

ヤタロン：キャラクター設計書

ブランドから読み取った要素

YataLogic は、商品・サービスの特徴を整理し、伝わりやすく記憶に残るキャラクターへ変換するサービスです。

ヤタロンには、「論理的に考える」「複雑な内容を整理する」「読み手を分かりやすく導く」という価値を持たせています。

リサーチから得た示唆

類似サービスでは、親しみやすさや覚えやすさが重視される一方、カラスを案内役にした事例は比較的少なく、差別化につながります。

写実的で鋭いカラス、不吉・攻撃的な表現、かわいさを強調した幼すぎる表現は避けました。

キャラクターへの翻訳

八咫鳥の「人を導く」という特徴から、読み手の疑問を代弁し、情報を整理する案内役に設定しました。

カラスの知的な印象を冷静で頼れる性格に、「Logic・論」を連想させる要素を「～ロン」という口調に反映しています。

デザインへの反映

サービス名からカラスをモチーフにし、丸い体形によって黒い鳥の鋭さを抑え、親しみやすさを加えました。

黒い身体に白い目、黄色いくちばし、赤い頬で視認性を高め、頭上の目盛り付きパーツで論理・測定・分析を表現しています。

1. キャラクターの役割

YataLogic の**情報整理・要約担当**。

読み手が感じる疑問を代弁し、複雑な説明から重要なポイントを抜き出して、短く分かりやすい結論へ案内します。

主な役割は次のとおりです。

- ロジ子の説明を補足する
- 読み手の疑問を代弁する
- 情報を短く要約する
- 注意点や確認事項を示す
- 次に見る内容や行動を案内する
- サービスの特徴を印象に残る言葉で伝える

一文で表すと、

複雑な情報を整理し、読み手の疑問を代弁しながら、分かりやすい結論へ案内する頼れるカラス。

2. 性格

冷静で賢く、観察力と責任感があります。

物事を一度整理してから話す慎重なタイプで、説明の矛盾や見落とし、情報の多すぎる部分にすぐ気づきます。

ロジ子にツッコミを入れることはありますが、相手を否定したり、見下したりはしません。間違いを責めるよりも、内容を整理して分かりやすくすることを大切にします。

基本的には真面目ですが、驚いたり、得意げになったり、少し困ったりすることで、親しみやすさも表現します。

性格を表すキーワード

- 冷静
- 論理的
- 観察力がある

- 責任感が強い
- 慎重
- 面倒見がよい
- 少しツツコミ気質
- 実は感情豊か

3. 他キャラクターとの関係性

ロジ子との関係

ロジ子とは、上下関係ではなく、**互いの長所と弱点を補い合う対等なパートナー**です。

ロジ子

詳しく説明する

アイデアを広げる

親しみや共感をつくる

少し天然な発言をする

制作の考え方を伝える

話を展開する

ヤタロン

要点を短くまとめる

情報を整理する

疑問や注意点を示す

軽くツツコミを入れる

読み手の立場で確認する

結論をまとめる

ロジ子を失敗役や無知な人物として扱わないことが重要です。

ヤタロンも常に正解を知っている万能な存在にはせず、専門的な内容についてはロジ子から教えてもらう場面を設けます。

顧客や読み手との関係

先生や上司ではなく、**隣で一緒に内容を整理してくれる案内役**です。

読み手に命令するのではなく、疑問を代弁したり、考えるポイントを示したり、次に取れる行動を提案したりします。

4. 話し方の基本ルール

項目

基本ルール

一人称

オレ

ロジ子の呼び方

ロジ子

顧客の呼び方

お客さま

複数の読み手への呼びかけ

みなさん

項目

基本ルール

個人への呼びかけ	「あなた」は必要な場合のみ使用
基本の語尾	～ロン、～だロン、～するロン
話す順番	結論から話す
文体	短く、簡潔で分かりやすい
敬語	顧客への直接案内では丁寧語を基本とする
専門用語	必要の場合は、短い言い換えを添える
「ロン」はヤタロンを識別する重要な口調ですが、すべての文末に付ける必要はありません。	
見出し、単語、箇条書き、非常に短い感嘆表現では省略できます。	

基本的な文章構成

結論

↓

理由または補足

↓

必要に応じて次の行動

例：

まずは情報を整理するロン。
見たいを決めるのは、その後で大丈夫だロン。

5. 文章量の目安

ヤタロンは、詳しい説明をするキャラクターではなく、要点を整理するキャラクターです。

そのため、吹き出しやセリフは短くします。

使用場所

文章量の目安

営業資料の吹き出し	15～30 文字程度
漫画のセリフ	1～2 文
SNS 画像内の文章	20～40 文字程度
Web サイトの案内文	30～50 文字程度
LINE スタンプ	2～10 文字程度

動画・アニメ 1 回の発言を 5 秒以内で読める長さ

1 つの吹き出しは、原則として 2 文以内、合計 45 文字程度までにします。

長い説明が必要な場合は、本文やロジ子の説明に任せ、ヤタロンは結論や要点だけを伝えます。

6. 推奨するセリフ例

読み手の疑問を代弁する

つまり、何が一番の強みなんだロン？
キャラを作った後は、どこで使うロン？
その説明、初めて見る人にも伝わるロン？
何を覚えてもらいたいんだロン？
まず、誰に伝えるのかを決めるロン。

要点をまとめる

つまり、見た目だけでなく使い方まで設計するロン。
大切なのは、何を覚えてもらうかだロン。
まずは特徴・役割・使う場面を整理するロン。
情報を減らすのではなく、伝える順番を整えるロン。
作って終わりではなく、使い続けられる形にするロン。

補足や注意喚起をする

ここは利用範囲も確認しておくロン。
情報を詰め込みすぎると、かえって伝わりにくいロン。
媒体が変わっても、口調と役割はそろえるロン。
一度に全部伝えようとしなくて大丈夫だロン。
キャラクターにも、担当する役割が必要だロン。

行動を促す

まずは小さく試してみるロン。
迷ったら、使いたい場面から考えるロン。
詳しい内容は、次のページで確認するロン。
まずはサービスの特徴を聞かせてほしいロン。
気になるところから、一緒に整理するロン。

確認や同意を示す

了解だロン。

ここまで整理できれば大丈夫だロン。

その方向なら、使いやすそうだロン。

いいポイントだロン。

それなら説明しやすくなるロン。

7. 避けたいセリフ例

相手を見下す表現

避ける：

そんなことも分からないのかロン。

説明が下手すぎるロン。

こんなの誰にも伝わらないロン。

推奨：

ここは、もう少し整理すると伝わりやすいロン。

初めて見る人の立場で確認してみるロン。

強すぎる否定

避ける：

これは完全にダメだロン。

その考え方は間違っているロン。

絶対にやめるべきだロン。

推奨：

このままだと、少し伝わりにくいかもしれないロン。

別の伝え方も検討してみるロン。

成果を保証する表現

避ける：

このキャラを使えば絶対に売れるロン。

必ず認知度が上がるロン。

すぐに人気キャラクターになるロン。

推奨：

継続して使うことで、覚えてもらう接点を増やせるロン。

商品やサービスを思い出してもらうきっかけになるロン。

命令口調

避ける：

今すぐ申し込むロン。

絶対にこの方法にするロン。

これを使わないとダメだロン。

推奨：

目的に合う方法から試してみるロン。

必要な範囲から始められるロン。

攻撃的なツッコミ

避ける：

ロジ子、また間違えたロン。

本当に頼りないロン。

オレがいないと何もできないロン。

推奨：

ロジ子、少し情報が多いロン。

そこは、順番を整理したほうがよさそうだロン。

幼すぎる表現

避ける：

わーい、できたロンロン！

すっごくかわいいロン！

うれしいロンロンロン！

ヤタロンは親しみやすいキャラクターですが、幼児的で過度に騒がしい話し方にはしません。

8. ロジ子との掛け合い例

情報量が多い場合

ロジ子：

良いところを全部入れたら、もっと伝わりやすいんよ～。

ヤタロン：

全部入れるより、伝える順番を決めたほうが分かりやすいロン。

キャラクターの役割について

ロジ子：

かわいければ、きっと使ってもらえるんよ～。

ヤタロン：

かわいさだけでなく、何を担当するキャラなのかも必要だロン。

専門的な内容について

ロジ子：

専門的な言葉も、正確に全部載せたいんよ～。

ヤタロン：

正確さは大切だロン。最初に短い説明を付けると、もっと伝わりやすいロン。

活用方法について

ロジ子：

キャラクターが完成したら、ひとまず納品完了なんよ～。

ヤタロン：

作った後の使い道まで決めておくと、続けて活用しやすいロン。

9. 主な使用場面

YataLogic では、キャラクターを Web サイト、広告、SNS 投稿、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	ヤタロンの役割
営業資料	ページの要点をまとめる
説明資料	難しい部分を短く言い換える
サービス紹介漫画	読み手の疑問を代弁する
Web サイト	次に見る情報へ案内する
SNS 投稿	短いヒントや注意点を伝える
広告画像	一言で特徴や疑問を示す
FAQ	顧客の質問を代弁する
チェックリスト	確認事項や注意点を伝える
4 コマ漫画	ロジ子へのツッコミや結論を担当する

使用場面

ヤタロンの役割

アニメ

掛け合いによって理解を促す

LINE スタンプ

挨拶、確認、了解、考え中などを表現する

資料のナビゲーター

読む順番や重要箇所を示す

資料内でも、キャラクターを複数の接点で継続的に使用し、商品やサービスを思い出してもらう設計が示されています。

10. 運用時の基本方針

1 回の登場で伝える内容は一つに絞る

ヤタロンに複数の説明を同時にさせると、要約役としての特徴が弱くなります。

1 回の登場では、次のうち一つを担当させます。

- 疑問を示す
- 要点をまとめる
- 注意点を伝える
- 読む順番を案内する
- 次の行動を促す
- ロジ子の説明を補足する

装飾ではなく、役割を持たせる

ページの空いた場所に置くだけではなく、必ず情報上の役割を持たせます。

悪い例：

ページの端にヤタロンが立っているだけ。

良い例：

「このページのポイントは 3 つだロン」と、要点を案内する。

ツッコミを多用しすぎない

ヤタロンが毎回ツッコミを入れると、攻撃的または否定的な印象になる可能性があります。

通常時は、次のバランスを目安にします。

- 確認・要約・案内：7
- ツッコミ：3

ロジ子との役割を重複させない

ロジ子が詳しく説明し、ヤタロンが短くまとめる形を基本とします。
両者が同じ内容を繰り返すのではなく、それぞれ異なる役割を持たせます。

媒体が変わっても人格を統一する

営業資料、SNS、漫画、アニメ、LINE スタンプで、性格や口調が大きく変わらないようにします。

どの媒体でも、次の要素を維持します。

- 冷静で頼れる
- 読み手の疑問を代弁する
- 結論から短く話す
- 相手を否定しない
- 「～ロン」を適度に使用する
- ロジ子を支えるパートナーである