

桑原商店 VI

デザイン学科 松本健一 MATSUMOTO Kenichi

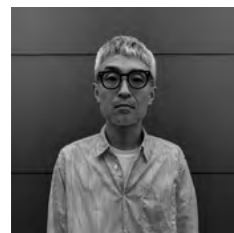
桑原商店
品川区西五反田
二丁目29番2号



代々家族で営まれてきた酒屋である桑原商店。倉庫として利用していた場所で、角打ちスタイルの居酒屋を一時的に営んでいたが、家族が楽しく働ける場を作るため、建築家が既存の特徴を生かしながら、お酒を楽しめる類のない場になるよう一新した。上階には家族の住居があるため、お店然としたロゴではなく、代々ここで営まれてきた場所性ということ踏まえ、シンボルは作らずに店名と住所をセットにしたロゴとした。

ファサードには派手すぎず、且つ存在感を示せるネオン管を採用し、ロゴをそのまま再現できることから、丸ゴシックを使用。その時点で「文字を軸としたVI」という方向性が見え、あらゆるPOPなどを共通の書体で統一していった。そうすることで造形的な個性を出さずとも、店舗の雰囲気醸成できるのでは、と考えた。

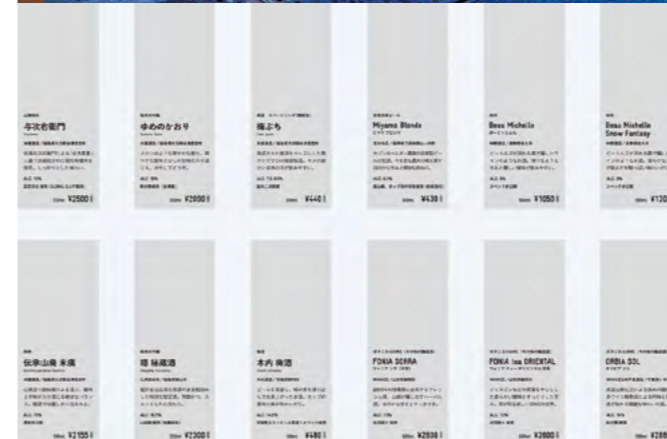
POPは商品が増える度に、日々更新されます。そのためルールを設定し、それに従って展開をしています。桑原商店のVIは文字そのものですから、POPも重要なVI要素の一つという考えの元、設計を行なっています。



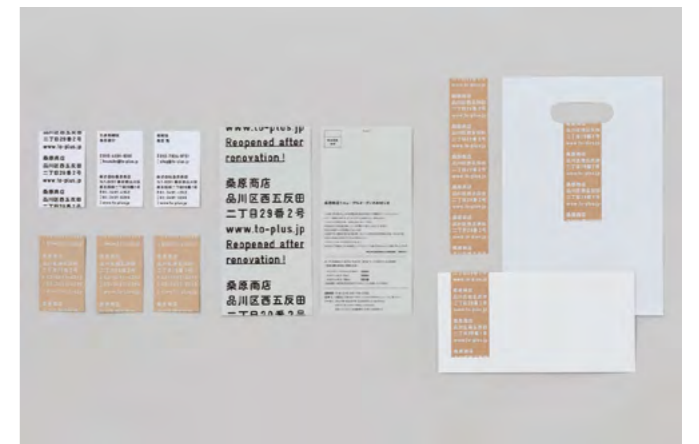
1980年東京都出身。多摩美術大学グラフィックデザイン学科卒業後、デザイン制作会社を経て2013年に独立し、MOTOMOTO inc. を設立。グラフィックデザインを軸に、広告、CI・VI、サイン計画、パッケージなど横断的にクリエイティブを手掛る。主な受賞に、ONE SHOW DESIGN BRONZE、ADC YOUNG GUN 8 選出、日本タイポグラフィ年鑑 グラフィック部門ベストワーク等がある。



店舗ファサード



(上) 店舗ファサード、(下) 日本酒 POP



(上) 店舗ツール、(下) 包装紙

Kuwabara Shoten VI

Department of Design MATSUMOTO Kenichi

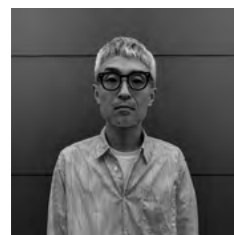
桑原商店
品川区西五反田
二丁目29番2号



Kuwabara Shoten is a liquor store that has been family-run for generations. They used to run a *kaku-uchi* style pub (a liquor store in which you can drink alcohol you've bought) in a place once used as a warehouse, but in order to create somewhere the family could enjoy working, we redesigned it to be a unique place to enjoy alcohol while the architect took advantage of the building's existing features. Since the family residence sits on the upper floors, the logo was made to not be a shop-like one, but instead based on the sense of this place that has been run here for generations. There was no creation of a symbol; the logo is a set of the store's name and address.

The façade uses neon tubes that give it a sense of presence without being too flashy, and the *Maru Gothic* font was used so that the logo can be reproduced as-is. At that point, we could see the direction going towards a visual identity centered on lettering, so we unified all POP displays, etc. with a common typeface. By doing so, we thought it would be possible to create atmosphere in the store without giving it a modeled sort of character.

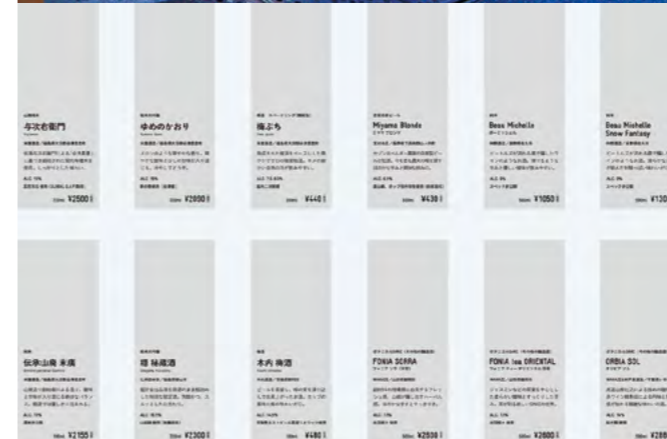
The POP displays are updated day by day as the number of products increases. For that reason, we set rules and developed them accordingly. *Kuwabara Shoten's* VI is the lettering itself, so we design based on the idea that POP displays are also an important element of visual identity.



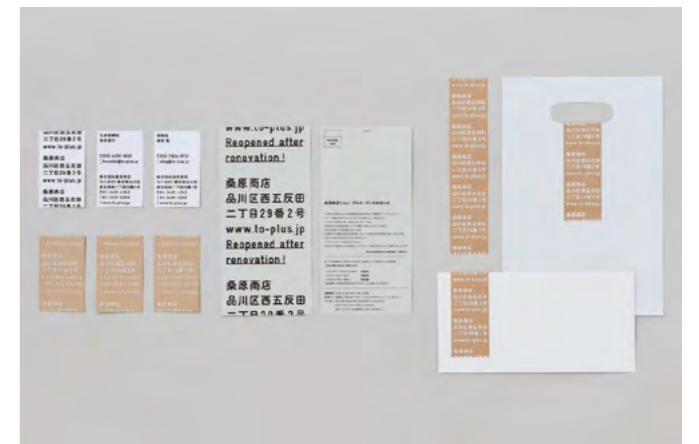
Born in Tokyo in 1980. After graduating from the Department of Graphic Design at Tama Art University and working for a design production company, he went independent in 2013 and established MOTOMOTO inc. With a focus in graphic design, he is involved in creative work spanning advertising, CI/VI, sign planning, and packaging. Major awards include the One Show Design (Bronze), selection for ADC Young Guns 8, and Best Work in the Graphics section for the Japan Typography Association's Applied Typography almanac.



店舗ファサード



(上) 店舗ファサード、(下) 日本酒 POP



(上) 店舗ツール、(下) 包装紙