

渋谷支部報

発行
 (一社) 東京都建築士事務所協会 渋谷支部
 支部長 山本 誠
 編集
 渋谷支部 編集委員会
 会員数
 正会員 119 社
 協力会員 21 社
 令和6年12月現在

支部HP QRコード
 (令和6年4月改定)



一般社団法人東京都建築士事務所協会「新春賀詞交歓会」が令和7年1月29日に明治記念館で開催されました。それに先立ち「ブランディングデザインと建築」と題して、西澤明洋さん(株式会社エイトブランディングデザイン代表)の特別講演がありましたので併せてその概要を報告します。

(渋谷支部顧問 野越聖一)

ブランディングデザインと建築



西澤明洋さんは、講師として、ブランディングデザインを元気にしているという。

外で1000以上の賞を受賞し、大学や企業などで講演やセミナーを精力的に行っています。主な仕事にクラフトビール「CODOL」、抹茶カフェ「hana, s green tea」、織り絨毯「山形段通」、スキンケア「ユースキン」などがあります。

ブランディングデザインとは、企業の商品やサービスなどの視覚的な要素をデザインするための統計学的な表現手段です。建築的表現手段の文化、慣習、歴史、自然の文化、慣習、歴史、適度な答えを導き出す空間づくりや、照明設定などにも大きく関係しています。

西澤さんは、「良い物を作っても売れない」という声を多くの方から聞くことから、「さてどうするか」と会場の方に問いかけをし



西澤さんが手がけたブランディング作品

西澤さんは、差異化され

本は、多くの物でなくなった。よい物があつたとしても手にとり物がない状況です。ただよい物を作るだけなく、よく伝えること、多くの人に手に出すこと。この状況を作り出すこと。ブランディングは伝言ゲームであると言っています。「売らぬ」より「伝える」がブランドの意図は元々家畜にする烙印のことで、重要なのは「差異化」であり、ほかとどう違うのかを正しく伝えること。そして、マーケティングとブランドデザインを混同しないことを力説されました。

たブランドを作るため、3段階「フォークラス」の開発手法を紹介し、その方向性の軸を作り出すこと。そして、ブランディングデザインの5つ目的である①一貫性、②信頼感、③イメージ、④差別化、⑤認知度の向上させていくことと説明し、最後に「ブランディングとは何か!」と締めくくりました。

ブランディングデザインは少し難しいイメージがありましたが、大変わかりやすく、またその重要性について改めて認識することができた講演でした。建築設計におけるブランディングはどうあるべきか考えさせられるよい機会になった講演であったと思います。

(写真は本会資料より)

東京都建築士事務所協会 新春賀詞交歓会

引き続き新春賀詞交歓会が開催され、冒頭富樫副会長から開会の辞があり、続いて千鳥会長から念頭の挨拶があり、東京支部の皆さん、東京都住宅政策委員、並びに東京支部の皆さん、また関係団体、及び東京都議会の皆様、ご来賓として、今年も社会貢献活動に頭著な貢献をされた千鳥会長から表彰されました。

(裏面へ続く)

