

F U J I M I

BRAND GUIDELINES

LAST UP DATE 2023.1.23

1. ブランディング活動をはじめにあたって	03
2. トリコでのFUJIMIブランド構想	08
3. FUJIMIのブランドコンセプト	13
4. FUJIMIのブランドプロミス	16
5. FUJIMIのVI（ビジュアルアイデンティティ）	18

1. ブランディング活動を始めるにあたって

1. ブランディング活動を始めると あたって

FUJIMIのさらなる 成長を目指して

リブランディングの背景

これまでブランドの定義が定められていない中、マーケティングの手法によりSNSを中心に広くお客様の認知を獲得してきましたが、今後さらなる新規プロダクト・事業の開発認知チャネルの拡大に向け、改めて今後のブランドの目指す方向とロードマップ・表現したい世界観を明確にしブランド成長を推進したいと考えています。

目指すもの

ブランディング活動を通じて、
ブランドのファン醸成 / ブランドの信頼の獲得 / ブランドへの期待感の醸成を推進します。
また、それらに向け、作り手側もブランドを個人・チーム・お客様と共創する際の示唆も明確に定義します。

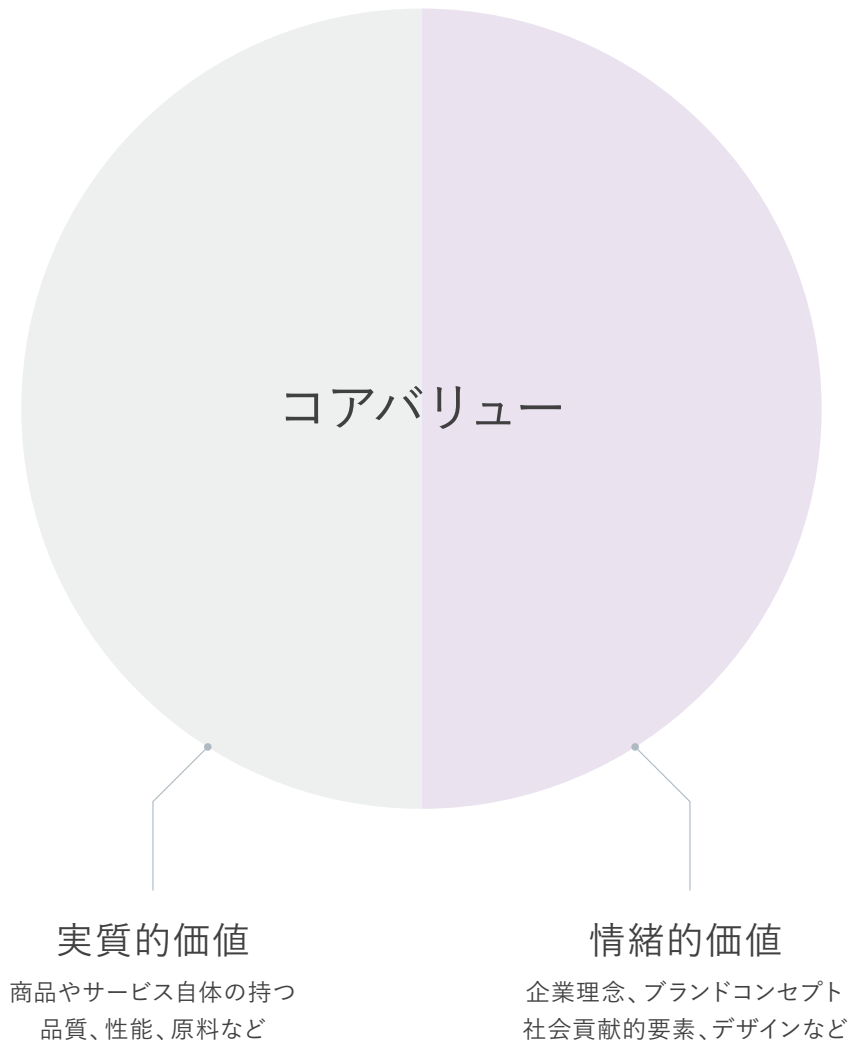
定義するもの

- ・ ブランドコンセプト
- ・ タグライン
- ・ ブランドプロミス
- ・ VIによるデザインシステムの定義

1. ブランディング活動を始めると あたって

ブランディングとは？

ブランド価値の向上を推進するためには、企業や商品/サービスのもつ強みや個性、大切にしたい理念や社会的な存在意義といった、その企業の「らしさ」である「コアバリュー」【中核となる価値】に焦点を当て、その価値を押し出したビジネスを打ち出すとともに、会社にいるスタッフ一人ひとりが、その企業のコアバリューを理解して仕事に取り組む事でスタートできます。

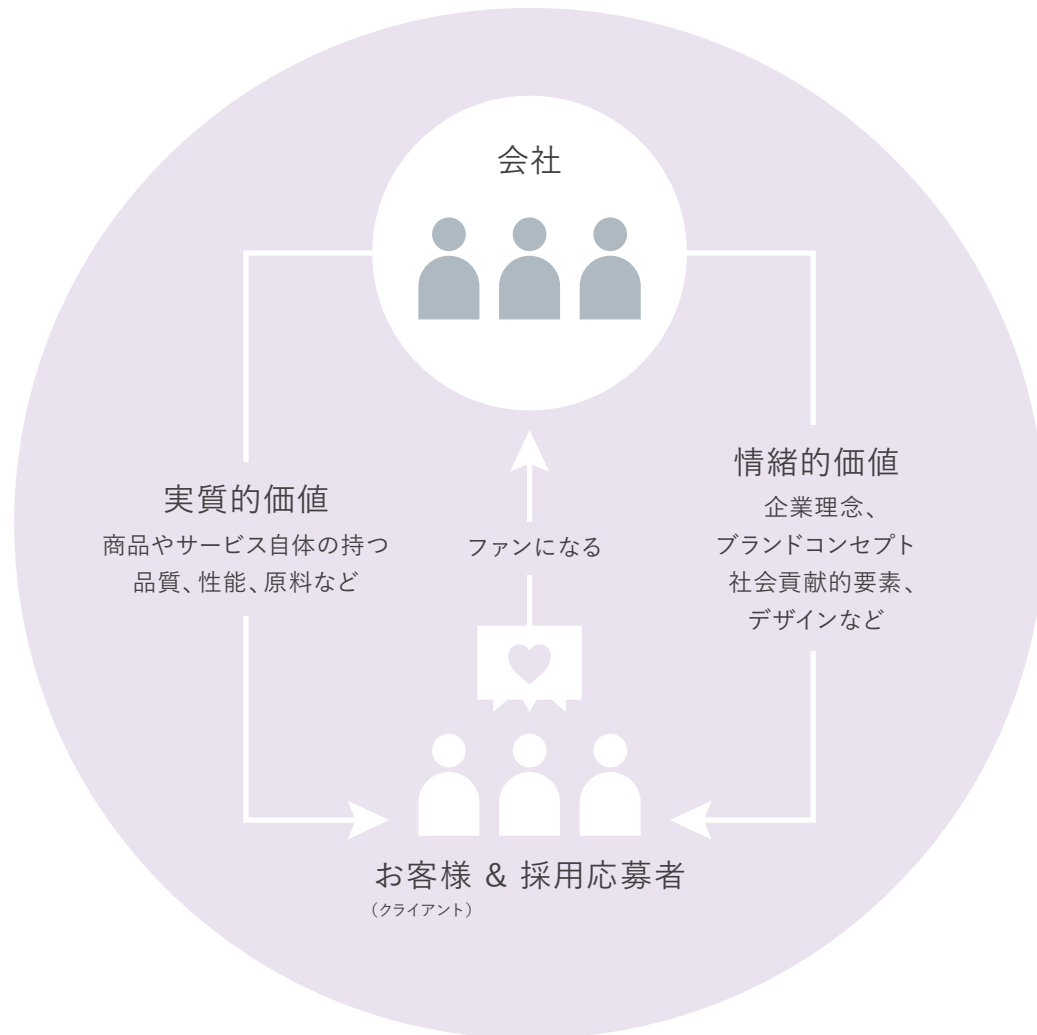


1. ブランディング活動を始めると あたって

ブランディング活動への姿勢

ブランディング活動を行うには、社内で密なコミュニケーションをとりながら理念を共有し、足並みを揃え、スタッフ一同が共に歩んでいくことが何よりも大切です。

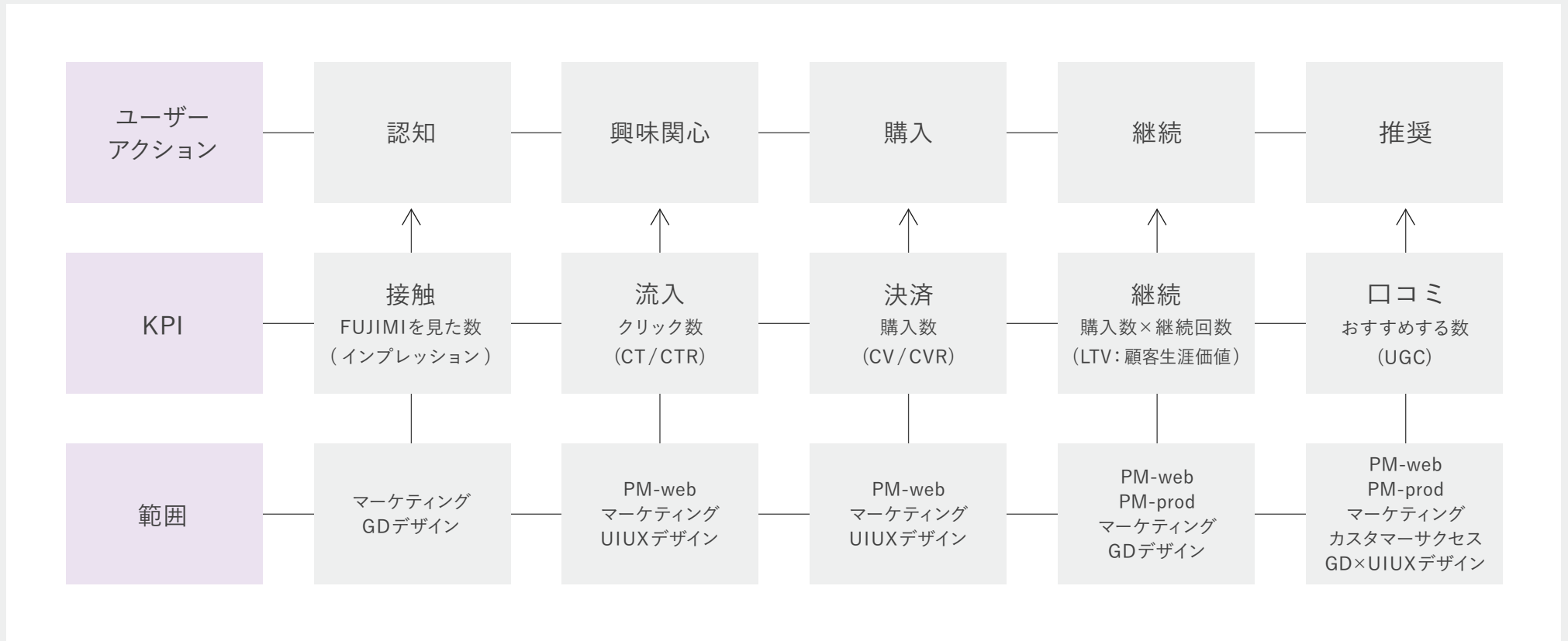
お客様にとって「実質的価値」が高いことは前提条件として、「情緒的価値」を伝え、理解・共感してもらい、ファンになってもらう為に、全てのメッセージ・感じ方・世界観が矛盾なく一貫している状態を目指します。



1. ブランディング活動を始めると あたって

ブランディング活動に求める成果

ブランディング活動では、長期的なファンとなるお客様との出会い、市場ポジションの獲得が主たる目的になりますが、直近の事業成果およびアクションへの成果も期待されます。お客様の体験設計においてブランド体験の向上を直近の目的として各施策とKPIへ反映されることを期待します。



2. トリコでのFUJIMIブランド構想

2. トリコでのFUJIMIブランド構想

ブランドを定義する
全体の構造



トリコのミッションと
バリュー

ミッション

私らしい美しさで、私をもっと好きになる

バリュー

お客様を虜に

"虜"とは心が捉えられ夢中になってしまうという意味。
お客様が繰り返しサービスを利用したくなるような、
唯一無二のパーソナライズ体験を提供する。

最善で最速

考えられる全ての選択肢の中から今なすべき最善解を突き詰めよう。
そして最善解の決定とその実行を最速で進めよう。
最善or 最速ではなく、最善and 最速。

起業家精神

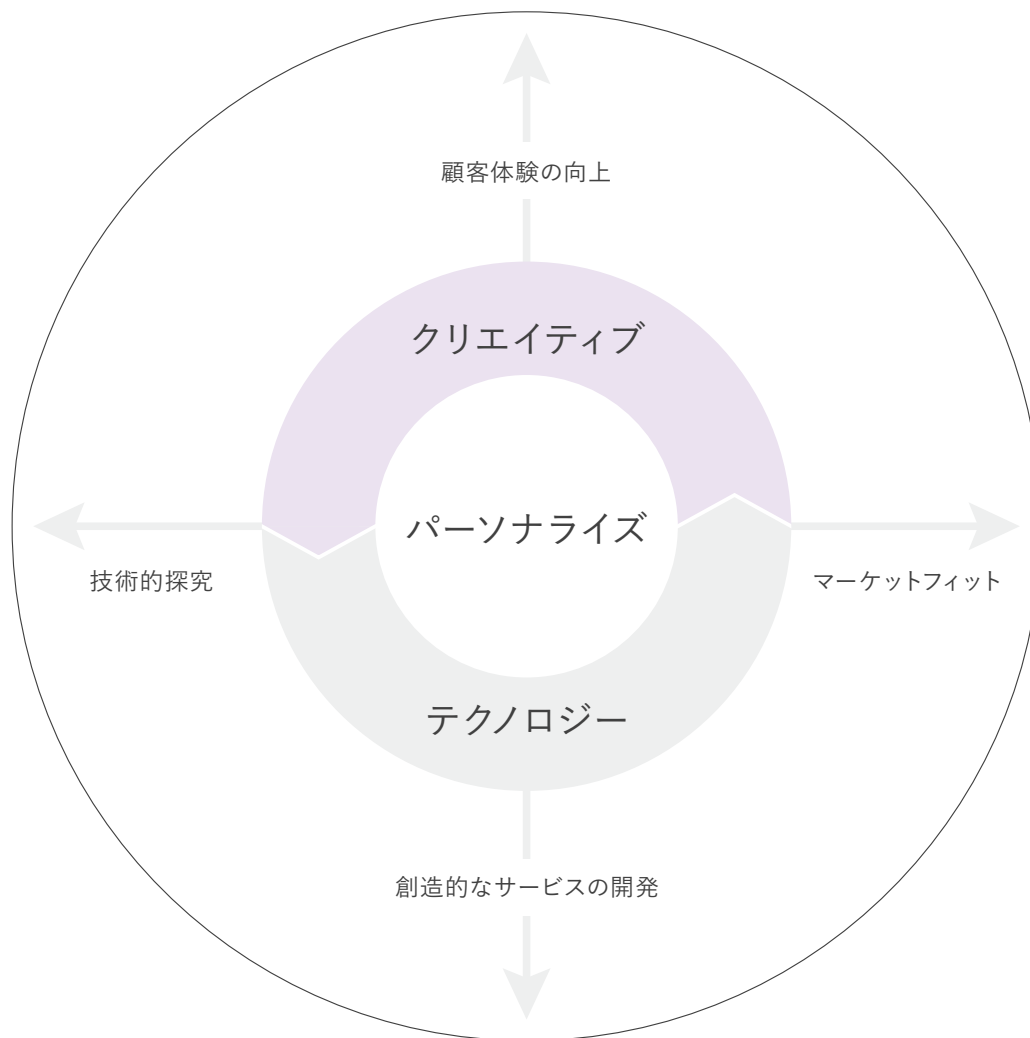
トリコを起業している一人として、発想力、想像力を巡らせ
常に新たなチャレンジを意識しながら、トリコの将来の為に
自分がどう考え、振る舞い、行動すべきか考えよう。

2. トリコでのFUJIMIブランド構想

FUJIMIブランドの強みとは

FUJIMIは、クリエイティブとテクノロジーの探究によって、パーソナライズビューティケアの分野でさらなる成長へと向かいます。

これまでの商品にとらわれず、私達の持つ強みとお客様とのよりよい体験設計によって、新しいサービスの創出を目指します。



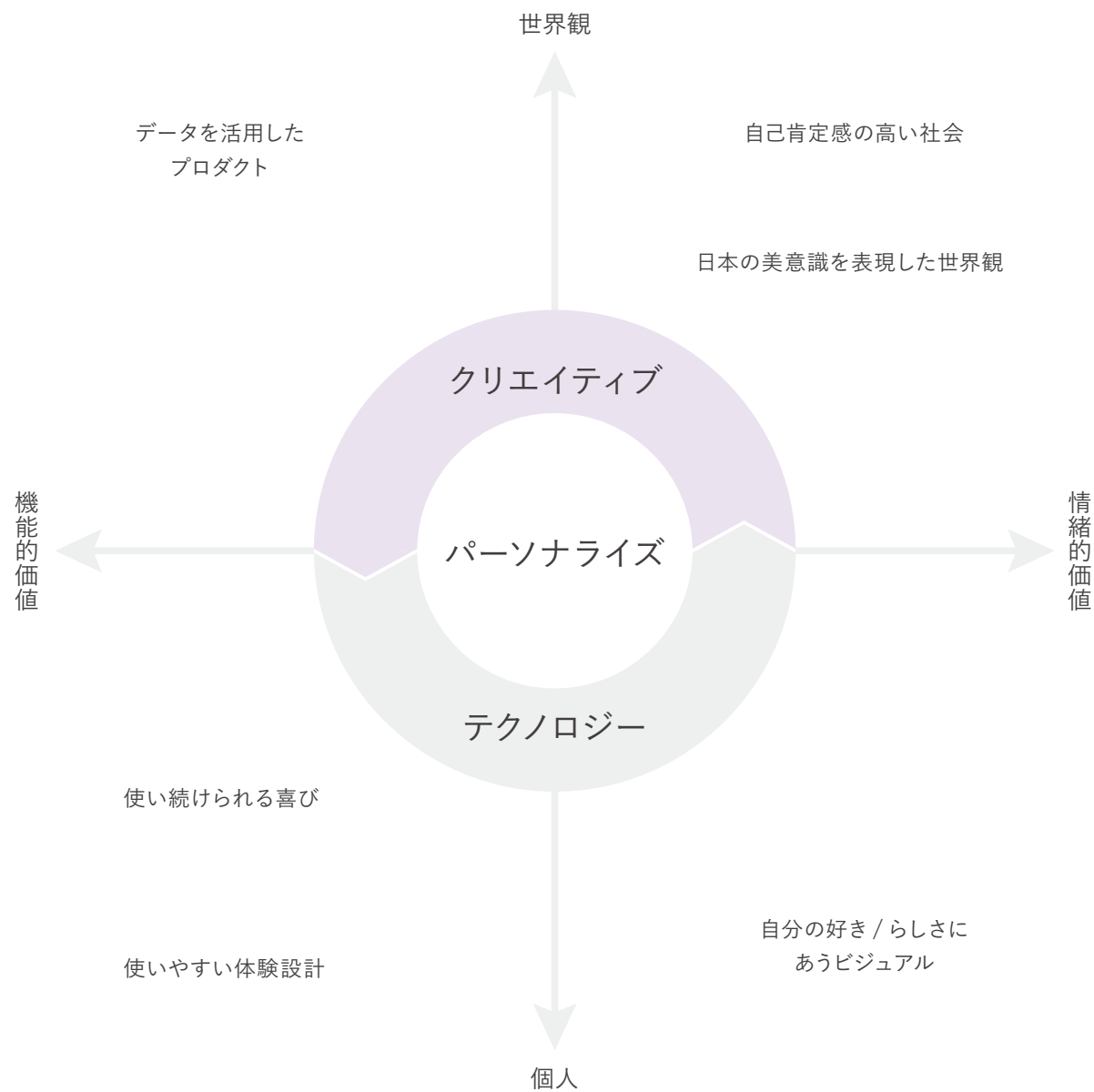
市場に拡張されるFUJIMIブランド

2. トリコでのFUJIMIブランド構想

FUJIMIブランドの持つ強みと提供している価値関係

クリエイティブとテクノロジーの強みから顧客に提供したい体験価値。

FUJIMIブランドを通して、自己肯定感の高い社会を実現します。



3. FUJIMIのブランドコンセプト

ブランドコンセプト

美しさを私らしく

美しさ。それは、体の内側から溢れる生命力。

心や体のゆらぎも、きっと美しさの一部になる。

美しさをもっとしなやかに、私らしく。

FUJIMIはパーソナライズビューティケアで、

世界に選択肢よりも、私らしさを増やしていく。

3.FUJIMIのブランドコンセプト

タグライン（基本）

タグライン（日本語）

F U J I M I
パーソナライズビューティケア

タグライン（英語）

F U J I M I
PERSONALIZED BEAUTY CARE

4. FUJIMIのブランドプロミス

4. ブランドプロミス

FUJIMIを創り上げる

4つのこだわり

虜になる感動を届ける

1. お客様の心に残る体験と感動を提供する
2. 「開けた瞬間の感動」と「使い続けられる喜び」にこだわり、繰り返し利用可能なサービスを心がける
3. 贈り手の想いを連鎖させ、全スタッフの想いをお客様の手元まで届ける
4. 凛として聡明かつ優しさのある、贈り手とブランド像であり続ける

唯一無二のパーソナライズ体験を提供する

1. 表層的な美の悩みを解決するのではなく、本質的な提案をする
2. お客様自身の状態や生活を振り返りながら新たな発見が行える体験を設計する
3. データ活用から未来のお客様への体験へと繋げる
4. お客様の声に合わせサービスをアップデートできるよう日々最善最速で改善を行う

持続可能であり価値還元できる設計を行う

1. お客様と社会へ価値還元できる設計を行い続ける
2. お客様目線での最適を探求し過剰スペックにはしない
3. 自然環境への配慮と商品価値のバランスを追求する

安心安全な高品質である

1. 安心安全な商品を提供する
2. 品質・体験・価格の最適なバランスを追求する
3. 充実した品質・成分でありながらも過剰品質は行わない

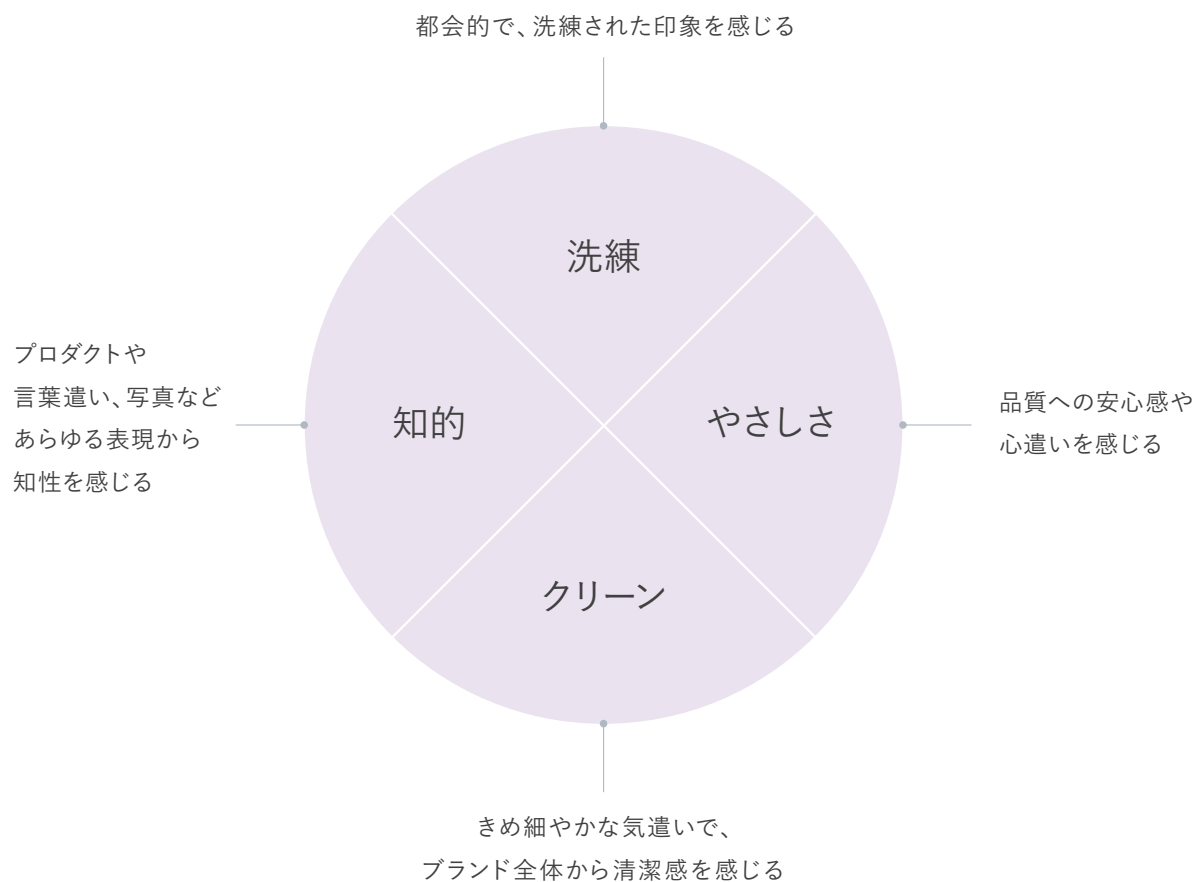
5. FUJIMIのVI（ビジュアルアイデンティティ）

ブランドから感じる

Look & Feel

FUJIMIの世界観を規定する4つのキーワード。
商品や広告などユーザータッチポイントから
得られる情緒的な方向性を定義しました。

日本の美意識を大切にしながら、
現代人に寄り添った情緒的価値を提供します。



ロゴ

FUJIMIの世界観を体現するロゴ。
凛としていて、強さとしなやかさを併せ持つ
ブランドイメージを表現したデザイン。

F U J I M I

ロゴカラー

ロゴカラーは、ダークグレー、ライトグレー、ホワイト、シルバーの4色。シルバーは印刷物のみを使用して下さい。

特色を使用する場合は、PANTONEを推奨します。

FUJIMI

DARK GRAY

CMYK : 0 0 0 90

RGB : 64 64 64

#404040

PANTONE 7540

DIC 541

FUJIMI

LIGHT GRAY

CMYK : 32 20 18 0

RGB : 174 185 193

#aeb9c1

PANTONE 4274C

FUJIMI

WHITE

CMYK : 0 0 0 0

RGB : 255 255 255

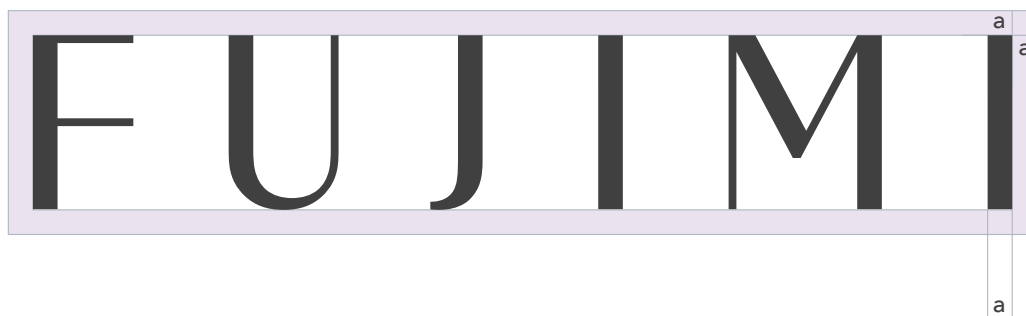
#FFFFFF

FUJIMI

SILVER

PANTONE 877

DIC 621



最小サイズ

印刷物

| 20mm |
FUJIMI

SP

| 85px |
FUJIMI

PC

| 150px |
FUJIMI

変形


縦に使用する場合は、右の向きに回転して下さい。

FUJIMI

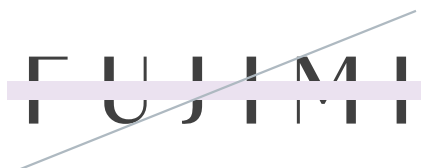
使用に関する注意



変形や斜体は不可



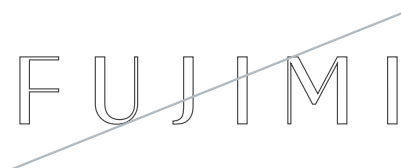
色の変更は不可



ロゴ・アイコンを遮らない



シャドウなどの効果を追加しない



アウトラインの使用は不可



文字の移動は不可

画像の上に

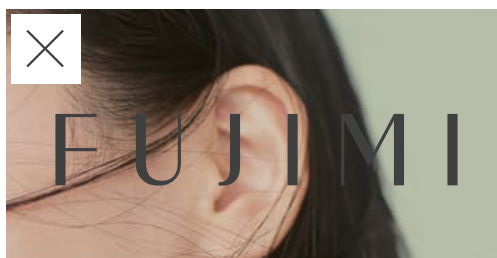
ロゴを表示する際の表示例



背景との識別が十分に行える場合、規定色のDARK GRAY (P21 参照) で表示



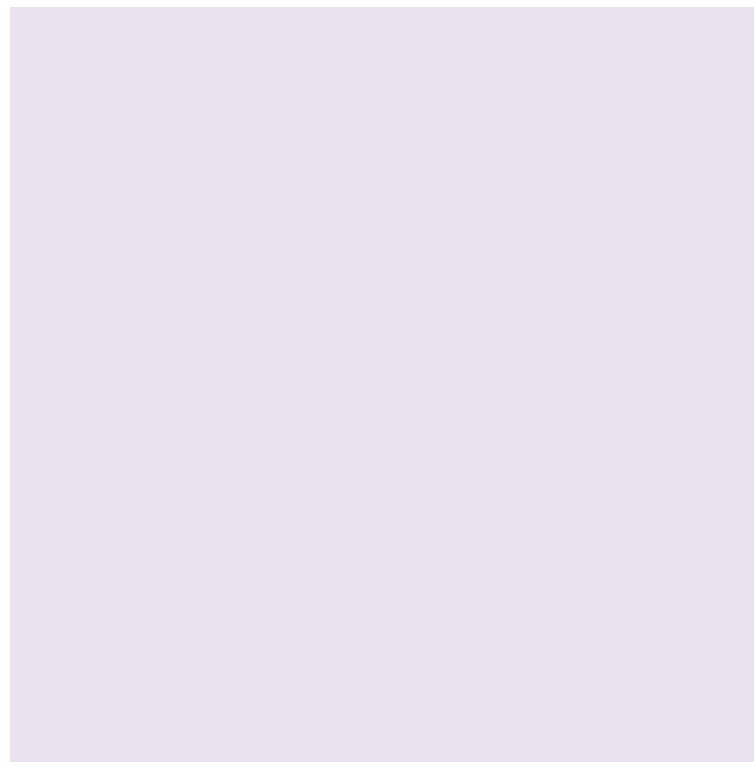
背景との識別が困難な場合、WHITEで表示



明度差の大きい複雑な図柄の場合、白ベースにする or 背景のトーンを明るくした上で
規定色のDARK GRAY (P21 参照) で表示

ブランドカラー

「藤」は日本で昔から愛されてきた植物であり、美しさだけでなく、強くて寿命の長い植物。FUJIMIブランドが長く愛されるものになることを目指し、「FUJI-IRO」をブランドカラーに採用しました。



FUJI-IRO

CMYK : 4 10 3 0

RGB : 235 226 240

#EBE2F0

PANTONE 7443C

推奨書体（欧文）

Mediumを基本とし、ファミリーが必要な場合はRegularとDemi Boldを使用して下さい。

Avenir Next Medium

BEAUTY SUPPLEMENT PROTEIN MASK

beauty supplement protein mask

0123456789!"#\$%&'()*@

Avenir Next Regular

BEAUTY SUPPLEMENT PROTEIN MASK

beauty supplement protein mask

0123456789!"#\$%&'()*@

Avenir Next Demi Bold

BEAUTY SUPPLEMENT PROTEIN MASK

beauty supplement protein mask

0123456789!"#\$%&'()*@

推奨書体（和文）

游ゴシック体 Medium

美しさを私らしく

游ゴシック体 Bold

美しさを私らしく

ロゴ（商品名あり）

サプリメント

F U J I M I

パーソナライズサプリメント

F U J I M I

PERSONALIZED SUPPLEMENT

フェイスマスク

F U J I M I

パーソナライズフェイスマスク

F U J I M I

PERSONALIZED FACE MASK

プロテイン

F U J I M I

パーソナライズプロテイン

F U J I M I

PERSONALIZED PROTEIN

スキンケア

F U J I M I

パーソナライズスキンケア

F U J I M I

PERSONALIZED SKINCARE

ロゴ（商品名あり）

ロゴと商品名の間隔を遵守の上、指定のフォントを使用する限り、使用媒体によって商品名の大きさや派生デザインを作成することは可能とします。

タグライン（商品別あり）



ロゴと商品名の間隔：a
font：游ゴシック体 Medium



ロゴと商品名の間隔：a
font：Avenir Next Demi Bold

バリエーション例

