思想をもったもの、時代の変化に合わせたものであり共通認識を含んで同じテーマを伝えていかなければならないと私は考えます。そしてそこから産み出される「影響力」と「効果」は「新たなテーマ」を生み出し、時代の「心象」に訴えていきながら、次世代に「影響」を及ぼすことで、「表現」とは社会的に有意義であると考えています。それと共に私にとっても、多様な実績を持つ方々の「クリエイティブ」な思想に触れていき、その構想を「デザイン」していくことは人生にかけがえのない価値観となり、私の人生に様々なテーマを創造していくのだと私は信じています。

Production List

- ◆ ソーシャル・インフォナレッジ.COM Commercial site
- ◆ ソーシャル・インフォナレッジ.COM Homepage
- ◆ 会社案内
- ◆ 2018年版 ウェブサイト制作におけるガイドライン
- ◆ 戦略立案Webアンケート QUESTIONN+AI.Re Ver1.0.0.0
- ◆ HTML5×CSS3 DocumentWorkspace
- ◆ Object Oriented Perl DocumentWorkSpace—
- ◆ ソーシャル・インフォナレッジ.COM プロモーションblog
- ◆ DBP—Digital Brand Promotion House—
- ◆ The Code-Ocean.com—Programming code Gallary—
- ◆ W3D-Selection@WorldWideWines DocumentWorkSpace
- ◆ SOCIAL-INFOKNOWLEDGE.COM INTERNATIONAL—
- ◆ Fairstyle.Net—基礎からワカル法律入門—
- ◆ Marketing Lecture to learn the Basics with seesaa Blog

Major Works①



ソーシャル・インフォナレッジ.COM
 コマーシャルドキュメントサイト▼

<http://social-infoknowledge.com/>

ソーシャル・インフォナレッジ.COMのご紹介と、
 サービス・ビジョン・デザイン・Webコンテンツ
 制作についての考え方を掲載しています。

ソーシャル・インフォナレッジ.COM
 2018年版会社案内▼

[http://social-
 infoknowledge.com/ppt/2018_guide.pdf](http://social-infoknowledge.com/ppt/2018_guide.pdf)



Major Works②



コーポレート ロゴデザイン▼

コーポレートロゴのデザインには円形デザインを採用し、外側の円には「SOCIAL-INFOKNOWLEDGE.COM」のゴシック体を使用してアルファベット大文字で配置、内側の円には中心にHTMLの記述文を明示したパソコンのディスプレイと鍵をミックスさせたデザインを採用しています。

ウェブサイト制作をキーとしたソリューションを展開したい想いで制作したロゴデザインです。

イメージキャラクター『AI.Re : アイル』▼

ソーシャル・インフォナレッジ.COMのご紹介とWebブランディングを推進したサービスの展開にむけて、ユーザー集客を図るために制作したイメージキャラクター「AI.Re : アイル」。「AI」と再びを示す「Re」、意志を示すwillを含む「I'll」からアイルと命名しています。

将来的には「AI.Re」にAIプログラムを組み込むなどしてサイト制作や新サービスの展開に活用していきたいと考えています。



Major Works③

<<Return to メインページ

2018年版 ウェブサイト制作におけるガイドライン

Outline Of Guideline

- ▶ 1. はじめに
- ▼ 2. 情報を見やすくするための制作指針
 - 2.1 読みやすい文字サイズ、フォント、行間の指定
 - 2.2 文字サイズの指定、指定方法
 - 2.3 各行の文字数について
 - 2.4 文字色と背景色の組み合わせ、コントラスト
 - 2.5 スタイルシートの適切な指定
- ▶ 3. 構造化文書を表示するウェブサイト制作
- ▶ 4. 統一したナビゲーション/ヘッダー/フッターの設定
- ▶ 5. HTML5に準拠したマークアップルール
- ▶ 6. ホームページ内の移動について
- ▶ 7. 情報の内容を理解しやすくするためのサイト制作指針
- ▶ 8. 価格及び仕様への準拠について
- ▶ 9. 入力や操作を容易にするための指針
- ▶ 10. HTML以外のプログラミング言語の使用について
- ▶ 11. 利用者にとって危険や苦痛を与えないための配慮について

1. はじめに

1.1 本ガイドラインの目的

本ウェブサイト制作ガイドラインは制作したウェブサイトを見る全ての人々への利用しやすさを配慮した情報提供を行うためにホームページ制作を行う際に注意すべき点と制作ルールや定義について解説したものです。本ガイドラインに沿って制作したウェブサイトによる情報提供の効率化(利便性)やコスト削減(費用)を期待して、ガイドラインを策定しています。

ウェブサイト制作におけるガイドライン▼

ウェブサイト制作の基準としてウェブサイト制作ガイドラインをリリースしています。

本ウェブサイト制作ガイドラインは制作したウェブサイトを見る全ての人々への利用しやすさを配慮した情報提供を行うためにホームページ制作を行う際に注意すべき点と制作ルールや定義について明記しています。

<http://social-infoknowledge.com/guideline.html>

戦略立案ウェブアンケート

「Questionn+Ai.re version1.0.0」 ▼

このウェブアンケートシステムは店舗運営に向けての販売戦略を立案するためにアンケートを実施しそのアンケート結果をメールで配信するWebアンケートシステムです。ビジネスへの活用として業務改善の為の「ウェブアンケート」としてご提案することを考えています。

<http://social-infoknowledge.com/webquestionnaire/questionnaire.html>



戦略立案Webシステム

QUESTIONN+AI.Re version1.0.0

アンケート内容の編集をこのサイトからメールアドレスに送信します。送信先は必ず入力してください。

※Required Your Name :
※Required E-mail :
※Required 所属企業 :

Questionnaire Menu

I. Concentration type strategy	II. Ranking type strategy
III. Repayment type strategy	IV. PDCA type strategy
V. Specific Customer type Strategy	VI. Network type Strategy
VII. Time zone type Strategy	VIII. Simulation type Strategy
QuestionnaireSystem Exit	
Send DATA	Answer Reset

I. Store Strategy Plan-Concentration type strategy—

Q1: お客様が店舗に集客する【目的】や【目的】が明確になっており、自社・自店には競合他社や他店に比べて一層で伝えられる優れた【特徴】がありますか？

◎ 5.大満足 [Excellent] ◎ 4.良い [Very Good] ◎ 3.普通 [Normal] ◎ 2.少々悪い [A little Bad] ◎ 1.悪い [Bad]

※回答履歴(Record of Evidence):

Q2: 販売スタッフは商品販売の際に商品がデジタルの商品に対して【ターゲット層】を絞って販売に取り組みしていますか？

◎ 5.大満足 [Excellent] ◎ 4.良い [Very Good] ◎ 3.普通 [Normal] ◎ 2.少々悪い [A little Bad] ◎ 1.悪い [Bad]

※回答履歴(Record of Evidence):

Q3: 【商品・サービス】に自信がありますか？得意をもって接客を行っていますか？

◎ 5.大満足 [Excellent] ◎ 4.良い [Very Good] ◎ 3.普通 [Normal] ◎ 2.少々悪い [A little Bad] ◎ 1.悪い [Bad]

※回答履歴(Record of Evidence):

Q4: 販売スタッフはカタログ、商品にターゲット層を定めており「この方にはオススメ」というフレーズをもって接客に取り組みしていますか？

◎ 5.大満足 [Excellent] ◎ 4.良い [Very Good] ◎ 3.普通 [Normal] ◎ 2.少々悪い [A little Bad] ◎ 1.悪い [Bad]

※回答履歴(Record of Evidence):

Q5: 【商品・サービス】を他店より際立って優れている点に向けて実行していますか？

◎ 5.大満足 [Excellent] ◎ 4.良い [Very Good] ◎ 3.普通 [Normal] ◎ 2.少々悪い [A little Bad] ◎ 1.悪い [Bad]

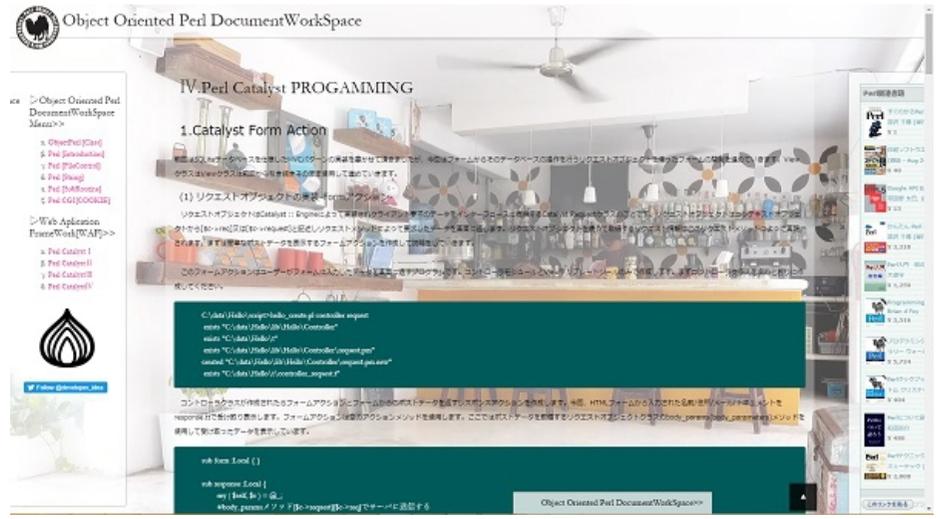
※回答履歴(Record of Evidence):

Q6: 販売員はスケジュール通りに接客を行い徹底して【業務】を行っていますか？

Major Works④

コンテンツマーケティングを目指したサイト制作▼

持続的にユーザーを獲得するための手段として 読者に価値のあるコンテンツを制作して見込み顧客を獲得する「コンテンツマーケティング」を目指したサイト制作を推進しています。各サイトにテーマを持たせてサイト制作に有益なコンテンツを制作していきながら読者の潜在ニーズにふれると共に「メッセージングサービス」の一つの在り方としてこれからも配信していきたいと考えています。



- ▶ Object Oriented Perl DocumentWorkspace
<http://perl.who.ph/>
- ▶ The Code-Ocean.com—Programming code Gallery—
<http://code-ocean.extrem.ne.jp/>
- ▶ HTML5×CSS3 DOCUMENT WORKSPACE
<http://studio-aqua.sakura.ne.jp/social.html5CSS3/cover.html>

Major Works⑤

WebBrandingを目指したサイト制作▼

競合他社が数多い市場でブランド支援者である消費者側の視点からマーケティングを考えてウェブサイトプロダクトプロモーションを実施することで製品の販売促進・売上向上を目指しブランドシェア拡大を図る為のプロモーションサイト・コマースサイトの企画・制作を進めています。

セールスポイントは「独自のマーケティングプラン・コンテンツ配信によるユニークな集客方法とプロモーションの実現」、「メーカーチャネルとは別の新たなチャネルを利用した商品



販売展開」、「リピーター・ブランドファンになっていただくための購入シナリオの体系化」。これにより長期的なブランド支援者とつながりを築き上げることを目指します。

▶ DBP

DIGITAL BRANDING PROMOTION HOUSE

for Stylish life Design

<http://dbp.extrem.ne.jp/> ※現在はサイトメンテナンスのみ

Major Works⑥

マーケティングプログラム開発/ツール開発▼

「店舗運営における現状の問題と課題」を明確にすることで店舗運営での販売戦略の立案、売上の向上を図ることを目指した販売戦略立案支援ソフトウェアの開発を進めており、リリースした製品版をウェブサイトのベクター様に出品しています。

私自身がプログラムしておりますので、その店舗に合わせてプログラムの内容をカスタマイズしていきながらソフトウェアの販売、そこから新規受注を図り店舗運営支援等の営業活動・販売支援に進めていきたいと考えていました。

エリア・マーケティング監査 調査結果

ヘルプ ▶ 診断表作成 ▶ 戦略立案支援シート作成 データ保存 閉じる

Summary Investigation I II Investigation III IV Investigation V VI Investigation VII VIII Investigation IX X

診断結果値

No.	Investigation Item	Value	No.	Investigation Item	Contents
1	地域情報監視【本部】	21	1	値が最も高くマーケティング活動で軸とすべき項目	実店舗エリア、マーケティング戦略項目
2	地域市場環境と地域度【本部】	18	2	最も値が低く強化、改善が必要な項目	本社所属エリア、マーケティング活動項目
3	エリア・マーケティングシステム【本部】	16	マーケティング大項目の主な強化・改善案		
4	エリア・マーケティング戦略【本部】	20	1	地域市場の特定と地域市場データの収集、分析、評価(①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺)	個別地域市場分析、個別地域市場分析、自社市場の分析と評価
5	マーケティング組織と効果【本部】	22	2	地域市場特性情報分析に基づいたエリアマーケティング戦略立案(基本戦略、個別戦略、チャネル戦略)とマーケティング効果測定方法	
6	エリア・マーケティング活動【本部】	0	3	流通市場分析(地域単位の特定と地域別個別戦略の作成、マーケティング情報の地域性の把握とチャネルの交流、地域別、チャネル別)	
7	地域市場のマネジメント【実店・エリア店統】	7	▶値がもっとも高いマーケティング特性		
8	エリア・マーケティング戦略【実店・エリア店統】	0	システム特性		
9	エリア・マーケティング戦略【実店・エリア店統】	32	No.	値がもっとも低いマーケティング特性項目	
10	エリア・マーケティング活動【実店・エリア店統】	0	1	実店、営業店舗、マーケティングスタッフがそれぞれ情報共有、システム化ができておりマーケティング活動がうまく進んでいない	
Summary value		136	2		
			3		
			4		
			5		

▶値がもっとも低いマーケティング特性

No.	値が低く改善が必要なマーケティング特性項目	マーケティング特性改善案
1	各地域の流通市場の特性と定性的な情報を整理している。	流通業界の動き、エリア別流通市場のデータ収集と分析、
2	流通市場、消費市場の自社及び競争企業に対する調査、評価分析を定期的におこなっていない。	地域別売場の構成、流通ルート確認、都市別、商圏の状況、
3	流通戦略では、地域別調査が各店舗ごとに実施されている。	エリアの流通特性、流通市場のデータ収集と分析、
4	エリア別調査はエリアのチャネル、メンバーを十分に知っており、必要に応じていつでも情報共有している。	情報交流のためのイベントの実施、
5	卸売の販路力と販売力を個別にとらえ、分析し、個別戦略を立案している。	各エリアの流通特性に関するデータの分析と評価、地域チャネル別戦略の立案とチャネル別効果分析の実施、



▶Sales strategy Research support (店舗販売戦略立案支援プログラム)

【機能】

- 店舗販売戦略 立案支援
- 重点強化目標 立案支援
- エリアマーケティング戦略 立案支援
- 地域情報管理機能 他