米沢品質AWARD

心意気ブランディング

申請者情報

区分：	企業
運動体名：	株式会社川島印刷
所在地：	山形県米沢市大字花沢２２１－２
代表者：	川島　良範
ブランド責任者：	川島　良範
担当者：	沼澤　静江
連絡先電話番号：	0238-21-5511
メールアドレス：	mail@kawa-prt.com
発信情報：	株式会社川島印刷コーポレートサイト：https://kawa-prt.com/

AWARD申請内容

審査状況：二次審査中

種別：サービス

受賞を目指す産品やサービスの名称

心意気ブランディング

＊

申請する商品やサービス等の概要

『心意気ブランディング』はデザイン工程における上流過程をサービス化し
企業・作り手の想い（＝心意気）を世の中に伝えるブランディング事業です。

◎ブランディングメッセージ
あなたの心意気は、お客さまに見えていますか？

心意気、なんて言うと、少し恥ずかしいような、
古くさいような気持ちがするかもしれません。

でも、きっと、お持ちだと思います。
それこそが、大事な鍵です。

安ければ売れる、質が良ければ売れる、オシャレなら売れる…
このような時代は終わりました。
良質なモノやサービスが世の中に溢れ、
お客さまは選ぶことすら難しくなっています。

お客さまに選ばれるためには、“理由 " が必要です。
その“理由 " を生みだす源泉が「心意気」だと、私たちは考えています。
それは、販促ツールをキレイにデザインしても、見えてきません。
作り手や売り手の想いを深堀りし、
世の中に見える化することで、初めて伝わります。

それが、ブランディングです。
心意気とは何なのか？どうすれば見える化できるのか？を
皆さんと一緒に考えていきます。

◎『心意気ブランディング』とは
心意気…「選ばれる理由」の源泉となるもの（ならではの魅力・覚悟・こだわり・愛・ビジョン etc）
ブランディング…作り手の心意気を世の中に見える化させること（＝デザインの上流工程）
見える化の手段…デザインやキャッチコピーなどの手段を使ってカタチにし世の中に伝えること
※心意気は、もともと作り手の中にあるもの。新しくさがすことではない。
引き出して、深掘りして、顕在化させた心意気をデザインに落とし込む。（＝デザインの根拠）

◎ブランディングミッション
・商品やサービスに込められた作り手の想いを見える化すること
・見える化された心意気をデザインに落とし込み世の中に伝えること

◎商材例
・企業や商品、サービスのロゴマーク
・パッケージ、ラベルのリニューアル
・企業メッセージやビジョンをまとめたWebサイトやパンフレット　など

挑戦と創造のストーリー

わたしたちは「キレイなだけのデザイン、作りません！」と掲げているのに、
実際は形を整えるだけのときもあれば、
キレイですらないデザインを作ることもよくあります。

では、なぜ現実にそれが起きているのか。
理由は明確で「デザインの根拠がない」これに尽きます。

根拠がないデザインは判断する人の好みで片付けられ
無数にあるレイアウトや配色などが“好み”になるまで、
パターンを出したり作り替えたり修正を繰り返すことになるのです。

相手の好みに合わせてデザインしたところで
望んでいた成果につながらないこともよくある話です。

わたしたちが考えるデザインは、商品やサービスをキレイにしたり
オシャレにして外見を整えることではありません。

本当に大切なのは、伝えたいこと（意味･価値）を見える化すること。
商品やサービスに込められている作り手の想いや本質の価値が明確でなければ、
いくらキレイにデザインしても選ばれ続けることは難しいのです。

例えば、米沢を代表するブランド、米沢牛。

「食べたことがなくても一度は食べて見たい」
「米沢牛を食べに米沢まで行ってみたい」
このような理由はあるにしても
「米沢牛のパッケージが素敵だから米沢牛を買いたい」とはならないはず。

大切なのは外見ではなく、商品やサービスの本質。
そしてその価値が世の中に伝わっているかどうかなのです。

だとすれば、わたしたちも同様に「キレイなだけのデザイン」ではいけない理由を明確にし、
デザインの工程における本当の価値を世の中に伝えなければいけないと、
社内プロジェクトを立ち上げ取り組みを始めました。

そこから生まれたのが『心意気ブランディング』です。

商品やサービス等の品質の高める工夫

『心意気ブランディング』の質を高めるのに1番適した方法は
【米沢品質向上運動】へ積極的に参加することです。

わたしたちはTEAM NEXT YONEZAWAの一員として
どうすれば「自社のサービスがもっと良くなり米沢に貢献できるか」
そして「米沢における心意気は何か」を常に考え
米沢ブランドの理解を深める活動を現在も続けています。

これまでも、そもそもワークショップなどに複数名の社員で参加。

ブランディングの意味や選ばれる理由の大切さを知り、
そこで得た学びや気づきを社内展開し、自分達のビジョンを掲げ
現在進行形でインナーブランディングにも努めています。

商品やサービス等の独自性・価値

『心意気ブランディング』はデザインの上流工程を
米沢ならではの視点を取り入れサービス化したものです。

他の印刷会社で行っているデザインの多くは、
基本的にクライアント様からお預かりした原稿を元に、
好みのテイストに整えるところがほとんどです。

しかし、外見の善し悪しよりも、商品やサービスに込められた
作り手の想いを伝えることがより大切であり、
その上流工程こそがデザインの価値であることに気がつきました。

そのためには、クライアント様にとって第2の社員になるような覚悟で取り組み、
心意気ワークショップを行い、核となるメッセージを握るまではデザインにとりかかりません。

また、このサービスは【米沢品質向上運動】がきっかけで誕生しました。

衰退産業と言われている印刷業界にいながら、
次の一手を探るべくそして未来ある会社・米沢を創りたい一心で、逆境の中取り組んで参りました。
米沢品質の根幹でもある鷹山公のDNAがこのサービスにも受け継がれています。
どんなに辛く苦しくても鷹山公が逆境に立ち向かい、米沢を立て直すことができたのは、
藩主の心意気が領民に伝わり皆で前を向き努力し続けたからでしょう。

このプロセスは現代の企業、地域、日本において最も必要なことであるとわたしたちは確信しています。

見せかけよりも大切なのは内面に秘める想い。

心意気にあふれた魅力的な地域を創ることを目指し
「なさねば成らぬ」の精神で、未来の米沢そして日本のために、
新しい「ブランドの定義」をこの米沢から世の中に発信していきます。

商品やサービス等に対する評価

◎心意気ブランディングセミナーの感想
・作り手側の想い、何を伝えたいかが明確にならないと、デザインしても伝わらない。
今日はこの事を学べたことが本当に良かった。
・これまでHPやパンフレットなど多く作成頂いたが、いかに他力本願な進め方だったのかと反省した。
「覚悟・心意気」をスタッフで共有しながら前に進みたいと思った。

◎自力本願米沢の『なさねば成らぬ御守り』
・1 個5,500 円（税込）
・リリースから約3ヶ月で25個販売
・Facebook投稿リーチ数（通常時平均約200リーチ前後）
1回目…1800リーチ　28イイネ
2回目…429リーチ　26イイネ
3回目…576リーチ　30イイネ

心意気を引き出さずに、外見をオシャレに整えた「原方刺し子お守り」として販売したら、
この価格では高すぎて売れなかっただろう。
米沢ならではの“自力本願となさねば成らぬ”の心意気を引き出し、
デザインに落とし込んだことで、必要としている人に届いたのではないか。
原方刺し子だからではなく、「自力本願で何が何でも頑張る」と決意した人が購入したのではないか。

情報発信の手段

◎セミナーやワークショップの開催
『心意気ブランディング』の本質を伝えるのに1番適している手段は
ワークショップやセミナーなどを開催し、直接対面にて想いをお話することです。
現に今年の4月、弊社主催の「～なぜ、キレイにデザインしても売れないのか？
～心意気ブランディングセミナー」を招待制で開催しました。

このサービスは、今の世の中で思われている「デザインは見た目をオシャレにしたり外見を整えるもの」
「オシャレなデザインは売れる」などの概念を覆すところから始まります。

まずはその必要性に気づいてもらうことが大切と考え、機会創出に力を入れていきます。
何度も繰り返し接触していくことで、クライアント様の意識変革に寄り添いながらサポートしていきます。

◎紙×Web販促ツールの活用
デザインもWebも社内一貫体制で作ることができる強みを活かし、
ブランディングメッセージをまとめたWebページやパンフレットなども制作予定で

す。
現時点では完成しておりませんが、出来次第活用していきます。

◎SNSや社外報による発信
社内にはSNS委員会・社外報委員会なる有志メンバーの組織が存在し、
それぞれのチーム同士連携を取りながら情報発信を行っています。
SNSはFacebookとInstagramそれぞれ媒体の特徴やユーザーの
属性を考慮した内容になるよう工夫をしています。

評価を活かす仕組みや体制

『心意気ブランディング』に従事するために社内体制を整え
心意気チームを結成しました。

元々制作課に所属していたデザイナー、
Web事業部に所属していたWebディレクター、
また弊社代表でもある川島がチームの一員です。

プロジェクトTODOとスケジュールを全て見える化し、
お互いの状況を確認しながら社内専用スレッドでリアルタイムな情報交換を行っています。
必ず週一でミーティングが開かれ、互いにアイデアを出し合ったり、
クライアント様の課題を共有したりとプロジェクトを止めることなく取り組んでいます。

また、この取り組みを活かす体制の一つにTEAM NEXT YONEZAWAに
登録していることも挙げられます。

色んな人の良いところを見つけて応援する、先頭で引っ張っていくリーダーを応援する、
この価値観は米沢ブランドの考え方と全く一緒です。
わたしたちはこのご縁と一つの大きなチームであることの強みを活かし、
情報発信や機会創出に努めていきます。

今後の計画

『心意気ブランディング』で描く将来のビジョンは、
心意気があふれた魅力的な米沢（地域）を創ることです。

同じ志を持つTEAM NEXT YONEZAWA登録企業様はじめ、
作り手の心意気を見える化することで
商品・サービスに込められている本質の価値が
世の中に伝わり、必要としている人の手に届く。

日本中から「米沢」に振り向いてもらうきっかけを作ります。

そして『心意気ブランディング』に関わった米沢の企業様が
米沢品質AWARDを受賞し、共に地域を盛り上げることができたなら
こんなに嬉しいことはないでしょう。

その通過点として、わたしたちは米沢品質AWARDに挑戦します。

米沢への貢献

わたしたちが1番米沢市に貢献できることは
【米沢品質向上運動】をそのまま体現した企業として、
米沢品質の意義を証明し、後進に対するリーダーとなることです。

この取り組みに共感し何度もセミナーに通い続け、
自社に展開し、ようやくスタート地点に立つことができました。

これまでも、“ねっちょどがんばっぺ米沢プロジェクト”などで、
米沢の企業の熱い想いをSNSやYoutubeで紹介したり、
米沢を盛り上げる活動をしてきました。
それらの活動を重ねたからこそ『心意気ブランディング』に結びつきました。

『心意気ブランディング』と『米沢ブランド』が掲げる価値観は
非常に近いところにあると確信しています。

手探りだった3年前、自社のビジョンが曖昧なまま
毎日の業務に追われていました。
しかし、『心意気ブランディング』という自分達のブランドを立ち上げ、
社長の覚悟が見える化された事でやるべき事が明確になり
社員の動きに変化が現れ始めています。

『心意気ブランディング』は『米沢ブランド』。

TEAM NEXT YONEZAWAで学んだこのプロセス全てを
その一員として世の中に発信していきます。

現在取り組んでいるSDGsの取り組み＜参考＞

【UDフォントの活用で読みやすく分かりやすい紙面作り】
弊社で制作している広報誌・会報誌の本文をUDフォントに移行し、
クライアント様や地域にとって持続可能な情報伝達ツールをつくり続けます。

読む方にとって「より分かりやすく、伝わりやすい広報誌・会報誌」を制作し
読み間違いによるリスクを少しでも減少させます。

【廃材の活用】
SDGsに取り組む以前は、印刷して不要になった部分は
特に活用することなく廃棄（リサイクル）されていましたが、
最近では社内用の「メモ帳」や商材を区分けする時の「止め帯」などに使用し、
なるべく無駄なく活用しています。

【SDGs推進のための社内教育と情報発信】
SDGsを知り、関心を高め、小さなことからでも実行に移すため、
まずは全社員対象に社内教育を行いました。
その後「できることからはじめよう！」と称し
社員一人ひとりができることを見つけ、
弊社Facebookアカウントから情報発信を行っています。

川島印刷HP SDGs専用ページはこちら
https://kawa-prt.com/sdgs/

商品やサービスの画像

商品の企画から寄り添って、心意気を明確にした『なさねば成らぬ御守り』。 売場を探し、関係各所に心意気を伝えることで想いを理解していただいた。 心意気があるからこそ、関係者の熱量で実現できた体験は大きな実績。 結果、販売実績に繋がっただけでなく、ＳＮＳでの反響、しかも、米沢以外の人たちに多く響いたことは、米沢ブランドが世の中から注目される可能性を現実のものにした一歩である。

米沢（一部高畠）の経営者向けに開催した心意気ブランディングセミナー。弊社の単なるサービス紹介ではなく、心意気を大事にする経営の大切さを投げかけた。事例紹介時には、弊社クライアント様にゲストスピーカーとしてお話して頂いた。

『心意気ブランディング』ロゴデザインの社内コンペを開催。在職中の社員にサービス概要を共有し、できるだけ同じ気持ちで取り組めるよう、インナーブランディングにも力を入れ始めている。

種別 サービス

調査員評価集計結果

問１．秀でた「挑戦と創造」のバックグランドを感じる

そう思う	3
どちらとも言えない	0
そう思わない	0

問２．「優れた品質」や「他にはない価値」を感じる

そう思う	1
どちらとも言えない	1
そう思わない	1

問３．販売・広告活動等優れた取り組みをしている

そう思う	3
どちらとも言えない	0
そう思わない	0

問４．米沢を代表し、米沢ブランドを高める事に貢献しそう

そう思う	2
どちらとも言えない	1
そう思わない	0

問５．これからも更なる進化が期待できる

そう思う	3
どちらとも言えない	0
そう思わない	0

評価 (4 / 3)

8 コメントを残す

コメントを書く.....

5

新しい順 古い順

覆面調査員X

米沢品質向上運動に積極的に参画し、自分たちの位置づけを、一印刷会社から、地元顧客のブランディングを共に行う会社へとシフトした。ＢｔＢの企業であれば、方針の変更だけでなく、それが結実し実際に顧客の知名度や売上が向上するなどの実績が欲しいところ。調査員コメントにも顧客からのコメントがあるといいのだが。

返信 編集 1ヶ月 前

株式会社川島印刷

貴重なご意見ありがとうございます。
今後、クライアント様の事例も公開できる範囲でお伝えできればと思います。

応援どうぞよろしくお願いいたします。

返信 編集 1ヶ月 前

りさぶろう

評価 :

この取組により、社員の意識や動きが大きく変わったというところが素晴らしいです。
あとは、お客様からのリアルなコメントが欲しいですね。

返信 編集 1ヶ月 前

株式会社川島印刷

貴重なご意見ありがとうございます。

現状に満足することなく、今後も従業員一同精進して参りますので応援どうぞよろしくお願いいたします。

返信 編集 1ヶ月 前

しゃちょう

評価 :

米沢ブランドの考え方をストレートに表現している取組だと思います。印刷会社に取って厳しい時代になっており事業継承し続けることにも非常に勇気がいると思いますが、そのような状況だからこそ顧客と一体となって、確かな価値ある商品やサービスを一緒に構築していこうとする取り組みは素晴らしい取り組みだと思います。まだ、実績が無く、これから数年をかけての取組となると思いますので、焦らずにじっくり自社と顧客の価値を高めていっていただければと思います。

返信 編集 1ヶ月 前

株式会社川島印刷

貴重なご意見ありがとうございます。

米沢ブランドの取り組みに共感し生まれたサービスですので、私たちも大切に育てていきます。

応援どうぞよろしくお願いいたします。

返信 編集 1ヶ月 前

株式会社tree

評価 :

若いスタッフさんたちの熱い「心意気」を感じます！　この時代にあって常に進化を重ねておられる姿勢に、応援したいと感じます。

返信 編集 1ヶ月 前

株式会社川島印刷

嬉しいお言葉ありがとうございます。
若いスタッフ達から沢山刺激を受けております。5年、10年先の未来を皆さまと共に創り続けていけるよう頑張りますので、応援どうぞよろしくお願いいたします。

返信 編集 1ヶ月 前

米沢市産業部米沢ブランド戦略課

〒992-8501　山形県米沢市金池五丁目2番25号
TEL：0238-22-5111（代表）
FAX：0238-24-4541
Email：brand@city.yonezawa.yamagata.jp

Copyright © City of Yonezawa All Rights Reserved.