

Tokyo Seeds X JR Yamanote Line

Branding & Design Communication
Design Proposal

24.11.2017

Introduction

**Hi! I'm Xinying, a Designer
from Singapore.**

こんにちは！ シンガポールのデザイナー、
Xinyingです。

Objectives

- ① **To propose brand new values of JR Yamanote Line apart from being a mean of transport.**

JR山手線の新しい価値を提案します。

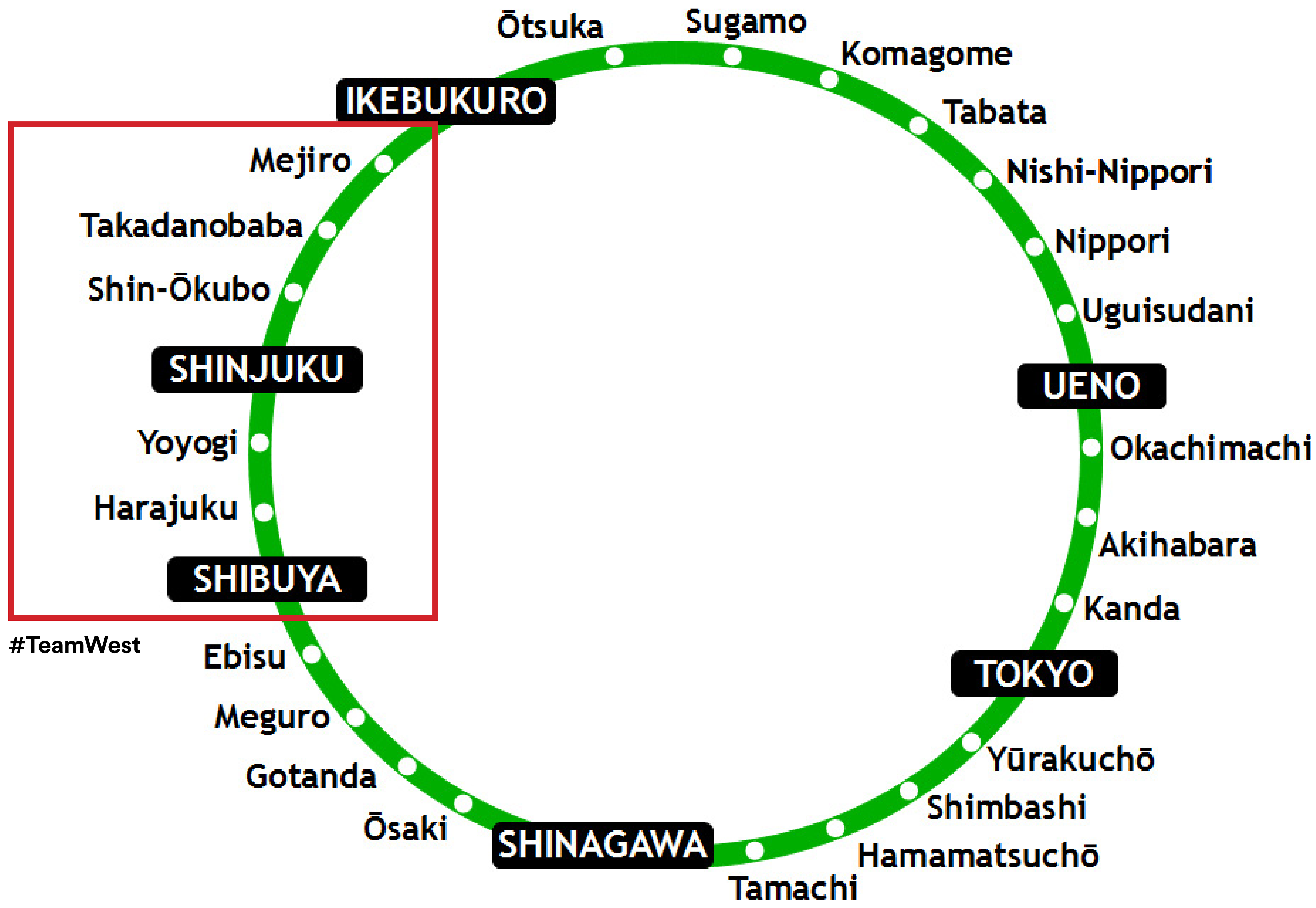
- ② **Manifest the true values of JR Yamanote Line through design, and bring in new ideas to JR East Company.**

JR山手線の真価をデザインで表現し、JR東日本に新しいアイデアをもたらします。

- ③ **Gain new hints to future business development and in bound tourism in the next 10 to 20 years, and to create a new business model that is based on interpersonal relationships that bridge across geographical boundaries.**

次の10年、20年後の未来を見据えた事業創造とインバウンド観光の新たなヒントを得、地理的な壁を超えた人間関係に基づく新しいビジネスモデルをつくります。

Introduction - Deep Tokyo Tour (West)



Introduction - Deep Tokyo Tour (West)



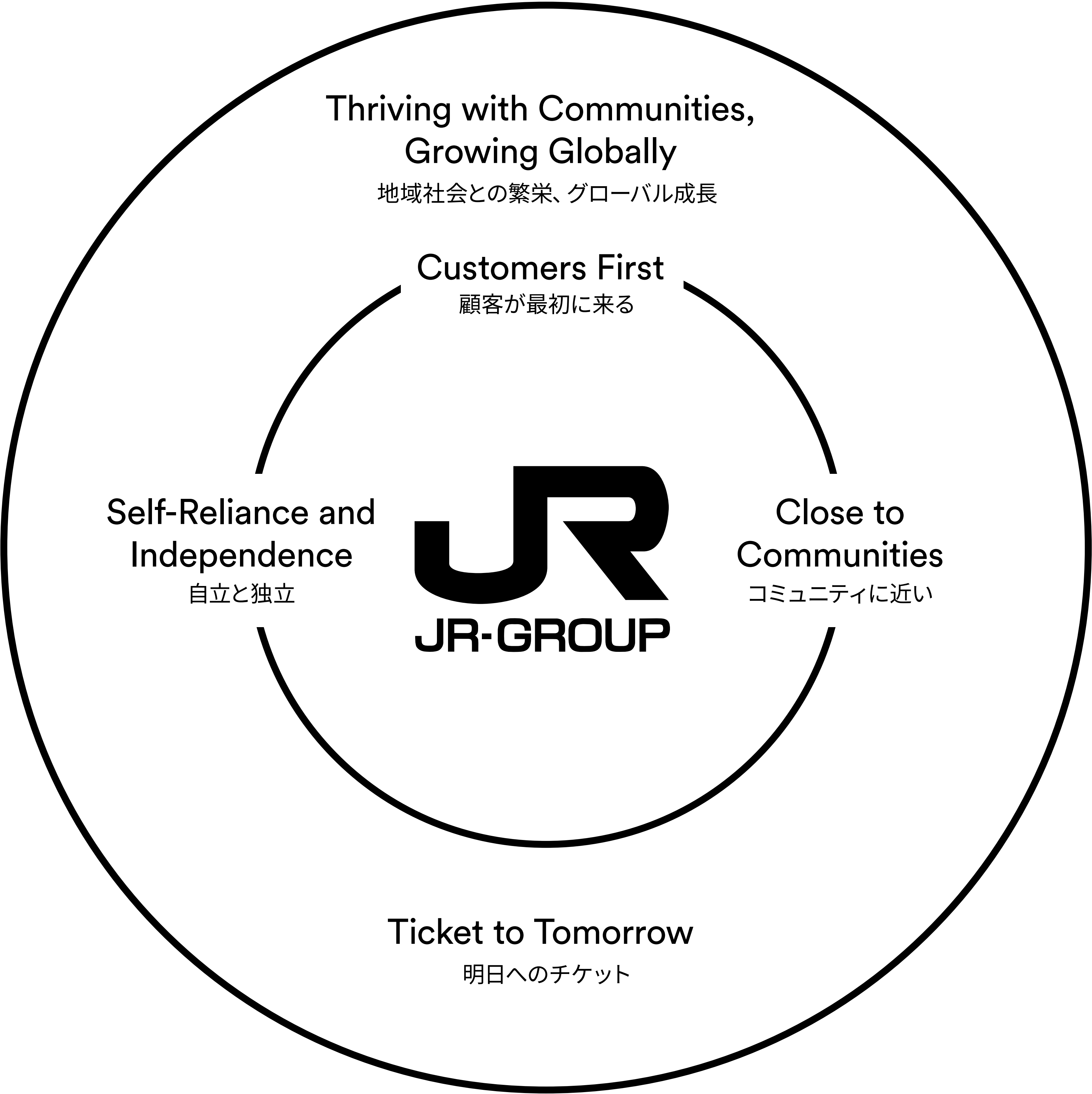
Insights

Privatised 30 years ago, brand core values to present focuses on providing solutions, hospitality through transport and lifestyle for the commuters.

30年前に民営化されたJRの現在のブランド価値は、通勤者向けのソリューション、ホスピタリティ、交通手段、ライフスタイルを提供することに重点を置いています。

Genuine desire to shift and expand the brand where they can provide emotional value and engagement with their target audience for the future.

ターゲットオーディエンスに将来への感情的価値を提供できるブランドに移行し、拡大することを真摯に願っています。



Insights

Every area around Yamanote line has their own unique beauty, traditional & modern; young & new. Almost everyone is proud of their own district and happy to be part of it. The communities that thrives within are the ones that make the line come alive.

山手線の各エリアには独自の美しさ、伝統と現代、若さと新しさがあります。多くの人々が自分たちの地域を誇りに思っており、その地域に関わることを幸せに感じています。その中の充実したコミュニティは、山手線を生き生きとさせるものです。

Opportunity to use Yamanote Line as a form of connector to foster a relationship of mutual growth as one.

山手線を、人々がお互いに成長できる関係を作り出すコネクタースとして活用できると考えています。



How can Yamanote Line talk to the community and create emotional value around and beyond?

どのようにすれば、山手線がコミュニティの内外に感情的価値を創造することが出来るのでしょうか？

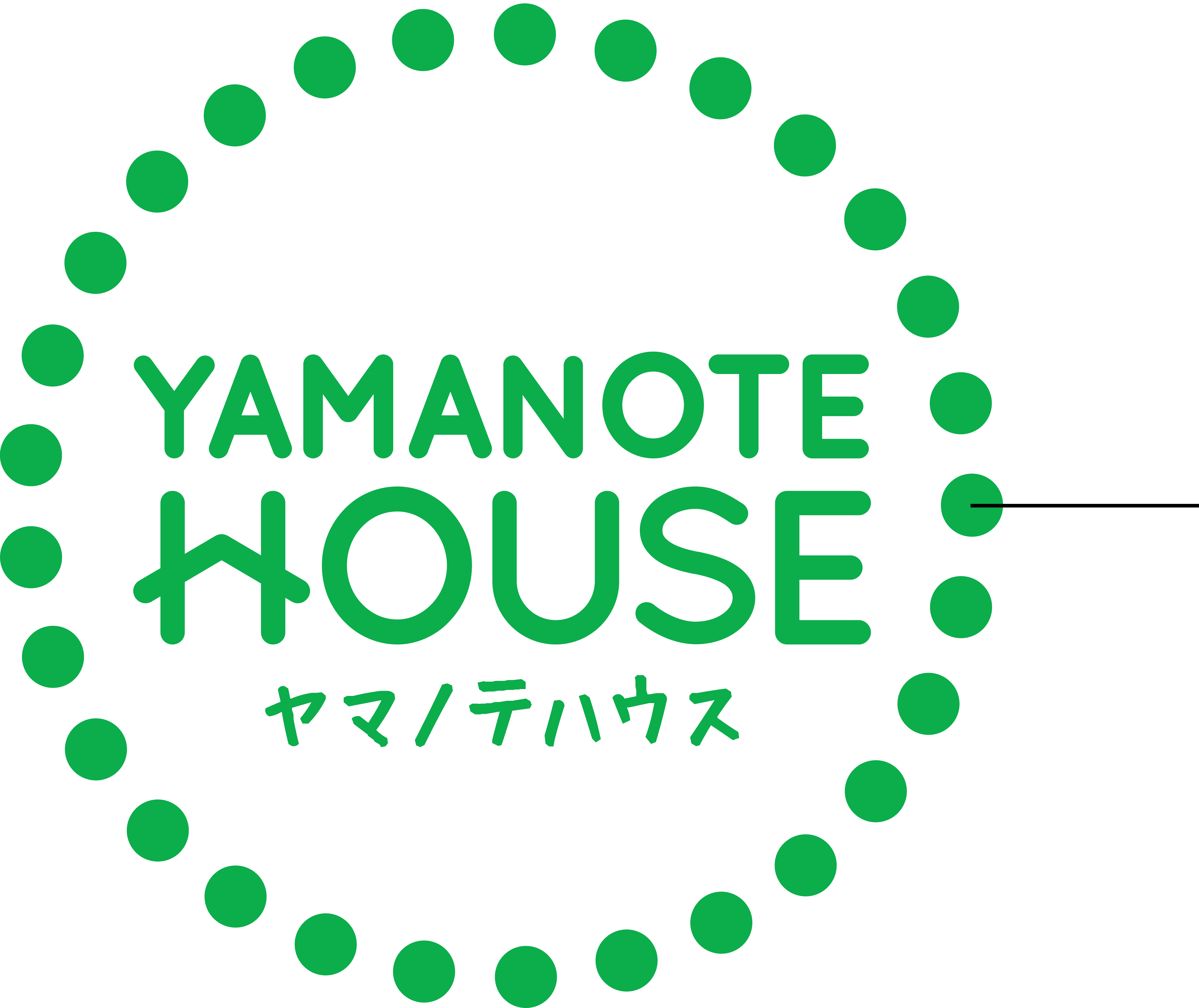
Design Solution

**Yamanote House -
To unite all communities under one roof to
connect and celebrate through shared stories,
experiences and sharing them to the world.**

ヤマノテハウス-
ストーリーや経験を世界に共有することで、すべてのコミュニティを一
つの屋根の下でつなげます。

What is “Yamanote House”?

Logo



Derived from the 29 stations running around the Yamanote Line.

The 29 dots also represents the “micro-neighbourhoods” coming together to form and work towards a common goal to unite into “1 Yamanote” housed in the heart of Tokyo City.

山手線を走る29の駅から派生したものです。

29の点は、東京の中心で、1つの「山手」を作るという共通の目標に向かって動いている「ミクロな地域」を表しています。

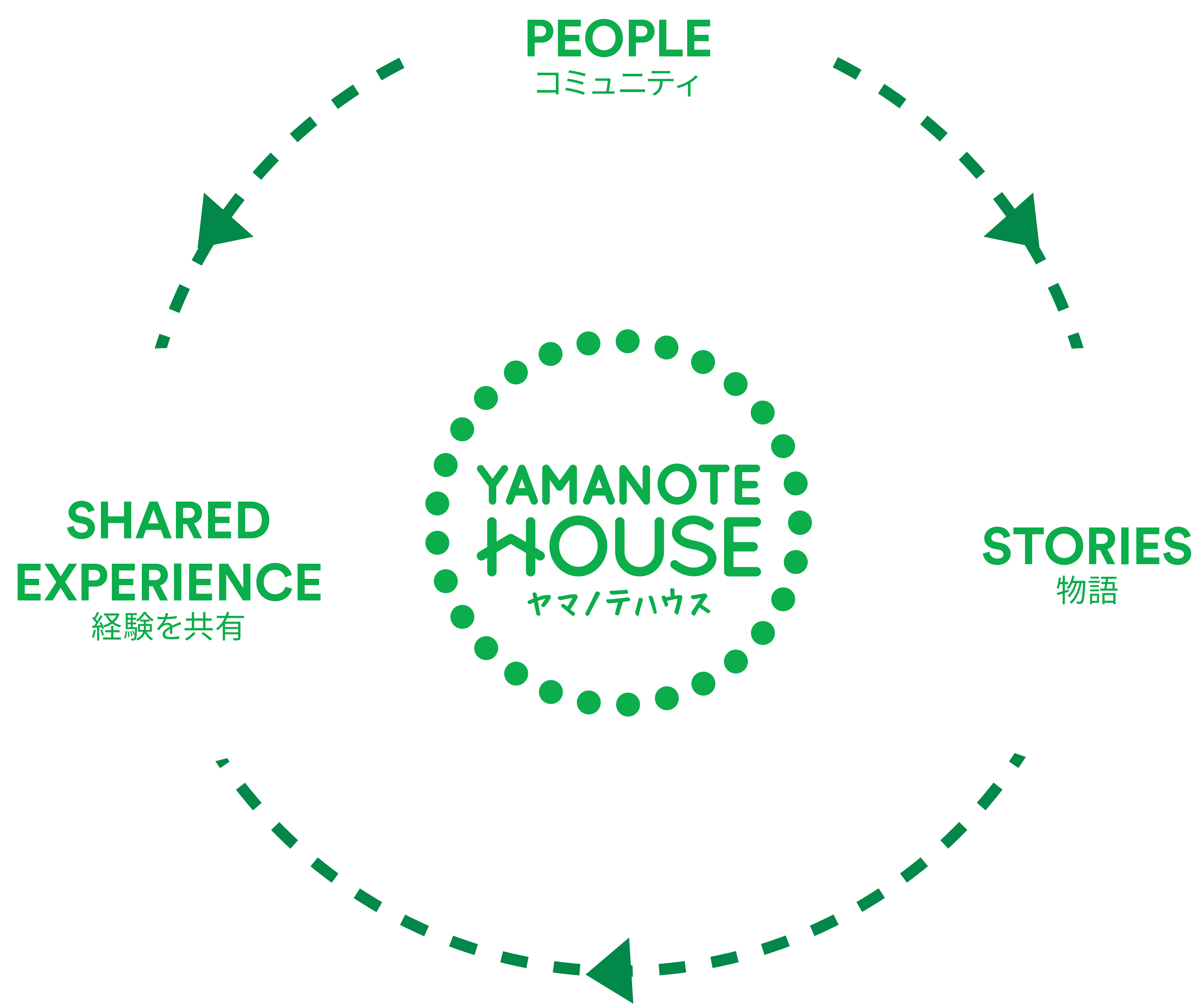
Yamanote House - Core Values

People and Stories make Yamanote Line.
By Community, for the Community.

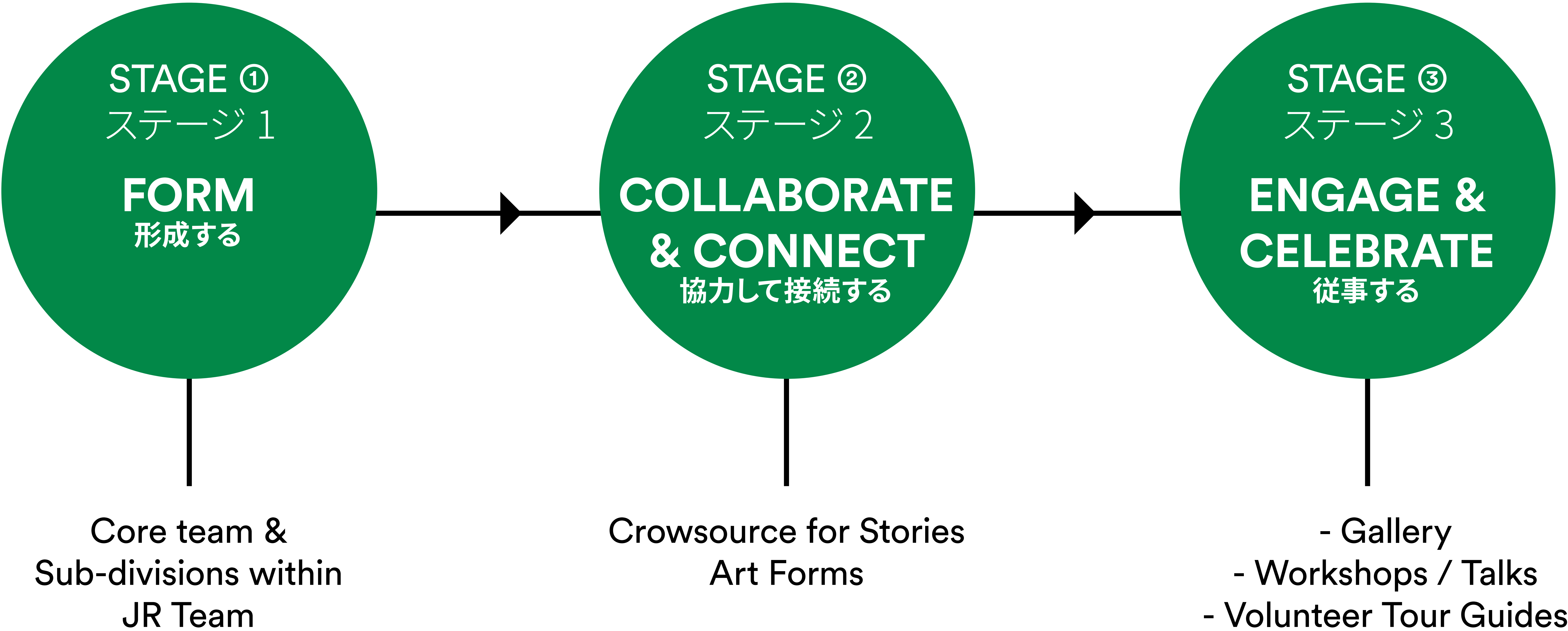
A ground-up effort from JR East that pushes boundaries and challenges the traditional concept of **communicating lifestyle** to the residents and international audience.

- Connect the communities around Yamanote Line across generations.

ライフスタイルを伝えるという古いコンセプトを覆すような、ボトムアップの取り組みです。



Design Solution - Strategy



Stage ①

Form

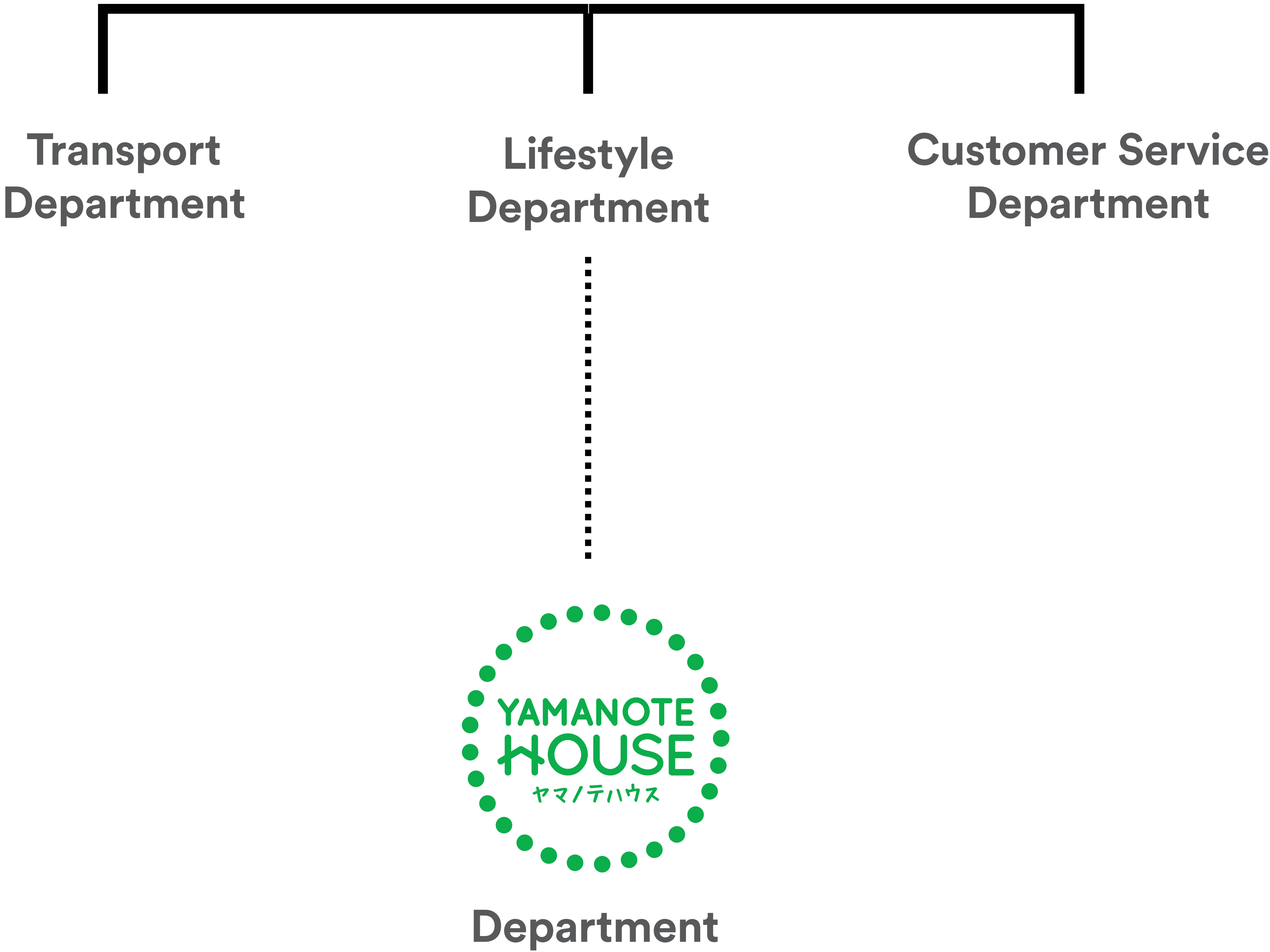
To form a dedicated core team to constantly push boundaries and innovate new shared experiences, while collaborating with other departments to spread the value.

常にコミュニティと対話し、新しい関わり方を考え、果敢に挑戦するための部署を作ること。

To be seen as a long term investment of resources and collaborative process to connect and create value with the community.

コミュニティとつながり、新たな価値を生み出す協働のプロセス、そして長期的な資源の投資です。

Yamanote Line
Team



Stage ②

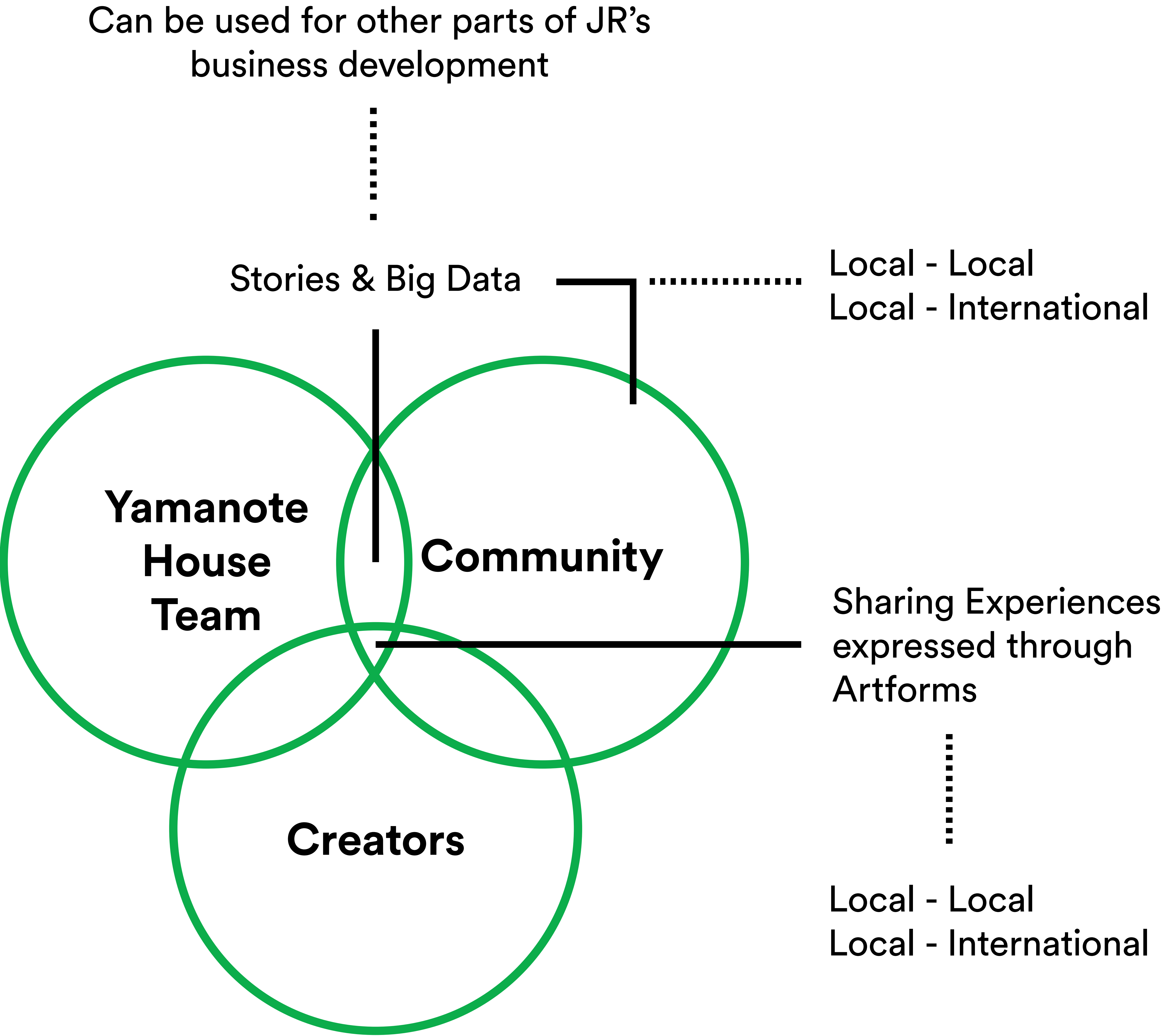
Collaborate & Connect

Crowdsourcing & Ground-up approach for Yamanote House:

ヤマノテハウスのための、クラウドソーシング及びボトムアップの取り組み：

The need to collect new sets for data to generate content in order to talk and engage with the community.

コミュニティに関わり、コミュニティと対話し、新しいコンテンツを作り、データ収集をする必要があります。



Stage ② - Connect & Collaborate

Why need new data?

- ① Data expands to collecting information about stories, emotions, experiences. They give the community an identity.

データを活かし、人々のストーリー、感情と体験という情報に変える。コミュニティに新たなアイデンティティを創り出す。

- ② The act of co-creation is a platform and community outreach itself. It is an opportunity to feature the community's voices and stories through Yamanote Line.

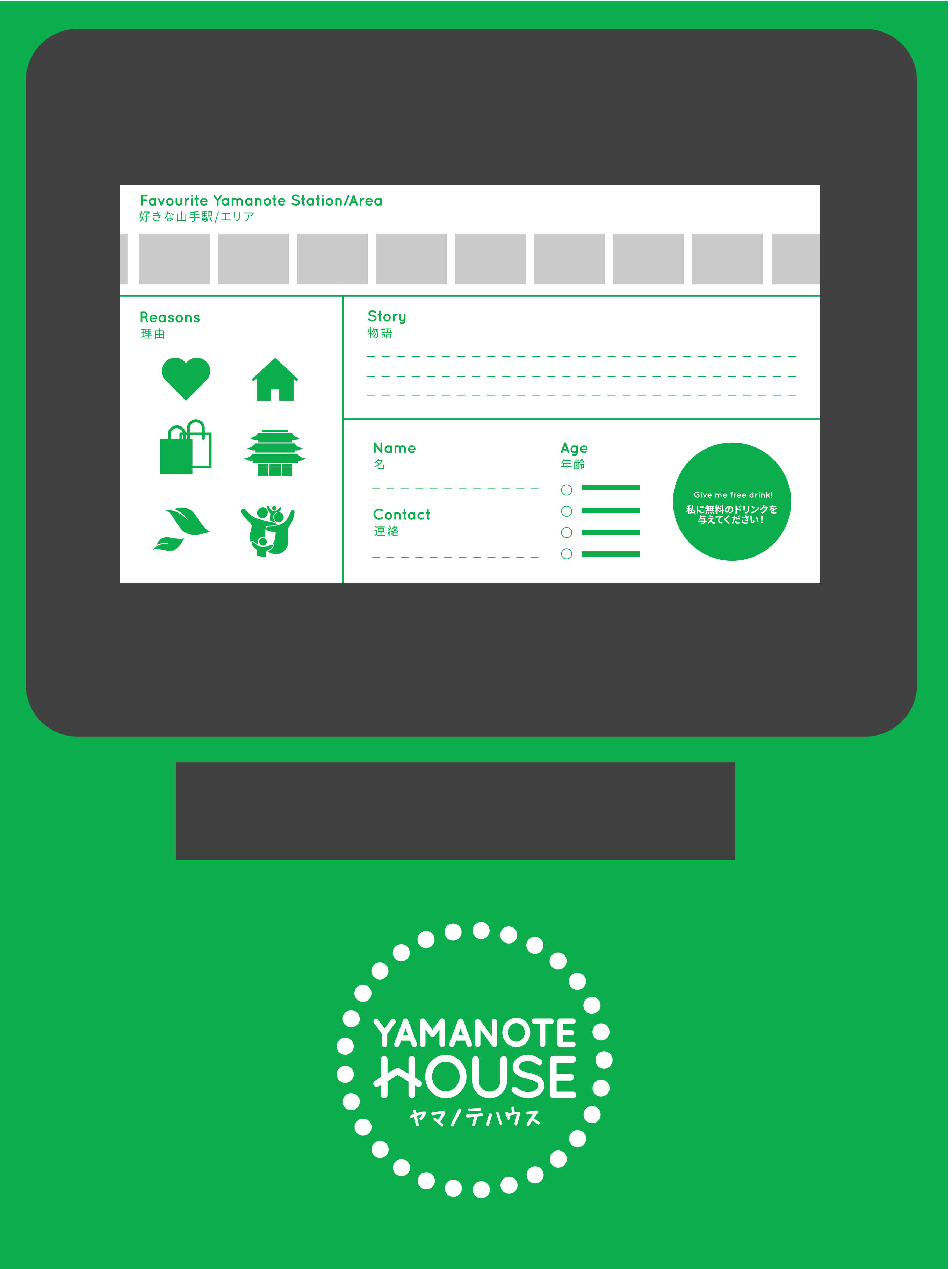
Stage ② - Connect & Collaborate

How and where to collect new data?

Digital Vending Machine
Booths around Yamanote Line

山手線沿いの駅構内にデジタル
自販機を設置

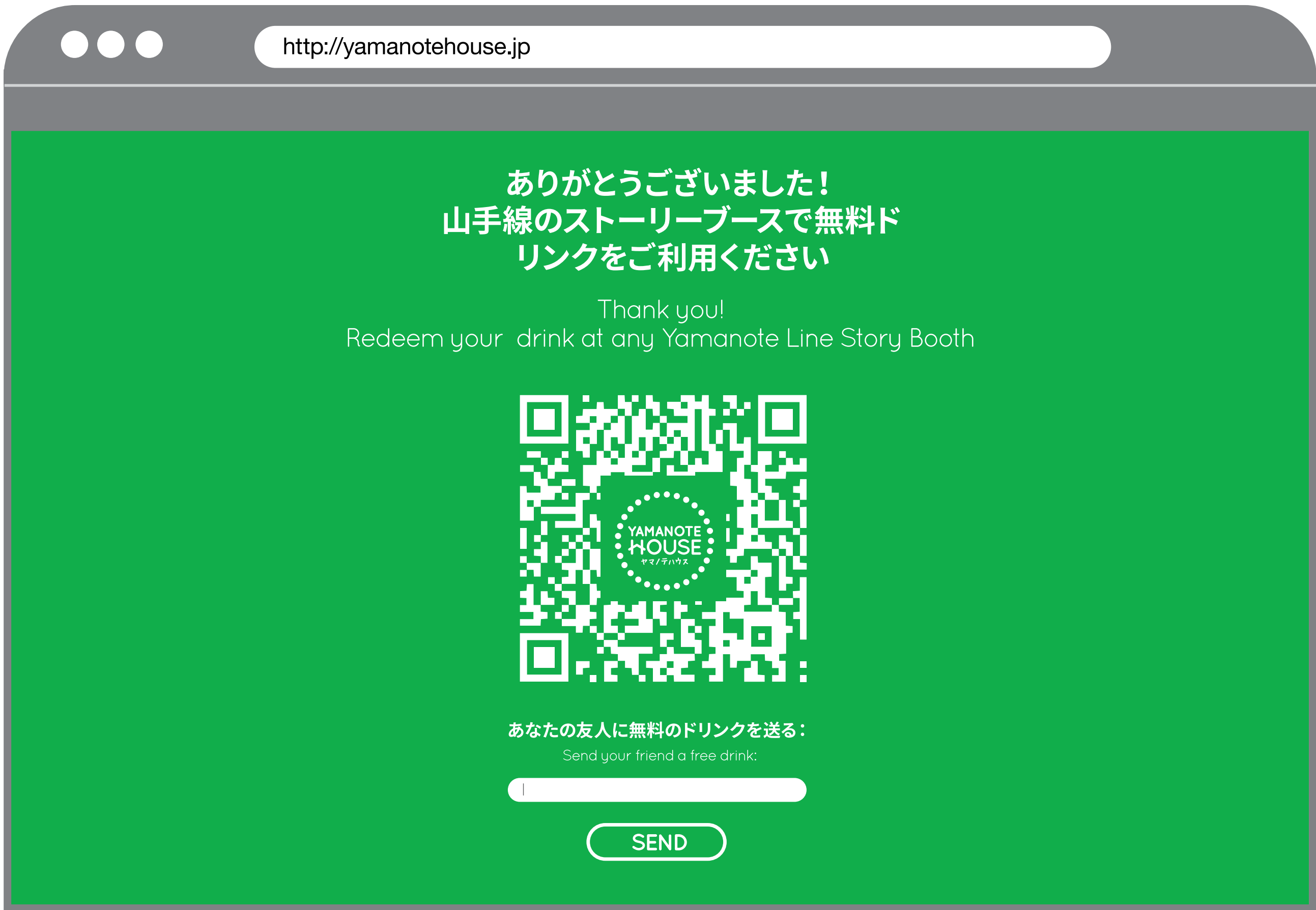
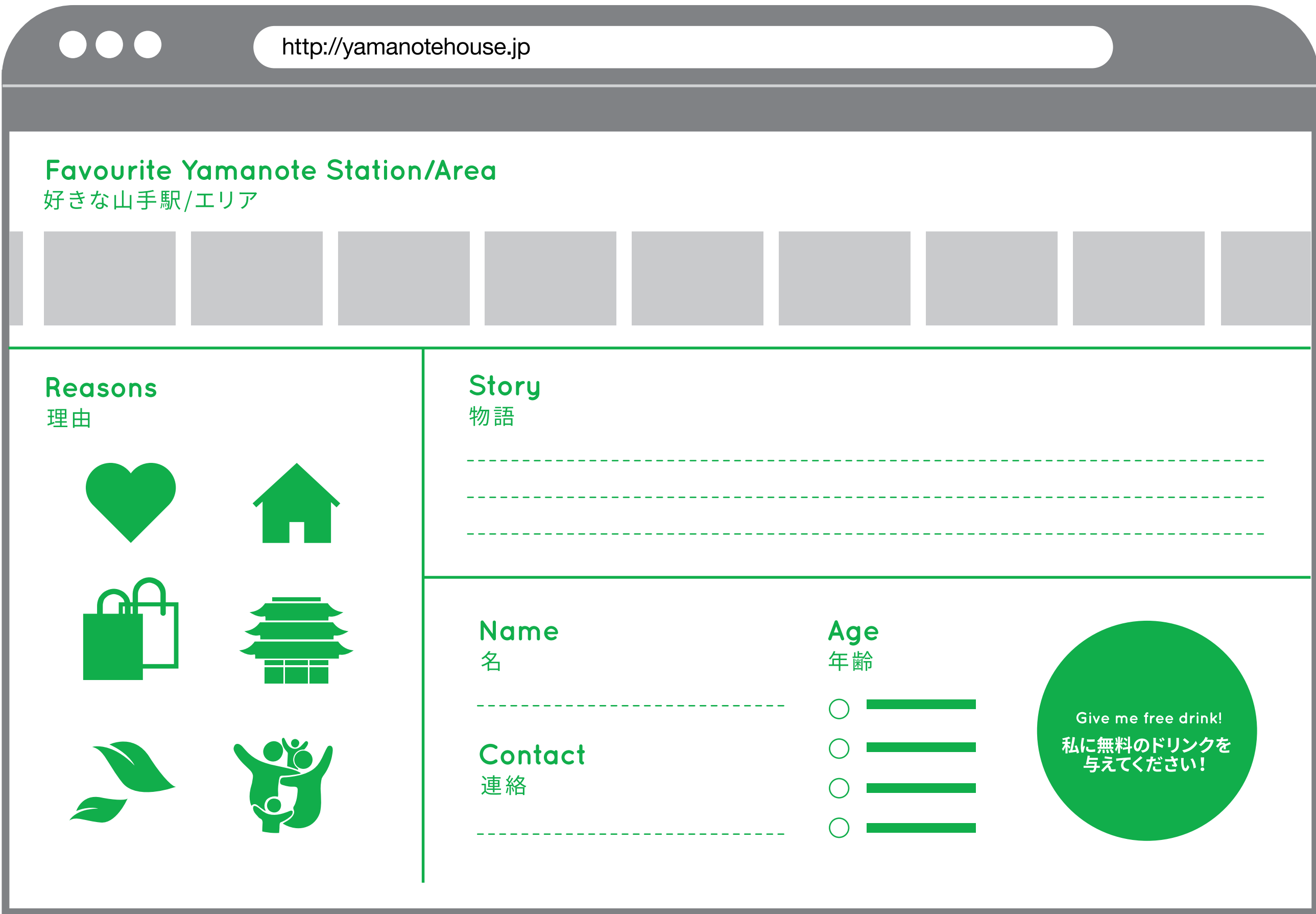
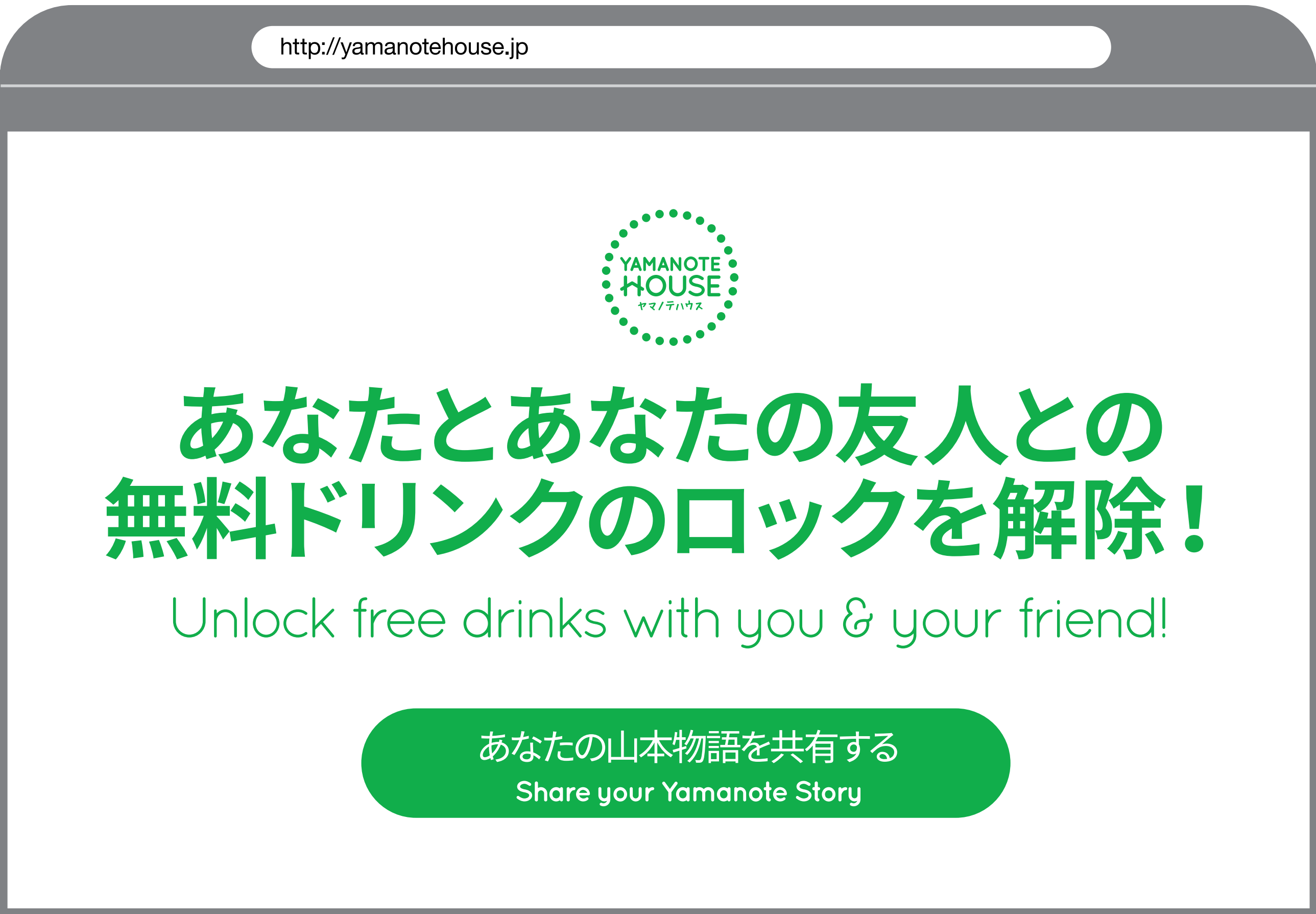
- Share your Yamanote Story
あなたのヤマノテストローリーを
共有しよう
- Get a free drink +
Send you friend a free drink
無料ドリンクをゲット! もしく
は、友達にワンドリンクを送
ろう。



Stage ② - Connect & Collaborate

How and where to collect new data?

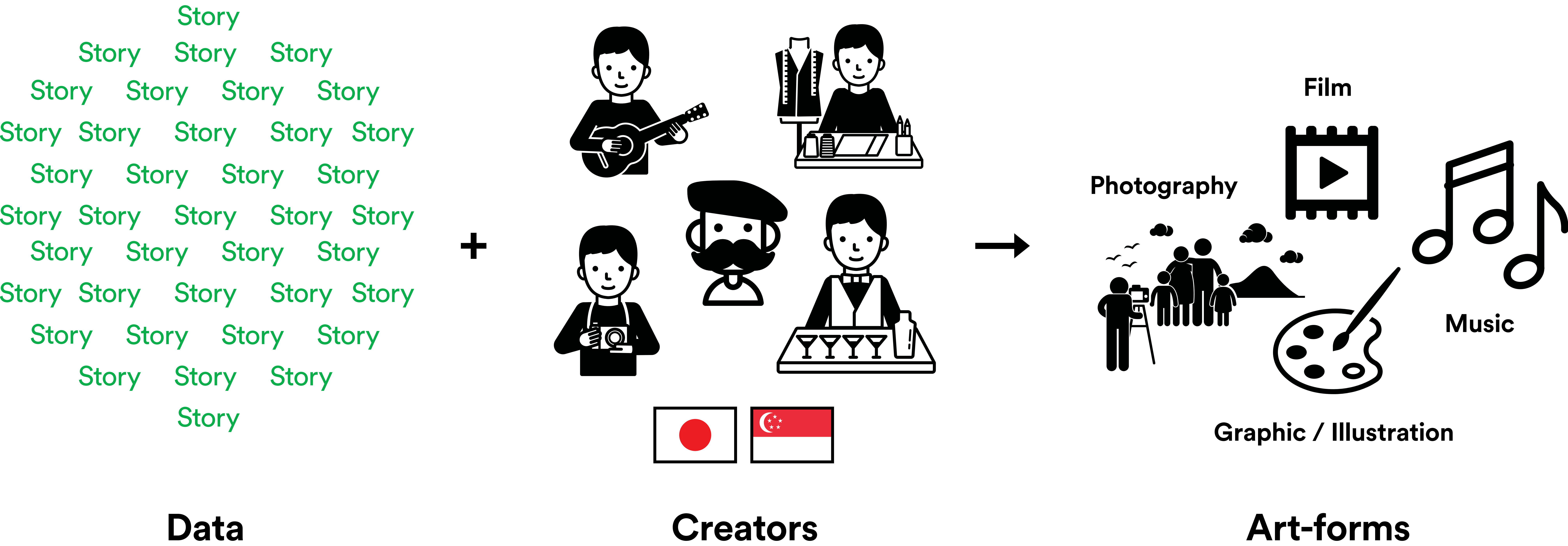
Website Portal



Stage ② - Connect & Collaborate

How to use data?

Idea ① - Collaboration & Co-creation with Creators
クリエイターと協働



Stage ② - Connect & Collaborate

Creators’ List Examples

Local

(Local - Local)

Create awareness amongst the local community via local creators

Music



Maki Nomiya

Photography



Hamada Hideaki

Film



Hayao Miyazaki

Graphic & Illustration



TeamLab

International

(Local - Local & International)

SG-Targeted
Create awareness amongst local and international audience, using international creators who have already established a strong standing in Japan. This aims to set a platform to strengthen, grow and build new relationships to spread the “Yamanote Story”.

日本で有名な国際的なクリエイターと協同し、日本や海外の人々の中で認知度を高める。 ヤマノテストーリーを発信するため、新たな関係性を築き、強化するためのプラットフォームを作る。



Dick Lee



Leslie Kee

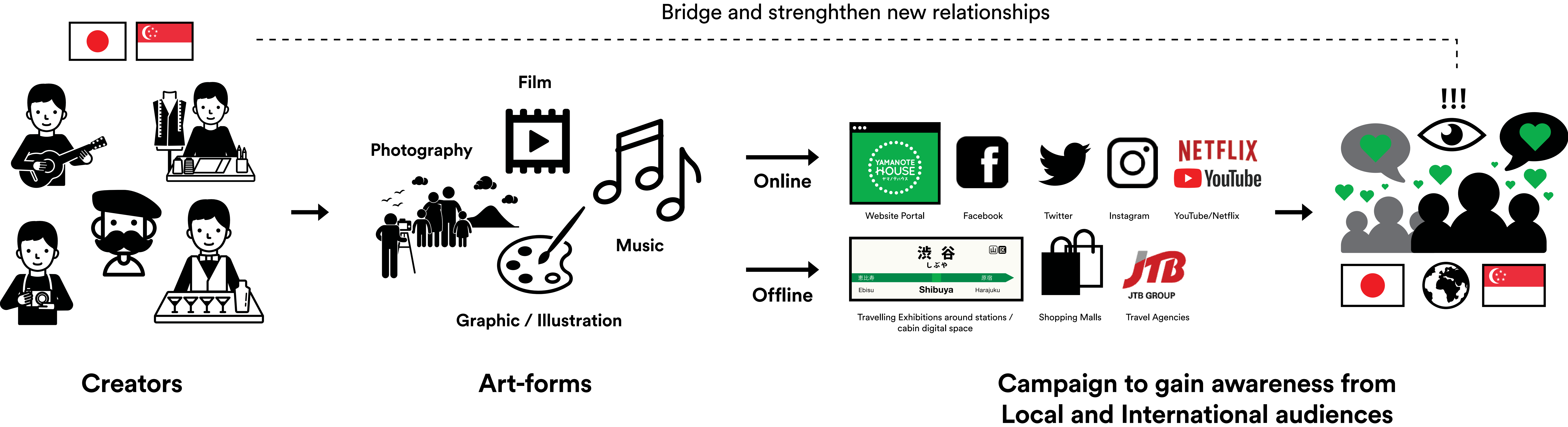


Royston Tan



Theseus Chan

Stage ② - Connect & Collaborate



Stage ② - Connect & Collaborate

How to use data?

Idea ② - Yamanote Story Time with Station Masters
駅員のヤマノテストストーリータイム

Story
Story Story Story
Story Story Story Story
Story Story Story Story Story
Story Story Story Story
Story Story Story Story Story
Story Story Story Story
Story Story Story Story
Story Story Story
Story

Data

+



Station Masters

Stage ② - Connect & Collaborate
Yamanote Story Time with Station Masters



Present



Future

Stage ③

Celebrate & Engage

Re-imagining and re-inventing the purpose of the travel service centre. It is a service centre made for the community to gather; **to service the people and with the people.**

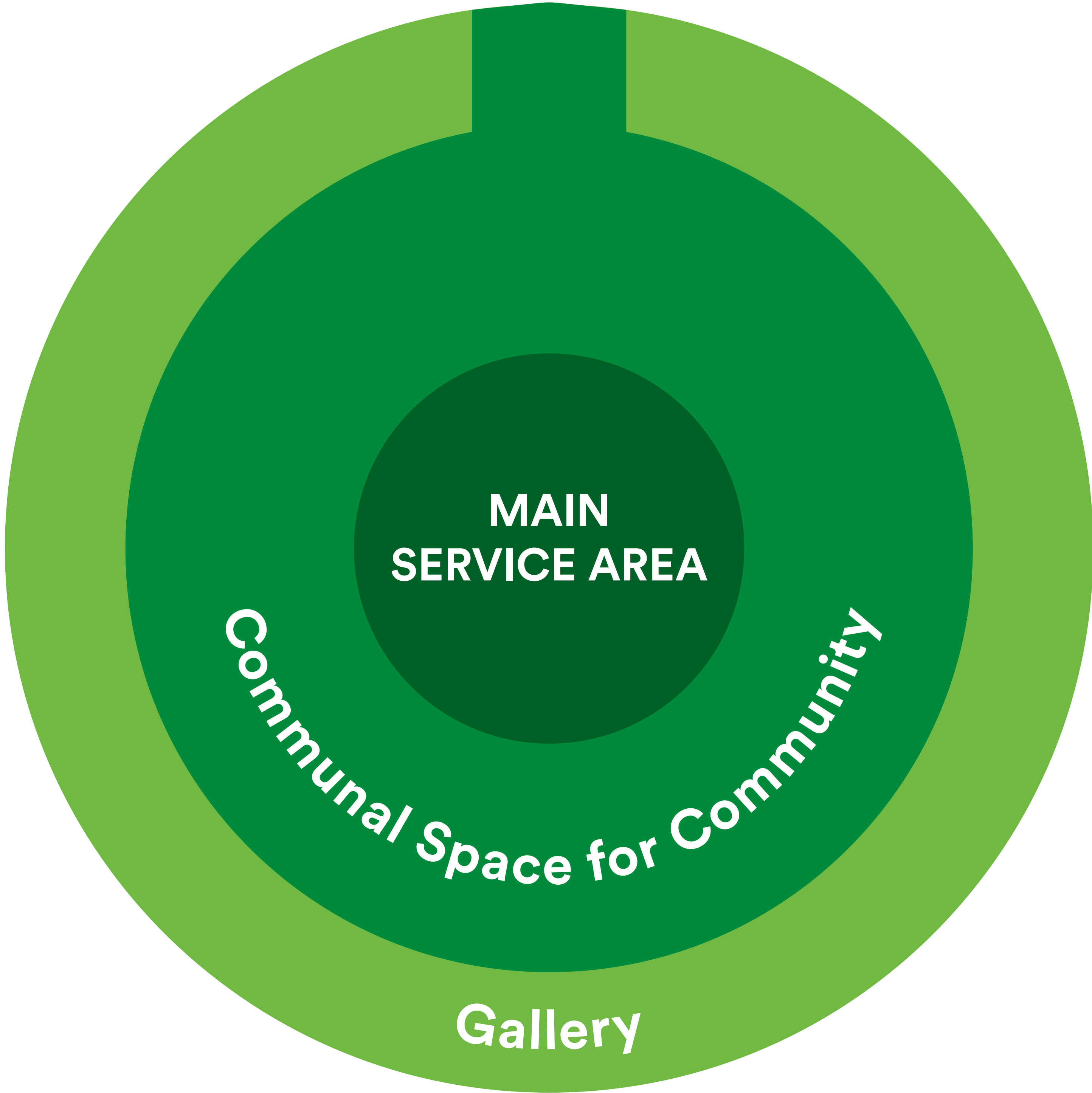
観光案内所の目的と構想を変える。地域のためのコミュニティスペースを地域の人達と一緒に作る。

Stage ③ - Celebrate & Engage

Integrated space to allow community to be part of it

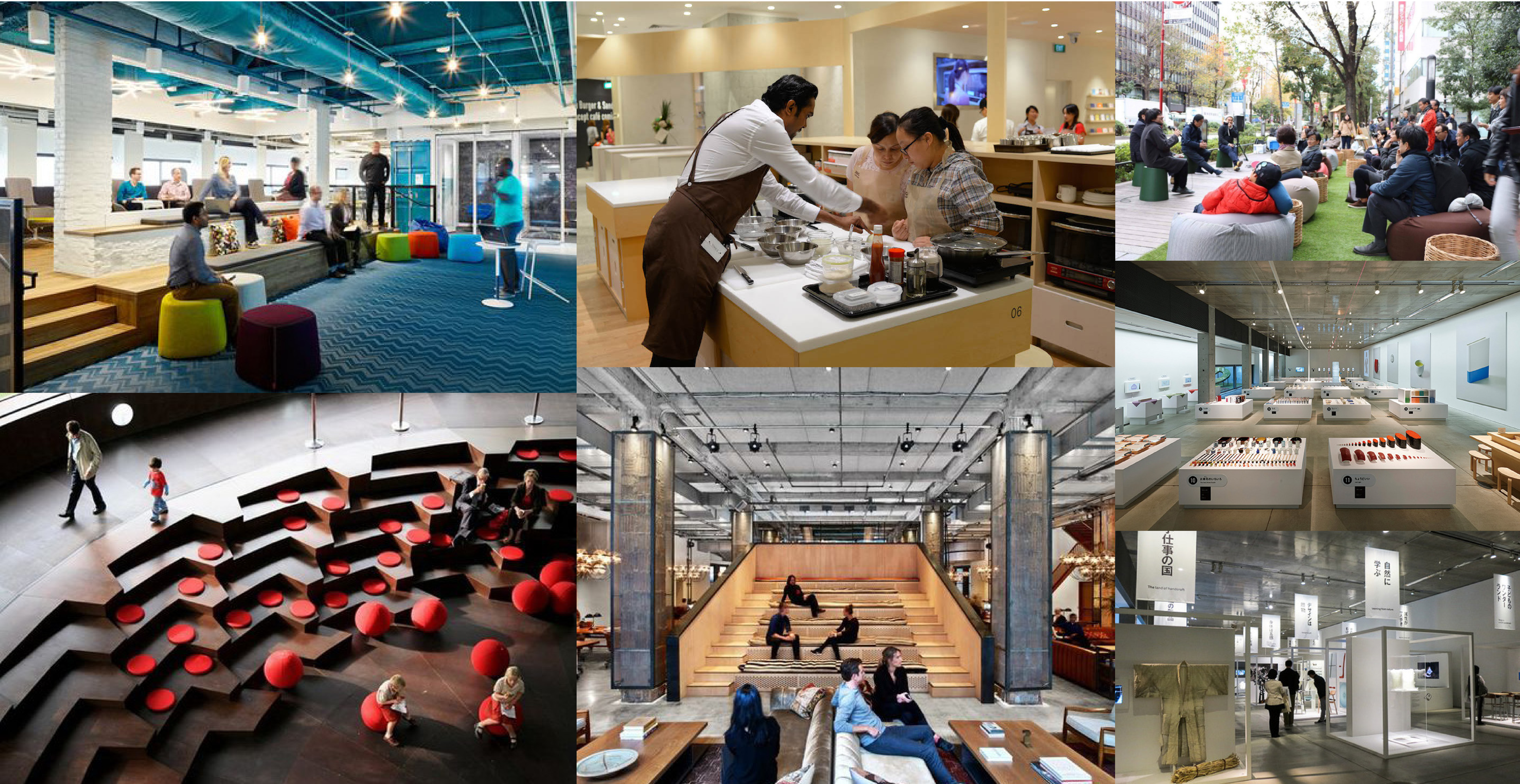


Present



Future

Stage ③ - Celebrate & Engage



Stage ③ - Celebrate & Engage

Where will Yamanote House - Space be located at?

- A few of the major hubs around Yamanote Line
- Adds emotional value for community to gather to share conversations and interact (rather than just to commute)

ただ通勤・通学するためではなく、コミュニティが集まり、会話し、交流することによって感情的価値が高まる。



In Conclusion

- A response for JR Brand’s growth to embrace the future of shifting trends, innovation.
- Preparing the new generation of commuters and community by servicing collectively as one.
- To be embraced within the eco-system as part of City of Tokyo and ability to influence and inspire the world.

JR東日本がイノベーションを起こし、新たなトレンドを作るための成長戦略。次世代の利用はと住民のために、駅と街が一丸となる。





=



Thank You!

どうもありがとうございました！