

# Brand Identity

byul design studio



BRAND : THE DUMPLING HOUSE

LOCATION : JAPAN

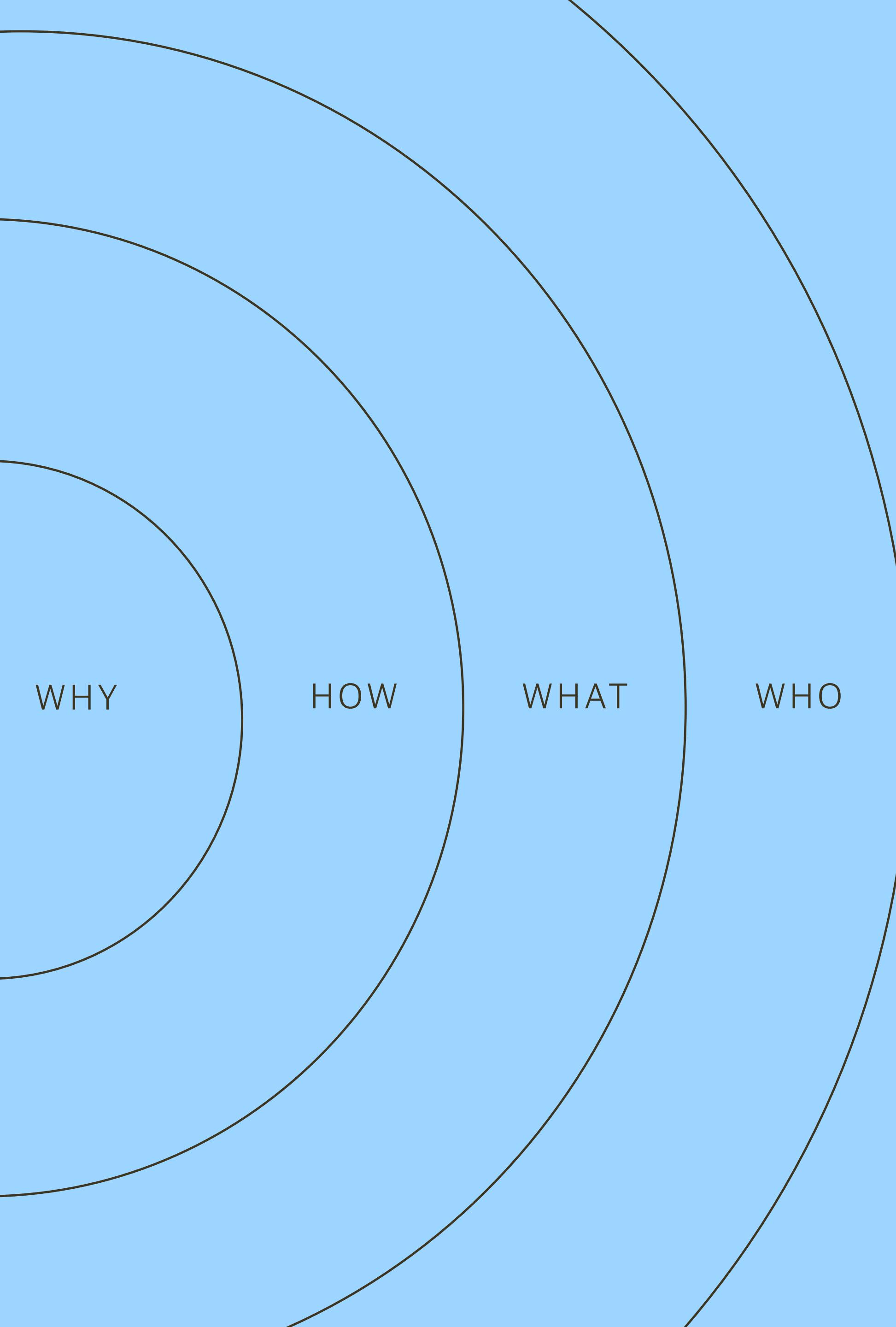
“Life isn’t about finding yourself.  
Life is about creating yourself”  
by George Bernard Shaw



/ 01

# Brand Foundations

# Brand Overview



---

## WHY:

頑張る人のために、より健康的で美味しい食事を提供して、ほっこりした気持ちと元気を届けたいから

---

## HOW:

簡単でお手軽なのに栄養を考えた、手作りの温かい料理を提供する

---

## WHAT:

気軽にサクッと買えるTHE DUMPLING HOUSEの餃子

---

## WHO:

餃子が好きで頑張る職場の人たち

---



# Persona

AGE GROUP: 20 ~ 39Y/O (MILLENNIAL)

NATIONALITY: ASIAN

GENDER: WOMEN

STATUS: NOT MARRIED

LOCATION:TOKYO

WORK: 9-5 OFFICE JOB

## ターゲットの”現在”について

平日は毎日9時から5時まで働いていて、仕事が忙しいこともあり食事を作るのが面倒に感じている。

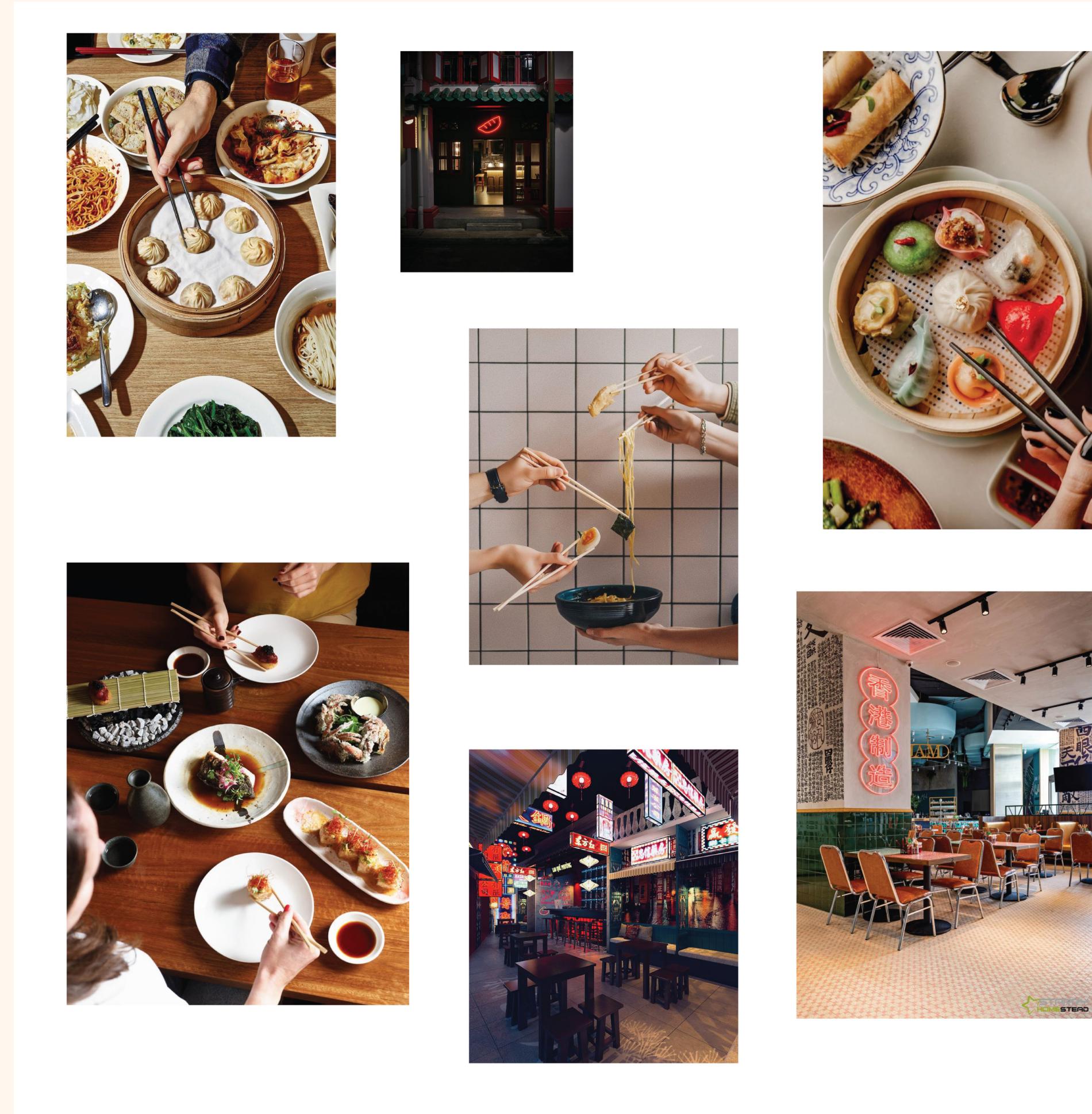
いつもコンビニでお昼ご飯を買っているけど、せっかくオフィス街にいるから他にも何か美味しいものがないか探している。

## 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”)

デスクワークで座りっぱなしなので、コンビニのごはんよりも手作りでより健康に良さそうな温かいごはんが食べられたら良いなと思っている。

1時間の短い休憩時間でサクッとテイクアウトできる美味しいお昼ご飯が食べたい。

お土産にもできる可愛い雰囲気のパッケージ、おいしさを求めている



# Concept: fun and welcoming

## MOODBOARD CONCEPT:

気軽にはぱぱっと食べられそうながらも、どこか温かい雰囲気のあるイメージ。

食材もカラフルで、目でも楽しめる料理。

一人で食べられる手軽なものから、大人数でも食べられる大容量の食事まで。

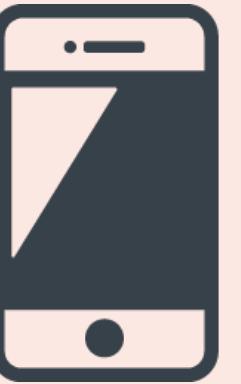
## VISUAL KEYWORDS:

FUN, WELCOMING, EASY&QUICK, HAVING A GOOD TIME WITH FRIENDS

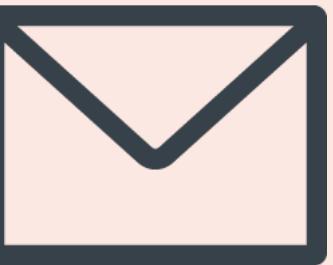
## LOGO WILL BE USED

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



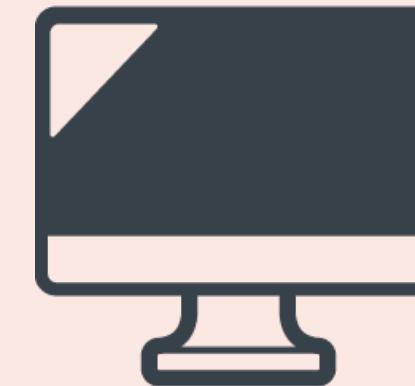
## BUSINESS CARD &amp; PRINTED MATERIALS



## PACKAGES



## ONLINE WEBSITE



## STORE SIGN



/ 02

# Brand Logo

## LOGO DESIGN

dumplingと聞くところころして丸くてかわいいイメージがあるので手書きのコロッとしたデザインにしました。カラフルでポップな気軽に手が出せるイメージ。色々な場面で使えるように、絵がメインのものや文字がメインのもの、3行に分けたものを制作。



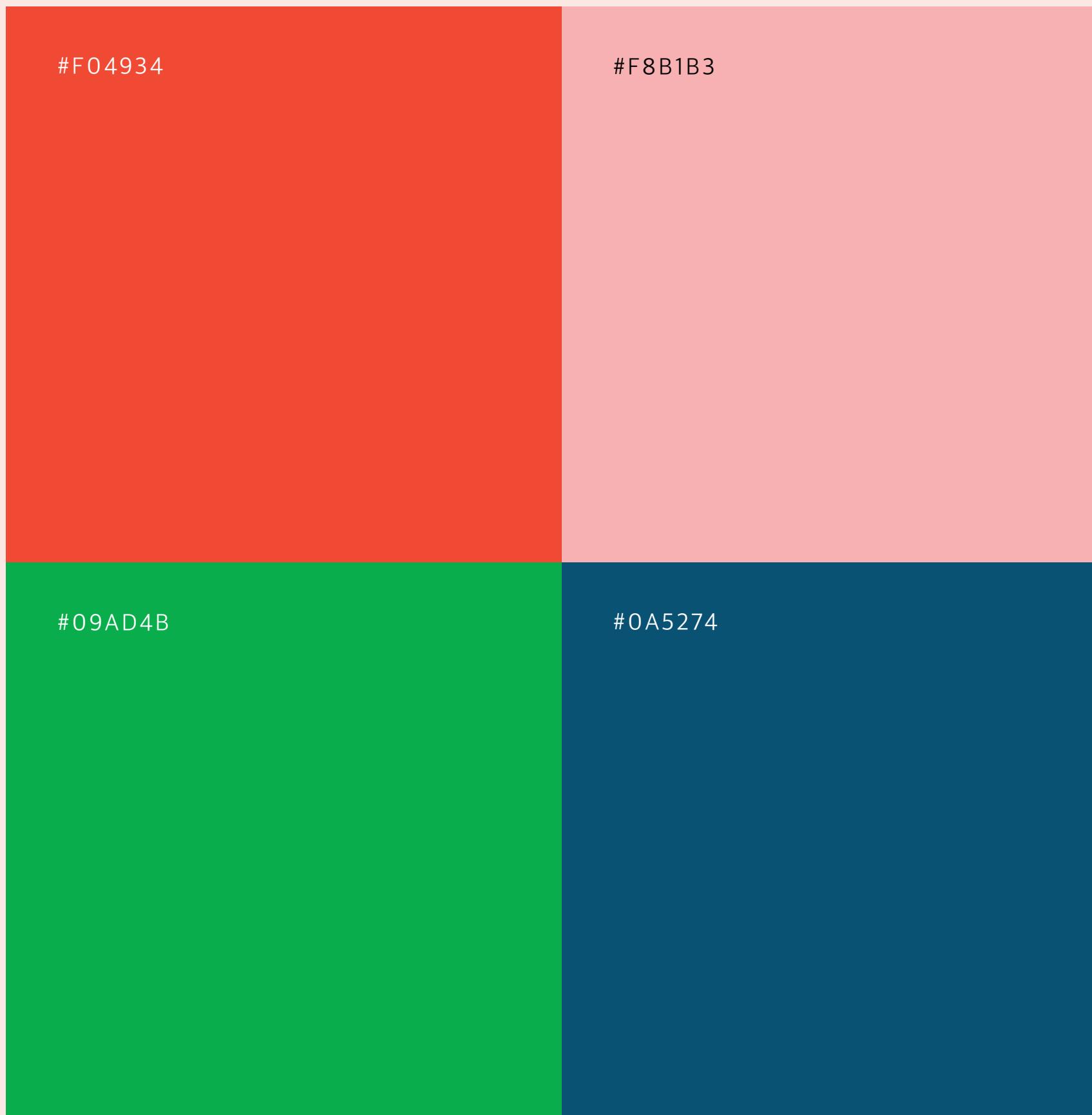
## LOGO ON IMAGE

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

はつらつとした赤、優しく包み込むようなピンク、  
フレッシュな緑とチルな夜を演出してくれそうなネイビー  
様々なシーンに合う4色を選びました。  
どの色を採用するかによりイメージがガラッと変わるので  
いろんな表情がみられて面白いと思います^^！



## 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。



/ 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！

