The background is a complex, layered composition of organic and geometric shapes. It features various shades of blue, green, brown, and grey. There are stylized plants with large, rounded leaves in shades of green and brown. Several black, stylized human figures are scattered throughout, some appearing to be in motion or interacting with the environment. A prominent white wavy line curves across the upper portion of the image. A series of white horizontal bars, resembling a staircase or a path, leads from the bottom right towards the center. The overall aesthetic is modern, artistic, and somewhat surreal.

DeNA DESIGN

CULTURE DECK

©DeNA Co., Ltd.

THE REASON WHY

カルチャーデッキを作る理由

DeNAにデザイン組織ができて約10年が経ちました。

DeNAが掲げる「一人ひとりに 想像を超えるDelightを」というミッションを実現するために、デザイン組織としてどうあるべきか試行錯誤しながら運営していく中で、カルチャーも生まれました。

そのカルチャーを言語化することで、チームとして結束し、さらに向上し続けることを目的としています。

また、DeNAデザイン統括部が、世の中により良いデザインを提供していくために、指針を示すものにできればという想いを込めています。



CONTENTS

01

ABOUT DeNA

DeNAについて

02

ABOUT DeNA DESIGN UNIT

デザイン統括部について

03

OUR UNIQUENESS

デザイン統括部のユニークな4つの特徴

04

CAREER SPOTLIGHT

作品・キャリア事例紹介

05

DESIGN UNIT HISTORY

デザイン統括部変革の歴史

06

OUR TREASURE

デザイン統括部が大切にしたいこと

07

CLOSING

最後に

01

ABOUT DeNA

DeNAについて



が変われば
笑顔が
変わる

kencom
あなたの健康行動で、
キャラクターを
育てよう。

DIVE INTO
DESIGN
DeNA SUMMER INTERNSHIP
2023/8/19 SAT
8/22 TUE

SHIBUYA DESIGN FESTIVAL
2023.11.25 SAT - 26 SUN
11:00-20:00 DAY 1
11:00-17:00 DAY 2

Pocoche
Live Link Life

Tadaima!!
Design Scramble
2019 SHIBUYA DESIGN FESTIVAL
Organized by DeNA

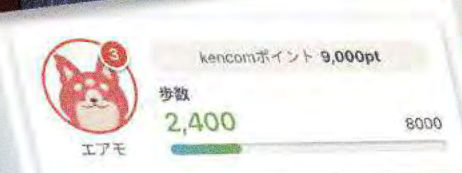
BALLPARK FANTASIA
ファンタジーが、おもちゃ箱に変わる。

DeNA
x
人

川崎新!

DeNA
ALUMNI

新感覚Vtuberアプリ
IRIAM
VTUBER LIVE STREAMING APP



一人ひとりに 想像を超えるDelightを

夢中になって遊ぶ楽しさ、日々実感する確かな便利さ
かけがえのない健やかさ、そして世界があっと驚く新しさ

私たちがつくるDelightは、さまざまな形で生活に寄り添い
人生を彩り豊かにします。

技術と情熱をもって、挑戦と変化を楽しみ
世界にひろがる、未来につながるDelightを届け続けます。



VISION

ビジョン

DeNAは、インターネットやAIを自在に駆使しながら
一人ひとりの人生を豊かにするエンターテインメント領域と
日々の生活を営む空間と時間をより快適にする社会課題領域の
両軸の事業を展開するユニークな特性を生かし
挑戦心豊かな社員それぞれの個性を余すことなく発揮することで
世界に通用する新しいDelightを提供し続けます。



02

ABOUT DeNA DESIGN UNIT

デザイン統括部について

OUR MISSION

DESIGN FOR DELIGHT

DeNAデザイン統括部はあらゆる事業戦略を
「デザイン」という切り口で推進する集団です。



INTERVIEW

ビジネスとデザインの共創で、 世の中に大きなデライトを届ける

RYUMON UEDA

上田 龍門 | デザイン統括部 統括部長

2012年DeNAに入社。mobagePF、新規事業のPRサイト制作やサービス開発を担当する。DeNAの事業成長と共にゲームやサービス開発、マネジメントなどに従事。現在はソリューション本部デザイン統括部 統括部長として組織を牽引。



QUESTION | 01

DeNAでは、
「デザイン」をどのように
捉えていますか？

DeNAはモノづくりの会社です。私たちのような事業会社が成長を続けるためには、常にイノベーションを推進していく必要があります。そこで大きなポイントとなるのが「デザイン」です。デザインの質が高いプロダクトやサービスは、競合他社との差別化や優位性を創出します。デザインは、いわゆる「見た目」の部分だけではなく、「顧客体験設計」や「マーケティング」の領域など、ビジネスをスケールさせていく上で重要なファクターであると考えています。

実際にDeNAで新規事業が立ち上がった際には、ノウハウを持つデザイン統括部のメンバーが上流工程から参加し、ブランディングやユーザビリティを考慮したデザインに加え、顧客の感情までも計算した「顧客体験のストーリー」をデザインします。さらに、デザインの力を新規企画の立ち上げやイノベーションの創出に活用したり、さまざまな課題に対する解決策を生み出すことで、ビジネス職など他職種のメンバーと力を合わせて顧客中心のモノづくりを推進しています。

QUESTION | 02

「ビジネスとデザインの共創」
の事例を1つ教えてください。

今年、プロ野球球団『横浜DeNAベイスターズ』は8年ぶりにホームユニフォームのデザインを刷新しました。単なるリニューアルではなく、頂点を目指す意気込みやさらなる進化を遂げるんだという想いを込めた、チームの決意表明でもありました。

一方で、これはビジネスでもあり、ファンの皆さんに新ユニフォームを購入・着用していただくことも求められていました。そこで、ベイスターズのクリエイティブチームと(そのチームに所属する)デザイン統括部のメンバーが一体となり、今年のシーズンスローガンとユニフォームのデザインチェンジにストーリー性を持たせた広告を展開しました。リニューアルをポジティブに伝え、ユニフォームの購買意欲に繋げる——それをデザイン主導で推進した結果、販売実績はデザイン発表後1か月間で前年同月比18倍を達成し、その後も売れ行きは好調で、8月末時点でも前年比3.5倍を記録しています。私たちが考える「ビジネスとデザインの共創」の1つの成功事例を作ることができました。

COUNTDOWN TO THE NEW HOME UNIFORM



2023 YOKOHAMA DeNA BAYSTARS



2023 YOKOHAMA DeNA BAYSTARS

QUESTION | 03

デザイン統括部として、 目指していることは何ですか？

デザイン統括部では「**デザインがDeNAの強みの1つになる**」という中長期の目標を掲げています。その実現のために、これまでの「プロダクト」にフォーカスしていた部署ミッションを「**DESIGN for DELIGHT**」という広義の言葉にアップデートしました。

これからはプロダクトのみならず、「数字」や「組織」といったあらゆる事業戦略を「デザイン」という切り口で推進していこうと取り組んでいます。この取り組みにより、昨今のDeNAでは部署間の連携もより深いものになってきています。社内には優秀なエンジニアやビジネス職のメンバーが多数おり、業務を通して彼らと繋がりを持つことができるのは、DeNAのデザイナーにとって成長できる要因の1つです。デザイン、デザイナーという固定観念に囚われず、柔軟性を持って事業に取り組むことで、個々のデザイナーのレベルを高めることができます。

また、1人1人のデザイナーの成長に加えて、デザイン専門チームの組織強化も当然行っています。現在は、プロダクトデザイン部、コミュニケーションデザイン部に加えて、より専門領域に特化したエクスペリエンス戦略室を立ち上げ、異なる専門分野のメンバーが協力し、総合的なデザイン戦略を策定・実行できる体制を整えています。このように、個人・組織と両方の側面からクリエイティブなアプローチで事業強化することで、ビジネスやエンジニアに続いて「デザイン」が強みになり、結果としてDeNAの競争力の1つになることを目指しています。

事業の肝となる要素

数字

- 売上 / 利益
- 事業構造最適化
- 広告宣伝費最適化
- 人件費変動費化
- 事業管理KPI設計
- ユニットエコノミクスの成立

etc.

プロダクト

- プロダクトバリューの明確化
- エクスペリエンス設計
- 開発体制と手法の構築
- North Star Metricの発見(熱量)
- コミュニティマネジメント
- ブランディング / マーケティング

etc.

組織

- ビジョンの浸透や納得度
- 目標と評価制度 (OKR)
- マネージャーの能力や質
- 採用 / 育成体制
- 心理的安全性の確保

etc.



ORGANIZATION

組織体制と担当領域

デザイン統括部は3つの組織で構成されています。
それぞれの役割と業務について紹介します。

※実際には、組織横断的に協力することも多く、
いずれの部署でも他領域の業務を行うことがあります。



STRUCTURE

組織体制

デザイン統括部は3つの部門で構成されています

プロダクトデザイン部

**PRODUCT
DESIGN DEPT.**

サービスの体験設計やUIデザイン

コミュニケーションデザイン部

**COMMUNICATION
DESIGN DEPT.**

ブランディングやマーケティング施策

エクスペリエンス戦略室

**EXPERIENCE
DESIGN OFFICE**

新規事業のUXやMVPデザイン

プロダクトデザイン部

ABOUT

デザインを武器に、 事業部と一体となって戦略を推進する

サービスやプロダクトの体験設計、UIデザインを担当するチームです。事業戦略を深く理解し、デザインの力を利用してそれを推進するスキルを持つデザイナー達が、戦略推進のために、事業部と一体となり様々な取り組みを行います。

FOCUS

PRODUCT DESIGN

ORGANIZATION DESIGN

PROJECTS

Pococha

Voice Pococha

IRIAM

kencom

AND MORE



MARKETING

コミュニケーションデザイン部

ABOUT

戦略的にコミュニケーションを実行し、 価値あるブランドを創る

常に変化・進化し続ける、プロフェッショナルなクリエイティブ集団です。事業に関わる「ビジョン開発」「コンセプト開発」「広告コミュニケーション設計」「動画」「グラフィック」「SNS」「イベント」「空間デザイン」などジャンルレスに対応します。

FOCUS

COMMUNICATION DESIGN

STRATEGY DESIGN

ORGANIZATION DESIGN

PROJECTS

DeNA Branding

横浜DeNAベイスターズ

逆転オセロニア

SC相模原

AND MORE



EXPERIENCE

エクスペリエンス戦略室

ENCE

ABOUT

DeNAのモノづくりにおいて UXDの浸透を行う

UXデザインを軸に、DeNAグループ内はもちろん、アライアンス先との新規サービス開発に企画段階から参画しています。社内でのナレッジ発信や、大学と連携したデザイナー育成にも注力しています。

FOCUS

STRATEGY DESIGN

PRODUCT DESIGN

PROJECTS

dot-i

あのね

FACTEV

PLAYBACK 9

Allm

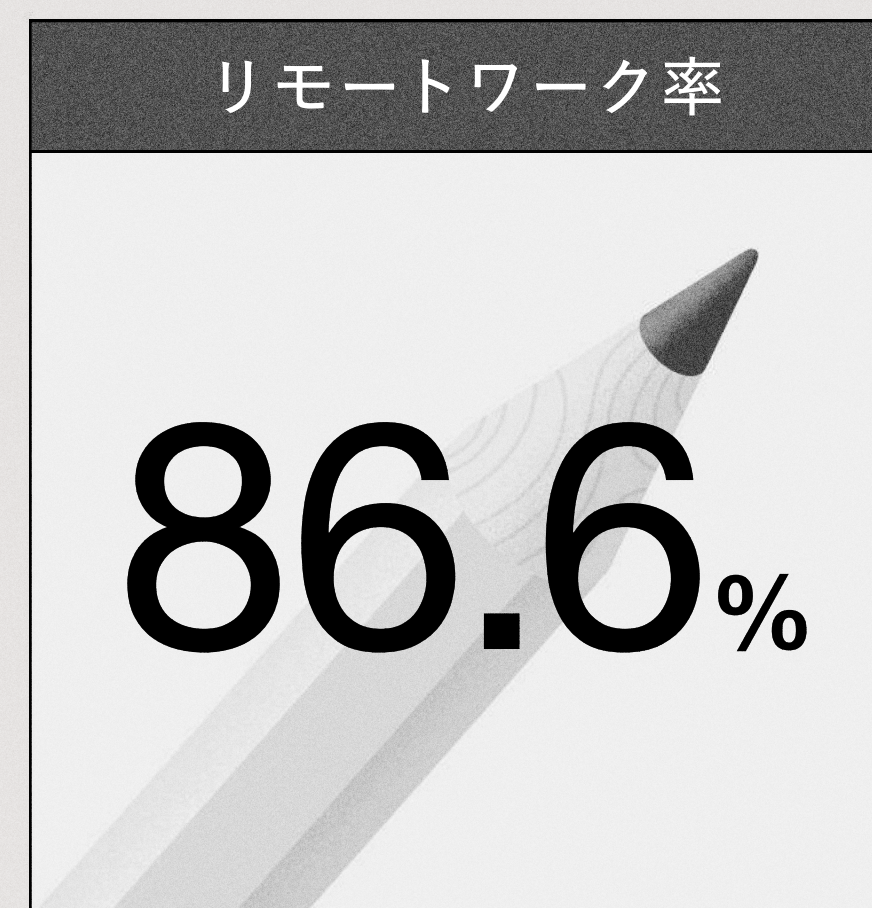
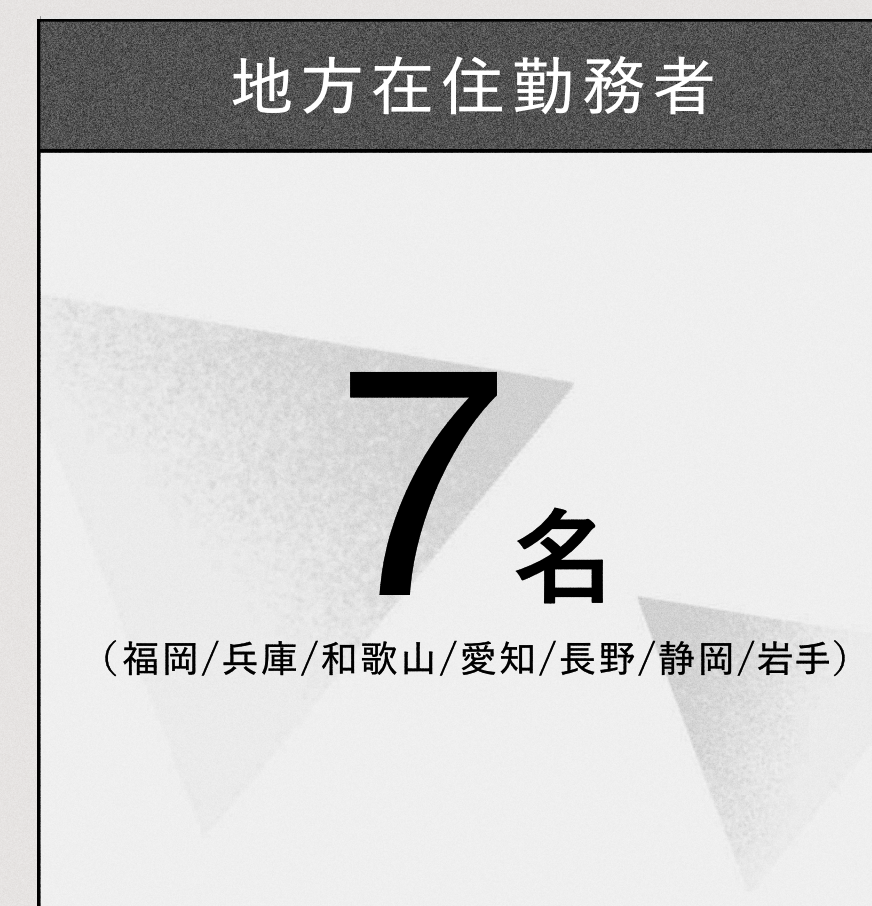
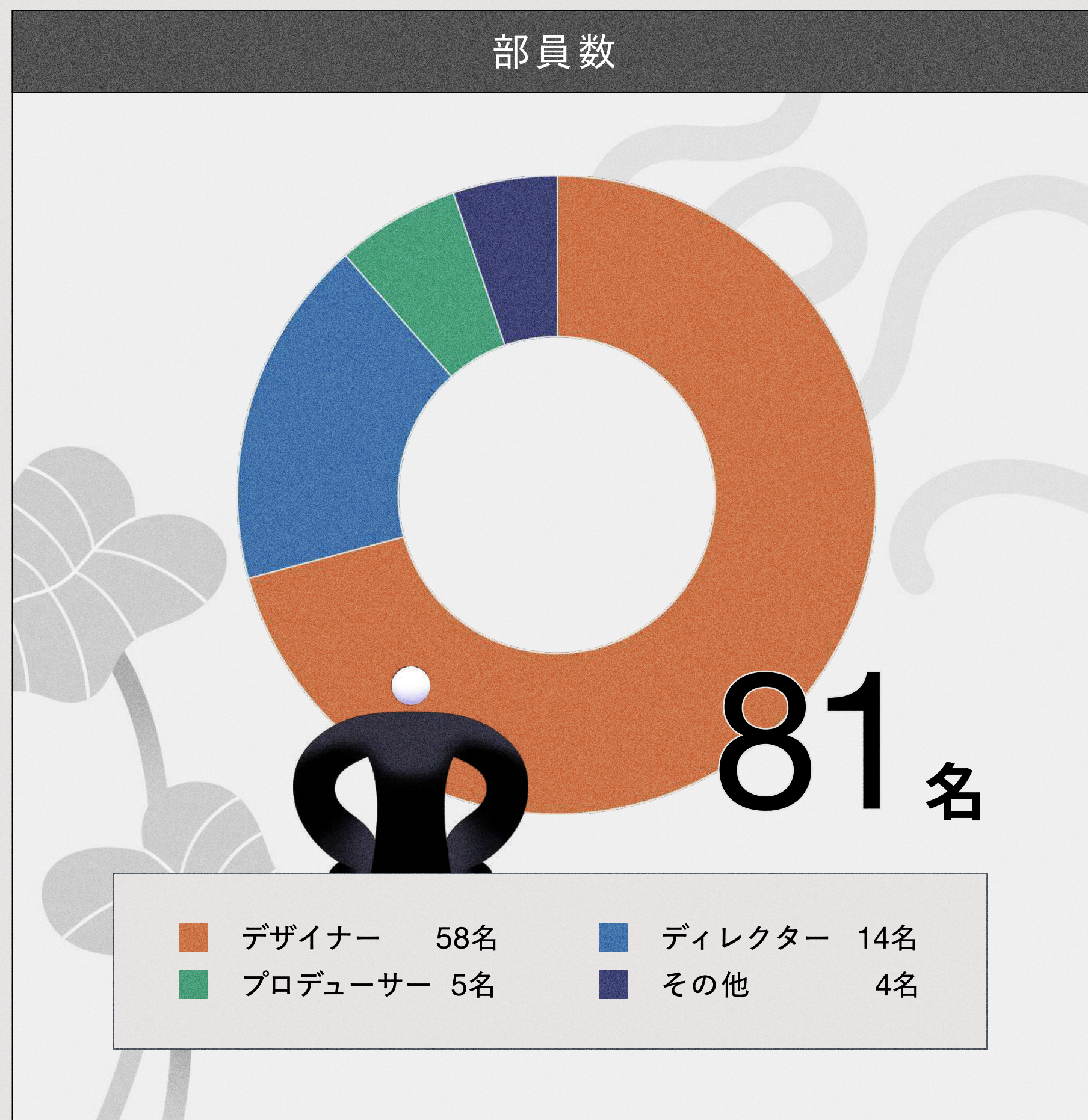
AND MORE



IN NUMBERS

データでみるデザイン本部

※2023年3月時点



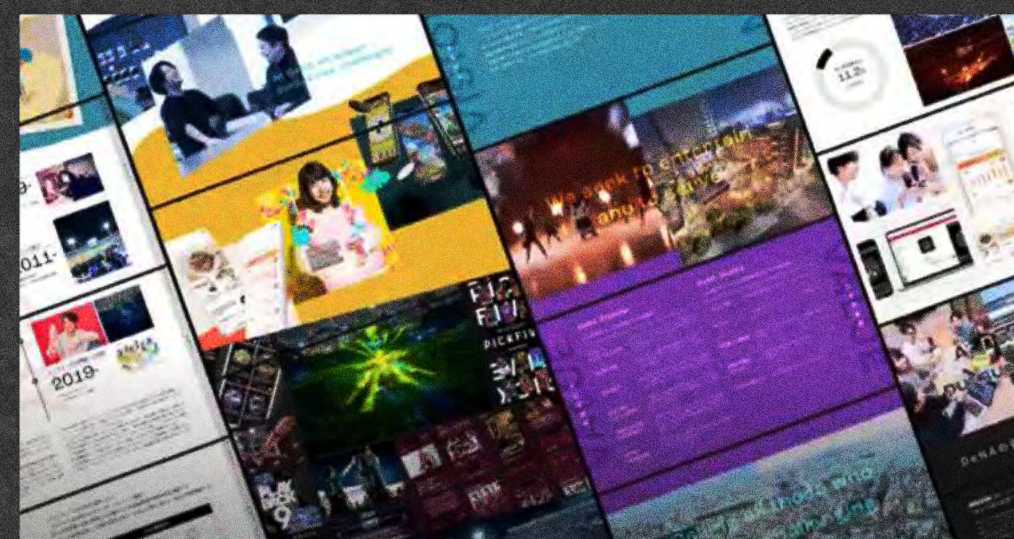
DIVERSE PROJECTS

多彩なプロジェクト

様々な事業を手掛けるDeNAだから、
いろいろなものを作ったり、企画したり、演出したりと
常に新しい挑戦が溢れています。



SHOW REEL



YouTube 

03

OUR UNIQUENESS

デザイン統括部のユニークな4つの特徴

FOUR UNIQUENESSES



デザイン統括部には大きく4つのユニークな特徴があります。それぞれの特徴について次ページより詳しく紹介します。

UNIQUENESS 01

「モノづくりに関わる全員が」 上流から参加する

DeNAでは、サービス開発に関わるすべての人間が開発初期から集まり、ユーザーニーズなどの前提をしっかりと共有。デザイナーやエンジニアなど、実際に手を動かす人々が、それらを深く理解した上で、形にしていく体制をとっています。さまざまな分野のプロフェッショナルたちが上流から意見を交わすことで、あらゆる角度から、プロダクトをブラッシュアップすることにもつながっています。



UNIQUENESS 02

プロダクトを作り、届けるまで 一貫通貫で対応できる インハウスデザインの横断組織

デザイン統括部は、プロダクト開発のはじめから、リリース、そして運用までの一連のプロセスに関与し、そのマーケティング・ブランディングにも対応します。それにより、外部の専門家や代理店に依存することなく、効率的なコミュニケーションと迅速な意思決定を可能にし、デザインの一貫性や品質の担保ができ、プロダクトやサービスのブランド価値を向上させることにつながっています。

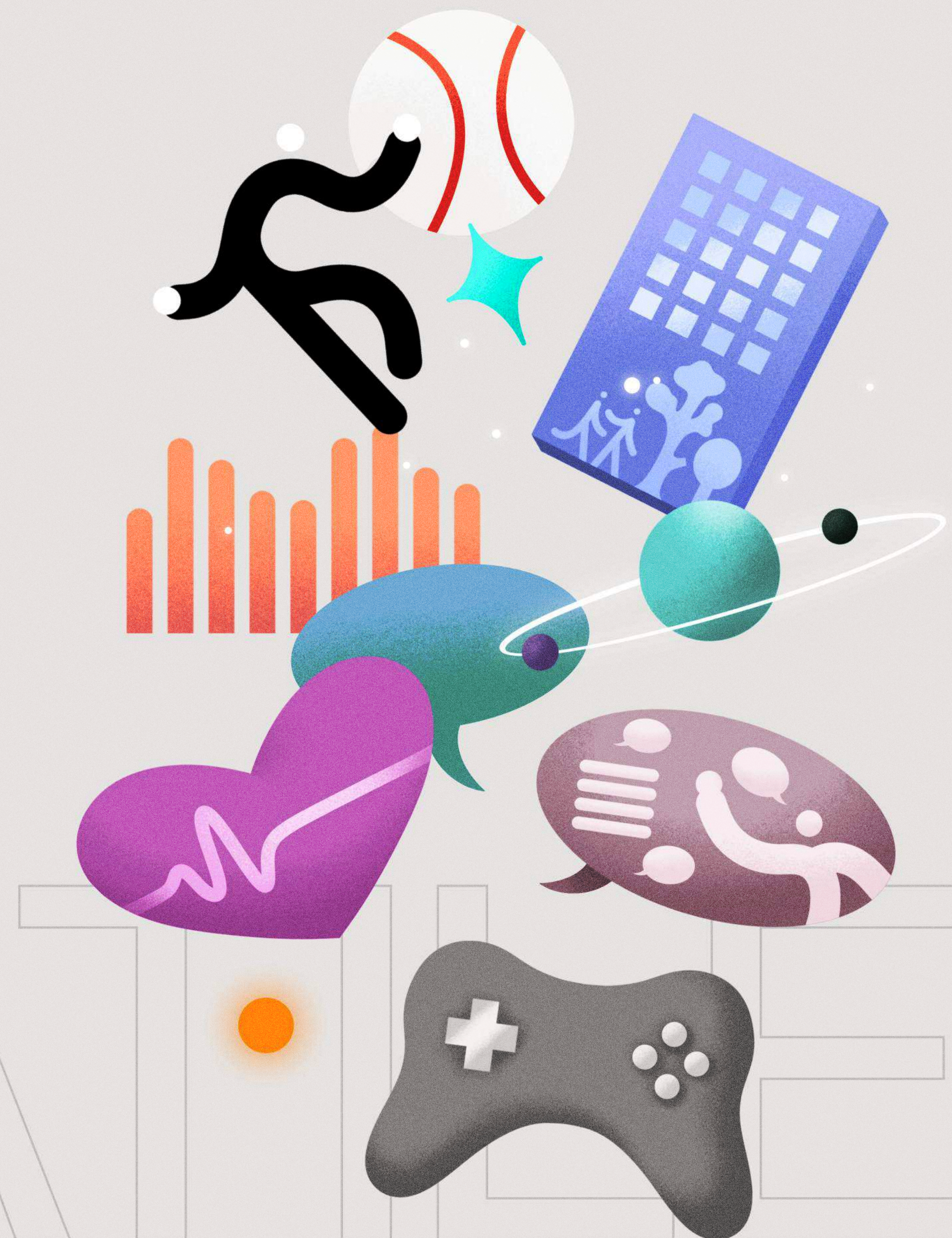
※プロダクトの価値をより明確化するために、UXに特化した専門組織「エクスペリエンス戦略室」を2019年から創設。



UNIQUENESS 03

幅広い領域の事業に関わり、 様々な事業フェーズを経験できる

エンタメから社会課題解決まで幅広い領域の事業に関われるだけでなく、開発期、成長期、拡大期といった様々な事業フェーズも経験することができます。幅広い事業領域に携わることで、異なる業界や市場に対する理解が深まります。この経験は、新しいアイデアやアプローチを生み出すための創造性が鍛えられます。一方、様々な事業フェーズを経験することで、事業の全体像を把握することができ、ビジネスの目標や戦略に対する理解を深めることもできます。開発期ではプロダクトやブランドのアイデンティティを構築し、成長期では市場拡大に向けたマーケティングデザインの役割を果たし、拡大期ではブランドの維持やマーケット拡大戦略に貢献するなど、各フェーズで得られる知識とスキルは非常に貴重です。



UNIQUENESS 04

無駄なエネルギーを使うことなく、 純粹にコトに向かえる環境

個々のメンバーに意思決定の権限や自己責任が与えられます。上位の管理職だけでなく、メンバーが自ら判断し、行動することが求められます。情報共有や議論をしっかりと行う風土で、コミュニケーションが活発で、反対意見や異なる視点も尊重されます。これにより、問題解決や意思決定がよりスピーディーかつ効果的に行われます。そのため、無駄なエネルギーを使うことなく、純粹にコトに向かうことができます。また、背景も経験も様々な個性的なメンバーが集まっていますがとても意欲的かつ、素直で自立している人が多いというのが特徴です。



VISIONARY

04

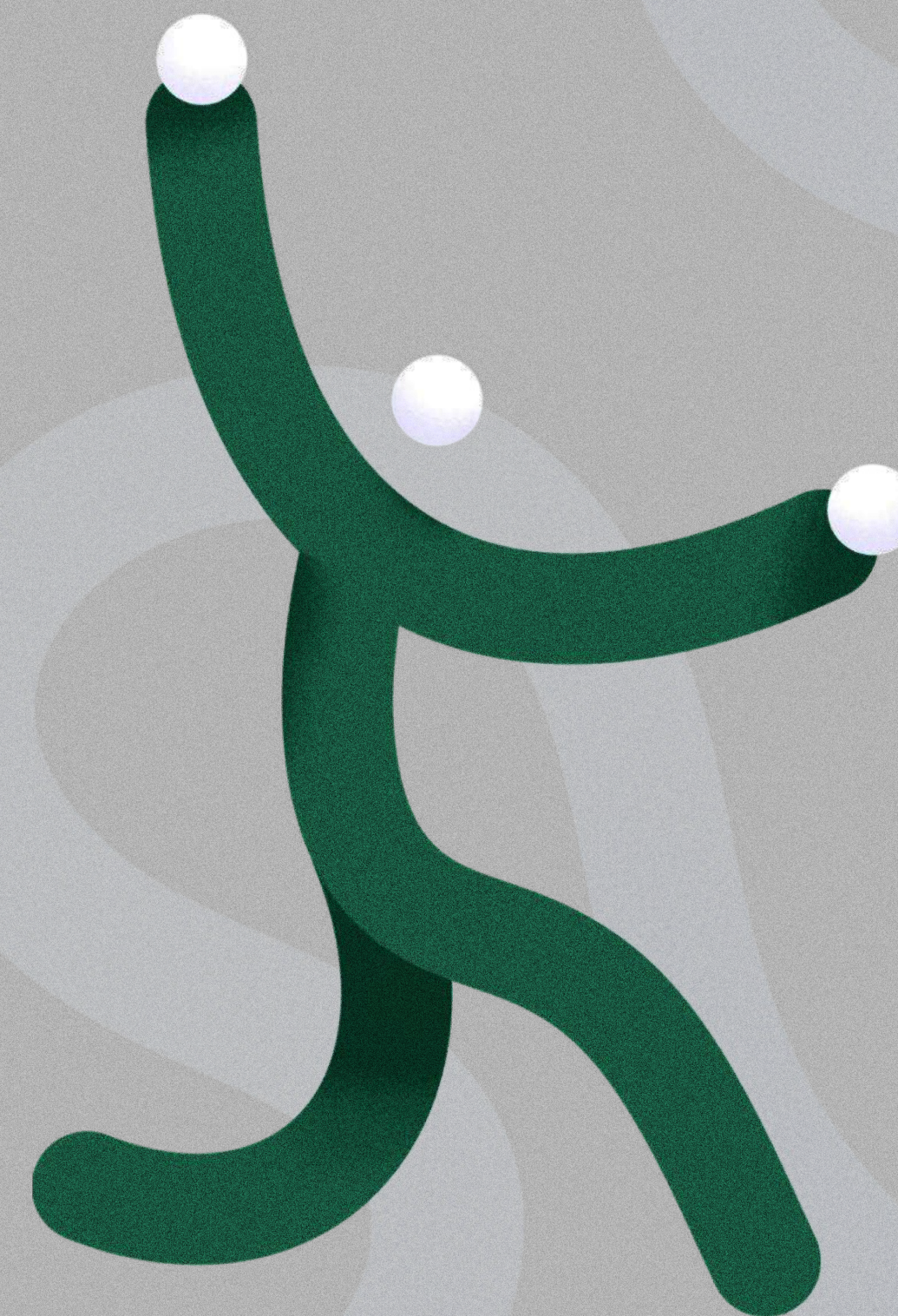
CAREER SPOTLIGHT

作品・キャリア事例紹介

SPOTLIGHT

メンバー・作品紹介

デザイン統括部は、多彩なスキルを持った仲間が集まっています。
その中から9名のメンバーにスポットライトを当てて、
これまで手掛けた作品と共にご紹介します。





2017.12 入社

HAYATO TANAKA

田中 隼人

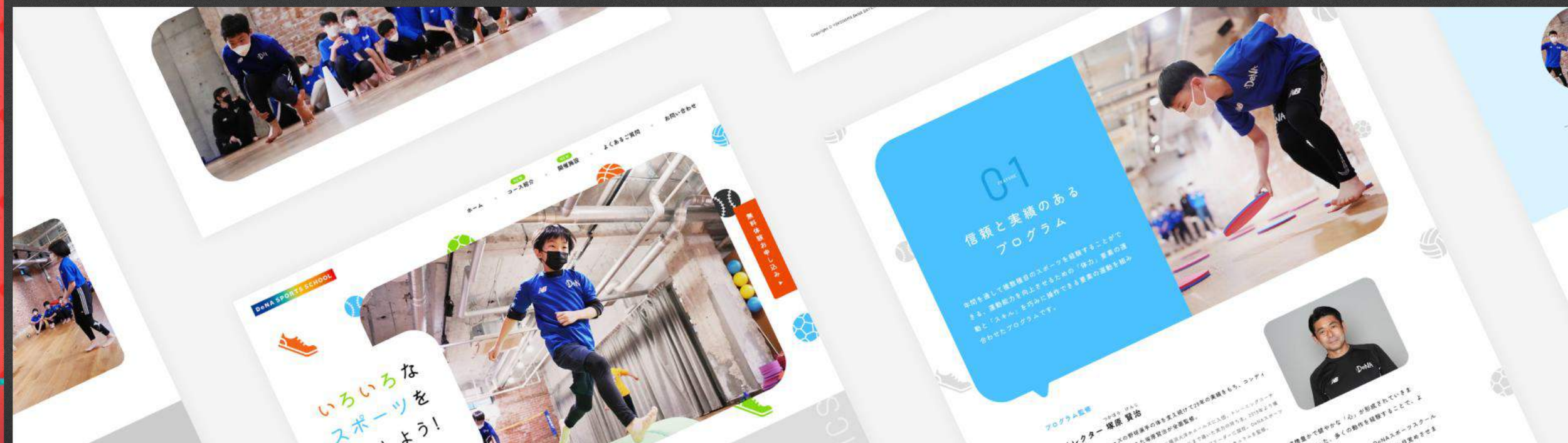
ART DIRECTOR / DESIGNER

デザイン統括部 コミュニケーションデザイン部 アートディレクショングループ

マネキン工場勤務から独学でデザイン業界に転職。デザイン事務所、Web系制作会社を経て、2017年12月にDeNAへ中途入社。
グラフィックやWebなど、ビジュアルに関わるデザインに従事。

COMMUNICATION DESIGN

ART DIRECTION



2022.05 入社

NANAMI KUGA

久我 ななみ

DESIGNER

デザイン統括部 コミュニケーションデザイン部 アートディレクショングループ

2022年5月にDeNAへ中途入社。前職ではWeb制作会社でコーポレート/ブランド/サービス/ECサイトのデザインに携わる。趣味はゲームやドラマなど、世界観に没頭できるものや感情が動くものが好きで、自分もそのような人の心を掴めるようなデザイナーになることが目標。

COMMUNICATION DESIGN



play by sports



DeNA SPORTS BUSINESS CONFERENCE 2023

2.22 WED 13:00 - 19:00

DeNA SPORTS GROUP

無料オンライン開催



2022.04 入社

JUNGWON CHOI

崔 浄元

DESIGNER

デザイン統括部 コミュニケーションデザイン部 アートディレクショングループ

2022年4月にDeNAに新卒入社。UX/UIの経験を経て、現在はロゴやWebなどビジュアルデザインを担当。ダイナミックでインパクトのあるデザインが得意で、人々の心を動かすデザイナーになることが目標。

COMMUNICATION DESIGN



DIVE INTO DESIGN

DeNA SUMMER INTERNSHIP
2023/8/19 SAT — 8/22 TUE

4日間で何が出来るか、自分自身に挑戦しよう。
熱中する、悩む、そして達成する熱い夏。

SERVICE DESIGN & BRANDING & MARKETING DESIGN



2022.09 入社

SANA MUTO

武藤 紗菜

DESIGNER

デザイン統括部 コミュニケーションデザイン部 アートディレクショングループ

デザイン事務所で経験を積んだ後、2022年9月DeNAに中途入社。グラフィックやWebなど、ビジュアルに関わるデザインに従事。絵を描く、ものを作るなどアナログ表現が得意。デザインのでサービスの本質的な魅力を伝え、多くの人の生活を豊かにすることが目標。

COMMUNICATION DESIGN



2016.01 入社

MASANORI MIYAMOTO

宮本 昌典

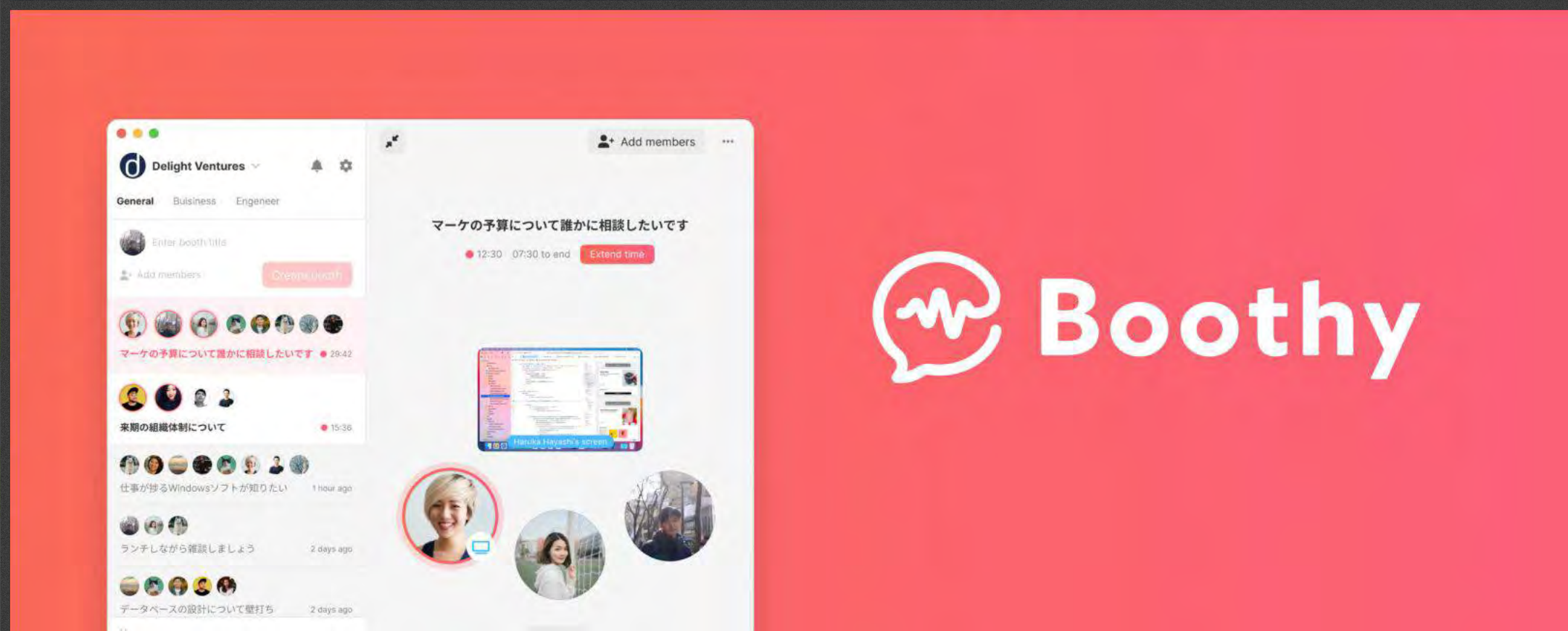
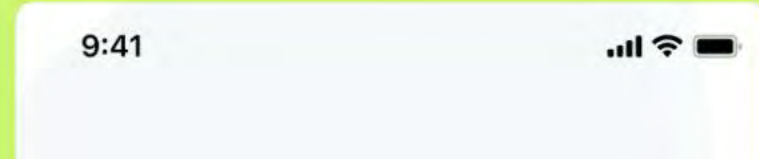
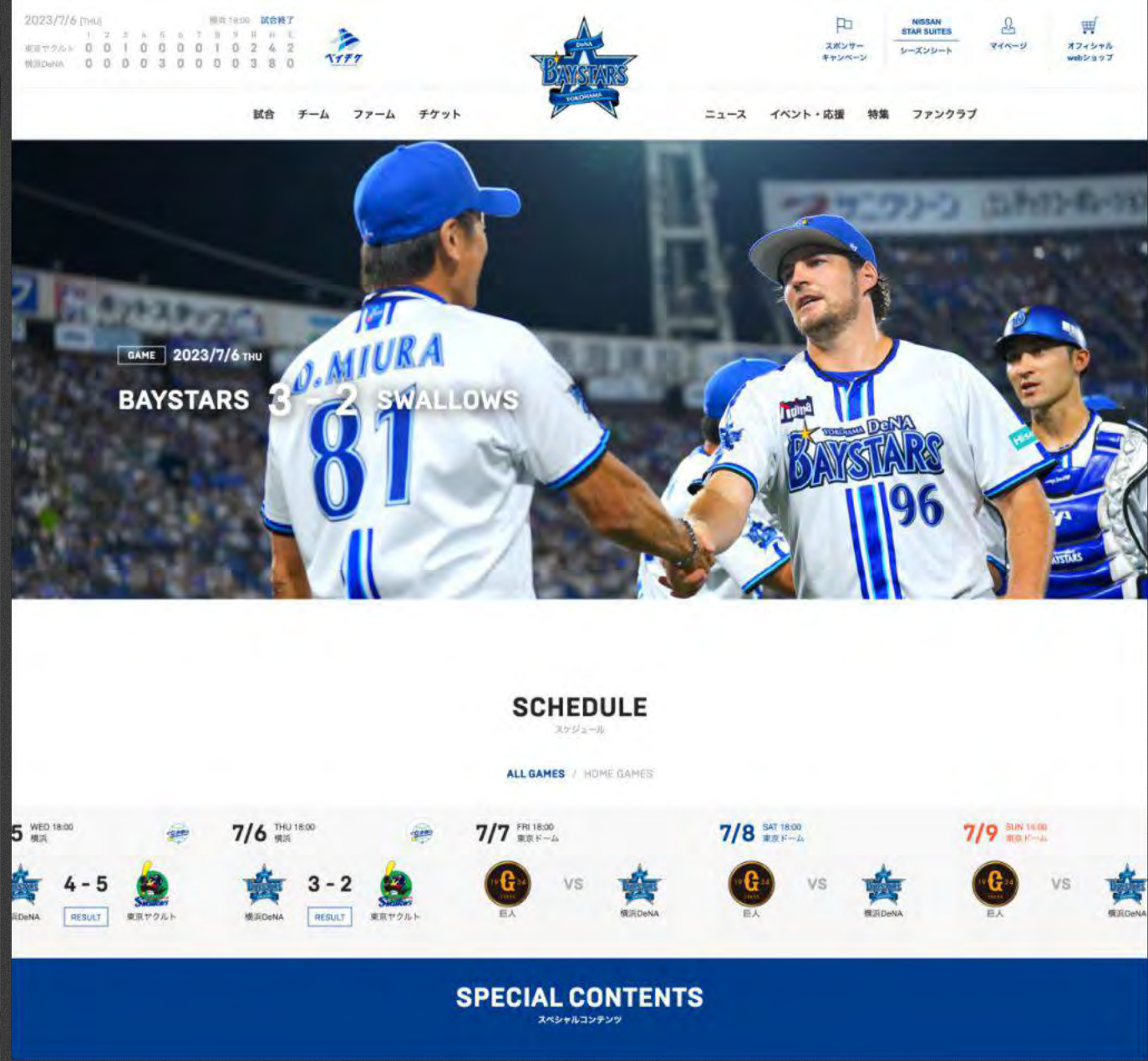
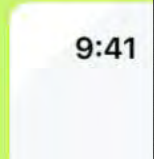
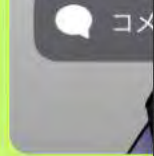
ART DIRECTOR / DESIGNER

デザイン統括部 プロダクトデザイン部 第四グループ

制作会社・デジタルエージェンシーを経て、2016年にデザイナーとして中途入社。ヘルスケア事業のUX/UIデザインに従事。プロジェクトの立ち上がりからユーザーに触れるアウトプットまでの体験を設計し、デザインを通じて包括的な課題解決を得意とする。

UI/UX DESIGN

ART DIRECTION



2015.03 入社

RYO NAKAE

中江 亮

ART DIRECTOR / DESIGNER

デザイン統括部 プロダクトデザイン部 第五グループ

数社のWeb制作会社を経て、2015年3月にDeNAに中途入社。協業案件、キュレーションメディア、オートモーティブ、スポーツ、ライブストリーミングなどのサービスに携わる。現在は再び協業案件でサービスデザインを担当しつつ、デザイナーのマネジメントも行う。

UI/UX DESIGN

ART DIRECTION

WEB FRONT-END

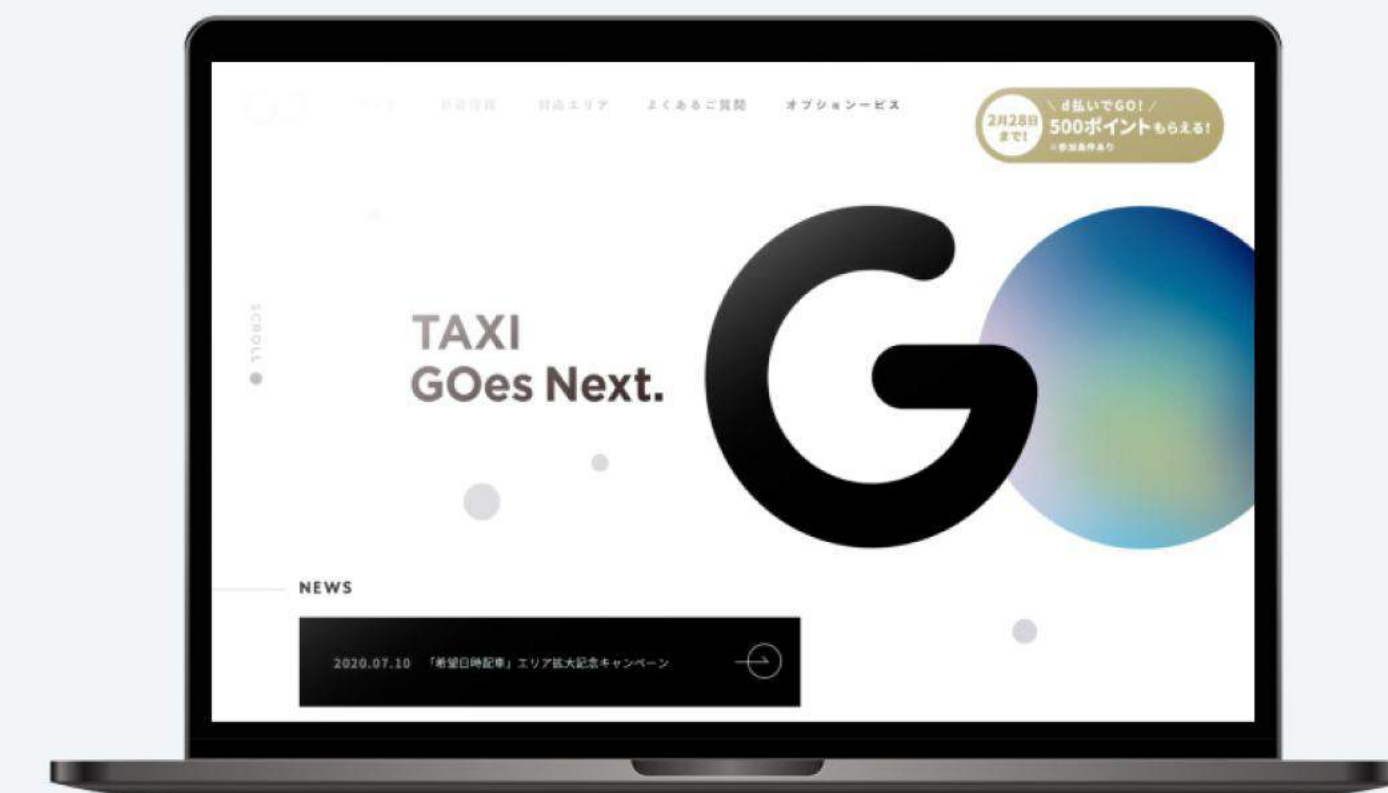
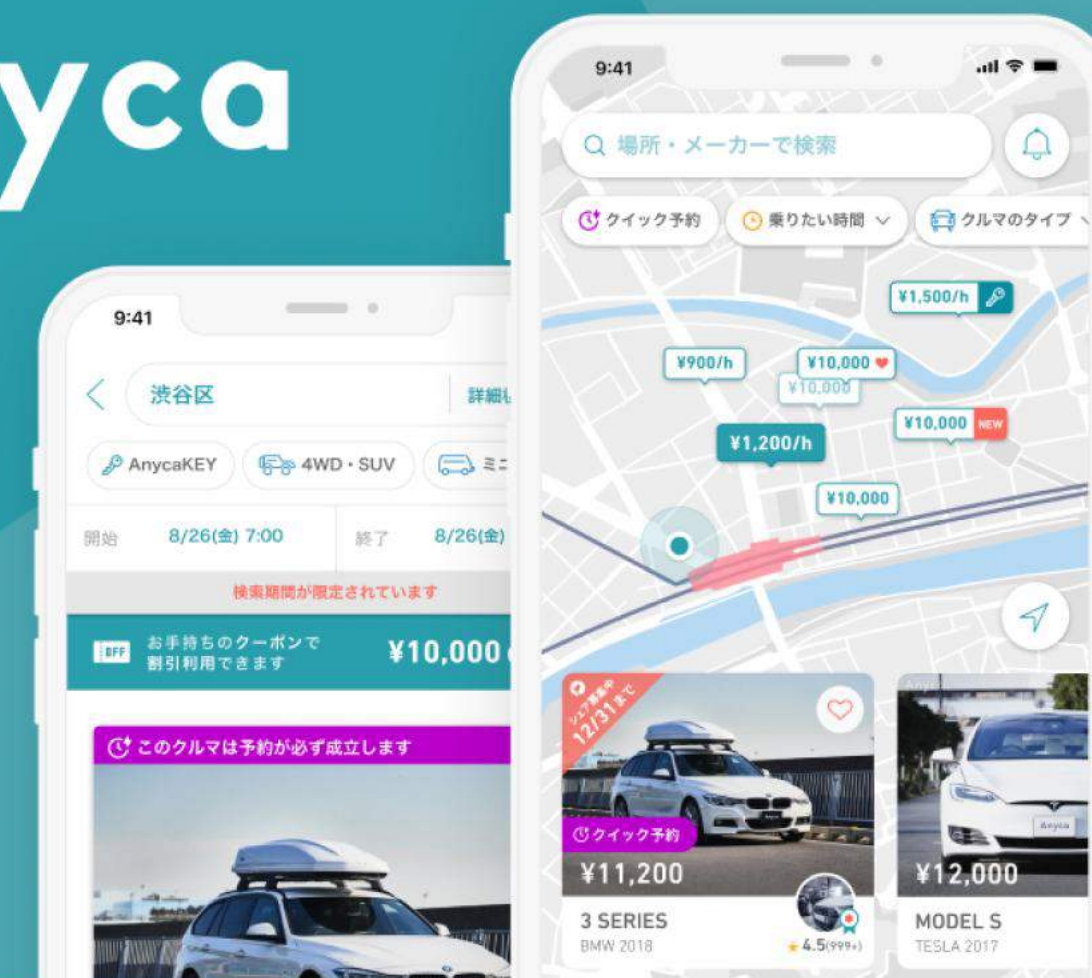
新感覚Vtuberアプリ

IRIAM

VTUBER LIVE STREAMING APP



Anyca



2020.01 入社

SIKANDERTAKAMASA INOHANA

猪鼻 セカンドル貴正

DESIGNER

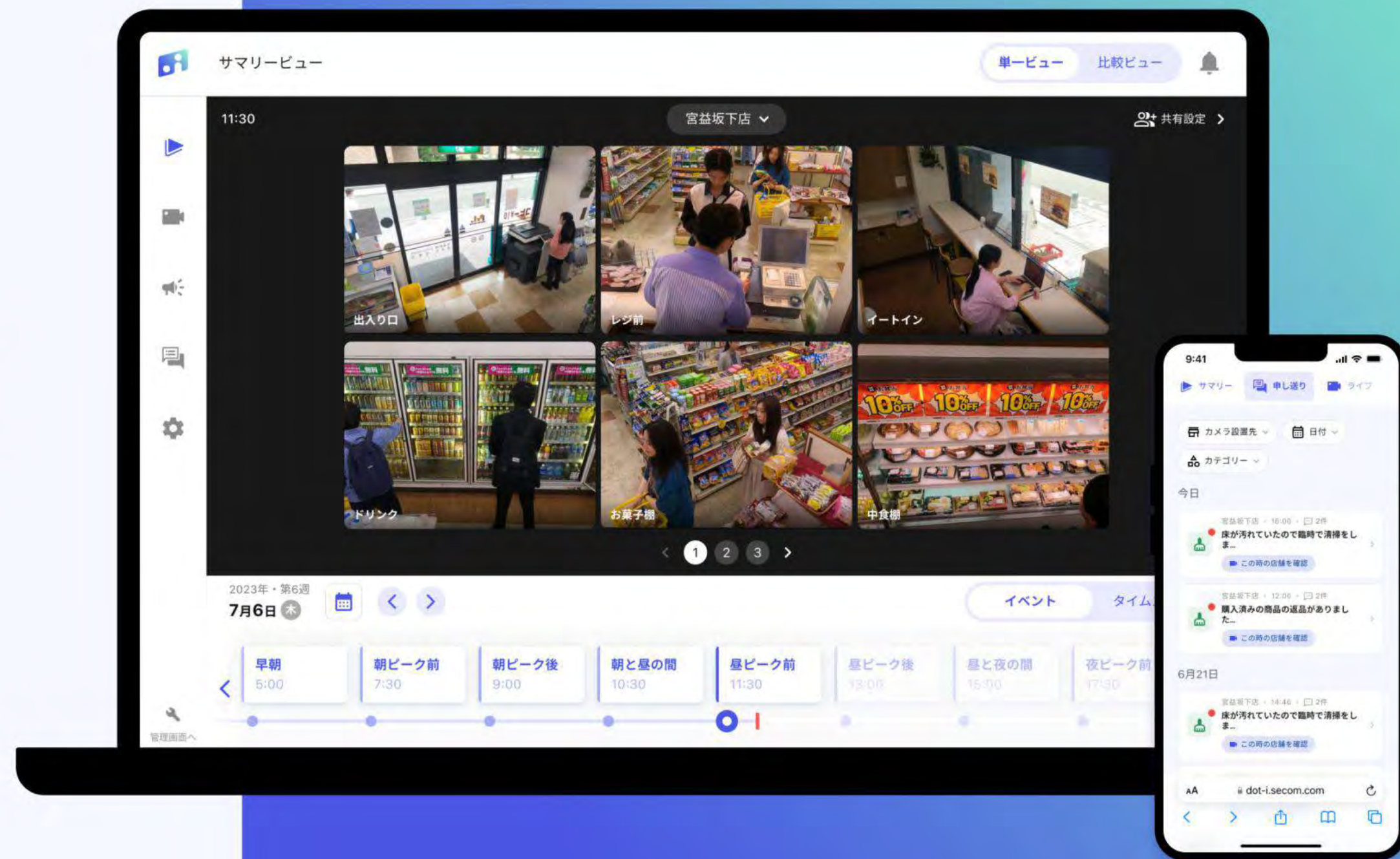
デザイン統括部 プロダクトデザイン部 第六グループ

グラフィックデザイン事務所やWeb制作会社で新聞広告やパッケージデザイン、Webサイトデザインなど幅広く経験し2020年2月にDeNA入社。入社後はタクシーアプリ「GO」やカーシェアアプリ「Anyca」、新感覚Vtuberアプリ「IRIAM」のデザインを担当。

UI/UX DESIGN

ART DIRECTION

PRODUCT MANAGEMENT



SECOM DeNA



2016.10 入社

HIROKI OBARA

小原 大貴

UX DESIGNER / CREATIVE DIRECTOR

デザイン統括部 エクスペリエンス戦略室

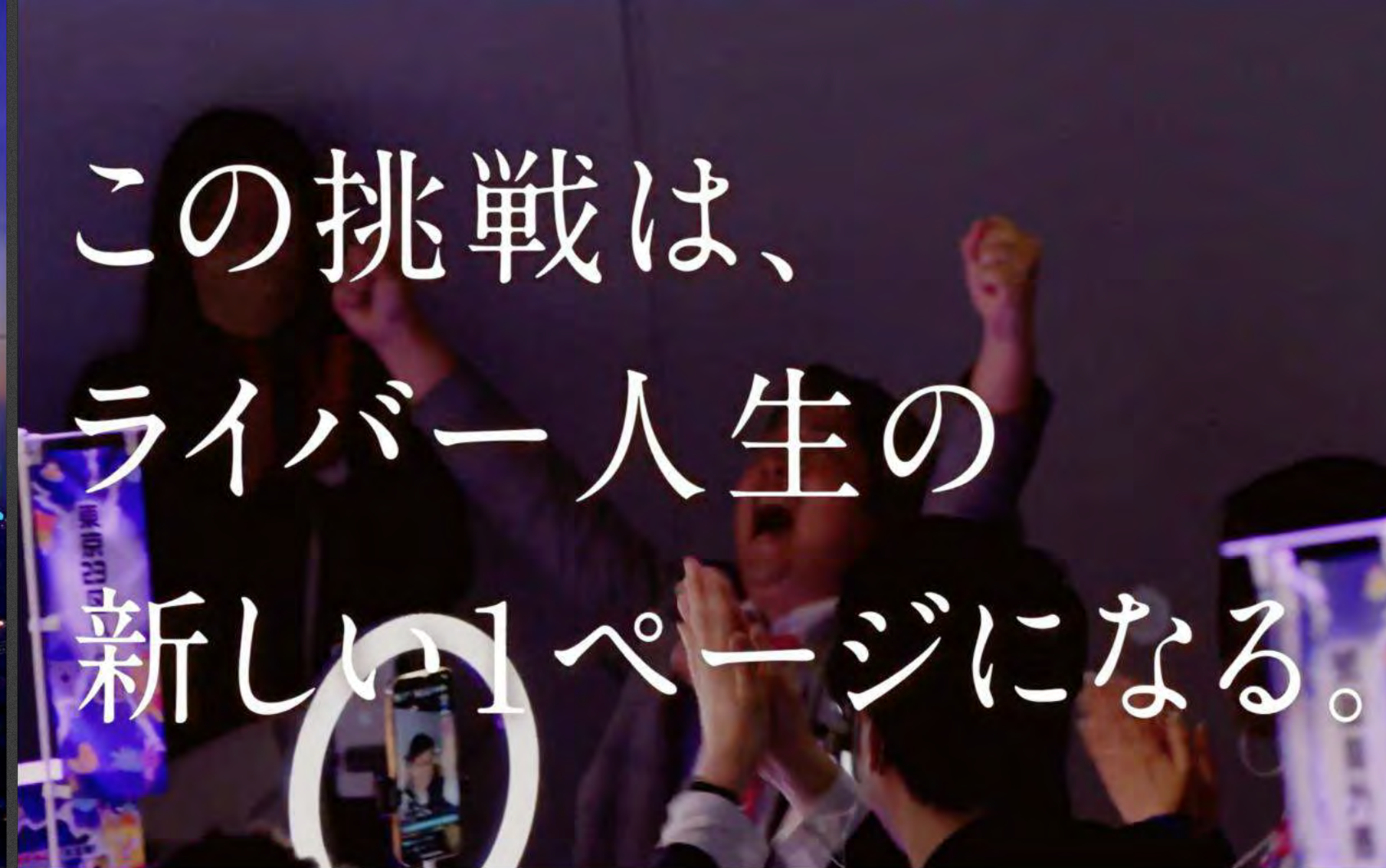
Web制作会社にてナショナルクライアント案件を多数経験後、2016年にDeNAへ中途入社。アライアンスによる新規サービス開発を中心に、戦略策定、リサーチ、プロダクトデザイン、マーケティングまで、立ち上げフェーズの全領域にUXデザイナー・クリエイティブディレクターとして従事。

UI/UX DESIGN

UX RESEARCH

ART DIRECTION

PRODUCT MANAGEMENT



この挑戦は、
ライバー人生の
新しい1ページになる。



アクティブユーザー数
トップクラス
ライブ配信アプリ

Pococho

2022年4月 ライブ配信アプリ利用者数調査 (AppApe調べ) フラー株式会社が
日本国内の主要ライブ配信アプリの利用状況を調査した推定データとなります。
調査期間: 2022年4月 調査パネル: 日本国内のAndroidユーザー約9万人



2015.04 入社

YUYA KANEKO

金子 祐也

CREATIVE PRODUCER

デザイン統括部 コミュニケーションデザイン部 クリエイティブプロデュースグループ

CM制作プロダクションで数多くのナショナルクライアントCMのプロデュース経験を経て、2015年4月にDeNAへ中途入社。

DeNAでは各事業のマーケティングに関わる、主に動画を用いたコミュニケーションデザインに従事。2021年5月よりSC

相模原のスタジアム演出業務全般を兼務中。

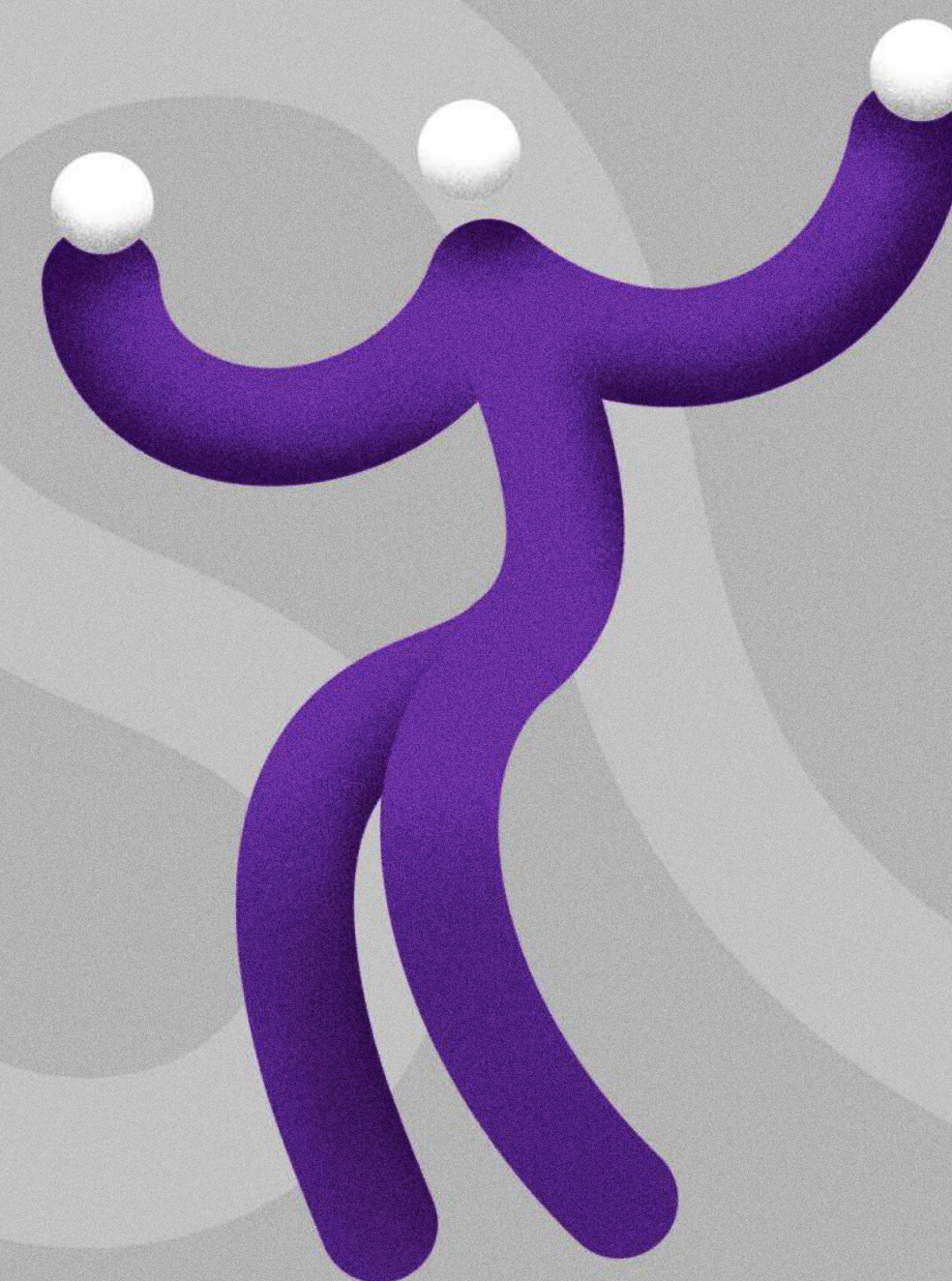
PRODUCTION

DIRECTION

CAREER PATHS

キャリアパスの事例紹介

デザイン統括部の仲間はどうのようなキャリアを歩んできたのか。
3名のメンバーをピックアップして、入社前後のキャリアとその想いをご紹介します。



CASE 01

RYO MATSUDA

松田 涼
デザイン統括部 プロダクトデザイン部 第一グループ

出版社、広告制作会社にてデザイナー・アートディレクターを経験後、DeNAに入社（3社目）。制作会社時代は、クライアントが抱える大勢のユーザーに向けたウォレットアプリやCRMアプリの立ち上げを担当していたのですが、実際に使って頂くユーザーさんとの距離感を感じており、よりユーザーさんに寄り添ったサービス開発に携わりたいと思い、DeNAに転職しました。今まで携わって3つのサービスでは、ユーザーインタビューで実際の声をヒヤリングしたり、KPIなどの数値分析からサービスの戦略策定やプロダクト改修の仕様策定からUIやバナー制作までの一貫したクリエイティブ制作に携わっています。



入社前のキャリア

出版社では、Webデザイナーとして出版・モータースポーツ・旅行系のWebサイトのデザイン & コーディング担当

広告制作会社では、銀行・飲食・自動車・化粧品など様々なジャンルのWebサイトやアプリのUI/UXデザイン担当

入社後のキャリア

マンガボックス、Pocochaでは、サービスグロースに関わる戦略策定・クリエイティブの制作を担当しました。

Voice Pocochaでは、0→1の立ち上げフェーズにおけるブランディング・UI/UXデザイン・キャラクター / イラストレーション / アイテムのアートディレクションなど全てのクリエイティブを担当しました。

CAREER PATH

2018.03入社

10→100フェーズ：マンガボックス
リードデザイナー・アートディレクター・UI/UXデザイナー

2020.05

1→10フェーズ：Pococha
アートディレクター・UI/UXデザイナー

2021.02~

0→1→10フェーズ：Voice Pococha
グループリーダー・リードデザイナー・アートディレクター・UI/UXデザイナー・組織開発

CASE 02

AIRI JO

徐 愛琳

デザイン統括部 プロダクトデザイン部 第六グループ

デザイン会社にて、グラフィックデザイン、Webデザインをメインに手掛けたのち、DeNAに入社(2社目)。事業会社でサービスの成長と向き合ったデザインをしたいことが転職の理由でした。入社前は未知の世界に飛び込む感じで、今までの知識が通用するのか?など不安はありましたが、デザインをするというベースは変わらず、これまでの経験を活かして事業に貢献できることが分かりました。入社してからは、成長できる環境に恵まれ、分からないことも努力と学習で克服できました。自分の作ったサービスを使ってる人を目の当たりにすることで、目指していた仕事に携われてると感じています。



入社前のキャリア

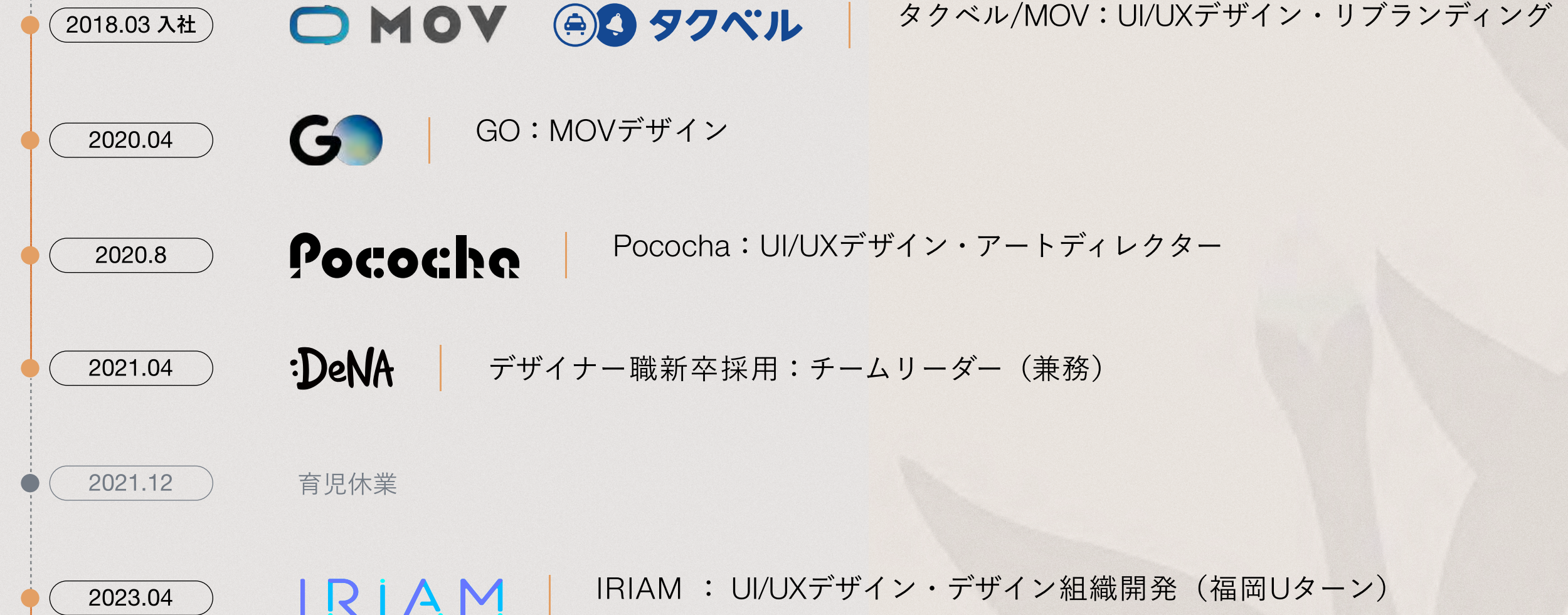
福岡のデザイン会社で、グラフィックデザイン(チラシ/ポスター/冊子)やWebデザイン(コーポレート、キャンペーン)を担当。

入社後のキャリア

タクシー配車アプリ『GO』・LIVEコミュニケーションアプリ『Pococha』のUI/UXデザイン・アートディレクションを経験し、デザイナー職の新卒採用に関する企画や運用にも従事。

育児休業を経て、現在はIRIAMのデザイナーとしてプロダクト開発やデザイン組織開発を担当。

CAREER PATH



CASE 03

YUKI KAWARAGI

河原木 雄基

デザイン統括部コミュニケーションデザイン部 クリエイティブプロデュースグループ

デザイン事務所、人材サービス会社にてコピーライター・ディレクターを経験後、求人広告以外の広告・クリエイティブ制作にも携わりたいと思い、DeNAに転職しました(3社目)。DeNAはエンタメ領域から社会課題領域まで多岐に渡る事業を展開しているので、手掛けるクリエイティブも様々。その分求められる知識やスキルも幅広いですが、逆に言えばいろいろなことにチャレンジできる環境です。私もWebディレクションはDeNAに入社して初めて経験しましたし、横浜DeNAベイスターズで多くの方に見られるクリエイティブ制作に携われたことは、とてもいい経験になっていると思います。



入社前のキャリア

デザイン事務所では専門学校のDMや学校案内、芸能プロダクションの広告などを制作。

人材サービス会社では飲食チェーン、アパレル、学習塾など、様々な大手クライアントの求人広告を制作。

入社後のキャリア

複数のスマートフォン向けゲームの公式サイトやキャンペーンサイトのWebディレクターを担当。その後、横浜DeNAベイスターズの広告制作チームへ出向し、ディレクターとして各種イベントゲームやドキュメンタリー映画の広告制作に従事。現在はDeNAに戻り、スマートシティ事業など様々な案件で、コピーライター・ディレクターとしてクリエイティブ制作を担当中。

CAREER PATH

2017.02入社

『逆転オセロニア』、『メギド72』など
Webディレクター

2019.05

横浜DeNAベイスターズ
広告制作ディレクター(出向)

2020.12~

PICKFIVE

『PICKFIVE』、『川崎新!アリーナシティ・プロジェクト』など
コピーライター、Webディレクター

05

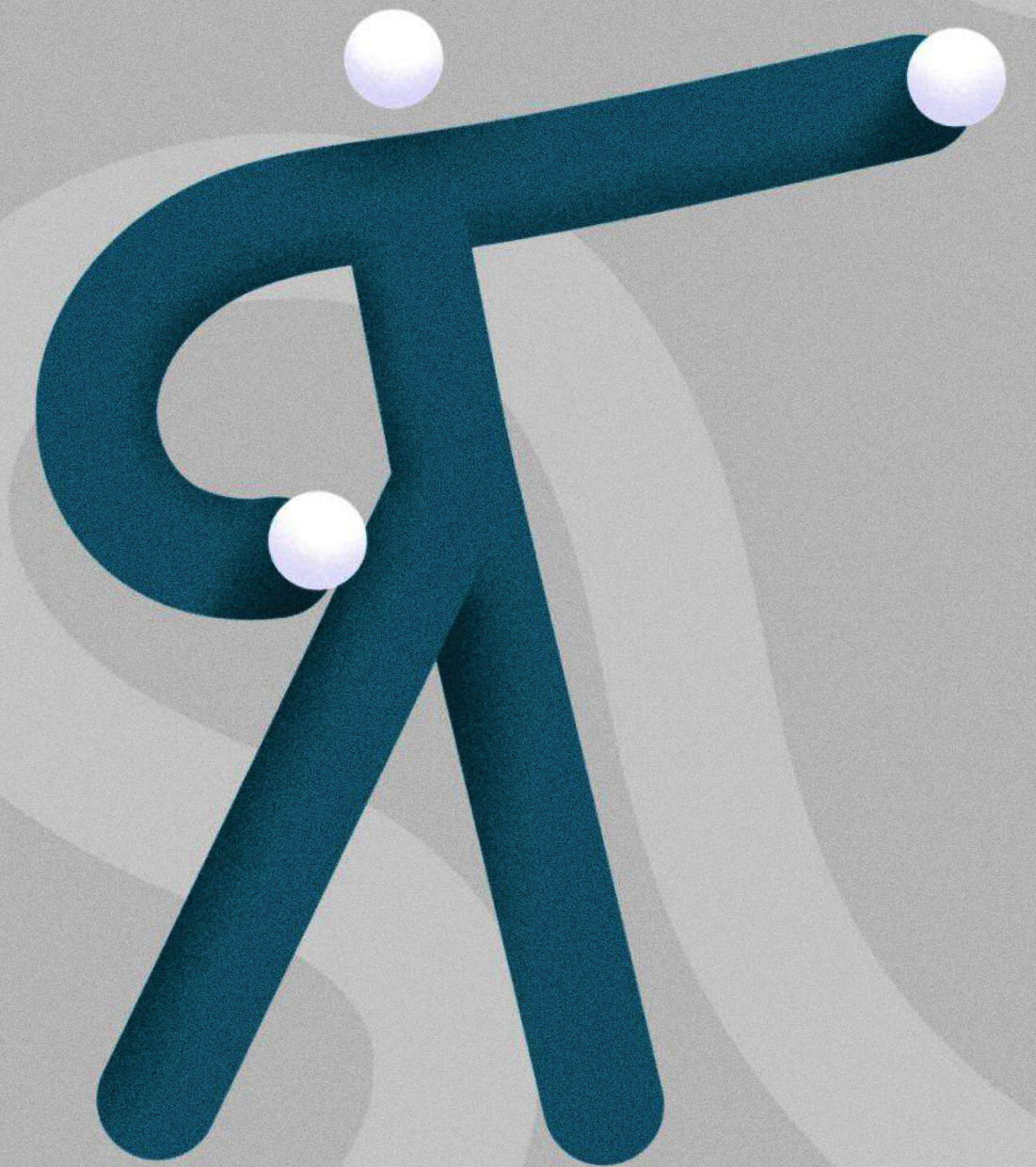
DESIGN UNIT HISTORY

デザイン統括部変革の歴史

LOOKING BACK

デザイン統括部を振り返る

デザイン統括部の歴史を振り返り、
何を大切にしてきたのか、これからの私たちがどうあるべきか、
次に何を目指すか決めました。



1

DeNAの創業から

9

9

9



デザイン組織ができあがるまで



DeNA

BEFORE 1999 - 2011

デザインがあまり会社 に理解されていなかった時代

- 1 デザイナーではなく「編集」と呼ばれていた
- 2 デザイナーの人数は、10名程度
- 3 モバイルサイトのテキスト編集&バナー作成などが主務な業務
- 4 標準PCは、LETs note
- 5 デザイナーって具体的に何やる人？ 人数ってたくさん必要？

1999 創業期

インターネット普及初期に、
DeNA初のサービス「ビッダーズ」が誕生

2004 モバイルシフト

カメラ付き携帯電話、パケット定額制など
環境が整い、いち早くモバイルに注力

2011 スポーツへの参入

事業領域を制限せず、
未知なるプロ野球の球団運営を開始



MYCODE
マイコード

kencom
いつでもこのお店で買うのが一番お得か一目で分かる!

あなたの健康行動で、
キャラクターを
育てよう。

2014

デザイン戦略室が立ち上がる

Anyca
Enjoy now, arriving!



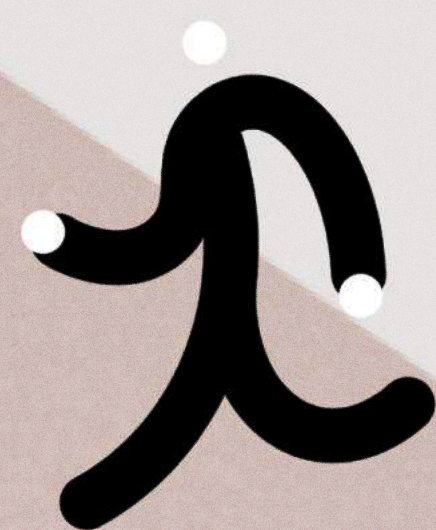
2014 | DeNA | インターネット×リアル産業 既存産業の強みとITの力を掛け合わせ、ヘルスケアやオートモーティブを開始

POINT

社内横断でデザイン推進することを目的に 「デザイン戦略室」を立ち上げる

事業部付けだったクリエイターを横断組織へ異動

01



得意領域・サービスステージに
合わせたアサイン

02



クリエイターの
育成コミット

03



適切な
発揮能力評価

2014

デザイン戦略室のミッション

サービスデザイン部前身である
UXデザイングループ誕生

グラフィックをつくるから、ユーザー体験のデザインへ



マーケティング本部から
マーケティングデザイングループジョイン

伝えるだけの広告から、ファンが増える魅力的な広告へ



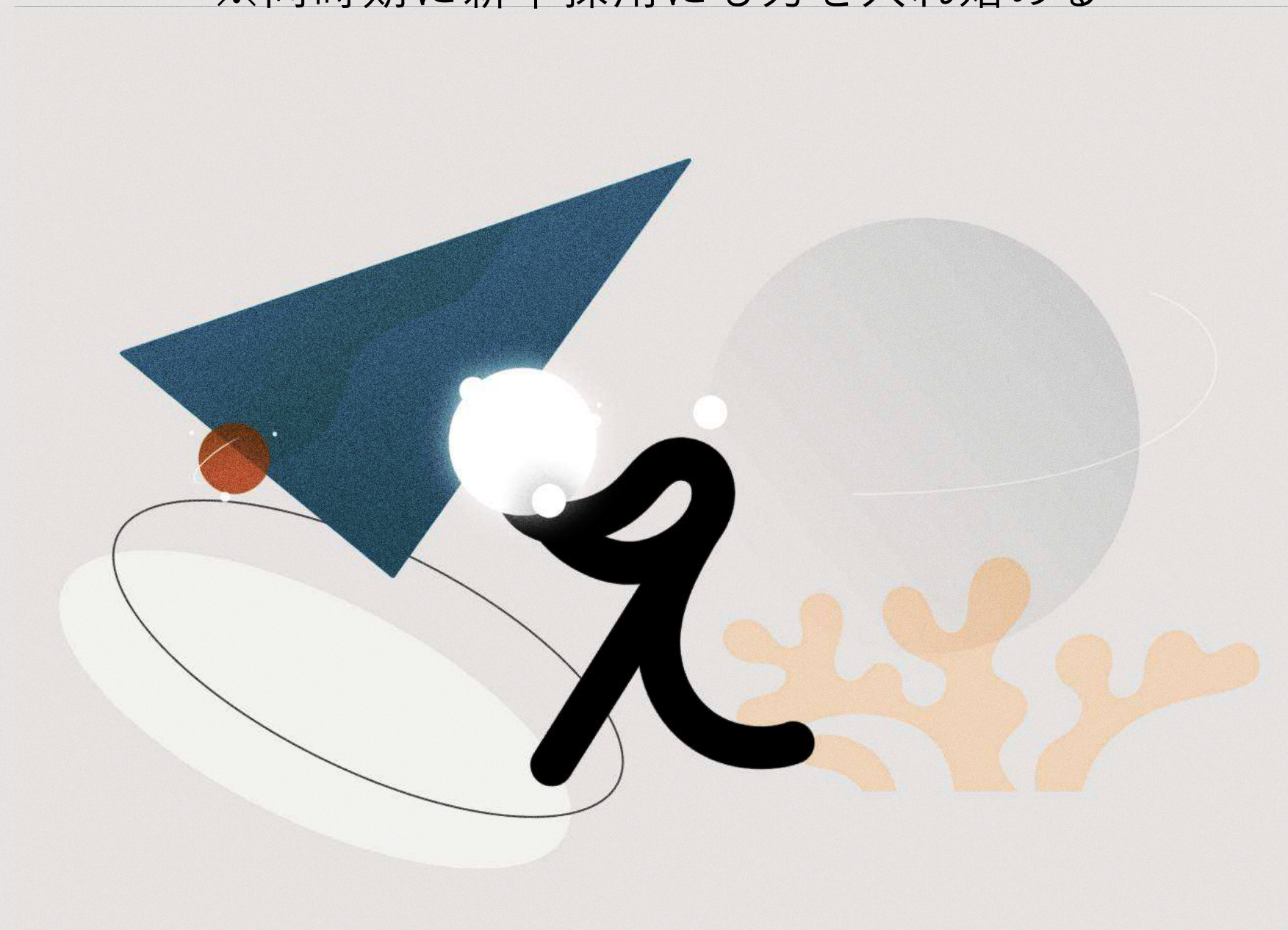
徹底した顧客起点

「デザインのでユーザーに価値を与えること」をミッションに掲げる

2015

個の力で勝負できる クリエイターを目指す

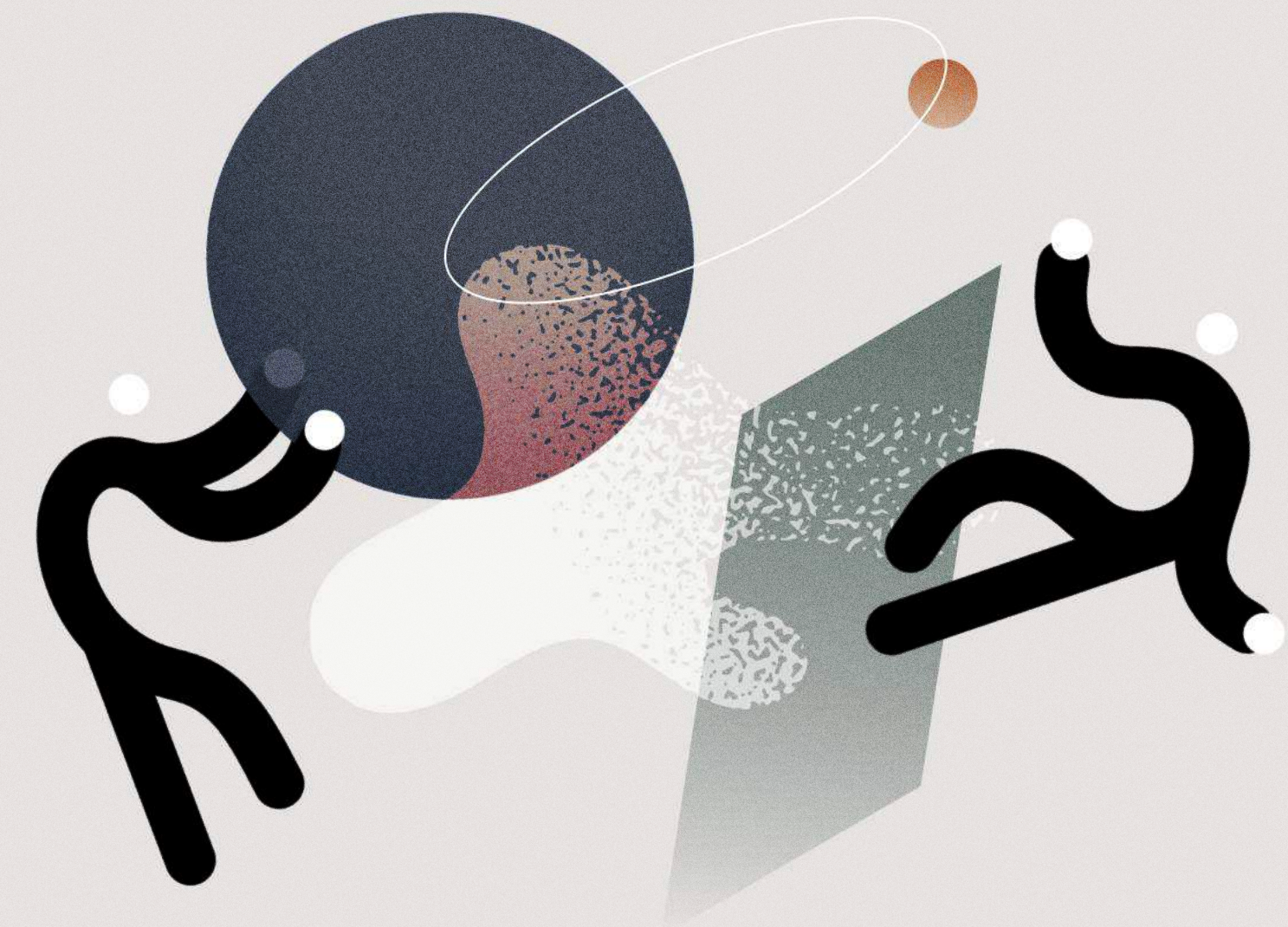
ずっと心に残るものをつくりたい、ユーザが他推すものをつくりたい
※同時期に新卒採用にも力を入れ始める



2017

革新のために 壊して創る

何回も作り直して、より良い物にしていく
作ってきたものを壊してでも新しい体験をユーザーに届けていく



2018

デザイン本部ができたがる



2018

「ものづくり強化」を目的とし デザイン本部ができあがる

THINK
ORIGINAL

QUALITY
QUEST

CO-
CREATION

MISSION

デザインのかでプロダクトを通して
世界に新たな価値を提供し続ける

総勢100名程の大きな組織に。マーケティングデザインG、
サービスデザインGからそれぞれ部が変わる。

2018

DeNA

エンタメ×社会課題への挑戦

20年以上かけて培ってきたノウハウを活かしシナジー創出へ

POINT

ビジネス共創

事業を理解し事業部と一体になることで
デザインとビジネスという両軸の相乗効果を出す



+ EXPERIENCE DESIGN

2019 上期

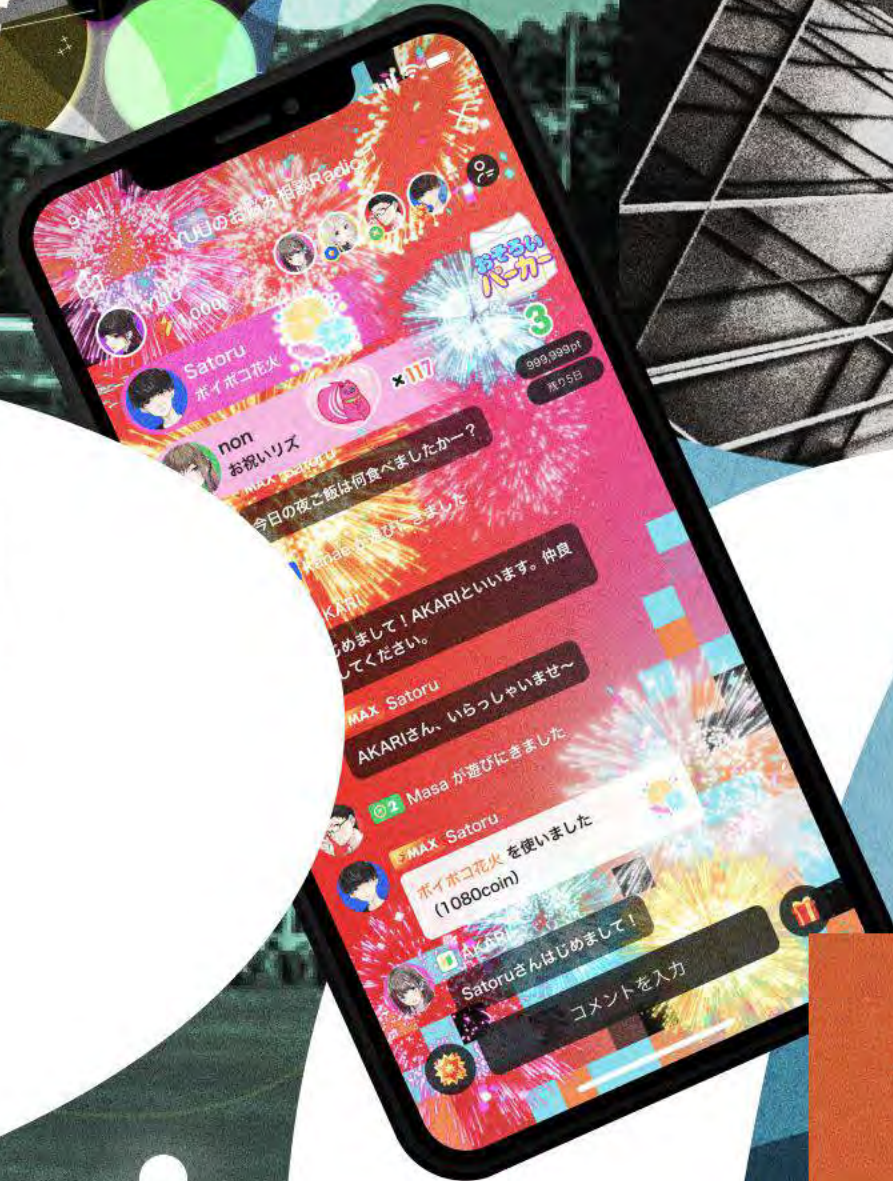
エクスペリエンスデザイン室を立ち上げる

+ BRAND DESIGN

2020 上期

ブランドデザイン室を立ち上げる

Delight
Biz
x
Analytics
Night



デザイン統括部のNEW MISSION

ENJOY!

UMNI
JOIN US

BALLPARK
FANTASIA

FULLSWING!
Being Our Best



DIVE IN
DESIGN
INTERNSHIP

2023

DeNA

エンタメ領域に加えて社会課題領域の事業を強化



DESIGN FOR DELIGHT

DELIGHTのためのデザインを

デザインがDeNAの強みの1つになるための新MISSION

これまでのミッションは「プロダクト」にフォーカスをしてきたが、これからはプロダクトのみならず、あらゆる事業戦略を「デザイン」という切り口で推進していくことが重要になってきた。

2024

DeNA

エンタメ×社会課題への更なる飛躍

2024

DeNA全体のコトづくりのための サービスデザインの推進

市場理解

×

顧客理解

×

デザイン

×

データ・AI

×

システム開発

ソリューション本部に合流しデザイン統括部となる

事業の成功のためには、モノだけではなく、モノをどうユーザーに価値のあるものにしていくかや運営を見据えたコトをつくっていくことが重要な時代になってきた。そのために、デザインだけではなく、市場理解、システム開発、データ・AI、顧客理解を一気通関で考えられるソリューション本部に合流し、ソリューション本部デザイン統括部となる。

06

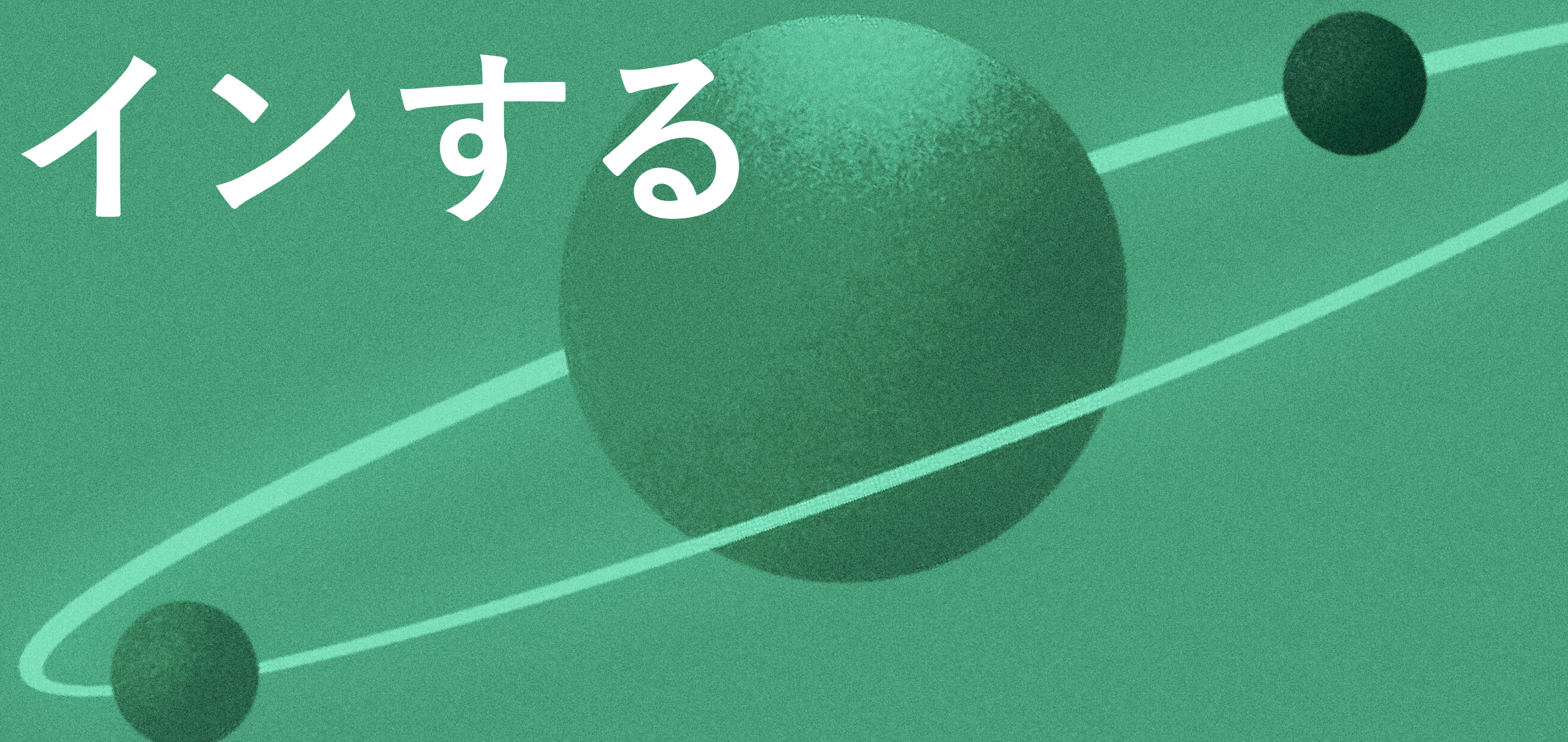
OUR TREASURE

デザイン統括部が大切にしたいこと

CUSTOMER PERSPECTIVE

顧客視点

徹底した顧客視点で
すべてをデザインする



顧客視点 | 徹底した顧客視点ですべてをデザインする

DO

実際にサービスを利用し、
顧客の気持ちを理解した上で
デザインする

DONT

自分が好きなデザインや
流行のデザインテイストに寄せてしまう





顧客視点 | 徹底した顧客視点ですべてをデザインする

DO

仲間と積極的に議論し、
顧客を魅了するデザインを
追求する

DONT

顧客視点を忘れ、
視野が狭くなり身近な人と競い合っている

顧客視点 | 徹底した顧客視点ですべてをデザインする

DO

過去の成功事例から学びつつ、
オリジナリティ溢れる
デザインで顧客の期待を超える

DONT

何も考えずに過去の成功事例を模倣している



INDEPENDENCE

主体性

当事者意識を持ち
自ら考え、行動する





主体性 | 当事者意識を持ち自ら考え、行動する

DO

待ちの姿勢ではなく、
自ら進んで情報を取りに行き、
積極的に周囲を巻き込む

DONT

デザイナーの業務フローは後工程になりがち
それを諦めて、お願いされたことだけをしている

主体性 | 当事者意識を持ち自ら考え、行動する

DO

誰よりも深く考え、
自分の意見・アイデアを持ち、
推進する

DONT

自分では何も考えず、誰かに決めてもらおうとする



主体性 | 当事者意識を持ち自ら考え、行動する

DO

仕事は自ら生み出すものと考え、
まずは目の前の仕事で
しっかりと結果を出す

DONT

自分だけ仕事がない、
興味ある案件にアサインしてもらえないと不満を言う

CO-CREATION
共創

互いの強みを生かし
職種を超えて共に創り出す



共創 | 互いの強みを生かし職種を超えて共に創り出す

DO

チームへの貢献を第一に考え、
職種を越えてチャレンジする

DONT

スキルの幅を広げようとせず、
「これは私の仕事ではない」と断る





共創 | 互いの強みを生かし職種を超えて共に創り出す

DO

相手の意見に真摯に耳を傾け、
どうしたら一緒にいいものが
創れるかを常に考える

DONT

常に自分の意見が正しいと決めつけ、
相手の意見や考えに耳を貸さず、すぐに否定してしまう

共創 | 互いの強みを生かし職種を超えて共に創り出す

DO

コミュニケーションの問題を
自分の責任として捉え、
改善に向けて努力する

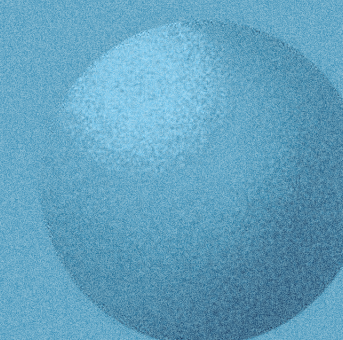
DONT

失敗を他人のせいにし、
自分の言動を見直そうとしない



QUALITY
クオリティ

最後まで考え抜き
すべてを出し切る



クオリティ | 最後まで考え抜きすべてを出し切る

DO

100点で満足せず、
常に120点以上を目指して
全力投球する

DONT

平均点を目指して120点を目指さない



クオリティ | 最後まで考え抜きすべてを出し切る

DO

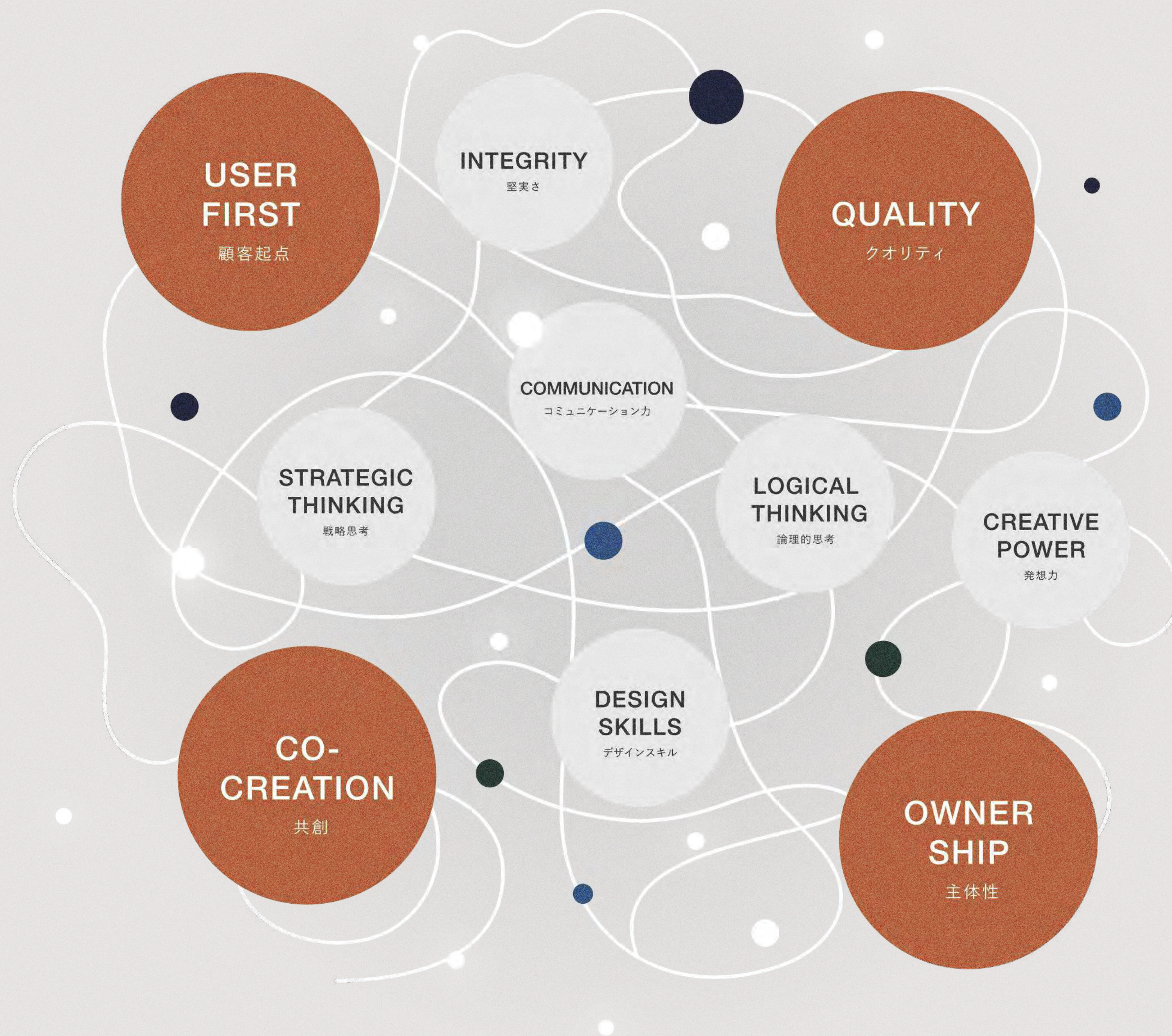
限られた時間の中で、
さまざまな角度から考え、
ベストを追求する

DONT

本当はまだブラッシュアップできそうだが、
時間のせいにして途中で諦める

DELIGHTを 創造するために

デザインで解決すべき課題はとても複雑で、
さまざまな視点や試行錯誤が必要です。
私たちはその中でも特にこの4つを意識することで、
DESIGN FOR DELIGHTに近づくと考えています。



07

CLOSING

最後に

DeNAがデザインに期待すること

事業戦略を推進する、新たな武器としての「デザイン」

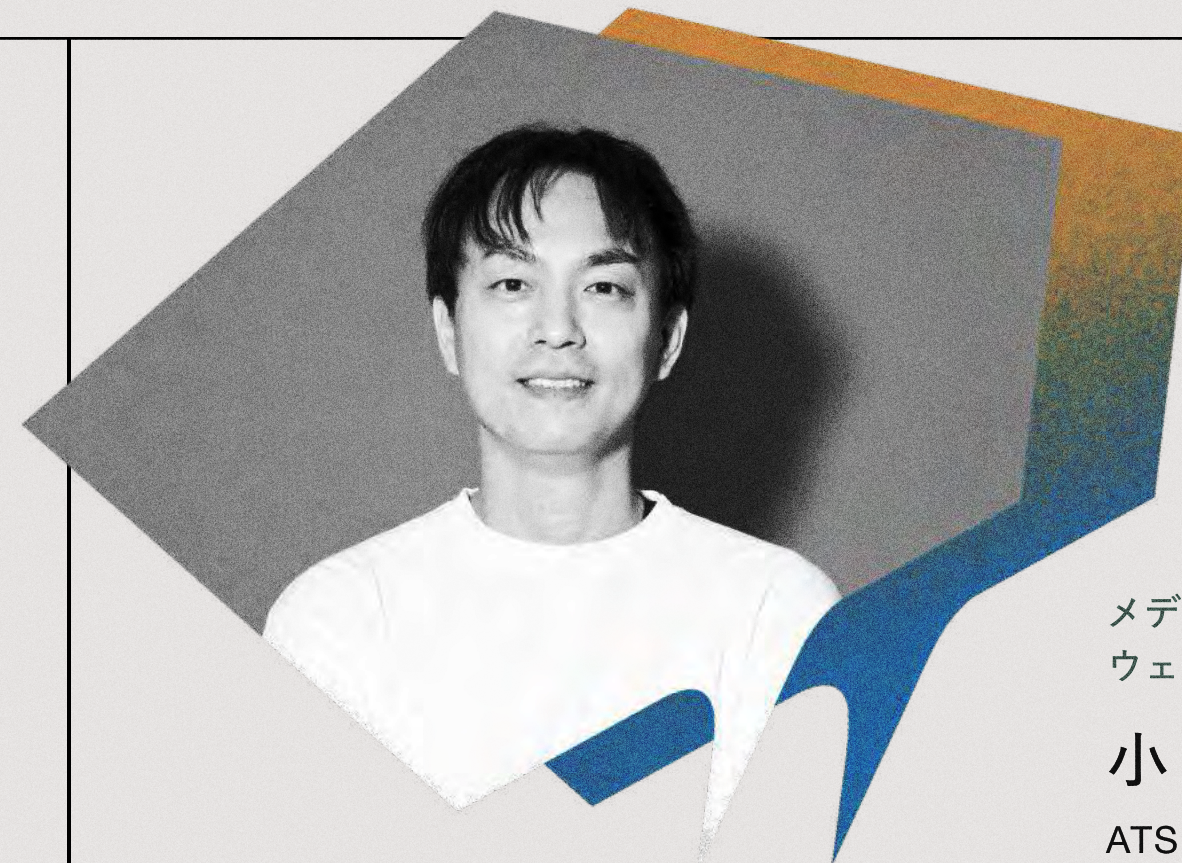


IRIAM代表取締役

増田 真也

SHINYA MASUDA

デザイナーがデザインだけをする時代は終わったと思っています。実際、私もデザイナーとしてDeNAに入社後、プロダクトマネージャーとして3つの新規事業を立ち上げ、現在はIRIAMの代表取締役をしています。DeNAは、やる気さえあれば職種の枠を超えて、事業の責任者や経営に参画できるフラットな組織です。デザインという武器を持ちながら、事業推進に本気でチャレンジするデザイナーが増えていくことを期待しています。



メディカル事業本部
ウェルビーイング事業部

小林 篤

ATSUSHI KOBAYASHI

いいプロダクトを作るために、デザインの力は必要不可欠です。どんなに機能が優れていても、操作性が悪かったり、ユーザーベネフィットが伝わらないと使ってもらえないからです。デザインにはそういった問題を解決し、より多くのユーザーに価値を届ける力があります。実際、デザイナーの知見を取り入れたことでビジネスの成功確率は高まったと感じますし、「プロダクトを作り、届けるまで」を一気通貫で対応できるデザイン統括部には大きな期待を寄せています。



ヘルスケア事業本部 副本部長

伊藤 康太郎

KOTARO ITO

ヘルスケア領域は特に事業構造が複雑なので、デザイナーにも事業の全体像や背景をしっかりと理解してもらったうえで、ビジネスの上流工程から参加してもらっています。デザイン本部のメンバーは顧客理解に長けていて、徹底した顧客視点でインプットしてくれるところに期待しています。今後もデザイナーとしての知見とスキルを最大限に発揮して、共にヘルスケア事業を成長させていきましょう。

デザイン統括部がこれまでの歴史を通じて何を大切にしているのか、
どんな行動やスキルを重視しているかをまとめました。
このカルチャーデッキは、今後も新しいメンバーの参加、
成功や失敗、様々な経験の中で、さらに進化していきます。

個性も多様で、関わる事業も様々ですが、デザイン統括部全員がこの姿勢で、
団結し取り組むことで世の中に大きなデライトを届けられると信じています。

DESIGN FOR DELIGHT

