

# 書店のCIデザイン

仮想案件。書店ブランド立ち上げ時のプロモーション、及び商品展開。

制作時間 : 32 時間

使用ソフト : Photoshop CS5 CC

Illustrator CS5 CC

コンセプト : 過去と未来を繋ぎ、知恵を次世代へ

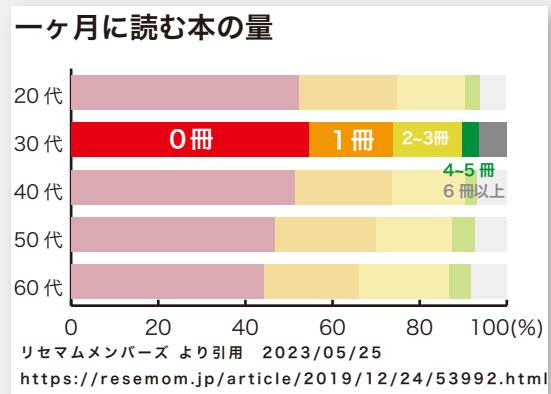
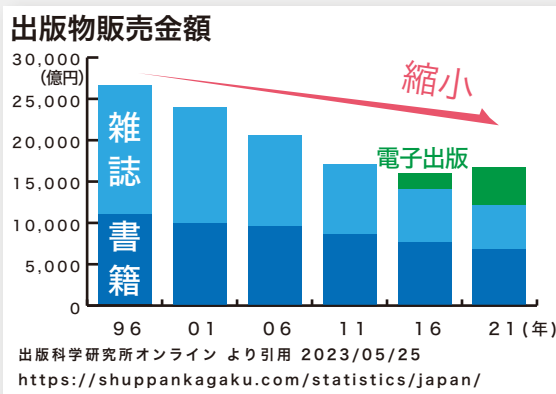
ターゲット : 本を読まない 30 代

訴求ポイント : 読書をテーマとしたリラックス空間

想定クライアント : 実店舗型の書店を開業したい方。「読書離れで出版市場が縮小する中で、読書の豊かさを未来に残したい」という想いを持っている。

## 市場調査

コンセプト及びターゲットを絞り込むため、出版や読書への関心など、市場調査を行なった。出版市場は電子出版で盛り返してはいるものの、軒並み縮小傾向にある。30代が最も本を読まない層である事が分かった事で、ここをターゲットに。



続いて、本を読まない理由、余暇時間の使い方を調べると、電子媒体に触れる時間が多いものの、本を読む時間が無いと感じている方が多い事が分かる。書籍に触れる時間は3割以下。

### 本を読まない理由

本を読む時間がない	42%
読まなくても不便はない	32%
何を讀んでいいかわからない	32%

読書 Time より引用 2023/05/25

<https://runbea.jp/not-readingbook-528>

### 平日の余暇時間に何をしているか

テレビ、録画を見る	54%
PCやタブレット	49%
家でごろごろ	40%

**本、雑誌、新聞を読む 28%**

ITmedia ビジネスオンライン より引用 2023/05/26

<https://runbea.jp/not-readingbook-528>

# 企業理念 / ロゴデザイン

過去と未来を繋ぎ、  
知恵を次世代へ



▲リラックスを象徴する  
ハミングバード

◀横形  
font=Minion Variable  
Concept /Medium

企業理念である『過去と未来を繋ぎ、知恵を次世代へ』を体现。  
青い大樹は蓄えた知恵であり、それが次の世代へと受け継がれる循環をイメージ。  
黄色は、知恵が次世代に渡された時に知的好奇心に変化している様子と、  
木漏れ日を表現している。  
人々が集う木陰のような場でありたいとの思いから、クスノキをモチーフとした。

## カラー

- **ベースカラー**  
#427BBF  
C=75% M=45% Y=0% K=0%
- **メインカラー**  
#1D50A2  
C=90% M=70% Y=0% K=0%
- **アクセントカラー**  
#DFB624  
C=15% M=30% Y=90% K=0%

青 = 知恵、精神性、落ちつき  
大樹 = 歴史、大人、過去

黄 = 好奇心、楽しさ  
芽 = 若者、未来

縦型▶



青は知恵や先人、  
黄色は次世代と  
知的好奇心を表現

## アイソレーション



## 最小サイズ



## 商品 / サービス展開



本を読まない層がターゲット。Web サイトデザイン  
気軽に利用できるリラックス空間を提供する事で、それを呼び水として、本に触れる機会を作ろうと考えた。

読み聞かせ会などを企画し、カフェスペースでPC、スマホに触れゆったりしている時に読書体験が流れ込む。

## グッズ展開

商品展開例。リラックスを表現▶  
するためナチュラルな色使いで。



このデザインの狙いは  
『知恵の木が大木となり、木陰をつくり、次世代を守り育てる』

当書店が、社会にとってそのような存在であると示す事です。  
リラックス空間を呼水として読書人口を増やし、

ロゴデザインや空間演出によって、  
「過去と未来を繋ぎ、知恵を次世代へと繋ぐ」  
という企業理念を体現します。