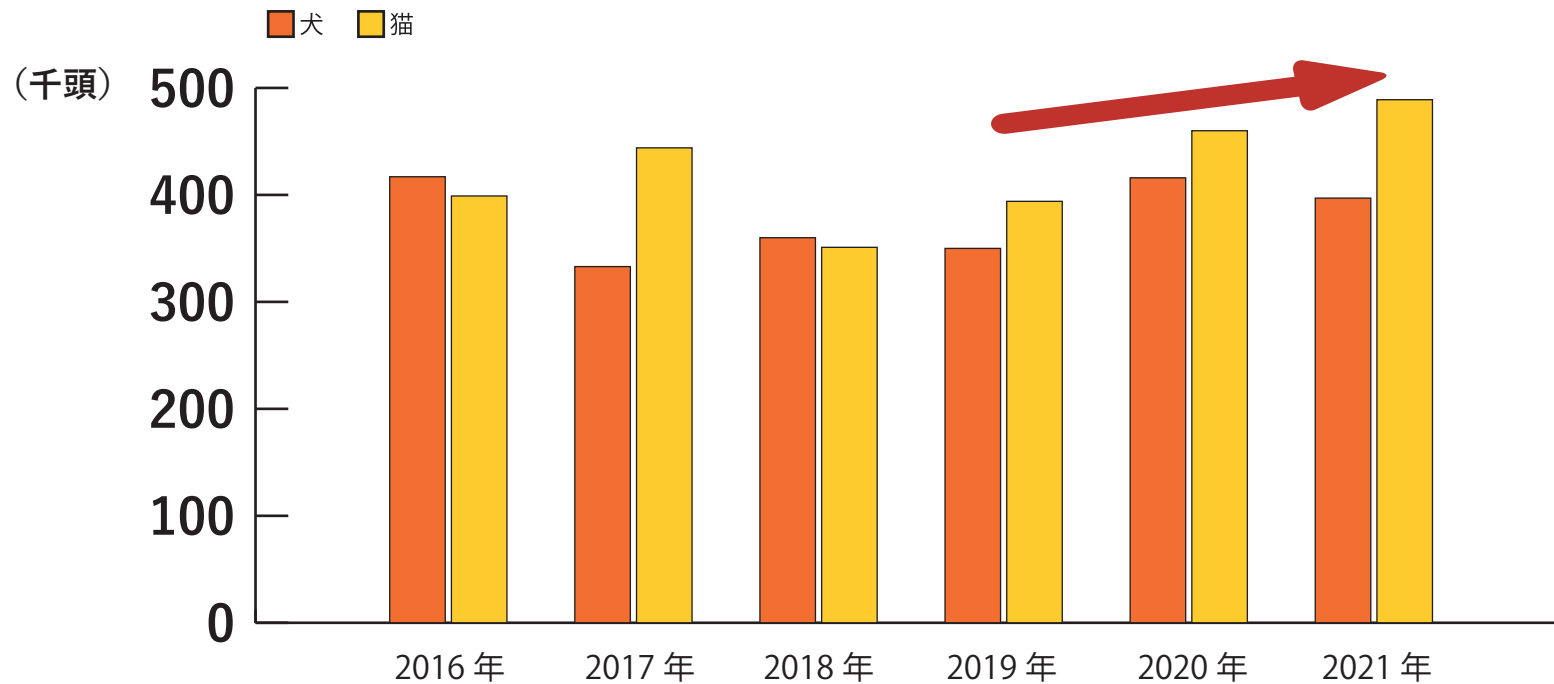


ペットショップ
「peek a boo」
のロゴデザイン

犬・猫の新規飼育頭数の推移



犬・猫の新規飼育頭数はコロナ禍以前より増加

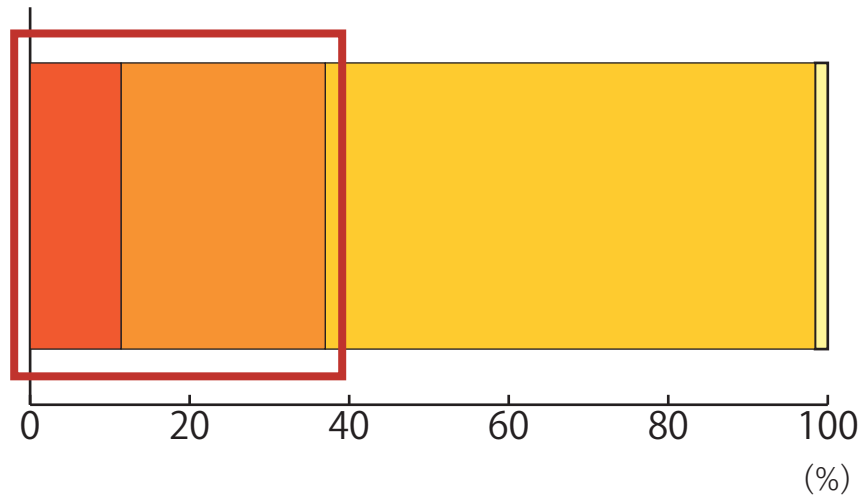
引用：「令和3年全国犬猫飼育実態調査 - ペットフード協会」主要指標サマリー <https://petfood.or.jp/data/chart2021/index.html> (R5.1.17)

参考：「ペットビジネス活況…コロナ禍、飼育増 ニーズ多様化」<https://www.yomiuri.co.jp/local/kyushu/feature/CO050392/20221110-OYTAT50084/> (R5.1.17)

新型コロナ前と比べて、ペットと過ごす時間の変化

(2021年)

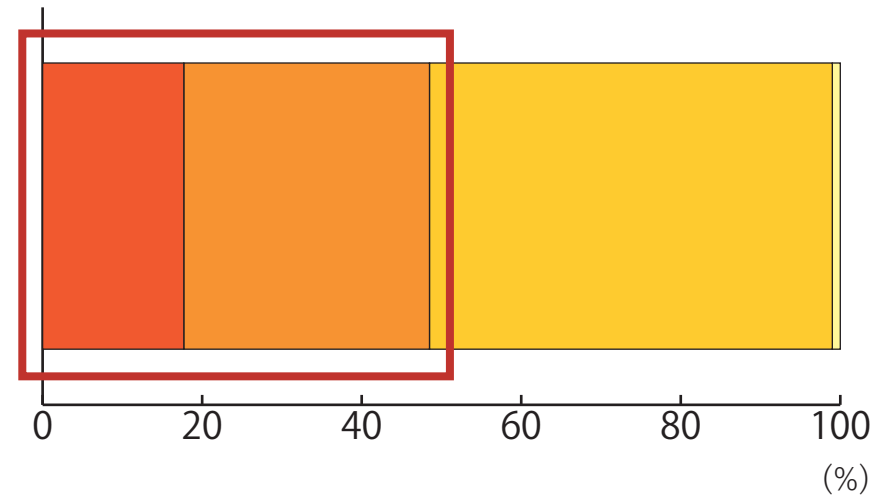
■ 増えた ■ やや増えた ■ 変わらない ■ やや減った・減った



新型コロナ前と比べて、ペットが癒しになっている

(2021年)

■ そう思う ■ ややそう思う ■ 変わらない ■ あまりそう思わない・そう思わない



コロナ禍以前と比べて一緒に過ごす時間が増え、癒しとしての存在感が増している



ニーズ1

癒し

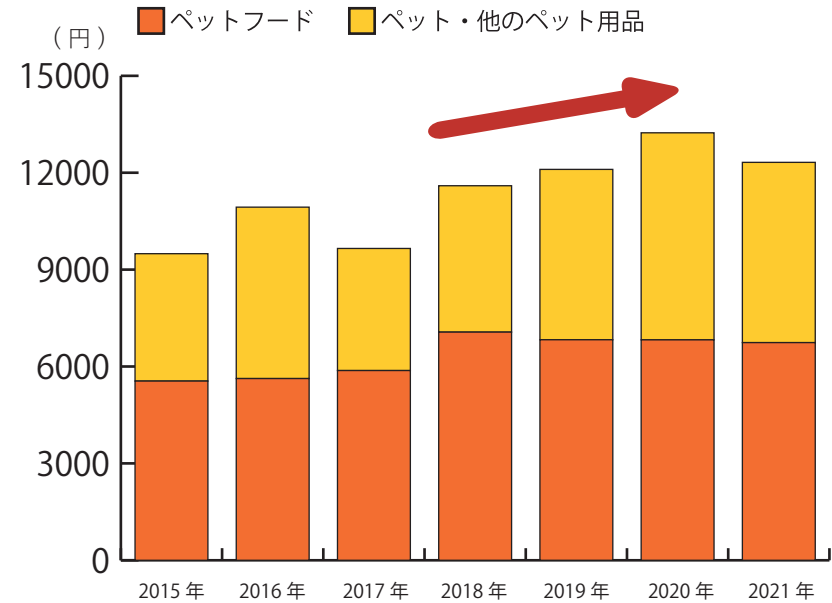
としての存在

社会的背景

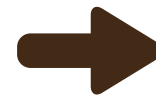
核家族化が進み、家族という「心の拠り所」が遠のいている



家計のペット・ペット用品への支出



家計でのペット向け支出が増加



ニーズ2

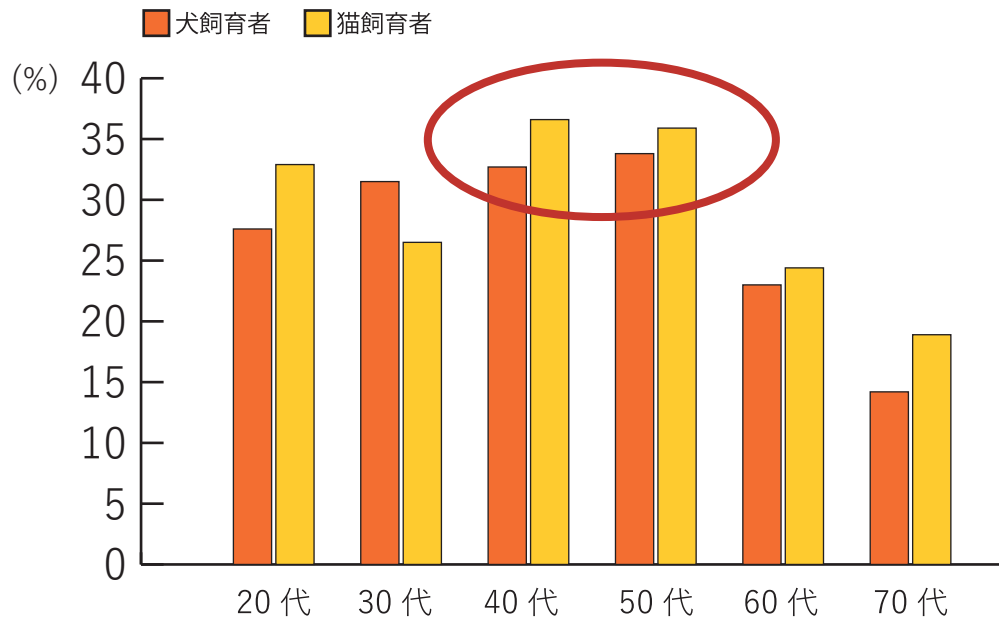
家族

としての存在

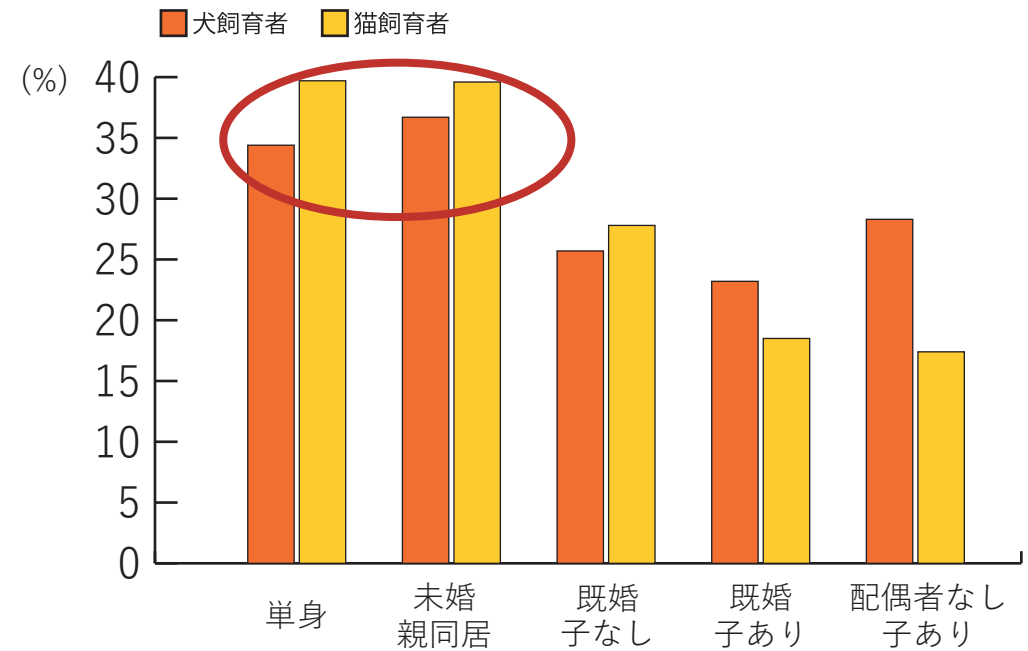


Q 生活の中で、もっとも喜びをあたえてくれるもの
「ペット」と回答者の割合

年代別

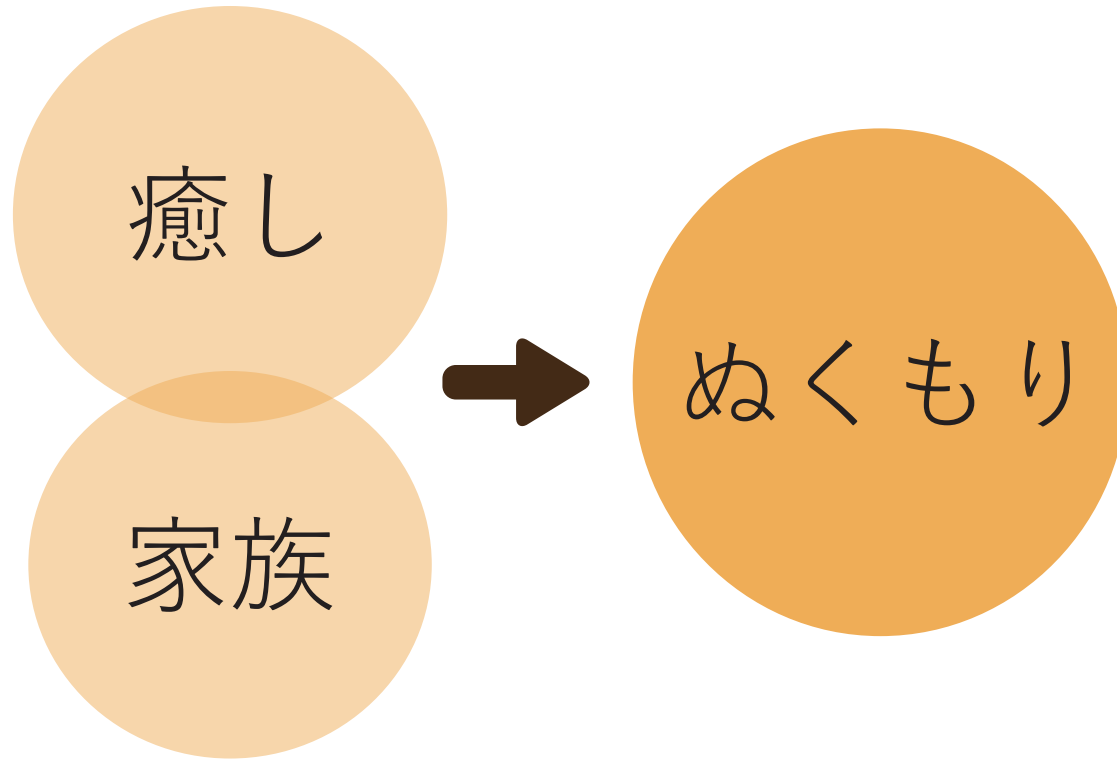


同居家族別



ターゲット

40代～50代や、単身・未婚者

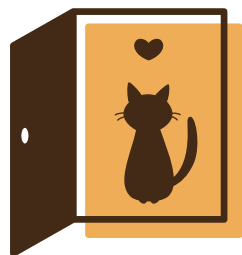


扉を開ければ、
かわいい家族がいる。

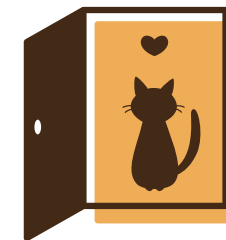
扉は「新たな出会い」と「ペットとの生活」
の二つの意味。



ロゴマーク

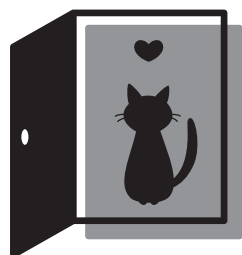


peek a bo 

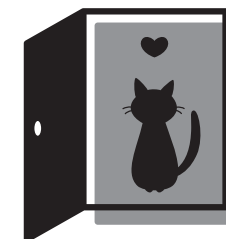


peek a bo 

グレースケール



peek a bo 



peek a bo 

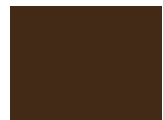
店名の「peek a boo」から、扉を開けると猫が「いないいないばあ！」と出てくるような構図にした。
 また、部屋の中からあたたかい光が漏れているようなイメージで色を配置。
 ロゴタイプは手書き風で親しみやすくした。



その他バリエーション



コーポレートカラー



ぬくもりと安定感を感じさせるこげ茶色



あたたかさ、親しみを感じさせる黄みのオレンジ





ロゴマーク展開例

