アイデンティティデザインで
地方の「誇り」を引き出す

SASI
DESIGN

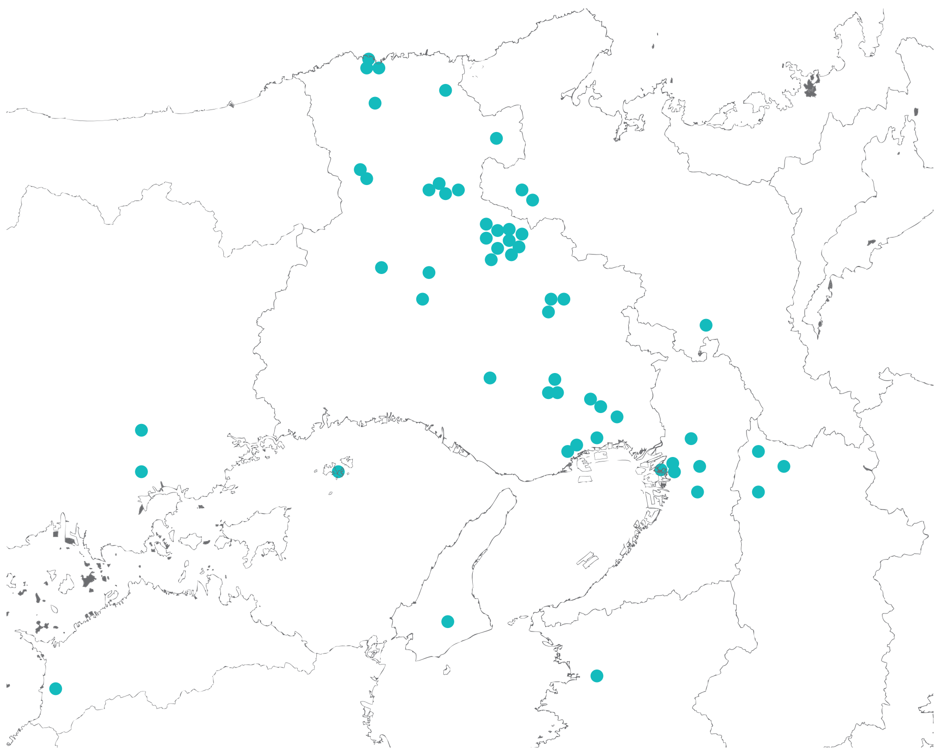
アイデンティティデザインで
地方の「誇り」を引き出す

SASI
DESIGN

SASI DESIGN

地方から
売れ続けるための
「しくみ」があります。

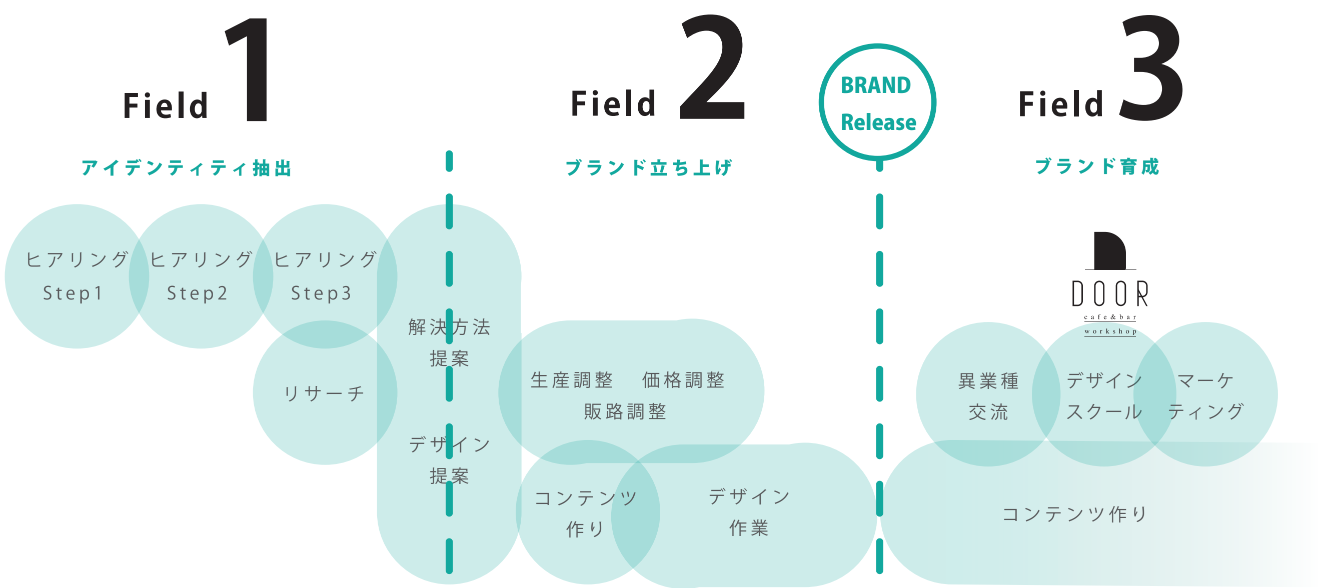
地方　中小企業　ブランド



2017/1 までの実績と進行中 Project

アイデンティティデザイン = コンサルティング＋ブランディングデザイン + ブランド育成

アイデンティティ デザインとは、見えづらくなってしまった「本当の価値」の抽出から、その価値を最大化する為のコミュニケーションのデザインです。ただ「キレイ」に飾り立てるのではなく、徹底的に向かい合うことで、最大の強みである「アイデンティティ」を導き出し、新しい解釈とトータルで様々なデザインを施す事で、本来もつ価値を伝え続ける「しくみ」を創造します。



Field 1

コンサルティング
個別相談

Field 2

製品デザイン
web デザイン
パッケージデザイン
建築デザイン
グラフィックデザイン
映像制作
etc

Field 3

デザインスクール
異業種交流
リサーチ
メニュー開発
イベント
etc

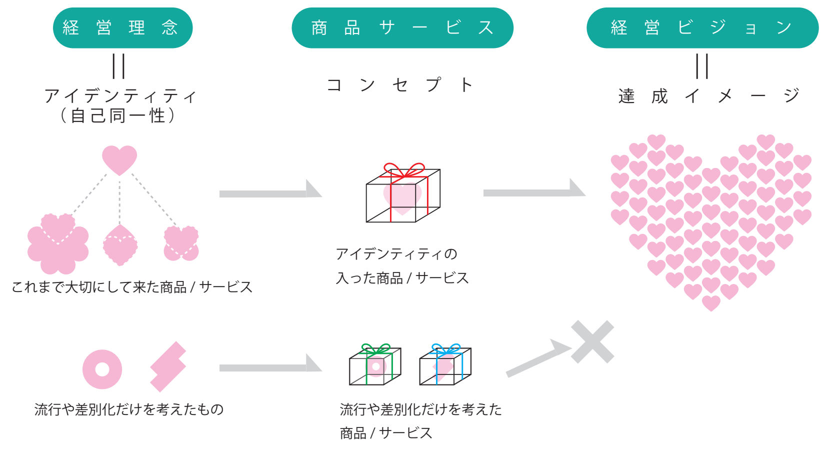
各クライアント様が独自に持つ「アイデンティティ」「〇〇らしさ」を確認するため、コンサルティングを兼ねたヒアリングを重点的に行っています。Step1「サービスについて」、Step2「社会的価値について」、Step3「販路について」とそれぞれのヒアリングにより、過去から現在までの成り立ちを把握していきます。このヒアリングこそが、SASI DESIGN の強みです。

Field 1 で掴んだアデンティティを踏まえて立案した商品コンセプトに従って、そこにしかできない「〇〇らしい」商品をデザインします。ぶれる事のない不変のアイデンティティが反映されているため、流行を追う場当たり的なブランディングやデザインではない、デザイン提案が可能になります。

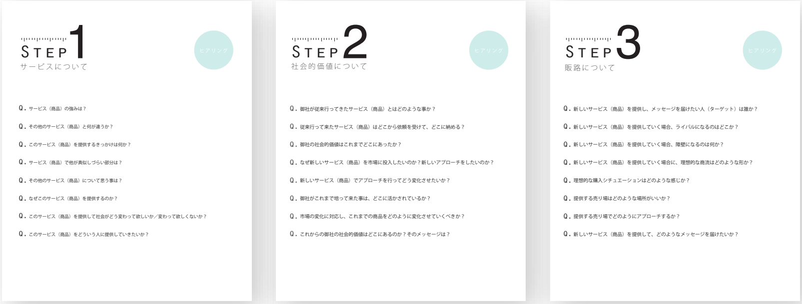
作っておしまいではなく、ブランドを育成し発展させていくためのカフェ「DOOR」。一般的なマーケティング調査と違い、ユーザーの意見を、デザイン視点から単なる数値だけでなく、デザイン上、どこを改善すべきかを的確に把握することも出来ます。また異業種交流やデザイン発信の学びの場としても。

1 Field 経営資源を徹底的に考える

経営理念であるアイデンティティを、過去から現在までの成り立ちから充分に理解をし、しかるべき達成イメージに近づくための、商品コンセプトを立案する。
そのことで、場当たり的なブランディングやデザインから解放され、差別化だけでない本物の価値づくりのデザインをお手伝いします。



ワークショップやヒアリングによって持てる資源を整理している様子



アイデンティティを抽出するヒアリングシート

2 Field 新しく正確なデザイン

それぞれの企業のアイデンティティを反映したコンセプトに基づいたトータルで新たな角度からのデザインを製作。
「自分はこれだ」という様な主張をデザイン製作で落とし込みます。ブランドづくりに必要な全てのデザインを提供致します。

ユーザーニーズと商品特性を生かしたデザインをブランドコンセプトに則ってデザインしている様子

1	2
3	4

1. 天然醸造の但馬産魚醤のパッケージのデザイン
2. 防災バッグのデザイン。玄関先で椅子として使う防災バッグのデザイン
3. 整形外科の新規開業におけるインテリアデザイン
4. 播州織の新たなブランド化におけるディレクション

3 Field ブランドを育てる場づくり

ブランドリリースして終わりではなく、育てていくためのヒントを得るための場所 DOOR。
メニュー開発やマーケティング、異業種交流やデザインスクールを行うことで消費者の生の声や事業者同士の交流、基礎的デザインの習得などブランド育成の為の全てがここにあります。

menu 1 様々な地方と多種多様な職種が集まる交流会 SASI BAR

様々な分野で活躍する事業者とつながることで、これまでにない意見交換や交流をつくる SASI BAR.
30 回以上開催し、のべ 400 人以上が参加。

menu 2 最前線のプロから学ぶ「発信」の為のデザイン講座

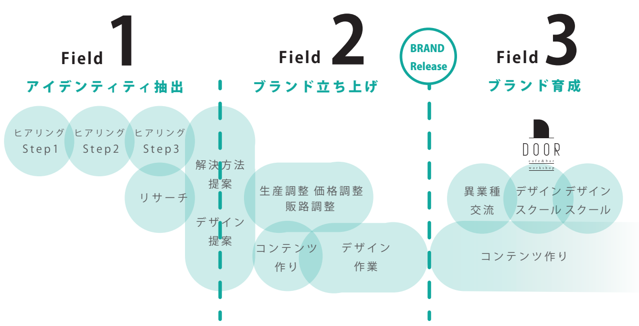
SNS 最盛期の現在、自社の情報を消費者に伝わるカタチで伝えていかなければなりません。
最前線で働くプロから伝え方を直に学ぶ講座です。

menu 3 消費者の生の声とアンケートで商品をブラッシュアップ

アンケートや商品を使ったワークショップなどで、消費者の生の声を聞き、製品の品質向上、ニーズキャッチの為の実践的マーケティング。

自社だけではなかなか難しい消費者や事業者とのつながりをサポートする為のカフェ。
ゲストルームも完備しておりますので、遠方からのご利用もご安心ください。
ブランドリリースしてからが始まりです。
どうぞご利用ください。

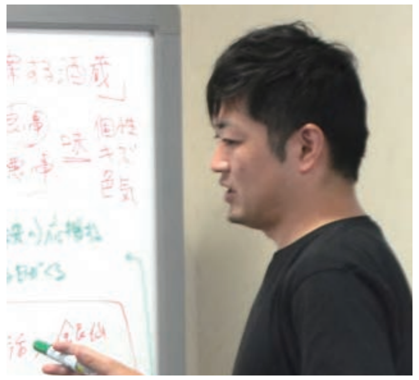
アイデンティティデザインに取り組んでみて



SASI DESIGN × 1897 銀海酒造 Sake Brewery

代表取締役　近藤清人　　専務取締役　安木淳一郎氏

Field 1 やりたいと思っていることが、何もできていなかったことに気づけました



近藤　プロジェクトが進み、商品が形になって世に発信することが出来ました。今の、率直な感想を聞かせて下さい。

安木　当初、SASI さんにお願いするのは、お金かが掛かることだし、リスキーだと考えていました。ですが、あれがなかったら、今はないと思っています。

近藤　そう言ってもらえることは、とても嬉しいです。では、一般的なデザイナーの印象と弊社の印象との違いはなんだと思われますか？

安木　それは、カウンセリングですね。**めちゃくちゃ時間をとって、話をしましたよね。それで、自分達がやりたいことがわかった。**それは、ほんとスゴイ！いろいろ志をもってやっているつもりでも、日々のことに追われてしまいます。自分達でも、一生懸命デザインして、いい物を作ろうと頑張っているけど…。結局それが、日本酒の業界の中にいると、どうしても、その枠から出た物ができない。私達がしたいのは、結局何かというと、邪道な事だから、邪道って楽しいでしょ！

近藤　そうですね。こちらも、クライアントさんと一緒に楽しい仕事を共有したいと思っています。

安木　そういう物をしたいのに、結局、枠の中で考えてしまうので、自分でこんなことがしたいあんな物が作りたいと考えても、結局、枠の中から出れない。それが、**近藤さんと話を進める中で、完全に枠ははずれました。**それは、すごく実感しています。

近藤　私の方からも、「一旦枠は外して考えましょう」と言ったことがありましたもんね。

安木　そうでしたね。いろいろしたいと思っていたけど、結局何がしたいんやと自問自答する中で、今、具体的にやりたいことが何もできていなかったことがわかった。それは、すごくありがたかったです。

近藤　ヒアリングの中で、安木さんが「作っているお酒には自信があるのに、売る時に自信がなくなる」とおっしゃっていたのが印象に残っているんです。

安木　これまではそうでした。自分が売りに行って、売れなくても傷ついてる場合ではないはず。世の中には、いろんな人がいるから、万人が喜ぶものが作れるかって言ってもできないわけだし、**うちの商品をわかってくれる人に買ってもらえればいいっていう、覚悟みたいなものができました。**その後、試飲会でお客さんから評価を頂き、ほめられる快感を実感できました。嬉しかったです。あの時は、近藤さんにすぐに伝えたくて、電話しましたよね！

近藤　そんなこともありましたね。電話頂いたおかげで、こちらも喜びを共有できました。

安木　その時、実際に数も売れたんです。あの瞬間、潮目が変わった気がします。自信もできました。

Field 2 やりたいと思っていることが、何もできていなかったことに気づけました

近藤　安木さんが、おっしゃっていた「人生山あり、谷あり」という言葉にインスピレーションを受けて、新しく「稜線」というブランドが生まれました。

安木　もともと、近藤さんの手掛けた実績に感動した所から、縁が繋がったんですが、**「稜線」のデザインを最初に見たときに、「ありえへん」といううぐらい画期的で、これだったらやろうと即決しました。**他の酒蔵さんなら、否定したかもしれないとも思ったけれど、だからこそやりたいなと思いました。

近藤　当初 720ml と 500ml のパッケージをデザインさせてもらいましたが、さらに、一升瓶のデザインを独自に作って頂いたんですね。

安木　お客さんから一升サイズの要望もあり、デザインしたんですが、SASI さんにステキに仕上げてもらったデザインの世界観を崩さないようにしながらやってみました。正直な所、自分達で勝手に進めていいのか躊躇もありました。

近藤　いいえ、こちらは大変嬉しいことでした。私達としては、**SASI DESIGN のデザイナーズブランドを作りたいんではなく、「銀海酒造さんらしさ」をデザインすることを目指しています。**そこで生まれたデザインに、自ら、主体的に改良して、事業を発展させてもらえたのは、まさに、一つの成功例だと思っています。

安木　そう言ってもらって安心しました。

近藤　私達の事業は、そのためにやっています。自分達の商品として認識してもらって、アイデンティティを保ちながら、どんどんより良い物を発信してもらえるように事業を進めたいと思っています。おっしゃっていた邪道を極めるような物を、これからどんどん作っていって下さい。

安木　その邪道の話なんですが、日本酒の業界は、古く格式ばった所があって、新しい事を受け入れてもらいにくい所があります。その結果が、今の日本酒離れに至っているのではないかとも思うんです。でも、幸い私には邪道に挑む事を励ましてくれる人もいて、自由な発想から楽しくやってきましたし、これからもそうありたいと思っています。

近藤　提案の場所として DOOR をどんどん活用して下さいね。

安木　提案の話なんですが、商品を検討していた時、発泡性の日本酒が今流行っているけど、近藤さんが「ここまででやめておきましょう」と言ってくれたことは、よい決心だったと思っています。

近藤　あまり消費者に寄り添いすぎない方がいいと言わせてもらったことですね。

安木　「最初は、今ある商品で…」という判断が良かったです。それと、ある商談会の席で話していた時、SASI さんに作ってもらったコンセプトに、自分達の思いがちゃんとまとまっているなと改めて思ったんです。

近藤　それは、安木さんがずっと思っておられたことをまとめただけですよ。

安木　**「アイデンティティデザイン」ってよく出来ていますね。私達が思っていることをわかりやすくトレースしてくれている感覚。自分達ではまとまらない事をわかりやすくね。**

近藤　そう言って頂くと本当に嬉しいです。

新しく生まれた純米吟醸　稜線

Field 3 オシャレな日本酒のイメージを育てていきたい

近藤　販路の広がりはどうですか？東京の方は、動いていますか？

安木　**現在、東京や大阪、海外で売れて行っています。ホームページやフェイスブックからの問い合わせも多くて、驚いています。**

近藤　フェイスブックの更新もマメにされていますよね。やっぱり反響が大きいですね。

安木　フェイスブックの更新は、自分の気分転換にもなっています。

近藤　今、これからの方向性を模索されていると思うんですが、今後、具体的にやりたいことはありますか？

安木　イベントがしたいですね。日本酒というのは、本来、閉鎖的なものではないはずです。でも、130 年ぐらい続いているうちでも、日本酒の世界ではざらで、全然評価されない所があったりします。それが、堅苦しくしているのかも。日本酒は、もっと楽しくて気軽な物、お酒はおしゃれだってことを知ってもらえるような機会を作りたいです。

近藤　「お酒はおしゃれである」って事は、重要ですね。実際、安木さん自身もおしゃれですしね。

安木　僕自身もおしゃれでありたいとは思っています。

近藤　安木さんが提案されているものの一つの、日本酒を炭酸で割っていちごを入れる飲み方ですが、最近 DOOR で出し始めたんです。すると若い女の子が、「普段はあまりお酒が飲めないけど、これはおいしい！」と感動してくれましたよ。

安木　それです。あれは、女の子達にすごく受けています。日本酒が苦手と言っていた若い女の子達が「日本酒がこんなにおしゃれで楽しい物とは思わなかった」と言ってくれるんです。若い女の子達がワインを飲むのは、もはやふつうです。**邪道と言われても、やっぱり、日本酒を飲む機会がなかった子達に、新しい日本酒の飲み方を提案して是非味わってもらいたいと思います。**

近藤　安木さんのおしゃれなイベント、是非 DOOR でやって下さい。

日本酒にフルーツを入れて、日本酒カクテルが若い女性に人気

伝えたいのは、
何のために
仕事をしているのか？

私たちは製品やパッケージを

デザインしていると思っていません

デザインで伝えたいのは、地方の事業者が

その会社の歴史や地域資源を生かして

何のために仕事をしているのかという事です

自分らしく仕事する

その楽しさがブランドの価値と信じています

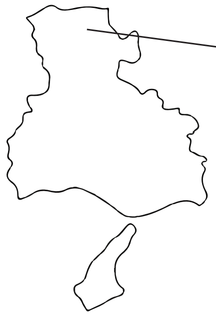
REANGLE Functional bag

CL：ネイバー 株式会社
Branding Design
兵庫県豊岡市

「全く新しい防災バッグのカタチ」

兵庫県豊岡市のバッグメーカーの新ブランド立ち上げの製品企画からデザインにおけるまでのブランディングデザイン。
バッグというものを、ファッションだけでなく、もう一度違う見方で再解釈し、新たな機能や役割を与えるブランド。
その中でも「防災バッグ」をデザインし、押入れの中にしまっていては、いざという時に何の役にも立たないという被災者の声をヒントに生み出した玄関先で椅子として使うバッグ。
いつもはイスとして、もしものときは防災バッグに早変わりの「椅子型防災バッグ」などのデザイン。
発売とともに様々なメディアで取り上げられているヒット商品。

http://reangle-n.com/



兵庫県豊岡市
ネイバー株式会社

バッグメーカー

1897 銀海酒造 Sake Brewery

CL：銀海酒造有限会社
Branding Design
兵庫県養父市

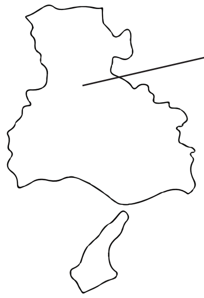
「経営危機から利益 3 倍への復活」

但馬の小さな酒蔵の為のブランディングデザイン。
兵庫県養父市に位置する銀海酒造。完全手作りのこだわりの酒造りを行うが、地元での消費と OEM での生産に頼るしかなかった。酒自体の味わいには自信があったが、これまで営業がうまくいかず、OEM 先の仕入れ量縮小による経営危機が訪れる。
しかし、自分の作りたい酒はこれだと思えるほど、自身のアイデンティティを考え抜き、「ライフスタイルを提案する酒蔵」としてのコンセプトのもと新しいパッケージで販売したことにより、利益は三倍に。今では東京、大阪だけでなく海外からも注文が入るまでに成長。

http://ginkai-syuzo.com

兵庫県養父市
銀海酒造有限会社

但馬の地酒



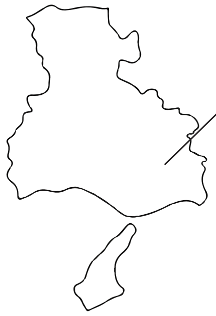
自分らしい家、自分らしい町 DAMAYA COMPANY CO.,LTD

CL：DAMAYA COMPANY 株式会社
Branding Design
兵庫県宝塚市

「シャッター通りから新しいまちへ」

兵庫県宝塚市の不動産業によってのまちづくり会社のブランディングデザイン。
阪急小林駅近辺に位置する賃貸マンションを軸とした不動産賃貸によって、都市部で薄れがちである住民同士のコミュニケーションの創出や、新たな賃貸物件の価値創出を行う会社である株式会社 DAMAYA COMPANY。
空き家になった自社物件と遊休地を利用し、リノベーションと新築物件による直径 100m の小さなまちとコミュニティを創出。
「つくる賃貸」というコンセプトの能動的な賃貸マンションと、多彩な店舗がつくりだす新たなまちの輪 inno town(イノタウン）をデザイン。

http://damaya-company.com



兵庫県宝塚市
DAMAYA CAMPANY 株式会社

空き家と遊休地

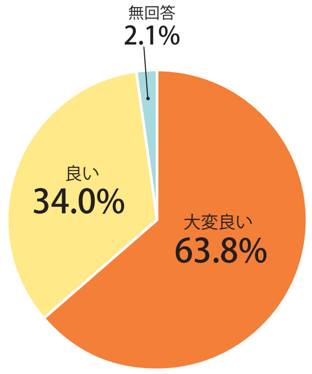
ブランド力向上に関して どのような課題を 持たれていますか？

セミナー参加者の悩み

・全国規模の展示会に出展した時に、どこの会社？となってしまう。
・会社全体の方向性が曖昧である。
・モノ、ヒト共に恵まれているが、それを自社らしくうまく発信する術が難しい。
・ブランド力をどのように身につければよいのか、まだよくわからない。

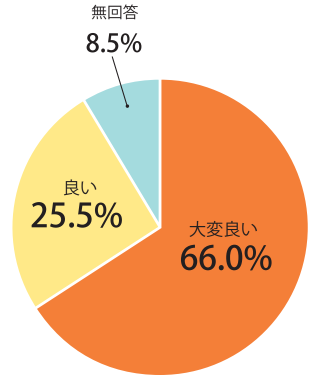
＜公演／セミナー＞
国税局主催　奈良県酒造組合商品開発セミナー
兵庫県主催　兵庫県経営革新承認企業フォローアップセミナー
岡山県産業振興財団主催　ブランド力向上セミナー
但馬信用金庫主催　経営戦略セミナー
多可町商工会主催　消費税転嫁対策セミナー
丹波青年会議所主催　ブランドセミナー　　など

セミナーの内容はいかかでしたか？



・どういう未来をつくりたいかをしっかり表現することがブランド戦略には必要だと思った。
・デザインという言葉について、自分自身の認識違いがわかった。
・「何の為に仕事をしているのか？」ということをよく考えて、
「自分だけの価値を提供する」ことが心に残った。
・ケーススタディを出し説明して頂いたので、 非常にわかりやすかった。
Before　After を見て自社の問題点にも気づく事ができた。
・会社の伝えたいことをお客様に伝えていくという事がいかに大変か、
伝え続けていく事が大事であるか分かった。

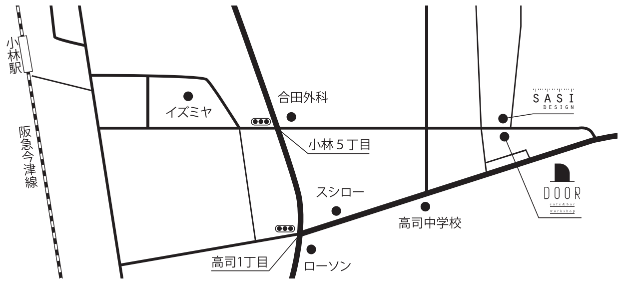
講師はいかかでしたか？



・クライアントの立場で案件に対応されているところが大変素晴らしいと感じた。
・とても引き込まれるお話で、また今やりたいことに直結するお話でとても参考になった。
・とてもわかりやすく、濃い内容だったと思う。また話を聞きたいと思える方だった。
・メリハリのある表現の仕方でわかりやすかった。資料もビジュアル重視で見応えがあった。
・親しみやすい感じがして、とてもリラックスして話を聞くことができた。
・先生の伝えたいことが良くわかった。実績を見ても非常に感心がある先生だった。

岡山県産業振興財団主催　ブランド力向上セミナー　アンケート結果より

デザインは「作る」だけでは『価値』にならない 時間が経ち、馴染んでからが『価値』になる



株式会社 SASI DESIGN
〒665-0044　兵庫県宝塚市末成町 27-2-101 号室
tel　0797-75-8576
fax　0797-75-8307
web　http://sasi-d.com
mail　kondokiyoto@sasi-d.com
代表取締役　　近藤清人
資本金　　　　5,000,000 円
従業員　　　　9 名（パート含む）

cafe&bar DOOR
〒665-0051　兵庫県宝塚市高司 2-17-10-100
tel　0797-75-9426
web　http://door.sasi-d.com

＜専門家登録＞
中小企業庁 専門家派遣事業 専門家
兵庫県 / 奈良県商工会連合会 専門家派遣事業 専門家
ひょうご産業活性化センター専門家派遣事業 専門家
岡山県産業振興財団　おかやま専門家
公益財団法人 埼玉県産業振興公社　支援専門家
大阪産業大学 デザイン工学部 非常勤助手

＜メディア＞
フジテレビ めざましテレビ　（イス型防災バッグ　stool bag）
テレビ東京 ワールドビジネスサテライト　（株式会社ゆめの樹野上野と共に）
テレビ東京 モーニングチャージ　（銀海酒造有限会社と共に）
日経デザイン
建築雑誌　CASA BRUTAS
インテリア雑誌　LIVES　　　など