

yado

Company Profile

2人のトップランナーがつくる
新しい住宅ブランド&ライフスタイルメディア「yado」。



建築家・起業家

谷
尻
誠



LIFE LABEL & Dolive
Director

林
哲
平

Introduction

代 表 紹 介

建築家・起業家

谷 尻 誠

「カンブリア宮殿」出演。

既成概念を壊す発想で、今最も注目される
若手建築家であり、起業家。

建築設計事務所「SUPPOSE DESIGN OFFICE」設立。国内外多数のインテリア・住宅・複合施設プロジェクトを手がける。穴吹デザイン専門学校特任講師、広島女学院大学客員教授、大阪芸術大学准教授。新しい考え方や関係性の発見をテーマに建築の可能性を提案し続けている。また、昨今は様々な事業を立ち上げる起業家としても活躍。「Nature Development DAICHI」の立ち上げや、「株式会社社外取締役」で様々なブランドのプロデュースやオンラインサロンの展開をしている。22年4月にテレビ東京系列の「カンブリア宮殿」にも出演。今最も注目される、若手建築家。



Introduction

代表紹介



「hotel keio」や「LINE オフィス」などを手がけ話題に。「食堂」「BIRD BATH & FISH」「CAMP.TECTS」など、法人も複数設立・経営。



テレビ東京系列の「カンブリア宮殿」や、日本テレビ系列の「世界一受けたい授業」への出演や、ライフスタイル誌の表紙も飾るなど、その生き方にメディアも注目。

建築家であり起業家。既成概念を打ちこわす独自の建築技術だけでなく、
経営術やライフスタイルも話題となり、メディアにも多数登場。その認知度は全国区に。

Introduction

代 表 紹 介

LIFE LABEL & Dolive

Director

林 哲平

独自のブランディング戦略と広告展開を強みに、
「LIFE LABEL」「Dolive」を、加盟店340社を超える
ネットワークに成長させたプロデューサー。

広告、出版系の企業にて、映画・ファッション業界をはじめ、さまざまな企業の広告・プロモーションに関わる。ベツダイ入社後は、グッドデザイン受賞住宅「ZERO-CUBE」のブランディングを進めながら、新築規格住宅のフランチャイズ『ライフレーベル』と、家をカジュアルに楽しむためのプラットフォーム『ドライブ』の2つのネットワーク事業の責任者として、両ブランドの広告・マーケティングを手掛ける。



Introduction

代表紹介

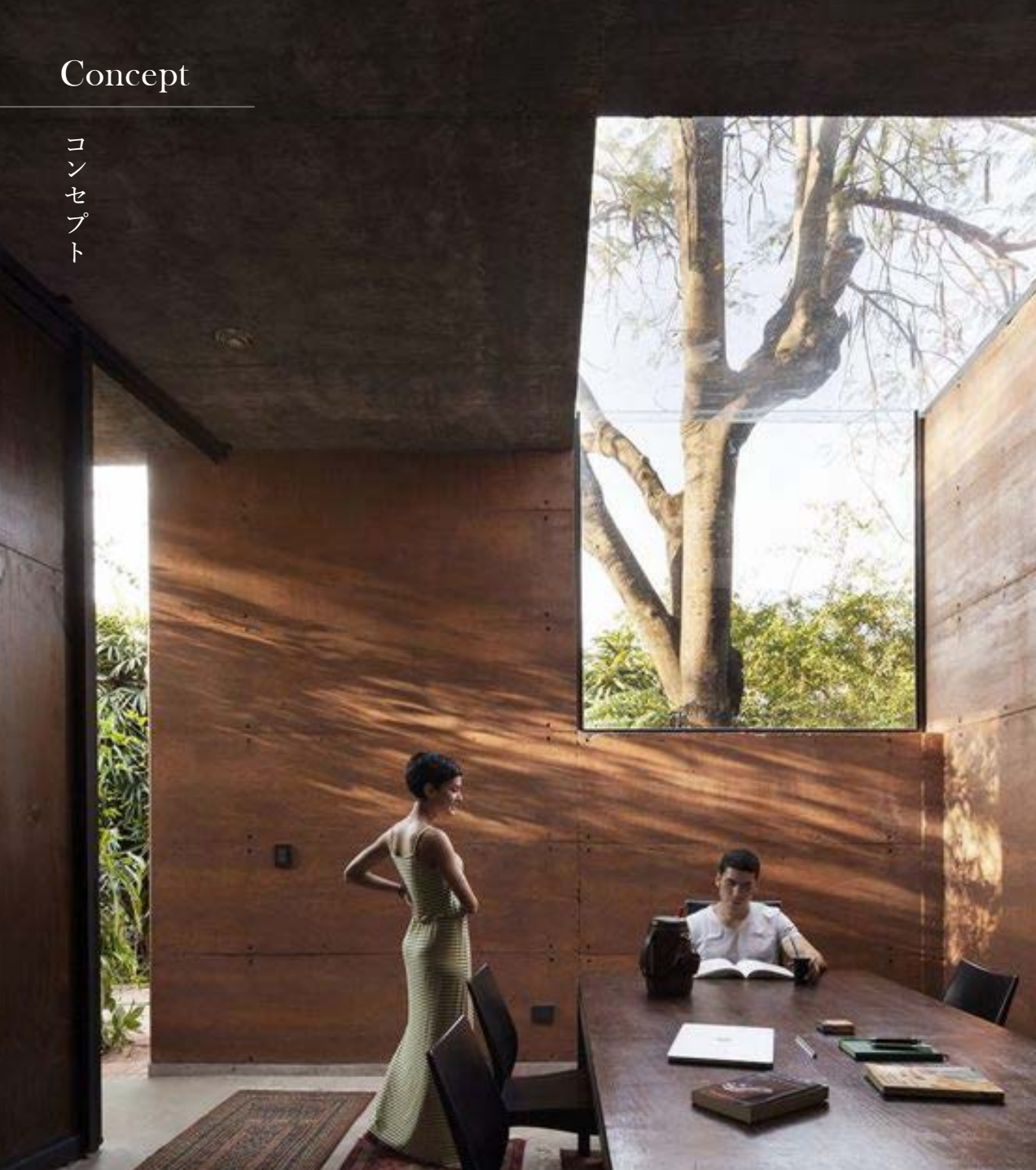


住宅ブランドとオウンドメディアを通じて、ユーザー目線の“住まい方”を提案。理想の暮らし方から選ぶ、住宅の新しいカタチが多くのユーザーに支持されています。

様々な分野で活躍するゲストを招き、人生の“New FUN”について考え語る、ラジオプログラムを運営。2020年10月からスタートし放送は100回を突破。50名を超えるゲストをお迎えしました。

二つの住宅ブランドは、加盟店340社を超えるネットワークに成長。

「繋がり」から生まれる新たな取り組みで、単なる住宅ではなく“ブランド”としてファンを獲得。



泊まるように暮らす。

旅に出ると、心がおどる。

たとえば、いつもは読まない本を読む。

たとえば、早起きをして散歩する。

そこにあるのは新鮮な高揚と

圧倒的なくつろぎの同居。

yadoは、旅先で誰もが感じたことのある

独特な時間と空間の心地よさを分解し

家というフォーマットに落とし込むことで

泊まるように暮らす日々を提案します。

和 × 洋のミクスチャーで届ける、新しい和洋折衷のカタチ

“和”をベースにしたデザインの中に、あえて“洋”の要素を掛け合わせ
yadoが考える“新しい和洋折衷のカタチ”を、提案していきます。



家のデザインにとどまらず、日々旅するような気持ちまで醸成

週末の旅行も、毎日の通勤も、この家を拠点に日々旅をしているかのような気持ちを醸成。

“単なる箱のデザイン”ではなく、“暮らし方のデザイン”までも担い、住む人の気持ちの変化を生むような住宅ブランドをめざします。



住宅デザインだけではなく、
メディアやセミナープログラムまで多角的に展開。

導入することで、デザイン力だけでなく、
PR力・設計力強化に繋がるソリューションを持った唯一の住宅ブランドへ。



HOUSE > デザイン力



MEDIA > PR 力



SEMINOR > 設計力

世界各地の宿のアイデアを取り入れた 規格住宅デザイン

“泊まるように暮らす”を実現できる住宅デザインを提案。

壁の色味を僅かに落とししたり、土間のような空間を加えたり、
コンセントの収まりを整えたり……。

旅先の心地よい体験要因を徹底的に分析し、
住宅のフォーマットに落とし込んだモデルを
毎年発表するほか、
日本各地の宿とのコラボ企画も展開予定。

yadoの5つの設計ルール

01_安易な「白」を選択しない。

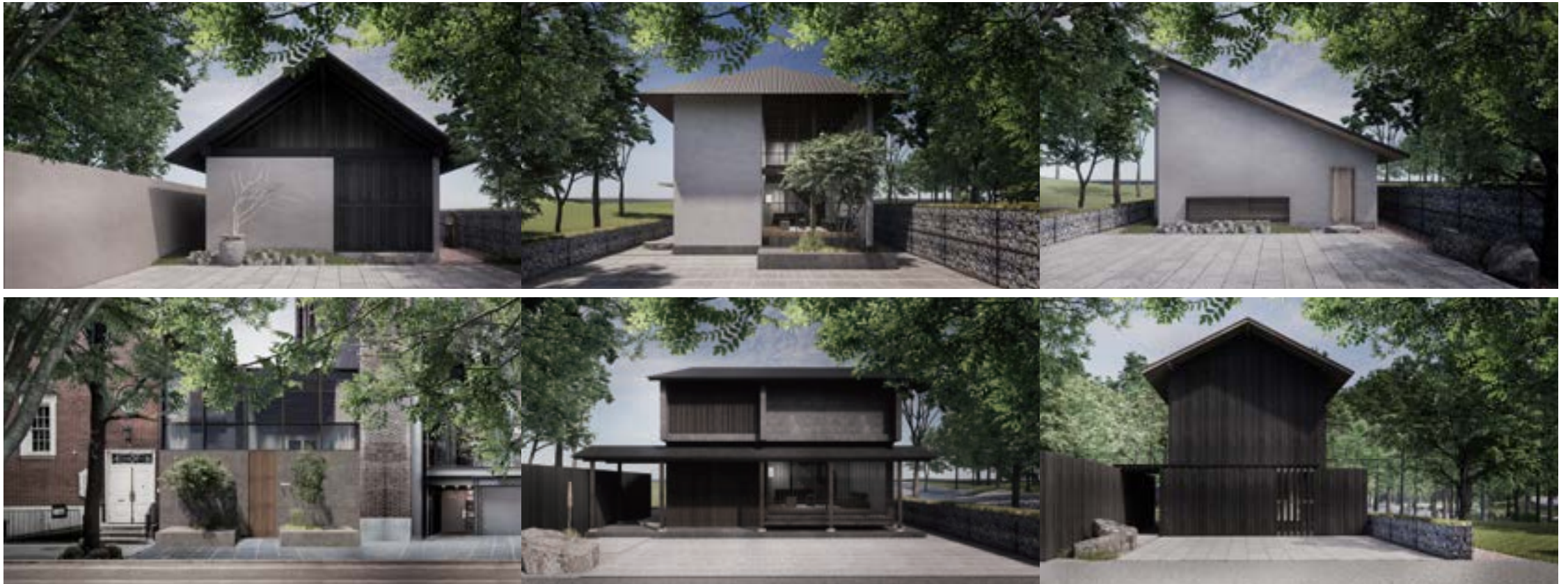
02_ ファミリークローゼットによる収納の集約。

03_生活感をほどよく抑える十分な収納。

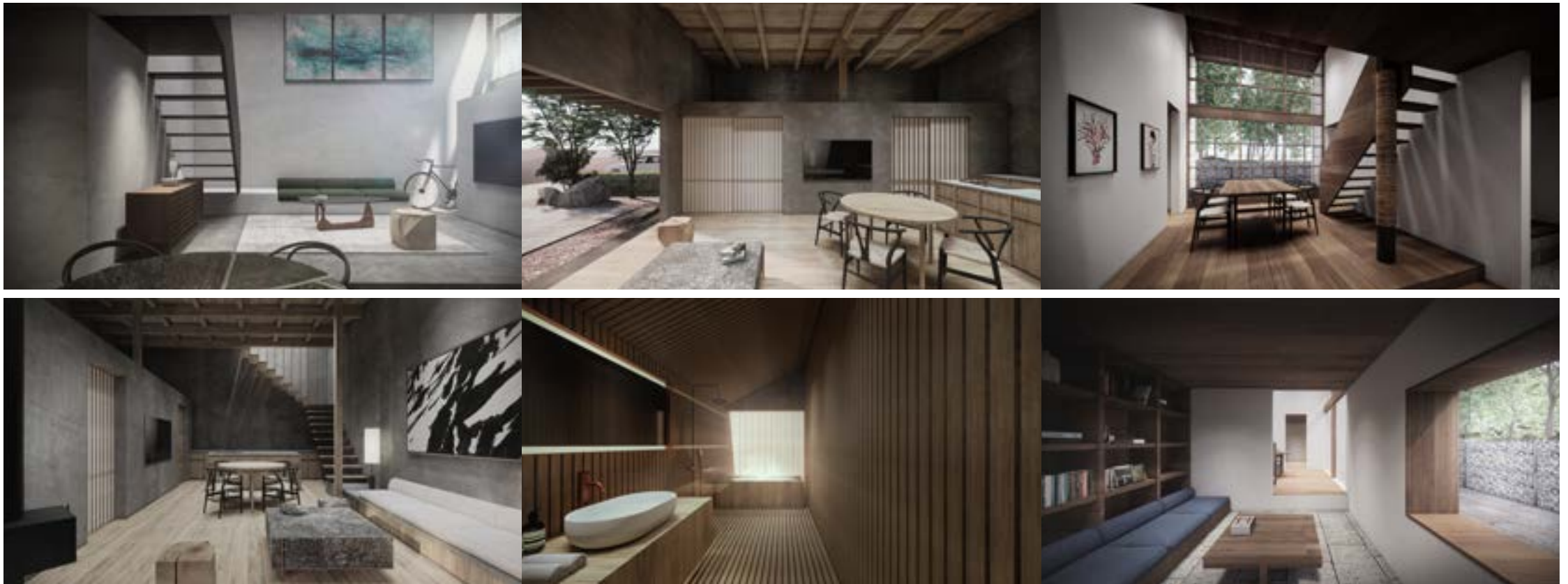
04_見えなくて良いものを見えなくする導線。

05_開放感のある風呂。
風を感じられる折戸と調光。

Facade design



Interior design



泊まるように暮らす、を体感できる
オプションプランやアメニティも続々リリース予定。



「サウナ」など、旅や宿泊施設を想起させるオプションプランも選択可能に。規格住宅でありながら、“家をカスタムする楽しさ”をつくっていきます。



「john masters organics」×「yado」のコラボで、オリジナルアメニティを制作予定。リリースと合わせたキャンペーンで、ブランド体験を届けます。

人気の宿泊施設とコラボした住宅デザインも展開予定。
多様なハウスインナップで“選ぶ楽しさ”をつくります。

MAKINA NAKIJIN



「泊まれる美術館」と呼ばれる
沖縄今帰仁村のプライベートヴィラ

御宿 竹林亭



3年連続「サウナシュラン」グランプリ受賞
“整う”を追求する自然とアートとサウナ

北海道ホテル



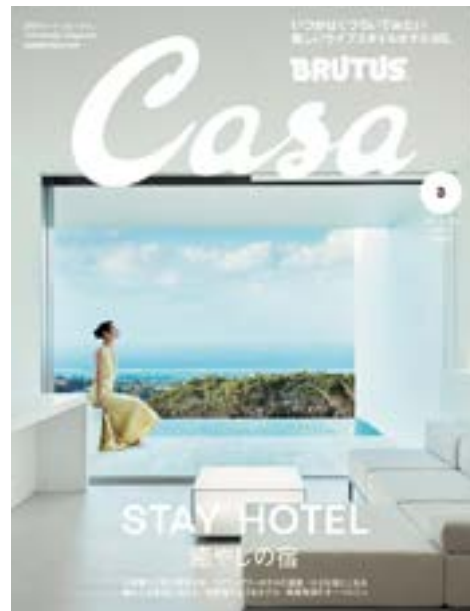
地元の建材を利用したくつろぎの空間
森のスパリゾート

泊まるように暮らすための“ヒント”を発信する、 オウンドメディアを展開。

日本全国の宿のコンセプトや、宿のストーリーをカタチづくるアイデアを、メディアを通じて発信。
更に、「旅」や「泊まるように暮らす」といったコンセプトに沿ったライフスタイルを送る著名人を取材することで、
ユーザーの共感と、“yadoが軸にある暮らし”のイメージを醸成します。

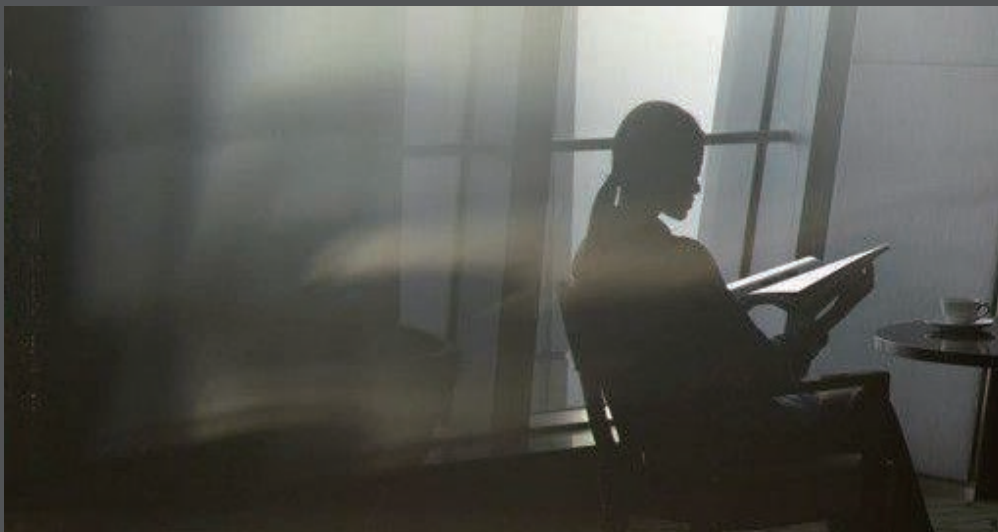


有名な雑誌やメディアとのコラボにより、ターゲット層に向けてリーチを獲得。
認知獲得及びブランド力を育みます。



「人はなぜ宿を求めるのか——？」

くつろぎ、高揚感、時間の流れが設計し尽くされた
“宿泊施設”からヒントを得ることで、住宅に新しい価値を。



コンセプトが細部まで宿り、人の感情までも設計する「宿」。なぜこれまでの住宅にはその要素が落とし込まれて来なかったのか。単なるハコの設計ではなく、暮らしの豊かさも設計したい。そんな思いからyadoは生まれました。



コロナ禍で生まれた「おこもりステイ」という新たな旅の価値観や「旅のサブサービス」も、今注目されるキーワードの一つ。日常の中に「宿」という要素を取り入れ、非日常を感じる価値観が広がっています。

日本の街並みを変えていきたい。
yadoを通じて、住宅の価値の再定義へ。

典型的なデザインばかりが並ぶ街並みではなく、
街自体から「日本の美しさ」を感じる街並みへ。

住宅を通して、“和”の価値の見直しや、
本当の意味での“ジャパン サステナブル”を
国内外に発信していけるプロジェクトになると考えています。

yado

2022年11月リリース