

ブランディング・ロゴ制作

制作時間：30時間

使用ソフト：Adobe Illustrator / Canva

作業範囲：分析 / 企画立案 / デザイン / 資料作成

課題内容 クライアント：株式会社ロイヤルイタリア 様

< ご要望 >

- 20代をメインターゲットにした新ジュエリーブランドを立ち上げたい。
- WEBサイトでの販売を中心に展開をしていきたい。

以下の制作物を資料にまとめ、プレゼンをする。

- ネーミング
- ロゴデザイン
- パッケージデザイン
- WEBサイトデザインイメージ ※TOPページのみ

制作フロー

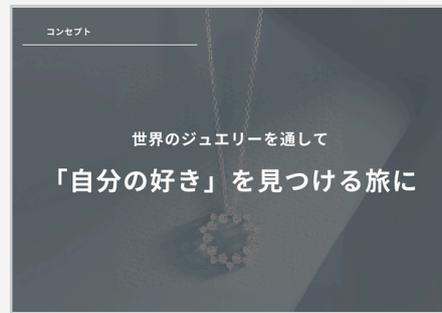
① 市場調査

ターゲットである20代を意識し、若者に人気のジュエリーブランドをデザインの系統別に調査しました。また、Z世代の趣味や嗜好を詳しく分析し、その特徴を整理しました。



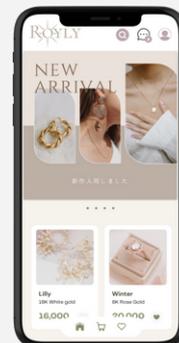
② コンセプト立案

世界のジュエリーに精通している社長様の強みと、『自分らしさを大切にしたいけれど、その自分らしさがまだわからない』というZ世代の考えを掛け合わせ、**ジュエリーを通じて自分の「好き」を見つけたい**という思いをコンセプトにしました。



③ デザイン制作

ブランド名を考案し、ターゲットに合わせてロゴ・パッケージ・WEBサイトをデザインしました。パッケージはエコを意識し、WEBサイトは20代女性が好むデザインをイメージ、ロゴは複数パターンを提案しました。



④ プレゼンテーション

コンセプト、ブランド名、ロゴ、パッケージ、オンラインストア販売戦略を含め、ブランドの成長を見据えた内容を意識して制作し、社長様へ5分間のプレゼンテーションで提案しました。

ブランド名・ロゴの説明



※読み方：ロイリー

- ✓ ROYLY（ロイリー）と名付けた背景にはターゲット層から、可愛らしさ・若さ・親しみやすさをイメージしROYAL ITALIAを連想させるような造語で考えました。
 - ✦ マークはジュエリーアクセサリを表現し、コンセプトから「自分らしさを見つけて輝いてほしい」という意味もこめています。

ROYAL ITALIA

#b8ac9c

#ada9a5

今回のブランディング・ロゴ制作でこだわった点は、ブランド名の考案とロゴデザインです。また、資料作成を進める中で多くのアイデアが浮かぶほど可能性に満ちたブランド立案を伝えたく、下記の「中長期的なロードマップ」も提案させていただきました。

中長期的なロードマップ



社長様が日本ブランドの立ち上げを視野に入れていると伺い、今回の若者向け新ブランドを将来の日本ブランド立ち上げへの第一歩と位置づけ、ロードマップを提案しました。

プレゼン資料

プレゼン資料は内容をわかりやすく、デザインが際立つようシンプルさを心がけました。

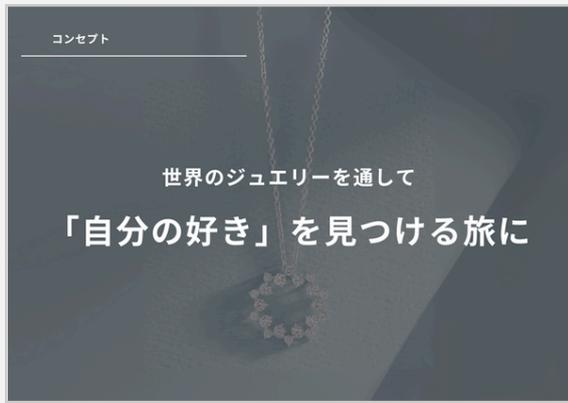
1



2



3



4



5



6



7



8



9

＊

パッケージ案

10

パッケージ案

サステナブルを重視し
過剰梱包を避ける

低コスト

サステナブル

- アクセサリ-台紙等を利用
- 再利用できるアクセサリ-ポーチ
- 限定品はコンセプトに合わせてポーチの色を追加

フィルム固定
エコ発送

11

＊

販売戦略

12

中長期的なロードマップ

01 若者向け新ブランド立ち上げ	02 限定的にテスト販売	03 日本ブランド立ち上げ
<ul style="list-style-type: none"> ROYAL ITALIA 人気デザインを20代向けのデザインにし、価格帯にリモデル あえてテストは絞らず 洋(世界)も、和(日本)も取り入れた様々なテストのデザインを販売 	<p>※イメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> 「漆」ブランドの発信 ROYLYで販路テスト販売をする 期間限定テスト販売をする 外国産「漆」を使用し ローコストでモールドスタート 人気デザインを分析・データ収集 	<p>※イメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産産「漆」を使い、高品質・高価格帯ジュエリーを販売 人気デザインをブラッシュアップ インバウンド向け商品開発

13

20代トレンド調査

- Kpopブーム 韓国デザイン
- 半蔵ワンテージ 細粒レトロ 大正ロマン
- スキんジュエリー (金属7141+対応)
- カスタマイズ
- 若手デザイナー 個人ブランド

14

「漆」デザインのアイデア

デザインの一部に「漆」を施した和風なジュエリーアクセサリ-の制作イメージとして、上記4枚をピックアップ致しました。参考情報として掲載させていただきます。 ※写真の商品は「漆」を使用したものではありません。

「漆」は熱や湿度に強い素材のため耐久性があることや環境負荷の低いエコ素材 ※1 という点もアピールポイントとして訴求することができます。

※1 参考：サステナブルな天然素材「漆」について (https://okane-kikin.org/contribution/4102)

上記の写真は実際に「漆」を使用したものです。焼き付け技術により金属に漆を定着させています。

15

オンラインストア販売戦略

01 モールに出店	02 自社サイトで販売開始	03 ポップアップストア出店
<p>ZOZOTOWN</p> <p>https://zozo.jp/</p> <ul style="list-style-type: none"> ブランド認知拡大のためにモール型ECサイトを活用。アパレルECに強いZOZOTOWNに出店。 	<p>※オンラインストアイメージ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 体験を通し、思い出になるようなイベント企画

16

ROYLY

ROYLYは可能性を秘めたブランドです。

ご清聴ありがとうございました。