



# 第一課題 企業ブランディング

## 観葉植物専門店



# 依頼された方

## ●新しく観葉植物店を開きたい

30代 女性 大塚さん



元々植物が好きで植物についての知識が豊富  
農業大学に通っており花屋さんで働いていた経験あり

## ●お店のイメージ

- ・購入した方に幸せな気持ちになってほしい
- ・お客様に寄り添った支え合えるような  
温かみのある観葉植物店にしたい
- ・落ち着いた雰囲気ではあるが  
少し高級感のあるお店したい

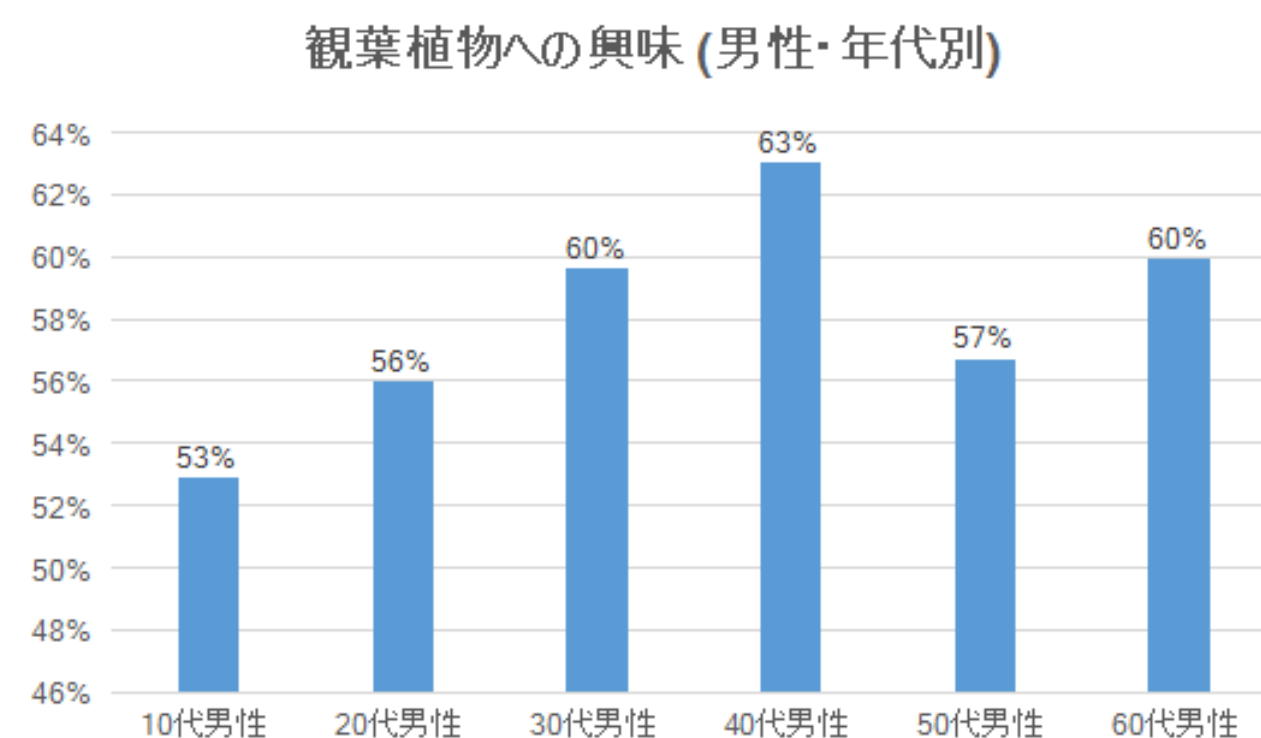
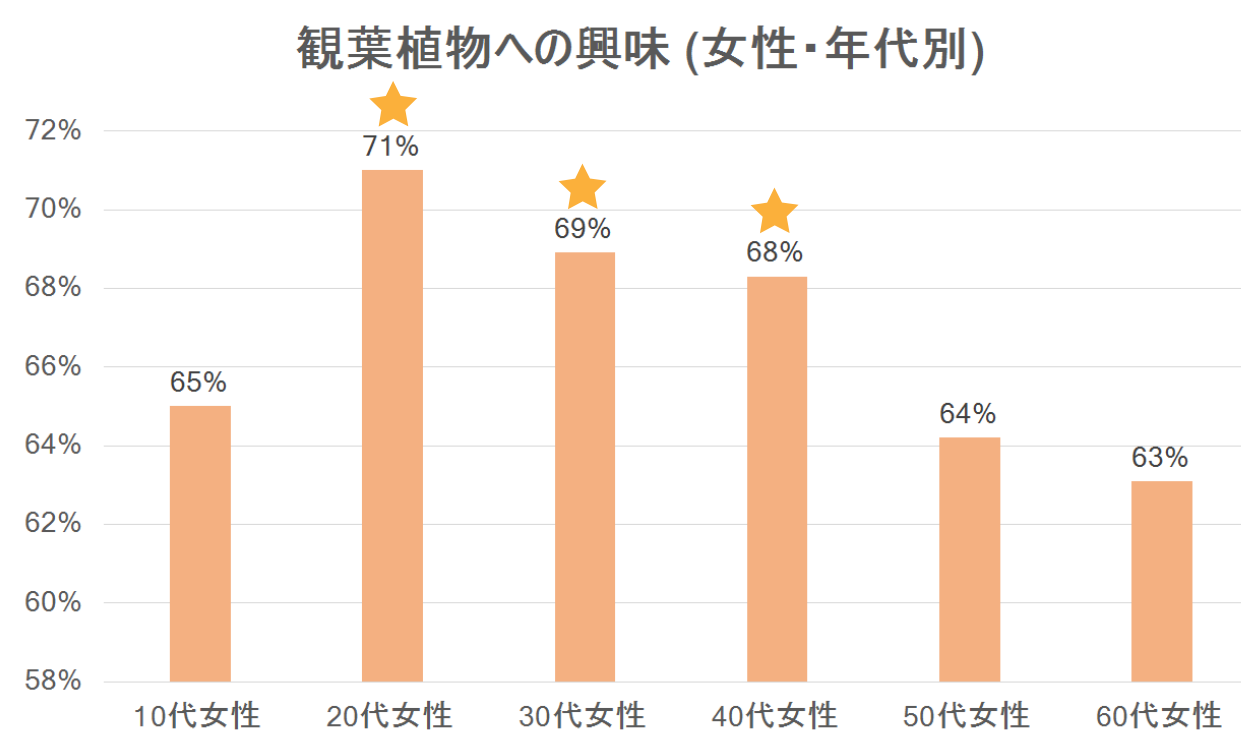
お店の名前：monstera (モンステラ)





# 市場調査

## ●観葉植物の興味・年代別



観葉植物に興味があるか聞いた所、

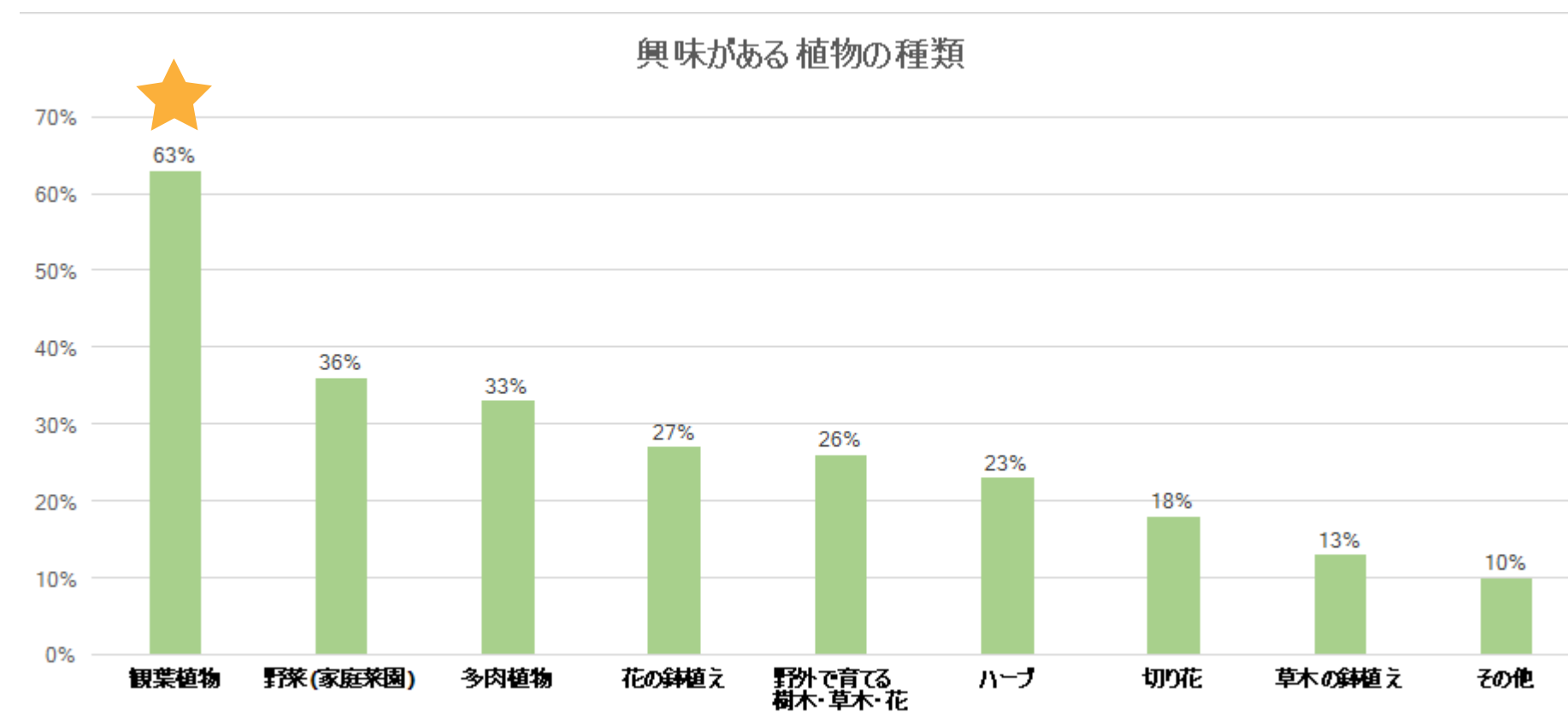
**ほぼ 50%を上回る**という結果が分かりました。

また年代・性別で見ると、

女性を中心に高く、**20代～40代の女性の約7割**が

興味ありと回答しました。

## ●なんの植物に興味があるか？



なんの植物に興味があるのかを聞いた所、

**観葉植物に興味があるという人が63%**も

いるという事が分かりました。



# 市場調査

## ● コロナ禍で植物の需要が増えた

コロナ禍において、観葉植物の需要が増えている。

観葉植物, 園芸全般が好評。売上の**2019年の1.2倍から1.5倍**に増えた。

“ちょっとやってみよう” という興味をもってくれる人が増えた

園芸といえば、シニア世代の趣味というイメージをもつ人も多いが

今回の園芸ブームはこれまでとは違い、**30～40代**の客層が増えた。

## ● 不景気だとニーズが高まる

不景気だと植物のニーズが高まる。

しかし、これまでも観葉植物や、園芸が盛り上がった時期はあった。

園芸は不景気だと需要が増える。

例：不景気だと、海外旅行、遊びが減少。

家でやれるような園芸は、**不景気だと人気**が出るそう





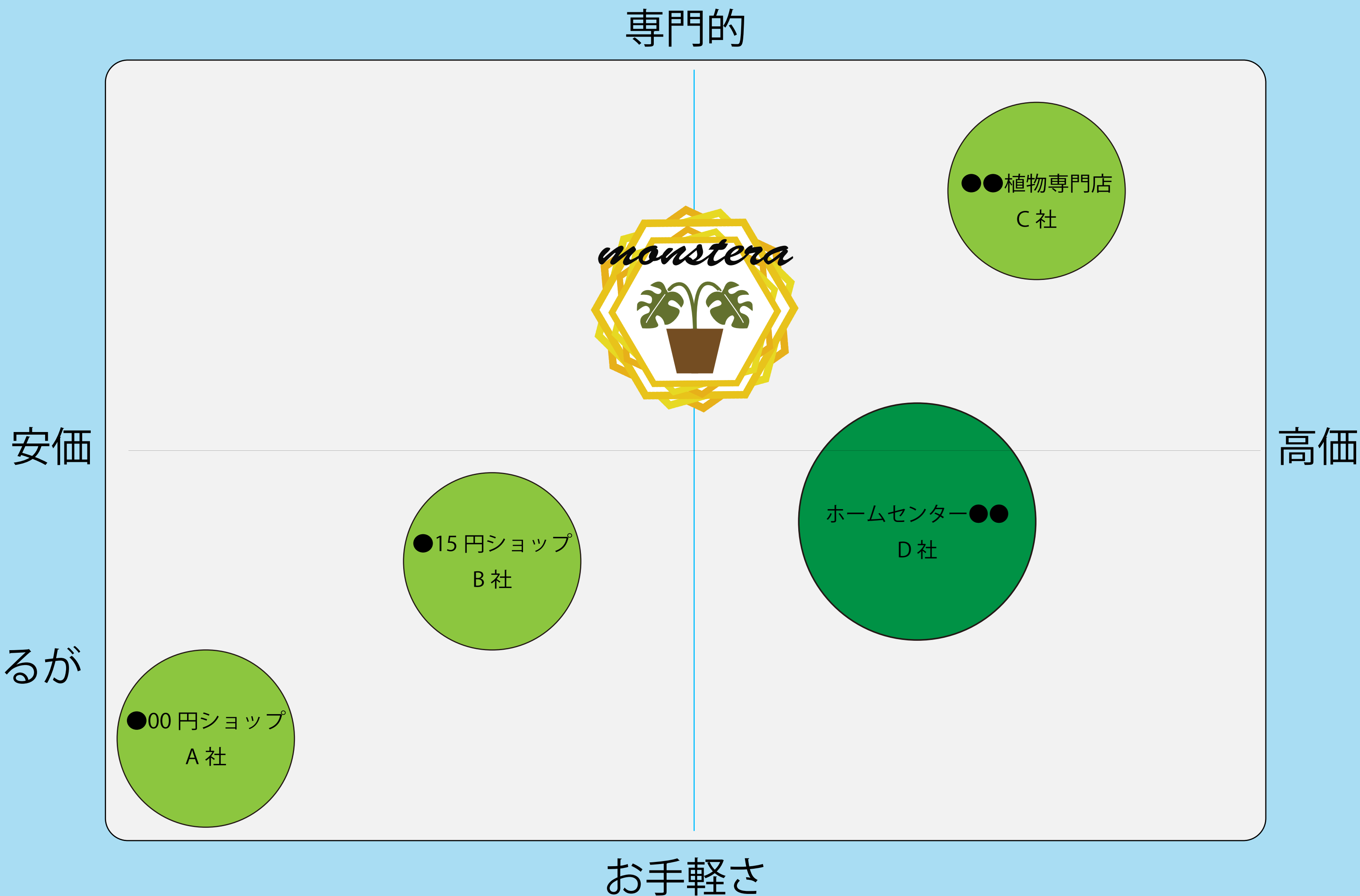
# ポジショニングマップ

ターゲット層

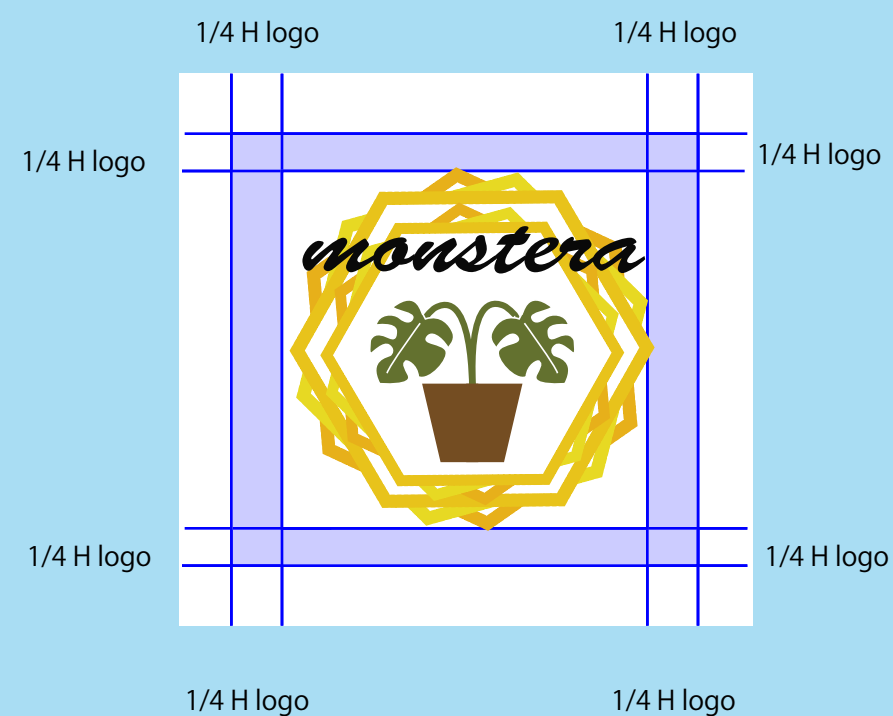
● 20代～40代の女性

● *monstera*

専門的な物も取り扱っているが  
そこまで高価ではない。



# ロゴマーク



## このロゴマークにした理由

シンプルで高級感ができるように考案しました。

太陽をモチーフに考案しました。

モンステラの葉っぱが2つあるのはお客様とお店をイメージして寄り添えるように考えました。

### イメージカラー



C : 20 %	C : 22 %	C : 19 %
M : 28 %	M : 16 %	M : 37 %
Y : 88 %	Y : 86 %	Y : 89 %
K : 00 %	K : 00 %	K : 00 %

●オレンジ 見る人の心を陽気にさせ、**ネガティブをポジティブに導く**  
**元気溢れる前向きな色**とされています。

●黄色 黄色はスピリチュアルでは**幸運の色**とされています。





# ロゴマークの展開

こんな商品があったらいいなとロゴマークの展開も考案しました。

シンプルなデザインの為どんな物でも使えます。

肥料



トートバック



植木鉢



# ファーストビュー

- 落ち着いた感
- 今流行りの土のない観葉植物（テーブルプランツ）

