



Fandy & Coji

先日はお世話になりました



## 中西さんの言葉

「この4～5年でこんなにも  
桶について考えたことがない」

“This is the first time to think so deeply about OKE in these 4 or 5 years.” said Nakanishi

デザイン・ブランディング  
において、最も大切なことです

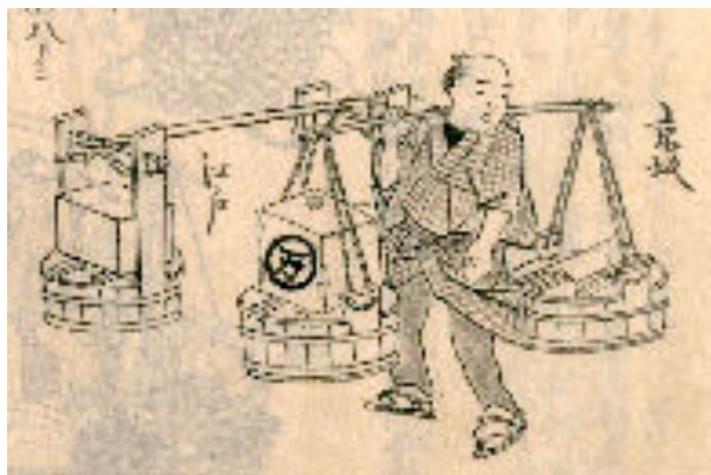
これからお話する内容は  
僕たちだけでは叶えられないことです

もう一度、桶について考えましょう



全盛期50年前  
桶職人の働きの場所として  
ダイワ産業はありました

50 years ago, Daiwa gathered many OKE craftsmen.



桶の製造技術は  
大量生産品以上、伝統工芸品未満  
(地域のパートさんでもできる)

The OKE making technique is said to be  
“better than mass-production but not as good as traditional crafts”  
(even part-time workers can make it )

だからこそ  
代わる素材や工業が現れ  
技術の継ぎ手がいなくなりました

Thus, new materials to replace OKE appeared and has developed into an industry. Few people would like to inherit the OKE skills.

それでも続けたからこそ  
ダイワ産業には「桶」が  
残り続けています

誇りに思ってください  
辞めていった同業者や  
商品を使っている人たちが  
胸をはれるように

Please be proud of your self.  
People who retired from OKE making should be proud.  
People who are using OKE should be proud.

他社には数十年かかっても  
たどり着くことのできない境地が  
「ダイワ産業の桶」です

Other companies can hardly reach to professional OKE making level even though they spent several years.

あらためて  
もう一度「桶」をつくりませんか

How about we making OKE again?



提案

Proposal

これからの時代  
家庭内における桶の需要が少ないため  
大量に売ることは困難です

In the future, it might be hard to sell OKE in large numbers.

つまり

「桶を作っている会社」と  
思われているかぎり  
は  
明るい未来はありません

しかし、桶の製造技術を  
世の中に広めることはできます  
すばらしい技術です

But, we can spread out the OKE making technique.

例えば  
京友禅・南部鉄器・瀬戸物  
曲げわっぱ・藍染め  
バティックのように

For example, like what Kyo-yuzen ,Nambu ironware , Japanese traditional crockery and batik industries are doing



それらと同じように  
「桶という商品」を「桶という技術」  
にまで昇華させましょう

Shall we also transform ourselves from focusing on "OKE product" to "OKE technique"?



本題です

既存ブランドとは別の  
新しいブランドを作りますか

新しいブランドは  
新しいストーリーを創り  
新しいコミュニケーションを生み  
新しいユーザーに届きます

新しいブランドをつくることで  
これまでになかった  
良い循環が生まれるのです

New Brand OKE  
“Pray”

ダイワ産業には  
パーツを組み合わせて円を作るという  
稀有な技術があります

「合掌」

空に浮かぶ円を見上げ  
神を想い、手を合わせ、願う

## 「古墳」

かつての古都に存在する  
力の源（スピリチュアルスポット）が  
地域内にたくさんあります

住環境が劇的に変化した  
この時代にこそふさわしい  
祈りのかたち





New Brand OKE  
“ju-box”

江戸時代からはじまった桶の文化  
軽くて丈夫、持ち運びに適しています  
(豆腐屋など)

強度があり、水に強く、よい香りから  
またたく間に日本中に伝わりました

やはり桶の技術は  
食器周りの商品にはむいています

しかし、今の生活に  
桶は必要なくなっています

1年に1度、登場する  
プレミアムな桶はどうでしょう

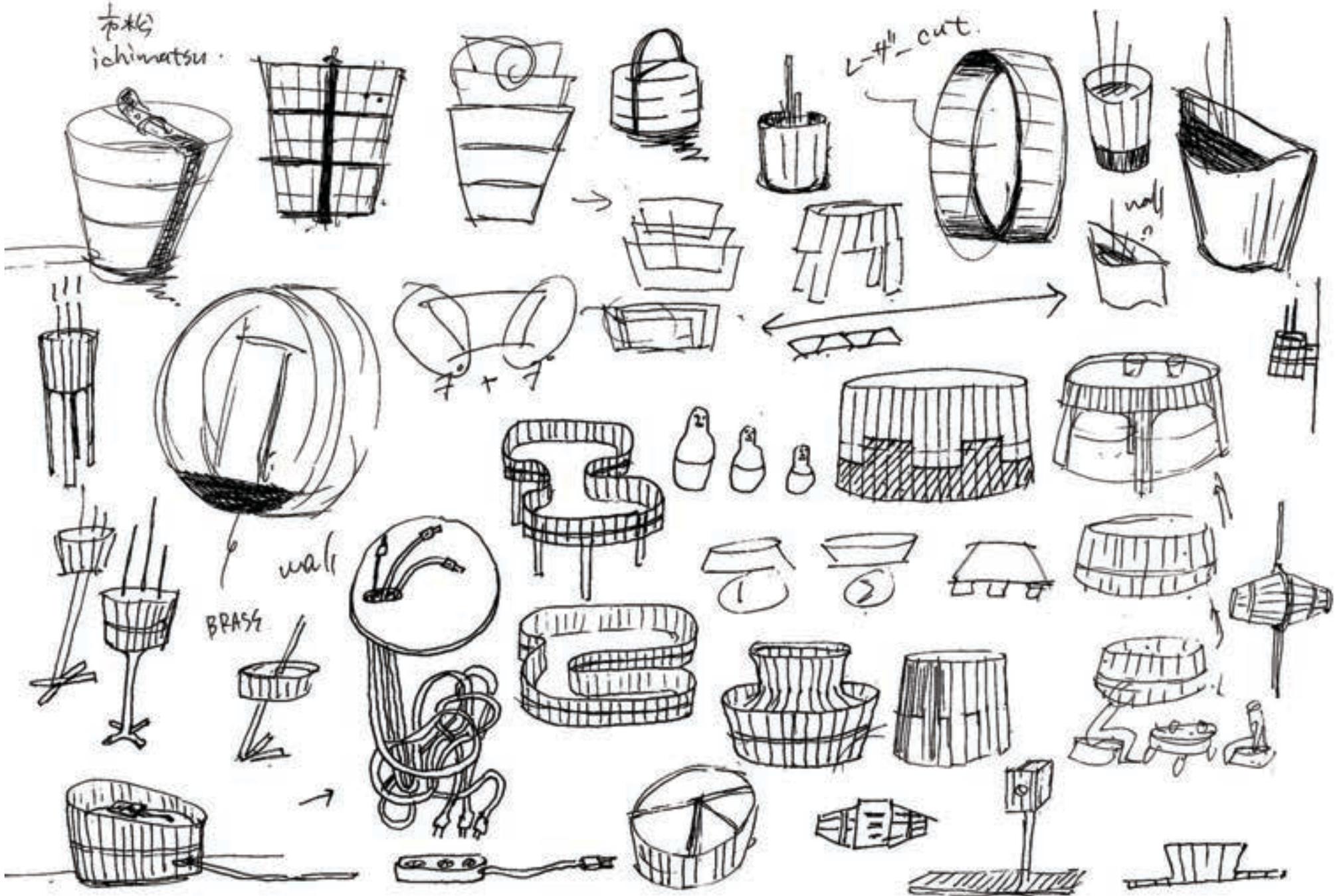




New Brand OKE  
“Furniture”

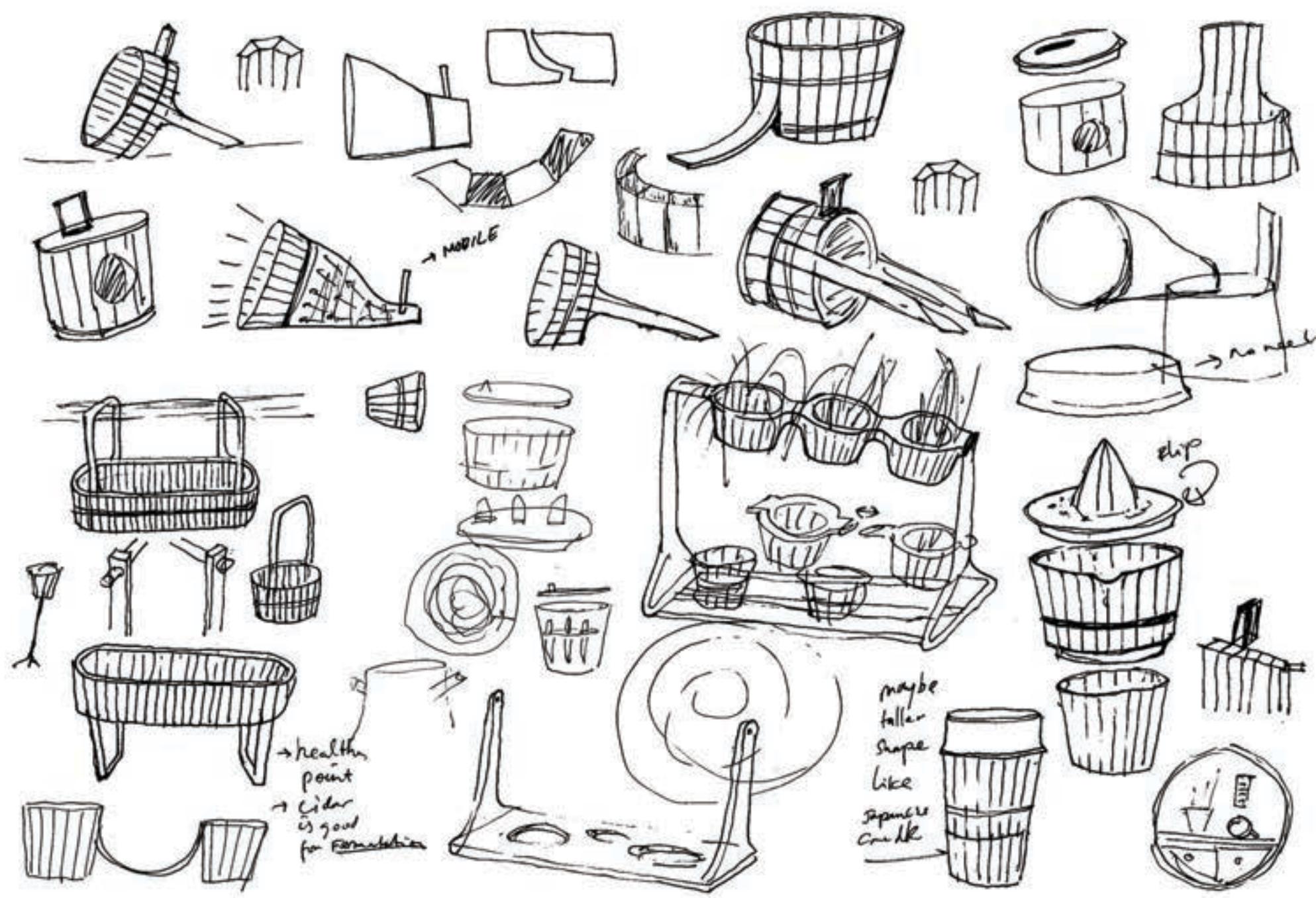


木桶  
ichimatsu.



L-4th cut.

uaki  
BRASS



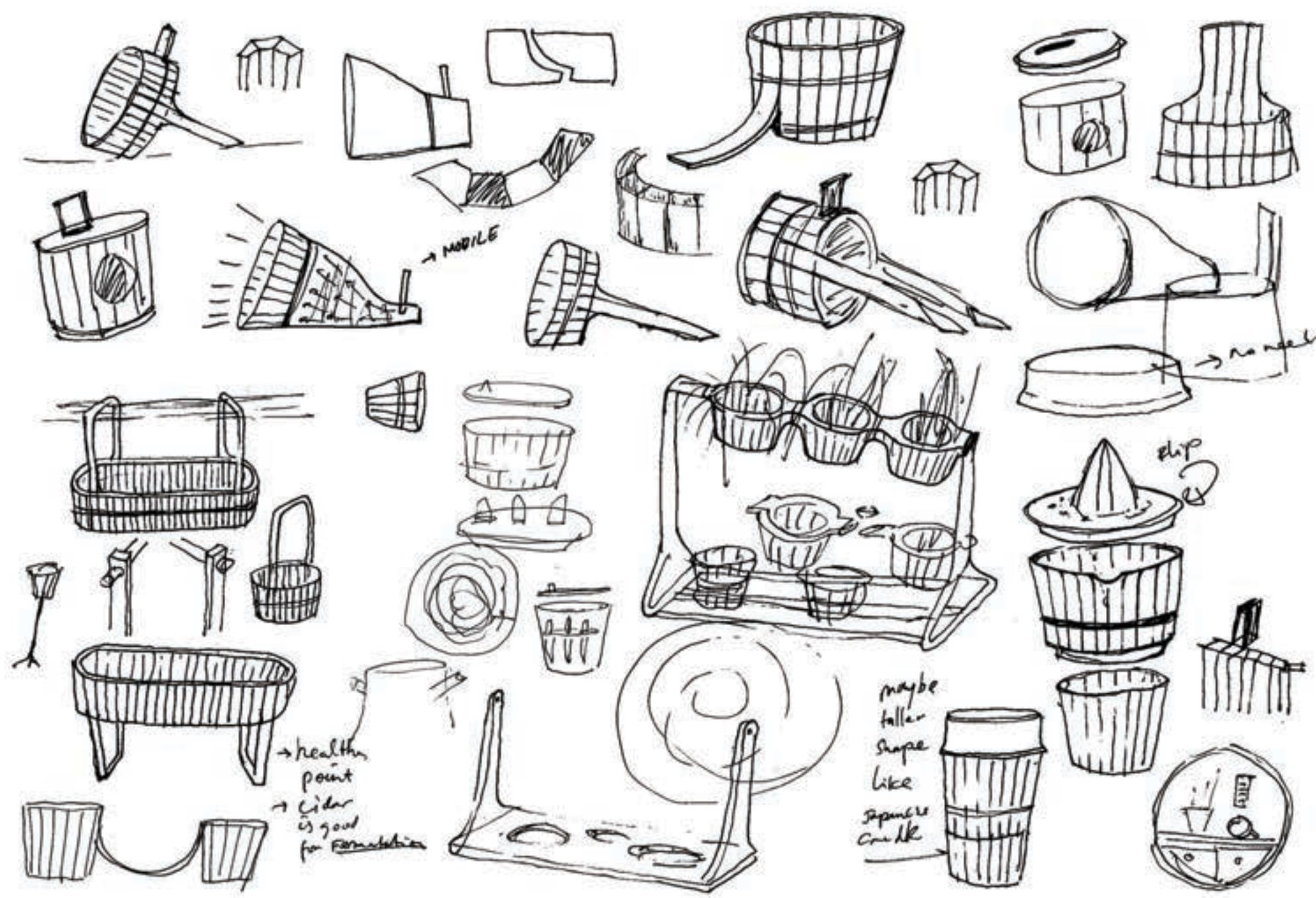
→ MOBILE

→ health point  
→ Cedar is good for Formulation

maybe taller shape like Japanese Cradle

clip

→ no need



これらのブランドは  
既存の販路や、顧客相手には  
売ることができません

これまでとは異なるアプローチで  
ユーザー・メディア・店舗・他業種へ  
コミュニケーションする必要があります

そのために必要なのが  
新ブランドのイメージを表す  
デザインです

マークもつくりましょう



会社の成り立ちから考えてみました

かつての都の隣町  
薬の町「高取」ではじまり  
飛鳥の人々を支え続けました

木製品を創造し  
癒やしを提供し続け  
社会や循環生活に貢献する  
(ダイワ産業経営理念)

癒し、人なつこい、と和み

家紋から発想した形で  
ダイワ産業が大事にする  
「unity 一体性」を表現します

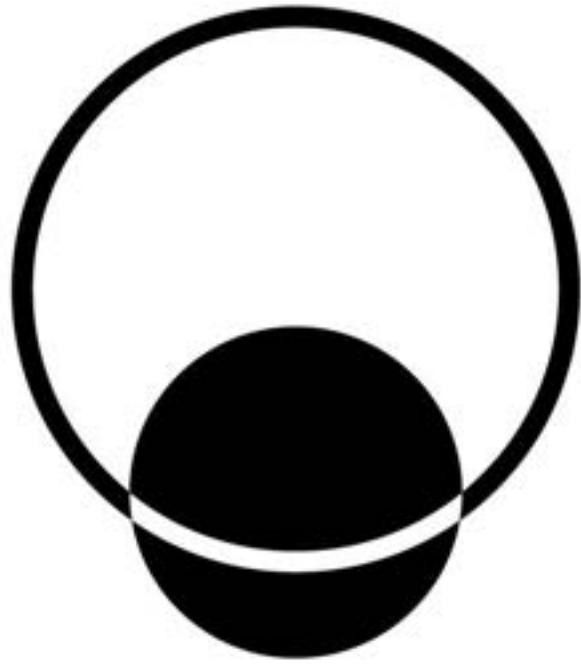
また、

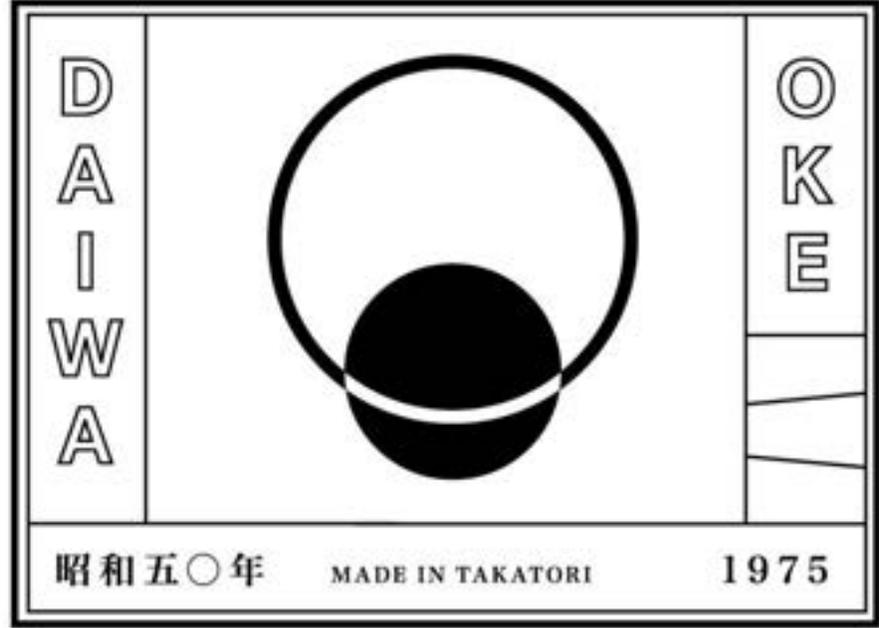
今回のプロジェクトで  
本当にいろいろな角度から  
「桶」と語り合いました

“new Angles”

新しい角度と新しい視点

1. 会社と町の歴史
2. 理念
3. 新しい視点





DAIWA

OKE

昭和五〇年 MADE IN TAKATORI 1975

地域のことを重視すると同時に  
海外に進出したい気持ちを伝えるために  
この新しいブランドは  
現代と伝統の両側面を持ちあわせています

地域のことを重視すると同時に  
海外に進出したい気持ちを伝えるために  
この新しいブランドは  
現代と伝統の両側面を持ちあわせています

このマークの目標は  
日本の豊かさを楽しく祝い  
国内と海外に届けるということです。









このブランディングデザインは  
会社のためにはもちろん

This branding design is not only for Daiwa

生産者たちが誇りをもち  
特産品が生まれ地域が元気になり  
業界全体のためにもなるでしょう

but also for all OKE industries.

It can make the OKE makers to take pride in their work, and also can make OKE making town more energetic.

「桶という技術」になりましょう

Shall we also transform ourselves “OKE technique”



最後に

At last...

