

NEWS LETTER

2016 VOL.25

ブランドを創る

DESIGNPHIL NEWS LETTER

デザインフィル ニュースレター 第25号

発行日 | 2016年1月29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

TEL 03-5789-8058 FAX 03-5789-8470

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

www.designphil.co.jp



ブランドを創る



代表取締役社長
会田 一郎

飽和する市場でモノが売れるためには、他のモノでは代替できない何かを備えている必要があり、ブランドはその一つです。

この数年「トラベラーズノート」、「KNOX」、「MDプロダクト」などブランドの育成に努めてきました。投入した時間と汗に比例するかという結論は少し先になると思いますが、「トラベラーズノート」や「MDプロダクト」のように海外での認知度も高まってきたものもあります。デザインフィルは「モノと経験の提供を通じて文化を創造する」というビジョンを探求しています。経験とはその製品の使い方や生活の有り様を指します。モノは経験を生み出し、やがて文化になるというブランドの成長の過程を表してもいます。

ブランドが生まれるためには環境が重要です。ブランドはその発祥にあたって大勢の人が創り上げるものではなく、個人、あるいはごく限られた集団によってコンセプトが固められていくものだと思います。大勢のコンセンサスではブランドの中心に流れる個性の尖った部分が削られてしまうからです。

もちろん、一度確立したブランドを育成または維持していくには実に多くの人が関わりますが、その発祥については、個人の発想をインキュベートする自由で寛容な事業環境が必要です。発想を尊重して任せる範囲を峻別することがとても大切だと思います。

ブランドが時を超えて存続するためには、幾度も訪れる存続の危機を乗り越えなければなりません。危機にはいろいろありますが、まずは当事者の熱意が続くことがすべての前提になります。事業を立ち上げるのに苦労は付きもので、製品制作の壁、先行投資の壁など障害はいくつも出てきます。経営に求められることは、これらをクリアにし、開発に専念できる環境整備を行うことです。さらなる障害は、発売した製品が売れなくて招かれることだけでなく、意図しない売れ方により、方向性と異なるイメージが拡散してしまうことからもたらされます。

ブランドを創ることは、単に数字だけでなく、イメージや展開の目標設定が大変重要です。特徴やブランドの物語・意味を的確に伝える「マーケティング」が欠かせない要素となりますので、発信するための術に対して先行投資を続けています。製品のデザインやパッケージはもちろんですが、私たちはウェブやイベントで発信情報が立体的になるよう注力しています。

そして、忘れてはならないことは「製品の深掘り」です。そのブランドたらしめている製品の特徴を探求し続けること無しには、いかなるブランドも長続きしません。デザインの会社であり製造業である私たちは、モノ創りに創造性を発揮してこそ存在価値があります。

さらに、ブランドが財産であれば「知財として管理する」。財布を外に置いておくような無防備な状態で市場を渡り歩くことは大変危険です。ブランドを扱う会社であれば知財管理に力を入れるのは当然で、我が社でも戦略強化分野です。今日知財の侵害は国内に限らないため、日本での発売時＝世界での発売日と捉え、最初からグローバル市場を念頭に置いて対応を行わなければなりません。我が社でも知財管理に重きを置き、相応のコストを覚悟して強化に努めています。

これからも、ブランドの厚みを増すモノ創りを心がけてまいりたいと思います。

knoxbrain 30th

2015年、“knoxbrain”は
ブランド設立30周年を迎えました。

バッグブランド「KNOX」から生まれた
“knoxbrain”(ノックスブレイン)は30年に渡り
システム手帳やIDケースなど、ビジネスシーンで活躍する
数々のプロダクトを生み出してきました。

「ノックスブレイン」とはどんなブランドですか？

1985年に“KNOX”のステーションナリーブランドとして誕生。日本製としてはじめてのバイブルサイズのシステム手帳をリフィルまで含めてトータルで発表し、システム手帳ブームの中で人気を高めました。常に時代の変化に合わせた、ビジネスパーソンのための新しいステーションナリーを提案しています。

ロゴマークの「獺(バク)」にはどんな意味があるのでしょうか？ 

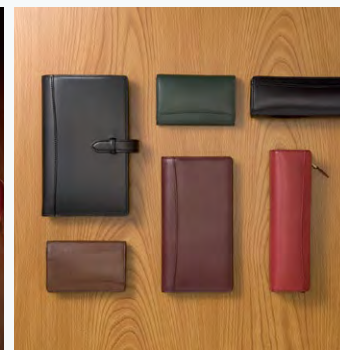
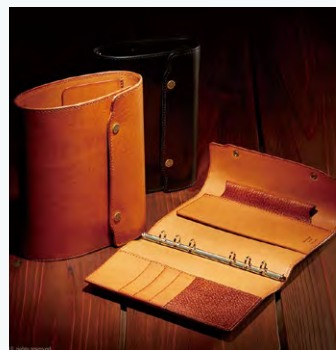
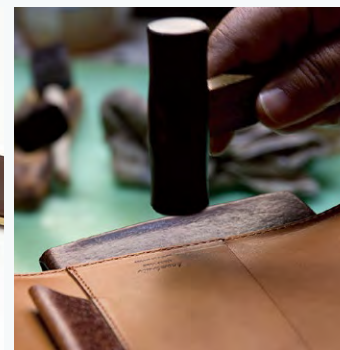
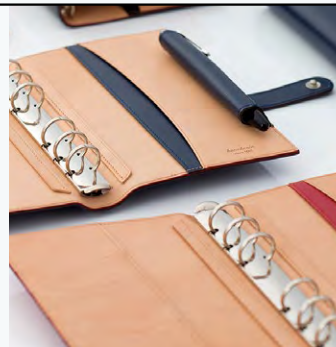
「ノックスブレイン」のコンセプトは「The Dream Porter」。どんな時も自分スタイルで管理する21世紀のビジネスチャレンジャーのためのプロダクトです。獺は「悪い夢(ネガティブな心)を食べて、良い夢(ポジティブな心)を運ぶ」と言われています。夢に向かって邁進するビジネスパーソンをの夢を運ぶパートナーでありたい、そんな想いが込められたロゴマークです。

「ノックスブレイン」ならではの特徴はありますか？

1990年から展開している「ナローサイズ」は「ノックスブレイン」のオリジナル規格です。高さがバイブルサイズ、横幅はミニサイズと同様で、スーツの内ポケットにもスッカリ収まり、女性でも片手で持てるスリムさが魅力。発売以来、たくさんのファンを持つスタイルです。

モノづくりへの想い

ブランド創設当初より革へのこだわりを持ち続けてきた「ノックスブレイン」。30周年を機に原点に立ち返ったプロダクトをリリースしました。とことん革を極め、職人の技が光る『オーセン』と、システム手帳を今のスタイルにブラッシュアップした『ルフト』。いずれもシステム手帳の固定概念を取り払い、本物で新しい手帳として作り上げた渾身のプロダクトに仕上がりました。今後も人の心に豊かさをもたらすことができるプロダクトを追求し、愛着を覚える「本物」を作る旅を続けていきます。





究極の軽さとミニмумスタイルを実現！ 常識を覆したシステム手帳『LUFT』

一切の装飾を削ぎ落として機能を徹底的につき詰めた結果、究極の軽さと薄さを実現。ドイツ語で「空、空気」を意味する『LUFT(ルフト)』シリーズが誕生しました。

わずか3パーツで構成

『ルフト』は、表紙カバーに使用した一枚の牛革、バックプレート、リングのわずか3パーツだけで構成したシステム手帳。新開発のオリジナルバックプレート(特許出願中)とリングで直接一枚革を挟み込む構造で、薄くて軽く、180度フラットに開く使いやすさが特徴です。綴じ手帳感覚で使える新しいシステム手帳として好評を博しています。



カスタマイズイベント開催

「ノックスブレイン」30周年を記念して、オリジナル『ルフト』が作れるカスタマイズイベントを大阪(9月)と東京(10月)で開催しました。イベント限定色の革カバーと4種類のバックプレート、お好みでコーナ金具をお選びいただき、ノックススタッフがその場で組み立てます。「システム手帳を使うのは初めて」「軽くて薄い、とネットで見て欲しくなった」「開きやすさと軽さが決め手」など、さまざまなお声をいただきました。ユーザーの皆さまとお話することができ、今後の製品開発の意欲がますます高まりました。

TRAVELER'S COMPANY CARAVAN



- 2015 -
AMS»LON»BER

『トラベラーズノート』など、旅するように毎日を過ごすための道具を作る「トラベラーズカンパニー」初の欧州キャラバンを2015年11月に開催しました。今回の旅先はロンドン、アムステルダム、ベルリンの3都市。さらに「ACE HOTEL」とのコラボレーションも！



コラボレーションに寄せて

「トラベラーズカンパニー」の細部までこだわったモノづくりへのこだわりや、デザインに対する考え方には大きな敬意を表します。今回、イベントと一緒に開催し、私達自身も楽しみながら、同時にとても刺激を受けました。もちろんシンプルで美しい魅力的な「トラベラーズカンパニー」のコレクションも大好きです。

ACE HOTEL Chief Brand Officer
Ms. Kelly Sawdon

ACE HOTEL × TRAVELER'S COMPANY

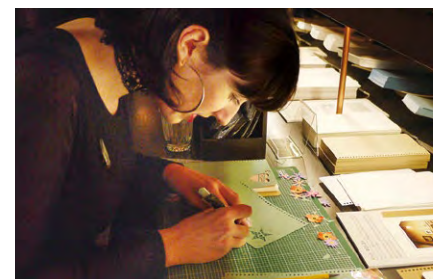
「格式的なサービスよりもそこで得られる体験を重視する」新しいホテルの在り方を定義した存在として世界から注目を集める「ACE HOTEL」とのコラボレーションが実現。11月10日(火)、11日(水)には、「ACE HOTEL London Shoreditch」で「スパイラルリングノート・バイキング」のイベントとあわせて、「ACE HOTEL」とのコラボアイテム『トラベラーズノート』、『プラス ボールペン』、『プラス クリップ』の初お披露目となりました。

01

LONDON  UK



イベントはホテルのロビーで開催。「ACE HOTEL」のロビーは宿泊客以外にも開放され、パソコンに向かうクリエイターやコーヒーを飲みながら打ち合わせをする人たちが常に賑わっています。そんな人たちもイベントが始まると興味津々でノート作りに参加。



オープニングレセプションでは、イギリス人アーティストによるカスタマイズパフォーマンスが行われました。切り絵やスクラップなどでカスタマイズされたノートができました。



レセプションではさらに、『トラベラーズノート』をイメージしたオリジナルカクテル「トラベラーズ・テールズ(物語)」が参加者に振舞われました。世界の素材がブレンドされた旅人のためのカクテルです。

02 AMSTERDAM NEDERLAND

11月7日(土)、8日(日)のアムステルダム会場は、『トラベラーズノート』ファンからはじまり、2010年よりディストリビューターとして販売をしているMISCELLANEOUSが運営するショップ「MISC」。そのため、ファンの来店も多く、イベント会場も温かい雰囲気に包まれました。また、イベントに先駆けて、10月24日(土)～11月24日(火)まで「トラベラーズファクトリー」限定オリジナル商品の販売を行うポップアップ・コーナーも展開しました。



こちらが「MISC」ショップ内に展開した「トラベラーズファクトリー」のポップアップ・コーナー。ヴィンテージ家具なども現地で用意して、その世界観を演出。「トラベラーズファクトリー」のオリジナル商品は、欧州初登場です。



自分で紙を選んで自分だけのオリジナルノートを作ることができる「スパイラルリングノート・バイキング」は、ヨーロッパでも大人気。真剣に紙を選び、笑顔で完成したノートを手にする姿は、世界共通でした。



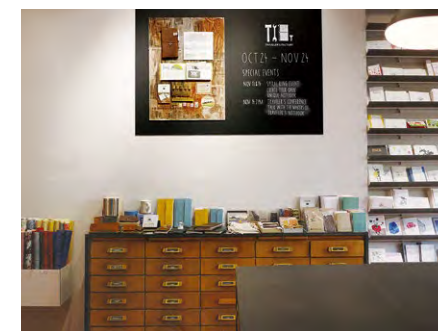
できあがったばかりの『スパイラルリングノート』やご自身の『トラベラーズノート』にスタンプを押したり、シールを貼ったり、しおりにビーズを付けたりできるカスタマイズコーナーも大人気！

03 BERLIN GERMANY

欧州キャラバンの最終地、ベルリンの会場は「LUIBAN」。『トラベラーズノート』をはじめ『MDノート』や「プラスプロダクト」など、デザインフィルの製品もたくさん扱っているステーションショップです。ドイツ国内はもとより、たまたま旅行でベルリンを訪問中だった日本や台湾の方も遊びに来てくださり、たくさんのお客様がその場でオリジナルノートが完成する「スパイラルリングノート・バイキング」を楽しんでいました。



ベルリンでは、男性のお客様が多かったのが特徴です。「MD用紙」をはじめ、和紙やクラフトなどのシンプルな色の紙を一枚ずつ手にし、その触感を確かめながら選んでいました。



「トラベラーズファクトリー」のミニポップアップ・コーナーも展開。オリジナル商品は、アムステルダム同様、「トラベラーズノート」ファンに人気でした。



リング綴じ職人が一冊ずつ手作業で綴じて、ノートが完成します。シュルシュルとリングを綴じると、思わず歓声をあげるお客様もたくさんいらっしゃいました。



想

[Omoi]

小さな驚きを

郵便受けに届いた時の佇まい、手紙の封を開けた時のちょっとした驚き。手紙を送る人、受け取る人、それぞれが四季折々の美しさを楽しめるような製品でありたいと思います。百花繚乱のコレクションとなる日を目指して。



情緒

[Jōcho]

花が有るままに

高いところに咲く花は上部に、野に咲く花は下部に。紙面上に花が有るままに咲かせ、季節の美しい記憶を表現しています。原画はすべて手描きで。味わい深いやわらかな線を大切にしています。



紙

[Kami]

こだわりの和紙

太古から綿々と受け継がれてきた和紙には、越前、伊予などの産地さまざまな顔があります。「紙シリーズ」では季節ごとの絵にあわせて、似合う和紙を吟味しながら特別に漉いています。



妙

[Myō]

美しい仕立て

情景の奥行きを表裏のデザインで重ねたり、透かし和紙に絵をあわせて空気感を感じる仕立てにしたり。意匠と仕立ての組み合わせによる美しさを演出しています。季節折々の遊び心を感じていただけます。



間

[Ma]

余白の美

日本人は余白に美を見出します。美しい絵と言葉を大胆な空間においた屏風にその精神が見出せます。手紙を書くのが億劫だと感じる人に、少ない言葉でも美しく映えるよう絵と間に気配りをしています。

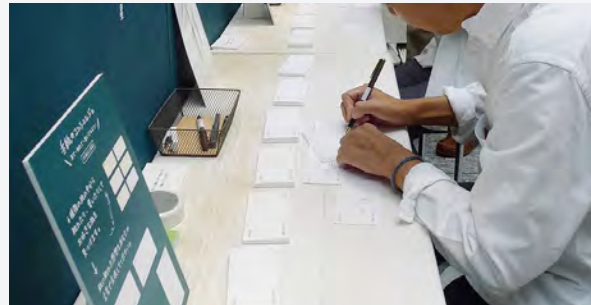


言葉が
美しく見える手紙

四季折々の美しい花を大胆な構図でデザインした和紙の手紙「紙シリーズ」。日本の人と風土に育まれ、時を重ねてきた和紙の文化に敬意を払い、紙や仕立て、意匠の細部まで徹底的にこだわっています。あまり知られていない作り手の姿勢や想いを紐解いてみましょう。

「メッセージフェスタ2015 in KITTE ～思いあう 祝いあう～」に デザインフィルブースを出店

2015年9月18日(金)～21日(祝)、日本郵便株式会社が主催する手紙のユーザーイベントに出展し、「ミドリ」ブランドのさまざまな手紙製品の展示・販売やワークショップを行いました。ブーステーマは「便箋マーケット～想いをのせる紙～」。家族、恋人、友達、お世話になった方に想いを届けるさまざまな手紙アイテムや体験を通じて、手紙を書く楽しさを感じていただきました。イベントで得たたくさんのヒントは、今後の製品開発や手紙文化発信に役立ててまいります。



ワークショップは「手紙のコンシェルジュ」「ファーストレター」「交換おてがみ」「折りガミ封筒」の4種類を実施。さまざまな形で手紙の楽しさを伝えました。



9月21日が敬老の日ということもあり、親子でおじいちゃんおばあちゃんに手紙を書いたり、家族や恋人、友達に日頃の感謝の気持ちを書いたり、お子さまから年輩の方まで幅広い皆さまに体験していただきました。

2015年度グッドデザイン賞(Gマーク)を受賞



『パスコペンケース/ドキュメントバッグ』『パルプペンケース/カードボックス』『ルフト システム手帳』が、公益財団法人日本デザイン振興会主催の「2015年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

審査員のコメントより

パルプペンケース パルプカードボックス

パルプモールドという製法を使って、素直に誠実にデザインをまとめている点を評価した。カラー展開も古紙や段ボールをイメージさせ素材によく合っている。補強のためのリブを仕切りにしている部分などは、心憎いアイデアである。



パスコペンケース パスコドキュメントバッグ

パスコという特殊紙の加工性の悪さを、製造工程の見直しや嵌め殺しのアイデアにより大きく改善している点を高く評価した。パスコの可能性を追求し、今後もさらなる商品展開を期待したい。



LUFT (ルフト)

革をカットして、金具をつけただけという潔さ、素材の良さをそのまま活かした日本料理のようなプロダクトである。リングを留める座金に独自の改善策があり、すっきりした佇まいの裏に緻密な試行錯誤が伺える。



デザインフィル役員人事のお知らせ

2015年9月24日(木)、株式会社デザインフィル定時株主総会を恵比寿本社にて開催し、下記役員が承認可決されました。

役員一覧(2015年9月24日現在)

代表取締役社長	会田一郎
専務取締役	豊田栄一
取締役	里見善康
取締役	太谷博司
監査役(非常勤)	下川良彦(株式会社キャム 代表取締役)

編集後記

今号のテーマは「ブランドを創る」。世界ブランドになるべく新しい旅をスタートさせた「トラベラーズカンパニー」。30周年を機に原点回帰を行い、全く新しいプロダクトを生み出した「ノックスブレイン」。また、「紙シリーズ」は、和紙を用いて現代のモダンに挑戦し、大胆に切り取った花の意匠で他にはないデザイン価値を生み出しています。長く愛されるブランドを生み出すことはたやすいことではありませんが、これからも「デザインフィル」ならではの文化創造に挑戦していきます。(編集長M.N)