

## ロジ子：キャラクター設計書

### ブランドから読み取った要素

YataLogic の「感覚だけに頼らず、商品・サービスの構造を整理してキャラクター化する」という姿勢を、研究者タイプの人物として表現しました。知的で説明力がありながら、顧客と一緒に魅力を見つける、親しみやすく相談しやすい印象を目指しています。

### リサーチから得た示唆

白衣やメガネは研究者を示す分かりやすい記号ですが、堅く典型的に見えやすいため、三つ編み・丸メガネ・大学院生という設定で柔らかさを加えました。年配の教授、マッドサイエンティスト、医療関係者、完璧すぎる専門家に見える表現は避け、研究者とクリエイターの組み合わせで差別化しています。

### キャラクターへの翻訳

研究者出身の制作者と YataLogic の論理的な制作工程を反映し、情報収集・解説・アイデア展開を担当する大学院生に設定しました。真面目で知的ながら少し抜けた性格と、「～なんよ～」という柔らかな口調によって、専門性と相談しやすさを両立しています。

### デザインへの反映

白衣と丸メガネで研究者、ベレー帽でクリエイター、左右非対称の DNA とノートのイヤリングで分析と記録を表現しています。三つ編みと丸い形で柔らかさを加え、紺のトップス、ワイドパンツ、縦線、スニーカーで若さ・活動性・視線誘導を整えています。

## 1. 基本プロフィール

|       |                     |
|-------|---------------------|
| 項目    | 設定                  |
| 名前    | ロジ子                 |
| 性別    | 女性                  |
| 年齢    | 23 歳                |
| 職業    | 大学院生                |
| 基本性格  | しっかりしていそうで、どこか抜けている |
| 基本の口癖 | 「〇〇なんよ～。」           |

キャラクターの立場 YataLogic の考え方や制作内容を説明する案内役

## 2. キャラクターの役割

ロジ子は、YataLogic の解説・共感・アイデア展開担当です。

商品やサービスの特徴を整理する考え方、キャラクターを設計する理由、漫画や SNS へ展開する方法などを、読み手に親しみやすく説明します。

主な役割は次のとおりです。

- YataLogic のサービス内容を詳しく説明する
- 顧客の悩みに共感する
- 商品・サービスの魅力を一緒に見つける
- キャラクター化の考え方を伝える
- 活用方法やアイデアを広げる
- 漫画やアニメの物語を進行する
- ヤタロンからの質問に答える
- 読み手が相談しやすい雰囲気をつくる

一文で表すと、

商品・サービスの魅力を一緒に見つけ、キャラクターとして伝わる形へ導く、親しみやすい研究者タイプの案内役。

## 3. 性格

ロジ子は、基本的には真面目で責任感があり、物事を丁寧に考えるタイプです。

専門的な内容や複雑な情報に対して抵抗がなく、特徴や共通点を見つけたり、アイデアを広げたりすることを得意とします。

一方で、少し天然な発言や抜けた行動を見せることもあります。仕事ができない人物としては描きません。

「知識や技術はあるが、完璧すぎず親しみやすい」というバランスを保ちます。

性格を表すキーワード

- 知的
- 真面目
- 好奇心が強い
- 丁寧
- 親しみやすい
- 共感力がある
- アイデアを広げるのが得意
- 少し天然

- 説明が長くなりやすい
- 一生懸命になると周囲が見えなくなることがある

#### 4. 顧客や読み手との関係

ロジ子は、顧客に答えを押しつける専門家ではなく、一緒に商品・サービスの魅力を見つける伴走者です。

顧客がまだサービスの特徴を言語化できていない場合でも、質問をしながら整理し、伝えたい内容を引き出します。

基本姿勢

- 相手の話を否定しない
- 最初から答えが決まっていなくても受け止める
- 専門用語を使う場合は、分かりやすく補足する
- 顧客の考えを尊重しながら選択肢を示す
- 「一緒に整理する」という立場を維持する
- 制作側の都合より、顧客が使い続けやすいかを重視する

顧客に対して「教えてあげる」という態度ではなく、「一緒に見つける」「一緒に考える」という関係をつくります。

#### 5. ヤタロンとの関係性

ロジ子とヤタロンは、上下関係ではなく、互いの特徴を補い合う対等なパートナーです。

| ロジ子         | ヤタロン           |
|-------------|----------------|
| 詳しく説明する     | 要点を短くまとめる      |
| アイデアを広げる    | 情報を整理する        |
| 共感や親しみをつくる  | 読み手の疑問を代弁する    |
| 制作の考え方を説明する | 注意点や結論を示す      |
| 話を展開する      | 話を締める          |
| 少し天然な発言をする  | 軽くツッコミを入れる     |
| 専門的な背景を伝える  | 初めて見る人の立場で確認する |

ロジ子はヤタロンを部下やペットとして扱いません。ヤタロンもロジ子を一方的に訂正する存在にはせず、それぞれが異なる視点を持つパートナーとして描きます。

基本的な会話の流れ

1. ロジ子が課題や考え方を説明する
2. ヤタロンが疑問や注意点を示す

3. ロジ子が具体例や理由を補足する

4. ヤタロンが短くまとめる

この流れにすると、ロジ子の説明力とヤタロンの要約力を両方活かします。

## 6. 話し方の基本ルール

資料上の口癖である「〇〇なんよ〜。」を基調としつつ、語尾以外は標準語に近い自然な日本語を使います。

| 項目       | 基本ルール                   |
|----------|-------------------------|
| 一人称      | 私                       |
| ヤタロンの呼び方 | ヤタロン                    |
| 顧客の呼び方   | お客さま、ご相談者さま             |
| 複数の読み手   | みなさん                    |
| 個人への呼びかけ | 「あなた」は必要な場合のみ           |
| 基本の語尾    | 〜なんよ〜、〜なんよね、〜してみるんよ〜    |
| 通常の丁寧語   | 〜です、〜できます、〜していきます       |
| 話し方      | 柔らかく、共感を示しながら説明する       |
| 説明の順番    | 共感または結論から入り、その後に理由を説明する |
| 専門用語     | そのまま使わず、短い説明や例を添える      |

### 語尾の使い方

「なんよ〜」は、ロジ子の個性を表す重要な口調ですが、すべての文末に付けると幼く見えたり、文章が単調になったりします。

使用頻度の目安は、2〜3回の発言に1回程度です。

見出し、重要な結論、料金、契約、利用条件など、正確さが優先される場面では、通常の丁寧語を使用します。

### 口調の例

親しみを出す場面：

まずは、使いたい場面から考えてみるんよ〜。

法人向けの説明場面：

商品やサービスの特徴を整理したうえで、キャラクターの役割を設計します。

親しみと説明を組み合わせる場面：

キャラクターは、作って終わりではないんよ～。資料や SNS で使い続けられる形まで考えます。

## 7. 文章量の目安

ロジ子はヤタロンより詳しく説明する役割ですが、営業資料や SNS では長くなりすぎないようにします。

| 使用場所 | 文章量の目安 |
|------|--------|
|------|--------|

|           |            |
|-----------|------------|
| 営業資料の吹き出し | 25～50 文字程度 |
|-----------|------------|

|        |       |
|--------|-------|
| 漫画のセリフ | 1～3 文 |
|--------|-------|

|            |            |
|------------|------------|
| SNS 画像内の文章 | 30～60 文字程度 |
|------------|------------|

|             |            |
|-------------|------------|
| Web サイトの案内文 | 40～80 文字程度 |
|-------------|------------|

|         |             |
|---------|-------------|
| FAQ の回答 | 60～120 文字程度 |
|---------|-------------|

|           |           |
|-----------|-----------|
| LINE スタンプ | 2～12 文字程度 |
|-----------|-----------|

|        |                     |
|--------|---------------------|
| 動画・アニメ | 1 回の発言を 8 秒以内で読める長さ |
|--------|---------------------|

一つの吹き出しは原則として 3 文以内にします。

詳しい説明が必要な場合は、一つの吹き出しに詰め込まず、ロジ子とヤタロンの会話に分けるか、図表・本文へ移します。

## 8. 推奨するセリフ例

顧客の悩みに共感する

良いサービスなのに、うまく伝わらないことってあるんよ～。

伝えたいことが多いほど、説明が長くなりやすいんよね。

まだ内容がまとまっていなくても大丈夫です。一緒に整理していきます。

自社の良さは、近くにいるほど気づきにくいこともあるんよ～。

情報を整理する

まずは、特徴・強み・使う場面を分けて考えてみるんよ～。

全部を一度に伝えるのではなく、読む順番を整えていきます。

どんな人に、どんな印象を持ってほしいかを確認します。

キャラクターの見た目を決める前に、役割を整理しておくんよ～。

キャラクター設計を説明する

見た目だけでなく、性格や口調、担当する役割まで決めます。  
なぜこのキャラクターなのかを説明できることが大切なんよ～。  
使う媒体に合わせて、表情やポーズも考えていきます。  
キャラクターにも、話してよいことと避けることを設定します。

#### 活用方法を提案する

営業資料では案内役、SNS では投稿の進行役として使えます。  
一つのキャラクターから、漫画やアニメにも展開できるんよ～。  
Web サイトだけでなく、資料や広告でも同じキャラクターを使うと、印象をそろえやすくなります。  
まずは一つの媒体から試して、少しずつ広げていく方法もあります。

#### 相談を促す

まだ具体的に決まっていなくても、気軽にご相談ください。  
まずは、どんな場面で使いたいかを聞かせてほしいんよ～。  
必要な範囲から小さく始められます。  
商品やサービスの特徴を、一緒に探してみるんよ～。  
ヤタロンに確認する  
ヤタロン、ここまでを短くまとめてもらえる？  
ちょっと説明を入れすぎたかもしれないんよ～。  
初めて見る人には、どこが分かりにくそうかな？  
ヤタロン、その視点は大事なんよ～。

### 9. 避けたいセリフ例

専門家として上から目線になる表現

避ける：

この程度なら、すぐに分かりますよね。  
専門的に考えれば、この方法しかありません。  
お客さまの考え方が間違っています。

推奨：

別の見せ方も考えられそうです。  
目的に合わせて、いくつかの方法を比較してみます。

顧客の悩みを軽く扱う表現

避ける：

キャラを作れば簡単に解決するんよ～。

とりあえず、かわいいキャラを作れば大丈夫なんよ～。

そんなに難しく考えなくていいんよ～。

推奨：

まずは、伝わりにくくなっている理由から整理してみます。

キャラクターが適しているかどうかも含めて考えます。

成果を保証する表現

避ける：

このキャラを使えば必ず売れます。

絶対に認知度が上がるんよ～。

すぐに人気キャラクターになります。

推奨：

継続して使うことで、思い出してもらい接点を増やせます。

商品やサービスの印象をそろえる手段として活用できます。

幼すぎる表現

避ける：

わーい、かわいいキャラができたんよ～！

キャラ作り、楽しいんよんよ～！

めちゃくちゃ最高なんよ～！

親しみやすさは必要ですが、法人向けの営業資料では、過度に幼い言葉やテンションの高すぎる表現は使いません。

天然さを強調しすぎる表現

避ける：

私、全然分からないんよ～。

また忘れちゃったんよ～。

ヤタロンがいないと何もできないんよ～。

ロジ子の「どこか抜けている」は親しみをつくる要素であり、能力が低いことを示す設定ではありません。

長く専門的すぎる表現

避ける：

キャラクターによるブランド想起率を高めるためには、視覚的識別性と媒体横断的な運用一貫性を確保したうえで……

推奨：

どの媒体でも同じ役割で使うと、キャラクターを覚えてもらいやすくなるんよ～。

## 10. ヤタロンとの掛け合い例

情報量が多い場合

ロジ子：

特徴も実績も機能も、全部入れたほうが詳しく伝わるんよ～。

ヤタロン：

全部入れると、最初に何を読めばいいかわからないロン。

ロジ子：

たしかに。まずは、一番伝えたい強みから見せるんよ～。

キャラクターの見た目について

ロジ子：

かわいいキャラクターなら、いろいろな場所で使いやすそうなんよ～。

ヤタロン：

かわいさだけで、役割は決めなくていいロン？

ロジ子：

役割も必要なんよ。誰に何を伝えるキャラなのかまで考えます。

顧客の相談について

ロジ子：

まだサービスの特徴がまとまっていなくても相談して大丈夫なんよ～。

ヤタロン：

何も決まっていなくてもいいロン？

ロジ子：

使いたい場面や困っていることから、一緒に整理していきます。

活用方法について

ロジ子：

キャラクターが完成したら、まず Web サイトに載せるんよ～。

ヤタロン：

Web サイトだけで終わるロン？

ロジ子：

営業資料や SNS にも展開すると、同じ印象を何度も届けられるんよ～。

ロジ子の説明が長くなった場合

ロジ子：

キャラクターを設計するときは、特徴、強み、性格、役割、口調、利用媒体、ターゲット、それから……

ヤタロン：

ロジ子、少し長いロン。

ロジ子：

まとめると、「何を伝えるキャラなのか」を最初に決めるんよ～。

## 11. 主な使用場面

YataLogic では、キャラクターを Web サイト、広告、SNS、営業資料、漫画、LINE スタンプ、アニメなどへ展開することが想定されています。

| 使用場面     | ロジ子の役割               |
|----------|----------------------|
| 営業資料     | サービスの考え方や制作内容を説明する   |
| サービス紹介漫画 | 物語を進め、具体例を示す         |
| Web サイト  | サービスの案内役、相談への入口をつくる  |
| SNS 投稿   | 読み手の悩みに共感し、解決方法を説明する |
| 広告画像     | サービスの価値を短い言葉で伝える     |
| FAQ      | 顧客の疑問へ丁寧に回答する        |
| 制作フロー    | 各工程で何を行うかを案内する       |
| 事例紹介     | 設計意図や活用方法を解説する       |

|           |                           |
|-----------|---------------------------|
| 使用場面      | ロジ子の役割                    |
| 4コマ漫画     | 天然な発言や気づきを通じて親しみをつくる      |
| アニメ       | 表情や会話によって、複雑な内容を分かりやすく伝える |
| LINE スタンプ | 挨拶、感謝、承認、相談、作業中などを表現する    |
| 資料のナビゲーター | ページ内容を説明し、具体例を示す          |

資料では、ロジ子とヤタロンを Web サイトのファーストビュー、広告、SNS 投稿、資料ナビゲーター、漫画、スタンプ、アニメなどへ展開する例が示されています。

## 12. 運用時の基本方針

説明役だが、説明しすぎない

ロジ子は詳しい説明を担当しますが、一度にすべてを話させません。

一つの登場場面では、原則として次のうち一つを担当させます。

- 課題への共感
- 考え方の説明
- 制作方法の解説
- 具体例の提示
- 活用方法の提案
- 顧客への問いかけ
- 次の行動の案内

天然さは補助的に使う

ロジ子の天然な一面は、漫画や SNS で親しみをつくるために使用します。

営業資料、料金、権利、納期、利用条件など、正確さが必要な場面では天然な発言を避け、落ち着いて説明します。

運用の目安は、

- 知的・丁寧・頼れる：8
- 天然・親しみやすい：2

程度です。

キャラクターを装飾だけにしない

ページの空白を埋めるためだけに配置するのではなく、必ず何らかの役割を持たせます。

良い例：

「このページでは、キャラクターを使う場面を紹介するんよ〜。」

避けたい例：

内容と関係なく、ページの端に立っているだけ。

ヤタロンと同じ説明を繰り返さない

ロジ子が説明し、ヤタロンが要約・確認する構造を基本とします。

同じ内容を二人に言わせるのではなく、情報を分担します。

媒体が変わっても人格を統一する

営業資料、SNS、Web、漫画、アニメ、スタンプで、性格や口調を大きく変えません。

どの媒体でも、次の要素を維持します。

- 知的で丁寧
- 親しみやすい
- 顧客の悩みに共感する
- 一緒に整理する姿勢を持つ
- アイデアや活用方法を広げる
- 少し天然だが、仕事には真面目
- ヤタロンと対等なパートナーである
- 「～なんよ～」を適度に使用する

これにより、ロジ子を単なるイラストではなく、YataLogic の考え方とサービス内容を継続的に伝えるアピールキャラクターとして運用できます。