



“「犬と生きる」を、問い続ける。” 「&D」 Brand design Project

【背景】

「人の目となり働いてくれる盲導犬の助けに」という想いキッカケに、犬用眼内レンズを開発・発売していたメニコン。さらに視野を駆け「すべての犬の幸せに貢献できることを」と、ペット関連事業の立ち上げを構想。

【考察】

ペット関連の社会課題を見ていくと…

欧米など世界の国々と比べ圧倒的に遅れをとる、日本のペットに対する価値観。

- 「保護犬の譲渡」が、選択肢にあがらない。
- 「安易に飼うことができる」ため「安易に手放してしまう」構図。
- 費用の問題で、万が一のとき満足に医療を受けさせられない飼い主の増加。
- 病気や怪我が悪化し、手放してしまうケースが多い。→殺処分につながる and more...

「人と犬とのより良い共生」のためには、これまでの常識・価値観を変えていくべき。

【コアアイデア】

愛犬も含めた「すべての犬」を、1匹でも多くしあわせにしていく。そのために「犬にとっての本当の幸せ」と真剣に向き合い続け、既存の常識をみんなで少しずつ変えていく。
「共感」を生み、新常識を「共創」していく仲間を増やすためのプラットフォームへ。

スローガン

「犬と生きる」を、問い続ける。

「答え」（商品・サービス）ではなく、「問い」（気付き・キッカケ）を発信し続ける。

わたしたち人間は犬ではないので、本当の気持ち（正解）はわからない、だからこそ一方的なメッセージ（商品・サービス）の押し付けではなく、みんなで一緒に「人と犬とのより良い共生」を考え続ける姿勢。そのための「場」へ。

【トリガームービー】



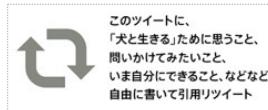
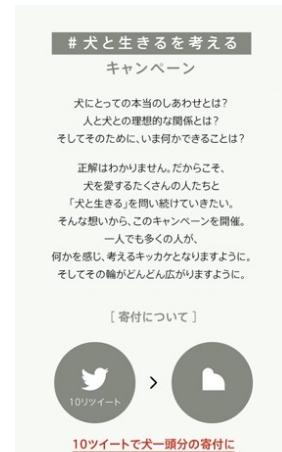
これまでの常識・価値観を変えていくためのキッカケ（気づき）を生み出す装置として、エモーショナルなムービーを制作。

「これまで当たり前だと思っていたことが、実は間違っていた？」
「犬にとっての本当の幸せとは？」

既存の「常識」をみんなで少しずつ変えていきたい。
ただし、人間は犬ではないので、本当の気持ち（正解）は誰にもわからない…。

だからこそ、&Dからの一方的な価値観（商品・サービス）の押し付けではなく、みんなで一緒に「人と犬とのより良い共生」を考えつづけるトリガーとしてメッセージを投げかける。

【ブランドのコア体験装置／キャンペーン】



トリガームービーの発信とあわせて、「#犬と生きるをを考える」キャンペーンも実施。
一人ひとりが感じたこと（問いや具体的なアクションなど）を引用ツイートでシェア。
それがまた新たな「気付き」を生みだし、みんなでさらに「問い」を深めていった。

ブランドサイト上でツイートがリアルタイム更新され、犬を愛する方々の「問い」のプラットフォームに。
また、NPOや加盟団体へ「1ツイートにつき100円を&Dから寄付」し、さらに寄付実績もサイト上で報告（見える化）することでCP参加の意義を高め、&Dの輪を少しずつ広げていった。

→ たくさんの仲間と『「犬と生きる」を、問い続ける。』という、ブランドコア体験装置へ。

【ブランドビジュアル】



既存の価値観や思い込みに囚われず、「犬にとっての本当の幸せ」を見つめ直し、問い続けていく。

そのメッセージ性をさりげなく表現するために、日常ではあまり見ない少し不思議な視点に。

また、雑種を含めたたくさんの犬種の犬を起用し、すべての犬のしあわせを願うブランドの意志を強調。

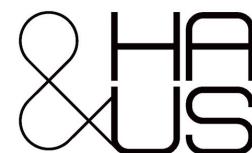
【ブランドサイト】



商品やサービスの詳細な紹介だけでなく、「学び」や「気付き」を与えるたくさんのコンテンツを格納。

ゆくゆくは、サイト上を&Dパートナーたちのコミュニティプラットフォームに。

【リアル施設／飼養&交流】



「人と犬とのより良い共生」実現のための、飼養&交流施設を開設。

動物保護領域での最新研究分野のひとつでもある「シェルターメディスン」の考え方に基づいた施設「&HAUS」を開設。
万が一飼えなくなってしまった飼い犬の終生飼養や、新しい飼い主とのマッチング（宿泊を伴う適正判断など）などを行う。