CASE.03

リ・ブランディング

CONDEHOUSE

旭川で創業し、アメリカ、ドイツをはじめアジア圏など世界各国に展開している家具メーカーであるカンディハウスのCDOとして契約し、デザイン経営やリ・ブランディングに関わりました。
現在は新作発表時の各種プロモーションや展示会などの総合的な企画などを担っています。





CONDE HOUSE

50
1968 – 2018

リ・ブランディングのステップ

1 **創業50周年に向けて**

周年の大きな節目である50周年を機にリ・ブランディングに着手。社員をはじめ全てのステークホルダーに向けてカンディハウスの理念や意志を再構築し、発信するという計画を2年近くかけて取り組む。

2 **役員ブレスト**

最初の半年間は、定例ミーティングを繰り返し、カンディハウスさまチームと当社スタッフとのブレストを繰り返し、核になる考え方を導き出す。

3 **コンセプト策定**

核になる考え方としては、「日本の美意識を北海道の森林から発信する。」という考えから「北の共創力」をインナーの理念として据え、森の力や関係する方々の力、もちろん社員や顧客の力など全てを発揮し結合することで大きなエネルギーにしていく。

4 **タグライン策定**

コンセプトをベースにアウトプット用のスローガンを「ともに、つくる、くらし」というタグラインとして策定。常に社名のショルダーにこのタグラインをつけることにより、カンディハウスの意志を伝える表現手段とした。

5 **周年マークデザイン**

50周年という節目の年に社内外へアピールできるマークを作成し、あらゆる広報宣伝媒体やイベントなどに露出させ、効果的にアピール。



