

海苔の売り場が、ライフスタイルショップに変わった。

「最近、おいしか海苔ちー、なかとよねえー」というお客様の声から、有明海の元漁師が毎日食べている美味しい海苔を、お客様にお届けするためのデザインが生まれた。



江の浦海苔本舗のパッケージ

炊のり、塩のり、焼のり、味のり、ギフト箱。



有明海に沈む大きな夕日をイメージしたロゴ。

矢部川から有明海に漁師が船を出す風景など海苔物語をWEBで発信。

ギフトの箱は、3本入りと6本入りの2つの箱を制作。組み合わせが自由にカスタマイズできるサイズに。

直売所も箱とイメージで統一。

食卓のテーブルに置いてあるとご飯が楽しくなる。

元漁師が毎日食べる美味しい海苔を、お客様に届けるにはどうしたら良いかを考えた。大手と戦わないよう、お中元、お歳暮とは違うポジショニングを設定。ライフスタイルショップ、雑貨屋さんで売ってもらえるパッケージにした。お子様でも中味を

連想できるデザインは、食卓のテーブルに置いてあるとご飯が楽しくなるよう、売るためではなく、使う人のためのデザインにした。商品の付加価値が1.4倍になり販路も年々増えている。不作の時期の材料高騰にも耐えられる価格になっている。

最終制作物：ロゴ/パッケージ/リーフレット/ホームページ/販促イベントブース/店舗

01

江の浦海苔本舗

〒839-0211 福岡県みやま市高田町徳島320-4
Tel. 0944-22-2252 Fax. 0944-22-3364
E-mail. info@enouranori.com
https://enouranori.com

梶原道生 カジワラブランディング株式会社

〒810-0022 福岡市中央区薬院2-3-30
Tel. 092-205-3201 Fax. 092-791-5152
E-mail. kajigra.kajiwara@gmail.com
https://kajigra.com



老舗油屋がデザイナー一新で販路の拡大に成功。

数年前までは健康に悪いイメージだったの油。近年には健康思考には欠かせない油。新商品の発表を機に、全体を見直し、全てのデザインを一新。ブランディングに着手して4年目。



シンボルとタイポグラフィで老舗感と安心感を訴求。

HIGO OIL COMPANY LIMITED
SINCE 1909

ロゴタイプ・シンボルマーク

高木家の「高（はしご高）」をモチーフにしたシンボル。古隷書体をベースにしたロゴタイプで老舗感を表現。シンプルかつ大胆なデザインにすることにより王道感がユーザーの安心に繋がった。

高木家の「高（はしご高）」をモチーフにしたシンボル。古隷書体をベースにしたロゴタイプで老舗感を表現。シンプルかつ大胆なデザインにすることにより王道感がユーザーの安心に繋がった。

ステーションナリー



店舗用暖簾



ユニフォーム（夏用）



B1 ポスター



ギフト用パッケージ



商品パッケージ



機能性オイル・パッケージ

最終制作物：ロゴ/シンボル/ステーションナリー/VI/商品パッケージ/ユニフォーム（夏・冬）/店舗用暖簾/展示会用タペストリー/通年ポスター（B1）/ジャバラ折パンフレット（A6）/梱包用ダンボール/WEB/ショッピングサイト

02

肥後製油株式会社

〒869-1235 熊本県菊池郡大津町室1985番
Tel. 096-293-3371 Fax. 096-293-8631
E-mail. higoseyu@axe1.ocn.ne.jp
http://higoseiyu.com

茂村巨利 茂村巨利デザイン事務所

〒814-0006 福岡市早良区百道3-15-7
Tel. & Fax. 092-851-5571
E-mail. shigedesign@me.com



競合が多い中、視点を変えた戦略で取引数が急増中。

競合が多く2番煎じ感が否めない鰯のブランド化を、旨味や脂の含有量などのスペック勝負ではなく、豊かな自然環境や、関わる人たちの情熱で表現。多くの取引先に興味を持ってもらえ、築地との取引も開始。



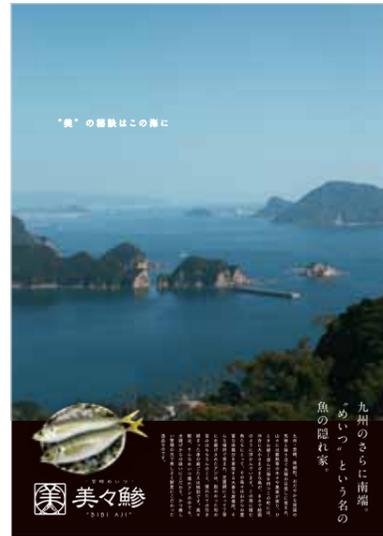
シンボルマーク+ロゴタイプ

伝統的な漁法と意匠を感じ、鮮度が高い=美しいを直感的にわかるように“美”のモチーフと鰯のシルエットでシンプルに制作。

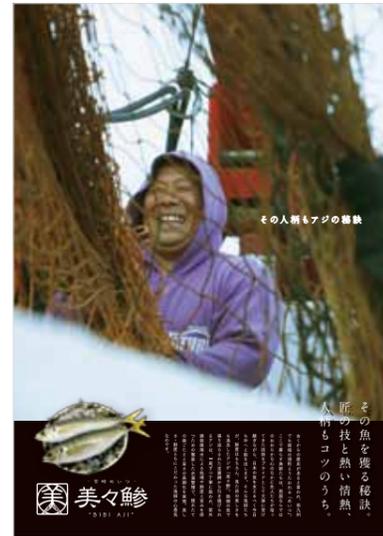
3連ポスター



キャッチコピー：丁寧に、ていねいに
宮崎県南郷町、めいつ。美しさと鮮度にこだわった、その魚。



キャッチコピー：“美”の秘訣はこの海に
九州のさらに南端。“めいつ”という名の魚の隠れ家。



キャッチコピー：その人柄もアジの秘訣
その魚を獲る秘訣。匠の技と熱い情熱、人柄もコツのうち。

「この地域ならではの」を見つける作業に注力。

手間はかかるけれども、魚が傷つきにくく、自然環境にも優しい伝統的な定置網漁で漁獲していることや、海だけでなく山の環境や、関わる人々の情熱が良い魚を提供する条件であることなど、この地域だからこその商品であることをPR。

さらに差別化をはかるため上級ブランドも展開。

初年度の高評を足がかりに、次年度にはさらに脂質などにこだわり、手間をかけて選定した選りすぐりの魚を、ハイグレード版として位置づけてブランド化。さらなる品質と価値の向上をはかり、競合ブランドとの差別化を確立。



ストーリーブック

営業での活用やメディアへの周知を円滑にするため、商品にまつわる環境や背景、そしてそこに関わる人たちを知ってもらう為の、十数ページのストーリーブックを作成。

商品背景の可視化と、企画・デザインの一新で売上増。

地域資源の循環サイクルから生まれる商品の生産背景を見せ、商品企画やパッケージデザインにゼロから取り組む。取引先が増加し安定した売上を生み出す商品群に成長するとともに、地域雇用増に貢献した。



濃いきのこシリーズ

三笠きのこの新商品ブランドライン「濃いきのこ」シリーズ。そのまま食べることができるサラダばかりをはじめ、シンプルな商品特性を生かした展開を図った。



オリジナル催事セットを使用した商談会出展風景

様々な場面で統一した空間イメージを簡単に構築できる汎用性の高い催事セットを提案。



パンフレット

商品の生産背景と取り扱い商品をコンパクトにまとめたパンフレット。

商品ユーザーの声を紹介

有名ホテルシェフや飲食店オーナーなど、コアなユーザーへのインタビューを実施。

1) 自然の資源循環の中から生み出す魅力。

通常の菌床栽培の培地は主に外国産原料を用いているが、三笠きのこでは地元で調達する杉間伐材/おがくずを使用し、栽培後の培地を肥料として還元する自然の資源循環から商品を生み出している。こうした商品背景を可視化し、生産面のこだわりを様々な場面（パンフレット、ウェブサイト、展示会等）において均質なプレゼンテーションを行うことで、商品ブランドの認知拡大につなげている。

2) 狙いすぎない、懐の広い商品企画。

普段の食卓に、贈答に、用途を限定しない内容量/価格/パッケージを検討。高質スーパーやセレクトショップなどでのテストマーケティングを重ね、年齢性別問わず、一定数存在するきのこ好きなターゲットに響き、商品の魅力をストレートに伝えることのできる「濃いきのこ」シリーズとして商品企画を確立。本商品群は、鹿児島県主催の「鹿児島の食とデザイン」事業でのマッチングを通じて開発を行った。

最終制作物：ロゴマーク/3連ポスター (B1) /商品シール/パンフレット/POP・バナー
ウェブサイト/取扱認定書/のぼり/イベント用作務衣

最終制作物：三笠きのこCI / 名刺 / パンフレット (特寸) / 商品パッケージ (各種) / 商品ラベル (各種)
ウェブサイト / 催事空間演出キット (タペストリー/展示什器等一式)

03

めいつの魚ブランド化進行協議会

〒889-3204 日南市南郷町中村乙4614-3
Tel. 0987-64-1155
https://fishtown-meitsu.jp

河上仁士 ゼロワークス

〒880-0015 宮崎市大工1-6-16-102
Tel. 0985-82-7820 Fax. 0985-82-7820
E-mail. contact@zeroworks-c.com
https://www.zeroworks-c.com



04

農事組合法人 三笠えのき茸生産組合

〒899-1131 鹿児島県阿久根市臨本7989
Tel. 0996-75-1008
E-mail. contact@3kasa.com
http://3kasa.com

馬頭亮太 (株)オンドデザイン

〒890-0053 鹿児島市中央町14-9 三森ビル3F
Tel. 050-3698-2960
E-mail. info@ondo-c.jp
https://ondo-c.jp



目指すターゲットに向けて「翻訳」したデザイン。

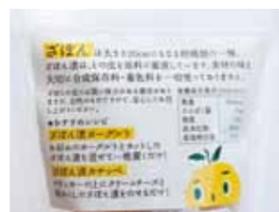
伝統の製法で作られ、長年親しまれてきた別府銘菓「ざぼん漬」のパッケージを、若い世代に向け刷新し、購買につなげた。2018年2月の発売から11月末までの累計出荷数は13,000袋。(前年比103%)



リニューアルしたパッケージ



既存のパッケージ



裏面に「食べ方」を記載



何個かに1個のウインクバージョン

「アイキャッチ」+「中身」で目を引かせる。

この商品は別府市との共同事業「BEAMS EYE on BEPPU」の中で企画されました。既存のパッケージから使われている手書きの「ざぼん」という文字は残し、「ざぼんちゃん」と名付けられたキャラクターをメインに据えたデザイン。商品の中身がしっかり見えるようにラベルは上部に配置し文字や絵の「アイキャッチ」と「中身」が見える二重の構造で、見慣れない商品に対し、まず目を引かせるということに徹した。

コミュニケーションを生むための仕掛け。

馴染みのない「ざぼん漬」という商品をターゲットに伝えるため、「ざぼん」→「南国生まれの大きな柑橘類」さらに「菓子」→「スイーツ」という言葉に「翻訳」し、若い世代にわかりやすく伝えるためのコピーを記載した。裏面には従来にない新しい食べ方を記載し、そのまま食べるだけでなく、楽しみ方の幅を持たせた。また店頭に並ぶ何個かに1個にウインクをした顔のキャラクターのものを忍ばせ、話題作りを仕掛けた。

最終制作物：パッケージ

05

南光物産 株式会社

〒874-0041 大分県別府市大字鉄輪1284番地の2
Tel.0977-66-4151 Fax. 0977-66-4153
E-mail. zabon@theia.ocn.ne.jp
http://zabon.shop/

井下 悠 イノシタデザイン

〒870-0006 大分県大分市王子中町7番3
サーパス王子中町702号室
Tel. 080-3482-6850
E-mail. inoshitayu@gmail.com
http://inoshitayu.com/



老舗のルーツと歴史を表現したブランディング。

創業200年を越える菓子店。2016年の熊本地震による観光客数の減少に伴い、集客も減少した。ブランディングの強化により企業価値を高め、従来の観光客以外から収益化を図っている。



お歳暮カタログ (2018)

お中元とあわせてシーズンごとに制作しているカタログ。表紙中央のトリミングはロゴマークの円からきている。



お歳暮チラシ (2018)

イベントごとに制作する折込みチラシ。随所に七宝を使用し、会社のアイデンティティが感じられるものにした。



2019年版カレンダー (2018)

表紙には北村西望氏作の「真心」の書を、各ページの版画は山下南風氏のもので、長崎らしさを表現した。

創業文化八年(1811年)
杉谷本舗

リニューアル前のロゴマーク。

「杉」の字から着想されたもので、ロゴタイプも老舗感を表現したものではなかった。

1) 杉谷本舗のルーツを探るところからスタート。

創業年数は長いですが、パッケージや広報物を各社に発注していたため、一貫性が見られなかった。ブランドの元となるルーツをたどり、「米どころ」と「おこし」からはじまった企業であることを踏まえ、ロゴマークから着手した。



創業文化八年
杉谷本舗
SINCE 1811 NAGASAKI

リニューアル後のロゴマーク。

七宝紋様を元に、企業のルーツである「お米」をロゴマークに具体化した。

2) 社訓である「真心」を具体化させる。

七宝紋様の中に「お米」を表現したものを採用。その4つは「従業員・お客様・取引先・地域」であり、杉谷本舗がその4つを幸せにするという思いが込められている。金色は、収穫時期に輝く稲穂の色で、会社の繁栄を願ったものである。

着想の元となった七宝紋様の展開。

包装紙や広報物の随所に企業のアイデンティティとして使用されている。

3) 幸福の連鎖を長崎から日本全国、そして世界へ。

近年では中国人観光客向けの商品も販売している。業界や集客の推移は、毎年のように変動している。それでも200年続いた老舗としての風格を全商品と広報物で表現し、次の100年と世界を見据えブランディングを進めている。

06

有限会社杉谷本舗(本社・橋店)

〒854-0126 長崎県諫早市松里町1574-1
Tel.0957-28-2277 Fax.0957-28-2318
E-mail. info@sugitanihonpo.co.jp
http://sugitanihonpo.co.jp

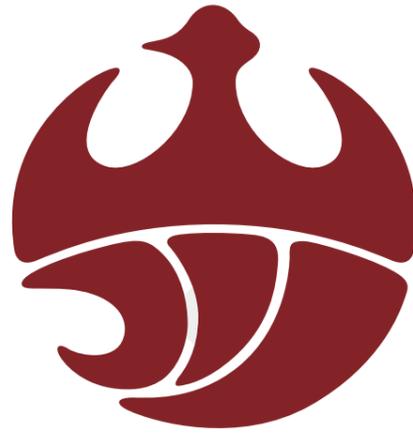
中村圭太 PRISM!

Tel.090-6427-2863
E-mail. nkmrkt@ngs1.cncm.ne.jp
http://adprism.main.jp
https://www.facebook.com/adprism



商品の想いを伝えるブランドロゴの制作で認知度アップ。

歴史があり品質が高くても、認知度が高いとは限らない。名称変更を機に、歴史の深さを織り込んだロゴマークを制作。マスコミにも注目され認知度アップ。2017年の完成からロゴ採用例急増中。



指宿鰻節



鹿児島県の事業「鹿児島の食とデザイン」。ワークショップでの初案提案時の様子。



鰻節工場の取材やイメージ撮影をし、パンフレットやポスターなど各種ツールを制作。



山川みなと祭りの様子。指宿鰻節のロゴマークが様々な場面に反映されはじめた。

1) 新しいブランドに生まれ変わるためのブランドロゴ。

鹿児島県の「鹿児島の食とデザイン」事業のデザイナーと企業のマッチングからスタート。山川の鰻節は歴史があり、最高級品である本枯本節の生産量日本一。プロには知られていたが、一般消費者の認知度が低いのが課題。市町村合併した指宿市の名で名称を「指宿鰻節」としたロゴマークの制作をご依頼頂いた。

2) 指宿鰻節の歴史や品質の高さを伝えるロゴマークを制作。

工場見学や町内散策、ヒアリングから歴史や品質の高さを再確認。歴史ある山川の名を無くしてもいいの？指宿の名で新たにスタートするのか？とことん討議。結果、「指宿鰻節」に決定したが、江戸時代にその形状から「鶴の港」と山川港が呼ばれていたことをヒントにマークに「山川」の文字を忍ばせた。

3) 統一ロゴマークを使い、ブランドの認知度アップ。

歴史に負けない王道感、品質の高さを伝える本格感を表現するロゴマークを制作し、商品はもちろん法被やのぼりにも反映。統一ロゴを継続して使うことで、一般消費者が目にする機会が増え認知度アップ。新聞やTVなどでも紹介され県民に周知された。指宿鰻節ロゴマークは九州ADCベスト9賞受賞。

最終制作物：ロゴマーク / ポスター (B2) / パンフレット / 名刺 / パッケージ (個包装) / ダンボール / のぼり / 法被 / 腰巻

07

山川水産加工業協同組合

〒891-0501 鹿児島県指宿市山川新栄町9番地
Tel. 0993-34-0155 Fax. 0993-34-0868
E-mail. master@po4.synapse.ne.jp
http://ibusuki-katsuobushi.com

富永 功太郎 (株) 富永デザイン

〒892-0846 鹿児島市加治屋町4-23 403号
Tel・Fax 099-210-7929
E-mail. info@tominaga-design.com



大分県産原木しいたけの魅力を伝えるリブランディング。

別府の老舗しいたけ専門店「やまよし」の地域に愛される雰囲気を守りつつ、観光客や若い世代にもファンを増やすデザインへ。また、店舗に乾しいたけの魅力を伝えるだしスープスタンドを新設しリニューアル。



リブランディングとして全体をデザイン。

ロゴ、パッケージ、サイン、店内ディスプレイなどをデザイン。素材や形などから提案することも多かったため、店内カウンター材とサイン材として使用するためにクヌギ(椎茸のホダ木に使われる)を伐採・製材の手配なども。

乾しいたけのだしスープ

市場機能を持つ専門店だからこそその上質な乾しいたけを使っただしスープは外国人観光客なども喜ぶ味。おむすびは別府の温泉水をつかって炊いたもの。



地域と乾しいたけのリサーチ。

別府駅から徒歩5分の立地で観光客も多いエリアだが、素通りが多いためご相談。ヒアリングや業界動向のリサーチから、一定客はいるが高齢化世代が増えていることがわかった。

売るデザイン+「伝える」機能。

老舗のイメージを守りつつ、顧客層を広げるため、ロゴマーク・パッケージデザインを一新。また、乾しいたけの味や魅力を「伝える」機能を提案し、だしスタンドを新設。県内の建築家を紹介し店舗もリノベーション。

新機軸のしいたけ店と話題に。

2018年10月にリニューアルオープン。観光客や若者が訪れる事が多くなった。デザインで間口が広がったことで、新しい層が取り込めている。また話題となりSNSやメディアに取り上げられる事も多く、賑わっている。

最終制作物：ロゴマーク/ロゴマニュアル/パッケージデザイン (個包装・ギフト箱等) / 手提げ袋2種 / ショップカード / テイクアウトホルダー / スタンプ / サインデザイン / 手染めのれん / 真鍮サイン / くぬぎ材店内サイン / 店内POP・メニュー

08

株式会社やまよし

〒874-0931 大分県別府市西野口町2-2
Tel. 0977-21-8111 Fax. 0977-21-8113
E-mail. info@shiitake-ya.co.jp
https://www.shiitake-ya.co.jp/

福田まや 星庭

〒871-0434 大分県中津市耶馬溪町
樋山路1770-6 Tel. (090)8522-6713
E-mail. fukudamaya@gmail.com
http://www.hoshiniwa.com/



リブランド後、3年目には売上149%を達成。

長崎県の離島、高島で生産される高糖度トマトのブランディング。当初は箱パッケージだけのご依頼だったが「たかしま農園」という概念を設けることを提案しCI、VI、各ツール、パッケージをデザインした。



農園のロゴ

炭鉱の島として栄えた歴史、島の環境、これからのビジョンなどを込めた農園のロゴマーク。



トマトのロゴ

断面がハート型になる特長を活かして元からあったトマトのマークを調整

オリエンから、大きくはみ出したプレゼンテーションから始まった。

当初は箱パッケージだけのご依頼。しかし主に既存顧客しか気付けないパッケージのリデザインだけでは、売上アップに導くのは難しいだろうと考えた。その後、経営層の会議や全体会議に参加し、農園のスタッフ一人ひとりの思いと今後のビジョンを伺ったところ、試作中の農産物のことや、強いこだわりを改めて知り「作るの、はたしてパッケージだけでいいの？」という思いを強くした。枝葉のデザインではなく、これからのビジョンに即した、根っことなる仕組みづくりがまずは必要だと考え、将来を見越して出荷する農産物の種類が増えた際にも対応できる「たかしま農園」という概念を設けること

を提案。主力商品のトマトは糖度によって買い物しやすいネーミングをつけて整理したほか、CI、VI、各ツールのパッケージのデザインとオリエンから大きくはみ出したプレゼンテーションになった。徐々に売上は伸び、認知度も高まる中、2016年には加工品のトマトカレーが、2018年にはメロンの出荷もスタートした。

リブランド直前との売上を比較すると1年目で116%を達成。3年目には149%、4年目の2018年は寒波による不作の中137%を達成。農作物なので天候の影響を受けるが、そこをもちこたえるブランディングができています。

最終制作物：ブランドロゴ / 各種パッケージ / 名刺・のぼり / web サイトなど

09

崎永海運株式会社

〒850-0936 長崎県長崎市浪の平町4番11号
Tel. 095-825-8343 Fax. 095-825-8097
E-mail. info@takashima-nouen.com
https://www.takashima-nouen.com

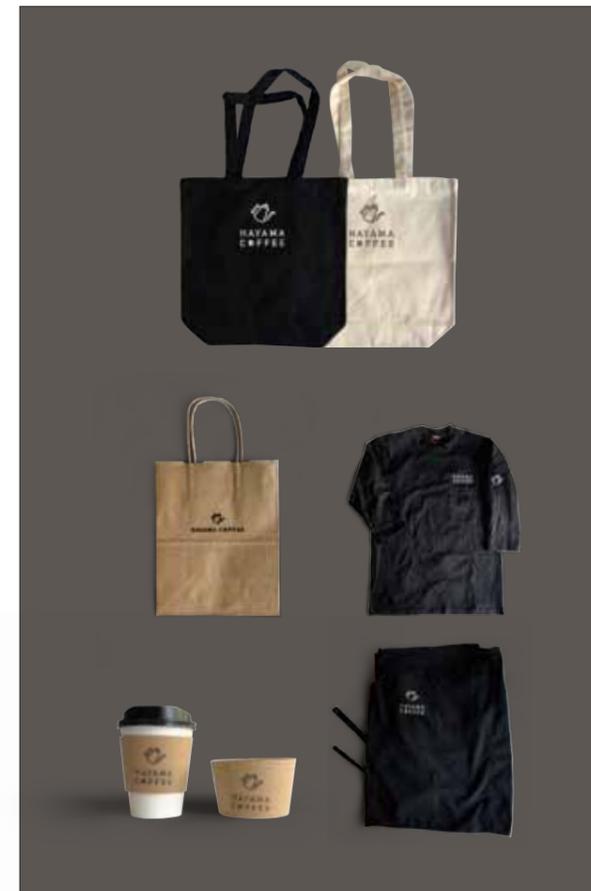
DEJIMA GRAPH inc

〒850-0028 長崎県長崎市勝山町7-201
Tel. 050-3444-1539 Fax. 050-3444-1539
E-mail. info@dejimagraph.com
https://dejimagraph.com



既存店と違うアプローチのためのグラフィックの提案。

大阪を本拠地とする「葉山珈琲」。FC (フランチャイズ) 店ながら、九州初出店を行うにあたり、既存店と違う雰囲気を出したい、というオーダーに、ロゴを中心とした展開案を提案。



ロゴを使った展開案

シンプルにロゴをみせる展開を心がけた。



ロゴ

ロゴとショップカード、DMのデザイン。



店内サイン

店内サインもフォーマットを作成した。



施工手段

刺繍、シルク印刷など様々な方法で施工。

1) クライアントの要望を踏まえた提案。

本社で使われているロゴと比べて、より普遍的かつ、所謂カフェ的なロゴがほしいとの要望をヒアリング。それを踏まえ、何案かデザイン、フォントマークを提案。

本社とFC店オーナーの話し合いから選ばれたのは、シンプルなロゴとマークのもの。そのロゴを軸に、CIとして色やフォントの提案、アイテムへの展開のしやすさ、今までのブランドイメージとの差を重要視し、その作業を行った。

2) 展開を可能にするフォーマットの作成。

コストダウンに繋がるよう、フォントや色のガイドをつくり、デザイナー自身が制作をせず、チェックのみにとどめる、といったやり方ができるよう、フォーマットを制作した。

その作業によりPOP制作、サインや看板への展開といったものが現場のオペレーションのみでも可能になった。このフォントを使う（もしくは似たものでも）、というデザイナーの考えを、お店がうまく汲み取ってくれているようだ。

10

葉山珈琲 長崎オランダ通り店

〒850-0802 長崎市大浦町5-42
Tel. 095-895-5338
http://www.hayama-coffee.co.jp

石本夏帆 AUN.GRAPHIC(s)

〒850-0054 長崎市上町6-13 AXIS21ビル501号室
Tel.090-1134-4915
E-mail. contact@aun-graphic.jp
https://www.aun-graphic.jp

