NEWS LETTER

2015 VOL.24

モノとコトを組み合わせ、文化創造の担い手に

DESIGNPHIL NEWS LETTER
デザインフィル　ニュースレター　第 24 号
発行日 ｜ 2015 年 08 月 24 日
企画・編集 ｜ クリエイティブセンター　マーケティンググループ
www.designphil.co.jp

株式会社デザインフィル
〒 150-0013 東京都渋谷区恵比寿 1-19-19 恵比寿ビジネスタワー 9F
TEL 03-5789-8058　FAX 03-5789-8470

表紙、P. 3 ___ 4　Photo：(株)クドウオリジナルフォト

DESIGNPHIL

NEWS LETTER

2015 VOL.24

モノとコトを組み合わせ、文化創造の担い手に

PRESIDENT MESSAGE

モノとコトを組み合わせ、文化創造の担い手に

代表取締役社長
会田一郎

“私たちは創意に富んだモノと経験の提供を通じて文化を創造する”

現在デザインフィルが事業展開に際して目指すビジョンです。ここでいう文化とは人のコミュニケーションを豊かにし、新しいライフスタイルの一部となるもの。「TRAVELER'S FACTORY」、「プチギフトマーケット」（「オリガミオリガミ」、「プチギフト」のためのラッピングアイテム、「ペーパークラフト　ミュージアム」で構成）など各種イベント、昨年オープンした「TOUCH ＆ FLOW」などすべてこのビジョンに基づいており、モノとコトを組み合わせ、文化創造の担い手となって行きたいという志を表しています。

絞り込み

デザインの解決領域と可能性は無限ですが、一方私たちに与えられた資源と時間は限られています。無数に提供される製品・サービスの中で、私たちが提供するモノがどうしたら継続的に選んでもらえるか？の答えとして私たちは改めて絞り込みを行うことを今期の戦略として実行します。

絞り込む対象は「製品」、「製品の特徴／強み」、「製品の持つメッセージと価値を発信できる売り場」です。質と価値の高いものという物差しを当てて製品を絞り込み、中途半端なモノは造らないという見切りをつけるのです。

また、「製品の特徴／強みを絞り込む」とは、そのモノの持つ最も顕著な特徴を訴求ポイントとして焦点を当て、さらにその特徴の強化を図るということです。

製品と経験を組み合わせ、文化創造につなげること。それが私たちの目指すところです。

深掘り

選択肢の数多くある中で、奥行きの浅い商品やサービスは長続きしません。時を超えて選ばれるモノとなるための私たちの施策、それが深掘りです。製品を絞り込み、点数が少なくなることで、社員ひとり一人の意識改革にもつながり、モノづくりのやりかたや営業方法などにも変化が生まれます。選ばれた製品をより深く理解することで強化される発信力、機能やデザインを徹底的に考え作り込んだ製品、一朝一夕には獲得できない知恵を積むこと。

「たかが○○、されど○○」という矜持をもって掘り下げれば感動を生むことができるのです。モノが果たす役割を出発点として、なぜその素材・加工・デザインなのか？を探求し、新規性に関しては決して奇を衒わず、本質に根ざしたシンプルさの中に答えを求めます。そのためには私たちは開発者としても、営業としても自ら製品を使い込み、ユーザーのベース欲求を理解していなければなりません。例えば、便箋が持つ「想いを伝える」という機能を出発点として、それぞれの想いに応じた形式（縦横、和洋、紙の質感、罫線、封筒）があります。そういう視点で見ると自分たちが手がけているものでさえ、まだ知らないことだらけで深掘りしなければ本物と呼べるモノをプロデュースすることができません。

そしてこれらのモノは、ただ店頭に並べて売るのではなく、モノがもたらす経験や感動をいかに伝えることができるかがとても重要なのです。

7月からスタートした今期、志を高く持ち、掘り下げたモノづくりとさまざまな経験の提供を進めてまいりたいと思います。

PRODUCTS & EXPERIENCES

～気持ちに寄り添う道具たち～

7月8日（水）～10日（金）に東京ビッグサイトで開催された
「ISOT（国際文具・紙製品展）2015」にデザインフィルブースを出展いたしました。
ISOTは、当社のモノづくりの姿勢を発信する場として位置づけ、
7月からスタートする新しい1年間の活動テーマを表現しています。

本年のテーマは「Products & Experiences ～気持ちに寄り添う道具たち～」。当社のプロダクトが使う人の「気持ち」を伝えたり残したりすることで、暮らしを豊かにしていく存在でありたいと願い、これらのプロダクトが暮らしの中で使われる姿までをイメージいただけるような展示を行いました。

また、本テーマに沿って、本年7月から12月に発売を予定している製品と既存製品の中から紙製品を中心とした主力アイテムと、企業様向けのコミュニケーションツールおよびサービスを、事例を交えてご紹介しました。ブースには大変多くのお客様がご来場くださり、当社のメッセージを受けとめていただけたようです。

ブースデザインは、毎年社内デザイナーによるチームが企画しています。テーマをどのようにビジュアル化するか、当社ならではのデザイン力、創造力をどのようにカタチにするか。試行錯誤を繰り返し完成したのが、天井からさまざまな「ことば」が降り注ぐ空間。プロダクトにふさわしいシーンで使われるメッセージ—例えば、ギフトカードなら「お誕生日おめでとう」— など象徴的な一言をフィーチャーし、コミュニケーションを視覚的に表現することができました。本年のテーマはもちろん、当社の企業姿勢である「デザインでコミュニケーションを豊かにする」を皆さまに体感していただく場となりました。

プロダクトが使われる「姿」
さまざまなメッセージとともに。

ブース内には紙製品を中心に28のプロダクトをメッセージと共に展示しました。
本年発売する新製品の中から6つのピックアップアイテムをご紹介します。

お久しぶりです

MD便箋、封筒

書き心地にこだわった「MD（ミドリダイアリー）用紙」の素材を活かした便箋と封筒。余白感のあるフォーマットと罫幅の広さ、日常使いできる枚数など「MD用紙」の魅力を楽しんでいただくための仕様を追求しました。（2015年10月発売予定）

卒業おめでとう

透明シール付き色紙

トレーシングペーパー素材の透明シールにメッセージを書いて貼る、シール付きの色紙。台紙に描かれた背景と淡い色味の透明シールが重なり、少ない人数でも華やかなデザインが完成します。
（2015年12月発売予定）

おみやげです

グラシンふくろ

日々のちょっとしたおすそわけやお返し、贈り物に最適な「プチギフトアイテム」から中身がうっすらと透けて見えるグラシン紙でできたふくろが登場します。（2015年9月発売）

写真を同封します

がさがさ入った レターセット

定形料金で送れる最大、最少サイズ、お給料袋のサイズなどの封筒 6 種類と便箋が入ったクラフト素材のレターセット。手紙を書いたり、写真やポストカード、チケットを入れたり。気軽に手紙をお楽しみいただけます。（2015年10月発売予定）

あたためて食べてね

シーソーマグネット

左右2つの磁石が角度の違う面に付いていて、貼付け面をワンタッチで変えられる便利なマグネット。鼻で書類を留めるゾウ、クチバシで留めるトリなどかわいい動物モチーフです。（2015年9月発売）

楽しかったね

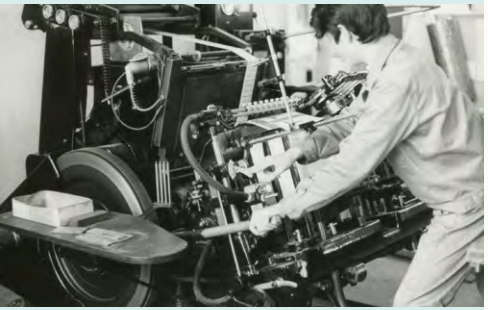
OEM製品紹介展示

水族館の「生き物」をテーマにした企業様オリジナル製品をご紹介しました。水族館に遊びに行った記念やお土産に。多くの方に人気のアイテムです。

今回ご紹介したもの以外にも、“気持ちに寄り添う”たくさんのアイテムが登場しました。
＊ISOT2015 特集は www.designphil.co.jp/isot/2015.html でご覧いただけます。

流山工場建設(1964年)

モノづくりが大好きだった当時の社長(現相談役)のこだわりが細部に。今でも現役のドイツ製箔押し機や製造に対する姿勢など、品質の良いモノを作るこだわりがたっぷり詰まっています。社員の働き方にもこだわりが。女性も重い荷物を運べるような車がないとダメ、ということで採用されたのがピンク色の「ピッキングカー」。当時から女性の働きやすい環境を提供していました。



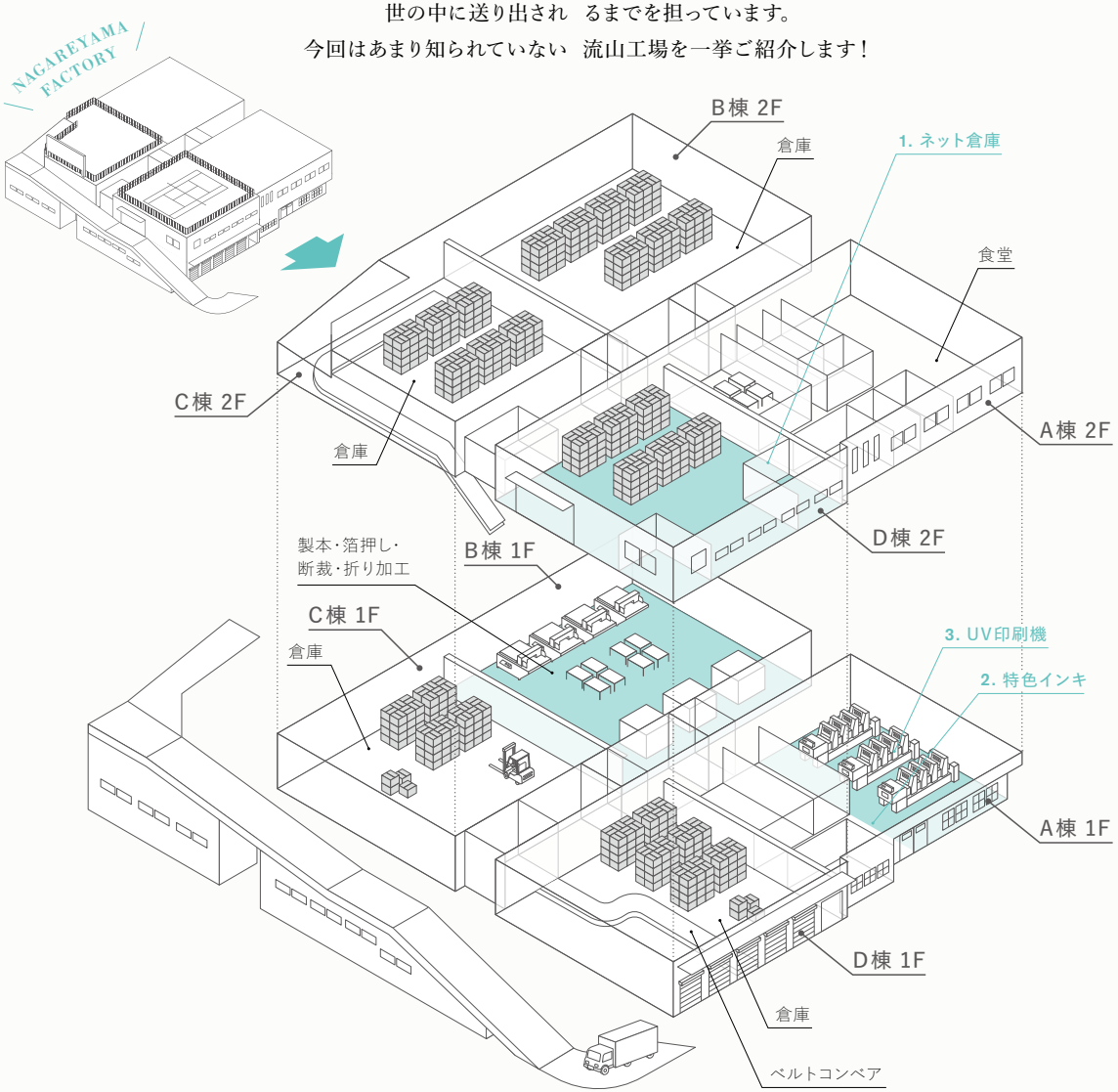
市場がないのなら自分たちで作ればいい

デザインフィルのモノづくりへのこだわりはスゴイ！ 開発担当者や工場スタッフはもちろんですが、社員ひとり一人に刷り込まれています。それは会社設立当時から脈々と受け継がれてきた魂みたいなもの。市場がないのなら自分たちで作ってしまおう、という気概を持った開発。乗り越えられないかもしれないような困難も楽しんでしまう社風。これも工場という技術力があり、企画から製造まで一気通貫でできるからこそ。当社の強みはココにあります。

モノづくりはこ こから始まる。

デザインフィル流山工場大解剖！

1964年、広大な田畑が広がる千葉県流山市に流山工場を建設。建設当時から常に新しいモノ作りへのチャレンジを続け、デザインフィルならではのプロダクトを生み出してきました。印刷から製本加工を経て、さらに検品、出荷と、モノが作られてから世の中に送り出されるまでを担っています。今回はあまり知られていない流山工場を一挙ご紹介します！

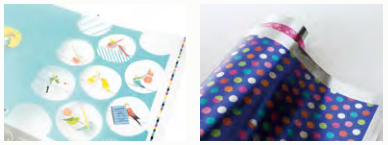


1. ネット倉庫

ミドリオンラインストア、ノックスオンラインショップの出荷もこちらから。注文が入ったら、一点一点ピッキングを行い、製品の状態を確認してから発送します。

2. 特色インキ

製品によってはオリジナルの特色インキを使用しています。微妙な色合いを出すことで製品そのもののデザイン性を高めます。



3. UV印刷機

瞬時に乾燥できる印刷機。この印刷機では、「イノベーター」のカレンダーや「3ポケットクリアホルダー」などのPP印刷、メタリック素材への印刷も行っています。

バーチャル工場ツアー『スパイラルリングノート』ができるまで。

全ページにカンガルーのおなかみたいなポケットが付いている『スパイラルリングノート』（南国カンガルー柄）。このノートが生まれたのは、折り機やリング綴じなど、流山工場の技術があったからこそ。工程のほとんどは品質を維持するため人の手を介して行われます。こんなことも手作業なの?!と驚くことばかりです。

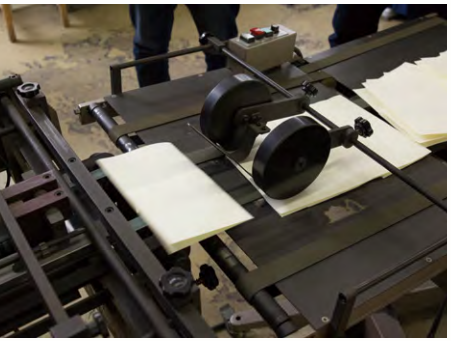
1 断裁

最初にノートに使う大判の紙を断裁します。用紙の大きさに合わせ極力無駄のないサイズ取りをします。振動で端を揃え、断裁機に入れてカット。紙は当社オリジナルの「MD用紙（クリーム）」を贅沢に使用！
※「MD用紙」＝ミドリダイアリー用紙

こだわりポイント
直角を出すこと。正確な断裁がすべての製品の仕上がりを左右すると思っています。

製本課 染谷

2 折り機



こだわりポイント
機械のメンテナンス。折ずれを出さないように作業中は機械から目を離しません！

製本課
石川

断裁された紙を折り機に入れてポケット部分を作ります。この機械は二つ折りから数種類の折り方まで対応し、手帳や日記の製造に使用していました。この「折り」の機能を使って面白い製品が作れないか、ということで生まれたのが全ページポケットの「南国カンガルー柄」。

3 リング穴あけ

折られた紙に足踏み式の穴あけ機で丁寧に穴をあけていきます。ここは数人のスタッフが手作業で。

こだわりポイント
手が記憶している今までの経験。紙の厚さを考え穴あけの枚数を決めます。正確さと速さが求められます。

製本課 吉川

4 表紙空押し

表紙にロゴやカンガルーの刻印を1枚ずつ押していきます。

こだわりポイント
正確さと素早さのポイントは指サックです。表紙を1枚ずつ丁寧に機械にセット。空押しがずれないように細心の注意を払います。

製本課 入野

5 表紙を折る

空押しした表紙を機械で二つ折りから穴あけまで一気に行います。機械で行いますがズレが生じないよう厳しく目を光らせます。

製本課　三浦

こだわりポイント
大音響にもめげず1時間に2000枚流れてくる表紙を目視でチェックします。ポイントは耳栓と目薬でしょうか？笑

6 リング綴じ

多くの方が機械で通していると思われているリング。実はリング職人たちが1冊ずつ丁寧に金属製のワイヤーで作られたリングを通しているのです。手作業でしかできない微妙な調整を行うため、最も技術力を要します。

こだわりポイント
リング綴じの重要ポイントは2つ。一つ目はノートにあいている穴のピッチと同じ幅にリングを伸ばすこと！（手で伸ばします）二つ目はリングを通した後、上下のリングを上手に曲げること。リングの曲げ方ひとつで使いやすさが違うのです。私の絶妙な曲げ方は日本一、いや世界一でしょう！

製本課
渡辺

7 完成！

最後に帯を巻いて完成です。

8 出荷

厳しい品質チェックを経て、各店舗に出荷します。工場内にある倉庫には製品が整然と並べられています。前述のピッキングカーで製品を集め、ミスがないかのチェックを行い、梱包します。そして、いよいよ作り手の想いと一緒に皆さまのお手元に運ばれていきます。

柿沼肇 工場長

当社では開発担当者が新しい製品を企画するとき、工場の機械を使って何ができるかを考えます。例えば、『スパイラルリングノート』（南国カンガルー柄）は、工場に折り機があったからこそ生まれた製品。本社スタッフとお互いのアイデアを出し合い機械の前で何時間も試作を繰り返し現在の形に仕上げていきました。
時には開発者から無理難題を言われることも。でも、出来ないとは言いたくない。工場スタッフ一丸となって取組み、困難を乗り越え、予想以上のモノを作り上げることができたときの喜びはひとしおです。大規模な工場と違い、固定概念にとらわれず自由な発想ができるのが強みですね。

ページをめくるのが楽しくなる！
全ページ描きおろしデザインの『ポケットダイアリー』

「ミドリ」の『ポケットダイアリー』は全ページデザインが違うのをご存じですか。

世の中で発売されているダイアリーのほとんどは、表紙カバーのデザイン違いで、中身の日付ノートは共通のものが使われていますが、『ポケットダイアリー』はデザイナーが1ページ1ページ異なるデザインやイラストを作っている、とても手をかけた手帳。毎年指名買いされるお客様が多いのも特徴です。

今回は、担当デザイナーにこだわりのポイントをインタビュー。人気の秘密を探ります。

ポケットダイアリーのはじまり

「表紙を変えただけでは他社と差別化できない。毎日/毎月違うデザインや写真がたくさん入った手帳があったら楽しいのに」。ある営業マンからの投げかけからスタートしました。「日付品＝日玉が全部違うんだから、デザインを入れても印刷や製本の手間は変わらない、これは強みになるぞ。よし！やろう」。当時販売していた手帳に行き詰まりを感じていたこともあり、すぐに開発に着手。今や20年以上のロングセラーアイテムとなりました。たくさんのデザインを描かなくてはいけないデザイナーにはツライ？ 仕事ではありますが、お客様の喜ぶ顔を励みに頑張っています。

カントリータイム花柄　鵜川まどか　イラストレーター 黒岩多貴子さん

1. フラワーアレンジメントや季節が変わるごとに、お花屋さんの店先や野の花を見て「来年はこのお花を入れよう」と考えています。ピックアップしたお花を黒岩さんに描きおこしていただきます。

4. 文字が書きづらくないように絵柄の入り方や濃さについても工夫をしています。あとは原画の良さを活かすこと。綺麗な色合いに見とれてしまう原画の感動をユーザーの方々にもお届けできるよう、なるべく印刷で再現することを心がけています。

POINT

日付欄には誕生花と花言葉を添えています。

のりもの柄　浅岡美香

3. 登場する人たちを「小人」と呼ぶ人が多いのですが小人ではありません。彼らには性別がなく、すごくたくさんいます。何人いるのかわかりません。スポーツ万能で、どんなのりものも乗りこなせる、怖いもの知らず。そして、いつも笑っていて楽しそうで…。そんな彼らの「のりもの」に乗る楽しそうな姿に、使う方が笑顔になってくれれば嬉しいなと思っています。

4. 1998年からずっと手書きのイラストにこだわっています。手帳は小さいので、細かい所まで楽しんでいただけるように、細い製図ペンで描いたイラストにコピックという画材で色を付けています。

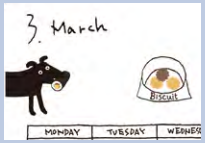
POINT

時には干支（2016年は申）も登場！
彼らの表情も微妙に違うので注目です。

黒いイヌ柄　高橋貴根

2. 毎月毎月エサが変わるのですが、できるだけ旬を意識し、食べ物だけで季節感がでるようにしています。野菜、果物、魚などの素材から、スイーツやごちそうまで、さまざまな種類が入れ替わり登場するようにしています。

3. いつも同じ顔をしているイヌですが、年始はイヌが干支の仮装をしたり、エサの種類によって表情が変わる月があります。お客様のアドバイスから、犬が苦手なネギは避けるようにしています。



POINT

前月のエサをくわえたり、耳に付けたりして翌月に登場する仕掛けが！

デザイナーへの質問

1. 毎年どのようにテーマを考えていますか？
2. 各柄の工夫している点、ここがポイント！というところは？
3. 思わずにやりとする仕掛けはありますか？ 隠れキャラが登場など。
4. 同じシリーズを長く使ってくださる方が多い中、飽きさせないコツは？ どんなこだわりをもって毎年作っていますか？

ミドリ

「手紙の書き方」ホームページリニューアル

手紙の基本知識やマナーがさらに充実！

コミュニケーションの手段として、メールやSNSが一般的になっている一方で、デジタル時代だからこそ、ひと手間かけて丁寧に気持ちを伝える手書きの手紙の良さが見直されています。ビジネスシーンでも好感度や信頼度を高める効果があるなど、人と人とのお付き合いを円滑にするアイテムとして大切な役割を担っています。

今春、手紙の疑問を解決するサイトとしてさらに使いやすくなりました。

手紙初心者の方に手紙の書き方を分かりやすく解説する「手紙の基本」、仕事上のお付き合いに役立つビジネスシーンの手紙の書き方を、ビジネスマナーも交えて解説する「ビジネスの手紙」、手紙を書くときの悩みや迷いにお答えする「FAQ(よくあるご質問)」を新たに追加。便箋の使い方や宛名の書き方からシーンに応じた文例まで、幅広いコンテンツを揃えています。

「手紙の書き方」ホームページ

www.midori-japan.co.jp/letter/

きちんとした手紙を書くためのサポート機能が満載です。

手紙の楽しさを感じて、もっと気軽に手紙を書いていただけるよう、手紙にまつわるさまざまな情報や、ビジネスシーンで使える手紙、友人、知人への気軽な手紙まで、バリエーション豊かなコンテンツをご紹介しています。

プライベートシーンの手紙や、書き慣れている方向けの楽しみ方を、一般社団法人手紙文化振興協会 代表理事 むらかみかずこさんに、手紙のマナーやビジネスシーンにおける文例は、一般社団法人日本プロトコール・マナー協会 理事長 船田三和子さんに監修をお願いしています。

2016年度版『MDカレンダー』名入れ取扱い開始

書くことにこだわる人のためのダイアリーとして人気の高い『MDダイアリー』と同じフォーマットのカレンダーが新登場。ひも1本のシンプルなデザイン、卓上カレンダーながら、パタンとたたんでフラットにして書けるのが魅力です。台紙には名入れスペースを設けています。素材のよさを存分に感じていただける、当社オリジナル「MD(ミドリダイアリー)用紙」を使用しています。ノベルティにおすすめのアイテムです。

“Moleskine®”の日本市場におけるB2B正規パートナーとして法人企業様向けビジネスを開始

企業様向けプロモーショングッズ、OEMの企画・製作を担当するコマーシャルデザイン事業部は、B2B正規パートナーとして、“Moleskine®”のカスタマイズ商品の取り扱いを開始しました。ステーショナリーメーカーとして65年の歴史を持つ当社のノウハウ、技術を活かし、プロモーション活動に役立つご提案を行ってまいります。

『MDカレンダー』名入れおよび“Moleskine®”の取扱いに関する詳細は、
企業様向けサイト(www.designphil.co.jp/biz/)をご覧ください。

編集後記

リニューアル第2号はいかがでしたでしょうか。
最近、デジタル認知症の記事を目にしました。記事によると予防するには日記や手紙を書くことが効果的だそうです。今号でもお知らせした「手紙の書き方」ホームページでは、ビジネスシーンでの個人のお手紙(お礼やお詫びなど)のマナーや文例が盛りだくさん。ビジネスパーソンとしてのスキルアップ、そして脳の活性化にも、ぜひお手紙を書いてみてはいかがですか。(編集長M.N)