

この世界は、
もっと広いはずだ。

意味は意思を生む。

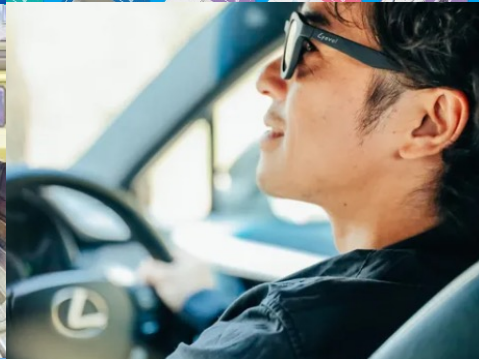
人は意味を求める存在だ。^(*)

そして意味は意思を生み、その意思はやがて意志となる。

だから、私たちNEW STANDARDは、

世界を広げるために、意味をデザインする。

THE MEANING DESIGN COMPANY



生活者のインサイトと時代の文脈を手がかりに、
モノやコトの捉え方を変えることで、意味的価値をデザインしたクライアントとの取引実績

Asahi

asics

amazon

ARSOA

IKEA

伊藤園

EDWIN

docomo

EPSON

MS&AD

三井住友海上プライマリー生命

Australia

ORBIS

KAI

CASIO

Kataoka

KEEN

Canon

学校法人 国生山学園
京都芸術大学

霧島酒造株式会社

霧島酒造株式会社

KIRIN

GLIDE
ENTERPRISE

GLOBIS

GUNZE

KDDI

KOKUYO

小林製薬

Goldwin

sacai

SABON

JAL
JAPAN AIRLINES

Johnson&Johnson

Sony Music

総務省
Ministry of Internal Affairs and Communications

大正製薬

エステティック
TBC

DECKERS

TOYOTA

NISSAN

NISSEI

HALEON

patagonia

Panasonic

BMW

BJC
BEAUTY COSMETIC

BE FORWARD

BEAMS

FITS

FUJIFILM

HONDA

POLA

Microsoft

McDonald's

mazda

mandom

MITSUKOSHI

MITSUKOSHI

MILBON

MOLSON COOLS

YAMAHA

YAMAHA

REGAL

RICOH

株式会社
良品計画

LEXUS

ROHTO

L'OCCITANE

L'ORÉAL
JAPAN

※五十音順

人が持つクリエイティビティと意味をデザインするためのサイエンスを統合

CREATIVITY

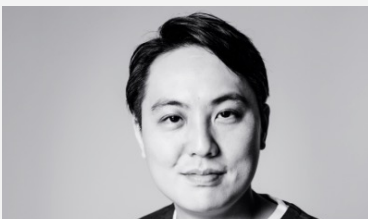
多彩な専門家から生まれるクリエイティビティ

SCIENCE

意味をデザインするためのサイエンス

新たなスタンダードの社会実装を目指す

次世代を担うクリエイティブチームに選出された、多彩なバックグラウンドを持つ専門家たち



#コンサル出身 #統合マーケティングコンサル力
BUSINESS PRODUCER
YOSHINOSUKE SUNOHARA

慶應義塾大学卒業後、アクセントにてIT/人事組織戦略プロジェクトに従事。NS参画後はセールス部門の立ち上げを主導し、100社を超えるクライアントを支援。横断マーケティング×コンサルを武器にマーケティングデザイン事業部の責任者を務める。



#デザイン出身 #ブランドデザイン×感性
BRAND DESIGN DIRECTOR
AKIKO SHIRATORI

多摩美術大学卒業後、広告会社を経て創業メンバーとしてNSに参画。意味的価値を軸とした戦略から実装まで手掛ける。東京大学大学院の共同研究員として「感性設計学を応用した意味のイノベーション」「意味中心設計」に関する研究・開発にも従事。



#WEB広告出身 #統合マーケティング×新商品・事業開発
BUSINESS PRODUCER
OKITO MATSUMOTO

同志社大学にて行動心理学を専攻。WEB広告代理店を経てNSに参画し、オンラインとオフラインを融合した統合プロモーションを担当。ブランドコンサル事業の立ち上げや電通との共同ソリューション開発など、新規事業やパートナー開発も主導。



#編集者出身 #MZα世代分析×情報発信
MARKETING RESEARCHER
KENJI OSHIMA

早稲田大学卒業後、10年の編集者経験を経てNSに参画。国内外のMZα世代の価値観やオンラインサイトを捉えたトレンドリサーチが専門。シグナタックとして様々なレポートやコンテンツを発信し、ワークショップやセミナー開催なども担当。



#商社出身 #ビジネスデザイン×ブランド開発
BUSINESS PRODUCER
HIROKI WATANABE

慶應義塾大学卒業後、総合商社にて中東・アジアの事業投資や出資先事業管理に従事。NS参画後は、ビジネスプロデュース力とデザイン思考を基盤に、酒類、医薬、家電、住宅、自動車など幅広いメーカーの新商品開発やブランドビジネス開発を牽引。



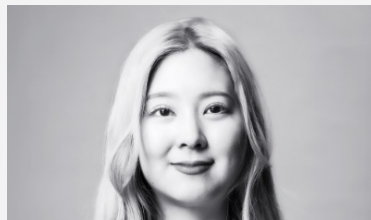
#外資系広告代理店出身 #ビッグアイデア×戦略
CREATIVE DIRECTOR
HIROAKI TAKI

サイバーエージェント、GREY, BBDOなどを経て、NSに参画。定量・定性調査に基づく戦略立案からクリエイティブ開発までを一貫して担う。ACC、Effie Awards、Spikes Asiaをはじめ、国内外多数のアワード受賞歴を持つ。



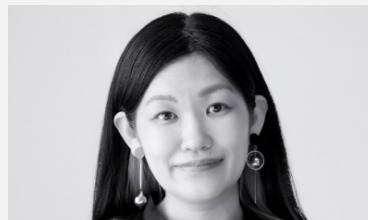
#メーカー出身 #デザイン思考×実装力
BRAND DESIGN DIRECTOR
CHIE SEKINE

メーカーでのブランド開発を経てNSに参画。構想から実装フェーズまでを統合し、ユーザー起点の価値創出を牽引。東京大学大学院の共同研究員として「感性設計学を応用した意味のイノベーション」「意味中心設計」に関する研究・開発にも従事。



#WEBメディア出身 #MZ世代インサイト×戦略
BRAND DESIGN DIRECTOR
SHIHO FUJITO

MZ世代向けSNS広告やCK開発、トレンドとインサイトを起点とした戦略ブランディングやブランド開発が専門。東京大学大学院の共同研究員として「感性設計学を応用した意味のイノベーション」「意味中心設計」に関する研究・開発にも従事。



#総合広告代理店出身 #アート×社会実装
BRAND DESIGN DIRECTOR
MINORI NISHIDA

東京藝術大学大学院修了。広告代理店を経てNSに参画。領域の辺縁を偵察しながら、見えないものの輪郭を探り、言語化し難いもの・ことと丁寧に向き合う感性とプロセスを大切にす。



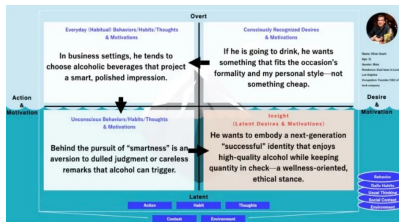
#外資系広告代理店出身 #クリエイティブ×問題解決
CREATIVE DIRECTOR
KAZUMA FUSHIMI

外資系広告代理店を経てNSに参画。飲料/食品/車/エンタメなど多業種のブランディングやコミュニケーション開発を担当。マス広告からデジタル/アクティベーション/PR、PKGまで統合的なCR開発を得意とする。国内外の受賞歴。

東京大学との共同研究と実践知を統合した、意味をデザインするためのサイエンス

学会・論文発表

デザイン思考、意味のイノベーション、インサイト発見、AI領域の研究成果や査読論文を国際会議で発表



共同研究・社会連携講座

東京大学、三菱電機、NEW STANDARDによる
意味中心のデザインエンジニアリング講座



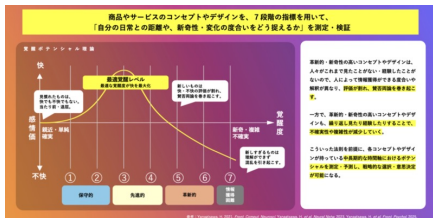
教育・非常勤講師

東京大学の学部・修士向けに「意味中心設計」
に関する講演や講義を担当



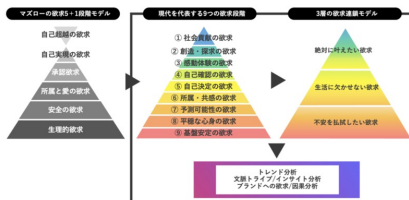
メソッド・サービス開発

東京大学大学院工学系研究科「柳澤秀吉研究室」との
共同研究と実践知を統合した
「意味中心設計」を実現する各種メソッドやサービス



トレンド・生活者調査

現代人が有する9つの欲求段階や、
MZα世代に関するインサイト&トレンドなどの生活者調査



シンクタンク・情報発信

「MZα世代の新しい基準や価値観」や
「意味中心設計」に関する最新レポート等の情報発信

NEW STANDARD THINK TANK



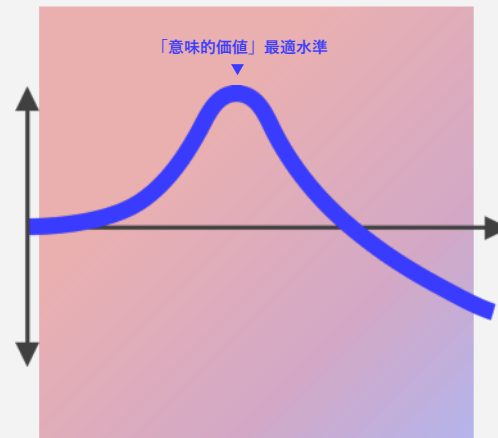
各種レポートのダウンロードはこちらから

MEANING DESIGN

意味を開発する



意味を評価する



Reference

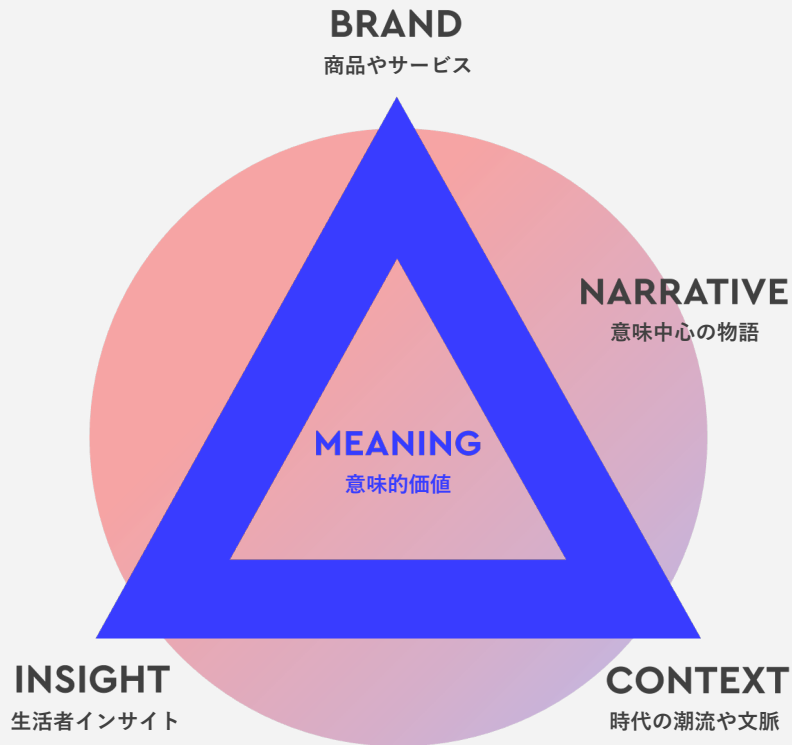
Kushi, S., & Yanagisawa, H. (2024). Innovation of meaning: design-driven study based on the interpretive theory of new meaning. Proceedings of the Design Society, 4, 35-44.
Kushi, S., Nakaji, K., & Yanagisawa, H. (2024). MEANING GENERATION THEORY: A BAYESIAN APPROACH TO SIGN × CONTEXT = MEANING. In DS 136: Proceedings of the Asia Design and Innovation Conference (ADIC) 2024 (pp. 019-027).
KUSHI, S., SASA, K., & YANAGISAWA, H. (2026). Human-centered Insight Discovery Method: Meta-Perspective Structure and Insight Discovery Map Show Promising Advantages Over Laddering in Expert Evaluation. International Journal of Affective Engineering, IJAE-D.
Yanagisawa, H. (2021). Free-energy model of emotion potential: Modeling arousal potential as information content induced by complexity and novelty. Frontiers in computational neuroscience, 15, 698252.
Yanagisawa, H. (2026). Reframing Value as Inference: The Triadic Value Model for Meaning-centered Design. International Journal of Affective Engineering, IJAE-D.

MEANING DESIGN TRIANGLE

「意思を生む意味」を、
専門家とAIがアジャイルに開発する

私たちは、時代の文脈と
生活者のインサイトを手がかりに、
モノやコトの捉え方を変えることで、
意味的価値をデザインします。

そうすることで、
生活者の意思に変化をもたらし、
企業や社会の意志ある変革を実現していきます。



MEANING DESIGN EVALUATION

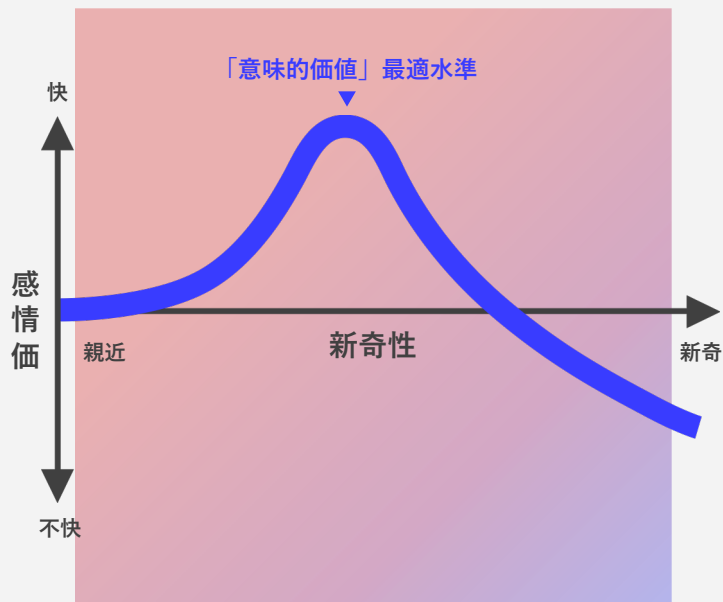
「意思を生む意味」を、 定性・定量調査で評価する

意味的価値とは、モノやコトに対する人の認識が新しい文脈によって更新され、その解釈が、人が本質的に大切にしている価値観や潜在的な欲求・動機と結びつくことで生まれる価値です。

選ぶ理由、使う理由、行動する理由を生み出し、人の意思を変化させる意味的価値を学術的に裏付けられた手法で評価します。

「意味的価値」の最適水準を、新奇性・生活者の感情・価値・購入意向の評価を通じて分析

「先進的ではあるが、生活者に受け入れられる」バランスをデザイン



企業が向き合う課題に、意思を生む意味を。

皆さんのTEAMとして、意味中心設計を基盤に、新たな意味的価値を社会へ実装します。

インサイト起点の意味的価値で
新規事業やブランドを開発

DESIGN INNOVATION

感性設計学を応用した意味のイノベーションにより、新規事業・ブランド・商品の新しい価値を構想する事業です。意味的価値生成メソッド、インサイト発見メソッドやポテンシャル調査メソッドなど、クリエイティビティ溢れる専門家が研究知見を活用し、生活者にとって意味のある価値創造を支援します。



意思を生む意味で
組織開発や企業変革を推進

ORGANIZATION DEVELOPMENT

人材・組織開発と場づくりを通じて、企業変革を支援する事業です。意味中心のコーポレートアイデンティティ開発、デザイン思考や意味のイノベーション研修、主体性を高めるチームング支援に加え、レンタルスペースやキッチン・スナックカウンターなどの“共創の場”も活用しながら、組織の創造性と実践力を高めます。



インサイト起点の意味的価値で
CXやトータルプロモーションを設計

BRAND CX & MARKETING

N1インサイト×トレンド分析×意味的価値を有するクリエイティブにより、顧客体験設計からトータルプロモーションまでを一気通貫で担う事業です。ブランドが持つ独自性や機能価値を、意味的価値として生活者に届く文脈へ翻訳し、共感と行動を生むコミュニケーションを実装します。



意味中心設計と
生活者インサイト&トレンドの研究

NEW STANDARD THINK TANK

M・Z・α世代の価値観、欲求、トレンド、そして意味中心設計そのものを研究開発する事業です。レポートやデータベース、ホワイトペーパー、ウェビナーやフォーラムなどを通じて知を体系化し、企業の価値創造や社会実装につながる新たな視点と方法論を生み出します。



業界を代表するクライアントのリアルボイスと 広告、デザイン、スタートアップ、アカデミアなど様々な業界を代表するメディア出演事例

CLIENT VOICE

小林製薬株式会社

NEW STANDARDさんのインサイト分析のフレームワークと、ブランド開発の要であるデザインへの接続が非常に優れていました。



小林製薬株式会社
マーケティング本部
室 佳奈子さん

コクヨ株式会社

左脳の数字のやりとりだけではなく、デザインや遊び心など、右脳の側面も徹底的に一緒に作り込めたことが印象に残っています。



コクヨ株式会社
グローバルスタイショナリー事業本部
柴田 順子さん

アサヒビール株式会社

NEW STANDARD社のデプスインタビューは、顧客の潜在ニーズや提供すべき価値が発見できます！



アサヒビール株式会社
マーケティング本部 新ブランド開発部
渡邊 航太郎さん

日本たばこ産業株式会社

若年層中心の調査を行うのであれば、NEW STANDARDさんは超おすすめ。想定以上の費用対効果を得られると思います。



日本たばこ産業株式会社
たばこ事業本部 商品企画部
庵地 将太さん

※所属部署/役職名は当時のものです。

MEDIA

日経デザイン



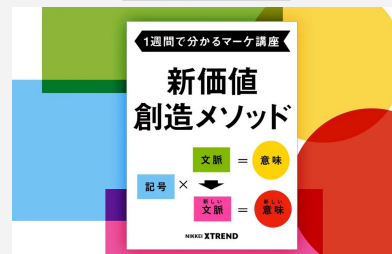
GLOBIS 学び放題



NewsPicks



日経クロストrend



『人が持つクリエイティビティと意味をデザインするためのサイエンス』

を推進し強化する取締役会・顧問チーム



代表取締役

久志 尚太郎

Shotaro Kushi

「この世界は、もっと広いはずだ」をパーパスに、創作・研究・経営を横断しながら活動。16歳で米国の高校を飛び級で卒業後、外資系IT企業を経て社会起業家に転身。2014年、TABI LABO（現NEW STANDARD）を創業。デザイン思考、意味のイノベーション、感性設計学を基盤に、生活者インサイトを起点としたコンテンツ、プロダクト、広告、事業、コーポレートアイデンティティの開発を手がける。近年は東京大学大学院工学系研究科・柳澤秀吉研究室にて、「意味中心設計」の研究・教育活動に従事し、意味的価値の創造と評価の方法を、実践と研究の両面から探究している。2026年4月より同大学院非常勤講師。経営学修士（MBA）。



取締役

安井 透

Toru Yasui

大学卒業後、複数のスタートアップ企業でシステム開発、データ分析、内部統制に従事。MBA取得後に独立し、2014年「TABI LABO」（現 NEW STANDARD 株式会社）創業メンバーとして参画。「Business Technology/Creative」領域の専門性とエンジニアリングを武器に、サービスデザインから全社の基幹システム開発まで、幅広い領域を担う。現在は、システム部門に加え、バックオフィスやHRを含めた横断組織を統括し、全社のDXを推進。



社外取締役

丸山 聡

Satoshi Maruyama

大学卒業後、証券会社でVC業務、上場企業の経営企画やIR、銀行系VCでM&A仲介、ベンチャー企業でIPO責任者を経験しつつ、起業も経験。その後、(株)ネットエイジグループ（ユナイテッド(株)）に入社、社長室長を経てVC投資を担当し、ベンチャーユナイテッド(株)取締役を務める。2018年からは上場企業の社外取締役やVC/CVC支援などに活動の幅を広げ、2021年12月にStarshotPartnersを設立、独立系VCとして活動している。JVA2017ベンチャーキャピタリスト奨励賞 受賞。



非常勤監査役

松田正典

Masanori Matsuda

太田昭宏監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）での会計監査業務を皮切りにキャリアをスタート。電子決済支援事業を手掛けるスタートアップ企業（現GMOペイメントゲートウェイ株式会社）の母体の1社の底上げにCFOとして参画。株式会社日本総合研究所及び株式会社インスパイアの2社で経営コンサルティングに従事した後、スタートアップ支援とファンド運営を手掛けるアーキタイプ株式会社の設立に参画。同社の投資先を含む複数のスタートアップ企業の役員やグロービス経営大学院大学教授も歴任。2019年8月より現職。

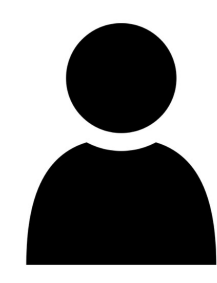


顧問/共同研究者/博士(工学)

柳澤 秀吉

Hideyoshi Yanagisawa

東京大学大学院工学系研究科教授。専門は、感性設計学、デザイン学、設計工学、計算論的神経科学。自由エネルギー原理を起点とした感性の数学的原理の解明とデザインへの応用の研究に従事。日本感性工学学会副会長、日本デザイン学会理事、日本設計工学会理事。感性工学分野の国際誌International Journal of Affective Engineeringの編集委員長のほか、デザイン、機械工学、ニューロサイエンス分野の編集委員を務める。パリ国立高等工芸院客員教授、UCLA客員研究員などを歴任。ASME, IEEE, ACM, The Design Society会員。



クリエイティブ・アドバイザー

NI

グローバル広告クリエイティブの第一線で20年以上のキャリアを持つクリエイティブディレクター/コピーライター。日英バイリンガルの言語感覚をベースに、映像、グラフィック、デジタル、プロダクト開発まで領域を横断するアイデア設計を得意とする。CANNES LIONS、One Show、D&AD、Spikes Asiaをはじめとする国際広告賞での受賞多数。2026年よりNEW STANDARDのクリエイティブアドバイザーに就任し、クリエイティブ強化・新規事業開発・クリエイティブチームの進化を支える。

NEW STANDARD

THE MEANING DESIGN COMPANY

NEW STANDARDは、

「新しい意味」を創造し、世界の捉え方を広げる、
ミーニング・デザインカンパニーです。

私たちは、時代の文脈と生活者のインサイトを手がかりに、
モノやコトの捉え方を変えることで、意味的価値をデザインします。
そうすることで、生活者の意思に変化をもたらし、
企業や社会の意志ある変革を実現していきます。

会社名 : NEW STANDARD株式会社

代表取締役 : 久志 尚太郎

取締役 : 安井 透

社外取締役 : 丸山 聡

住所 : 東京都世田谷区池尻2丁目31-24 信田ビル3F

従業員数 : 50名 (2026年4月時点、インターン含む)

資本金 : 1億円

設立 : 2014年5月16日

顧問弁護士 : 森・濱田松本法律事務所

加盟団体 : 日本感性工学会 賛助会員、日本デザイン学会 賛助会員

当社は国内外の、大手広告代理店・コンサルティングファーム・エンターテインメント企業・
メディア企業・大学・大学院などと業務資本提携を結ぶスタートアップです。

主要投資家



JAFCO



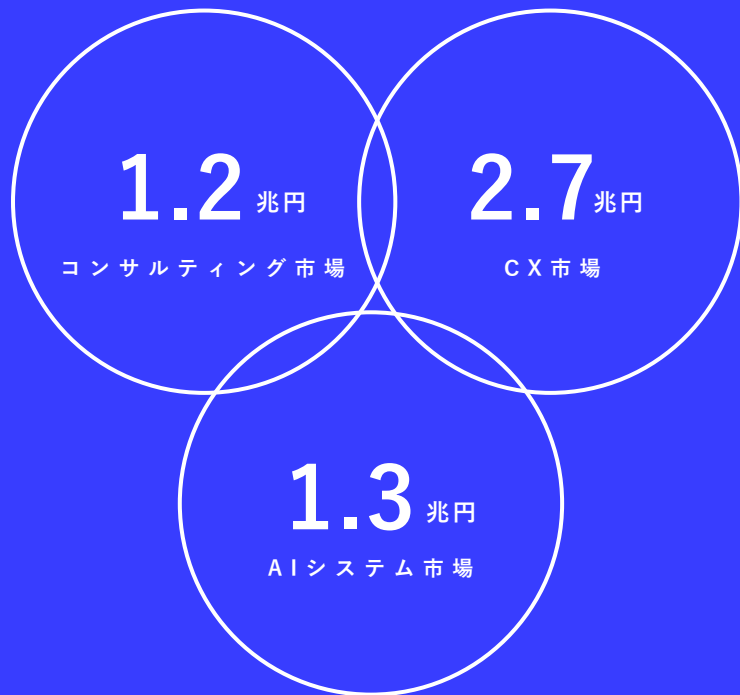
TOPPAN

Sony
Innovation
Fund

パートナー 企業様一覧

業務提携/共同商材/共同研究

株式会社電通、電通ジャパンネットワーク、株式会社電通デジタル、TOPPAN株式会社、
ソニーミュージックグループ、QO株式会社(マクロミルグループ)、GLOBIS学び放題、
東京大学大学院工学系研究科柳澤秀吉研究室、三菱電機株式会社 (順不同)



NEW STANDARDが取り組む 市場と競合

アクセンチュア、BCG、電通、博報堂等の
大手が競合の中、
NEW STANDARDが取り組む領域は、
今後も高いCAGRが期待できる成長領域。

多彩な専門家から生まれるクリエイティビティと、
意味をデザインするためのサイエンスは、
凝り固まったアプローチとプレイヤーに依存した
市場において競争力と独自の優位性を確立。

メディア事業からミーニング・デザインカンパニーに至るまでのNEW STANDARDの歩み

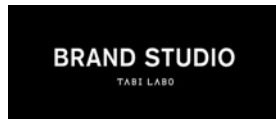
TABI LABO創業



TABI LABO

BRAND STUDIOを 設立

コンテンツ制作、横断的なトータル・
プロモーション・プランニングを
ワンストップで提供



業務拡大に伴い NEW STANDARDに 社名変更

デザイン思考やAIに関する
研究開発に本格参入

NEW STANDARD

東京大学 大学院工学系研究科 柳澤秀吉研究室と 共同研究開始

「感性設計学を応用した意味のイノベーション
理論の構築」に関する、共同研究



MZ世代の“インサイト起点”で
顧客体験をアジャイルに
創造するソリューション
「CDX」を提供開始



独自のインサイト発見メソッドを
用いたリサーチ・サービス
「インサイト・コンパス」
を提供開始



コンセプト・デザインを検証する
定性・定量調査サービス
「ポテンシャル・コンパス」
を提供開始

QO株式会社と業務提携しサービスを共同展開

2014

2017

2019

2020

2022

2023

2024

2025

2026

レンタルスペース 「BPM」をオープン



IDEOが参画するベンチャー
キャピタルD4Vから出資を受け、
デザイン思考を
全社にインストール



デザイン思考を用いた
D2C開発ソリューション
「BDX」を提供開始

2019年の電通グループとの業務
資本提携に関連したソリューション

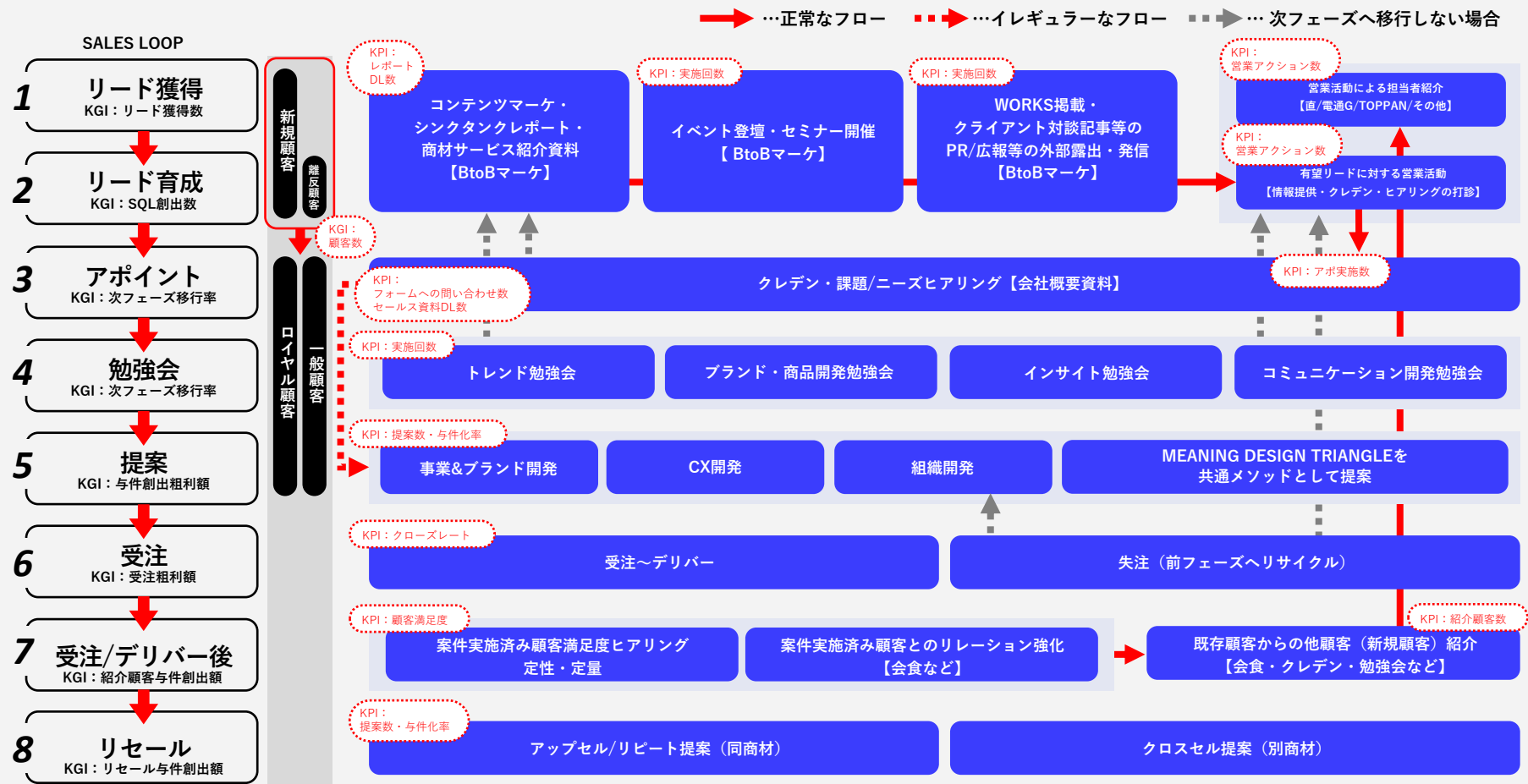


機械学習を用いた
AIキュレーション
ツール開発

MZ世代やトレンドの
調査や研究を行う
シンクタンクを
設立

コーポレートアイデンティティ
を刷新
「ミーニング・
デザインカンパニー」へ

東京大学/三菱電機/NEW
STANDARD 3社による
社会連携講座
「SVDE講座」開始



THANK YOU