

課題制作1 CIデザイン

蔵人乃舎 くらびとのかや

新事業(架空)

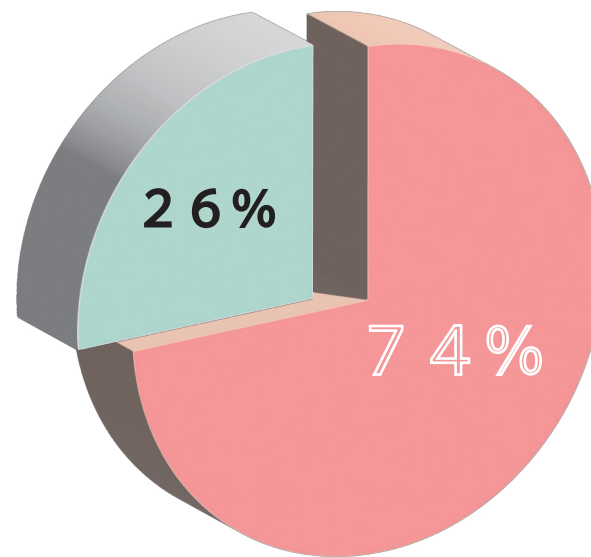
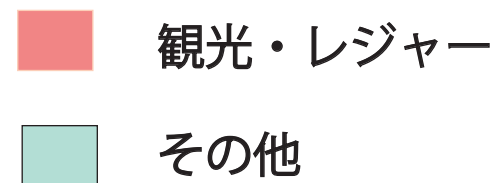
蔵人体験宿泊ホテル業のトータルデザインのご依頼



市場調査 (外国人観光客の主な来訪目的：アンケート調査人数 8,388人)

観光・レジャー	6,211 (人)
親族・知人訪問	595
ハネムーン	45
学校関連の旅行	28
スポーツ・スポーツ観戦	14
イベント	12
留学	37
治療・検診	5
インセンティブツアー	69
展示会・見本市	44
国際会議	82
企業ミーティング	285
研修	121
その他ビジネス	716
トランジット	100
その他	24

外国人観光客の主な来訪目的



2023年7月の訪日外国人旅行者数(推計値)は232万600人

(引用元：観光庁訪日外国人消費動向調査)

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

■ ロゴデザインコンセプト

「和み」 ゆったりくつろぎ感



「和の趣き」 日本の山々や自然に調和



「新鮮さ」 新鮮な出逢いを楽しむ



■ モチーフ

酒蔵の杉玉がモチーフです。酒蔵の杉玉は、新酒の時期につけ替えられます。新酒が出来たという目印で「良いお酒が出来ますように」という意味があります。



■ニーズ

インバウンド外国人が日本でしたいことランキング6位

第1位 和食、食文化を体験したい (70%)

第2位 ショッピング (53%)

第3位 自然・景勝地観光 (43.5%)

第4位 繁華街の街歩き (37.3%)

第5位 温泉入浴 (35.5%)



第6位 伝統的酒造りを体験したい (26%)

日本は「伝統的酒造り」については、令和6年を目標に

ユネスコ無形文化遺産の登録を目指しています。

日本酒の人気はますます高くなると考えます。

(引用元：財団法人自治体国際化協会 <https://economy.clair.or.jp/casestudy/9378/> (2023/09/22))

(引用元：観光庁 <http://www.mlit.go.jp/common/001128501PDF>) (2023/9/22)

■競合分析

酒蔵は日本全国に 1,500 ありますがこの中で蔵人体験宿泊ホテル直営は一軒も無く、蔵人体験の場を提供しているだけです。既存の蔵人体験宿泊ホテルは一軒のみです。競合はメインカラー黒でモノトーン。蔵の屋根がモチーフです。固いイメージですのでデザインの差別化のためデザインや色彩をこれと逆張りで考え、円や緑色でやわらかさをターゲットに印象付けたいと思いました。

■ターゲット

インバウンド外国人



■ペルソナ

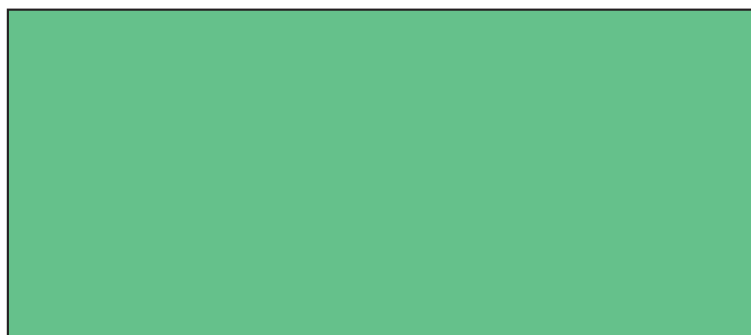
20代～40代

日本に来るのが初めて

日本での消費額平均 15 万円

日本での平均滞在期間 (6日～14日)

■コーポレートカラー（メインカラー）



若竹色（由来：若い竹の幹のような色）
水々しさ、新鮮さを表す。安心感。
自然を象徴。

R 124 C 60%

G 194 Y 60%

B 142

ロゴコンセプトの

「和み」「和の趣き」「新鮮さ」を表現。

蔵人を体験する方の新鮮な気持ちを

投影しています。



■ロゴ

横型



縦型



フォント：DC 方隷書体・TA 演芸筆



モノクロ版



最小サイズ 15 mm

■ ロゴ展開



のれん



土産物



送迎バス