

ドンパン娘 Visual Identity Design_BRAND DNA

Target Audience ターゲット・オーディエンス

この商品 / サービスを買う・利用する人は？

市内：市外=5：5

Product Benefits プロダクト・プロダクトベネフィット

その人がこのブランドを選ぶ理由（利点・メリット）は？

キャラクターを身近に感じられる。市内の人は中仙を好き、愛していることの証明になる。市外在住の市内出身者の人はそのブランドを持つことで、中仙での思い出をもつこと、市外に出た際にブランドを活用したアンバサダーになれる。市外の方は+α中仙に来たことの記念。

Brand Attributes & Brand Values ブランド属性とブランド価値

どんな価値を提供する？

キャラクターを持つことで祭り、中仙への一体感を得られる。

Brand Personality ブランド・パーソナリティー

このブランドの人格は？

子供向け：元気さ、踊りが好き 大人向け：凛とした、しなやかな、芯の通った

Brand Vision ブランド・ビジョン

このブランドの目指す未来は？

中仙といったらドンパン！というのが全国に知られていること。10年後ドンパン娘を50人に

Brand Proposition 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？

①ドンパン祭りの象徴 ②ドンパン踊りの発信者で継承者 ③地域に愛される

Tone in the Market 市場での位置付け

このブランドは競合の中でどこにいる？

数ある伝統芸能の一つであるドンパン節の担い手であるドンパン娘をモチーフにしたキャラクター（地域マスコット）

Brand Structure 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か？

別紙

Brand Promise ブランド・プロミス

このブランドになにを社会は期待できる？

①地域の特産品の知名度向上につなげていき、経済的な利潤を生むこと。 ②地域PR、地域の発展につながること。
③地域が持っている伝統、文化財産を継承すること。

Brand Experience ブランド・エクスペリエンス

このブランドはどんな体験ができる？

夏祭り、盆踊りの一体感。ドンパン娘が引っ張ってくれる安心感による気軽な成功体験。上手下手ではなく楽しい！を味わえる。老若男女が踊れる敷居の低さ。最初は恥ずかしくてもやってみたら楽しい。

Tone of Voice トーン・オブ・ボイス

このブランドはどのようなトーンの語り口調？

子供向け：中学生が元気に言うトーン 大人向け：20歳くらいの女性が普通に話すトーン

Tagline タグライン

このブランドの世界観を一言でいうと？

「踊る姿にひとめぼれ」「かわいい花だよ 皆おいで（おばこを見においで）」