



COMPANY GUIDE

Happiness in Design

シアワセをデザインする会社

デザインには、あなたらしさを表現するチカラがあります。
わたしたちは、そのデザインのチカラで、
ヒトやモノやサービスの根底にある、目には見えない
魅力や情熱を確かなカタチに変えてお届けしてきました。

世界には、あなたの魅力を待ち望む人がたくさんいます。
だからこそわたしたちは、デザインのチカラをもとに、
一人ひとりの魅力を見つけて磨き、ともに歩み続けてきました。
自分の魅力に気づいたあなたと、あなたの魅力を知った誰かが、
シアワセを育む姿に、わたしたちもまたシアワセを感じるから。

誰にでも、何にでも、魅力的な価値がある。
その価値が正しく光り輝くとき、多くの人を照らし、
豊かで彩りあるシアワセな人生をつくる種がうまれる。
わたしたちはその種を増やし続けていきたいのです。

たんぽぽが綿毛を飛ばすように、シアワセの種を届けたい。
ときには綿毛を飛ばす風となって、あなたのシアワセが
一番美しく花開く場所まで寄り添って進んでいきたい。
あなたとあなたにつながるすべての人が、
自分らしくシアワセに生きる人生までもデザインできるように。



01 IDENTITY

PURPOSE

—
仕事を通して、
豊かで彩りのある社会をつくる！

MISSION

—
ブランディングで価値を最大化する

STANCE

—
よりそい伴走するパートナー



MESSAGE

はじめまして、アプリコットデザイン / TONE BRANDING の代表、中村です。

私はこれまで3度の起業を経験し、多くの失敗と少しの成功を経て現在に至っています。

デザイナーとしては珍しい小売業出身です。小売業出身であるからこそ、わずか100円の利益を生み出す難しさを身をもって知り、デザイン費用を単なる経費として終わらせないこと、そして成果を出すためにはブランディングが不可欠であると考えています。

これまでブランディングについて深く学ぶことで、デザインがその手段の一つであり、明確なブランドコンセプトなしには効果的なデザインを実現できないことがわかりました。そこから私たちはクライアントの成功につながるよう、ブランディングの理解を深め、マーケティングの強化を図ってきました。

特に中小企業にとって、自信と誇りを持って事業を推進することは非常に重要です。自信が欠けると、自社の価値を低く見積もりがちになり、価格競争に追い込まれたり、商品やサービスの魅力を十分に伝えられなかったりするためです。このような状況は企業を疲弊させ、競争での差別化を困難にします。

ブランドの概念や戦略を経営に取り入れることで、企業は自身の強みや価値を再認識し、自信と誇りを持つことができます。この確固たる自信と誇りがあれば、ブランドは自然と強化され、関わる全ての人が幸せを感じることができます。

日本経済を支える中小企業がその真価を発揮し、元気を取り戻せば、社会全体がより良くなるでしょう。私たちは、一社でも多くの中小企業にブランディングの価値を理解してもらい、それを取り入れてもらうことで、企業と社会の発展に貢献していきたいと思います。

明日の売上と
未来の資産を
つくるお手伝い



Hi
Nakamura

03 OUTLINE

会社名	株式会社アプリコットデザイン	本社	〒381-2205 長野県長野市青木島町大塚 901-2
代表取締役	中村 弘樹	東京 ブランチ	〒153-0042 東京都目黒区青葉台 3 丁目 15-17
資本金	300 万円	電話・FAX	TEL.026-217-2184 FAX.026-214-1167
設立	2013 年 11 月	定休日	毎週土曜日・日・祝日他
社員数	33 名（2023 年 5 月現在）	商標登録	アプリコットデザイン 商標登録第 6115892 号 信州ファームマーケット 商標登録第 6402352 号 シアワセをデザインする 商標登録第 6405516 号 tone village 商標登録第 6706227 号

取引実績 株式会社 I-ne（BOTANIST）、森永製菓株式会社、味の素株式会社、近鉄不動産株式会社、株式会社星野リゾート・マネジメント、全日空商事株式会社、株式会社 CHINTAI、株式会社マイステイズ・ホテル・マネジメント、セイコーエプソン株式会社、シーエヌシー株式会社、株式会社アイ・オー・データ機器、飯田グループホールディングス株式会社、大東建託株式会社、株式会社船井総合研究所、株式会社メニコン、株式会社アールエフ、オルガン針株式会社、日本郵便株式会社、日本出版販売株式会社、株式会社 DEOW、株式会社サンプロ、観光汽船興業株式会社、スタービレッジ阿智誘客促進協議会、他各自治体、一般中小企業、個人事業主（順不動）
現在累積 1,000 社以上の取引先があります。

BUSINESS

■ブランディング（組織ブランディング・WEBブランディング・採用ブランディング・新規事業ブランディング・起業ブランディング・ロゴブランディング・社長ブランディング・社員ブランディング）

■ブランドマネジメント&アドバイザリー・ブランドプロデュース

CREATIVE

WEBサイト／ECサイト／LP／オウンドメディア／ロゴ制作／名刺／スタンプカード／DM・ポストカード／ショップカード／チラシ・リーフレット／パンフレット・会社案内／タブロイド紙／ポスター／封筒／看板／のぼり／パネル・タペストリー／イラスト・キャラクター／ノベルティ／パッケージ・シール／POP・メニュー／広告デザイン／写真撮影・動画制作／LINEスタンプ／スタンプ・ハンコ／ユニフォーム



ブランディング × マーケティング × WEB で成果を目指します！

年間／

1000 OVER!

ブログ・コラム等情報発信の数

アプリコットデザインは、価値を伝達するための情報発信を重視しています。年間に1,000 記事以上をコツコツと発信し、価値が伝わるよう努めています。伝えなければ価値は伝わらないという信念のもと、クライアントにも情報発信の重要性を継続して伝えています。私たちは、信頼性を確保するために、まずは自分たちが実践することが必要だと考えています。

直営店舗／

4 STORE!

カフェ・トリミング・ネイル・スクール等実験施設完備

ブランディングの専門知識を深め、精度を向上させるために、また最新のマーケティング手法を実践的に試すために、私たちはカフェ、トリミングサロン、ネイルサロン、スクールを直営で運営しています。理論だけでなく、実際に使える情報をクライアントに提供するため、日々実験を重ねています。

年間／

600 OVER!

WEB サイトからのお問い合わせ数

WEB サイトを提供する会社が、自社のサイトで集客できないのは本末転倒です。私たちは創業以来、WEB サイトを活用した集客に注力しており、営業スタッフを置かず年間600 件以上のお問い合わせを獲得しています。

制作実績数／

3000 OVER!

豊富な制作実績

小規模から大規模、EC サイトに至るまで、これまで 3000 件以上のサイト制作実績があります。多くのサイトを手掛けてきた私たちは、より見やすく、使いやすいサイトを目指しています。しかし、私たちの重点は単に制作することにあるではありません。制作に先立つ工程と、サイト完成後のプロセスに特に重要性を置いています。

COMMIT
TO
RESULTS

活きた知見を元に

成果にコミットする



Logo Design



Business Card



Stamp Card



Dm/Postcard



Pamphlet



Tabloid



Poster



Envelope



Character/Illustration



Sign



Package



Menu



BRAND STRATEGY

ブランド戦略とは



ABOUT BRANDING

ブランディングとは？

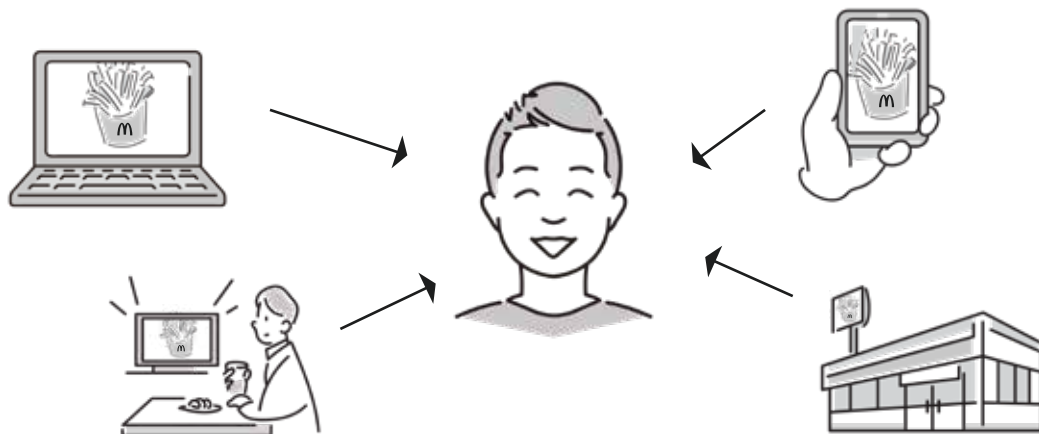
企業や製品が市場でどのように認識され、
価値がどのように伝わるかを管理する活動。

企業側の「こう思われたいブランドイメージ」



消費者側の「こう思うブランドイメージ」

消費者に対して「刺激」を与え
独自性のある「こう思われたい」ブランドイメージを
浸透させていく必要がある



「意図的」「継続的」「一貫性」をもって
刺激を与え続けることでブランドイメージが生まれる

Here's the point



ABOUT BRANDING

マーケティングとブランディングの違い

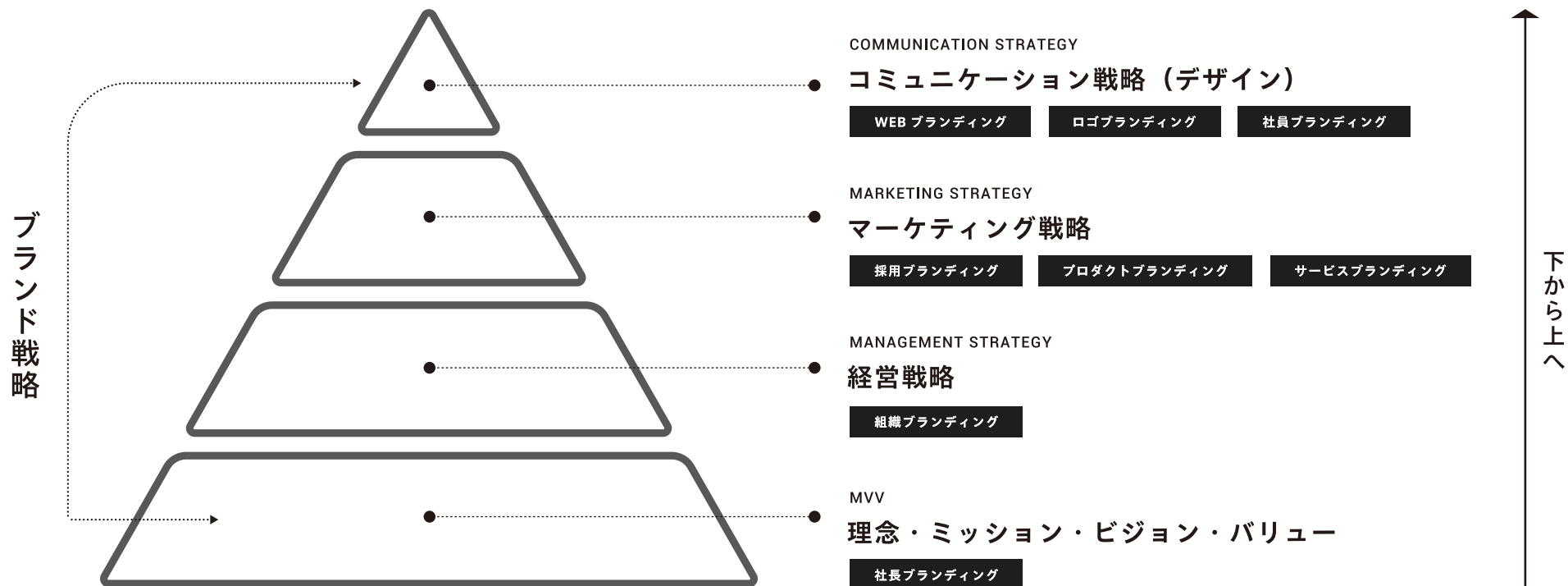
マーケティング = 売れる仕組み

「ただ売れば良い」という考え方ではなく
「どうやったらずっと売れるか」という視点

ブランディング = 売れ続ける仕組み

マーケティングとブランディングの戦略は
一緒に考える必要があり、
同時に取り組んでいく必要がある。

[企業の体型図]



ブランド戦略の中にマーケティング戦略がある



BRANDING CASE

ブランディング事例

08 CASE

WORKS

常盤珈琲焙煎所様

OVERALL ¥3,000,000-¥4,000,000

PLACE SAITAMA

対応範囲

- プロジェクト全体の進行管理
- インナーブランディング～アウターブランディングワークショップ（6 か月）
→ブランドビジョン作成＋ブランドコンセプト設計
- 写真撮影
- サービス開発
- ブランドサイト制作
- EC サイト制作



- ブランディングサポート
（コンセプト設計）



- 写真撮影



- EC サイト制作

OUTLINE

当時、創業10年目を迎えていた常盤珈琲焙煎所。世界中の小さな農園で、作り手たちが工夫を凝らし、手間を惜しまず生産したスペシャルティコーヒー豆を厳選し販売している。

プロジェクトの目的と背景

- 10年間という節目を迎え、これまで培ってきた常盤珈琲焙煎所の魅力を大切に、次なるステージに進むための基盤づくりを行いたい。
- 改めて常盤珈琲焙煎所というブランドの本質を見つめ直し、それに沿った伝え方、魅せ方を企画してほしい。
- 店舗の新規出店ペースを上げていくため、採用を強化していきたい。
- 実店舗とECサイトの価値をうまく融合し常盤らしい顧客体験を設計したい。
- サイト訪問者が買いやすく選びやすいサイトを作りたい。

ご提案内容

- プロジェクトメンバー全員でブランドの本質を見つめ直し、ブランドに対する共通認識を持つ。
→ インナーブランディングワークショップの開催
- 自社の価値観を踏まえて市場に届けるための戦略や新たなサービス開発を行う
→ アウターブランディングワークショップの開催
- ブランドの世界観を存分に伝えていく基盤づくり
→ 写真撮影 + ブランドサイト制作
- 購入に至るまでの体験価値を向上させる
→ ECサイトのリニューアル



BRAND VISION

インターナルブランディングワークショップを経て
出来上がったブランドビジョン

スペシャルティコーヒーと 暮らす日常をあなたに

FINE COFFEE AT HOME

Brand Vision

アメリカで偶然出会った
スペシャルティコーヒーに魅せられて、
常盤珈琲焙煎所は生まれました。
作り手のこだわりと丁寧な仕事の実った珈琲は
驚きと豊かさを与えてくれる特別な一杯です。

この特別な一杯を気軽に愉しめるよう
厳選した生豆を店舗で焙煎し、
新鮮な珈琲を提供し続けてきました。
自分好みに焙煎したオーダーメイドの一杯は、
今までの珈琲とは確かに違う特別な味わいです。
でも、わたしたちはその「特別」を変えていきたい。

毎日服を選ぶように、気軽に自然に、
普段着のようにスペシャルティを選ぶ。
上質な一杯のスペシャルティコーヒーを
豊かな時間を育む日常の一部にしたい。

わたしたち常盤珈琲焙煎所は、
スペシャルティと暮らす日常を
あなたに届け続けていきます。
あなたが淹れた一杯の珈琲は、
人生を豊かに彩る格別な時間だから。
そんな時間を多くの方へ届けることが
わたしたちの使命です。

ESSENTIAL

－ 魅力の発掘・ニーズの特定 －

常盤珈琲焙煎所の特徴的な強み

- 世界全体の流通量のたった 5% の特別なコーヒー豆（スペシャルティコーヒー）を約 30 種類取り揃えている。
- 店頭や EC サイトに並べられている珈琲豆の種類は高い頻度で変わる
- ご注文いただいてから焙煎するため、香り豊かで新鮮なコーヒー豆を提供できている。
- コーヒー豆に詳しくない方でも安心して来店いただけるヒアリング力とそれを補うコーヒー豆に対する知識の豊富さ。

これまでいただいたお客様の声（顧客ニーズの把握）

- 自分好みのコーヒー豆と一緒に探してくれて助かっている。
- 来るたびにまた違ったコーヒー豆が置かれているから飽きない。
- 新鮮なコーヒー豆を提供してくれるおかげでコーヒーを香りから楽しめておうち時間が充実している。
- 高品質なコーヒーの割に価格がリーズナブル



強みやニーズ を考慮し、 ブランドコンセプト を定義する

BRAND CONCEPT

特別で当たり前一杯を

- FINE COFFEE AT HOME -

スペシャルティコーヒーは、作り手たちの丁寧な仕事から生まれた特別なコーヒーです。
わたしたちは、その特別なコーヒーを楽しむ時間を日々の暮らしの中へ気軽に取り入れてほしいと願っています。

ご褒美のような「特別」な時間が日常の一部になる。
それはきっと、毎日の暮らしの中に安らぎや豊かさが増えるということ。

特別な時間を当たり前のように日常へ取り入れ、人と出会い、新たな味と出会うことで、
人生を豊かに育み、今日という一日をより楽しんでいただけますように。

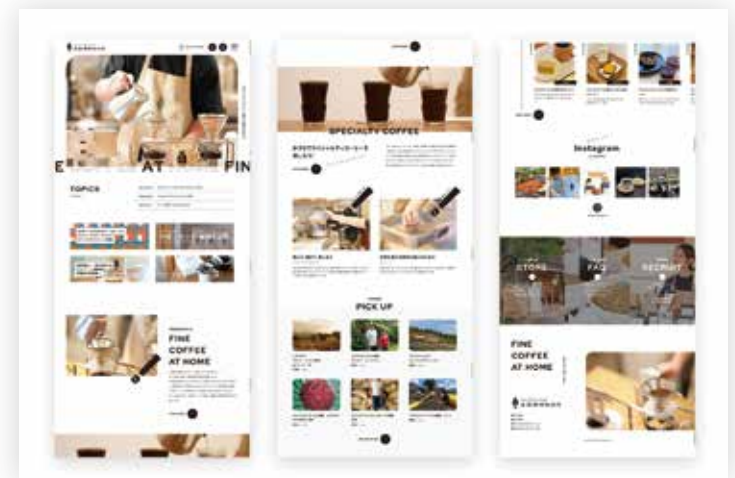
DESIGN

<https://tokiwacoffee.com>

Points

独自性を出し他社と差異化を図るために 写真撮影とデザイン制作で意識したポイント

- 日常に溶け込むようなそして常盤さんスタッフの親しみやすさを表現するため、柔らかく温かさを感じるデザインに。
- 写真、テキスト、あしらいで「人との出会い」「コーヒーとの出会い」「発見との出会い」を表現。
- 取り扱う商品的に情報量が多くなってしまうため、装飾を抑え見やすくシンプルなデザインに。
- オンラインショップでは、「買いやすさ」「選びやすさ」「それぞれのコーヒー豆の特性の伝達」「イベント情報の取得しやすさ」を意識し、最後の最後までサイト構成を模索し続けました。



AFTER THAT

公開後の成果



サイト公開後は実店舗、EC サイト共に収益が向上しており、採用面でも応募者数が向上しています。またサイト内で運用されているブログの投稿数や更新頻度の向上し、常盤珈琲焙煎所のらしさや魅力がより伝達される基盤を構築できました。現状においてもある程度の効果が目に見える形に現れていますが引き続きインターナルブランディング、エクスターナルブランディングの両面でサポートを続けています。

当社でブランディング支援を行った結果 様々な成果が上がっています

- 社内の中に共通認識が生まれた
- 問い合わせが倍以上に増加した
- 採用応募者の質が高まった
- ここで働きたいという求職者からの応募があった
- 質の高い顧客が増えてきた
- 値上げもスムーズに行えた
- 売上が上がったため支店を設けることになった
- 社員が能動的に仕事をしてくれるようになった
- 社員から提案される機会が増えた
- 経営における様々な判断に迷いが少なくなった

**わたしたちは、本質的な課題に向き合い
クライアントの成果向上に伴走します**

ブランディングプランのご案内

PLAN INFORMATION

これまで私たちは
多くのクリエイティブを生み出してきました。

「見た目だけを綺麗に整える」
「言いたいことだけを並べる」

だけでは成果を最大化することが難しいと感じました。

そこで「ブランディング」を取り入れはじめます。

その結果、以前にもまして成果が向上しました。

そのため、私たちは「ブランディング」を取り入れた制作をオススメしています。

why do it

具体的には

企業（ブランド）から発信されるメッセージが
「誰に」「何を伝え」「どう思われるか」を意図的に設計して
市場に浸透させていくお手伝いをします

PLAN A

複数回のヒアリングを元に
ブランドコンセプトを弊社で考えご提案します。

ブランドコンセプト開発 **¥350,000**

【実施期間】 約 2 ヶ月間

PLAN B

月 2 回、6～8 回のワークショップを行い
関係者でセッションを行いコンセプトを決めていきます。

ワークショップ **¥600,000**

【実施期間】 約 4 ヶ月

通常の制作では、制作に入る前にコンセプトを作成しますが、ブランディングの有無による違いは
「コンセプトの精度」と「運用面での戦略まで考慮するかどうか」という点にあります。

PLAN A/ コンセプト開発の流れ

トップインタビュー（可能な場合）

質問シートご回答

ヒアリング

コンセプトご提案

ブラッシュアップ

コンセプト確定

コミュニケーション戦略ご提案

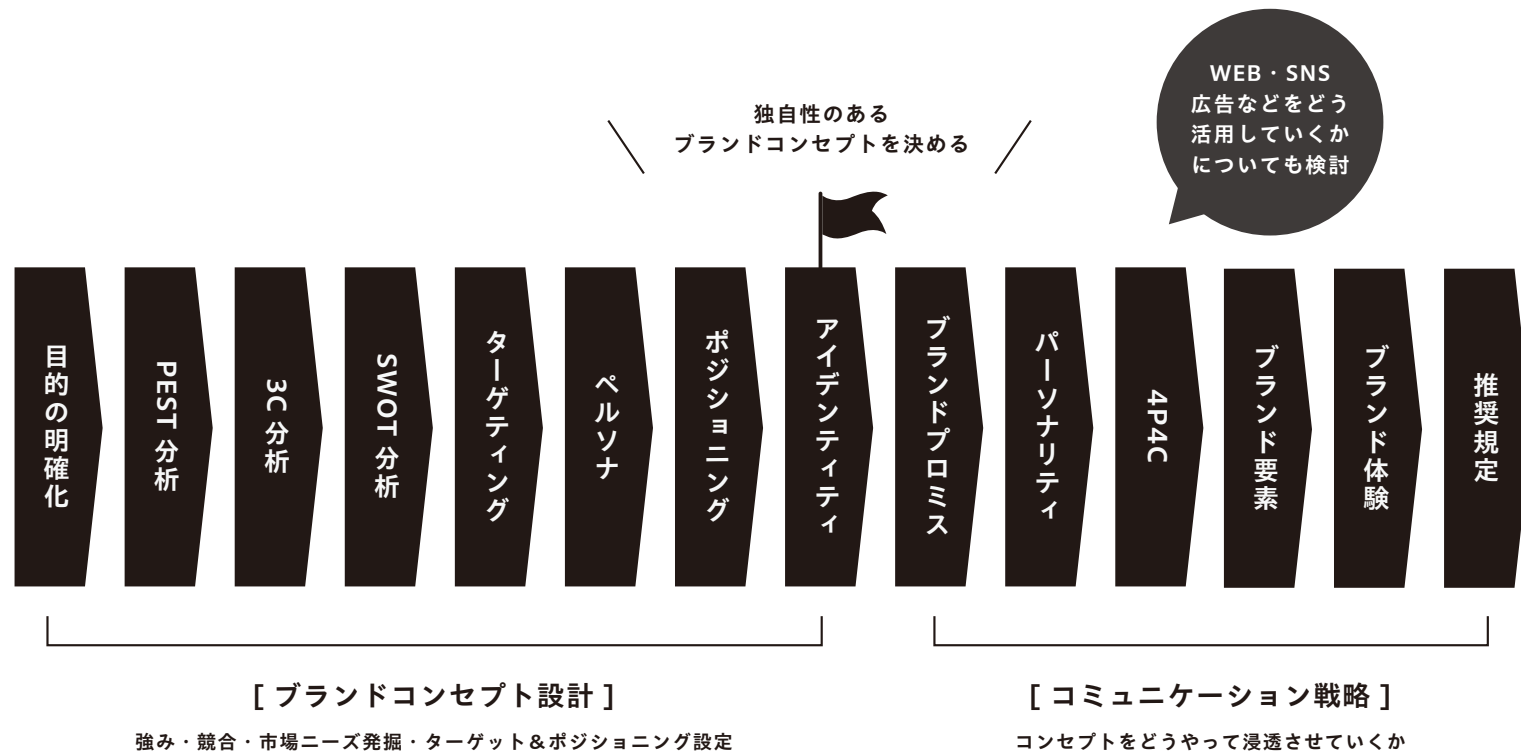
[ブランドコンセプト設計]

強み・競合・市場ニーズ発掘・ターゲット&ポジショニング設定

[コミュニケーション戦略]

コンセプトをどうやって浸透させていくか

PLAN B/ ワークショップの流れ



Happiness
in Design

＼学びのコンテンツ発信中／



<https://tone-branding.jp>