

2023.08.10

ブランド運営について最初に考えること

運営計画

コンセプト

ロゴ

レギュレーション

クリエイターの探し方

クリエイティブ

クリエイターとの関わり方

クリエイティブの  
解像度を上げる

# ブランド化

## 第2章 : マイクロブランド

### メリット

- 価格競争の回避
- 高単価商品が売れる
- 新規開拓のコスト減  
(リピート購入)
- 指名買いによる販促コスト減
- 優秀な人材確保
- 優良な取引先を確保
- 顧客ロイヤリティ向上

### デメリット

- 構築に時間がかかる
- 構築コストが莫大
- 効果測定が難しい
- クリエイティブの質が必要
- ブランド離れは急スピード (不祥事)

コンセプト

# コンセプト

(- 辞書的に -)

1. 概念。
2. 企画・広告などで、  
全体を貫く基本的な考え方。

## コンセプト

作り手 → 活動の指針となるもの

受け手 → 理想を言語化したもの

コンセプトを決めると  
その後の展開がしやすくなる

コピー化する



明確になる



過程でブレない

会社 / ブランド / 商品

**商品**

吸引力が変わらない、ただ一つの掃除機

- ダイソン -

**商品**

朝専用、缶コーヒー

- アサヒ WANDA -

**会社**

家庭でもなく職場でもない第三の空間

- スターバックス -

**ブランド**

会いに行けるアイドル

- AKB48 -

誰に、何を、

誰に？

内向き / 自分自身・スタッフ

外向き / 顧客・世の中

何を？

ベネフィット      機能

理念      目標      哲学

**会社**

弱きが集い、1つを成す

- Bremen Inc. -

---

**ブランド**

志、日本代表。

- 恵比寿刃 -

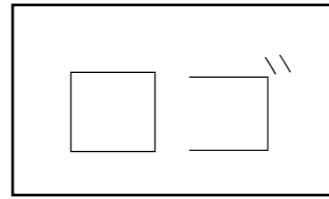
コンセプトキーワード

波 -nami- / 凧 -nagi-

伊佐那海 / 伊邪那岐

恵比寿様 / 七福神 / 商売繁盛

唯一日本由来の神様 / made in Japan



□□

作り手 → 視覚的なイメージを通じて、  
他の物と識別させるためのもの

受け手 → 企業や商品を想起させるもの  
(ブランド認識)

「ロゴ」と「シンボル」

□□

**STARBUCKS**®

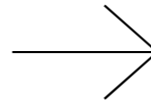
シンボル





**STARBUCKS®**

ブランディング



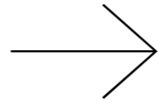
before

after

恵比寿

漢字ロゴ

恵比寿刃



YEBISU  YAIBA

英字ロゴ

YEBISU YAIBA

before

after

レギュレーション

## レギュレーション

ブランド運営における、決まりごと

運営のレギュレーション

クリエイティブのレギュレーション

## 運営のレギュレーション

- ・ 行動指針
- ・ トーン・オブ・ボイス
- ・ 文法ルール
- ・ SALE・割引ルール

<https://cbo-media.com/lab/brand-rule>

参考) ディズニーから学ぶブランドルール

## クリエイティブのレギュレーション

- ・ ロゴ使用のルール
- ・ トンマナ
- ・ カラーパレット

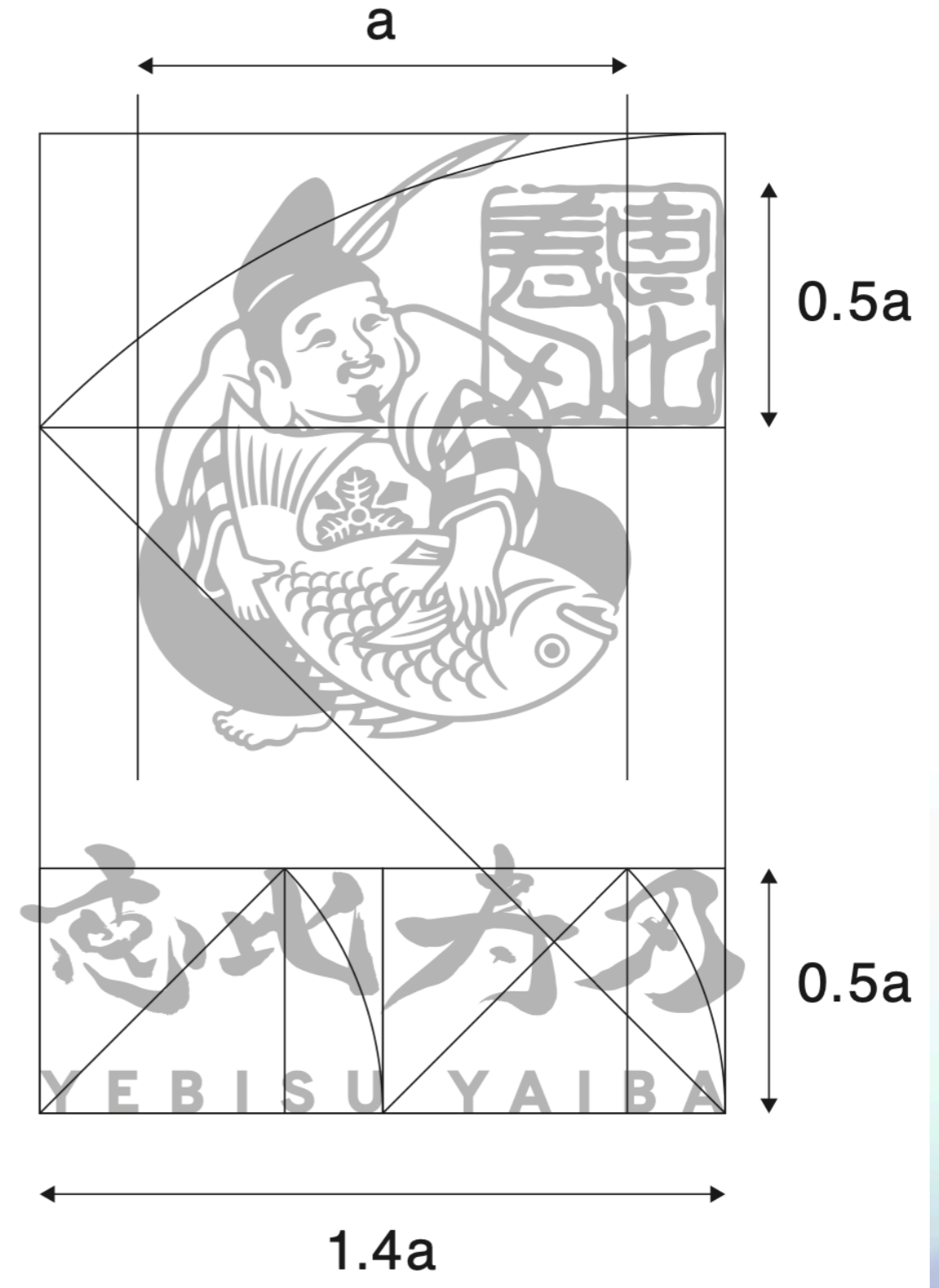
<https://binc.jp/brand-guideline>

参考) BASE ブランドガイドライン



徳比寿刃  
YEBISU YAIBA

比率



縦・横パターン



恵比寿刃



YEBISU YAIBA

YEBISU  
YAIBA

恵比寿刃

YEBISU YAIBA



ロゴの検証

**BY YEBISU**  **YAIBA**

**BY YEBISU**  **YAIBA**

**BY YEBISU**  **YAIBA**





考察 - パッケージ -



クリエイティブ

クリエイティブ

クリエイティブ

# クリエイターの探し方

## クリエイターの探し方

- ・ 本から探す  
デザイナーズファイル / ディレクターズファイル..etc
- ・ ポートフォリオサイトから探す  
<https://www.foriio.com/> <https://www.behance.net/>
- ・ クラウドから探す
- ・ 紹介してもらおう

クリエイティブ

クリエイターとの関わり方

## クリエイターとの関わり方

- ・ プロジェクト単位  
単発案件にしない
- ・ ディレクションしない！  
そのかわり、たくさん話そう！週一出社推奨
- ・ 補助金を活用する

クリエイティブ

クリエイティブの解像度を上げる

## クリエイティブ

拡散的：自由奔放なアイデアをできるだけ数多く出す

統合的：物事を「全体」としてとらえる（分析しない）

包括的：モレやダブりに気をとられない

多元的：正誤、優劣をつけず、絶対的な正解を求めない

非直線的：無秩序、カオスから何かを生み出す

水平的：アイデアの「正しさ」よりも「幅」を重視する

イメージ：言葉による定義にとらわれず、イメージも活用する

柔らかい思想：頭だけでなく「感じること」を大切にする

アンフレームワーク：細かく分類せず、大枠でとらえる

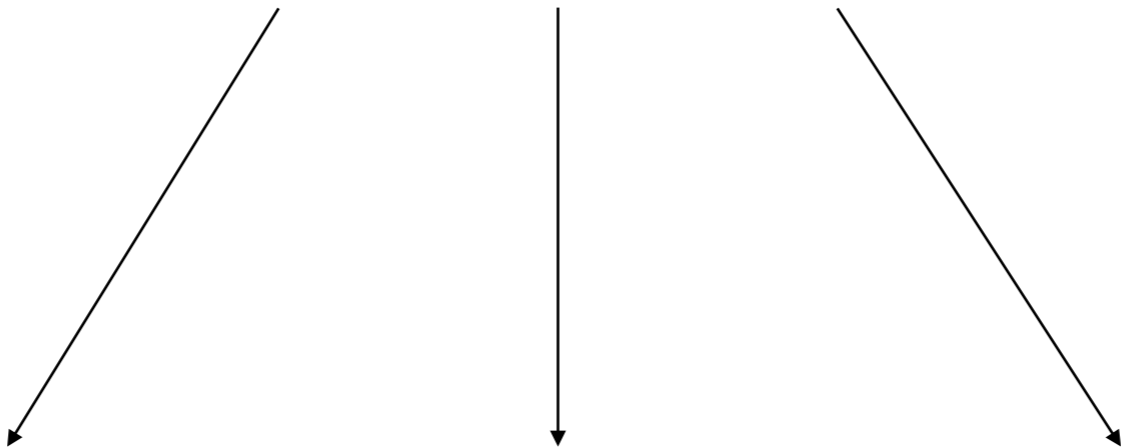
クリエイティブ

たくさん考える

深く考える

おやっ？

(商品・サービス・喜怒哀楽・芸術・日常)



自分視点

ユーザー視点

経営者視点