

NEWS LETTER

2024 VOL.41

SPICE

DESIGNPHIL NEWS LETTER

デザインフィル ニュースレター 第41号

発行日 | 2024年2月9日

企画・編集 | マーケティング部 広報グループ

TEL 03-5789-8058 FAX 050-3606-4957

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



この冊子は、使用した用紙と同じ重量のCO₂を国内のオフセット・クレジット(J-VER)によってオフセットしています。1冊あたり約26g(表紙除く)、4,312部制作しましたので、26×4,312=約112.1kgのCO₂をオフセットしています。

DESIGNPHIL NEWS LETTER

2024 VOL.41

SPICE



MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Spice



代表取締役社長
会田一郎

A handwritten signature in black ink, appearing to read "John A. Kondo".

私たちが好むスパイスは、無いからといって料理が成り立たないわけではありませんが、加えることで風味や味を引き立て、素材の特徴と混ざり合って味に深みが増し、おいしい料理のためにはできれば欲しいアクセント(刺激)です。スパイスを効かせるという比喩表現は料理に限った話ではなく、私たちの生活や仕事にも当てはまります。私たちがプロデュースするデザイン製品の多くは生活必需品ではありませんが、個人向け／法人向けに限らず生活の中で、「雰囲気・楽しさ・ポジティブな気持ち」を引き立てるアクセントであることを目指しています。

さる11月6日から10日までデザインフィル本社で開催したプライベートショーは「B to B コミュニケーションにどうスパイスを効かせるか」という問い合わせに対する私たちの提案です。期間中にはたくさんのお客様、メディア、関係者の皆様にご来場いただきありがとうございました。

B to Bのコミュニケーションデザインは、ノベルティとして差し上げたエンドユーザーが、1年間を通じて使い続けていただくことを意図して、ビジネスダイアリーの名入れから始めた事業です。年月を経て私たちが提案できる表現、対象となる製品には多様性が加わり、セールスプロモーション / OEM(お客様自身が店頭や通販で販売する商品) / ギフトなどへと、提供するデザインプロダクトの役割の幅を広げてきました。製品の開発にあたっては当社の環境対策のモットーである、「すぐに捨てられず長く使われるロングライフの製品」を目指しています。B to Bにおいて販促効果や環境配慮に直結するロングライフというコンセプトを実現するためには、質感の高い本物の素材を使い、利便性と共感できるデザインなどさまざまな要素の両立が不可欠です。

そして我々のお客様である企業のメッセージやイメージを正しく伝え、エンドユーザーにとって愛着の湧く、本当に欲しいと思っていただけるモノを、スパイスを加えて開発していくことが肝要だと思っています。

製品やサービスのメッセージを、スパイスを効かせて印象深くユーザーに届けるためには、デザインの果たせる役割は多大です。会社や商品の特徴、経営理念やビジョン、環境への取り組みなどを理解してもらい、「望まれて愛用されるモノ」、そしてユーザーから「七味ありますか」「ワサビいただけますか」とリピートをいただくモノをプロデュースしていきたいと考えています。

DESIGNPHIL PRIVATE SHOW 2023

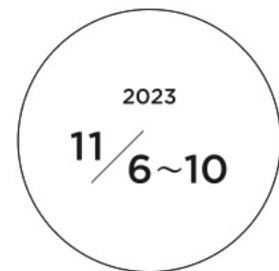
SPICE

デザインとアイデアに “スパイス”を

企業のニーズにスパイスを効かせて応える、コマーシャルデザイン事業部が手掛けてきたさまざまな事例をご紹介します。

スパイスは、「物事のアクセント」や「刺激」といった比喩表現としても活用される言葉。

特にスパイスの効いているものを5つ のカテゴリに分けてご紹介しました。



素材の魅力を引きだすスパイス

美しさ、素材、加工にこだわった
デザインフィルのプロダクトをベースに、
企業の魅力を最大限に引き出します。



風味をかえるデザインのスパイス

イラストや色の工夫で、
より親しみやすい風味を引き立て、
新しい価値を生み出します。



価値を生みだすアイデアのスパイス

自社ブランドを作り育てたメーカーの
強みを生かし、世界観を創り上げます。



日常を豊かにするひらめきスパイス

ユーザーの日常に潜む
ニーズから設計した、もらって嬉しい
ノベルティのご提案です。



新しい視点のECOスパイス

環境にやさしい素材選びから
無駄のない製造まで、デザインの力で
お手伝いします。

劇
薬
ス
ペ
イ
ス

ロッキー・ ホラー・ショー

（株式会社パルコ様）

2022年1月に行われた古田新太主演のミュージカル「ロッキー・ホラー・ショー」の劇場グッズです。ハードでロックな世界観を再現するために、ビビットなカラーリングやメタリックな素材をフルにあしらった刺激的なグッズを提案しました。それぞれのアイテムに作品のシーンやモチーフを活かし楽しいデザインに仕上げました。

これまで手掛けてきたものとは一線を画す、特徴的なアイテム多数。どのような課程を経て実現したのか、パルコご担当者さま（P）、当社担当（D）に開発裏話を聞いてみました。



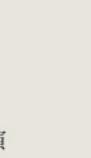
▶ ブランケット
新聞柄



▲ ポーチ付き
エコバッグ
ロゴ柄、唇柄



▶ フローディングペン
ブラック&ジャネット柄、
フランク柄、
リラフ柄、
ロゴ&イナズマ柄



▶ ブランケット
新聞柄

デザインフィルに
依頼する決め手はどんなところでしたか？

P アイテムの独自性、ご担当の皆さまの真摯で愛情ある取り組みに感銘を受けて、公演グッズのアイデア段階からご一緒できたらと考えました。

形になるまでのプロセスは？

D 担当者(営業・製造・デザイナー)でブレストをしたとき、衣装や演出が個性的かつ刺激的で、印象的なシーンやモチーフも多く、やってみたいことがポンポン出てきたことを覚えています。

開発コンセプトは？

D 「世界観に浸れる、楽しめるグッズ」です。観客も一緒に盛り上がる演出に合うアイテムを考えました。

開発過程でのやり取りで
印象に残ったことは？

P 作品と親和性のあるアイテムやデザインのご提案や、最後までディテールにこだわり、アイテムの完成精度を高めていただいたことです。

完成したアイテムを見たときの
感想を教えてください。

P 作品の世界観にマッチした細部までこだわったイメージ通りのアイテムで、御社にご依頼して改めて良かったと思いました。

お客様の
反応はいかがでしたか？

P 大変反響がありました。普段物販を利用されていないお客様にも手に取っていただけた印象です。コロナ禍で声出しの制限などある中、開演前後のお客さまに喜んでいただける演出の一部を公演グッズに担っていただいたと思います。

▼ 手ぬぐいセット



▲ スタンプキット
(スタンプ本体、インクパッド、予備インク)



▶ フランクチャーム



▶ 缶入り
ダイカットステッカー



ウォシュレット® オリジナルノベルティ

〈TOTO株式会社様〉

日本を代表する水まわり住宅総合機器メーカーTOTO。高級ウォシュレットやタンクレストイレのプロモーションで使われるノベルティをお作りしました。陶器の質感やカラーリングを紙の加工でさりげなく再現しています。

本来ノベルティグッズになりにくい「トイレ」というモチーフを、いかにビジュアル化するかを模索し、TOTO様(■)の先にいるお客様に喜んでいただけるかを形にしました。制作の過程についてご紹介します。



TOTO様からの リクエストの内容は?

■「お渡しする方々の使いやすさを考慮しつつ、新商品の魅力・価値が伝わる上質なもの」でした。

特にこだわったポイントは?

■ レバーや陶器の質感を再現すべく、TOTO様に実物をお借りし、いかに陶器や金属の質感に近づけるか、工夫を凝らしました。

トイレの白色部分 >>> シルク印刷にUVニスを重ねることで陶器のもつ艶感を表現
レバー部分 >>> 銀色のニッケルを混ぜて印刷

製作過程でのやり取りで 印象に残ったことはありますか?

■ 高級感を出しつつ、アクセントカラーも強調させるような提案など、弊社のこだわりに細かく応えていただき感謝しています。

完成したアイテムを見たときの 感想を教えてください。

■ <ネオレストリングノート>
第一印象はおしゃれなノート。表紙の色合いや、アクセントカラーの色と似せたリングも上品な雰囲気があり、商品イラストのぱっくりとした質感も印象的でした。

ノベルティの 反応はいかがでしたか?

■ <アプリコットアソートメモ>
図面をベースに考えていただいた表紙デザインがおしゃれで、設計士の方などから大変ご好評いただきました。



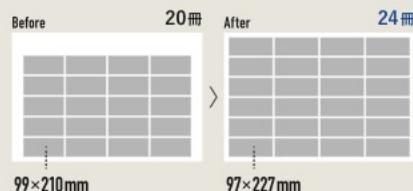
ECOスパイク

新しい視点のECOスパイク

私たちが目指す「エコなものづくり」とは、環境配慮の工夫を凝らした上で、プロダクトとして魅力的であること。エコであることも、製品としてのクオリティも、どちらも妥協しないものづくりです。環境にやさしい素材「紙」の選定から、無駄のない製造工程の設計まで、デザインの力でお手伝いします。

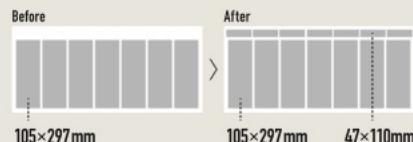
ペーパーバッグ A4 1/3 ECO SIZE

これまでのA4 1/3(正寸)を設計し直し「A4 1/3 ECO SIZE」にしました。同じ紙から作られる数が20冊から24冊に。



ペーパーバッグ A4 1/2 + ECO PIECE

より無駄のない設計を考え、断裁したメモの余り部分で小さなメモパッドを作りました。



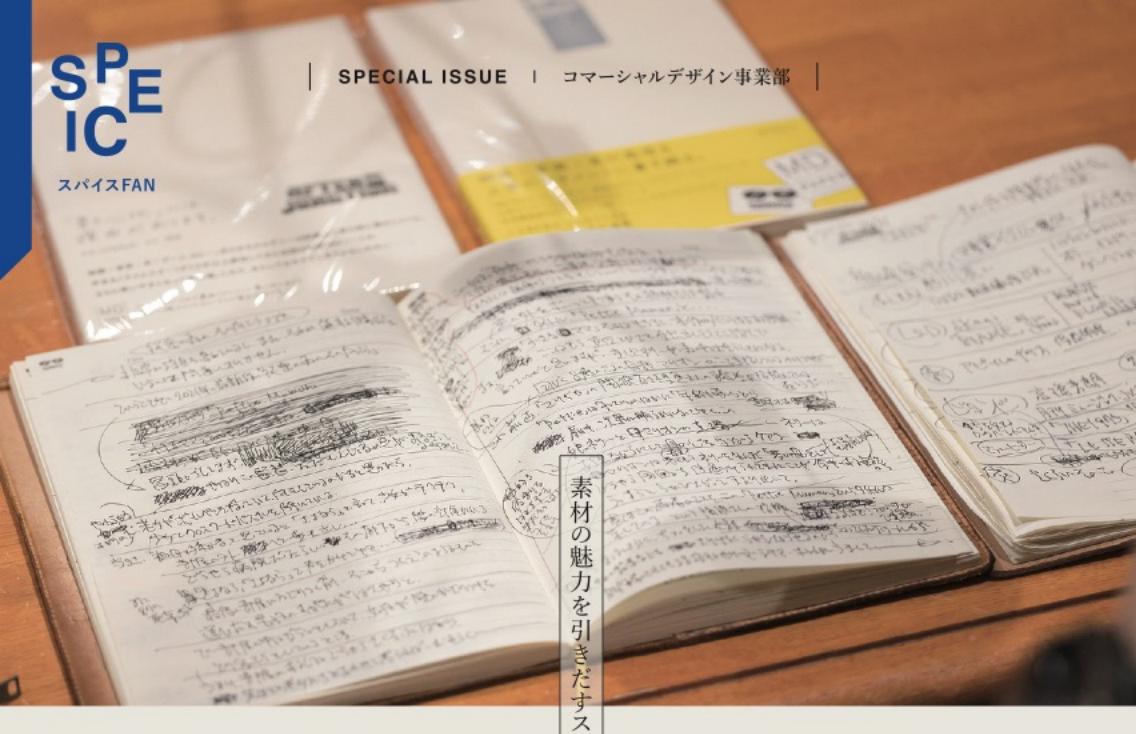
軽くて丈夫、サステナブルな
レザーペーパーグッズ

紙と同じ植物由来の原料で作られ、縫製が可能。紙ならではの軽さと、革のような丈夫さが魅力です。



バルブモールドポストカード

自社工場で出た紙ゴミがバルブモールドのポストカードに生まれ変わりました。活版印刷の風合いとぴったり。



当社で制作したオリジナルの『MDノート』を10年以上に渡ってご愛用いただいている、ヒップホップ・グループ「ライムスター」のラッパー、ライムスター・宇多丸さんに『MDノート』との出会いや魅力について聞いたインタビューのダイジェスト版です。

『MDノート』との出会いについて詳しくお話しいただけますか？

ラジオ番組で映画評論を始めるようになったのがきっかけで。しゃべることをまとめておくのに、最初は適当に買った小さいノートとそこら辺のボールペンを使っていて。「ノートとペンなんて、なんでも一緒にしょ？」っていう、今からすると考えられないようなことを言い放っていたわけです(笑)。でも、映画評としてもっと精度を上げたいと思うにつれ、ノートに書き込む分量も増えていき、とにかく「ストレスがないようにしたい」と思うようになってきて。もともと文房具マニアであり『MDノート』

愛用者でもあった構成作家の古川耕さんに「これがいいと思います」ってA5サイズの『MDノート』と革カバーをプレゼントしていただいたんです。初めて使ったときは「こんなにいい紙に書いていいの？」って驚きましたね。その後、番組の特集でISOT(国際文具・紙製品展)の見本市で「DESIGNPHIL」さんのブースを取材する機会があって、ついに番組オリジナルノートまで作ったという。とにかく「売れなかったら全部買い取って一生かけてオレが使う！」っていう強い気持ちで作ったのが『シネマハスラーノート』でした。

『MDノート』には今どんなことを書いていらっしゃるんですか？

常に2冊持ち歩いていて、1冊は毎日の番組の記録用で、もう1冊は週1の映画評で話す台本に近いようなものですね。番組前の3時間くらい使ってギリギリまでずっと書いているので、とにかく“ノンストレス”であることが大事。

僕は、ペンはゲルインキ派で、ペンとの相性の面でも『MDノート』はすごく優れています。ペンの滑りがすごく良くて、渾然たり、ましては擦れたりもしない。原稿や歌詞を書くのは全部デジタル化していても、このラジオに関しては全部“手書き”なんです。

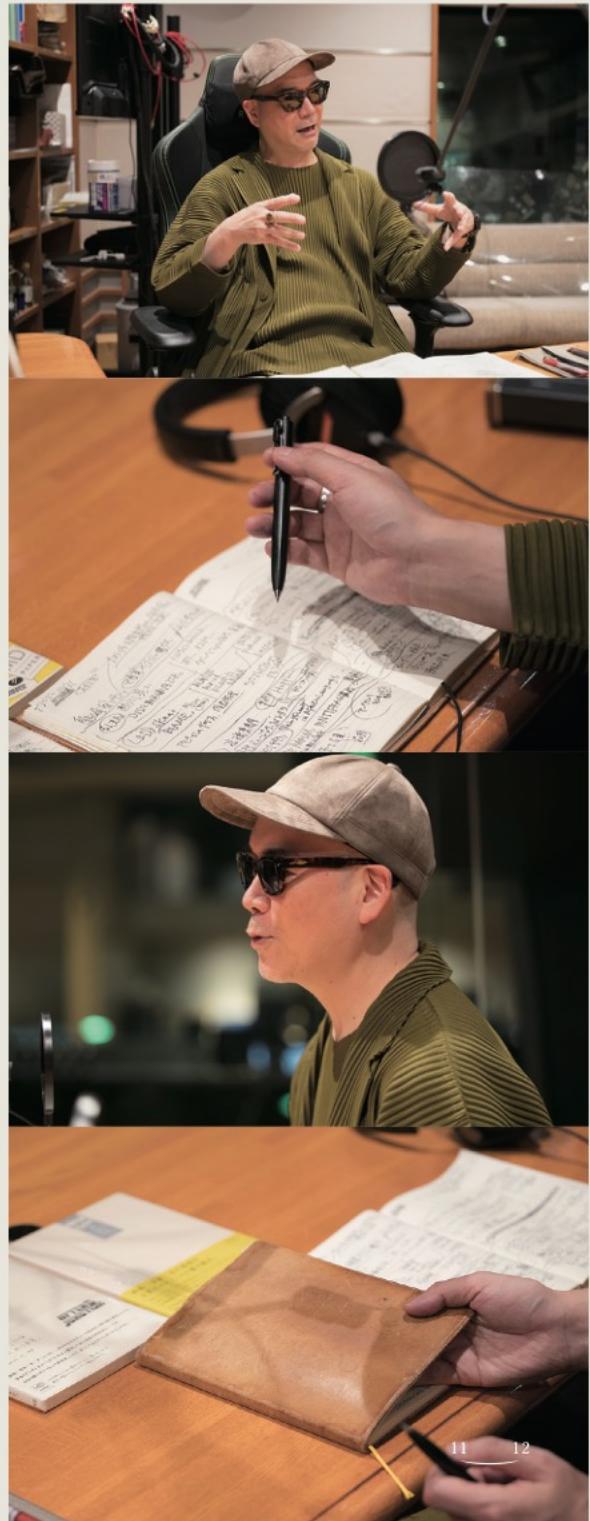
オリジナルノートのこだわりはどんなところにありましたか？

左側に統一して余白が欲しいというリクエストをさせていただいて。本文にメインの論旨を書いて、余白に言い忘れたこととか補足を書き足していくスタイルなんです。さらに、この余白には罫線の縛りがないことも大事。小さな字で書いたりもするので、自由度が高い方がいい。でも、この余白が見開きの外側に付いてるノートって割とあるんですけど、不思議と左側に統一されているものはない。今のこれが完成形。もう、これがないと仕事に差し障りが出るレベルです。

▶さらに詳しい内容は、
MD PAPER PRODUCTS® ホームページでご覧いただけます。

Profile

宇多丸 日本ヒップホップの黎明期から、シーンをリードするグループ「ライムスター」のラッパー。また、月曜から木曜の夜22時からTBSラジオで放送されている番組「アフター6ジャンクション2」を担当するラジオパーソナリティ。



Gathering at NAGAREYAMA FACTORY

2023.10.13

『トラベラーズノート』の生産現場である流山工場をご覧いただくイベントを開催しました。オフセット印刷や活版印刷、断裁、箔押し、製本などの加工まで、「トラベラーズカンパニー」の製品が出来上がるまでの工程の見学、工場だからできるワークショップを行いました。見学をされた30名の熱いファンの様子をご紹介します。



世界中を旅するオーストラリアの女性、この日のためにシンガポールから来日したご夫婦、徳島や大阪、金沢など、遠方からご参加いただいた方も多数いました。



目をキラキラ輝かせながら見学する皆さん。



スタッフも自然と笑顔に！みんなで楽しい時間を共有しました。



ワークショップで作った、この日限定の特別版リフィル。表紙の色、本文の紙、表紙のデザインと箔色を選び、その場でステッチャーをしてもらうという至福の時間。嬉しそうに使えない！という声も。



活版印刷機で印刷したステッカーをプレゼント。



ツアー終了後は、工場の職人、スタッフも全員集合して、参加者の皆さんとの交流タイム。



トラベラーズブレンド（コーヒー）を振舞いました。



最後に全員で記念撮影！



普段使っているリフィルが出来上がる光景、あんなにも間近で見られるなんて思ってもいなかったです。紙の匂い、インクの匂い、ミストの湿度、どれもが新鮮で素敵な体験でした。

参加者から嬉しいコメントをいただきました。

スタッフの皆さんや、参加者の皆さんといろいろなお話もでき、改めて『トラベラーズノート』がつないでくれる輪の楽しさを味わいました。

2023年デザインファイル クリスマスカード

クリスマスカードのデザインは毎年社内コンペで決めています。流通する製品ではないため、自由な発想によるデザインや加工で、製品とはまた一味違った仕上がりになっています。



制作者のコメント

サンタクロースの住む北欧から届いたカードをイメージしました。北欧らしいパターン模様が活版印刷で表現された毛糸のミトン（手袋）は、ダイカット加工されているので、切り離してクリスマスツリーのオーナメントとして二次利用できます。

カード本体:
活版印刷・箔押し・型抜き加工
封筒:オフセット白インク印刷
差し紙:オフセットUVインク印刷

編集後記

先日、ある「ミドリ」ファンの方から、どんなに忙しくても、睡眠を削ってでも、1日1回ノートに向かって、その日の出来事や思いをノートに綴り、きれいにデコレーションすることが、自分の心を整える作業とお聞きしました。私たちの生活に刺激や潤いを与えてくれるスペースは人によって異なりますが、文房具もまたその一つ。これからも誠実に、ファンの皆さんに喜んでいただける活動をしてまいります。2024年もどうぞよろしくお願ひいたします。（編集長M.N.）