

## GYODA COFFEE ROASTERY ロゴデザイン制作依頼書

## 1 依頼の背景と目的

GYODA COFFEE ROASTERY（行田珈琲焙煎所）は、行田の土地で丁寧に焙煎したコーヒーを届ける、小さなクラフトロースタリーです。地域の空気感や手仕事の温もりを大切にしながら、長く愛されるブランドを育てていきたいと考えています。その第一歩として、ブランドの顔となるロゴ制作をお願いしたく、本依頼書に想いや方向性をまとめました。GYODA COFFEE ROASTERY の物語を形にするロゴをご一緒に作れば嬉しく思います。

## 2 ロゴ制作の目的

- ブランドの世界観を視覚的に統一するため
- パッケージ、看板、Web など多用途で使えるロゴを整備するため
- 長期的に使用できる「ブランドの顔」を確立するため

## 3 店舗コンセプト

## (1) 基本情報

店舗名	GYODA COFFEE ROASTERY（行田珈琲焙煎所）
業態	ロースタリー併設カフェ
場所	埼玉県行田市（今後空き店舗を探す）
営業時間 （予定）	（金）～（月） 10:00 - 16:00
メニュー	● コーヒー（ハンドドリップ・エスプレッソ・デカフェ・アレンジ） ● 紅茶（各種） ● デザート
客単価	¥1,000
雰囲気	カジュアル／ナチュラル／親しみ

## (2) 価値提供の構造

機能的価値 (Functional)	焙煎機を眺めながら、香り高いコーヒーを
	専門性に裏付けられた味と香り
	使いやすく落ち着く空間設計
情緒的価値 (Emotional)	心がほどける安心感
	自分のペースを取り戻せる静けさ

	特別扱いされているような上質感
社会的価値 (Social)	行田の暮らしに寄り添う場所
	人と街、人と人をつなぐコミュニティ拠点
	“豊かな日常”を広げる地域貢献

#### 4 ターゲット

- 大人 (30~60 代)
- 男女とも
- コーヒー好き・焙煎に興味のある層
- 観光で行田を訪れる人
- 落ち着いた空間や丁寧なものづくりを好む人
- 意味消費、エシカル消費に賛同する人
- 企業(B to B)

#### 5 差別化の基準

##### (1) 行田市と周辺自治体のカフェ店舗数比較 (推定)

市名	推定カフェ数	人口	人口1万人 あたり店舗数
行田市	40~45	約7.7万人	5.2~5.8店
熊谷市	約119	約19万人	6.2店
深谷市	推定60~80	約14万人	4.3~5.7店
本庄市	推定40~50	約7.6万人	5.2~6.5店

上表の比較から導けること

- ① 行田市は「個人店中心のカフェ文化」が強い
  - 行田はチェーン店より個人店が多く、地域性のあるカフェが多い。
  - 観光地 (忍城・古墳群) や歴史的街並みが、個人店の成立を後押ししていると考えられる。
- ② 人口規模の割に店舗数が多く、潜在的な需要が高い
  - 行田市の人口は周辺より少ないが、カフェ密度は高い。
  - これは「地元住民の利用+観光客の流入」が背景にある可能性。
- ③ GYODA COFFEE ROASTERY にとっては“差別化しやすい市場”
  - 行田市には焙煎機併設型のカフェが数店あり、ここが最大の競合となる。
  - 「行田 × スペシャルティ × 自家焙煎」というポジションは希少で、地域ブランドとして確立しやすい環境 と言える。
- ④ 熊谷市の影響を受けつつも独自の市場を形成
  - 熊谷は商業集積が大きく、カフェ数も多い。

- しかし行田は「観光+地元密着」で独自の需要があるため、熊谷の“下位互換”ではなく独立した小規模市場として成立している。

(2) 4市の焙煎機併設カフェ 店舗数まとめ

市名	店舗数 (検索結果ベース)
行田市	3 店舗
熊谷市	7 店舗
深谷市	6 店舗
本庄市	4 店舗

①「行田 × 物語性 × 自家焙煎」のブランド化

周辺市のロースターは、店主の個性、コーヒーの味、店舗デザインが中心。

しかし行田には、忍城、古墳群、古代蓮、足袋蔵という圧倒的な地域資源がある。

👉 “行田の物語を焙煎で表現する”店は存在しない。

例：忍城ブレンド (力強い味)・古代蓮ブレンド (華やか・軽やか)・古墳ブレンド (深煎り・重厚)

②観光動線に組み込める焙煎所は行田にほぼ無い

観光客の動線「忍城 → 古墳群 → 古代蓮の里」上に、“焙煎機併設カフェ”は存在しない。

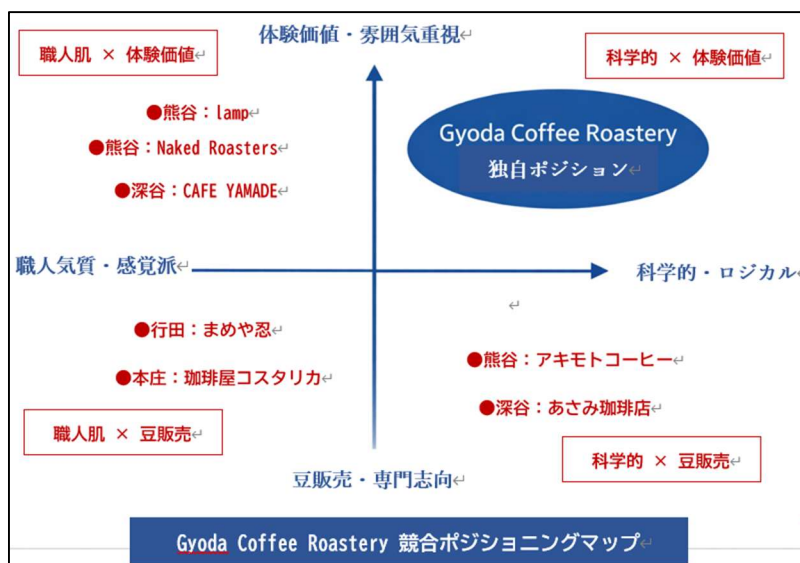
👉 観光客が必ず寄る“行田の名物コーヒー”になれる。

③科学的焙煎 × 安定品質

- 公共施設の建築設備設計、工事監理の経験による「温熱環境、換気」の専門性
- 温度・湿度・風量の精密制御
- ロジカルな焙煎アプローチ

周辺ロースターは、“職人肌”が多く、科学的アプローチは少ない。

👉 「科学 × 行田 × 焙煎」=唯一のポジション



## 6 使用シーン（媒体一覧）

- コーヒー豆袋（パッケージ）
- 店舗看板
- 名刺
- Web サイト
- SNS アイコン（小さいサイズでも使用し、丸型・正方形での視認性が重要）
- スタンプ（紙袋・封筒）
- 店内サイン
- チラシ・ショップカード

## 7 ロゴに求める要素

### （1）必須要素

- 英字表記“GYODA COFFEE ROASTERY”をメインとする
- ミニマルで長く使えるデザイン
- 小規模ロースタリーのクラフト感
- 行田らしさを“抽象的に”表現（例：古墳のシルエット、忍城、足袋、古代蓮などの抽象化）

### （2）任意要素

- シンボルマークの有無はデザイナーの提案を歓迎
- 豆・焙煎・熱のラインなど、焙煎所らしさの抽象表現
- モノクロ運用を前提としたシンプルな構成

### （3）NG 事項

- 「忍」の文字の使用（競合店「まめや忍」との混同を避けるため）
- 日本語ロゴ（行田珈琲焙煎所）の記載←ここは議論のあるところ
- 過度に装飾的・複雑なデザイン
- カフェ的すぎるイラスト（カップ、湯気などの安易なモチーフ）
- 子どもっぽい・ポップな印象
- トレンド依存のデザイン（長期使用に不向き）

## 8 ロゴの役割（記憶フック）

（1）マーク重視とするが、タイプも併用するハイブリッド型（マークが主役、タイプは補助）とする。

（2）サインサイズ：未定、位置：未定

（3）ヨコがメインだが、タテ/反転も場合によっては使用する可能性あり。

（4）マーク重視とする理由

- ① 行田という“地域性”を象徴化するため。
- ② 観光客が多い＝“一瞬で記憶されるロゴ”が必要
- ③ 焙煎所は“専門性 × 物語性”が鍵 → マークが最も効く

(5) ただし、印象的でオンリーワンは不可能であり、ロゴタイプへのエネルギーは意味がない。(アメリカマーケティング戦略家 ライズ氏「ブランディング 22 の法則」)

(6) 重要なのは、醸し出す雰囲気や世界観であり、デザインの一貫性である。つまり、「トーン (調子) & マナー (作法)」。結論として「ブランディング」が重要である。

## 9 ブランド概要

当店は、令和9年4月1日に行田市内でグランドオープンする予定のカフェ併設の小規模ロースタリーです。「香りを最大化した焙煎」と「地域に根ざしたクラフトロースタリー」を軸に、丁寧な焙煎と心地よい時間を提供することを目指しています。

## 10 ブランドストーリー

33年間、公共施設の施設建設に携わる中で培った「温度・湿度・香り」に対する感覚を活かし、コーヒー豆本来の香りを最大限に引き出す焙煎を追求しています。行田という土地が持つ歴史や空気感、そして手仕事の文化を大切にしながら、日常に寄り添う誠実なコーヒーを届けることを目指しています。地域性・専門性・クラフト感を軸に、シンプルで長く愛されるブランドを育てていくことが当ロースタリーの理念です。

## 11 ブランドコンセプト (核となる価値)

- 地域性：行田の歴史・文化・空気感をさりげなく感じられるブランド
- 専門性：香りを重視した焙煎技術と、安定した品質
- クラフト感：小規模ロースタリーならではの丁寧な手仕事
- ミニマル：長く使える、シンプルで飽きのこないデザイン

## 12 デザインの方向性 (フォント・雰囲気・色)

### (1) フォント

- 読みやすく、硬すぎず、クラフト感のあるサンセリフ
- ミニマルで長期使用に耐えるもの
- 例：Vingard / The Hoca / Riverfall (方向性の参考)

### (2) 雰囲気

- シンプル
- 温かみ
- 手仕事感

- 地域性を“控えめに”感じる
- (3) 色
- 基本はモノクロ
  - 必要に応じて1色展開も検討（黒・濃茶・深緑など）

### 1.3 参考資料

#### (1) 好きなロゴ（ロゴマーク+ロゴタイプ）

<p>Simple</p> 	<p>立体感</p> 	<p>ブランド</p> 
<p>コーヒー豆</p> 	<p>ストーリー性</p>  <p>シンボルマークのコーヒー豆は文字盤の1と7を指しているイメージ。「なないち」の文字の中には7と1が隠れています。文字の一部の色の意味は豆は焙煎すると色が変わるということで薄緑～茶色、そして黒、と変化を表しています。</p>	

#### (2) 嫌いなロゴ

文字のみ（ロゴタイプ）

*au* **meiji**

### 1.4 納品形式・希望事項

- モノクロ版・反転版のセット
- シンボル+文字組み、文字組みのみの2パターンを希望
- ガイドライン（最小サイズ・余白など）があれば歓迎

以上、よろしくお願ひします