

2 BASE Inc.

「 Paletto 」ブランドづくり

Brand DNA

D 遠山 陽二郎

2024.01.09

1. ターゲット・オーディエンス

2. プロダクト・ベネフィット

3. ブランド属性とブランド価値

4. ブランド・パーソナリティ

5. ブランド・ビジョン

6. ブランド・プロポジション

7. 市場での位置付け

8. ブランド・プロミス

9. ブランド構造

10. ブランド・エクスペリエンス

11. トーン・オブ・ボイス

12. ブランド名称

13. ブランドストーリー

14. タグライン

ブランドDNA / 各ステートメント文書(一言で)

“ Palett ”

ブランドづくり

Brand DNA

2024.01.09

1. ターゲット・オーディエンス

過去に英語力の短期集中的習得に失敗を繰り返し経験してきた人。

2. プロダクト・ベネフィット

コーチングで失敗した弱い自分を受け入れてくれ前向きに改善してくれる。

3. ブランド属性とブランド価値

コーチングが失敗した弱いあなたの “なぜ” を解決し成功の転期へ導く。

4. ブランド・パーソナリティ

A.Fumiya(フミヤ)さん、B. サヘル・ローズ？、C. A + B？

5. ブランド・ビジョン

ユーザーの英語習得の失敗を成功に変え、
人生をより良い転期に変えることで社会へ繁栄をもたらす。

6. ブランド・プロポジション

諦めを与えてくれるブランド。

7. 市場での位置付け

対極を示す挑戦的ブランド。

8. ブランド・プロミス

ユーザーの英語習得の失敗から成功に変え、人生をより前向きに良い転期に変えてくれる
失敗には間違いなく理由がある。
顧客と真摯に向き合い続けることを諦めない。
成果補償(返金)。

9. ブランド構造

オンorオフライン英語留学の価値を “コーチング”が高める。

10. ブランド・エクスペリエンス

ユーザーはコーチングで失敗した「問題」と向き合い「何故」を認め(諦め)、
理想と現実のギャップを無く好ことで内と行動の変化による実現から実体験ができる。

11. トーン・オブ・ボイス

コーチがユーザーに真摯に向き合ってくれる優しくも厳しくもある語りかけ方

12. ブランド名称

「Palett」

13. ブランドストーリー

「新たな始まり - Palleteと塗り変える、あなたの "なぜ"と成功への道」

14. タグライン

「諦めて自由を描く」

ブランドDNA

1. ターゲット・オーディエンス

この商品 / サービスはどのような人が買う / 利用するのか？

**過去に英語力の短期集中的習得
に
失敗を繰り返し経験してきた人。**

ブランドDNA / 1. ターゲット・オーディエンス

この商品/サービスはどういう人が買う/利用するのか？



ペルソナA

美咲さん 30歳

居住地: 東京、活気ある都市部。

性

別: 女性

職

業: YouTuber

学

性格

趣味

役割

ライフ
スタイル

過去に英語力の短期集中的習得に

失敗を繰り返し経験してきた人。

- ・活発で社交的。失敗を恐れない
- ・新しいことを学ぶのが好き
- ・忙しいスケジュールの中で自己管理が難しいことも
- ・挑戦する精神を持っている

音楽

好き: ジャズ、アコースティック
嫌い: ハードロック、ヘビーメタル

映画

好き: インディーズ映画、ドキュメンタリー
嫌い: 長い映画、過度に暴力的な映画

読書

好き: ミステリー小説、自己啓発書
嫌い: 難解な哲学書、長編ファンタジー小説

旅行

好き: 自然豊かな場所、歴史的な都市
嫌い: 過度に観光化された場所

SNS

好き: Instagram、YouTube
嫌い: Twitter (過度なネガティビティが苦手)

影響力のあるYouTuberとして、フォロワーに新しいアイデアや視点を提供。
また、英語学習の旅を共有することで、同じ道を歩む人々にインスピレーションを与える。

忙しい日々の中でバランスを取りながら、
自分のキャリアと個人的な成長に重点を置く。

英語学習にはオンラインレッスンやアプリ、短期間の言語留学など、
柔軟な学習方法を取り入れている。

“Palett”

ブランドづくり

Brand DNA

2024.01.09

ブランドDNA / 1. ターゲット・オーディエンス

この商品/サービスはどういう人が買う/利用するのか？



ペルソナA

亮太さん 30歳

居住地: 東京の郊外。閑静な住宅地

性

別: 男性

職

業: 現在は転職活動中。以前は小規模な製造業

学

性格

趣味

役割

ライフ
スタイル

過去に英語力の短期集中的習得に

内向的

自己批判的

前向きな姿勢を持ちたい

失敗を繰り返し経験してきた人。

自信の欠如が行動を妨げることも

友人や家族に対しては思いやりがある

信頼されている。

音楽

好き: ポップ、ロック

嫌い: カントリー、ヘビーメタル

映画

好き: コメディ、サスペンス

嫌い: ホラー、過度に悲しいドラマ

読書

好き: ミステリー小説、自己啓発書

嫌い: 難解な哲学書、長編ファンタジー小説

旅行

好き: 自然豊かな場所、歴史的な都市

嫌い: 過度に観光化された場所

スポーツ

好き: バスケットボール、サッカー

嫌い: ゴルフ、モータースポーツ

SNS

好き: Instagram(写真共有が好き)、YouTube

嫌い: Facebook(使いにくいと感じる)

自己改善に努める転職希望者。

現状に満足せず、より良い生活とキャリアを求めている。

節約志向で質素な生活を送る。

自己投資には積極的で、転職や自己改善のための書籍やオンラインコースに興味がある。

エネルギッシュで多様な趣味を持つ

社交的で活動的な性格

映画やスポーツ、音楽など、彼の好みは彼の日常生活や友人との交流に影響を与えるでしょう。

SNSにおいては、インタラクティブで視覚的なプラットフォームを好む。

ブランドDNA

2. プロダクト・ベネフィット

なぜ、消費者はこのブランドの商品 / サービスを選ぶのか？

**失敗した弱い自分を受け入れてくれ
前向きに改善してくれる。**

失敗した弱い自分を受け入れてくれ、前向きに改善してくれる。

確実に英語力を習得したい。せつかくの留学、高額なサービスで失敗したくないから

効率的な学習方法と勉強にコミットできる環境を手に入れたい

救済措置

成果補償

優しい

返金補償

真心

確実に英語力を習得できる

二人三脚

ブランドDNA

3. ブランド属性とブランド価値

このブランドは消費者や社会にどんな価値を提供できるのか ？

**失敗した弱いあなたの “なぜ” を解決し
成功の転期へ導く。**

ブランドDNA / 3. ブランド属性とブランド価値

このブランドは消費者や社会にどんな価値を提供できるのか ？

失敗した弱いあなたの “なぜ” を解決し、成功の転期へ導く。

ブランド価値

失敗を探る

なぜの理由を突き止める

本質を体系化する

あなただけのパートナーが

あなただけのメニューをカスタマイズする

マインドごと支え続けていく

感情的属性

零線が揺れ動く感じ

雲が晴れていく感じ

光が見える感じ

未体験な感じ

(ありのままでは他のサービスと

同じと取られ離脱してしまう)

ブランド属性

機能的属性

英語学習

留学

リモート

カウンセリング

コーチング

メニューのカスタマイズ

コミュニケーション

対話を繰り返す

対話を繰り返す

失敗談の情報発信

成果補償(返金)

ブランドDNA

4. ブランド・パーソナリティ

このブランドの人格はどんなものか？

Fumiya (フミヤ)さん？

サヘル・ローズさん？

ブランドDNA / 4. ブランド・パーソナリティ 01

このブランドの人格はどんなものか？

Fumiya (フミヤ)さん

フィリピンへの語学留学中から YouTuberとして活躍し、SNSの総フォロワー数は 560万人を超え、

タレントとしても活躍中。「フィリピンで最も有名な日本人」として

テレビ・雑誌・新聞などで多く取り上げられ、地元浜松でも人気、話題となっています。

形容詞、名詞

Softly but Hardly (愛とムチ)

人格否定はしない

救ってくれる

心ココロに寄り添えるコンサルタ

優しい

ント

思いやりがあるとか

例) プログリット独学でやってき

自身も失敗している

たコンサル

弱くていい

色、匂い

グラーション

青&黄(リョウタさん)

淡いピンク & 黄 & 緑 & 空 & 青(遠山)



ブランドDNA / 4. ブランド・パーソナリティ 02

このブランドの人格はどんなものか？

サヘル・ローズさん

イランと日本のハーフで、モデル、女優、そしてタレントとして活躍しています。

彼女は自身の多文化的背景と経験を活かし、

多くの女性に共感とインスピレーションを与えています。

形容詞、名詞

救ってくれる、優しい、思いやりがある

公の場で自身の経験を率直に語り、多くの人々、特に若い女性たちに勇気と希望を与えています。彼女の物語は、他者への思いやりや、困難な状況を乗り越える優しさを示しています。

自身も失敗している、弱くていい

彼女は過去に自身の失敗や挑戦について公に話しており、それによって多くの人々、特に女性たちに共感を呼び、弱さを受け入れることの大切さを伝えています。

人格否定はしない、心に寄り添える

他者を尊重し、個人の価値を大切にする姿勢を見せています。また、彼女の発言や行動は、他人の感情に寄り添う能力を示しており、特に若い世代の女性にとって共感を呼ぶ存在です。

色、匂い

グラデーション

カラフルで多様なファッションセンス

ブランドDNA

5. ブランド・ビジョン

このブランドは何を目指しているのか

**ユーザーの英語習得の失敗を成功に変え、
人生をより良い転期に変えることで
社会へ繁栄をもたらす。**

ユーザーの英語習得の失敗を成功に変え、 人生をより良い転期に変えることで社会へ繁栄をもたらす。

今回のブランディングで解決したい問題点は何ですか？

期待

事業

- ・顧客獲得
- ・事業の成長・発展
- ・競合との差別化

ブランド

- ・認知（覚えてもらうため。記憶への刷り込み）

会社の目指している最終的なゴールは何ですか。

国民的英語の習得率の増加

会社として何を伝えたいですか？

「英語学習で消耗する人生はもうやめませか」
「確実に英語力を身につけて人生を変えませんか」

いまの会社で一番大切にしていることは何ですか。

失敗は間違いではない

ブランドDNA

6. ブランド・プロポジション

このブランドはどんなブランドか？

諦めを与えてくれるブランド。

ブランドDNA / 6. ブランド・プロポジション

このブランドはどんなブランドか？

諦めを与えてくれるブランド。

このブランドは、

これまでの失敗を自ら認め、諦めた心理状態から成功への本質の鍵を明らかにする。

英語習得だけはない、

人生の棚卸し整理をも含め、転機に変えてくれるマンツーマン体験サービスである。

右記に基づく

2. プロダクト・ベネフィット

→ コーティングで失敗した弱い自分を受け入れてくれ前向きに改善してくれる。

3. ブランド属性とブランド価値

→ コーティングが失敗した弱いあなたの “なぜ” を解決し成功の転期へ導く。

4. ブランド・パーソナリティ

→ A. Fumiya (フミヤ) さん、B. サヘル・ローズ

5. ブランド・ビジョン

→ ユーザーの英語習得の失敗を成功に変え、人生をより良い転機に変えることで社会へ繁栄をもたらす。

ブランドDNA

7. 市場での位置付け

このブランドは、競合のなかでどこに位置しているか？

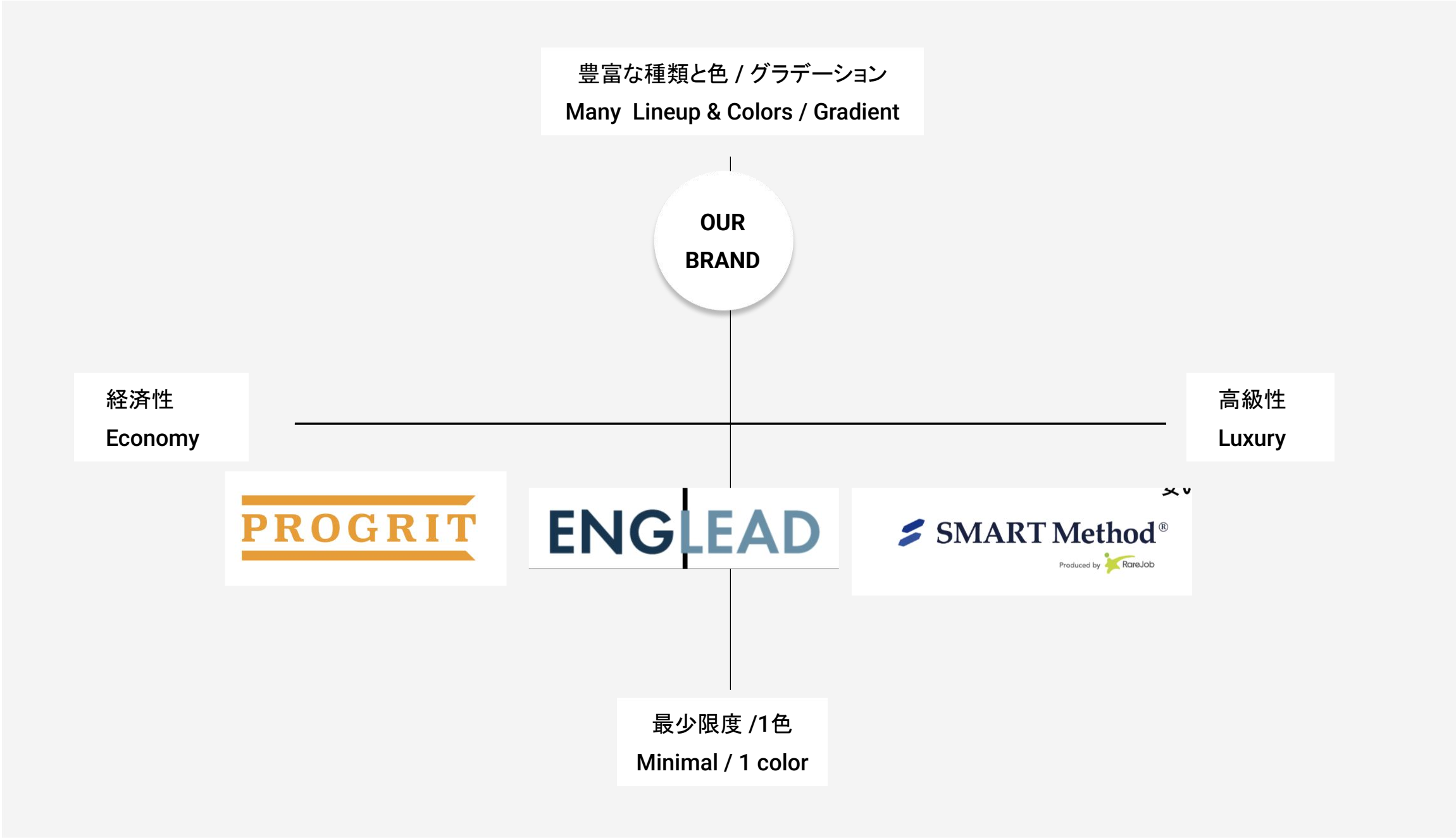
英語習得人生の描き直しブランド。

ブランドDNA / 7. 市場での位置付け

このブランドは、競合のなかでどこに位置しているか ？

英語習得人生の描き直しブランド。

経済的ながら種類もカラーも豊富、安全性もあり多くの方々に手に取ってもらえる



ブランドDNA

8. ブランド・プロミス

消費者や社会は、このブランドに何を期待できるか ？

**ユーザーの英語習得の失敗から成功に変え、
人生をより前向きに良い転期に変えてくれる**

ブランドDNA / 8. ブランド・プロミス

消費者や社会は、このブランドに何を期待できるか ？

*2.プロダクト・ベネフィット& 5.ブランド・ビジョンより

**ユーザーの英語習得の失敗から成功に変え、
人生をより前向きに良い転期に変えてくれる**

ブランドとして何を約束できるか？

失敗には間違いなく理由がある。

顧客と真摯に向き合い続け、諦めない。

成果補償(返金)。

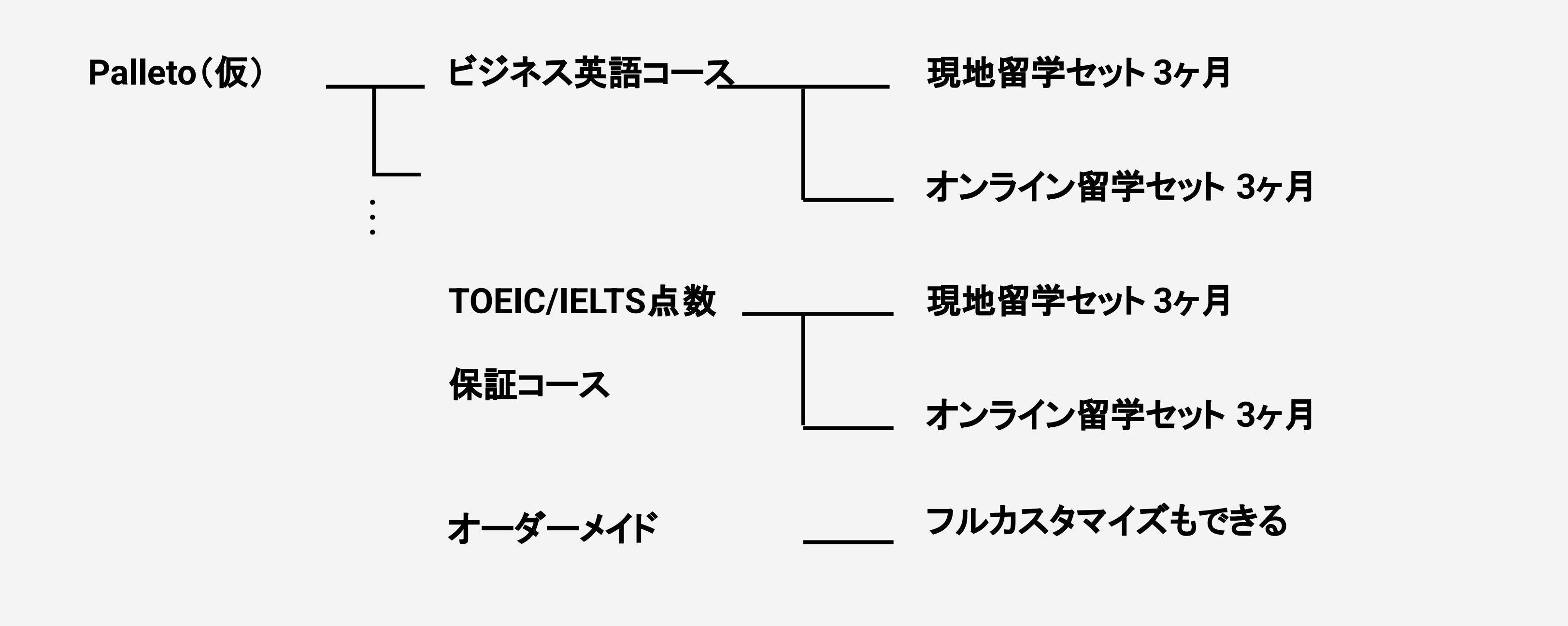
ブランドDNA

9. ブランド構造

このブランドはどのような構造をしているのか？

**”コーチング”が
英語留学の価値を高める。**

”コーチング”が英語留学の価値を高める。



Palleto (仮)

パイロット留学

ブランドDNA

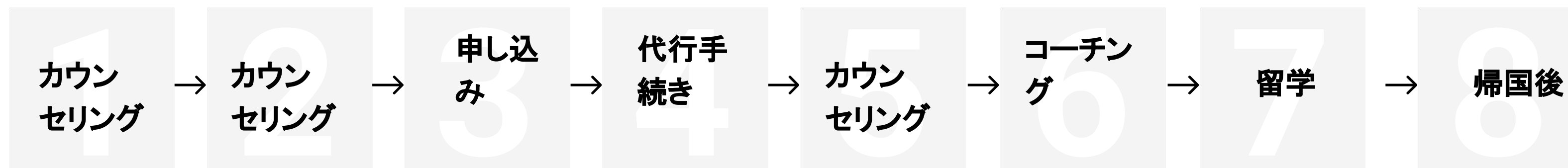
10. ブランド・エクスペリエンス

このブランドではどんな体験ができるか？

**ユーザーは、コーチングで
失敗した「問題」と向き合い「何故」を認め（諦め）、
理想と現実のギャップを無くすことで
内面と行動の変化による実現から実体験ができる。**

ユーザーは、コーチングで失敗した「問題」と向き合い「何故」を認め（諦め）、理想と現実のギャップを無くすことで内面と行動の変化による実現から実体験ができる。

ブランドエクスペリエンスは何でしょうか？



手厚いカウンセリング（コーチング）

週次コーチング

帰国後のコーチング（基本料金が50%OFF（7万円））

追加オプションでコーチングや面談ができる（1万円）

Enjoy !

※詳細はサービス説明資料にて

ブランドDNA

11. トーン・オブ・ボイス

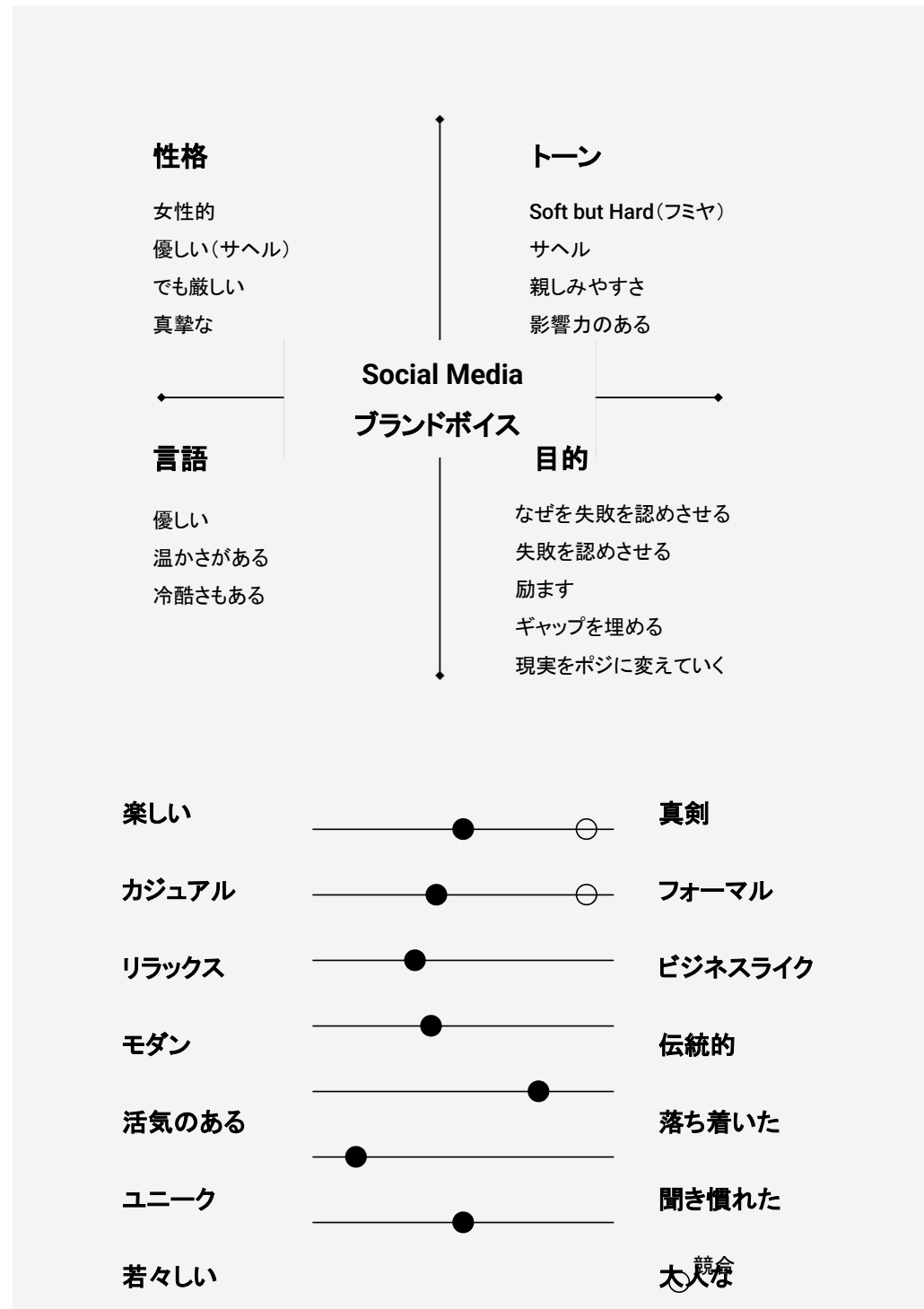
こういったトーンの語り口、言い回しでブランドを表現するか ？

**コーチがユーザーに
真摯に向き合ってくれる
優しくも厳しくもある語りかけ方**

ブランドDNA / 11. トーン・オブ・ボイス

こういったトーンの語り口、言い回しでブランドを表現するか？

コーチ(女性)がユーザーに真摯に向き合ってくれる優しくも厳しくもある語りかけ方



サヘル・ローズさん

「Pallete」の話し方、語り口調はターゲットと時代に即したサヘル・ローズさん。

期待値が高く、真摯に優しく包んでくれるような話し方や語り口調を持っている。

※ブランド・パーソナリティ02を参照



ちょっとフミヤさん

ブランドDNA

12. ブランド名称

ブランドの世界観や価値を表現する名称をつくる “このブランドの名称は？”

「 Palleto 」

ブランドDNA / 12. ブランド名称

ブランドの世界観や価値を表現する名称をつくる “このブランドの名称は？”

Palett

Palette

×

Pilot

>

Pallet

パレット(絵画用具)

×パイロット

> パレット(物流用具)

ブランドDNA

13. ブランドストーリー

消費者に伝える、ブランドを情緒的に語るストーリー
”心に響くブランドのストーリーは何か？”

「 転機の光

- 英語学習の壁を越え、

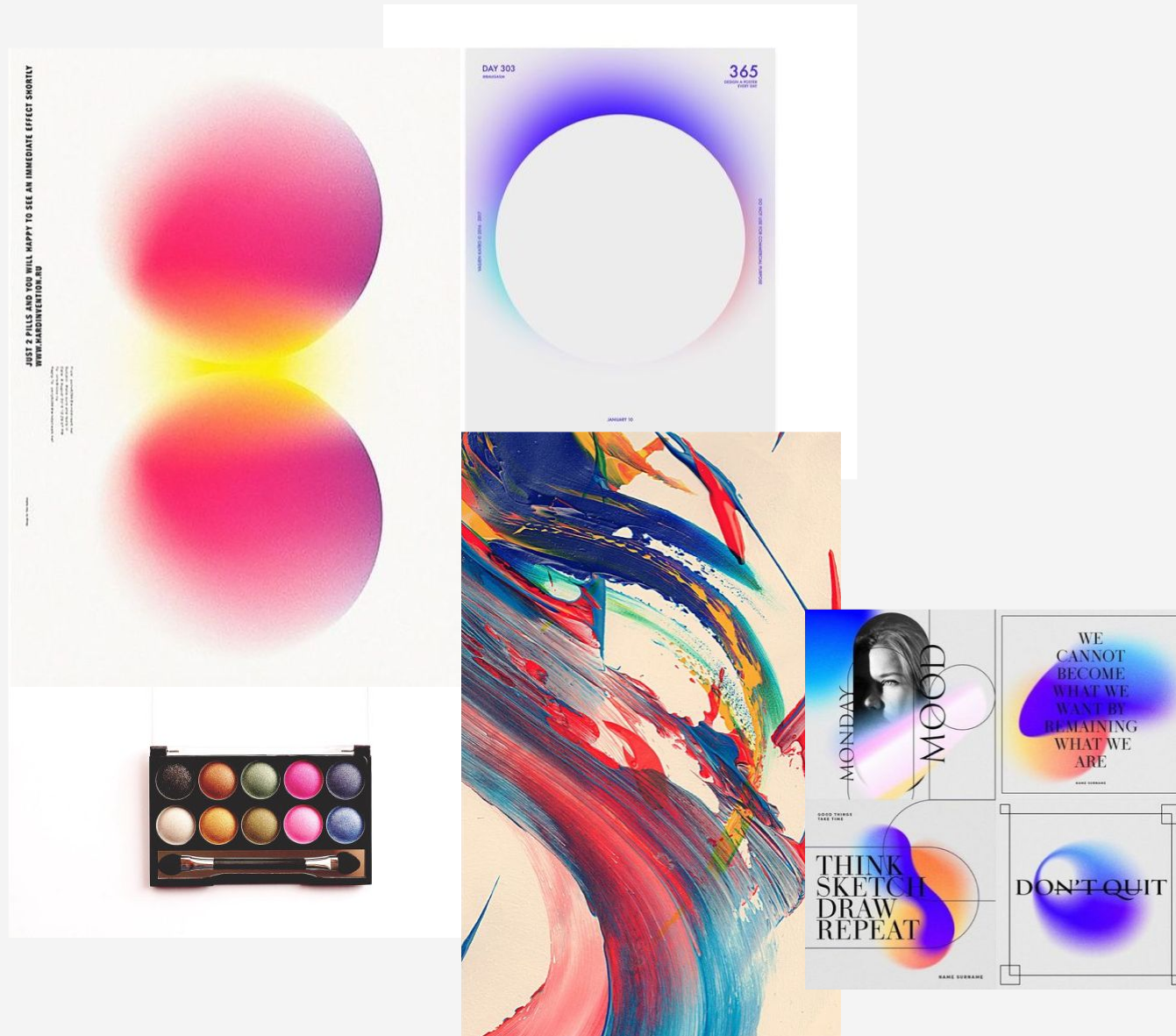
人生を塗り変える Pallettoの旅」

ブランドDNA / 13. ブランドストーリー

消費者に伝える、ブランドを情緒的に語るストーリー

”心に響くブランドのストーリーは何か？”

「転機の光 - 英語学習の壁を越え、人生を塗り変える Palletoの旅」 (仮)



Palletoは、

英語学習の挑戦に直面し、

自己疑念に苛まれるあなたに

新たな色彩と可能性を提供するブランドです。

成功を収める彼女と自信を求める彼に、

諦めの感情を鍵に「なぜ」を解き明かし、

真の学習と自己発見の旅を始めます。

ただの英語学習サービスではないPalletoは、

あなたの人生のキャンバスを豊かな色彩で塗り変え、

新たな未来への道を照らします。

あなたの人生に新たな色を塗り加え、

共に歩む旅を始めましょう。

ブランドDNA / 14. タグライン

ブランドのエッセンスを簡潔に表現した言葉
”このブランドの世界観を一言で表すと？”

“ Palett ”

ブランドづくり

Brand DNA

2024.01.09

諦めて自由を描く (仮)

Palett

ブランドDNA

14. タグライン

ブランドのエッセンスを簡潔に表現した言葉
”このブランドの世界観を一言で表すと？”

「共に未来を塗り変えよう」