

事例でわかる！
ブランドデザインにて抑えるべきポイントとは



2020.08.26

amadana

クリエイティブ総合商社

ai アマダナ総合研究所
amadana Creative Institute

プロダクト・企画

Amadana Music

*法人ではなくブランド

プロダクト
音楽プラットフォーム

amadana
amadana international Co.,Ltd

プロダクト・海外



amadana
SPORTS ENTERTAINMENT

スポーツ・e-sports
ビジネス



営業

Beasty Coffee
by amadana

コーヒー



Amadana Music

81 886 ONE

amadana

one is ultimate simplicity

amadana

amadana international Co.,Ltd





結集

UNITE ENERGY

TOKYO VERDY UNIFORM
2020

Designed in TOKYO



amadana
SPORTS ENTERTAINMENT



松 林 聡 / satoshi matsubayashi

1983年生まれ。

プロダクトデザイナー/クリエイティブディレクター/プランナー

10代からのフリーター生活を経て、社会の役に立つプロダクトデザインを標榜。食器メーカーにてコーヒー抽出器具、調理器具から調理家電まで様々な企画を立ち上げ、プロダクトデザイン、プランニングを担当。

amadanaではメーカー、小売業態を中心にした、ものづくりの監修やプライベートブランドの開発に従事。食・生活の道具から家電、空間まで総合的なディレクションを行う。

傍ら、amadanaオリジナルブランドであるBeasty Coffee by amadanaでは器具設計および店舗デザインを含めたプロデュースを担当している。

amadana株式会社 General manager

BeastyCoffee Cafe Laboratory株式会社 COO

SCAJ 認定 コーヒーマイスター

2011,2012,2014,2015,2016 グッドデザイン賞受賞

Beasty
Coffee
by amadana



Beasty
Coffee
by amadana



Beasty
Coffee
by amadana

amadana

X1型液晶テレビ
 AT-7322S (1004/1005)
 サイズ: 50
 W732×D504×H732mm(モニターのみ)
 重量: 4.5kg
 年間消費電力: 104.0kWh/年
 最大消費電力: 160W
 電源: AC100V/50Hz/1000VA
 寸法: 高さ 72mm
 重量 2.0kg(本体のみ)
 地上・地上+13MHzデジタル放送 /
 CATV (ケーブルテレビ) 対応
 A: 1000時間
 対応規格: 日本規格 / 日本規格
 出力端子:
 ヘッドホン / デジタル音声出力端子
 その他: LAN端子



AM / FM mobile radio

AM / FM モバイルラジオ
AT-DMP001 (1W16K)

ラジオ対応 高感度20MHzチューナー搭載
 対応周波数: AM 530~1600kHz、FM 87.5~108MHz、FM 108MHz 以上はステレオ
 電圧検出機能搭載 (通電中/電力不足/充電満了の検出)
 AM 1600kHz、FM 108MHz (ステレオ) まで
 AM 1600kHz、FM 108MHz (ステレオ) まで



インナーウェア

メンズ Tシャツ(白)
 長袖タートルネック / 長袖カラーネック / 長袖ワイドネック
 レディース Tシャツ
 シリコンストラップ / 長袖ワイドネック

服の洗濯を怠ると衣類の汚れが蓄まり、雑菌が繁殖して臭いが発生し、さらには皮膚病の原因にもなります。

「制菌」とは

1. 菌を減らす
2. 菌を活動不能にする

「制菌」は菌の増殖を抑える役割

kill
bacteria
effect

殺菌

regular

kill
germs
effect

抑菌

スーパース 5/M
AT-IC11S/M (WW/MWW/M/M/M)

容量 / 質量 / サイズ:
1サイズ 90L / 2.7kg / W36×D24×H5.5
Mサイズ 13L / 3.3kg / M41×D27×H6.0
Xサイズ: ダブルホールド
付属品 X=スカーター



フレスコサイズ 405mm 重量 12.2kg
 サイズ 高さ28cm 総延長高さ 150cm以上
 フレーム高約、フレスコ シェッド高約 190cm



地址: 北京市西城区西便门大街 2 号
电话: 010-63793000



デジタルマーケティングスクール
 東京・横浜11（WOL/専攻）



AT-40511 (WPL/GR)





TAG label
by amadana



TAG label
by amadana



綿屋彦
衛門

寛正元年
SINCE 1460



綿屋彦
衛門

寛正元年
SINCE 1460



綿屋彦彦衛門
WATAYA HIKOZAEMON
SINCE 1460



綿屋彦左衛門
WATAYA HIKOZAEMON
SINCE 1460



綿屋彦左衛門
WATAYA HIKOZAEEMON
SINCE 1460

事例でわかる！ ブランドデザインにて抑えるべきポイントとは

- ① 自社ブランドを人と考えて、自分たちの「基本」を決めよう
- ② 顧客体験・商品への想いを言葉やストーリーにして共感を生もう。

現代のデザインの領域の多角化



デザインの領域が多角化し、細分化している

事例でわかる！
ブランドデザインにて抑えるべきポイントとは

- ① 自社ブランドを人と考えて、
自分たちの「基本」を決めよう

ブランド（人）はどんな人？

- ・どんな容姿で
- ・どんな言葉遣いで
- ・どんな服を着ている？
- ・どんな色のイメージ？



ブランド(人)はどんな人？

- ・どんな容姿で
- ・どんな言葉遣いで
- ・どんな服を着ている？
- ・どんな色のイメージ？

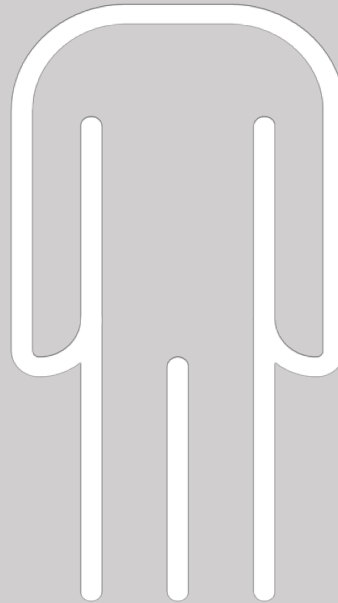


顔 = ロゴマーク



言葉 = フォント・言い回し

服 = ブランドカラー



Block type

**Beasty
Coffee**
by *amadana*



horizontal type

Beasty Coffee
by *amadana*

ネイビー

C10 / M10 / Y10 / K10
R10 / G10 / B10
#000000
PANTONE Cool Gray 10 C

グレー

C10 / M10 / Y10 / K10
R10 / G10 / B10
#808080
PANTONE Cool Gray 10 C

ホワイト

C0 / M0 / Y0 / K0
R100 / G100 / B100
#FFFFFF

シルバー

ブラック

C0 / M0 / Y0 / K100
R00 / G00 / B00
#000000

オレンジ

Beasty Coffee

by *amadana*

The coffee that's gentle
and tender inside, cover
by it's rough and wildness.
It's a journey of wonders
and makes you want to
drink again.

「ビースティーコーヒー バイ アマダナ」は
インテリアとして、生活の道具として、
部屋に置いておきたい、人に伝えたい。
そんな気持ちになる、
プロが使えるハンドドリップコーヒー器具や
生産者から届けるコーヒー豆を提供する
ブランドです。

center type

horizontal type

TAG label
by *amadana*

TAG label by *amadana*

ホワイト

C 00 / M 00 / Y 00 / K 00
R 000 / G 000 / B 000
#FFFFFF

ブラック

C 00 / M 00 / Y 00 / K 100
R 000 / G 000 / B 000
#000000

グレー

C 00 / M 00 / Y 00 / K 00
R 100 / G 100 / B 100
#808080
D50, 2° observer, 2 degree field of view

ベージュ

C 00 / M 00 / Y 00 / K 00
R 000 / G 100 / B 100
#D2B48C
D50, 2° observer, 2 degree field of view

T
by *amadana*

生活スタイル

生活スタイル

life style ライフスタイル

「TAG label by amadana (タグレーベル バイ アマダナ)」は、

老若男女を問わず全ての人の生活に溶け込む

ニュートラルなデザインとシンプルな使いやすさを追求し、

『無主張と究極のニュートラル』

というコンセプトのもと誕生しました。

服のようにタグでブランドを表示し、

製品自体からブランド・主張を取り除きました。

「TAG label by amadana (タグレーベル バイ アマダナ)」は

これからも現代生活に馴染む製品デザインを目指し、

生活で使う製品の現在あるべき姿を表現していきます。

A1

縦向き

VERTICAL LOGO

綿屋彦左衛門

綿屋彦左衛門

WATAYA HIKOZAEMON

SINCE 1460

A2

横向き

HORIZONTAL LOGO

綿屋彦左衛門

WATAYA HIKOZAEMON

SINCE 1460

C

シンボル

SYMBOL

白 (白)

White

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

黒 (黒)

Black

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

赤 (赤)

Red

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

青 (青)

Blue

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

黄 (黄)

Yellow

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

緑 (緑)

Green

色 / 値 / 年 / 月

色 / 値 / 年 / 月

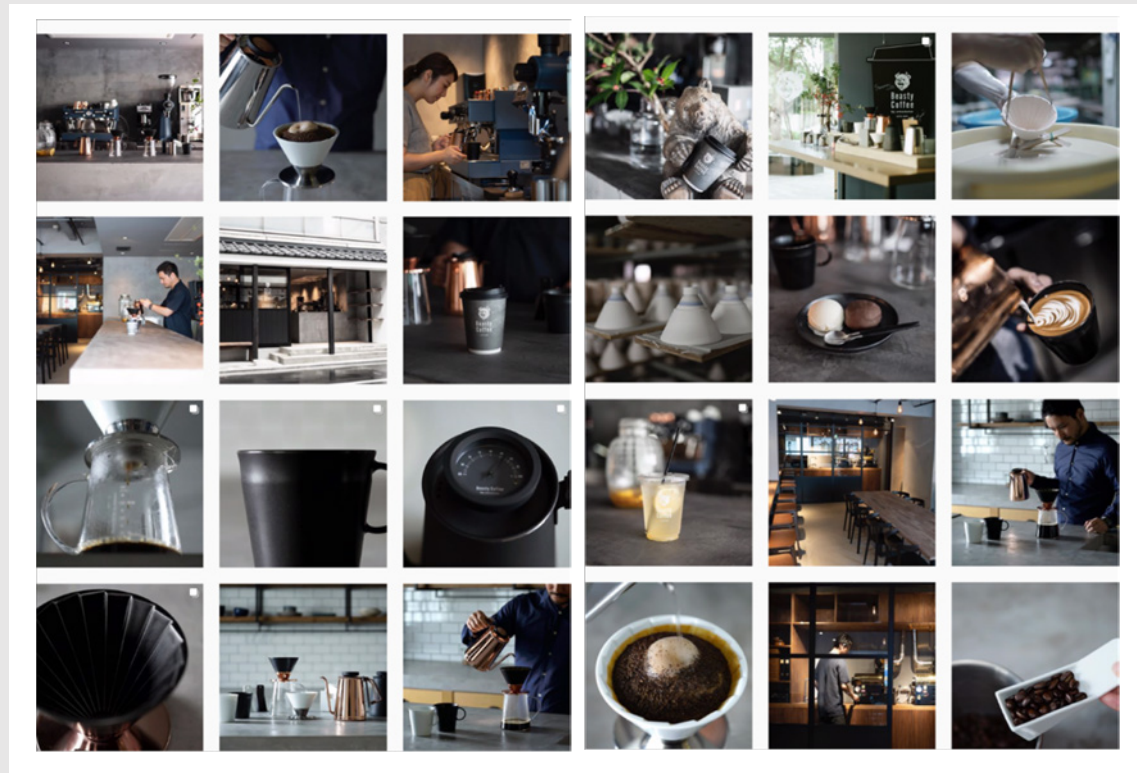
色 / 値 / 年 / 月

綿屋彦左衛門の卵

90%

奥出雲の自社の山の腐葉土、有機肥料、高麗人参、しじみ殻などでのびのびと育った「八雲褐鶏（やくもかちどり）」が時間をかけ自然に産んだ希少な卵です。上質な味わいをお楽しみください。

写真・動画＝そのブランドの容姿であり第一印象。



顧客とのコミュニケーションツールとして
イメージを統一すべき。

ただ綺麗に撮るではなく、ブランド、商品に適した色味、画角であるか、しっかりと意識をして画作りを。

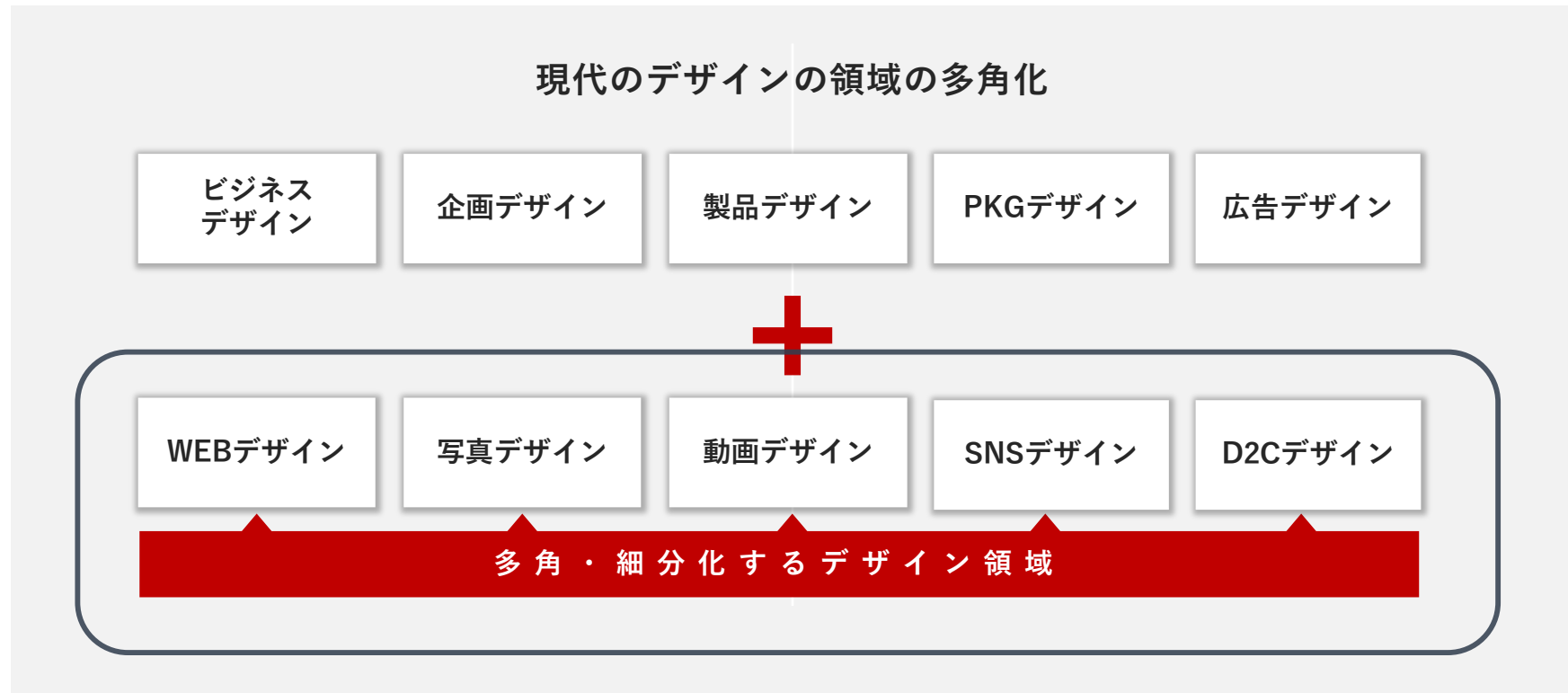


Before



After

まとめ ① 自社ブランドを人と考えて、自分たちの「基本」を決めよう



細分化したデザイン要素をブランドルールを基本とし、
一気通貫で管理・監修することが求められています

事例でわかる！
ブランドデザインにて抑えるべきポイントとは

②顧客体験・商品への想いを
言葉やストーリーにして共感を生もう。

スペック < メッセージ/ストーリー

もちろんスペックは重要ですが、まずは共感してもらうことを第一に



もともと自分が使用者だったGoProや、靴下の価値を変えたSTANCE



明確なメッセージを出し続けるスノーピーク、スペックを超越したapple

「無主張と究極のニュートラル」



TAG label by *amadana*

「TAG label by amadana (タグレーベル バイ アマダナ)」は、

老若男女を問わず全ての人の生活に溶け込む

ニュートラルなデザインとシンプルな使いやすさを追求し、

『無主張と究極のニュートラル』

というコンセプトのもと誕生しました。

服のようにタグでブランドを表示し、

製品自体からブランド・主張を取り除きました。

「TAG label by amadana (タグレーベル バイ アマダナ)」は

これからも現代生活に馴染む製品デザインを目指し、

生活で使う製品の^{もの}いま^もの現在あるべき姿を表現していきます。



インテリアでブランド名を主張しているのは家電だけ。という
スペックにこだわりのない一定層へ向けたストーリーを展開。

「そのコーヒーは、粗暴だけど、
小心者の獣が淹れるやさしさが内包された
不思議とまた飲みたくなるコーヒーでした。」



「ビースティコーヒー」はインテリアとして、道具として、

部屋に置いておきたい、人に伝えたい。

そんな気持ちになる、プロが使えるコーヒー器具や

生産者から届けるコーヒー豆を提供するブランドです。

インテリア性のある器具とこだわったブレンドコーヒーの2軸で
ストーリーを展開。



まとめ ②顧客体験・商品への想いを言葉やストーリーにして共感を生もう。

メッセージ/ストーリー

まずは共感してもらうことを第一に「ユーザー目線」
でのメッセージや言葉を抽出していくことがポイント



まとめ

現代のデザインはお客様とのタッチポイントが大きく増えています。
共感できる言葉・ストーリーをユーザー目線で抽出することで
評判を作ること为目标に。そのためにも多角的に散りばめられた情報を
統制されたデザインルールでコンパクトに続けることが重要になります。