

Style Control Project

ブランドの世界観を規定する スタイルコントロールの3要素

COLOR

ブランドの世界観を伝える
ためのカラーパレットの整備



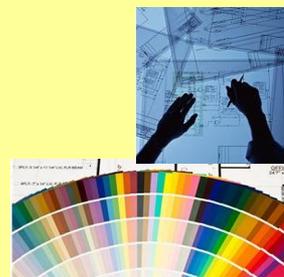
VISUAL

ブランドの世界観に合致する
ビジュアルに関する指針策定



LAYOUT

カラーとビジュアルを用いた
配置・構図の提示



3要素を導出するための
表現目標キーワード

明度／彩度／色相／
構図／モチーフなどが、
連想しやすい言葉

- 3要素の基盤となるのが、ブランドコンセプトを置換して導出する「表現目標キーワード」。
- 表現目標キーワードは明度／彩度／色相／構図／モチーフなどが連想しやすい言葉で規定するため、ステークホルダーが直感しやすく、広告やWebを制作するクリエイターにも理解しやすいものとなる。

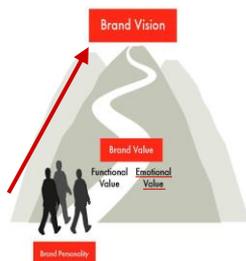
プロジェクトのフローイメージ

広げる

Phase 1

コンセプトや各種調査から指針と根拠を得る

ブランドコンセプト
コンセプト整理・確認、
トップヒアリング



- ① **ブランドビジョン**
将来的に社会から得たい具体的な姿
- ② **ブランドバリュー**
ステークホルダーに約束する提供価値
- ③ **ブランドパーソナリティ**
企業としての振る舞いや性格因子

自己調査

既存のイメージ調査資料等を用い、現状把握&今後目指すべき方向性の整理

競合調査

WEBによる簡易視覚監査を実施。ビジュアル展開上の課題を抽出

Phase 2

ブランド推進部門+関係者の参加でイメージを広げる

イマジンセッション

ブランドの世界観に相応しいワードの選択。イマジンカードにより選択ワードをカラー／ビジュアルに自動変換

イマジンカード例



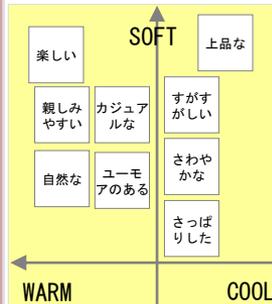
各部のキーパーソンのセッション参加や、全社員にWEBにて参加いただくことで、当事者意識を。後のスムーズな運営が期待できます。

Phase 3

ブランドの世界観を構成する要素を開発

表現目標キーワード

Phase1、2から導出



COLOR / VISUAL

表現目標キーワードからカラー／ビジュアル開発



絞り込む

Phase 4

ブランド推進部門と精緻化を行う

精緻化

表現目標キーワード、カラー／ビジュアルをセッションで精緻化



Phase 5

デザインの開発・検討

LAYOUT

キーワードに基づいた構図・配置を開発、アイテム展開

Phase 6

ガイドライン、ライブラリの整備

スタイルガイド

カラーパレット／ビジュアル選定基準、構図・配置など、ブランドスタイルを規定するガイドラインを開発。事例を盛り込んで分かり易く編集。

- 良い画像
- × 悪い画像
- 等

イメージライブラリ

アイテム展開可能な画像をライブラリ化。海外支社・別部門・代理店等との共用も可能です。



展開する

Phase 7

スムーズな社内展開のために

運営サポート

浸透／利用促進の仕掛けづくり

スタイルコントロールは運営が一番大切。実際に社員に使用してもらわなければ無駄になります。社員参加型の企画立案〜実施などにより、スムーズな社内展開が図れるようしっかり運営までサポート

例：社内フォト・コンテスト他