



COVER VISION

▶▶▶ (株)タマホーム様 (会社案内)



神奈川県にある抵抗器メーカーの会社案内。よくタマホームと間違える方もいるようですが、社長の苗字でもある玉田+抵抗のオーム(Ω)が社名となっている創業1967年の会社だ。表紙中央の白い円は撮影のライティングによるものではなくデザインで、社名のタマ(玉)を薄く浮かび上がらせている。

< Designers Eye >



ありがちな表紙で製品をばっちり見せる正攻法のデザインはさけた。この業界でも類を見ない雰囲気のものを作りたいと初めから決めていたので、表紙だけ横1センチ短いことや中身の製品カットなど細部にこだわった仕上がりになっている。アイデアでは常に創造的な仕事を行なうことを心がけている。



自身の未来創りとお客様の未来創りのヒントとして ニュースレター『IDEAVISION』スタート！

こんにちは！アイデアの佐藤です。今年2月に襲った大雪は北海道、関東地方など大変な被害だったと推察いたします。昨今は何が起こるか本当にわかりませんね。改めて自然の中で生きていくと(自然の一部だと)実感いたします。

★ニュースレター復活への想い

起業してすぐに始めたニュースレター『IDEA BOX』はいつの間にか忙しさにかまけ発行できなくなってしまっていた。しかし各企業、業種に関係なくブランドを構成するうえで『発信力』はととても大切だと改めて気づき、ホームページ開設と共にその重要性をお客様にも今一度認識していただきたいという想いから構成やデザイン、コンセプトも新たに再起動することに決めました。普段の業務をしながら発信していくのは簡単ではないですが、自身の未来創りとお客様の未来創りに少しでもお役に立てればという願いを込めて第1弾スタートっ！！

ブランドの階層(ブランドピラミッド)を意識して 次のステージへと準備を進める。

★ブランディングの次に見えてくるもの

ブランドには幾つかの階層があると思っています。(図1.参考)私の仕事もお客様の未来を考えながら、できるだけブランド階層の高い位置に刺していけるようにデザインをいたします。商いを続けて行く以上、私も含めいかにトップランナー(ハイブランド)に近づけるかを日々切磋琢磨しながら製品やサービスを見直し、発信していかなければならない宿命にあると思います。認知され社会や人に知れわたる程にその責任も増していくのがブランドです。ブランド(ブランディング)に終わりはなく、常に新しいコミュニケーションのあり方を模索しながら前に(上に)進んでいかなければならないと思っています。

ハイブランドには世界観があり それを支える多くのファンがある。

★ブランドピラミッド

業界での立ち位置や社会での立ち位置(自分の立ち位置)を意識しながら、次ぎを目指す。ブランドピラミッドで見るように次の階層(ステージ)を目指すことが大切だと思っています。アイデアはCの上に属しBとの境に位置している考えます。Bステージが一番熾烈なステージだと思います。なぜなら数も多く力も拮抗しているからです。

Aは誰もが耳にしたことがあるような一流ブランドと呼ばれるブランド(企業)。車ならベンツとかバイクならハーレー、ファッションならエルメス、ヴィトンなどなど認知度もあり、今も尚イノベーションを繰り返しながら継続し、そこにたくさんのファンがいる企業です。Bは主にブランディングがなされている中小企業で10年以上の実績と歴史もある企業。長い歴史からリブランディングが必要な企業も多数、競争も激しい。Cは実績でBより下に位置するがコアなファンを持つ企業も多い。またブランディングがなされていない企業や自身のブランド力に気がついていない企業もある。Cは出てきては消えて出てきては消えてを繰り返す不安定なステージでもあります。また異なる階層間でお付き合いしていくにはブランディングが重要であることも付け加えます。各々に自分よりも上のブランドとお付き合いすることは自身のブランド力を引き上げることに繋がります。

★デザイン×発信力

そうするとハイブランドってどんなもんかな?と考えた時に少し高くてもこのサービスを利用しようとか、同じ条件ならここだとか、とにかく好きだからとか、選んでいただく条件と付加価値があることや、デザインと合わせた『発信力』のある企業ではないかという考えにいたったのです。実はこのブランドピラミッド自体はこれから起業する方の為にわかりやすく考えたものですが、これは全ての企業、お客様にもあてはまるものと感じています。自分の立ち位置がおおよそでも把握できれば一歩リードです。アイデアは熾烈なBステージのできるだけ上を目指し発信していくことが課題です。いずれにしても各階層においてビジネスセンスとデザインセンスの両輪で走ることが重要だと思っています。

(図1.ブランドピラミッド)

★★★★★★ 編集後記 ★★★★★★

ブランドピラミッドについては、もう少し詳しくHPで説明する予定だ。実は僕自身の経験から“起業家”に向けたデザインプランを検討していて思いつき、まとめているところだ。何も考えずにこの熾烈な競争に飛び込む人はいないと思うが、デザインとブランディングをもって望めばライバルに差をつけ、リスクも軽減できると考えている。



ブランドの課題は「世界観」と「発信力」