



YULK

Effortless Relaxation

『YULK』概要資料

株式会社Sun Growing

●YULK(ユルク)について

●YULKのCBDオイル

●Makuake 目標達成!!

『YULKについて』

【開発経緯】

- 自分自身仕事とプライベートとの切り替えがうまくできず悩んでいた
- CBDの市場を調べていく中で、海外では日本よりはるかに認知されていて、市場自体もここ数年でどんどん大きくなっていることが分かった
- 日本国内でもウェルネス市場が大きく伸びていることから、現代の日本人の様々な悩みと、CBDというソリューションは相性が良いのではないかと考えた

商品開発を通して、アンケートやインタビュー調査を行なった結果、在宅ワークなどが増え自宅で過ごす時間も増えてきていました。

そんな中、実際にリラックス習慣が大事だと思っているが中々うまく切り替えが出来ていない、継続できていないという悩みがあることがわかりました。

そんな現代の日本人の悩みと話題にもなっているCBDは相性がいいと考えました。

また参入している企業もまだ多くはなくベンチャー企業だからこそ挑戦できると思いYULKというブランドを作りました。

【コンセプト】

「頑張らないリラックス」

「YULK(ユルク)」という名前には、「リラックス(気持ちが緩くなる)」と「気軽に(ゆるく始められる)」という思いが込められています。

YULKを通じて「頑張るモード」から「リラックスモード」へ、頑張らず切り替えることができる、多くの人のライフスタイルに寄り添えるブランドでありたいと思っています。

【ターゲット】

- 20代後半～30代の女性
- アーリーアダプター
(流行に敏感で自ら情報収集を行い判断する)
- 健康/美容意識が強く努力している
- リラックス習慣がある

- ・うまく切り替えたいのに、気づけば仕事のことばかり考えてしまう
- ・休んでいるはずなのに、休んだ気がしないor心から休めていない
- ・アロマを焚いたり半身浴したりなど、「がんばってやすむ」習慣は続けられない。

このような悩みを持つ方にYULKを届けたいと思っています。

【YULKが叶えたいこと】

- いつも頑張っている人が簡単にオン/オフの切り替えができる
- うまく休めない人が、気軽に「心ゆるめる時間」を手に入れられる
- かんたんに習慣化できて、QOLが向上する

【YULKまとめ】

「顧客」(Customer)

- アーリーアダプター

(流行に敏感で、自ら情報収集を行い判断する層)

- 20代後半~30代前半女性

- 健康、美容意識が高い

→日頃から努力、頑張っている人が 1日の疲れを癒す時

- リラックス習慣 (入浴、ストレッチ、アロマなど)が人生において大事と知っており、ある程度実践もしているが心の奥で矛盾も感じている。
(リラックスすることを頑張っている)

T:時間:夜寝る前

P:場所:部屋のリラックス出来るところ (ベッドの上など)

O:状況:就寝前の読書、マッサージ、ストレッチなどの前、スキンケア後に、半身浴の前に

戦場・競合(Battlefield)

- ウェルネス・セルフケア
- CBD/アロマ/美容品

強み(Strength)

- 「夜寝る前」という使用環境を明確に絞ったリラックス効果

- CBDによりリラックスと睡眠の質両方を達成できる

- CBDという希少性のあるもの (自己ブランディングに繋がる)

- 通常のブランドは cbdやそのほかのカンナビノイドを結晶通常 白 や ベージュの状態デミックスすることでブロードと呼んでいるがファーマヘンプ (YULK)は絞り出したものをベースにしているの

独自資源(Asset)

- 薬ではなくCBDという自然、オーガニックなものでリラックス、睡眠の質向上が期待できる
→CBD/CBG/CBN(アメリカ認証)
→テルペン(天然の香料)(香料を使用する場合は)
- 使用環境、目的を明確に絞ったことにより使い方のイメージが湧きやすい
- SNSで知識の提供 (コンテンツの蓄積)
- 独自のコミュニティづくり

メッセージコンセプト

【ブランドコンセプト】

『頑張らないリラックス』

→このブランドを通して「頑張るモード」から「リラックスモード」へ、「頑張らず切り替えることができる」(努力にフォーカス)

【キャッチコピー】

『ストレスなくストレスなくす』

→「やらなきゃ」という強迫観念を感じることなく、日々のストレスを和らげることができる

【商品コンセプト】

『舌にたらずだけの新たなリラックス習慣』

→「舌活」3秒で心身とらぐ

→造語を作ることで「CBD入口」への躊躇を無くしてもらい、興味喚起を行う

ネーミング

『YULK(ユルク)』

→「リラックス (気持ちが緩くなる)」と「気軽に (ゆるく始められる)」

→夜のリラックスできる飲み物「ホットミルク」のミルクの語感を元にした

『YULKのCBDオイル』

【CBDとは】

- リラックス効果
- ストレス緩和
- 不安の軽減
- 不眠の緩和
- 抗酸化・抗炎症効果

などの摂取方法などにより様々な効果が期待できます。

CBDとはCannabidiol(カンナビジオール)の略称で、麻の茎や種子から抽出される成分です。

医療や健康・美容業界からも注目を集めている成分です。

また、麻由来であっても日本で販売されているCBDは、厚生労働省・検疫所に成分分析表・製造工程表などを提出し、成熟した茎や種子を原料としていることを証明されているため販売可能です。

【YULKのCBDオイル】

- CBD濃度10%の高濃度
- ブロードスペクトラムのCBDを使用
- MCTオイル配合
- デザイン/パッケージに拘っている

「CBD濃度10%の高濃度」

YULKのCBDオイルは濃度10%の高濃度で、初心者の方にも体感していただきやすいよう作られています。

「ブロードスペクトラムのCBDを使用」

【ブロードスペクトラムの特徴】

- ・ CBD以外の麻に含まれる植物成分を含んでいる
- ・他のカンナビノイド成分とのアントラージュ効果(相乗効果)が期待できる
- ・THCは含まれていない

また、通常CBDやその他の成分を結晶状態にしてミックスすることをブロードと呼んでいますが、YULKの使用するブロードは麻から絞り出したものをベースとし、ヘンプ味でよりナチュラルでオーガニックな成分にこだわっています。オーガニック認証も取れています。

「MCTオイル配合」

YULKのCBDオイルにはMCTオイルを配合しています。

MCTオイルの特徴として、一般的なオイルと比べ、消化吸収が速く、素早くエネルギーに変換されるオイルです。

その為、CBDの効果がより期待できます。

「デザイン/パッケージの拘っている」

まだまだ日本ではCBDに対するいいイメージがなく、
CBDへの知識も浅いと思っています。

YULKIはCBDの良さや、正しい知識、体感してもらう機会を広める為にも、まずは手にとっていただけるようパッケージ、ボトル、SNSなどデザインや世界観にもこだわりました。

ブランドロゴ/デザイン作成



ブランドロゴ/デザイン作成

・ブランドカラー

ブランドカラー

YULKのブランドの表示色は、以下が基本です。
デジタルデータの場合は指定色も選択し、印刷時は色見本チップと比較して最大に近づけてください。

色名	色味	色見本	色名	色味	色見本	色名	色味	色見本
MILKY WHITE	ミルクホワイト		NIGHT GRAY	ナイトグレイ		CORK	コルク	
RGB	245 243 205		RGB	86 95 104		RGB	214 191 178	
CMYK	5% 4% 3% 9%		CMYK	74% 62% 53% 7%		CMYK	19% 27% 28% 6%	
HEX	#F4F0E5		HEX	#565158		HEX	#D8D8D8	
DIC	5B3		DIC	DIC 2365		DIC	DIC 2024	
PANTONE	P 126-9 C		PANTONE	P 485 C		PANTONE	P 445 C	

※印刷時は色見本チップと必ず比較してください。

・パッケージ/ブランドカードデザイン

YULKのブランドイメージ

パッケージ提案

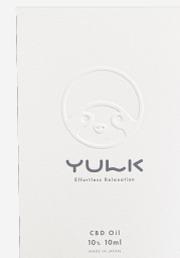
パッケージ全体

外観

中観

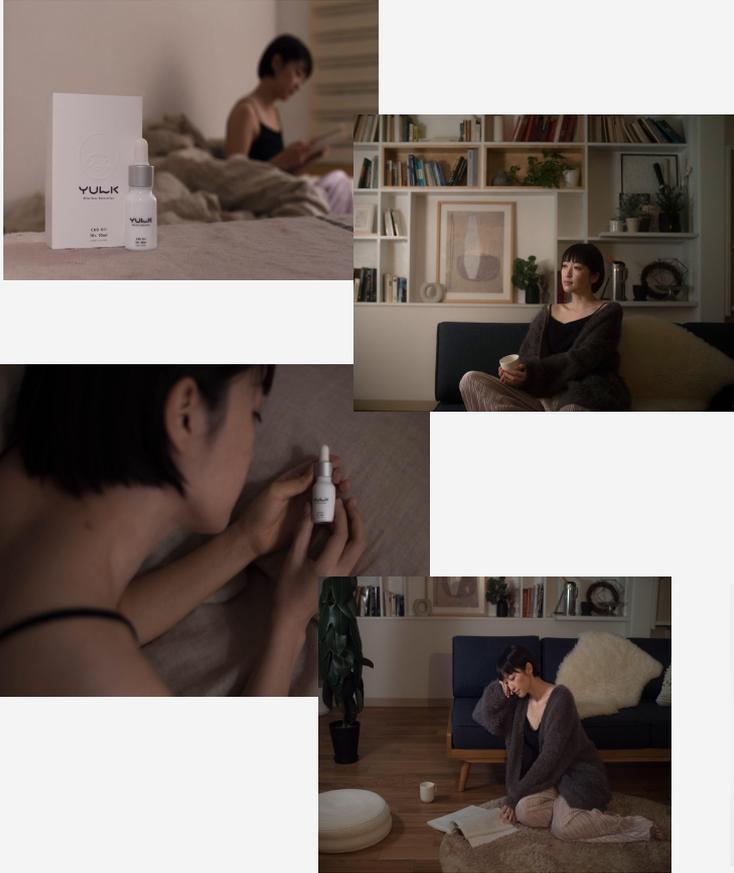
中観カバー

ブランドカード

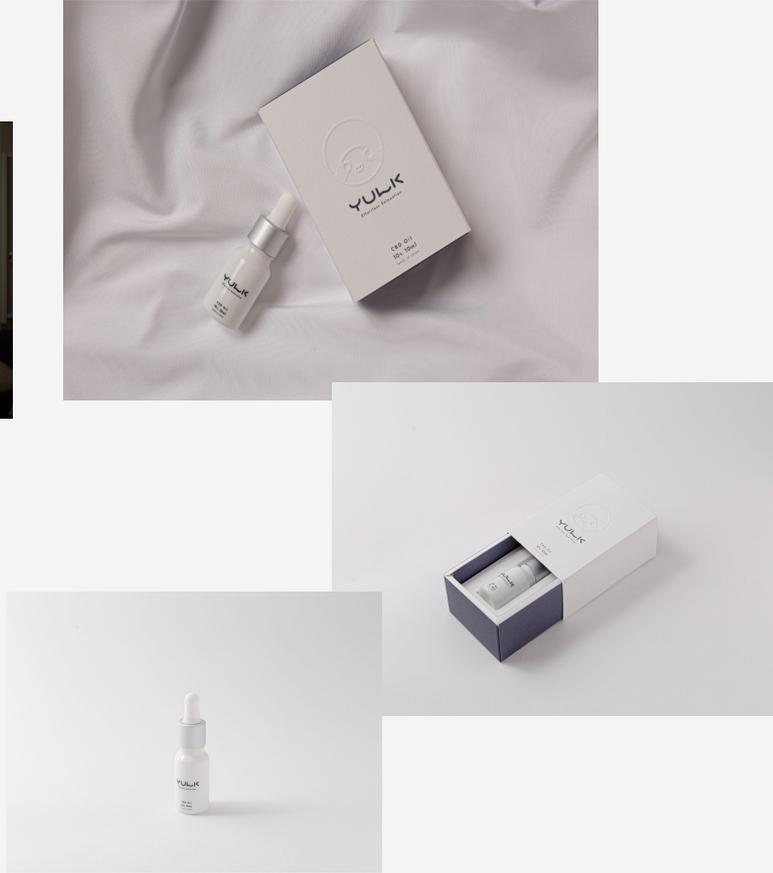


イメージ写真撮影

・シーン撮影



・商品PR撮影



・透過撮影



『Makuake 目標金額達成』

Makuake目標金額達成

YULKは2023年1月10日にMakuakeにてYULKの初商品「CBDオイル」をローンチしました。

2月10日に公開を終了し、368,682円の応援購入が集まりました。

次のステップとして、YULKというブランドの認知を広め自社サイトでの販売を強化して行こうと思っています。

SNSなどもチェックしていただけると嬉しいです。

◇Makuake

<https://www.makuake.com/project/yulk/>

◇Instagram

https://www.instagram.com/yulk_cbd/?next=%2F

◇オンラインストア

<https://yulk.base.shop/>