

# 一般社団法人ブランド・プランナー協会 ブランド・プランナー講座詳細

ダウンロードいただきありがとうございます



一般社団法人

ブランド・プランナー協会

企業の“らしさ”を、かたちづくる

# 目次

## 1. ブランド・プランナー講座について

- 1-1. ブランド・プランナーとは？ …P4
- 1-2. 講座の特長について …P5
- 1-3. 講座日程と料金 …P6
- 1-4. 講座で学べること …P8
- 1-5. インターネット講座について …P15
- 1-6. 資格取得までの流れ …P17
- 1-7. 合格後のフォローアップ …P19
- 1-8. 1級取得について …P20
- 1-9. よくあるご質問 …P22
- 1-10. 受講のお申込み …P23

## 2. インタビュー・事例

- 2-1. 受講者インタビュー …P24
- 2-2. ブランディング事例 …P32

## 3. ブランド・プランナー協会について

- 3-1. 設立の背景 …P42
- 3-2. 協会理念 …P43
- 3-3. 協会概要 …P44

# Course

ブランド・プランナー講座について

# 1-1. ブランドプランナーとは？

## どういう役割なのか

企業にブランディングを**提案 + 実践する人**をさします。

企業の“ブランド・らしさ”を抽出し、整理し、管理していく役割があります。

そして一貫したブランド発信の中で企業のブランド成長を支えています。

## どうすればなれるのか

本講座を受講していただき、必要な知識・スキルの学習を取得した方に、

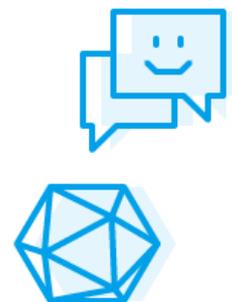
**ブランド・プランナー認定証（2級）**を発行しています。

## 誰に向けたものなのか

具体的には、**コンサル職の方、クリエイティブ職の方**が、

資格を取得し**ビジネスやキャリアに活用**するケースが多いです。

他にも経営者や広報の方が自社の改善に役立てるケースもあります。



## 1-2. 講座の特長について

どのような講座なのか

費用対効果を求める方にオススメです

- 企業に対しブランディングを**実践したい人**のための講座です
- 中小企業に関わる**コンサル職、クリエイター職**の方に多く選ばれています
- 初級講座は55,000円（税別）で**更新費等はありません**
- 場所や時間を問わない**インターネット講座**もあります ※45,000円（税別）
- 「取って終わり」を無くすための**合格後のフォローアップ体制**
- **合格者同士の交流会**で更に理解を深めることも出来ます



## 1-3. 講座日程と料金

### ブランド・プランナー2級講座

東京渋谷の会場で全6回講座を受けるコースです。  
年2回（夏季・冬季）開催し、各回の定員は20名となります。

60,500円（税込）

資格更新費無し

### 2級インターネット講座

時間・場所問わずに通年受講できるコースです。  
お申込み後すぐに受講を開始でき、試験も遠隔受講できます。  
最短2日から資格取得可能です。※ネット環境は光回線を推奨します

49,500円（税込）

資格更新費無し

### 無料ブランド入門講座

受講を検討する人のためのお試しコースです。  
※現在は開催していません（講座の資料をお渡しします）

無料

## 1-3. 講座日程と料金

### 次はいつやるのか

最新の講座日程はホームページよりご確認ください。

<http://www.brand-planner.org/schedule.html>

※QRコードからもアクセス出来ます



### 法人様向けの団体割引

2級インターネット講座については、同時に5名以上のお申込みがあった際、受講料を1割引きいたします。

# 1-4. 講座で学べること

## 何を学べるのか

全5回講座 + 試験を行い知識・スキルの習得をしていきます。

### ブランド戦略講座 (2時間)

- ・ブランド・ブランディングとは
- ・ブランドの重要性とビジネス効果
- ・ブランドフレームワーク「CIファースト」
- ・ブランディングの効果

ブランディングの基本を学べます

### ブランドコピー講座 (2時間)

- ・CI言語・CIの言語化とは
- ・各種言語の意味
- ・大企業から見るブランドメッセージの分類
- ・CI言語の関係性と精査の方法

ブランドを言語化する方法を学べます

### ブランドクリエイティブ講座 (2時間)

- ・ブランディングにおけるクリエイティブとは
- ・コミュニケーションデザイン
- ・クリエイティブの制作フロー
- ・事例から学ぶブランドクリエイティブ

ブランドを視覚化する方法を学べます

### ブランドディレクション講座 (2時間)

- ・ブランドを発信する自社メディアについて
- ・ディレクターの役割とは
- ・企業の“らしさ”を自社メディアに反映する
- ・事例から学ぶブランドディレクション

プロジェクトの進行・管理を学べます

### ブランドプランニング講座 (2時間)

- ・CI要素ヒアリングシートの理解
- ・ブランドプランニング企画フレームの理解
- ・実践的ワークショップ

フレームワークを活用し実践感覚を学べます

### 認定試験 (1時間・簡単な振り返り)

- ・ブランド戦略講座の要点
- ・ブランドコピー講座の要点
- ・ブランドクリエイティブ講座の要点
- ・ブランドディレクション講座の要点

100点中80点以上で認定証を授与します

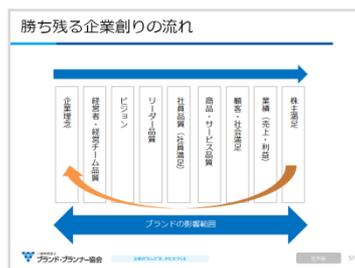
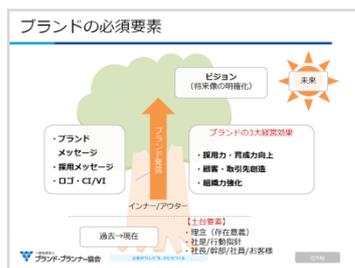
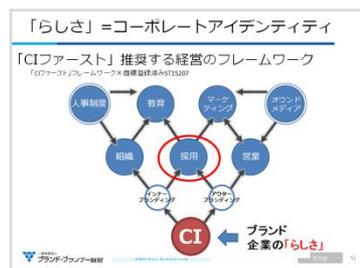
# 1-4. 講座で学べること

## ブランド戦略講座とは

中小・ベンチャー企業のブランド戦略やビジネス効果、企業の“らしさ”の根幹となるCI（コーポレート・アイデンティティ）の理解、ブランディングの流れといった基礎知識を固めます。そのうえでフレームワークの有効性などをお伝えします。

## 何が学べるのか

- ✓ ブランド・ブランディングに関する基礎知識
- ✓ ブランド戦略・フレームワークの活用スキル
- ✓ ブランディングに取り組むべき数値的根拠



※テキスト一部抜粋

# 1-4. 講座で学べること

## ブランドコピー講座とは

ブランディングの第一ステップと言える、CI言語の明文化について理解を深めます。  
CI言語の構成やプロセスを理解し、制作指示・品質管理ができるようになることが目的です。

## 何が学べるのか

- ✓ CI言語の基礎知識
- ✓ ブランド構築におけるヒアリング・情報整理スキル
- ✓ 言語化におけるディレクションスキル



ブランドメッセージはどのように創るのか？

企業の過去、現在を知り、  
未来をどう見せていくかを考えることが重要。

過去	現在	未来
社歴 企業理念 沿革 行動方針 経営姿勢	強み 弱み やがて 人事制度 採用や組織の現状	ビジョン

経営者層から新卒までのインタビュー、幹部クラス対象のMTG、  
ディスカッションを行い、ブランドの必須要素を整理します。

Freesale 株式会社 FSV-1945 11

CI言語 WHATとHOWの概念

CI言語が整理できたら、  
最後にタグラインとブランドメッセージを考えます。

STEP1 タグラインを創る  
企業視点

WHAT (何をしている企業か?)  
コミュニケーション  
を考える

STEP2 ブランドメッセージを創る  
ユーザー視点

HOW (それをどう伝えるか?)

Freesale 株式会社 FSV-1945 12

ワーク3 FSVのブランドメッセージを創ってみよう！

What's Brand Message?

Freesale Vietnam

企業理念  
Corporate Philosophy  
共存共栄の精神で  
誰の手に新たな価値と発展をもたらします。  
Win-Win's Win - creating value and time

中期経営ビジョン  
vision  
ベトナムNo.1の成長戦略を遂行  
No.1 Most-innovating company in Vietnam

社是  
Corporate Policy  
お客様の実績は会社の発展です  
Customer's smile are our smile

Freesale 株式会社 FSV-1945 13

※テキスト一部抜粋

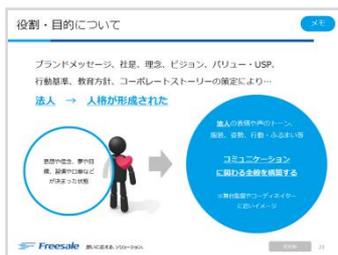
# 1-4. 講座で学べること

## ブランドクリエイティブ講座とは

ブランド戦略やフレームワーク、言葉やデザイン等のクリエイティブを理解し、コミュニケーションデザインを実践するための講義です。ブランドの視覚化を学び、クリエイティブコントロールができるようになります。

## 何が学べるのか

- ✓ クリエイティブに対する基礎知識
- ✓ 視覚化におけるディレクションスキル
- ✓ コミュニケーションデザインを設計できるスキル



※テキスト一部抜粋

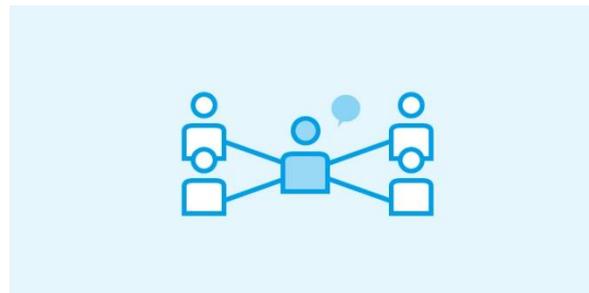
# 1-4. 講座で学べること

## ブランドディレクション講座とは

企業のらしさ（=CI）を活かした自社メディアの構築方法や制作進行についての講義です。コーポレートサイトや採用サイト、パンフレットを活用し、ユーザーが求めている情報を効果的に届けるスキルが身につきます。

## 何が学べるのか

- ✓ ブランドを発信する自社メディアの基礎知識
- ✓ ブランドを活かした自社メディア構築スキル
- ✓ 各種自社メディア構築におけるディレクションスキル



オウンドメディアのディレクション業務にあてると

(・プロジェクトメンバーの人数)

- ・企画立案、企画書作成⇒目的・与件整理、分析・調査
- ・要件定義作成⇒コンセプト策定
- ・取材・撮影⇒ヒアリング (インタビュー)
- ・制作スケジュールの設計・進行管理
- ・ワイヤーフレーム設計、コンテンツ設計
- ・コンテンツの品質管理
- etc・・・

オウンドメディアって

ざっくりまとめると・・・

自社メディア・ECサイト・パンフレットなどの情報発信をコントロールできる媒体

トリプルメディア

オウンドメディア構築のなか、しっかりと考えるべきポイントが、コンテンツとデザインです。

オウンドメディア構築までに行ったこと

⑥プレスト、ディスカッション

・STEP3で得た情報を基にプレスト、ディスカッションを行う

※テキスト一部抜粋

# 1-4. 講座で学べること

## ブランドプランニング講座とは

ワークショップを通じてブランド要素を深掘りし、ターゲット設定やコンテンツ企画に落とし込む手法を理解します。ブランド・プランナー協会が提唱しているフレームワーク「CIファースト」を活用すれば、「採用力・育成力向上」「顧客・取引先の創造」「組織力強化」という3大効果を得られます。

## 何が学べるのか

- ✓ フレームワークを活用したヒアリング・情報整理スキル
- ✓ 企業の“らしさ”を最大化する企画立案スキル
- ✓ ブランドの運用に関する基礎知識



1、貴社の事業の目的は？

◆課題（ビジョンに向けて何をを行うか？）

1. ソリューション営業力、営業組織力の強化
2. CS力、SMA力、労働生産性体制、FVNの組織体制を強化し、保守、応急、コンタクト能力の向上
3. 顧客満足度向上により、最終顧客とストック売りの増加
4. Stepsのスキル向上とブランドプランナー展開
5. クライアント等の新事業の推進

◆ブランドメッセージ（会社の在り方、らしさを一言で高い頂すと）

想いに込めるソリューション



Freesale  
株式会社フリーセールズ

Freesale 株式会社フリーセールズ

3、ターゲットとインサイトは？

◆ターゲット顧客とペルソナ、ユーザーインサイト  
（本音、欲求、不安などの心情）

①ターゲット 外産塗装会社  
ペルソナ 社長 45歳 創業7年 従業員10名  
ユーザーインサイト  
Webで売上を高めたいが過去失敗しており不安  
Web業者は雇用できないと感じている



②ターゲット 歯科医院  
ペルソナ 院長 37歳 開業5年 従業員6名  
ユーザーインサイト  
集患のためのWebには興味があるが、どう打ちだしたらいいかわからない、仕掛けてはなかなか自院のUSPやブランドを  
考えることができない。

Freesale 株式会社フリーセールズ

※テキスト一部抜粋

## 1-4. 講座で学べること

### 認定試験とは

全5回の講座修了後、これまで学んだ内容を整理・再確認のためにブランド・プランナー2級の検定試験を実施します。合格水準は正答率8割となっております。

検定試験で合格になった方には、ブランド・プランナー2級の認定証を発行します。

簡単な振り返りの内容（語群からの選択）で**合格率は98%**となっております。 ※2015年度

### 不合格の場合はどうなるのか

検定試験で不合格になった方には、再テストを実施しております。再テストは1回のみで、再試験費用として5,500円（税込）となります。



# 1-5. インターネット講座について

## 受講内容に関して

時間や場所に制限のある方のために出来た受講コースになります。

通常の通学講座の内容と同じ内容をいつでも、どこでも学ぶ事が出来ます。

※ネット環境は光回線を推奨します

The screenshot shows a video player interface for a lecture titled '1 ブランド戦略概論' (1 Brand Strategy Overview). The main content area displays a slide with the title 'ブランド戦略概論' and the presenter's name '木村 裕紀' (Yuki Kimura). A callout box points to the video feed, stating '講師の映像と音声で解りやすく' (Easy to understand with instructor's video and audio). Another callout box points to the large slide, stating '映像と同じスライドが大きく表示されるのでストレスなく受講ができます。' (The slide is displayed as large as the video, so you can attend without stress). A third callout box points to the video player controls, stating '動画のタイムラインを操作し見たいポイントを何度も見られる' (You can operate the video timeline and watch the points you want to see multiple times). The interface includes a chapter menu, a progress bar showing 00:00:02 / 00:55:42, a volume control, and a 1.00x zoom level.

講師の映像と音声で解りやすく

映像と同じスライドが大きく表示されるのでストレスなく受講ができます。

動画のタイムラインを操作し見たいポイントを何度も見られる

# 1-5. インターネット講座について

## 通常(通学)講座との違い

### メリット

- 場所・時間を問わずに受講が出来る
- 受講料が割安になる
- 録画なので何度も繰り返し受講できる
- 自分のタイミングで試験に望める

### デメリット

- 生徒同士のコミュニケーションが無い
- その場ですぐに聞くことが出来ない
- インターネット環境に依存する
- モチベーションの維持が難しい

受講後、取得できる資格には差がありません。

どちらも同じ『ブランドプランナー2級』として認定させていただきます。

理解度にも差が出ないようにフォロー体制を組んでいます。

※不明点相談窓口・来社相談・合格後フォローアップ講座など



# 1-6. 資格取得までの流れ

## 資格取得までの流れは

以下のような流れで資格取得ができます。

期間：約2ヶ月半

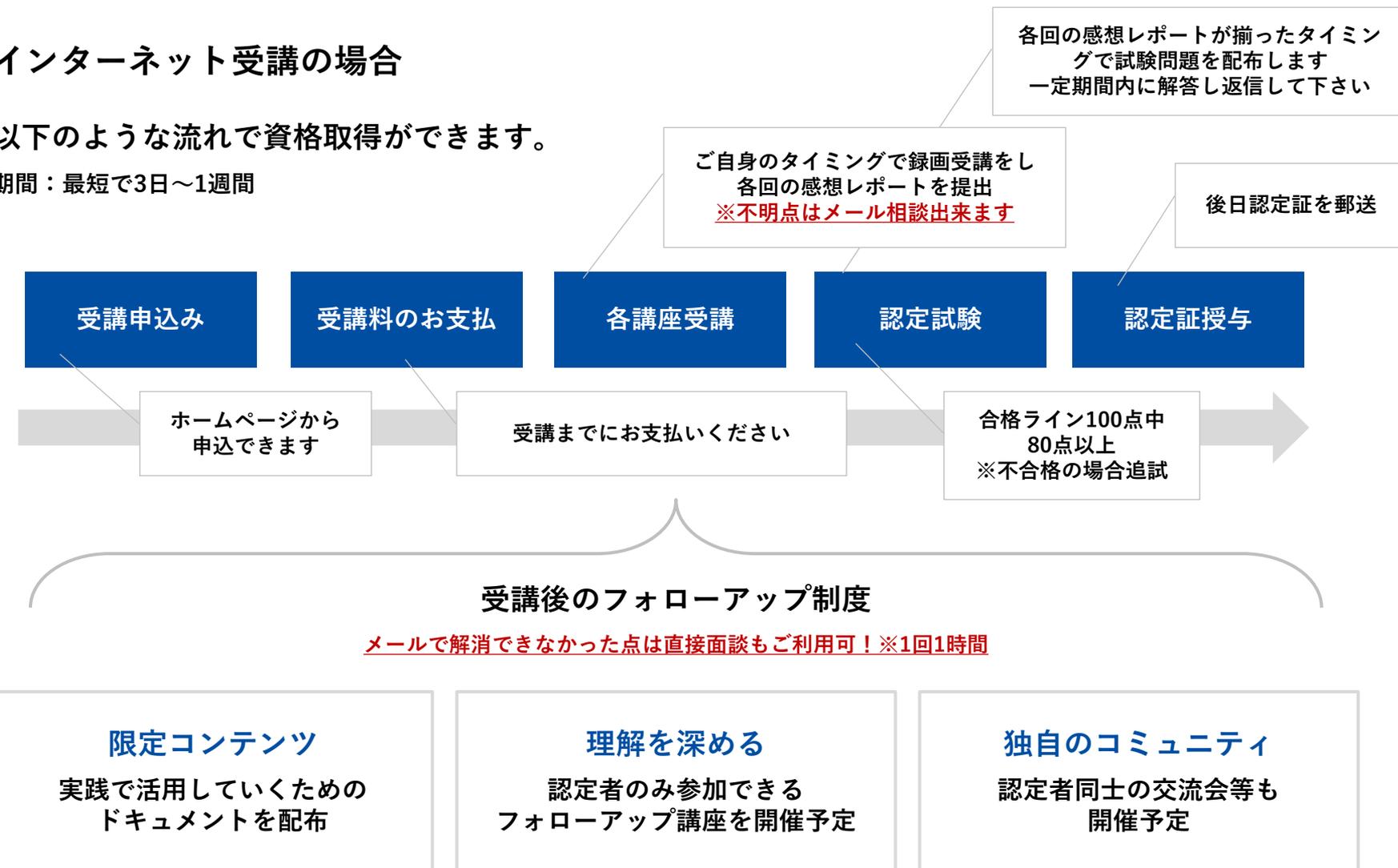


# 1-6. 資格取得までの流れ

## インターネット受講の場合

以下のような流れで資格取得ができます。

期間：最短で3日～1週間



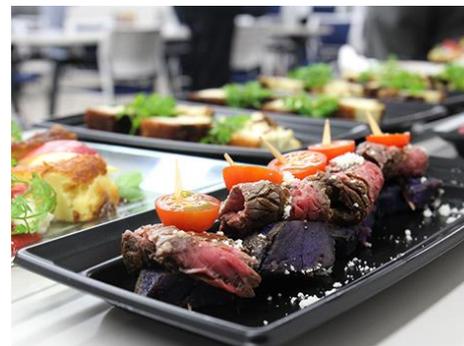
# 1-7. 合格後のフォローアップ体制について

## 限定講座や限定ドキュメントをご用意

合格者向けに実践力を強化するための講座やドキュメントをご用意しております。  
合格者限定ページにて随時更新していきます。

## 実際の講座の様子

※限定講座を開催し講座終了後には軽食とお酒を交えて交流会を実施しました



※2020年3月以降はオンラインでの合格者イベントを開催しています

# 1-8. 1級取得に向けて

## 取得条件

ブランド・プランナー2級を取得していることを前提条件とし、1級の取得が可能になります。取得希望者は、ブランド・プランナーとしての活動において、活動内容をレポートにまとめ、協会に提出し審査を経て1級の取得となります。

※1級取得者の方は事例と合わせて協会ホームページに掲載させていただきます。

## 取得方法

自社でのブランディング“施策5件以上”、または 他社でのブランディング“実績5件以上”実施し、効果等をレポートにまとめて提出して下さい。

※他社向けと自社向け合わせて5件でも可となります。

▼ 提出レポートはこちらからダウンロードしてください

<http://www.brand-planner.org/curriculum.html>



協会HPを通して  
ご自身の  
ブランディングに



## 1-8. 1級取得に向けて

### 1件の換算について

#### 自社向けブランディング

ブランディングプロジェクトごとに1件と換算します。

例えば、自社ブランディングの一貫で「事業ブランディング」「商品ブランディング」「採用ブランディング」を行った場合、3件と換算されます。

プロジェクトと成果を1セットとし提出して頂きます。

#### 他社向けブランディング

こちらもブランディングプロジェクトごとに1件と換算します。

例えば、A社に対し「事業ブランディング」を実施、

B社に対して「商品ブランディング」を行った場合、2件と換算されます。

B社に対して追加で「採用ブランディング」を行った場合は、合計で3件となります。

プロジェクトと成果を1セットとし提出して頂きます。

# 1-9. よくあるご質問

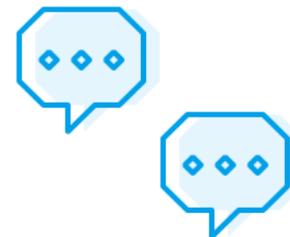
## 通常講座について

### Q. 他のブランディング資格との違いは何ですか？

A. 講師が全て現役で実践しているメンバーとなります。実際に企業にブランディングを提案していく中での気づきや実体験を交えながら実践的な知識・スキルが身につく資格講座となっています。

### Q. 受講料以外にもお金はかかりますか？

A. 受講料以外にはかかりません。会場までの交通費や交流会への参加費用のみで、資格の更新費用や、年会費等は頂いておりません。



## インターネット講座について

### Q. 受講開始後放置してしまった場合、無効となりますか？

A. 都度進捗確認を取らせて頂きますが、進捗がなく連絡も取れない場合は6ヶ月を目処に配信を停止・無効にさせて頂く場合がございます。

### Q. インターネット講座でも通常の講座と同様の資格を取ることができますか？

A. 同様の資格を取ることができます。合格後は、合格者限定の交流会等にもご参加頂けます。

### Q. どれくらいの期間で資格を取得できますか？

A. お仕事の合間を縫って週1回ずつ進めていく方が多いです。そのペースで約1ヶ月半で取得できます。すぐに取得したいという方であれば、最短で3日～1週間程で取得できると思います。

# 1-10. 受講のお申込み

お申込みはこちらからできます

<http://www.brand-planner.org/contact/>

※QRコードは右のもの

お申込み後に、受講料お支払いのご案内をお送り致します。



ご不明点等はこちらへ

[info@brand-planner.org](mailto:info@brand-planner.org)

※ブランド・プランナー協会宛

受講にあたり不安な点、不明な点があれば協会にご相談ください。

講義内容や受講後のイメージを具体的に掴みたいという方は、

別途開催される「無料入門講座」の講座を受講してみてください。

受講する講座を選択

お支払に関して入力

確認画面へ

各種お問い合わせ

お問い合わせ内容	<input type="checkbox"/> 資料請求 <input type="checkbox"/> ご質問・相談
お申込	<input type="checkbox"/> 2017年4月14日 (金) 19時30分～21時30分 <input type="checkbox"/> 2017年5月26日 (金) 19時30分～21時30分 <input type="checkbox"/> 2017年6月16日 (金) 19時30分～21時30分
お申込	(※お申込み後に受講料の振込先をお送りします) <input type="checkbox"/> 2017年度 夏季講座 <input type="checkbox"/> 2017年度 冬季講座 <input type="checkbox"/> インターネット受講
お名前	<input type="text"/> (※漢字でご記入ください)
メールアドレス	<input type="text"/> (※半角英数字でご記入ください) <input type="text"/> (※確認のため、再入力してください)
お問い合わせ・ご質問内容	<input type="text"/>

▼▼ 有料講座にお申込みの方は、以下の項目全てをご記入下さい ▼▼

講座料金のお支払い	<input type="checkbox"/> 個人でのお支払い <input type="checkbox"/> 法人でのお支払い
会社名	<input type="text"/> (※法人で登録される方はご記入ください)
郵便番号	<input type="text"/> (※半角数字でご記入ください) 例) 123-456 (住所反映)
都道府県	<input type="text"/> (選択して下さい)
〒	<input type="text"/> (※市区町村以下をご記入ください)
マンション名等	<input type="text"/> (※ビル・マンション名等をご記入ください)
お電話番号	<input type="text"/> (※半角数字でご記入ください) 例) 012-3456-7890

[確認画面へ進む](#)

# Voice

受講生インタビュー

## 2-1. 受講者インタビュー

ブランディングを学ぶことでビジネスと  
クリエイティブ両面の可能性が広がった

KEEL DESIGN 代表 龍輪 誠様  
クリエイティブ ディレクター / デザイナー



### 受講に至った背景について

#### 今や“ブランディング”が当たり前に語られる時代

デザイナー歴でいうと、20年以上のキャリアがあります。海外から日本に上陸したアルコール飲料のパッケージデザインを担当したり、裏原宿ブームや格闘技ブームにデザイナーとして関わったりしながらキャリアを築いてきました。今から振り返ってみると、裏原宿ブームの時にアパレルブランドの立ち上げに参加したりと、知らず知らずに「ブランディング」に関わっていたのかもしれませんが。今は個人事業主として独立して、「KEEL DESIGN」という会社を立ち上げています。

デザイナーとして中小企業と仕事をするなかで、「ブランディング」というキーワードが当たり前のようにクライアントの口から出てくる時代になったと実感しています。「ああ、クライアントもしっかりと勉強しているんだな」って。ひと昔前なら「ブランディング＝大企業がやること」というイメージが強かったと思いますが、今はまったくそんなことはないですね。ブランディングだけでなく、マーケティングにしても中小企業だって当たり前のように考えています。会社の代表としてチームを引っ張っていくうえでも、最先端のブランディングの考え方を学ぼうと思い受講を決めました。

## 2-1. 受講者インタビュー

### 講座を受講した感想について

#### 実務に即した内容だから、ビジネスシーンで際立つ

実は受講を申し込む前に、ブランド・プランナー協会が開催している「無料体験講座」に参加したんです。そこでの内容が、私の求めているブランディング像と重なったので、安心して受講に踏み出せました。中小企業をメインクライアントにしている私にとって、ブランド・プランナー協会の考える中小企業のブランドづくりに共感できましたし、内容も実践的なので期待が持てました。

本講座の内容も、ビジネスシーンで活かせる内容で盛りだくさんです。とくにボーリングのピンをイメージしたオリジナルのフレームワークは、分かりやすくいいですね。中小企業の経営者の方にこのフレームワークを使って説明すると、すんなりとブランディングを理解してもらえるので重宝していますよ。



## 2-1. 受講者インタビュー

### 今後の活動について

#### クリエイターにますます求められる“ブランディング”

これからの時代、中小企業にとってますますブランディングが重要になってくると思うんです。なぜかという、ユーザーや消費者にとって商品やサービスを選ぶ時に大切なのは「温かさ」や「想い」の部分。それを届けるためには、企業の“らしさ”をブランドにまで昇華していくことがポイントです。でも、そのブランドづくりを理解して実践できるクリエイターは、まだまだ足りていないのかもしれないですね。

この講座を受講して、ビジネスの可能性が広がったと実感しています。今までは、独自の解釈でしかなかったブランディングが、講座を通じて体系的に、しかも実践的に学べたので、“芯”を通した提案ができるようになりましたね。これからも学んだ内容をベースに、個人事業主としてもクリエイターとしても、両方の可能性を追求していきたいです。

## 2-1. 受講者インタビュー

“らしさ”を引き出すことで、そのアーティストのブランドがつくられていく

有限会社 イエロージャム 藤野 秀樹様  
代表取締役社長 / 音楽アーティストマネジメント



### 受講に至った背景について

「アイデンティティを確立すれば、ターゲットを明確化できる」と考えた

アーティストや作詞家・作曲家のマネジメントを行う音楽事務所の代表を務めています。他にもアーティストに楽曲を提供したりと、「音楽」をキーワードにビジネスを展開しています。ブランディングを学んでみようと思ったきっかけは、アーティストの持つアイデンティティを確立して言語化することで、音楽を届けるターゲット層を明確にできるのではと思ったからです。音楽業界ってブランディングを意識しなくても成り立つ部分が多いのですが、それだと「なんとなく好き」「なんとなくカッコイイ」という感覚的なものに頼りがちです。

アーティストのマネジメントに携わる者として、アーティストの持っている魅力や個性をしっかりと確立して言語化することで、「私はこんなブランドを持ったアーティストです」と唯一無二の存在として訴求できると考えました。アーティストのアイデンティティが確立できれば、音楽を届けたいユーザー層を明確に絞れるし、そのユーザーに対してアーティストの魅力を余すことなく伝えられるのではと考え、ブランド・プランナー協会の講座の受講を決めました。

## 2-1. 受講者インタビュー

### 講座を受講した感想について

#### 「違いをつくらなくちゃ」という考えから180度の大転換が生まれた

ブランディングを学ぶ前は、「モノや情報が溢れて価値観も多様化している世の中で、他のアーティストとの違いをつくり出すのは至難の業」と思っていました。どうしても、「差別化するには、他のアーティストとの違いを無理してでもつくらなくちゃ。そのためには、外部から新しくて斬新なものを取り入れないと」という発想に陥りがちだったからだと思います。

そんな時に、講座で教えてもらった「ブランディングは大企業だけのものじゃない。会社の規模に関わらず内側から“らしさ”を確立していくことで、他社との違いはおのずと明確にできる」という考えに衝撃を受けました。私の中では、“大企業=ビッグアーティスト”として解釈しましたが、アーティストの認知度や人気度、プロモーションにかけた予算うんぬんではなく、内側からアーティスト“らしさ”をつくりあげることで、そのアーティストだけのブランドがつくれるんだって納得できましたね。それまでの、「違いをつくるには、外からいろいろな要素を付け足さなくちゃいけない」という考えから180度の大転換でした。



## 2-1. 受講者インタビュー

### 今後の活動について

#### ブランドイメージをアーティスト側から戦略的に構築していきたい

受講後は、これまでのアーティストのマネジメントや音楽シーンの出来事を考える時に、私なりの視点を持てるようになりました。

「なぜ、このアーティストはこう考えるんだろう？」「なぜ、音楽シーンでこんな現象が起きるんだろう？」という、“なぜ”を追求することで、物事の本質や根元を捉えて考えたり見たりすることができるようになりました。私の中で、アーティストや事業との関わり方に変化が起きていると思います。

今までだったら、ヒットした作品がそのアーティストのブランドイメージを形成していたので、なかなかマネジメント側でコントロールできませんでした。でもブランディングの手法を取り入れることで、アーティストのブランドイメージを戦略的に構築することができると思います。ヒット作の印象からブランドイメージがつくられていくのではなく、アーティスト側がしっかりとしたブランドを形成して、それを世の中に認知してもらうことで、時代や流行に左右されない芯を貫けるはずです。

# Case

協會事例

## 2-2. ブランディング事例

ご提案を実行していけば、目指すべきブランドに育て上げられると期待しています

株式会社キャッツ

取締役 経理部長 渡部 真

業種：住宅リフォーム・環境改善など



どのような課題を持っていたか

“これひとつで会社のことが伝わるというものが無かった”

採用において、学生や求職者に対して会社のことをどう伝えればいいのか模索し続けていました。迷いながら配布用の資料を作成してもオフィシャルサイトなど他の媒体と整合性を保てず、“これひとつで会社のことが伝わる”というツールがなかったんです。

お客様だけでなく、社員に対しても「うちの会社はこうだ」と明確に示すことができず、経営陣と現場スタッフの間にギャップが生まれていました。本来あるべき会社の姿や考え方を組織や部下へ落としこめる人間も少なく、「このままでいいのだろうか？」という悶々とした思いを抱えながら過ごしていました。

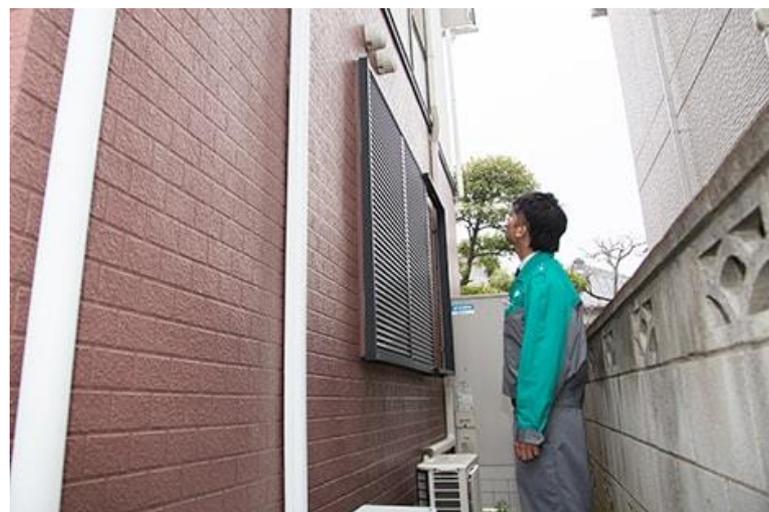
## 2-2. ブランディング事例

ご依頼の決め手は何ですか

“会社として変わろうという運気が高まっていた”

過去にCI構築を経験している弊社会長に対し、ブランディングの意義や効果を熱心にわかりやすくプレゼンしていただいたことが大きかったと思います。当時は、まだ私は入社していませんでしたが、過去にCIを経験し効果を実感している会長がその場で納得されて即決したご様子をお見受けし、“的を射ている”という手応えを感じました。

また、プレゼンしていただいた時期は、高齢化社会を見据えた今後の事業展開として、お住まいの改善だけにとどまらず、お客様ご自身の「健康」をキーワードとした新たな事業への展望を発信しようとしていた時期であり、それを踏まえてオフィシャルサイトのリニューアルプロジェクトが始まったタイミングでした。会社として“変わろう”という気運が高まっており、経営陣で同時並行でブランディングの内容をサイトに反映しようという合意を固め、貴社にブランディングをお任せしました。



※現場スタッフの様子

## 2-2. ブランディング事例

### プロジェクトの感想

#### “メンバー研修で初めて解ったことも多かった”

幹部メンバー向けの研修が大変有意義でした。若手社員が問題意識を持って業務にあたっていることもわかりましたし、同時に普段は挙がらない新鮮な意見をヒアリングできて高揚しました。経営陣が参加しない場だったため批判的な意見も上がると思っていたのですが、愚痴や不満などは上がらず、内心ホッとする部分もありました。

印象に残ったのは、キャッツがリフォームに対応していることを知らないお客様が7割くらいいらっしゃるという意見ですね。これには、正直ちょっとショックを受けました。しかしながら、営業マンに頼りっきりだったので、社内だけでなく社外にも目を向けて発信していく必要性を感じられたのは大きな収穫でした。そして今回のブランディングにおいて、「リフォーム会社」の認知度を高め、創業当初の白アリ駆除の会社というブランドイメージを刷新することの重要性に気づくことができたのです。



※事業のタグラインやバリューを明確化

## 2-2. ブランディング事例



※会社パンフレット表紙



※会社パンフレット中面



※採用パンフレット中面



※ブランドロゴのレギュレーション

## 2-2. ブランディング事例



※社員に配布したブランドブック



※ブランドを体現する採用サイト



※コミュニケーションツール開発



※現場間での座談会コンテンツも作成

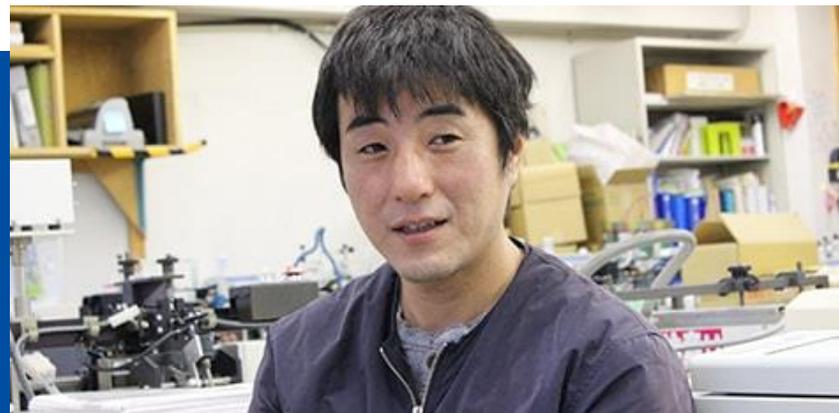
## 2-2. ブランディング事例

スタッフと創るプロセスを共有したことで、  
自然とブランドが社内に浸透しました

株式会社ケイジェンド・プロダクツ

代表取締役 遠藤 一郎様

業種：DM発送代行・企画・制作・印刷発送など



どのような課題を持っていたか

“どう伝えたら良いのかわからなかった”

私の父が創設して43年を迎える当社ですが、スタッフが増えるにしたがって価値観を共有するために“何か”をしないといけないと感じていました。実際にスタッフと話し合いながら企業理念も作りましたが、小さな会社なので自社でイチから作るのは大変なものです。スタッフ全員で価値観を共感する術、それをお客様に伝えるための方法がわからずに悩んでいました。

## 2-2. ブランディング事例

### ご依頼の決め手は何ですか

#### “ブランドファーストという言葉にピンときた”

以前からWeb関係でフリーセルさんにはお世話になっていたのですが、きっかけはメルマガに書かれた“ブランドファースト”という言葉でした。提案力や制作力からフリーセルさんを信頼していたので、お世話になっているセールスマーケティング部の永田さんにすぐに連絡しました。すると、すぐに資料とブランドファーストの書籍が2冊も届きました。それを読んで、“何か”をするのは今だと感じてお願いしました。

### プロジェクトの感想

#### “スタッフが本気になれる有意義な時間だった”

スタッフ全員が本気で意見を言ってくれたことが嬉しかったですね。それらの意見に加えて、お客様の声などから、フリーセルさんがケイジェンド・プロダクツの“強み”“仕事への姿勢”などを抽出してくれ、それをもとにスタッフ全員を交えてのディスカッションがスタート。自分たちでも気づかなかった“スタッフの想い”“ケイジェンドらしさ”がわかり、大切にすべき価値を確認できる、とても有意義な時間でした。そして、もともとあった企業理念からブレることなく、スタッフたちが抱えている意見を汲み取って、共有すべき価値観をまとめていくプロセスはさすがプロだなと感じました。



## 2-2. ブランディング事例



※制作したブランド紹介サイト



※開発したキャラクター



※ロゴも刷新しました



※スタッフ作業を撮影

## 2-2. ブランディング事例



※会社パンフレット表紙



※会社パンフレット中面



※エントランスにもVIを反映



※名刺にもブランド反映

# About

協会概要

## 3-1. 設立の背景

### 何故設立したのか

大企業では当たり前に行われているブランディングですが、  
中小企業ではまだまだ浸透していないのが実情です。

中小企業の現場では「自分たち中小には関係ない…」

「まずやり方が解らない…」 「誰に頼めば良いか解らない…」 という方が大半です。

しかし、中小企業にこそブランディングが必要と考えています。

インターネットやスマートフォンが普及し、多額の投資をしなくともブランディングができ、  
採用や集客にも効果を出せるようになってきています。

それを提案し実践していくのが「ブランド・プランナー」であり、  
その育成・輩出こそが私たちの役割と感じたからです。

是非ご一緒に、中小企業の“らしさ”をかたちづくっていきましょう。

## 3-2. 協会理念



主に中小・ベンチャー企業のブランド強化に取り組む者やマーケティングを学んでいる学生及び社会人のブランディング理解の向上を図ることによって、中小・ベンチャー企業の商品・サービスの競争力が大手企業に伍し、一般国民が優れた商品や良質のサービスを容易にアクセスできる豊かな社会・文化を築く。

### 3-3. 協会概要

団体名	一般社団法人ブランド・プランナー協会
設立年月	平成27年5月
所在地	〒150-0031 渋谷区桜丘町23-17 シティコート桜丘408
役員	理事長：松井寛志 理事：木村裕紀 理事：小崎直利
事業内容	(1) ブランド・プランナーの育成、資質向上のための講習会、 研修会等の開催を行う事業 (2) ブランド・プランナーの育成及び資質向上のための通信教育を行う事業 (3) ブランド・プランナーの育成及び資質向上のための出版を行う事業 (4) ブランド・プランナーの資格認定を行う事業 (5) ブランド・プランナーの普及と啓蒙活動に係わる事業 (6) ブランド論に係わる調査、及び研究を行う事業 (7) その他、前各号に掲げる事業に附帯又は関連する事業



一般社団法人

# ブランド・プランナー協会

企業の“らしさ”を、かたちづくる

[www.brand-planner.org](http://www.brand-planner.org)