

**Design Camp 2021**

Morisho Meiboku  
森庄銘木産業株式会社



目次: Table Of Contents

**3日間のまとめ / What We Learned in 3 days**

**森庄ブランドを分析 / Brand Workshop Analysis**

**スローガン / Tagline**

**提案したいこと / Mori World 2040**

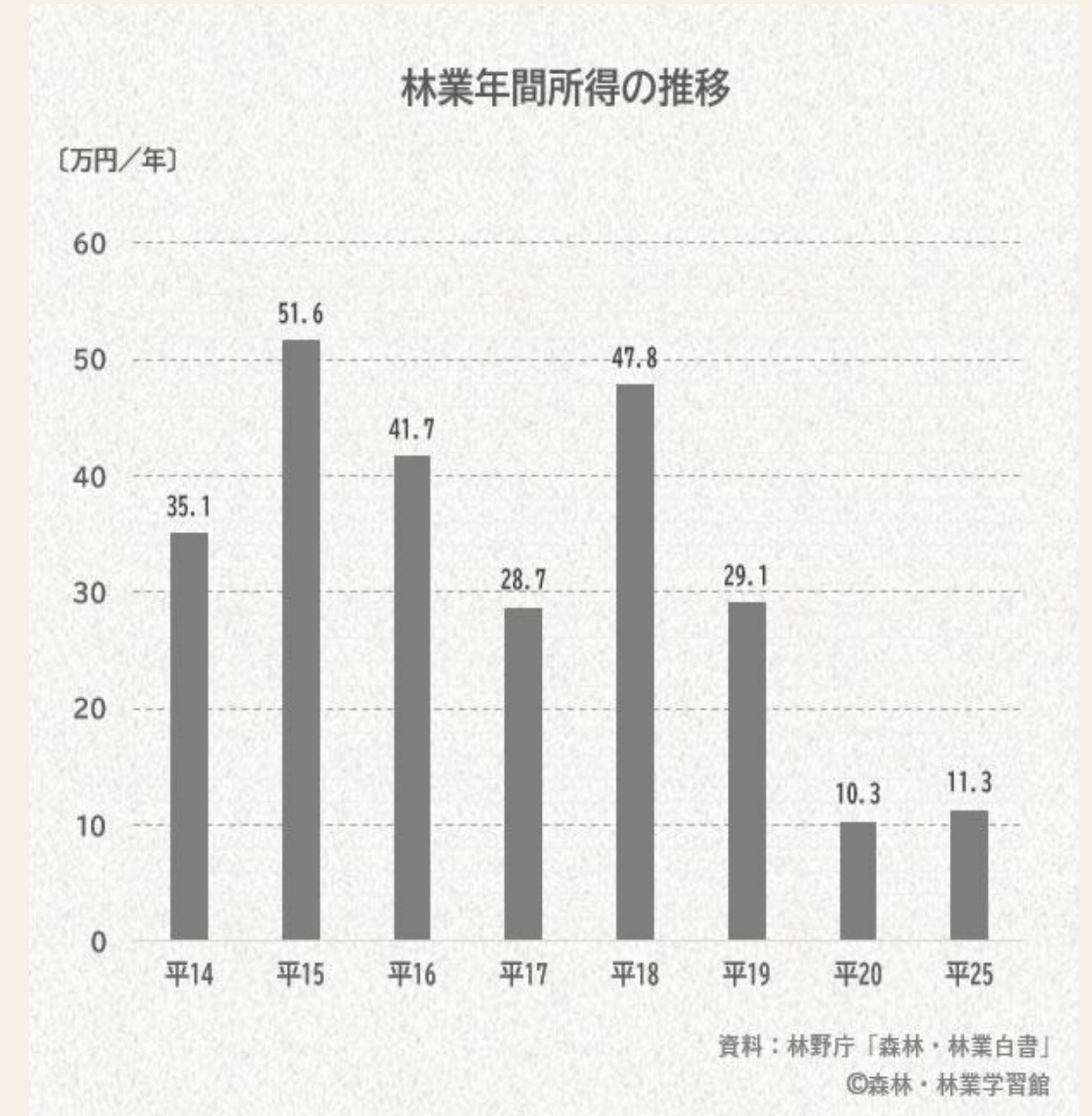
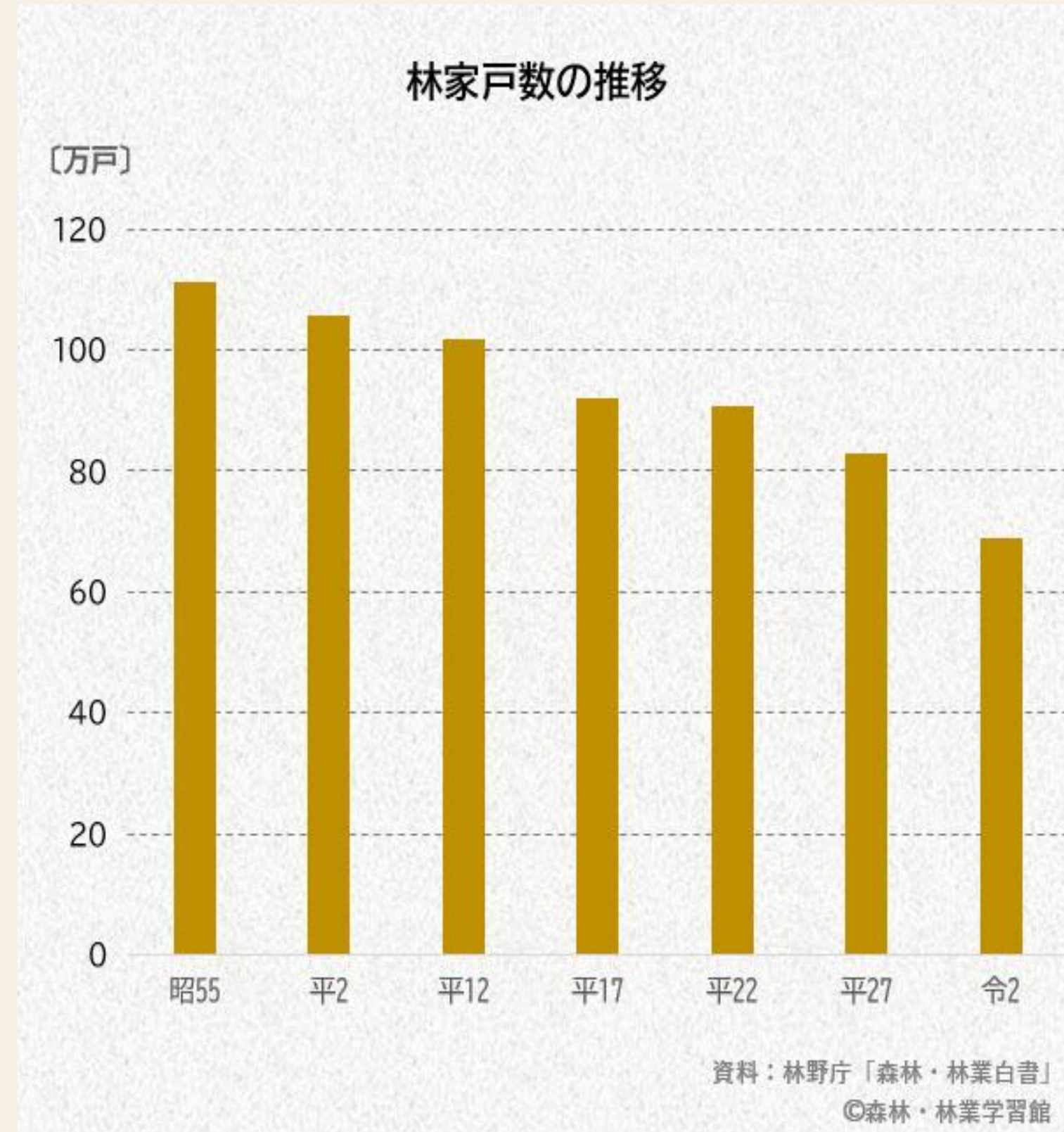
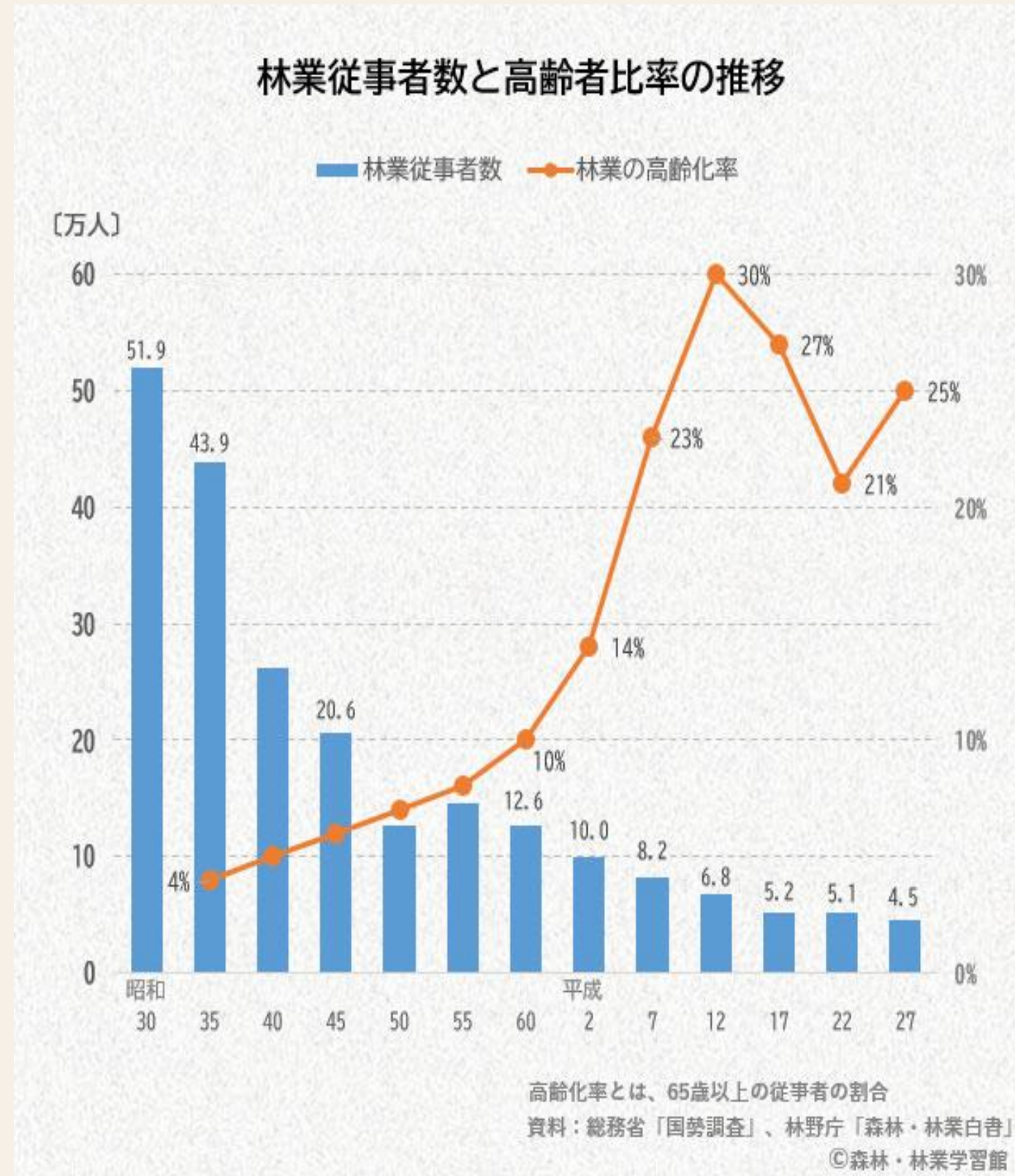
# Introduction

## 導入



# 日本の林業業界の今 / Current Situation of Forestry Industry in Japan

出典: 森林・林業学習館HPより



## 高齢化・新規就労者の減少

Aging Population;  
Decrease in workforce

## 事業者数の減少

Decrease in the number of businesses

## 収益の減少

Decrease in revenue



# Morisho Meiboku について / Who is Morisho Meiboku?

**森庄銘木産業株式会社**  
創業1927年

**Morisho Meiboku Co., Ltd.**  
**Founded in 1927**

企業理念「吉野の山を護り継ぎ、伝統ある銘木の技術を磨く」

Corporate Philosophy "Protect and succeed the mountains of Yoshino, and improve traditional Meiboku techniques"

## 業務内容

1. 林業 / 調査・道付け・測量・森林施業プラン作成・伐採搬出・原木販売
2. 木材製造販売業 / 原木からの木材加工品の販売
3. 各種銘木・製材品の製造販売
4. 建築、木質空間の企画・提案(デザイナー / 設計士 / 大工と共に提案)
5. 木製インテリア販売(磨き丸太スツール・一枚板テーブル他)

## Business content

1. Forestry / Research, Path Making, Surveying, Forestry planning, Logging & carrying out, Log sales
2. Wood manufacturing and sales / Sales of wood processed products from a log
3. Manufacture & sale of various Meiboku and lumber products
4. Planning & proposal of architecture and wooden space (proposal with designer / designer / carpenter)
5. Wooden interior sales (polished log stools, single board tables, etc.)

代表取締役: 森本 定雄 資本金: 3,000万円 従業員: 11人  
所在地: 奈良県宇陀市菟田野古市場511の2

CEO: Sadao Morimoto Capital: 30 million yen # of Employees: 11  
Main Office: 51-2 Utanofuruichiba, Uda City, Nara Prefecture





## Team Members / チームメンバー



### Ko san

大和郡山市出身。  
デザイナーの長光宏輔です。  
現在は山添村でINtoOUT&Co.とい  
うデザイン事務所をしています。  
アウトドア大好き！

Born in Yamatokoriyama City.  
I'm Kosuke Nagamitsu, a  
designer. Currently, I have a  
design office called INtoOUT&Co.  
in Yamazoe Village.

I love the outdoors!



### Celestine

こんにちは!!

セレスティンと申します。  
現在はシンガポールでデザイナーと  
して働いています。  
アニメ、犬、旅行が大好きです！

Hello! I'm Celestine, a designer  
from Singapore. I am working in  
a branding and design studio  
called &Larry.

I love anime, dogs and travelling!



### Shibata-san

こんにちは!!

奈良県庁の柴田です。  
奥大和地域を盛り上げる仕事をして  
います。  
野球と漫画、そして、お笑いが大好  
きです！

Hello! I'm Shibata from the Nara  
Prefectural Office. I am working  
to liven up the Okuyamato area.

I love baseball, manga, and  
comedy!



### Fukui san

こんにちは!!

奈良県ビジターズビューローの福井  
です。今回のプロジェクトで通訳を  
担当させていただいています。  
奈良の自然が大好きです！

Hello! I'm Fukui from Nara  
Visitors Bureau, I am a translator  
for this project.

I love nature in Nara!



day  
1

# 自然の中へ!/ Into Wild We Go!





day  
1

# 自然の中へ!/ Into Wild We Go!





day  
2

# 森庄銘木について学びを深める / Learning More About Morisho Meiboku





day  
2

# 森庄銘木について学びを深める / Learning More About Morisho Meiboku





day  
3

# 木のマーケットへ / Tree Market





day  
3

# 木のマーケットへ / Tree Market





## 3日間を体験し森庄銘木産業株式会社に感じたこと / Defining Morisho Meiboku

山を管理し森を育て、製品を製造・販売、体験に至るまで、  
川上から川下までワンストップで一貫して行える  
「森と人をつなぎ、ユーザーと直接対話できる会社」

A company that can manage mountains, grow forests, manufacture and sell products, provide experiences, and everything from up to downstream.

**"A company that connects forests and people and can directly interact with users"**

ユーザーとのコミュニケーションにも積極的にチャレンジしており、次の新しい土壌はすでに見えつつある会社

A company that is actively taking on the challenge of communicating with users, and the next new target is already visible.



# ブランド研究分析

## Brand Workshop Analysis



## 森庄銘木を再発見する / Rediscovering Morisho Meiboku

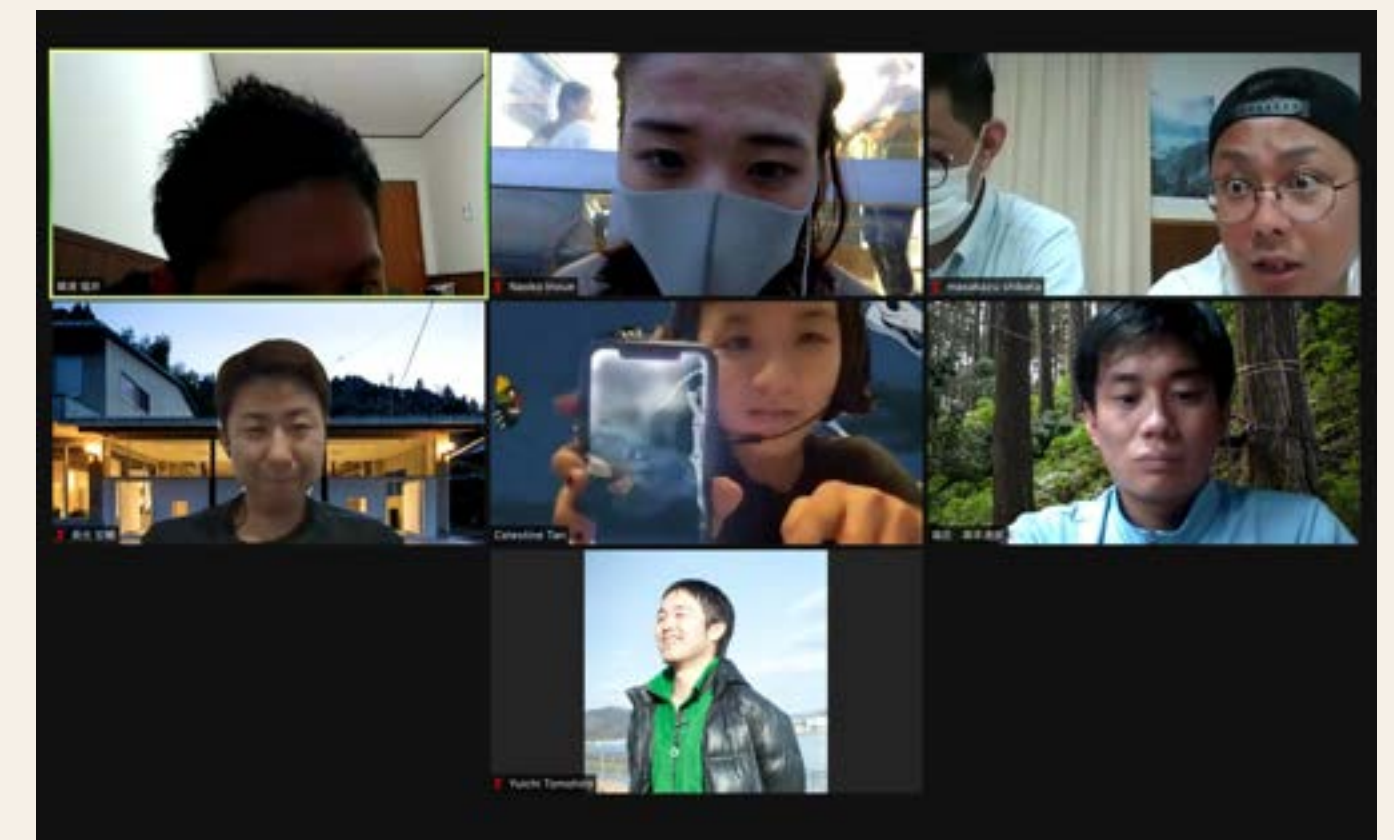
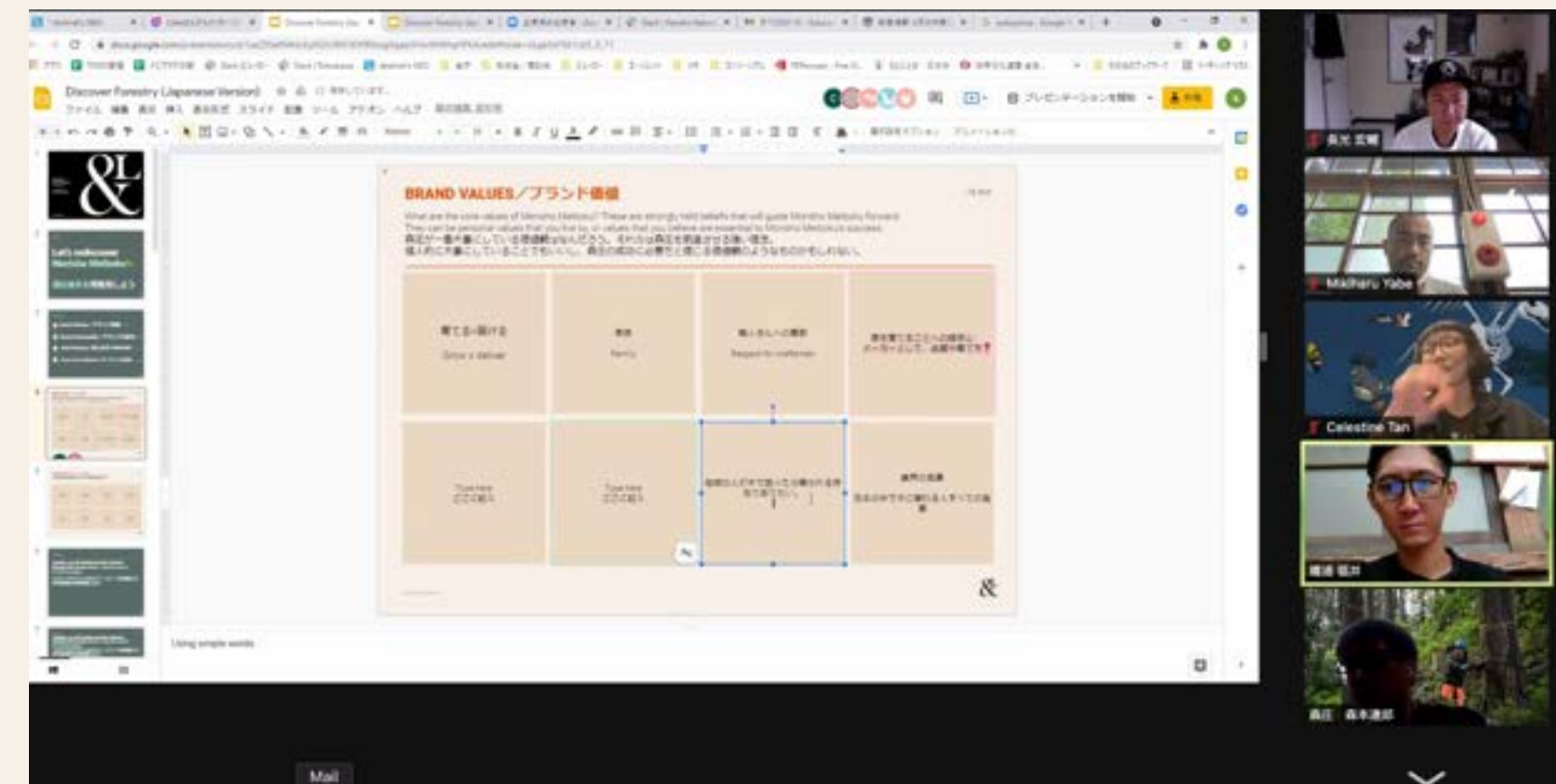
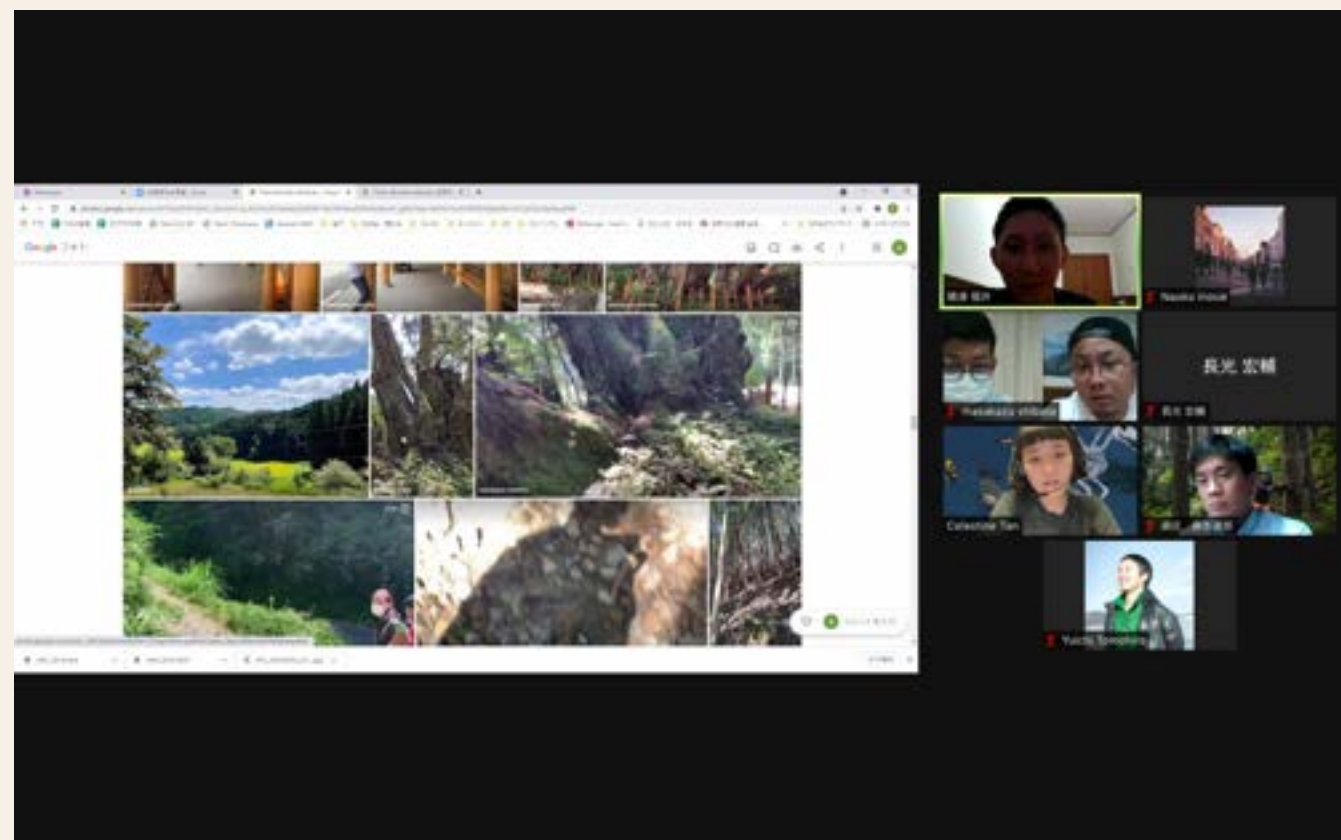
森庄銘木の技術的知識と専門性を理解した後、森庄銘木の人と成りを理解するため、簡単なブレインストーミングを行いました。

After understanding Morisho Meiboku's technical knowledge and expertise, we did a simple brandwork workshop to understand Morisho Meiboku's personal qualities.

下記に焦点を絞る: We will focus on

**ブランドの価値は？ / Our Brand Values is?**

**ブランドの個性は？ / Our Brand Personality is?**





# 森庄銘木を再発見する / Rediscovering Morisho Meiboku

## ブランド価値 / Our Brand Values

森庄の核となる価値観はなんだろう？

What are the core values of Morisho Meiboku?

### 信頼 / Trustworthy

生産工程、製品に使用される高品質な素材と、誠実で信頼性のある姿勢。  
Quality materials and ethical transparency in our process and product

### 包容力 / Inclusiveness

大きな家族のような一体感で、吉野林業を支える。  
Help the forestry industry, have a sense of big family and togetherness

### 敬意 / Respect

人々、職人、自然、環境、物に対する敬意。  
Respect towards people, craftsmen, nature, environment and objects

### 好奇心 / Curiosity

メーカーとして森林管理の改善方法を常に模索する。  
Always finding ways to improve in forestry management and as a maker

### 革新的 / Innovative

木を育て、挑戦し続け、あらゆる障壁を乗り越える。  
Growing of trees, Keep challenging and pushing boundaries

### 結束 / Unity

森の物語を伝えるため、「内(森の先輩)」と「外(森の語り部)」としての関係を築く。  
Building relationships internally (Mentor) and externally (Advocate, Storyteller) to share the Mori Story



## 森庄銘木を再発見する / Rediscovering Morisho Meiboku

### ブランドの個性 / Our Brand Personality

もし森庄銘木が一人の人間だったとしたら、どんな性格だろうか？

If Morisho Meiboku was a person, how would you describe its personality?

友好的  
Amiable

お客様、取引先、競合とも協力していく  
We get along with our consumers,  
businesses and competitors.

一木入魂  
Spirited

物事に取り組むとき、常にエネルギー、勇  
気、熱意に満ちている  
We are always full of energy, courage and  
enthusiasm when tackling situations.

高い志  
Ambitious

設定された目標と期待を、超えていく強い意  
思  
We set our expectations high and aim to  
achieve our goals

真摯  
Authentic

常に心から話し、すべての人に敬意を持って  
接する  
We always speak from the heart, and treat  
everyone with respect.

信頼できる  
Reliable

家族の大黒柱のように、頼ることができ、信  
頼できる  
We are dependable and trustworthy.  
Like a big brother in a family.

豊富な知識  
Savvy

林業の細部を知り、時代に適応し、変化する  
ことができる  
We know the fine details of forestry and are  
able to adapt with times and innovate.



森庄がこれまで繋いできたもの。  
これからも世代を超えて走り続けるために森庄を表す  
「足元をいつも見つめ直すことができる  
1つの指針のようなもの」  
が必要ではないかと考えました。

What Morisho has succeeded, and to continue running  
for generations to come.

We thought that it would be necessary to have a guideline to  
accompany them as a core to reconsider themselves time to time.



# スローガン

# Tagline

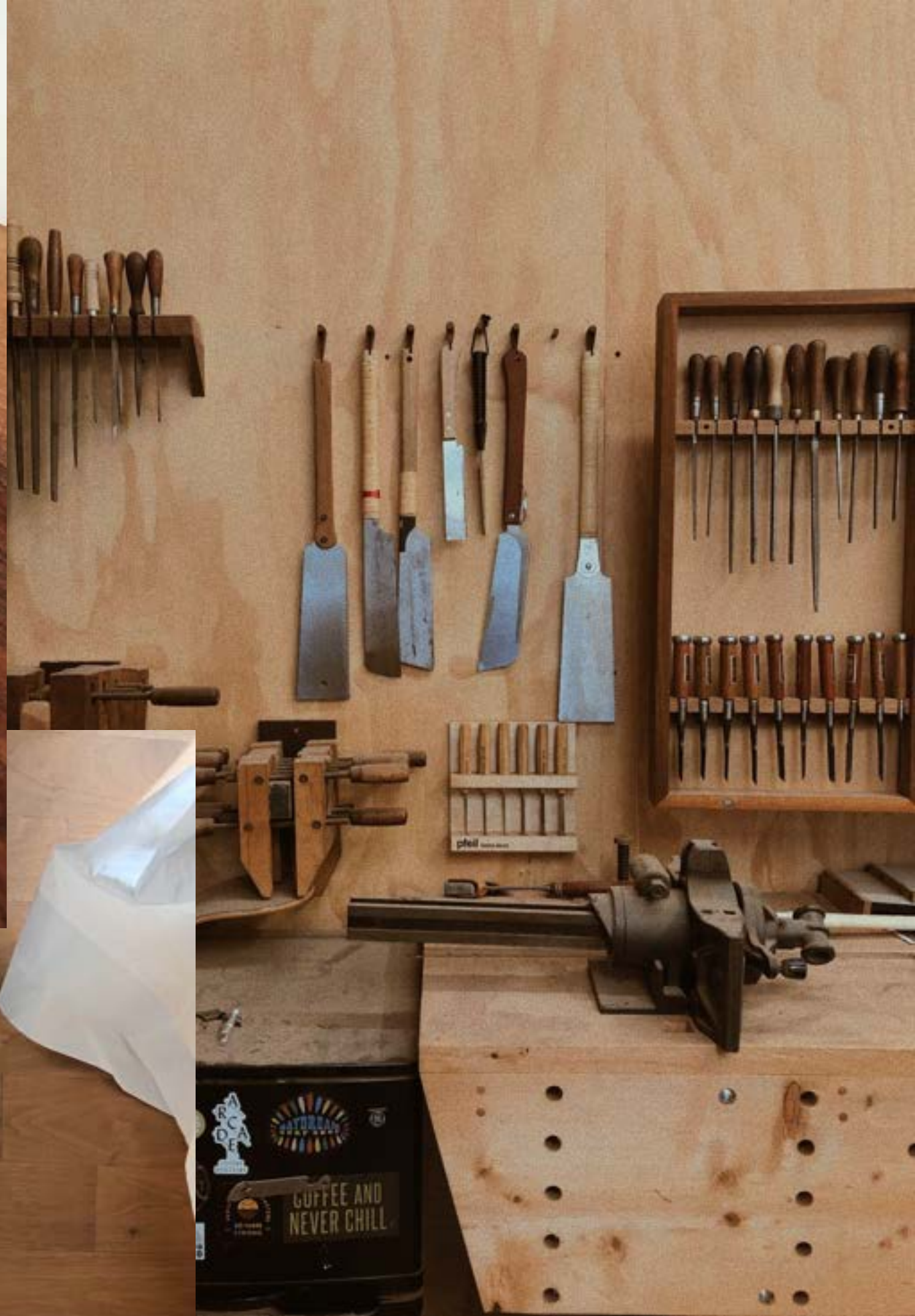


スローガンが生まれたインスピレーション  
Inspiration For Tagline

もっと大きな視点で、  
森🌲と木🪵可能性と未来を見つめ、  
人間と自然との共存について、考えてみました。

**It's time we look beyond the forest 🌲 and wood 🪵.  
We seek to understand what attracts people to the  
forests and how they feel when they are with nature.**







スローガン  
Our Tagline

**Rooted in Harmony**  
**100年先の品質を  
今、育てています**





スローガン  
Our Tagline

# Rooted in Harmony

100年先の品質を  
今、育てています

## Rooted in / 根ざす

人生の一部として根を張り、五感の記憶を刻み、  
ずっと心に残る、時間と共に歩んだモノ。

Form a part of your life, and your innermost being.  
Rooted in your memory your 5 senses.  
The feeling that sticks with you forever.  
Products would reflect their stories and hard work.

## Harmony / 調和

心の中に安らぎ・自然との共存を感じ、  
自分自身や周りの人を深く理解し合い、  
溢れ出すような幸せな感情が、  
いつまでも自分たちを満たしてくれる。

In harmony with, emotionally and physically  
(Regardless of your lifestyle, country, wherever you are.)  
Having a piece of peace  
Understanding each other, feeling of togetherness.  
Creating memories and feelings of happiness





スローガン  
Our Tagline

# Rooted in Harmony

## 100年先の品質を 今、育てています

吉野杉は手間暇おしまず、とても丁寧な仕事の結果の積み重ねが100年後に実を結ぶ。「育つまでに100年」という単語が当たり前に出てくる。とても特殊な時間軸での仕事。1人では、1世代では完成しない仕事。守り、繋いでいくことの大切さ。全ての世代での工程が未来を見据えて、今、行われている。

### Created for the next 100 Years, Now.

To grow Yoshino cedars, it requires time and effort. The accumulation of very careful work will only come to fruition 100 years later. Hence, the phrase "100 Years to Grow Up" naturally comes to mind. The process of growing and caring of trees, cannot be accomplished by one person, or even within a generation. It is important to protect and connect our past, present and future. The processes are carried out now, with the next generation and the future in mind.





こんな物語を添えて  
With such a story

林業に根差し、次の時代へ向けて根を張り、  
地域に根を下ろして1世紀。  
その根の広がりは、たくさんの物語を繋ぎ、  
やがて大きな木に育つ。

Rooted in forestry, rooted for the next generation  
and rooted in this region for a century.  
The spread of our roots connects many stories,  
and one day it would grow in you.



# Mori World 2040

- ブランドロードマップのテーマ
  - ブランド成長戦略の提案
  - ブランド成長戦略の提案
  - ブランド拡大のロードマップ
- 
- Brand Roadmap
  - Themes Recommendations For Brand Roadmap
  - Recommendations For 100 Years Anniversary Based On Roadmap Themes
  - Brand Expansion Roadmap



スローガンをどのように  
製品、体験、イベントに根付かせるか?

How do we root harmony  
into products, experiences  
and events?



# Rooted in Harmony

100年先の品質を、今、育てています

コミュニティづくり  
**Building Communities**

森に対する意識  
**Forest Awareness**

日々の生活を良くする  
**Improve Everyday Life**

**2040**

**World of MORISHO !!**



ブランド成長戦略の提案

Themes Recommendations For Brand Roadmap

今、取り組めること

**What can we do, now?**



## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

森庄の森で実践的なワークショップを実施、コミュニティを構築し、森庄の林業と歴史を参加者の心と精神に根付かせる。  
**Conduct hands-on workshops in Morisho forest to build community and root the Morisho forestry and history in the hearts and minds of participants.**



ユニークな手作りの木製品を作成、学習、カスタマイズするためのグループまたは1対1のワークショップセッション。ワークショップは、森庄や、ショッピングモール、アートフェスティバル、ポップアップストア、小さな移動式ワークショップなど、どこでも開催できる。

Group and/or 1-on-1 workshops sessions to create, learn about and customise unique handcrafted wood pieces. Workshops can be held in Morisho or anywhere, like shopping malls, art festivals, pop up stores, videos on social media and even a little travelling mori bus workshop



## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

自然に根ざした森庄の森でのエコツーリズムを通じ、林業や木・森への興味をより深く五感で感じてもらい、様々な地域や世代に希望を根ざし、調和をもたらす。

**Through ecotourism in the forest of Morisho witch is rooted in nature, people will feel their interest in forestry and trees / forests with all five senses, and hope will be rooted in various regions and generations to bring harmony.**



旅行代理店や行政などと手を組み、森林ツアー、林業体験ツアーを行う。素材を学びたい学生や建築士やデザイナー、施工会社、都会の人に「森庄の木の品質」を深く理解してもらう。子供を対象にし林業の現場の迫力を体験してもらうことで職業に対する憧れを生み、未来の雇用を生み出す。もちろん昼食も森の中で。

In collaboration with travel agencies and governments, we conduct forest tours and forestry experience tours. Students who want to learn about construction materials, architects, designers, construction companies, and urban people will have a deep understanding of "the quality of Morisho wood." By having children experience the excitement of the forestry field, they will admire for the profession and create future employment. Of course lunch will also be had in the forest.



## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

森に対する意識 / Forest Awareness

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

宇陀に根を下ろし受け継がれてきた、伝統ある銘木の技術を生かし、現代の暮らしの中に調和する。  
森庄の森の木が、私たちの日常生活に自然な形のまま根を張り、森と伝統と暮らしを結ぶ。

**Utilizing the traditional technique of Meiboku that has been rooted and inherited in Uda, it harmonises with modern life. Morisho's forest trees take root in our daily lives in a natural way, and connect the forest, tradition, and our life.**



技術を維持し、向上させながら、現代の人々と世代のために銘木の利用方法も近代化する。  
Modernising the use of Meiboku for the modern people and generation, while still keeping at and improving techniques.



## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

森に対する意識 / **Forest Awareness**

日々の生活を良くする / **Improve Everyday Life**

木の命は森を越えて続き、私たちの日常生活に根を下ろす。森庄の林業から作られたお洒落な木製品を通して、木が私たちの生活にどのように役立つかを伝えていく。

**A tree's life can continue beyond the forest and grow roots in our everyday lives. Create stylish wood products made from Morisho's forestry to showcase how a tree can be useful in our lives.**



スツール、棚、サイドテーブルなどを兼ねることができる積み重ね可能なスタッキングボックス。人々が持ち物を分別できるようにします。Stackable, modular boxes that can double up as stools, shelves, side table, etc. Allow people to compartmentalise their belongings.



木材をライトなどの便利な日常の電化製品に利用することで、持続可能性を表現。Showcase sustainability by recreating wood into useful everyday appliances such as lights, etc.



小さな家に住む家族や個人に適した高品質の木製家具を作成。フラットパッキングなどの革新的な手法を取り入れたい。引越し時も簡単に組み立て、解体、保管できる構造。Create good quality wood furnitures suitable for families and individuals living in small homes. Consider innovative solutions such as flatpacking; can be easily assembled, taken apart and stored when moving.



# ブランド成長戦略の提案

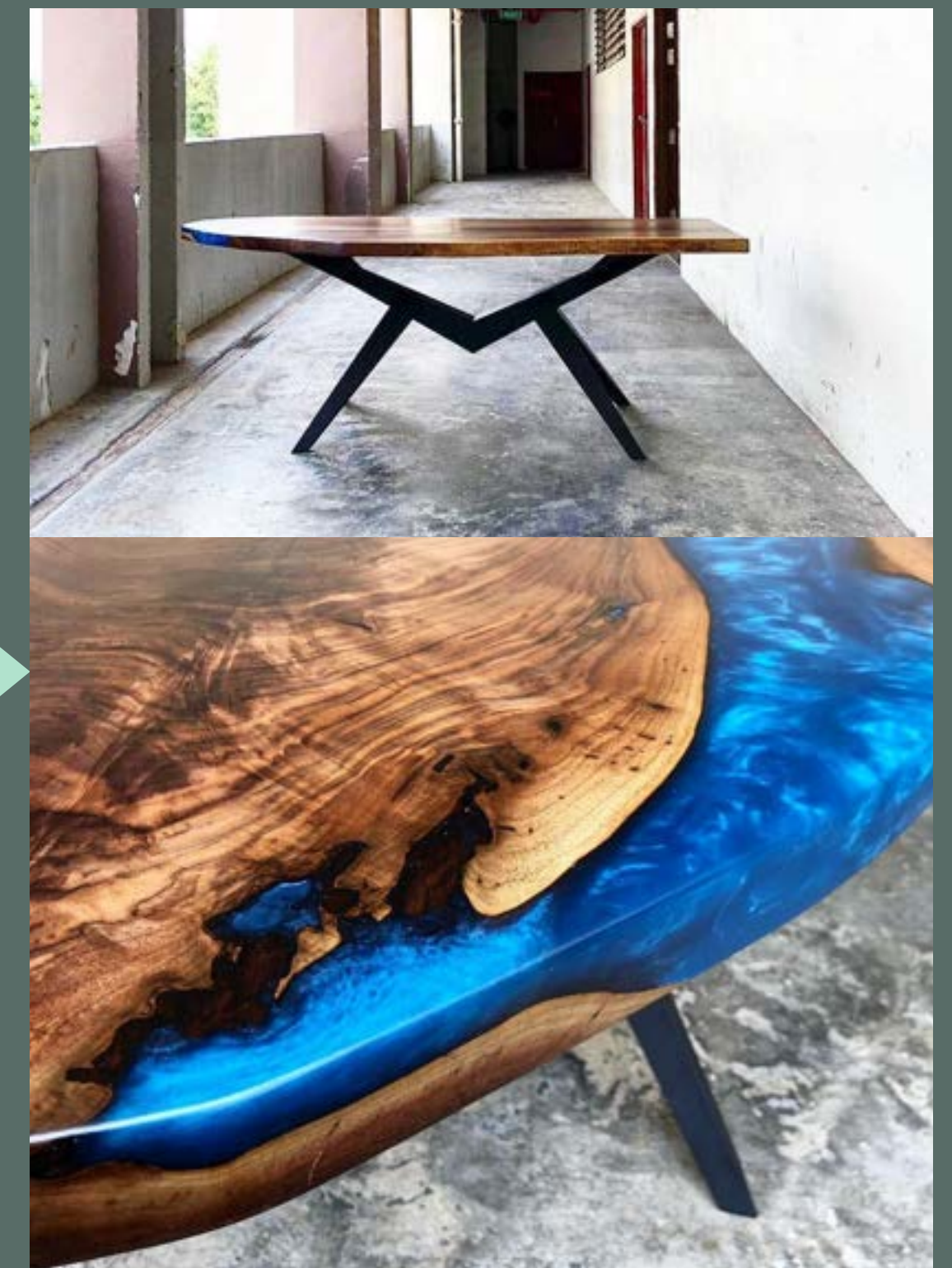
## Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

海外のパートナーと協力し、良好な関係とコミュニティを構築し、森庄の木材と製品を世界中で利用できるように。

**Work with overseas partners to build good rapport and community and make Morisho's wood and products available worldwide.**



テーブルガイ(シンガポール)

ウッドギャラリーでは、様々な一枚板が壁に立てかけられていたり、ドロワーからサンプルを出して触れることもできる。

The Table Guy (Singapore)

Wood Gallery can have a variation of leaning slabs on wall or wooden slabs drawer so people can pull out and touch samples

テーブルガイ(シンガポール)

着色したレジンを利用して、木の隙間や穴を埋め、自然な不完全さを引き立たせ、おもしろい質感をテーブルに付加できる。

The Table Guy (Singapore)

Using tinted resin to create another interesting texture for the tables, to fill up uneven gaps or holes and to allow natural imperfects to be presented.



## ブランド成長戦略の提案

## Themes Recommendations For Brand Roadmap

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

森庄の木が、子供の日常にも根をおろし、生活の一部になっていく。森庄の林業で作られたおもちゃで、遊びを通して子供たちと関わり、教えていく。

Show how Morisho wood can also be rooted in and be a part of our everyday lives; even with children. Create toys made from Morisho's forestry to engage and teach kids through play.



森庄の木を使用した、高品質でカラフルな製品を幅広く取り揃える。奈良県の自然や動物からインスピレーションを得たおもちゃなど。

Create a range of high quality, colourful products that is made from Morisho wood. Toys can be inspired by nature and/or animals in the Nara prefecture.





## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

森庄の木が、私たちの日常に根をおろし、生活の一部になり得るという認識を高めるために、高品質なブランドと協力して森庄の木材を活用し、製品やサービスに組み込む。

**To increase awareness that Morisho's wood can take root and be part of our everyday lives, collaborate with high quality brands to utilise Morisho's wood and incorporate into their products and services.**



ブランドと協力してデザインし、高品質の小物や家具を作成し、森庄がどのように私たちの日常生活の一部となれるかを伝えていく。時間が経つにつれて、人々は森庄の木を高品質の他ブランドの一つのように認識していく。

Design and work together with brands to create high quality accessories and home furnishings, showcasing how Morisho can be relevant and is a part of our everyday lives. Over time, people will associate Morisho wood to similar high quality and well-made brands.



## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

森庄の木が、私たちの日常に根をおろし、生活の一部になり得るという認識を高めるために、高品質なブランドと協力して森庄の木材を活用し、製品やサービスに組み込む。

**To increase awareness that Morisho's wood can take root and be part of our everyday lives, collaborate with high quality brands to utilise Morisho's wood and incorporate into their products and services.**



コラボレーションの例としては、店内で使用される木材、石鹸の香り付け、コースター、ホルダー、ボトル、お椀、電化製品など。

Examples of product collaborations can be: wood that is used in shop's interiors, scent in soap, coasters, holders, bottles, bowls, appliances, etc.



ブランド成長戦略の提案

Themes Recommendations For Brand Roadmap

未来に向けて、取り組めること  
**What we can do in the future?**





## ブランド成長戦略の提案

### Themes Recommendations For Brand Roadmap

コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

林業に根ざした森庄の森にオフィスを構えることで、持続可能な社会を目指す企業姿勢を表現し体現する。

**By setting up an office in Morisho forest which is rooted in forestry, we express and embody our corporate stance toward a sustainable society.**



森に対する姿勢と事業への理念を同じフィールドの中に表現する。建材、家具など森庄の木を使うことで利用シーンも同時に展示するショールームも兼ねる。訪れたものは新しい価値観を持ち帰り、新たな芽生えが生まれる。

Express our attitude and our business philosophy toward the forest in the same place. By using Morisho wood such as building materials and furniture, it also serves as a showroom where usage scenes are displayed at the same time. Those who visit will bring back new values, and find a new thoughts on nature.



# ブランド成長戦略の提案

## Themes Recommendations For Brand Roadmap

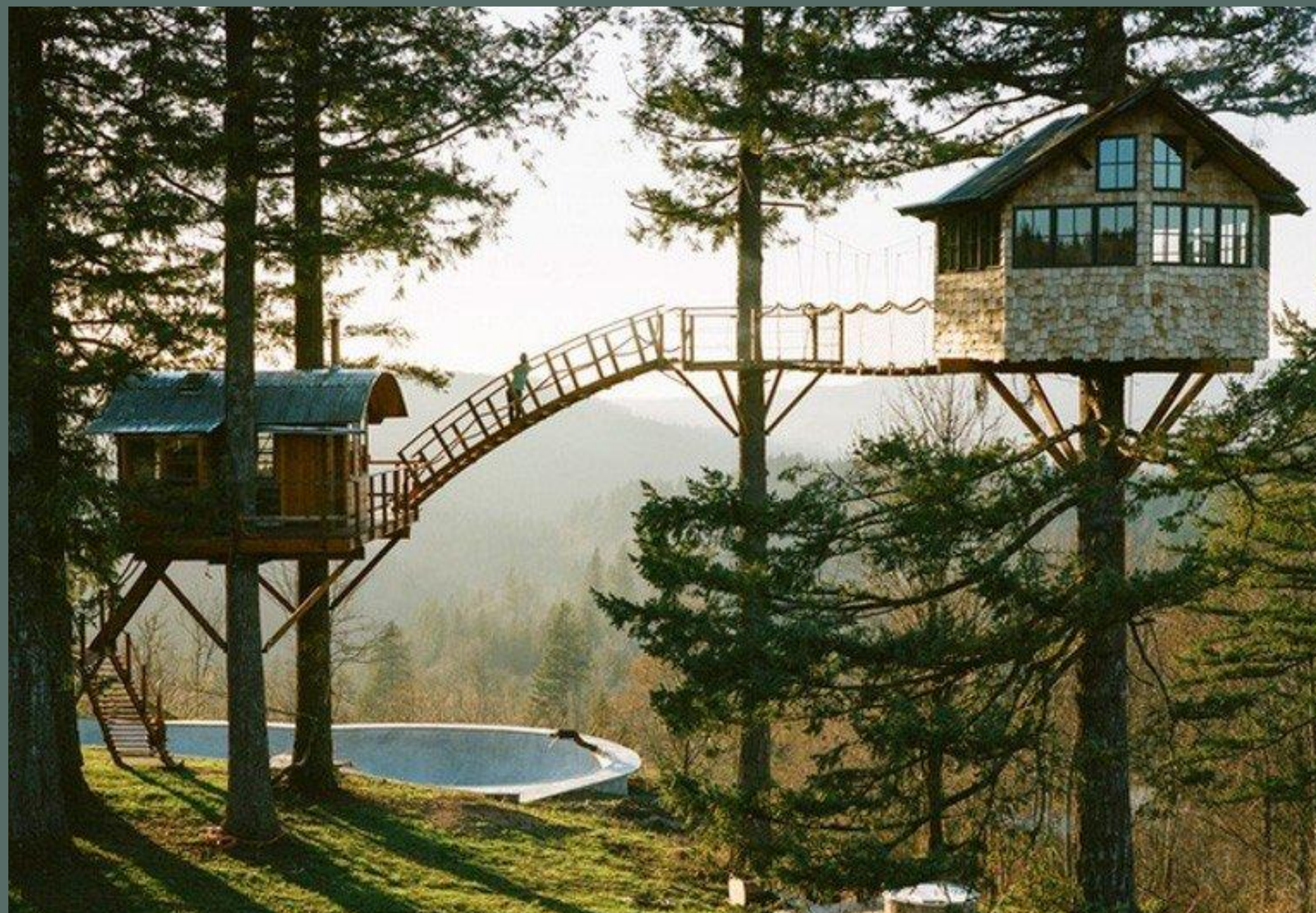
コミュニティづくり / Building Communities

森に対する意識 / Forest Awareness

日々の生活を良くする / Improve Everyday Life

自然に根ざした森庄の森での休暇や体験を通して、生活の向上と人々の調和をもたらす。

**Create an environment that is rooted in nature for getaways and real-life experiences in Morisho forest to help improve lives and bring harmony to people.**



すべての旅行者が楽しめる森庄での休暇リゾートを作る。

素材、カトラリー、調度品は、森庄の木から作ることができ、その美しさ、つまりすべてがどのように調和して調和しているかを示すことができます。

Create a getaway resort at Morisho for all travellers to enjoy.

Materials, cutleries, furnishings can be made from Morisho wood to showcase its beauty – how it all blends harmoniously.



ブランド成長戦略の提案

Themes Recommendations For Brand Roadmap

100周年(2027年)に向けて

Onward to our 100th Anniversary!



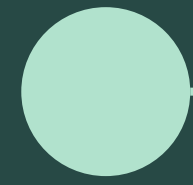


# ブランド成長戦略の提案

## Recommendations For 100 Years Anniversary Based On Roadmap Themes

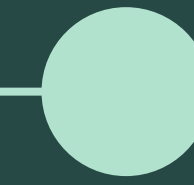
### 創業100周年記念！ / 100 Years Anniversary!

1927

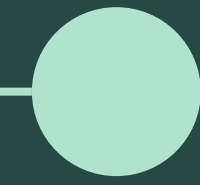


創業  
Establish

2021



2027



100 Years  
Anniversary



地域と調和し、100年宇陀に根を張り、繋いできた森庄。

新ロゴデザインやウェブサイト構築等、新しい節目を飾るものを！

Morisho has been rooted and succeeded in Uda for 100 years in harmony with the region.

New logo design or website construction for celebrating the turning point!





# ブランド拡大のロードマップ Brand Roadmap Expansion

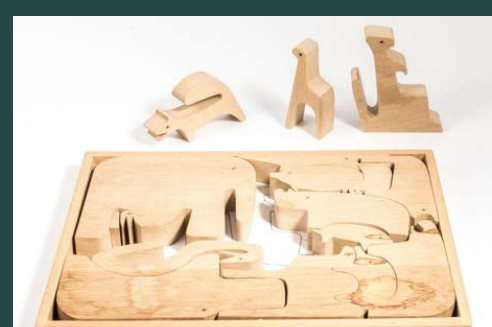
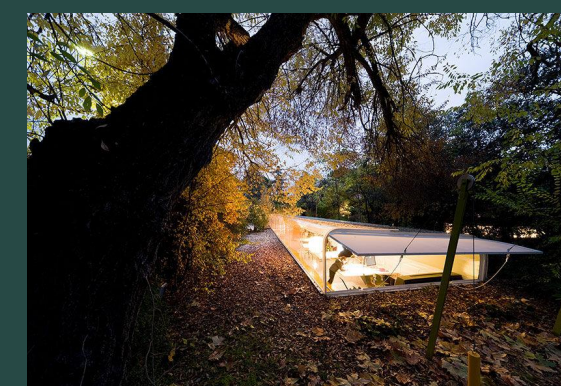
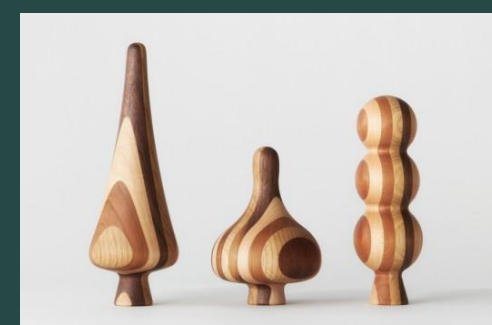
15 Sep 2021  
本日のプレゼン  
Presentation to  
Morisho Meibuko

2027 / 創業100周年  
100 year anniversary and celebration  
新ロゴデザインやウェブサイト構築等  
Logo design, website etc

ミラノサローネ etc



Today



2040

World of  
Morisho





最後に  
In Summary

4世代に渡って地域に根を張り、基盤を固め種を撒き、  
来たるべき未来へ、人と自然のハーモニーを奏でる。  
すでに新しい世代が牽引し、走り出している新しい森庄。  
やがて根が広がり、繋がり、  
世界中の様々な地域・人々を巻き込んだ調和を、  
これから私たちと一緒に汗をかき、悩み、実現させましょう。

For generations, we have been rooted in the region, building  
our foundation, sowing seeds, and now, co-existing  
harmoniously with nature, and thinking about the future.  
A new Morisho that is driven by a new generation.  
Our roots will spread, connect, and harmonise with other  
regions and people around the world.



# Team MORISHO





Thank you

