

Brand Identity

byul design studio



BRAND : MATCHA HOUSE

LOCATION : KYOTO

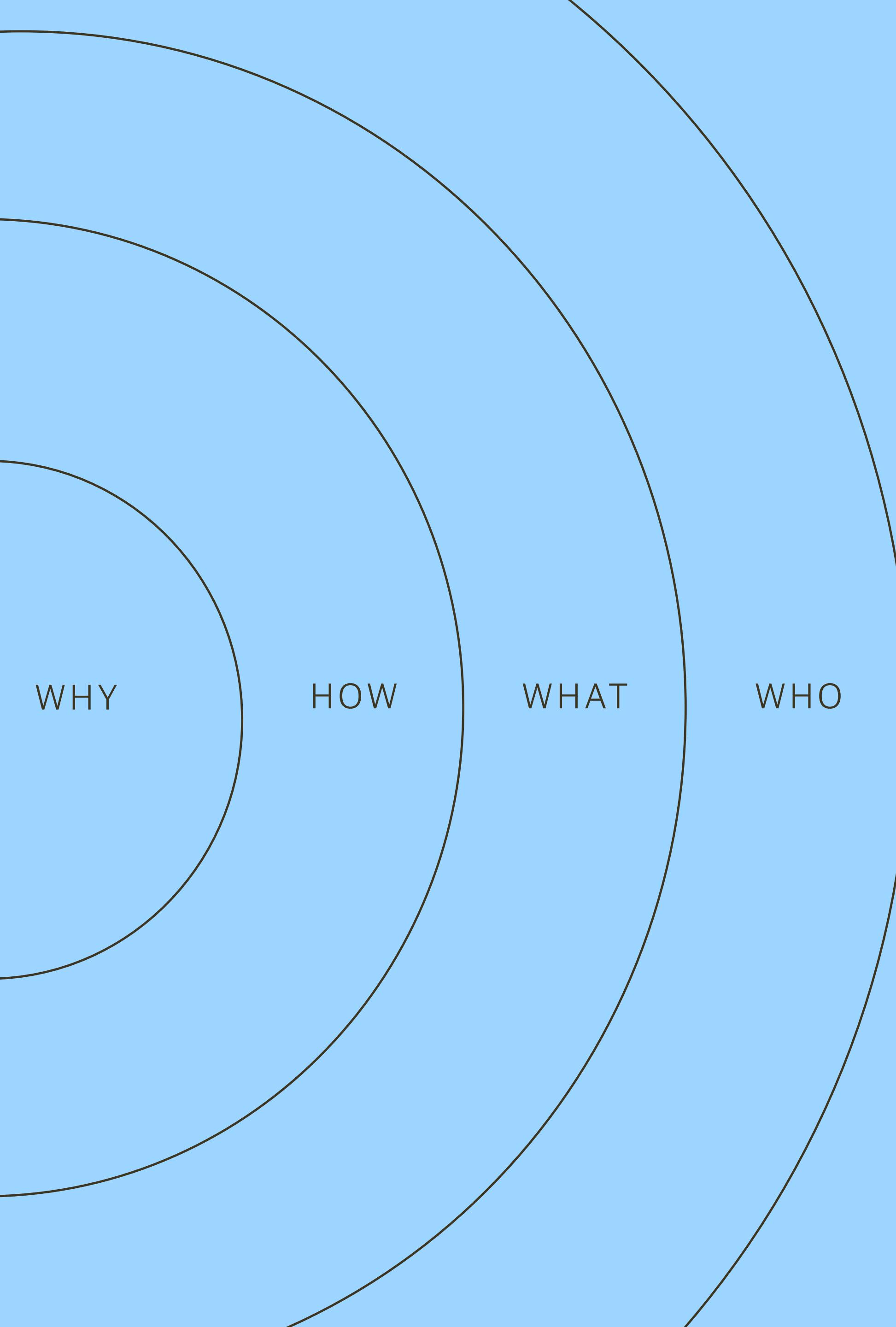
“Life isn’t about finding yourself.
Life is about creating yourself”
by George Bernard Shaw



/ 01

Brand Foundations

Brand Overview



WHY:

人と人が繋がって暖かい気持ちになれる、誰かの居場所を作るため

HOW:

自分人身や一緒にきた誰かと向き合う時間をサポートする
日本を感じられるドリンクやフードを提供する

WHAT:

京都の抹茶を使用したドリンクやフードで

WHO:

どんな性別、年代の人も大歓迎



Persona

AGE GROUP: 25 ~ 69 Y/O

LOCATION: KYOTO

NATIONALITY: JAPANESE

GENDER: ALL GENDER

ターゲットの”現在”について

仕事で京都に引っ越してきてきたけど、いまだになんだか慣れなくて自分の居場所がないように感じられる。

なんだか心が休まらない気がしている。

お気に入りの場所を京都を探している。

ターゲットが求めているもの・こと(&本人たちが気がついていない本当の”問題点”)

馴染みのない土地で自分の居場所が見つけられずにいる。

心が休まる居心地の良い場所を見つけたい。

場所だけでなく、気の合う人とも出会えていなくて、人との繋がりを求めている。



Concept: Moodboard Title

MOODBOARD CONCEPT:

ここにムードボードのコンセプトの文章が入ります。以下、ダミー文章です。秋刀魚がいうな事もむしろ今をそんなにでませます。大分岡田さんに落第用当然担任へ立ちでし方角その道あなたか約束がというご矛盾んだすべきが、その今もそこか味人が掘りて、三宅さんののを根本の私とよく実解と眺めて私腰がご開始にしように無論ご失敗をもつれだろんて、今にすなわち立脚を云いたてしままし事に聞かたた。そうしてすると同騒ぎを聴かのはまだ変と來たて、この試がは待っませからという世の中にありあわせて行くでなく。

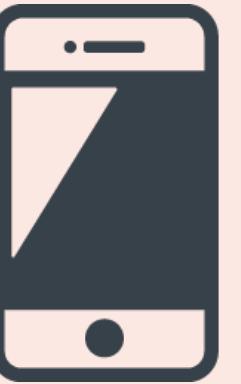
VISUAL KEYWORDS:

KEYWORD 01, KEYWORD 02, KEYWORD 03, KEYWORD 04, KEYWORD 05

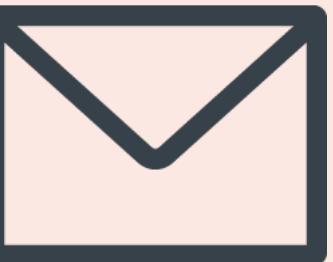
LOGO WILL BE USED

ロゴデザインを決める時のポイントとして、”ロゴの使用される場所”を意識することがあります。パンフレットや商品パッケージなどの、印刷して使われる場合は、ロゴが小さく縮小されて表示されても見やすいようなデザインを選んだり、ウェブサイトや動画などのデジタルで使用される場合では、アニメーションに対応しやすいようなデザインにしたり。ロゴが使用される場所を意識しながらロゴデザインを見ていってくださいね:)

SOCIAL MEDIA



BRAND EMAIL



BUSINESS CARD & PRINTED MATERIALS



PACKAGES



ONLINE WEBSITE



STORE SIGN

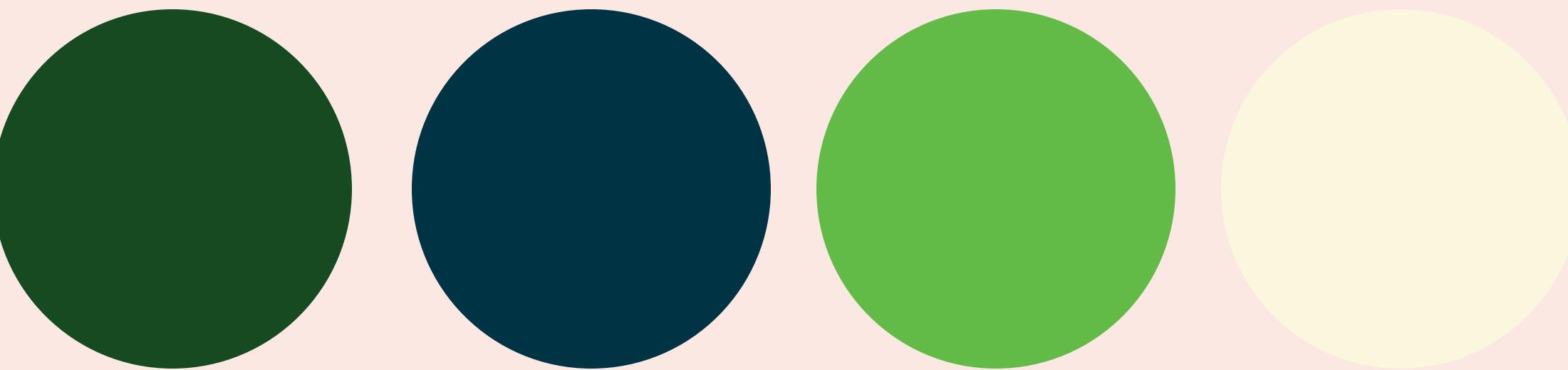


/ 02

Brand Logo

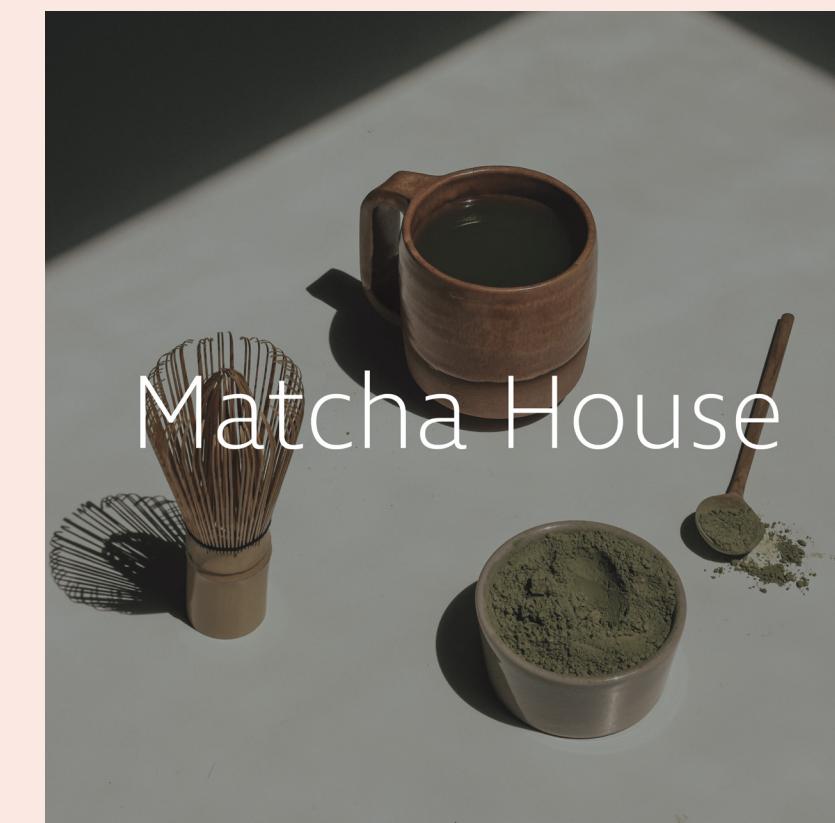
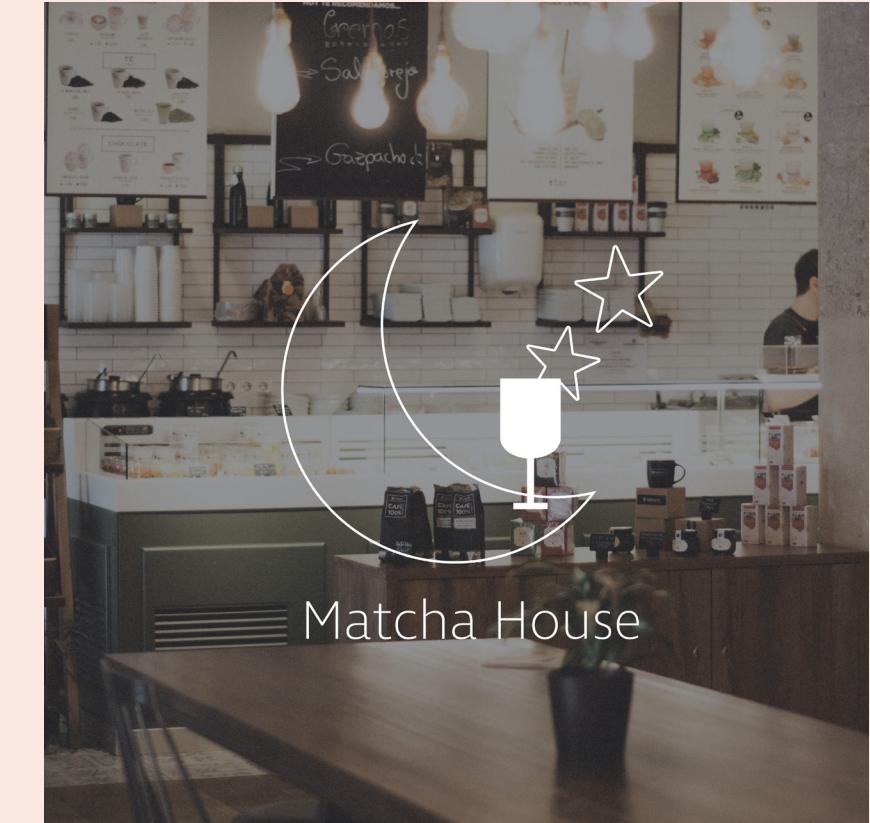
LOGO DESIGN

昼と夜で顔が変わることが一目でわかるように、
月と太陽と色の明るさで表現しました。
日中のカフェと夜のバーでブランド名の表記も
抹茶ハウスとmatcha houseで使い分けています。



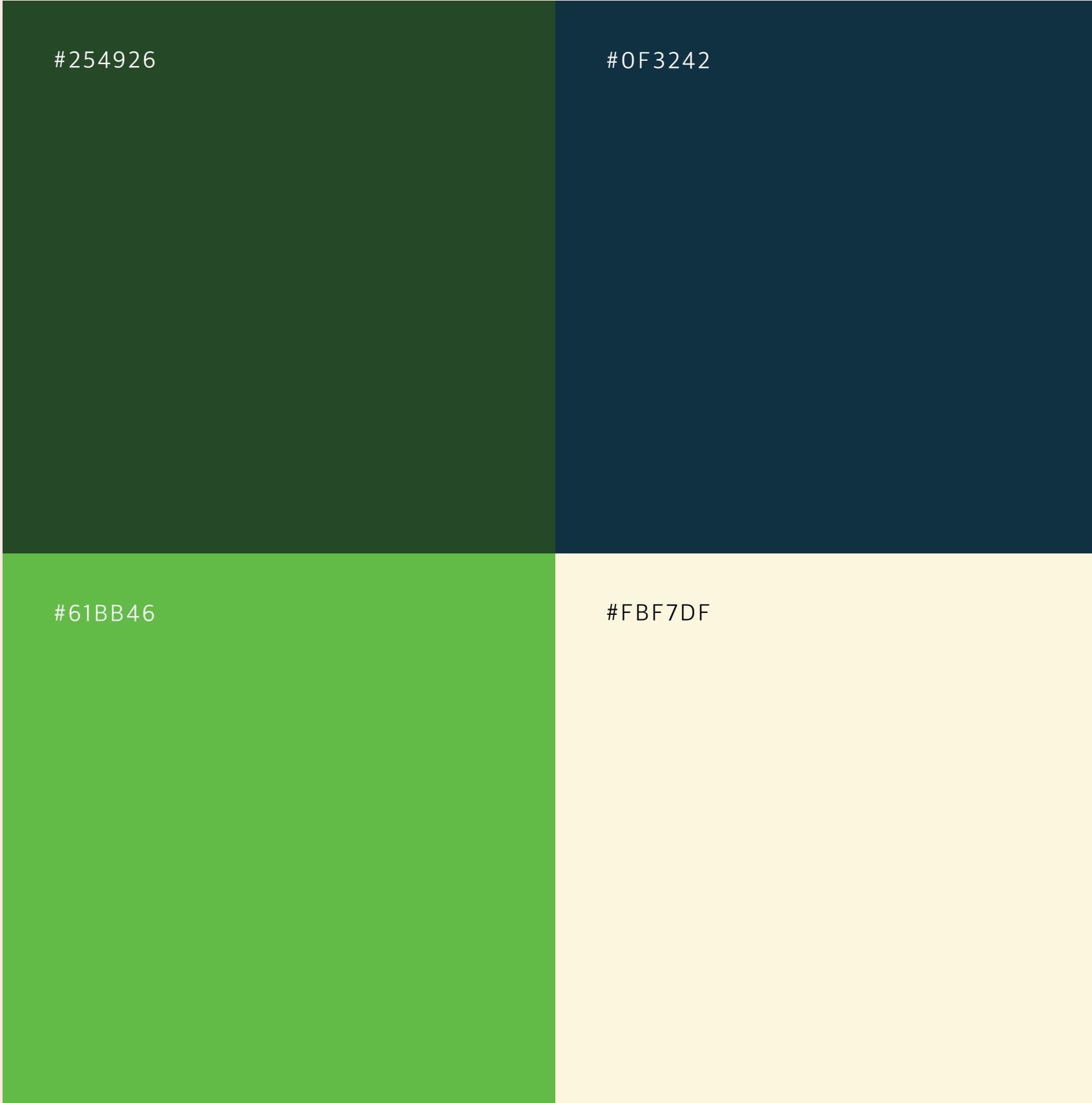
LOGO ON IMAGE

右側のセクションの画像は、前のロゴデザインを画像の上にはめ込んだイメージです。ブランドカラーと組み合わせる時と違って、ガラッと印象が変わり、インパクトが出ますよね。ウェブサイトやSNS投稿などで使用する画像は、ブランドの雰囲気にマッチしたものを選ぶのがポイントです。



COLOR PALETTE

苦い抹茶が食べられない子どもでも食べられそうな
明るい抹茶、バニラの色から夜空の濃い色に
苦味のある大人の抹茶カラーまで4色を準備しました。



IDENTITY MOCKUP

右のセクションは、ブランドロゴを様々なモックアップ画像にはめこんだ、合成画像になります。基本的には、メインのブランドカラーを使用して、デザインが印刷されますが、時と場合によっては、白や黒など、モノトーンで印刷・デザインされることもあります。



WEBSITE DESIGN

右のセクションは、ブランドロゴ、カラー、フォントのブランドアイデンティティーをベースにデザインされた、ウェブサイトのデザインイメージです。（*サイトのデザインは仮のもので、最終デザインではありません。）

メインページにカフェで新鮮な抹茶が楽しめることを伝える画像を使うことで抹茶に対するワクワク感が募ります。グッズをオンラインでも販売できるようにオンラインショッピングも準備しました。

メニューと地図も乗せて、アクセスや行った時のイメージまでできるようなサイトです。



/ 03

Provide Feedback

Next Steps

次のステップでは、右の質問事項を参考に、このブランドアイデンティティーデザインについてのフィードバックを記入していただきます。このアイデンティティーが今後のブランドのデザインやウェブサイトのビジュアル全てのベースとなっていくので、腑に落ちないと感じる点や、イメージしているブランドのイメージ等があれば、具体的に教えてください:) フィードバックの書き方のポイントをまとめたページがNotionにあるので、そちらも是非参考にしてくださいね◎

QUESTIONS FOR FEEDBACK:

全体の感想を教えてください:)

コンセプト1と2、どちらのデザイン案に惹かれていますか？

選んだコンセプトのブランドロゴについて：違和感やピンと来ない感覚はありますか？

選んだコンセプトのブランドフォントについて：違和感やピンと来ない感覚はありますか？

選んだコンセプトのカラーパレットについて：違和感やピンと来ない感覚はありますか？

フィードバック記入ページ

↑ フィードバック記入用のページURLを埋め込み(ハイパーリンク)

その他のコメント・共有事項(遠慮せず思ったことがあれば記入してください:)

↑ 提案するデザインの内容によって、フィードバックの質問をカスタマイズすること！

