

株式会社 E-es-E 様

# ブランドコンセプト提案書

「市場は拡大中！」

“気楽 × エコ × 世界観”

で若者の心をつかむ」

## ターゲット

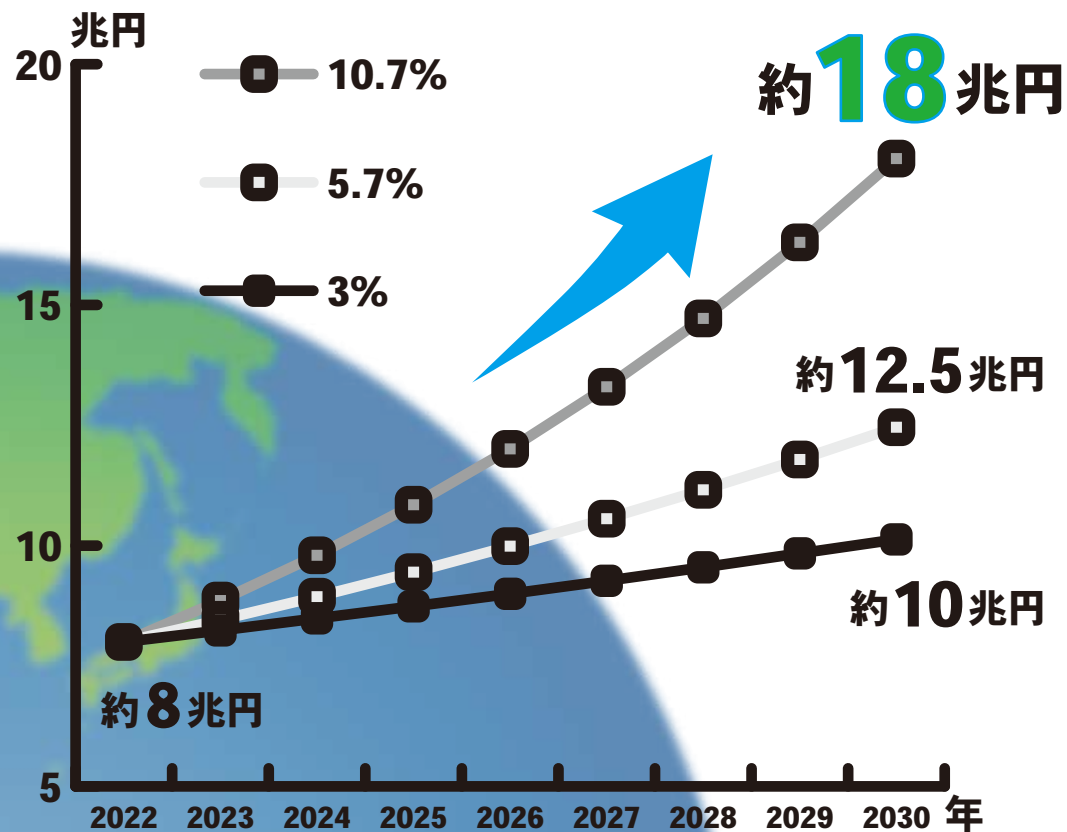
- ・ 25 ～ 35 歳、女性（既婚、子育て世帯）健康・安全性意識が高い
- ・ コスパ志向：1 回あたりのコスト意識が強い
- ・ 世界観に共感：エコ、キャッチーなストーリー性に反応

作成日：2025年 10月 15日

制作者：関 優希

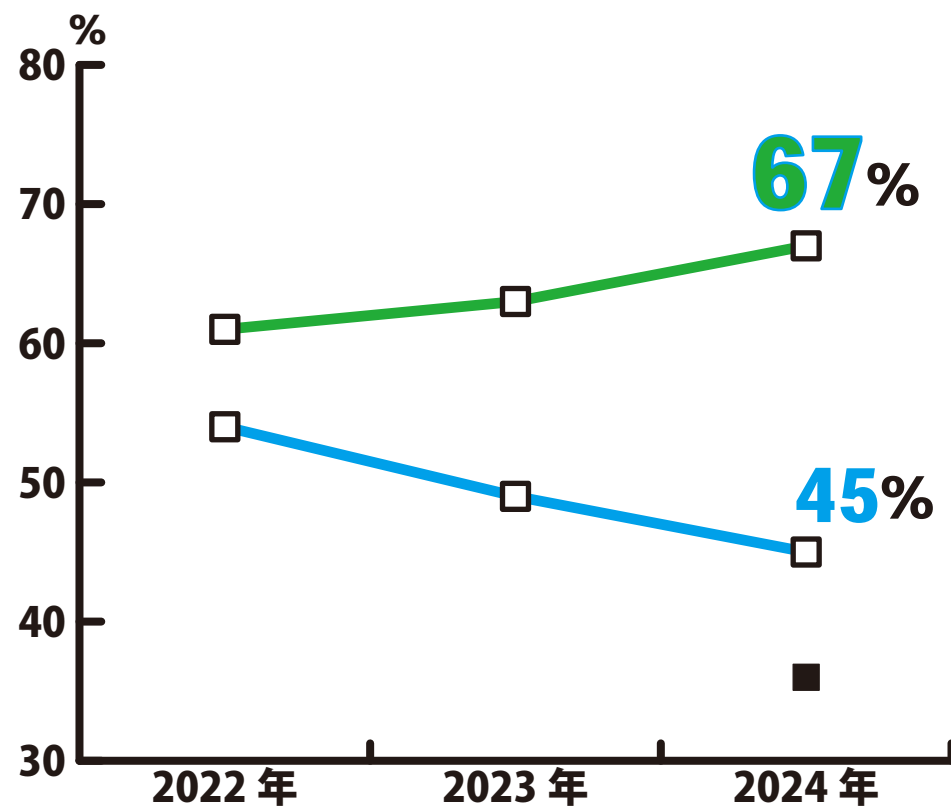
# 市場背景 × ターゲット分析

## エシカル市場年間成長率(想定)



消費者庁／日本エシカル消費推計調査（2022）

「購買は減少しても、  
“行動としてのサステナ”は上昇傾向」



- 環境・社会行動を意識している人 (%)
- サステナ製品を購入したことがある人 (%)
- 物価高で購入を控えた人 (参考)

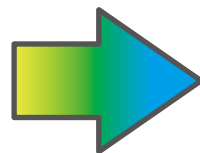
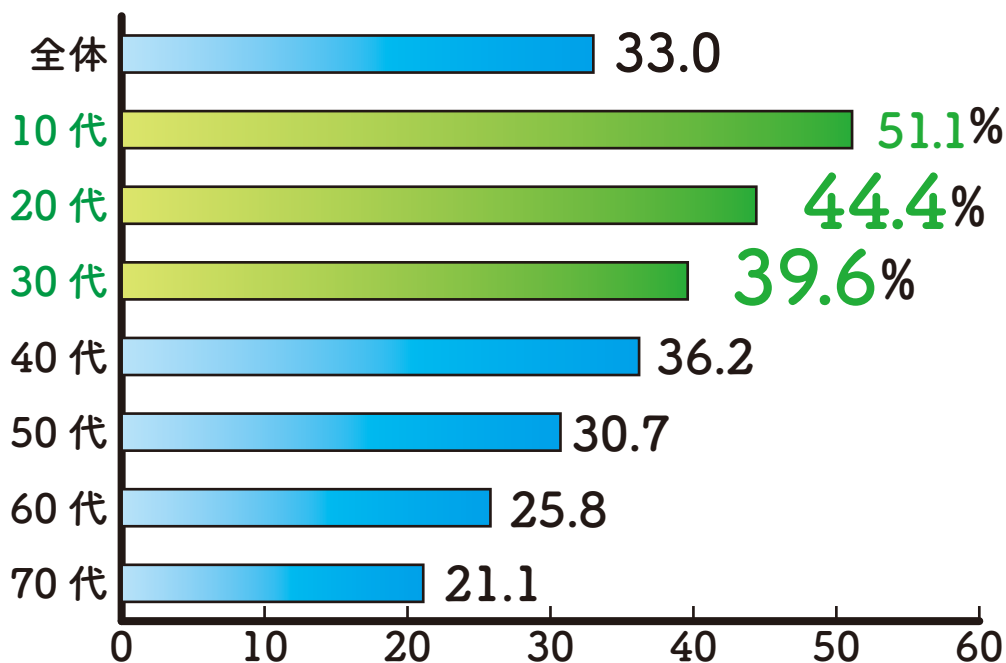
# コンセプト × キャラクター戦略

2/3

コンセプト：「気楽 × エコ × 世界観」

テーマ：“気楽にエコ” × “ストーリー性” の組み合わせで、  
サステナ疲れの若者に、気楽に取り組むエコの世界観を！

社会や環境問題に取り組むことに疲れを感じている



キャラクター  
戦略



根拠

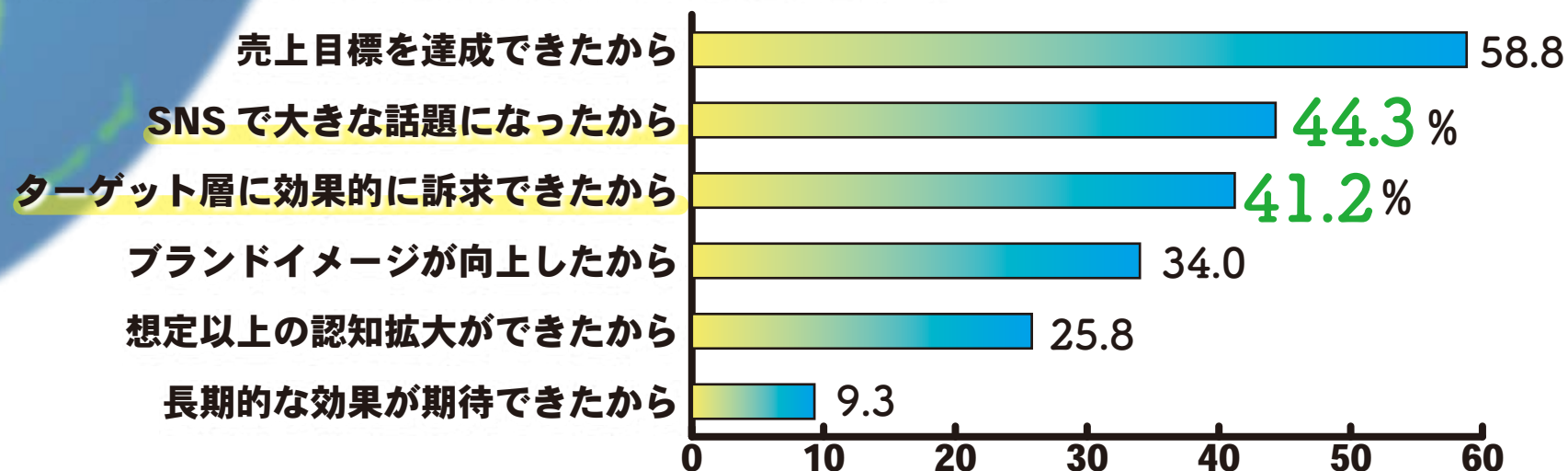
キャラクター活用がブランド認知 + SNS発信効果 + 販売支援に繋がる

# SNS展開戦略

Instagram  
活用率

26～29 歳女性 85.4%  
30～39 歳女性 72.3%

キャラクターIPを起用した企業のうち、成功したと回答した企業の理由



Instagram での発信は、

ターゲット層への訴求 × ブランド認知において親和性が高い！

キャラクターの役割：「商品紹介」「エコ」「世界観」のメッセンジャー

投稿タグ：# ホダンディの格言 # 今日のホダンディ語録 など

ショート動画：キャラが語る 10 秒コピー、商品説明、環境問題

UGS 投稿：「ホダンディチャレンジ」などの、ユーザーによる # 投稿で替えブラシ、  
自社商品、グッズ、割引クーポン等をプレゼント。

地球ながもち屋  
イメージキャラクター

# ホダンディ

## デザイン根拠

- ・ 男前豆腐のブランディングの成功例
  - ・ 継続する昭和レトロブームとの親和性が高い
- #昭和レトロ 280 万件

## 名前「ホダンディ (Hodandy)」

- ・ SNS・POP で語る “ブランド人格”
- ・ 北の深海から、地球環境を守る為にやってきた
- ・ 環境問題やサステナブル商品について、ダンディな口調で人類に語りかけてくる
- ・ 北海道産、利尻昆布のネクタイでビシッと決めている

台詞例：「歯と一緒に、地球も磨こう」

「自然に任せたほうが、うまくいくこともある。」





# HPのファーストビュー



## 商品画像

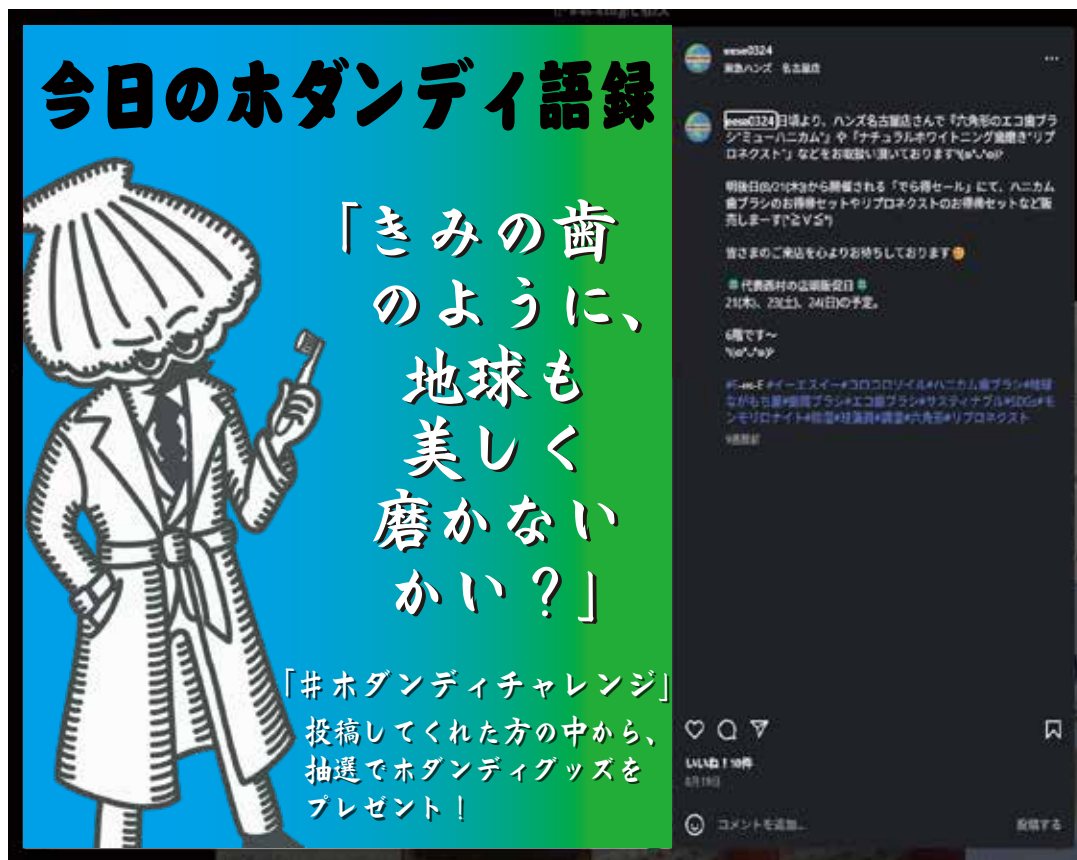


## グッズ展開



引用元：<https://otokomae.jp/>

# SNS投稿イメージ







地球と一緒に、

「ハニカム」

あなたが好き。

経済性

税別 **175**円  
1か月あたり

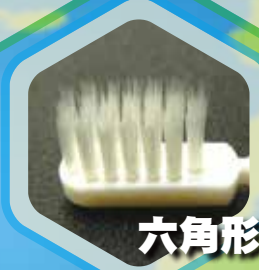
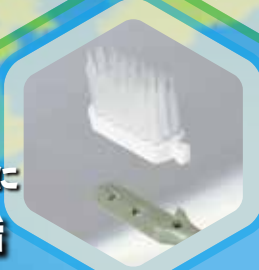
eco

ブラシのみの交換で  
プラスチックゴミ  
**大幅削減**

機能性

磨き残し低減  
ブラシのハニカム構造

交換簡単！  
気軽に手頃に  
**eco活**



ブラシ側面でも  
汚れを落とす！

**六角形ブラシ構造**

# REPRO next

アパタイト配合ハミガキ

## リプロネクスト



ホダンディ  
イメージキャラクター

アパタイト配合  
歯みがき粉  
**REPRO  
next**  
リプロ ネクスト

Only 8  
component

Hydroxyapatite  
Glycerin  
Xylitol  
Sodium alginate  
Menthol  
Shikolin  
β-glucan  
Arginine

アパタイト配合ハミガキ  
**REPRO  
next**  
リプロ ネクスト

Only 8  
component

Hydroxyapatite  
Glycerin  
Xylitol  
Sodium alginate  
Menthol  
Shikolin  
β-glucan  
Arginine

バイオマスチューブ製  
made in Japan

ホタテ貝の力で、  
きれいな歯を手に入れないかい？



天然由来成分  
**100%**

ホタテ  
貝殻  
由来  
アパタイト  
**30%高配合**

発泡剤  
防腐剤  
研磨剤

**不使用**



## 参考出典

Grand View Research “Japan Oral Care Market 2024–2030”

Global Insight Research “Natural & Organic Cosmetic Market Japan 2023–2032”

PwC, Simon-Kucher, McKinsey Global Reports (2024)

[https://www.advertimes.com/20251003/article517332/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.advertimes.com/20251003/article517332/?utm_source=chatgpt.com)

[https://allabout.co.jp/gm/gc/292445/#google\\_vignette](https://allabout.co.jp/gm/gc/292445/#google_vignette)

[https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111706/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111706/?utm_source=chatgpt.com)

[https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id%3D29609?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id%3D29609?utm_source=chatgpt.com)