

BRAND CONCEPT

format

 Discovery

VISION

ブランドが実現したい世界は？

MISSION

Visionを達成する際に、ブランドが担うべき使命、役割は？

PURPOSE・REASON

ブランドの存在する目的。なぜそのミッションを成し遂げたいと思うのか？（WHY）

VALUE

そのMISSIONを達成する際に重視する価値観や行動指針は？

市場・競合

<製品カテゴリ市場>

※競合するカテゴリは何か？

◆オンライン

◆オフライン

<ベネフィット市場>

※同一のベネフィットを持った競合は何か？

ターゲット消費者

<ブランドターゲット>

※ブランドを広める対象

<プロモーションターゲット>

※マーケティング上優先すべき対象

ブランドターゲットの内、

ベネフィット

※消費者が得る心理的・物理的な便益

◆商品について

価値 (WHAT)

機能的価値

所有/利用/体験によりどのような利便性があるのか

情緒的価値

所有/利用/体験によりどのようなポジティブな感情をもたらすか

自己実現価値

所有/利用/体験により、顧客はどんな人物になれる（と想像する）か

社会的価値

このブランドの存在は、社会にとってどのような価値があるか

独自性要素

市場又は顧客にとって、オンリーワンなポイント

差別化要素

独自性とまではいかないが、競合ブランド比べて優位なポイント

愛着要素

顧客がこのブランドに愛着を感じるポイント

象徴的な体験

そのブランドが顧客に提供する身体的記憶に残る体験

ブランドストーリー

市場環境、提供価値、信頼の根拠、独自性、あるべき姿

ブランドフレーズ

ビリーフ（信念）

ブランド・コンセプトについて

ブランドパーソナリティ

※ブランド認知、知覚品質、ロイヤリティ、連想。長期的にブランドが意味として独占的に保有したい内容。

ブランドエクイティ

※ブランド認知、知覚品質、ロイヤリティ、連想。長期的にブランドが意味として独占的に保有したい内容。

機能・性能

※ブランドが持つスペック

エビデンス

※論拠、事実、権威

ターゲットの課題とその解決策 整理

ブランド ターゲット	
ターゲットの 抱える課題	
	
解決策 (ベネフィット)	

パーセプションフロー



デザイン・クリエイティブイメージ

イメージワード

男性的	女性的	子供らしい	かわいらしい	かっこいい	親しみやすい	優しい
楽しい	面白い	力強い	真面目	上品	高級感	エレガント
重厚感	暖かい	冷たい	ビジネス	アットホーム	明るい	暗い
直線的	曲線的	リズムカル	ナチュラル	クラフト	個性的	カジュアル
フォーマル	幻想・神秘的	信頼・堅実	伝統的	現代的	未来的	レトロ
知的	重厚感	にぎやか	爽やか	派手	クール	シャープ
繊細	シック	スタイリッシュ	メタリック	複雑	シンプル	カラフル
モノトーン	ポップ	パステル	アニメ	和風	西洋風	

ビジュアルイメージのポジショニング

