

エポラ新ブランド
-epo- ブランド基本戦略

ブランド基本戦略



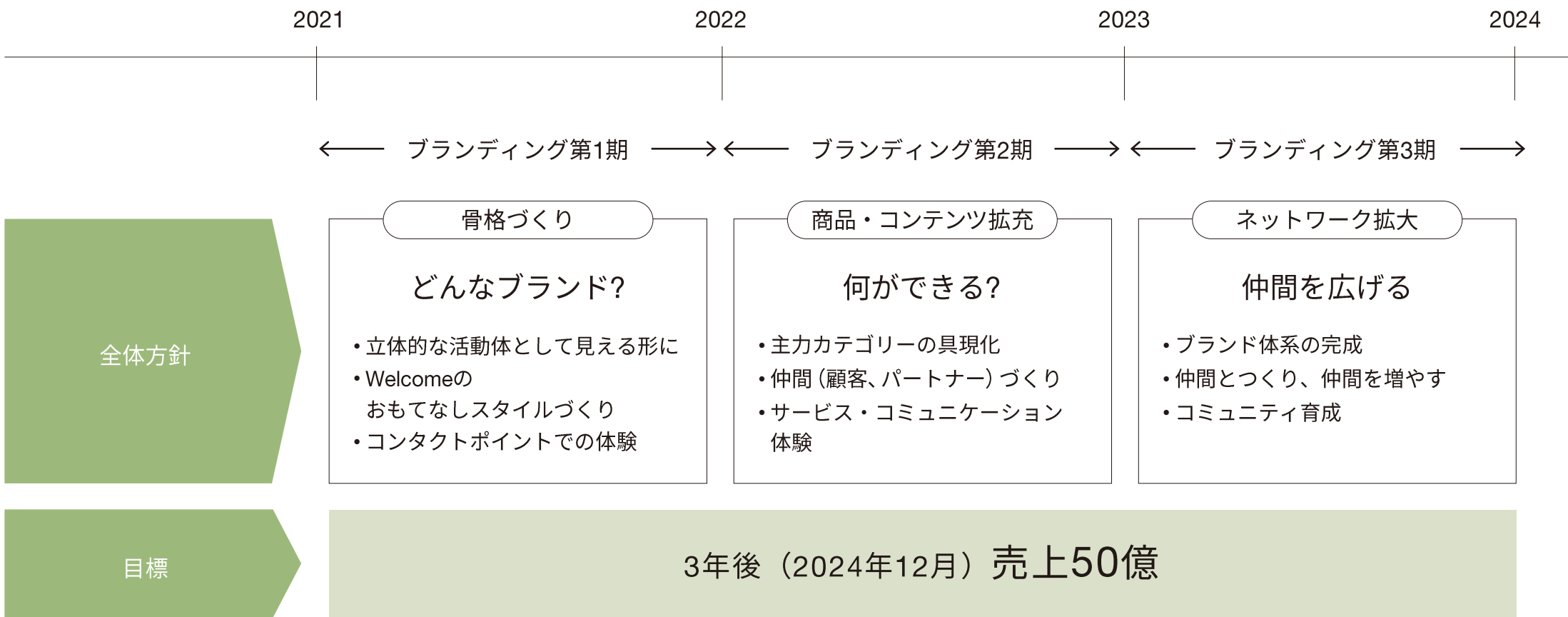
1 問題と課題

- 商品主導型 / 一方通行のコミュニケーションから
顧客中心 / 価値共有・共創型の関係性構築へ変革中
- 現状は各商品のコンセプト、デザインなどがバラバラに混在しており、
顧客にエポラの考え方が伝わりづらい
- 併売率を上げたい（目標30%）

新ブランド開発により

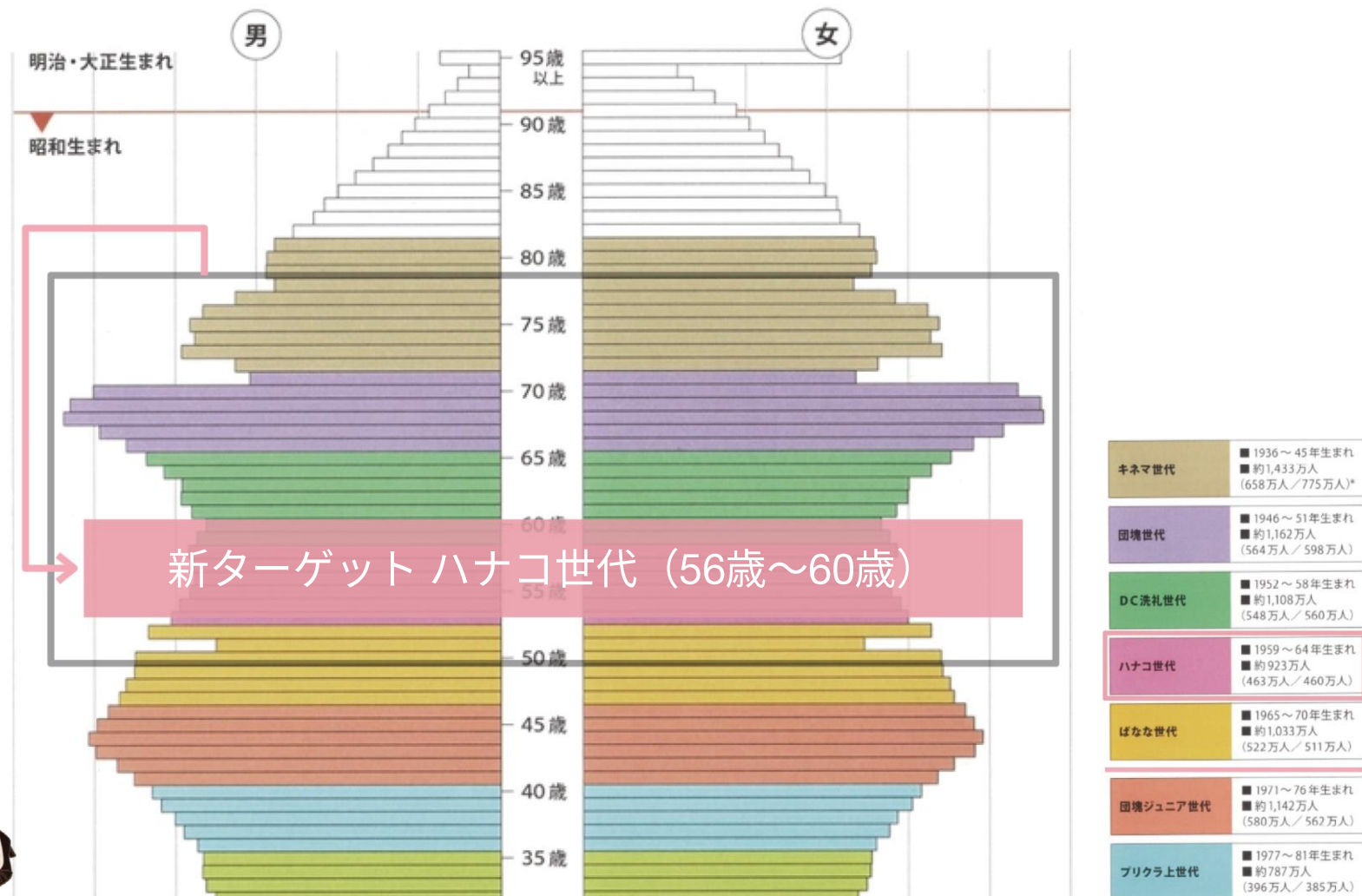
- 顧客との関係性構築のエンジンとなり、価値を共創するコミュニティ資産を
形成する
- 世界観を再構築し、商品に対する納得感を醸成する
- 自然派志向の顧客の囲い込み→ロイヤル顧客層を育成し、
リピート率の高い高収入モデルへの変換を目指す
- エポラの経営理念
「安心安全（無添加）」「自然本来のチカラを活かす」「暖かさ」を具現化する

2 開発ステップと目標



3 ターゲットの考え方

- 現状の定期顧客は40～70代
- ターゲットを絞り込み、
ブランド・アイデンティティを
明確にすることで、差別化する
- 新ブランドのターゲットは、
新生シニア層＝ハナコ世代



4 ペルソナ

年齢 56歳
居住地域 郊外住宅地、一軒家在住
職業 パート勤務（医療事務）
家族構成 既婚（夫58歳）、犬と同居、長女（30歳）は来年第一子出産予定
長男（25歳）は大阪転勤中
趣味 ブリザードフラワー、ヨガ、天然酵母でパンづくり、陶芸
目標 ブリザードフラワーのインストラクター資格取得に向けて勉強
好きなこと 最近週1回ヨガ、月1回の陶芸でできた
新しいお友達とのやりとりが楽しい

生活価値観 自分の人生を生きるべく、暮らしを整え直す
女性像 自分が輝いていること（それを周囲に認めてもらうことが幸せ）
消費意識 / 行動 厳選された質の良いモノを選びたい
これからはお金で時間を買いたい
美容健康意識 / 行動 老化は少しずつ実感するも、女性として咲き続けたい
情報発信行動 女友達の横連携や、家族や職場以外のコミュニティの構築
友達親子



5 顧客像 （エポラお客様インタビューより）



重田洋子 様（53歳）



佐川東輝枝 様（57歳）



永田淑美 様（65歳）

5 顧客像 （エポラお客様インタビューより）

生活全般

子育てが終わり、精神的 / 経済的にも自立していて、積極的に「自分を高めるため」の時間を大切にしている

自分時間

自立

行動的

夫婦は
よい距離感

美容・健康

セルフケアに積極的で情報収集にぬかりなく、実年齢よりも若くいたい

セルフケア

10歳若く
いたい

情報収集

まずTVで知ってインターネットで購入
口コミを重視するため、専門家や口コミサイトからの収集に積極的

TVで知る

専門家

クチコミ
重視

雑誌は
美容室

店頭

将来その他

若々しく「凜」とした女性を目指す

ー10歳

ゆとり

6 顧客層の広がり

ハナコ世代女性を軸とし、母娘を中心とした**ハナコファミリー**（中長期的には**ハナコジュニア世代**親子も含めた三世代）、現在50代前後の**ばなな世代**をビジネスターゲットとする。

ハナコジュニア世代 (ハナコファミリー)

- 1987年～91年生まれ
(現在30～34歳)
- 約615万人



ハナコ世代

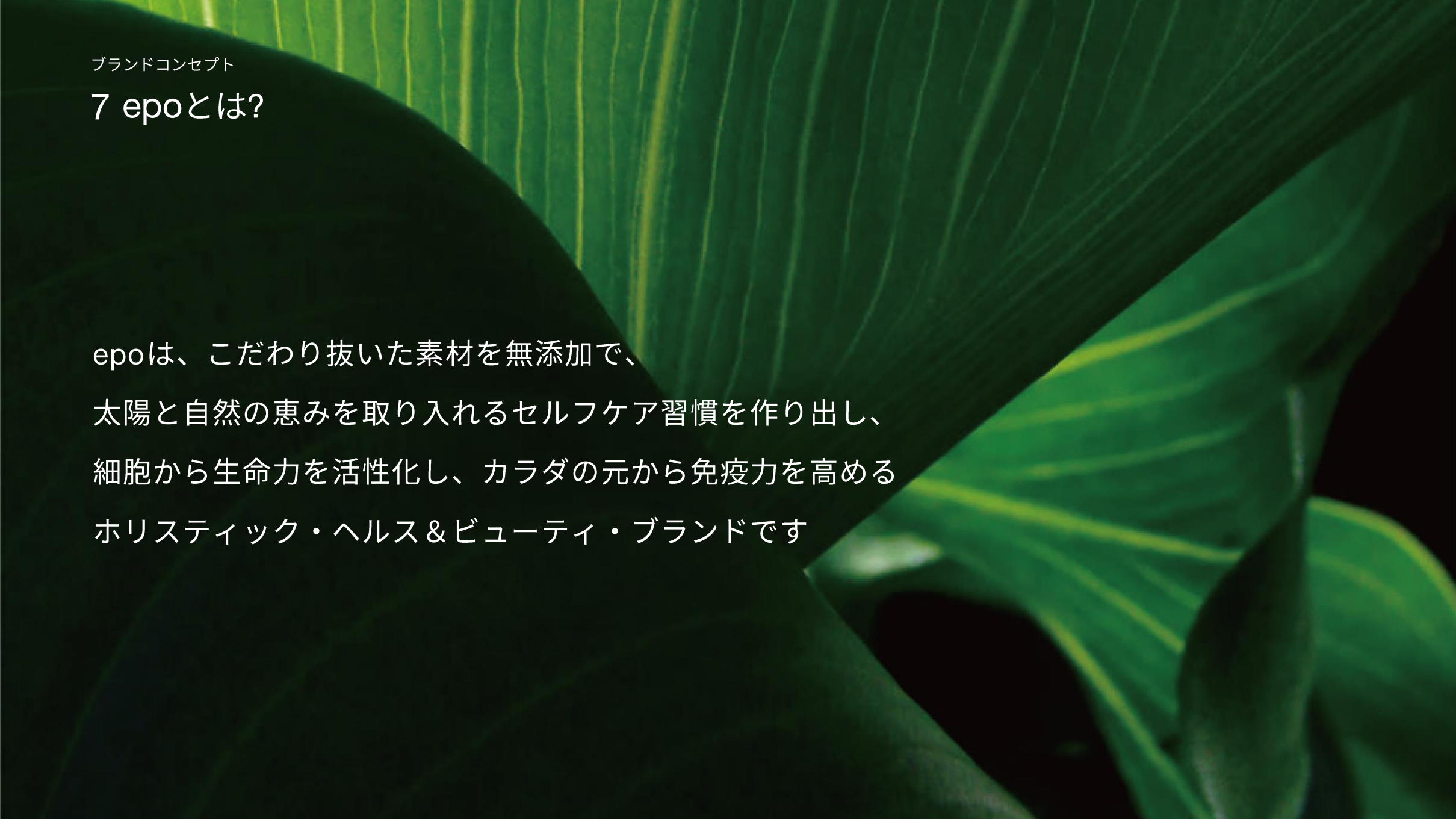
- 1959年～64年生まれ
(現在57～62歳)
- 約923万人



ばなな世代

- 1965年～70年生まれ
(現在56～50歳)
- 約1,033万人





ブランドコンセプト

7 epoとは?

epoは、こだわり抜いた素材を無添加で、
太陽と自然の恵みを取り入れるセルフケア習慣を作り出し、
細胞から生命力を活性化し、カラダの元から免疫力を高める
ホリスティック・ヘルス&ビューティ・ブランドです

ブランドコンセプト

8 epoのホリスティック・アプローチ

私たちは、自然の大いなる循環の一部です。
自然を身近に感じる生活を実践し、
自然が持つ生命力と向き合ってきたepoだからできること。

epoが目指しているのは、
自然本来の恵みを余計なものを入れずにまるごと取り入れることで
一人ひとりが持つ生命力に働きかけ、
本来の健康美を総体的に引き出すことです。



9 epoの核となる価値

1

太陽と自然の恵みを まるごとチャージ

これからも自分らしくあるために。人生の輝きは増していく。

それを支えるのがココロとカラダの健康です。

自然由来の栄養をまるごとチャージすることで、細胞レベルでダイレクトに生命力に働きかけ、その源から活性化させます。

徹底的にこだわり抜いた本物の自然素材だけしか使わないepoだからできることなのです。

9 epoの核となる価値

2

前向きなセルフケア習慣

自分を整えなおす。自分に向き合う。

心地よい時間を大切にすることから、自分らしさを見つけるステップがスタートします。

epoのコンシェルジュは、自分自身を知り、それぞれが持つ美しさを引き出すための伴奏者。

手軽に飽きずに続けられる製品とサービスで、

お一人おひとりのセルフケア習慣づくりをお手伝いします。

9 epoの核となる価値

3

無添加で上質な暮らし

自分と、大切な人の笑顔のために。

負けないカラダが日々を健やかに美しく、生活の質を高めてくれます。

選びぬかれた上質な素材を、洗練された技術によるシンプル処方で凝縮することで、確かな効果を引き出します。

一つひとつの製品に、無添加を貫いてきたepoは、最新の技術による丁寧なモノづくりで新しい上質を追求し続けます。

ブランドコンセプト

10 epo の約束

もっと前向きに、もっと自分らしく、輝き続けるために ——
太陽と自然の恵みを日々の生活に取り入れることで、
より美しく、より健やかに、より心豊かに
あなたと大切な人の笑顔で溢れる毎日を支援します

自然と人、人と人をつなげる。自然を感じ、自分と向き合う
進化し続ける、無添加に徹底的にこだわった商品を作り続けます

一人ひとりの前向きな習慣づくりのお手伝いを通じて、
一人ひとりの自分らしいライフスタイルの実現を支援する
ベストパートナーでありたいと願っています

11 epoのブランド価値

〈約束〉

もっと前向きに もっと自分らしく輝き続けるために 太陽と自然の恵みを日々の生活に取り入れることで
より美しく より健やかに より心豊かに あなたと大切な人の笑顔で溢れる毎日を支援します

〈核となる価値〉

太陽と自然の恵みをまるごとチャージ

前向きなセルフケア習慣

無添加で上質な暮らし

〈らしさ、人格的な特徴〉

見た目	ナチュラル フェミニン 上質感
マインド	真面目で誠実 前向き 思いやりがある 温かみがある
行動	知的好奇心がある 自分磨きに余念がない 家族や友人を大切にする

〈物理的・心理的な便益〉

機能的	細胞レベルで若々しくなる免疫アップ 簡潔 簡単 手軽 最新かつ確かな効果
心理的	アクティブになる 安心感 自信がつく 環境への配慮

12 商品構成

ブランド



商品ライン



商品

- エポホワイティア
- ダブルエンリッチメント
- エポオールインワン
- エポオイルクレンジング
- エポクリアウォッシュ
- エポホワイトパウダー
- エポプラセンタ
- エポモイस्टィアオイル
- エポエクストラクトカクテル

- ヘマチン原液
- ケラチントリートメント

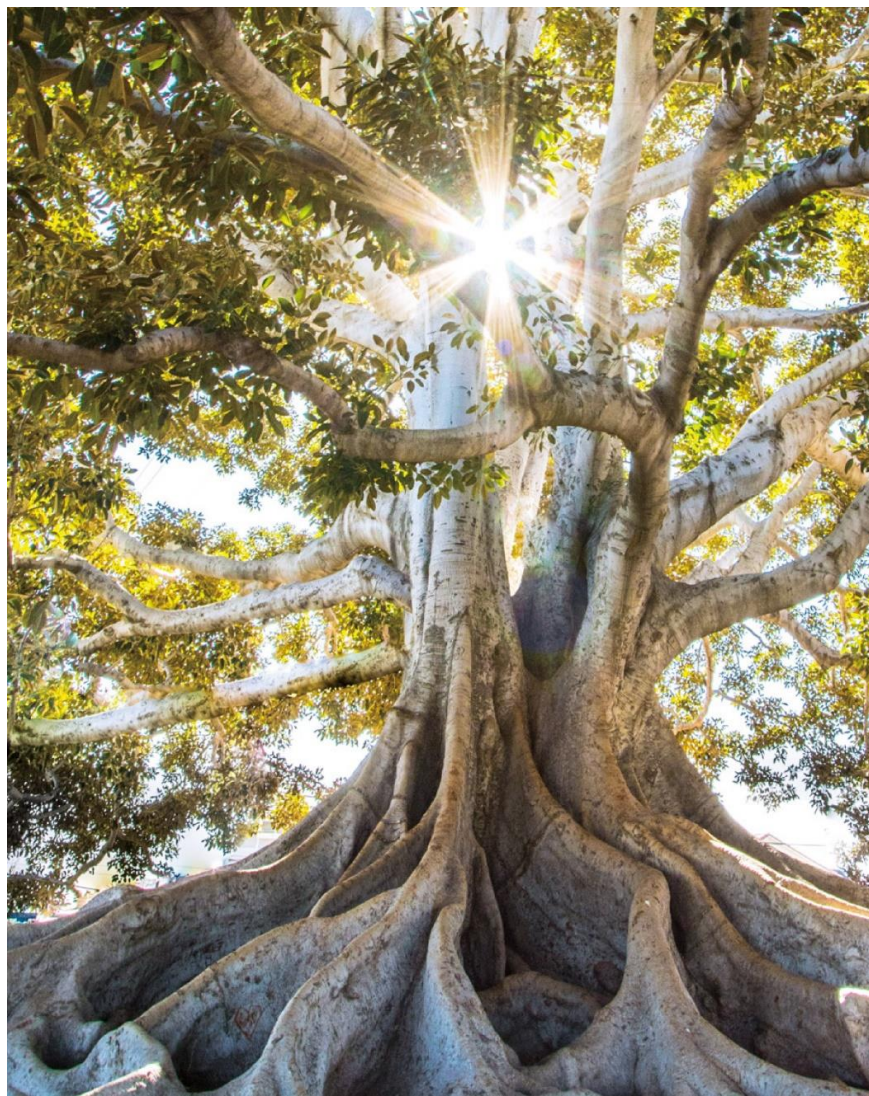
- ミドリム
- 大麦
- 出汁
- ⋮

クリエイティブ開発の考え方

13 クリエイティブ・コンセプト

躍動感があり、
いきいきしている

Lively

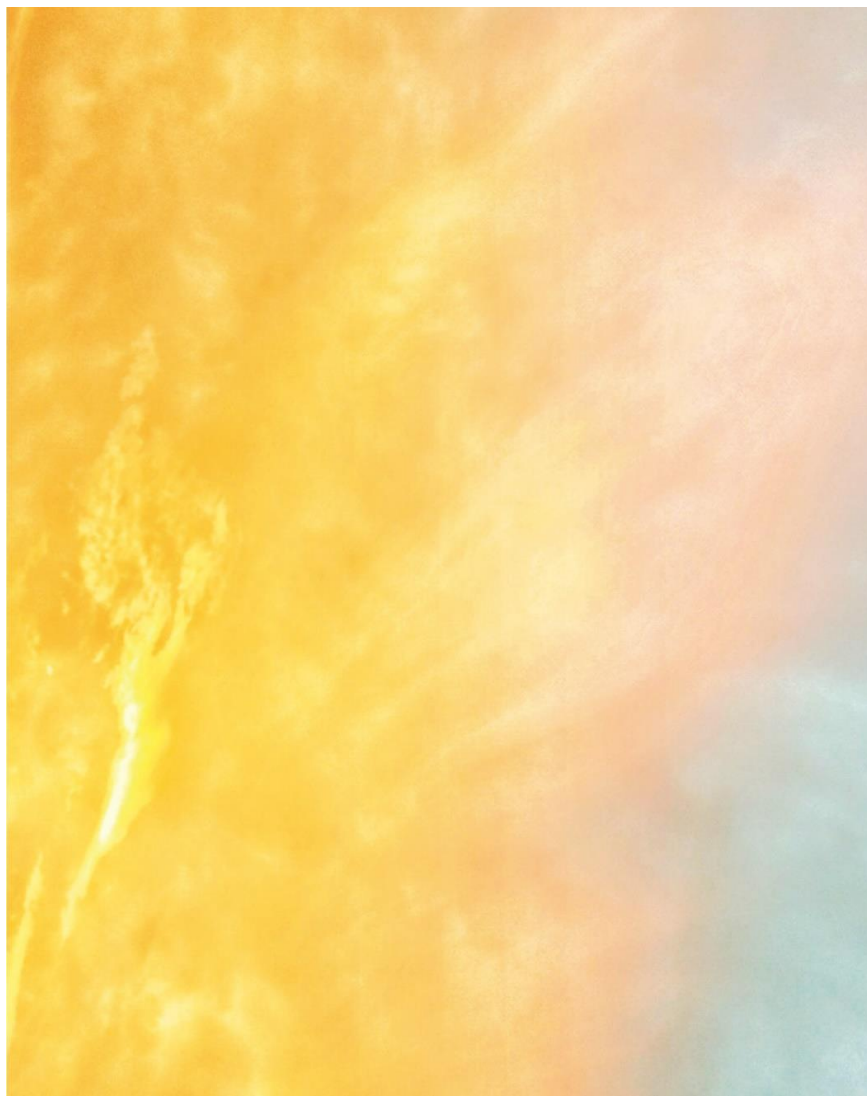


クリエイティブ開発の考え方

13 クリエイティブ・コンセプト

じんわりひろがる愛と
温もりのある

Warm

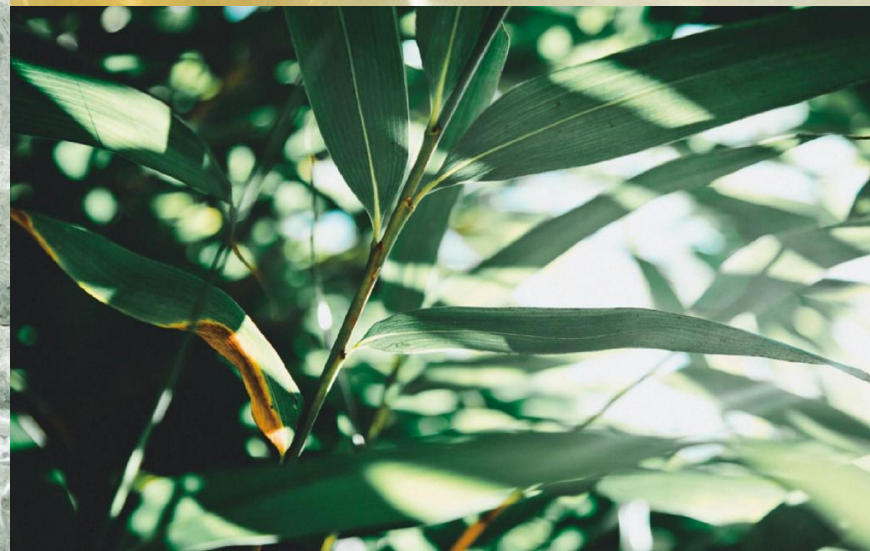
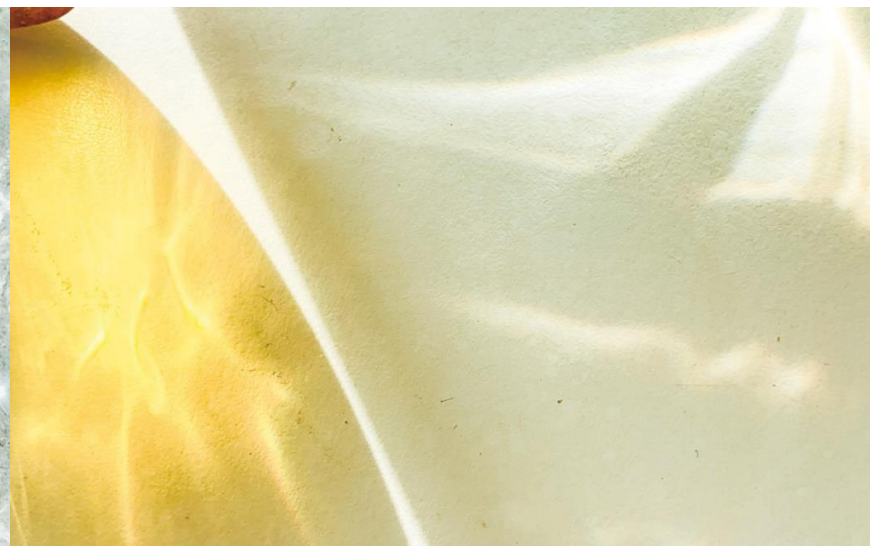
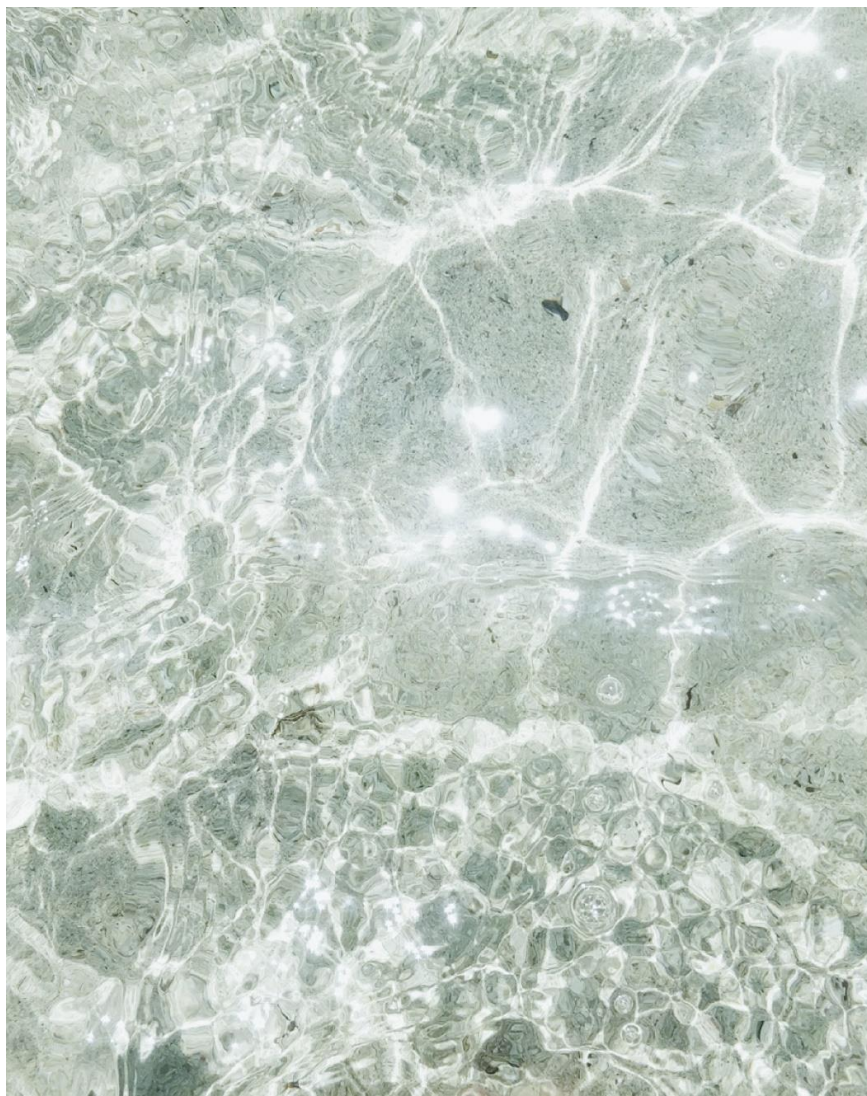


クリエイティブ開発の考え方

13 クリエイティブ・コンセプト

透き通るような
明るさと輝きに満ちた

Bright



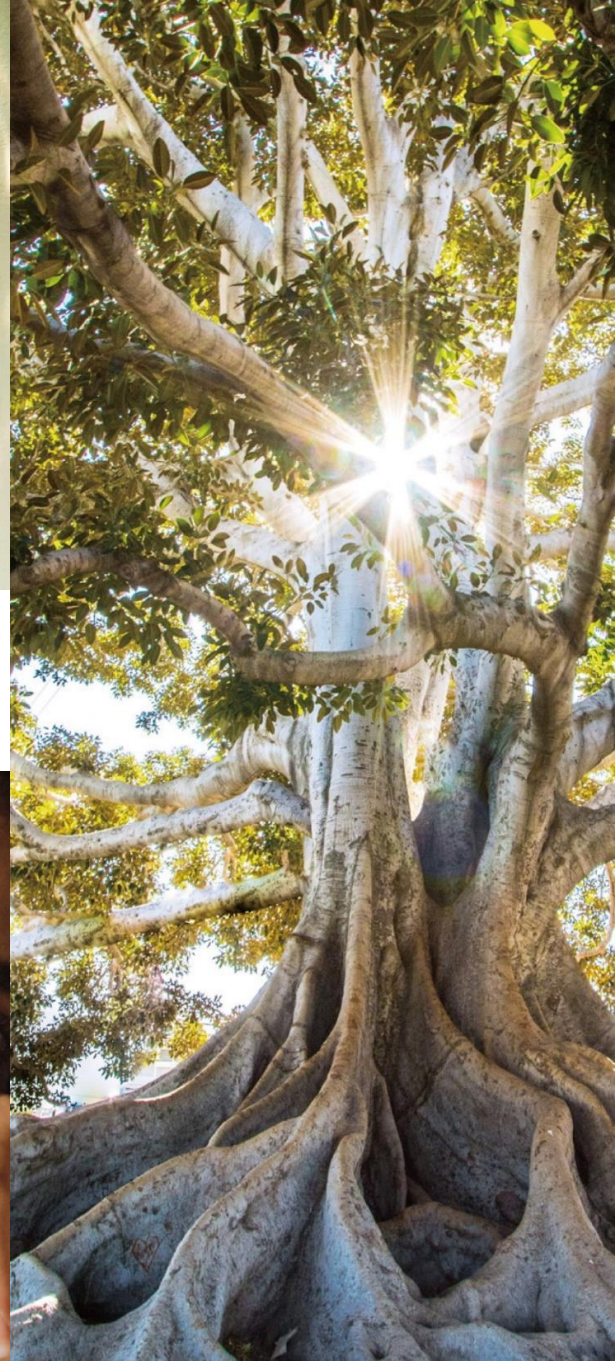
クリエイティブ開発の考え方

13 クリエイティブ・コンセプト

虚飾なくシンプル、
本質的で洗練された

Essential





Recharging the Power of Nature

Lively / Warm / Bright / Essential



クリエイティブ開発の考え方

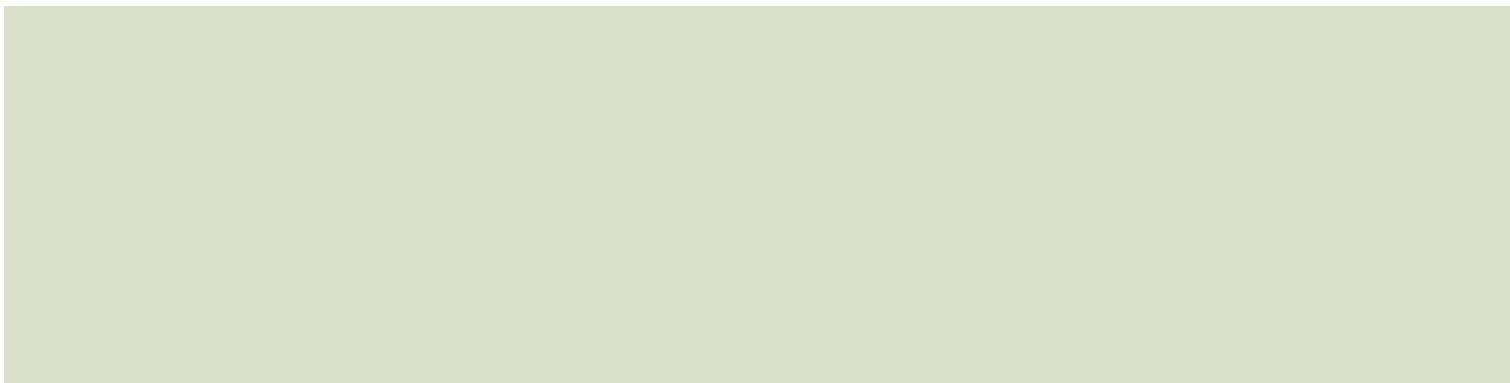
14 ロゴマーク



e epo

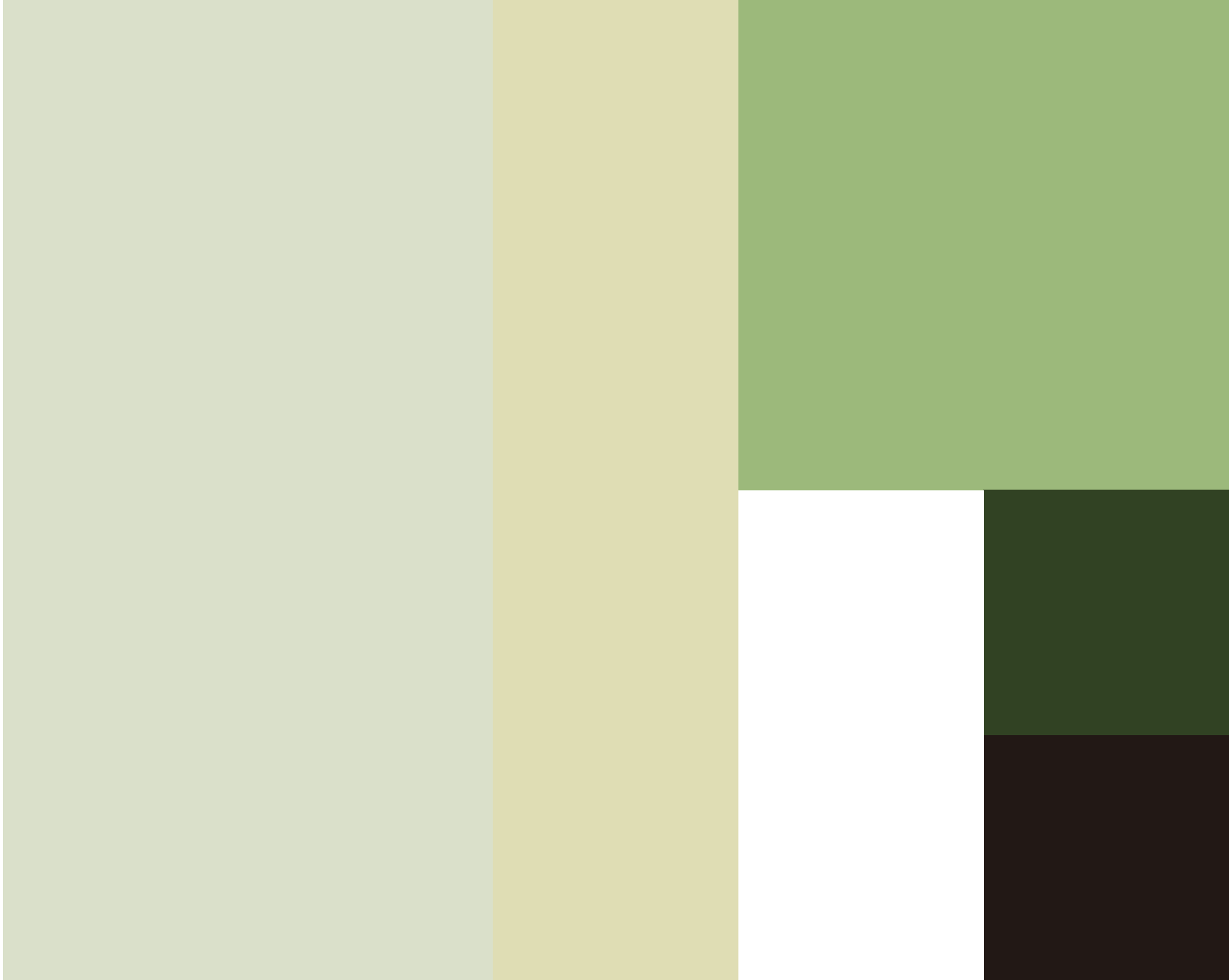
クリエイティブ開発の考え方

15 グラフィックエレメント



クリエイティブ開発の考え方

16 カラー



クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



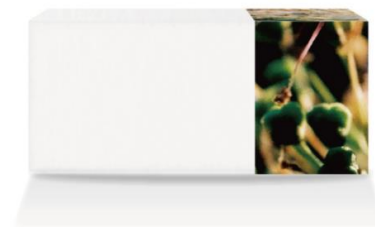
クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



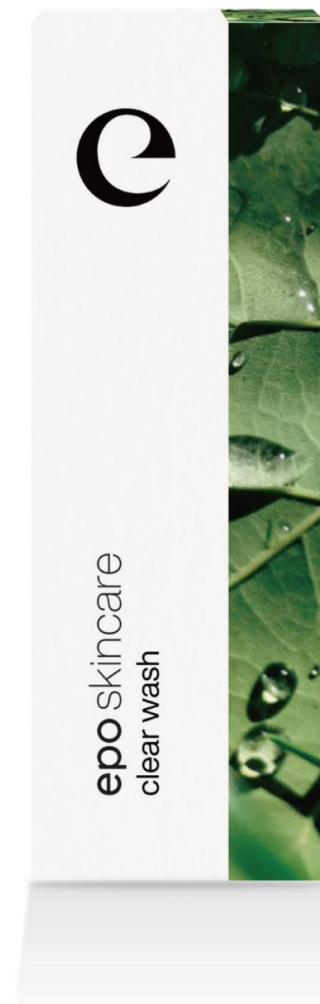
クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ



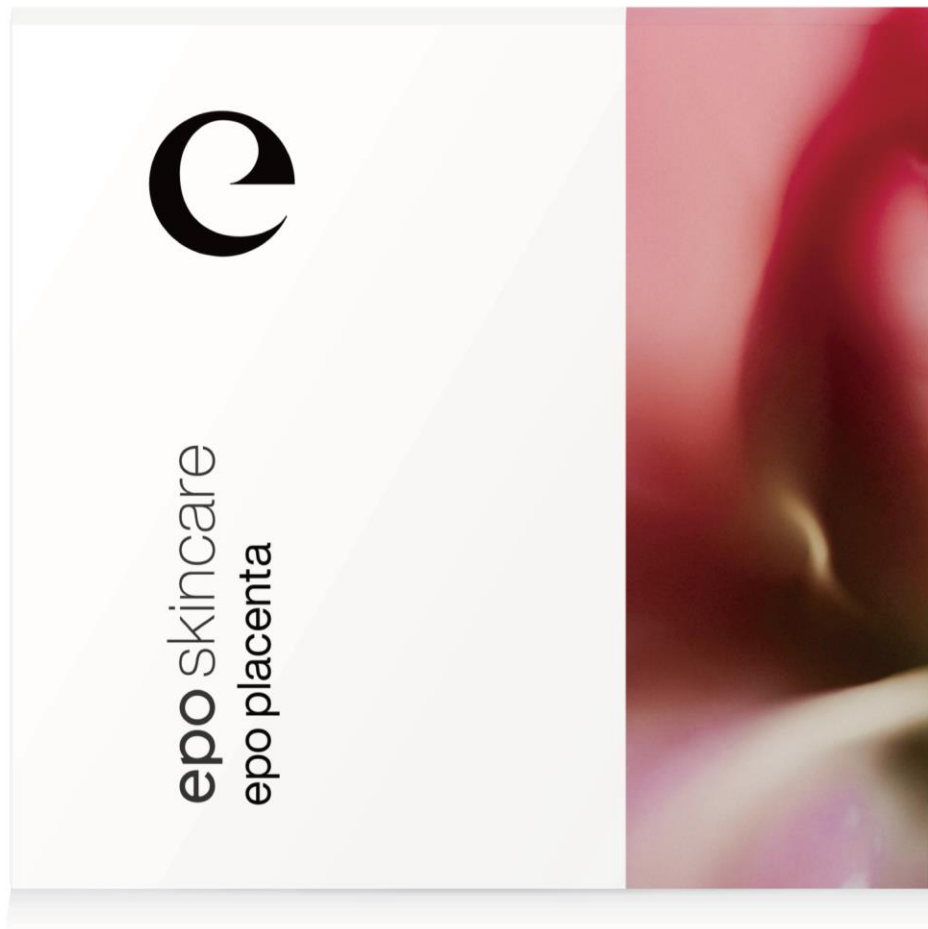
クリエイティブ開発の考え方

17 パッケージ

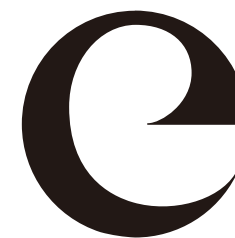


クリエイティブ開発の考え方

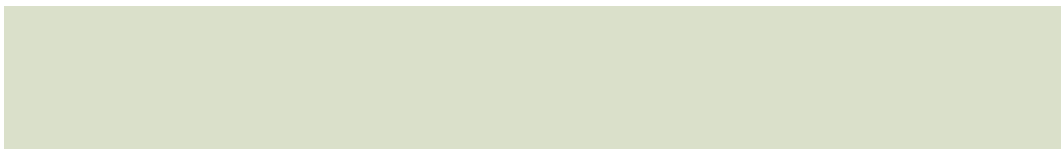
17 パッケージ







Thank you!



epoの核となる価値

太陽と自然の恵みを まるごとチャージ

これからも自分らしくあるために。
人生の輝きは増していく。それを支えるのがココロとカラダの健康です。
自然由来の栄養をまるごとチャージすることで、細胞レベルでダイレクトに生命力に働きかけ、その源から活性化させます。

徹底的にこだわり抜いた本物の自然素材だけしか使わないepoだからできることなのです。

無添加で上質な暮らし

自分を整えなおす。自分に向き合う。
心地よい時間を大切にすることから、自分らしさを見つけるステップがスタートします。

epoのコンシェルジュは、自分自身を知り、それぞれが持つ美しさを引き出すための伴奏者。

手軽に飽きずに続けられる製品とサービスで、お一人おひとりのセルフケア習慣づくりをお手伝いします。

無添加で上質な暮らし

自分と、大切な人の笑顔のために。
負けないカラダが日々を健やかに美しく、生活の質を高めてくれます。

選びぬかれた上質な素材を、洗練された技術によるシンプル処方で凝縮することで、確かな効果を引き出します。

一つひとつの製品に、無添加を貫いてきたepoは、最新の技術による丁寧なモノづくりで新しい上質を追求し続けます。

Essential

虚飾なくシンプル、本質的で洗練された

Bright

透き通るような明るさと輝きに満ちた

Warm

じんわりひろがる愛と温もりのある

Lively

躍動感があり、いきいきしている

Creative keyword

Creative keywordを紐解く

Lively

躍動感があり、いきいきしている

植物の生命力 / 力強さのある / 動きのある
植物や人間の息遣い / 瀬戸内の陽射し、海、緑、コントラスト

Warm

じんわりひろがる愛と温もりのある

太陽の明るさや温かさを感じさせる / 肌の質感や温度を感じさせる
年齢を重ねてきた肌の質感 / 包み込むような温かさ

Bright

透き通るような明るさと輝きに満ちた

たっぷりの日差しや風通しのよさ / 明るさ / 輝き / 光と影
透明感のある / オープンエア

Essential

虚飾なくシンプル、本質的で洗練された

嘘のないリアルな描写 / 作り込みすぎない / 飾りすぎない
ものごとの本質を捉える / 誠実さ / 洗練された

ポジショニングイメージ

