

# Brand Identity

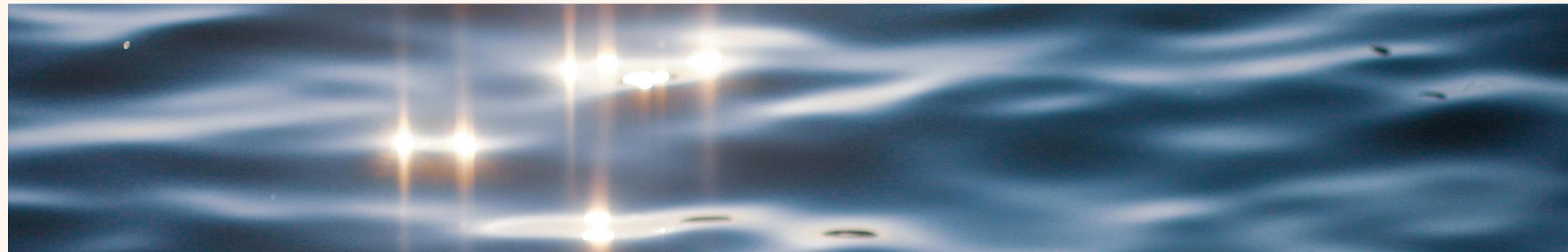
byul design studio



BRAND : SUNKISSED BEACH CLUB

LOCATION : MEXICO

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

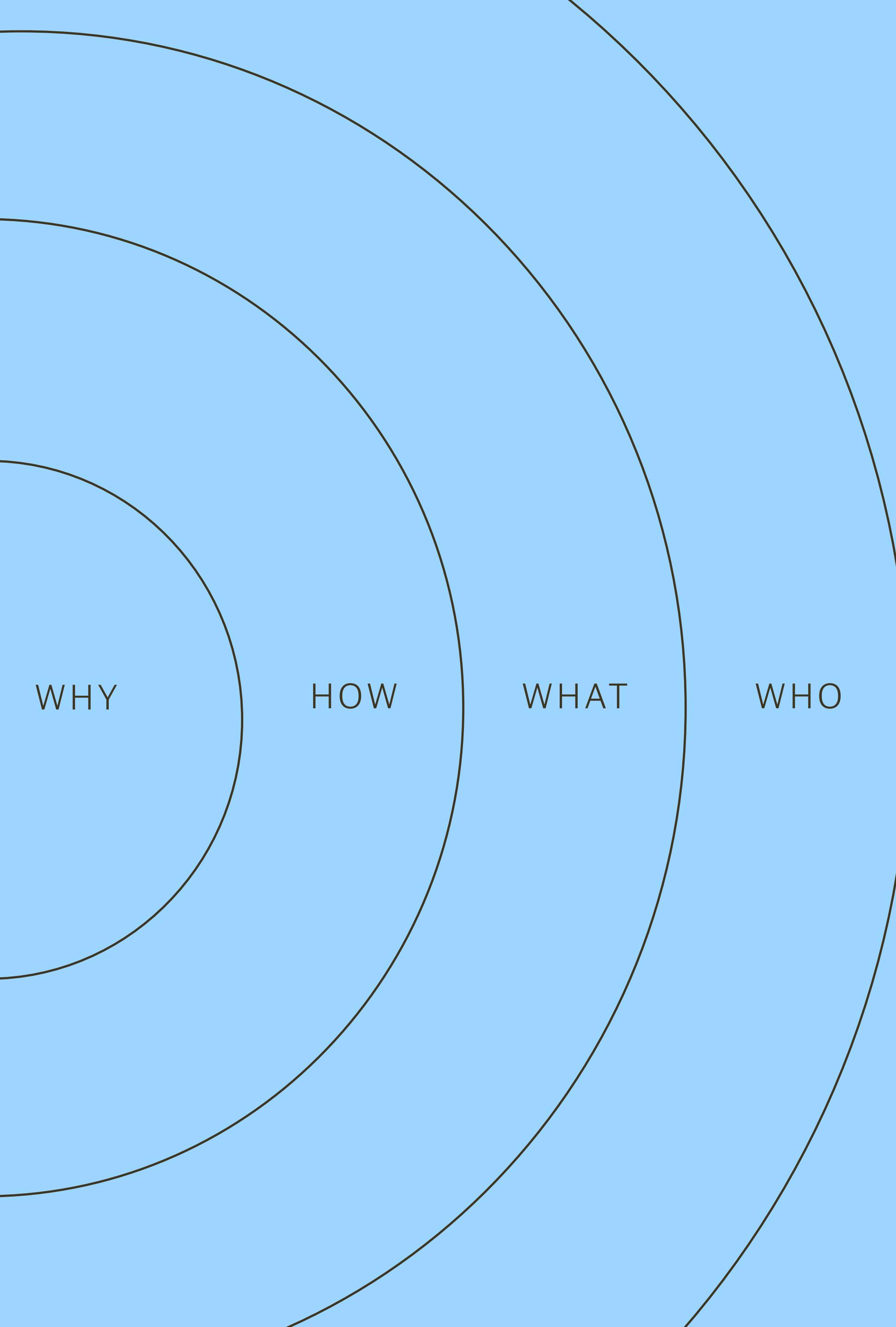


/ 01

# Brand Foundations

# Brand Overview

---



## WHY:

家の中に引きこもりっぱなしじゃなくて、外に出かけて思いっきり自然を感じながら  
リフレッシュして楽しい気持ちになってほしい

---

## HOW:

ノンアルコールのドリンクと美味しいフードと、浜辺でゆっくり過ごせる場所を提供することで

---

## WHAT:

メキシコの地元の農作物をふんだんに使用した すべてヴィーガンのドリンクとフード

---

## WHO:

ノンアルコールでチルな時間を過ごしたいすべての人

---



# Persona

AGE GROUP: 24 ~ 40 Y/O (MILLENNIAL)

ノンアルコールで楽しみたい人

GENDER: WOMEN

STATUS: NOT MARRIED

LOCATION: MEXICO

WORK: 9-5 OFFICE JOB

## ターゲットの”現在”について

オフィスと自宅の行き来の繰り返しで息が詰まりそう。

自然が好きで、たまに一人で山に登ったり海に行ったりしている。

旅は好きだけどあまり行けていない。

もう直ぐ有給休暇を」使いたいけどどこに行こう。

## 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”)

仕事のことを全く考えずに、自分がしたいことだけを考えられる 日常生活からかけ離れた、

思いっきり非現実的なバカンスを楽しみたい。

疲れているので、美味しいけど体への負担がより少ないものを食べて心も体も休めたい。

普段室内にいる時間が長いから、外で思いっきり日差しを浴びたい。



# Concept: chill and lively

## MOODBOARD CONCEPT:

レモンやオレンジの甘酸っぱさと太陽のキラキラした日差しを感じる。

美味しいと体と心が元気になるフードとドリンク。

一人でも、大切なひとと一緒にでも最高にチルな気分を体験できる。

## VISUAL KEYWORDS:

FUN, ADVENTUROUS, CHILL, LIVELY, DELICIOUS

## 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

燐々とした太陽と、ビーチパラソル、カニ、貝殻で  
ホットでチルな、バカンス先のメキシコの海を表現しまし  
た。

上段はイラストをメインに配置したもの、  
下段はブランド名をメインに、上段のイラストの要素を組み  
込んだものです。



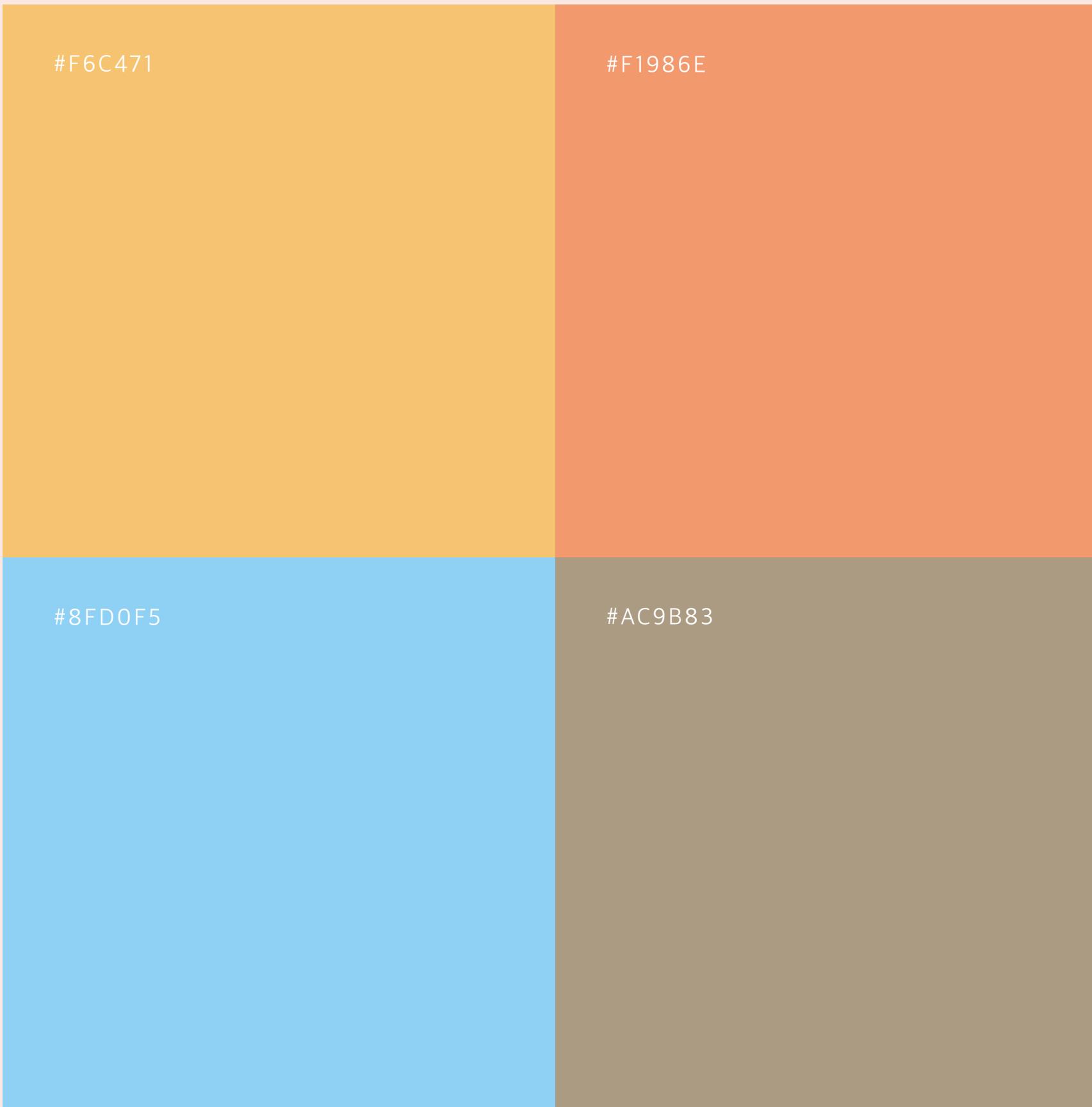
## LOGO ON IMAGE

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

オレンジやレモンの果実感と  
燐々とした太陽を表すイエローとオレンジに  
真っ青な空の色のブルー、  
夕日を見る時間の少し暗くなった砂浜の  
ベージュブラウンの4色を準備しました。



## IDENTITY MOCKUP

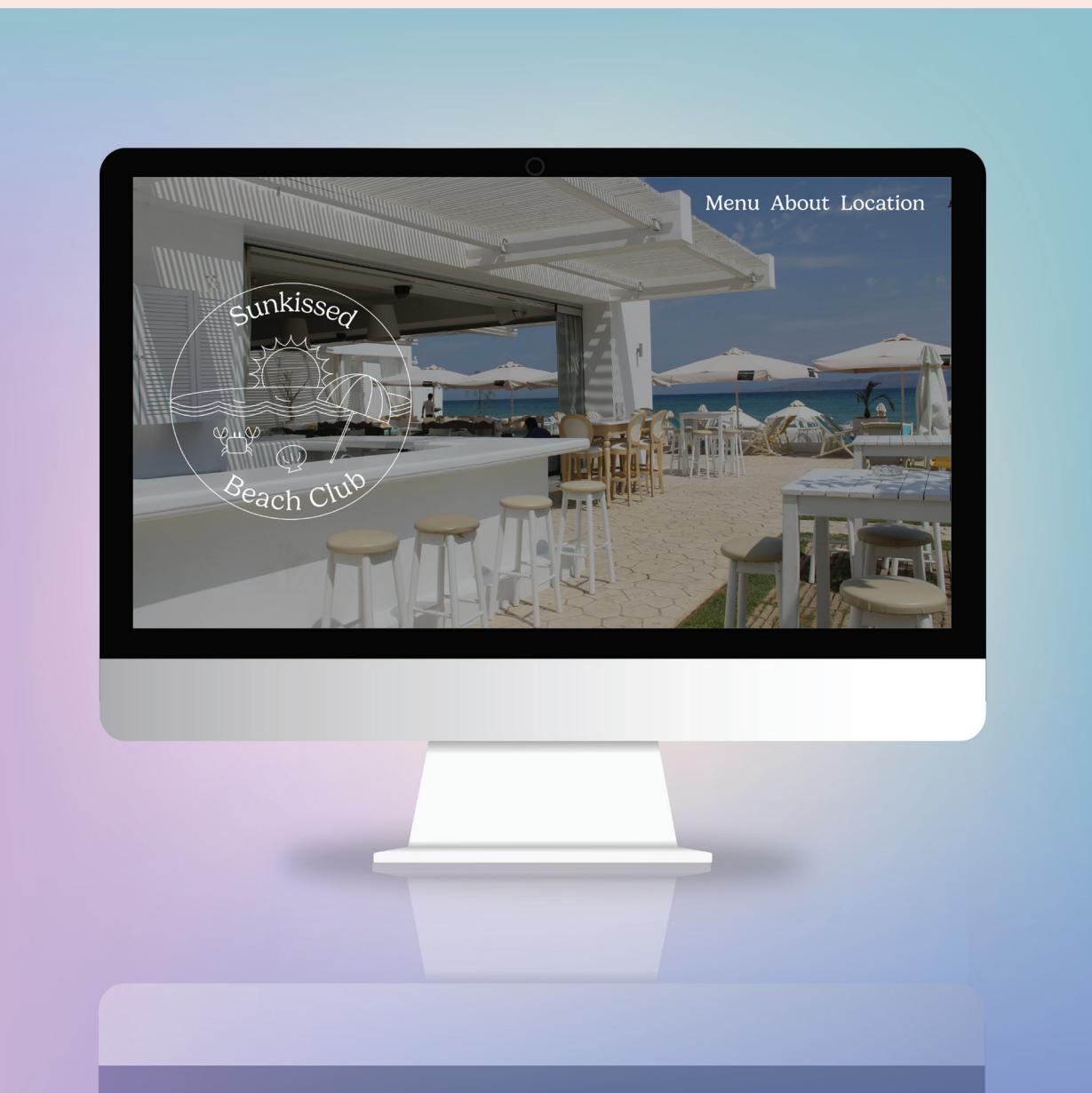
右のセクションは、ブランドロゴを様々なモックアップ画像にはめこんだ、合成画像になります。基本的には、メインのブランドカラーを使用して、デザインが印刷されますが、時と場合によっては、白や黒など、モノトーンで印刷・デザインされることもあります。



# 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。）

ランディングページには建物の外観の写真を持ってきて  
お店の雰囲気を感じてもらいながら、  
一度見たら忘れないロゴを大きく配置。  
訪問前からワクワクできるように  
写真をたくさん盛り込んだメニューと  
アクセスがわかる地図を準備しました。



| Menu <u>all foods and drinks are vegan!</u>   |  |
|---|--|
| <u>Pasta</u>  | 0.....<br>0.....   |
|   |  |
| <u>Pizza</u>  | 0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....   |
|    |  |
| <u>Non-alcoholic cocktails</u>  | 0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....<br>0..... |
|   |  |
| <u>Non-alcoholic beer</u>   | 0.....<br>0.....<br>0.....<br>0.....   |
|  |  |
|  |  |

**Location**

**address:** ..... Mexico...

**Bus:** 111,222,333  
get off at 000 Bus Stop

**Train:** 111,222,333  
get off at 000 Station

00minutes from Airport

**Phone:** 000-000-0000  
**e-mail:** 000@000.com

/ 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！

