



PROJECT

齊吉商店

TYPE

Proposition

Saikichi Shoten

齊吉商店

Design Proposition

デザイン提案



PROJECT

齊吉商店

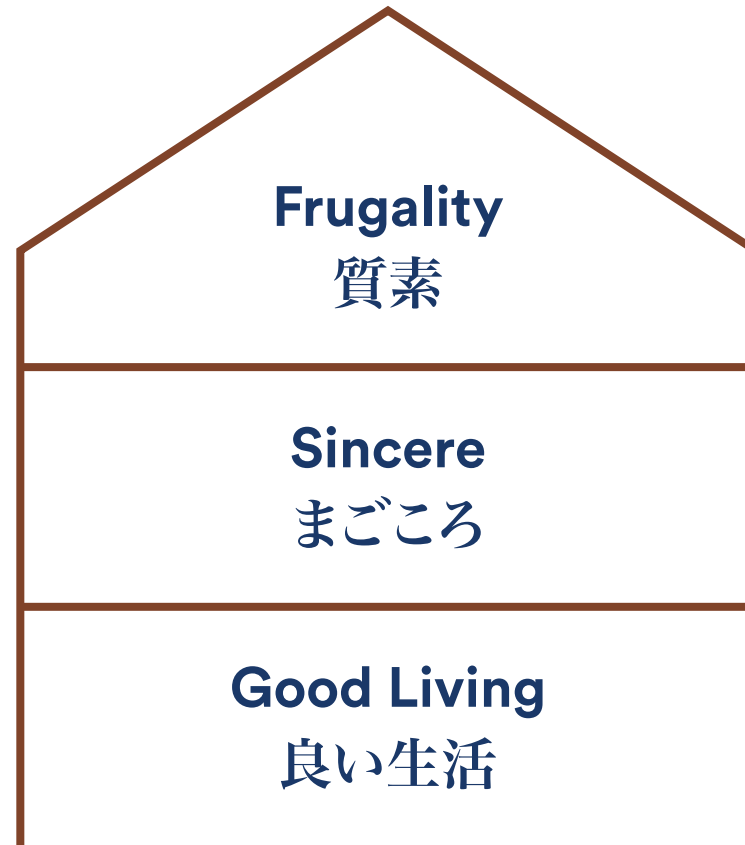
TYPE

Proposition

Good Dishes = Rich Lives

良い料理=豊かな生活

Best Taste
美味しい料理**Local Soil Pot**
地元の土鍋**25 Years Old Special Sauce**
25年のスペシャル・ソース**Rias Coast**
リアス式海岸**Sea Pineapple**
ホヤ**No Artificial Ingredients**
天然素材**Best Ingredients**
最高の食材**Online Store**
オンラインストア**Mountain**
山**Around Tohoku**
東北の周り**Products**
プロダクト**Cooking Tools**
クッキングツール**95 Years Since 1921**
95年1921年以来**Sanma**
さんま**Sea**
海**Longest Fish Market**
最長の魚市場**Seafood Don**
海鮮丼**Seafood Processing**
水産加工**Saikichi Shoten**
齊吉商店**Frugality**
質素**Heart**
ハート**Soup Stock**
出汁**Good Living**
良い生活**Family**
家族**Tohoku Spirit**
豊国の精神**Sincere**
治療**Best Way To Process**
最適なプロセス**20 Types of Frozen Food**
冷凍食品の20種類**Tohoku Shop (2017)**
東北ショップ(2017年)**Warmth**
温かさ**Togetherness**
一体感**Values**
価値観**Products Individually Hand Packed**
製品ごと手によるパック詰め**Tokyo Shop (2021)**
東京ショップ(2021年)**Guesthouse (2026)**
ゲストハウス(2026)





Proposal 01

提案 1

Local Recipe Book

土地ごとのレシピブック

Proposal 02

提案 2

Packaging Design

パッケージデザイン

Proposal 03

提案 3

Design System

デザインシステム



Proposal 01

提案 1

Local Recipe Book
土地ごとのレシピブック



Japanese products and food are slowly gaining traction in Singapore. There are a variety of Japanese goods stores in Singapore such as Meidi-ya, Isetan, and Emporium Shokuhin, just to name a few.

日本製品や食品は、ゆっくりとシンガポールで勢いを増しています。Meidi-ya、伊勢丹、およびエンポリウム食品など様々な日本食材店がシンガポールにあります。





The beauty of Saikichi Shoten products is their ability to customise and adapt to different tastes and likings, catering to a wide variety of audiences and unique possibilities.

齊吉商店が扱っている商品の素晴らしさはカスタマイズし、好みに合わせることができることです。様々な消費者に適応し、独自の可能性を秘めています。





To introduce Saikichi Shoten products for Singapore and overseas markets, the fastest approach to gain acceptance is through adapting their products to local taste.

齊吉商店の商品をシンガポールほか、海外マーケットに展開するもっとも最適な方法は、その土地土地の好みに味を調整することです。



①

Pop Up Store in Local Supermarkets

地元のスーパーマーケットで
ポップアップストア

②

Private Tasting Sessions with Selected Locals

優れた地元の人々とのプライベ
ートテイastingセッション

③

Gather Feedback from Sessions

セッションからのフィード
バックを収集

④

Product Launch With Local Recipes

ローカルレシピ付き
製品発売



The recipe book is created by locals, for the locals. This booklet aims to inspire other locals to buy Saikichi Shoten products and give it their own unique local twist with local ingredients.

その土地の人が、その土地の人のために向けのレシピ本を作ることによって、その土地の人が地場の食材を使用して、土地の人が好む味付けとなり齊吉商店の購入することを促します。





To differentiate the origin country of the recipe books, a colour blocking system was invented, inspired and colour picked from the sea and land of the different countries.

レシピ本の背表紙に使用している2色はそれぞれの国の海と土地(土)の色から抽出している。このカラーブロッキングシステムによってレシピ本の該当国を区別することができます。

Sea
海

Land
土地





Sea (海) Land(土地)



Sea (海) Land(土地)



Sea (海) Land(土地)



Singapore Edition
シンガポール版



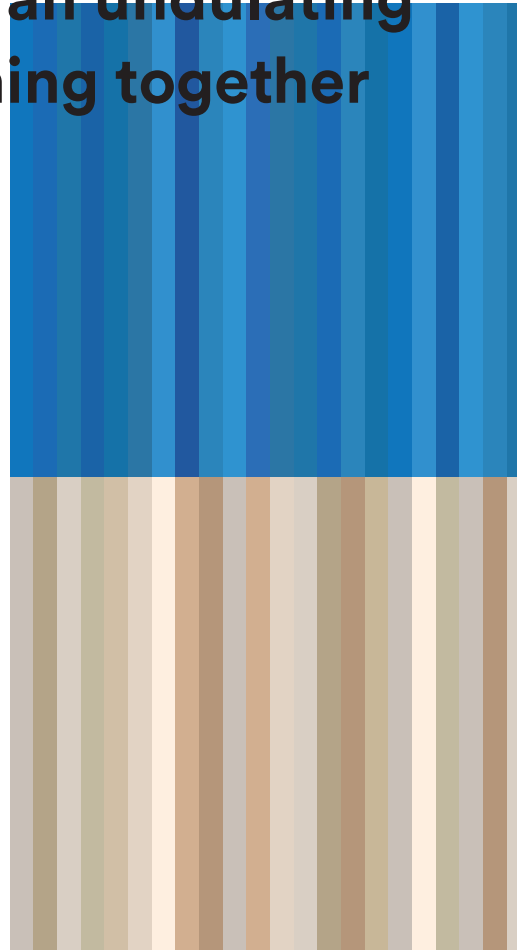
Taiwan Edition
台灣版



Indonesia Edition
インドネシア版



When the books are placed together, the colours combined to form an undulating wave of sea and land, coming together as one united world.



各国のレシピ本を並べると、海と土の配色が緩やかに合わさります。これシリーズが揃っていくことで世界がひとつであることを示しています。



Proposal 02

提案 2

Packaging Design

パッケージデザイン



Besides just selling their products, the owners at Saikichi Shoten aims to become a lifestyle and culture business, promoting Tohoku.

オーナーの齊吉商店は商品を売るということばかりではなく、東北のライフスタイルや文化を紹介することを目指しています。



Having been around in Tohoku for the past 95 years, the Saikichi Shoten family must have many stories to tell and share about Tohoku.

東北で95年以上の歴史を持つ齊吉商店は共有すべきたく
さんの東北の物語をお持ちです。



To share Saikichi Shoten's stories and promote Tohoku's culture and lifestyle through their products, their stories are consolidated into visuals and various packaging designs.

齊吉商店の物語と東北の文化と生活を商品によって知ってもらうために、その物語をビジュアルと様々なパッケージデザインに落とし込むことが重要です。



As some of the family members have Arts background, it is only appropriate that they be the ones to do the visual storytelling through their own artworks and perspective.

美術のバックグラウンドを持つ家族がいらっしゃるので、作品を描いてもらいその視点をもって、商品の物語を視覚的に伝えるのがもっとも適した方法ではないかと思います。



Packaging 01

包装1

Furoshiki Gift Wraps

風呂敷ギフトラップ

Packaging 02

包装2

Tohoku Paper Bags

東北ペーパーバッグ



The furoshiki gift wrap features a reversible design, sharing 2 different stories in a single furoshiki.

- ① Tohoku Story
- ② Product Story



PROJECT

齊吉商店

TYPE

Proposition

この風呂敷は両面にデザインを施し、1枚で2つの異なるストーリーを伝えることができます。

- ① 東北ストーリー
- ② 製品ストーリー



Carrying on the key touchpoints of sincerity, the furoshiki is hand printed by silkscreen to give a fitting ending to the handmade process of Saikichi Shoten's products.

齊吉商店の「まごころ」を伝えるために風呂敷はシルクスクリーンで手で擦っていきます。それは齊吉商店商品が丁寧な手仕事を連想させるためです。





Tohoku Story
東北ストーリー



Product Story
製品ストーリー



The furoshiki can be unwrapped and turned into a wall art poster, reminding people of their stories.



Tohoku Story
東北ストーリー



Product Story
製品ストーリー

風呂敷を解くとウォールアートポスターとなり、お客さんに齊吉商店の物語を思い出させることができます。



The paper bag features visual elements of Kesennuma such as the mountain, S-coast, etc.



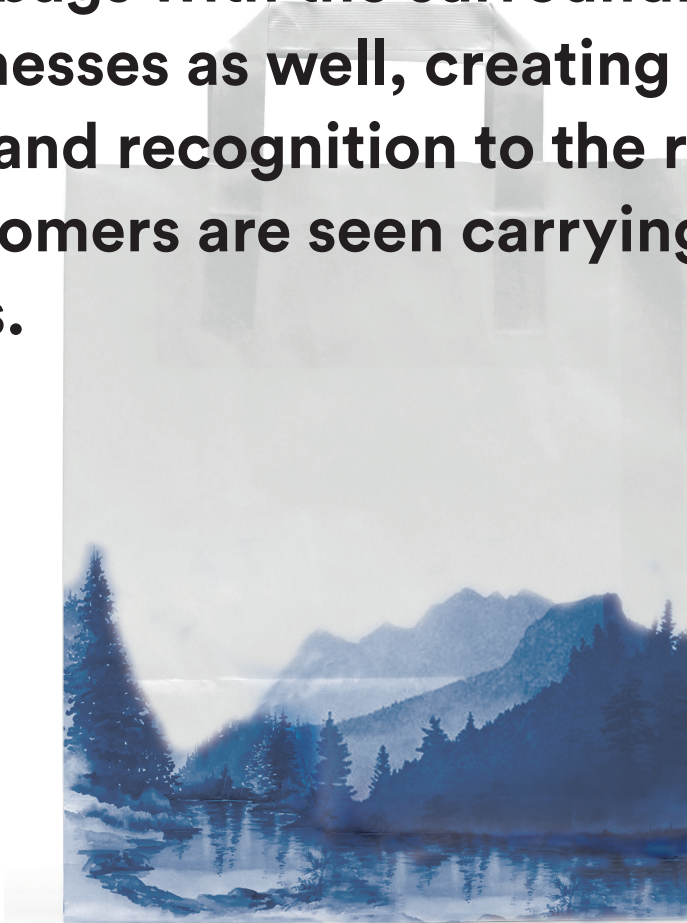
紙袋には「山」、「リアス式海岸」など気
仙沼の特徴を印刷します。

* The artwork serves as a visual aid on how the idea could be developed. The artwork and styling should follow Keishiro-san's illustration style.

* このアートワークはどのように展開するかという例であり、実際には齊吉商店さんの啓志郎さんにイラストを描いていただきます。



If the family is willing, they can share the paper bags with the surrounding local businesses as well, creating a greater brand recognition to the region when customers are seen carrying it on the streets.



もし齊吉商店さんが望まれるなら、この紙袋のデザインを他の気仙沼の事業者の方々にも共有していただき、それをお客様が使用するこ
とによって、同地域を知ってもらおう地域ブラン
ディングとしても機能します。

* The artwork serves as a visual aid on how the idea could be developed. The artwork and styling should follow Keishiro-san's illustration style.

* このアートワークはどのように展開するかという例であり、実際には齊吉商店さんの啓志郎さんにイラストを描いていただきます。



Proposal 03

提案3

Design System

デザインシステム



Saikichi Shoten intends to design and produce their own packaging labels in the future instead of hiring an agency with every new product.

将来的に齊吉商店の商品を発表する際に、デザイン会社に依頼することなく、自社でパッケージラベルをデザインを行う。

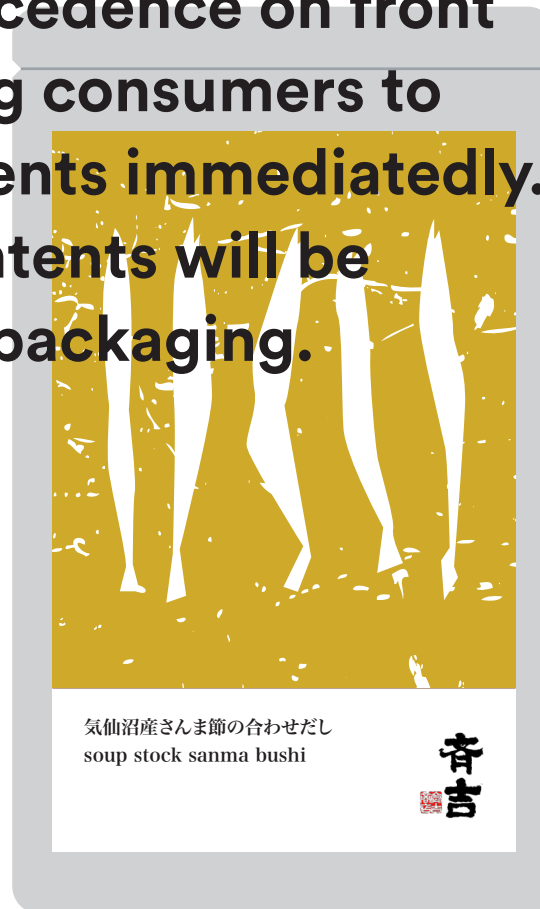


A brand strategy is devised to allow them to independently create future packaging labels that are ready for overseas markets.

ブランド戦略として、海外輸出に備え自社でパッケージラベルを製作を行う。



**“A Picture Speaks A Thousand Words” —
Visuals will take main precedence on front
of all packagings, allowing consumers to
identify the product contents immediately.
Description and other contents will be
placed at the back of the packaging.**



「絵は千の言葉を語る」ビジュアルはパッケージデザインの中でも最重要で、消費者に商品の中身を即座に伝えることができます。説明と内容物に関してはパッケージの背面に配置します。



Design Weightage

デザイン比率

80% Visual
80%ビジュアル

20% Content
20%コンテンツ



Visual

ビジュアル

Main product illustration / Image

製品のメインイラスト/イメージ

Product Name

商品名

Product Title & Fixed Logo Placement

商品タイトル&ロゴの配置位置



When placed on product shelves, Saikichi Shoten products immediately stand out amongst the crowd of products with eye-catching and layman visuals.

齊吉商店の商品が棚に置かれた時、シンプルなデザインにすることで他の商品より目立つようなアイキャッチなビジュアルとします。





**80 Playfair Road, Block B
#04-14C, Singapore 367998**

UEN: T14LL0832J

+ (65) 9668 7753

**iam (at) theworkbench.sg
www.theworkbench.sg**