

新時代の日本型ブランディングへ

ブランド理念コンサルティング

～Social Good Branding～

持続的な革新と成長を

2024.7.26更新

Brand ideaL LLC

・ ブランド理念コンサルティング～Social Good Branding～

| | | |
|---|----------------|---|
| 1 | 新時代の日本型ブランディング | <ul style="list-style-type: none">・ 新時代とは本質の時代・ これまでのグローバル・ブランディング・ 新時代の日本型ブランディングとは |
| 2 | ブランド理念コンサルティング | <ol style="list-style-type: none">1) コンサルティング特性2) サービスの全体像3) 主とするアプローチ方法4) コンサルティングのプロセス5) ブランディングの効果 |
| 3 | サービス領域 | <ul style="list-style-type: none">・ 全体・ ブランド理念コンサルティング・ 新事業開発コンサルティング・ 戦略コンサルティング・ ブランドカウンセリング・ 実行改善コンサルティング・ サービス別プロセス比較 |

1. 新時代の日本型ブランディング

目に見える物質的な豊かさに価値があった**土の時代**が終焉（過去200年）、目に見えないものに価値が見出される「**風の時代**」（2020年12月～）に入りました。

この潮流は、グローバリズム（覇権主義）の終焉による「**反グローバリズム時代**（民族自立×他国協調）」、コロナによる生活様式や価値観が根本的に変わり、本当に必要なものが残る「**社会大転換時代**」であることから伺えます。

また競争社会から**共生社会への時代転換**ともいえ、これらを総じて言うと、「**本質が求められる時代**」と言えるでしょう。



グローバルでは、2010年頃から**SDG's・Social Good・Purpose**といった**社会課題解決型**の「**本質的で長期的な事業価値訴求**」を中心としたブランディングが台頭し、今やすっかり定着しました。

前述のように、ブランド評価は事業成果と相関もしています。

SDGs

Social Good

Purpose

新時代において**共生社会**となれば、**他人を思いやれる、チームプレイが得意な日本人の特性が生きてくる**と思われれます。

しかしその前に、**日本はまず原点の見直しが必要**です。
グローバル・ブランディングでは**社会課題解決型**が定着しましたが、
**そもそも日本は、グローバルをリードするブランディングが出来る
潜在能力がある**のです。

と言うのは、本来日本には

- ・江戸時代の近江商人の「**三方良し**」という思想
- ・松下幸之助氏による「**企業は社会の公器である**」という考え方があり
- ・元々、日本は**長寿企業大国**と言われているほど、
創業100年超えの企業が世界に比べて圧倒的に多い国なのです。

三方良し

企業は社会の公器である

長寿企業大国

今こそ日本企業は、本来の思想・良さを取り戻すべきであり、
その上で新時代に適応させるのが、「**新時代の日本型ブランディング**」です。



そして、この新時代の日本型ブランディングの中核になるのが
「ブランド理念」

ブランド理念とは
時代や社会に適応し、且つ本質的な企業価値
(社会的存在意義) です

そのブランド理念を
クライアント様と共に探求・訴求していくのが
「ブランド理念コンサルティング」
です

ブランド理念コンサルティング
～Social Good Branding～

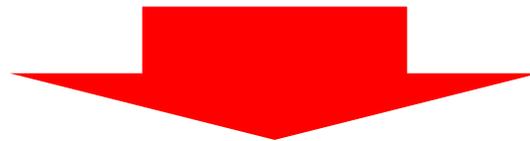
2. ブランド理念コンサルティング ～Social Good Branding～

ブランド理念コンサルティング

～Social Good Branding～

時代・社会に適応し
且つ本質的な理念を
クライアント様と共に探求

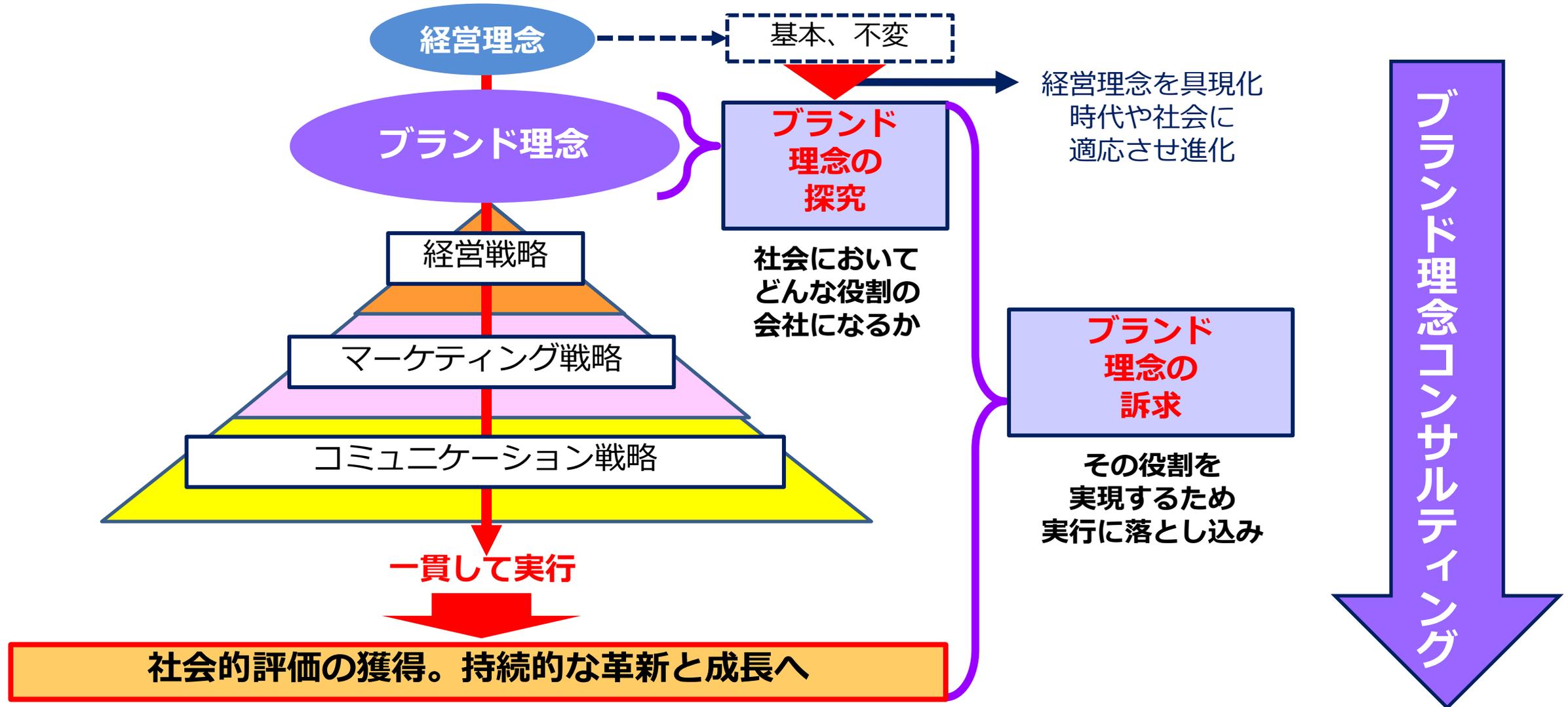
グローバルブランディングの知見
各業界トップ・ブランドの支援実績
中小企業に活用されているメソッドも活用。



ブランド理念で、持続的な革新と成長を！！

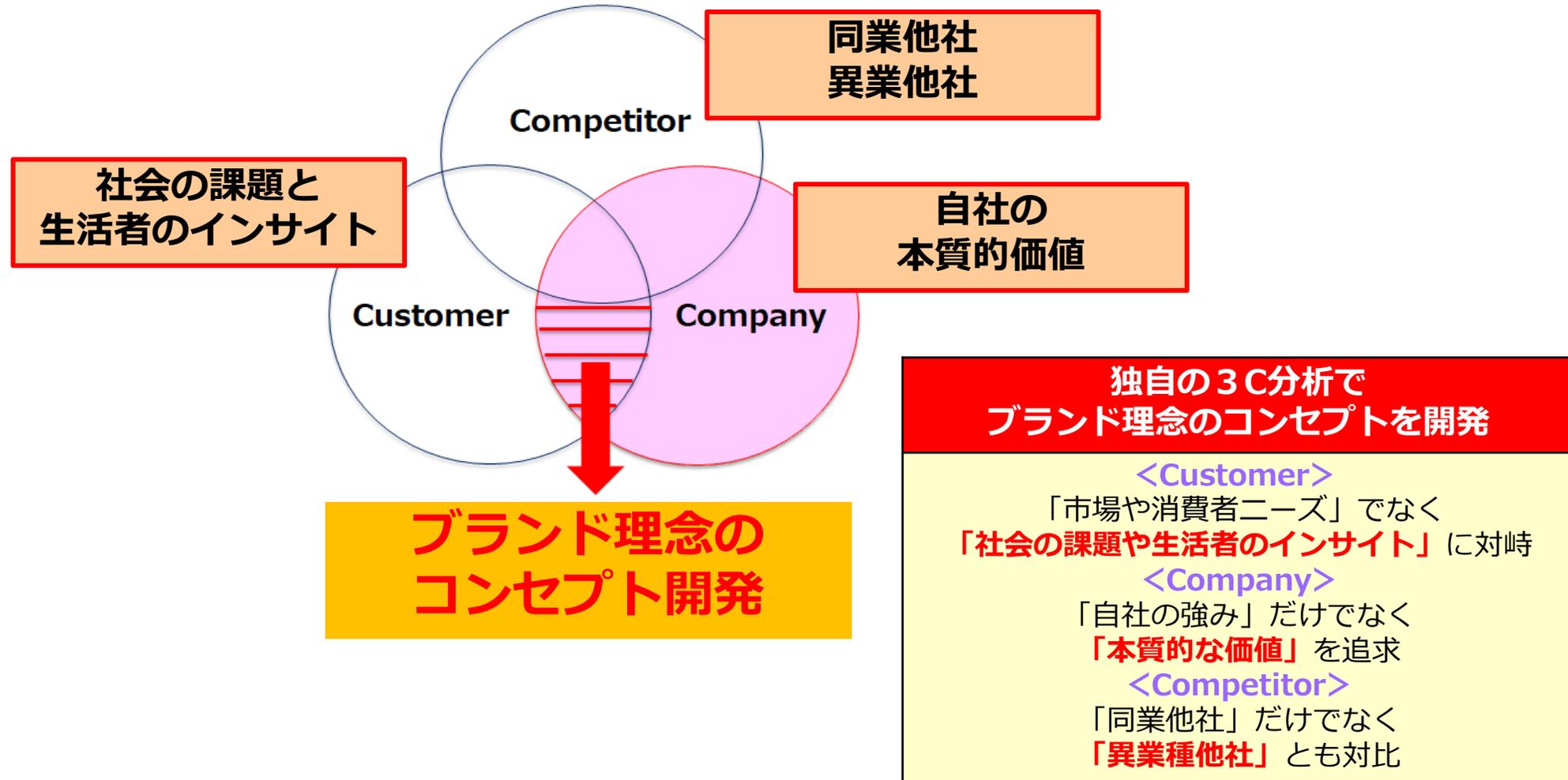
2) サービスの全体像

- ブランド理念の探求と訴求。ブランド理念は、経営理念を具現化し、全ての活動の軸となる。



• 3C分析

- Customerが求めている、Companyが持っている、Competitorが持っていないものは何か？



4) コンサルティングのプロセス

・ ブランド理念コンセプト開発→構造化

| Step | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-------|---------------------------------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|-------------------|--------------|
| プロセス | Customer 社会の課題と 生活者のインサイト | Company ブランドの 本質を探究 | Competitor 価値軸での 競合再設定 | Customer 2 S・T ペルソナ | ブランド理念 コンセプト開発 | コンセプト 構造化 |
| フレーム例 | | | | | | |

・ マーケティング戦略→コミュニケーション戦略

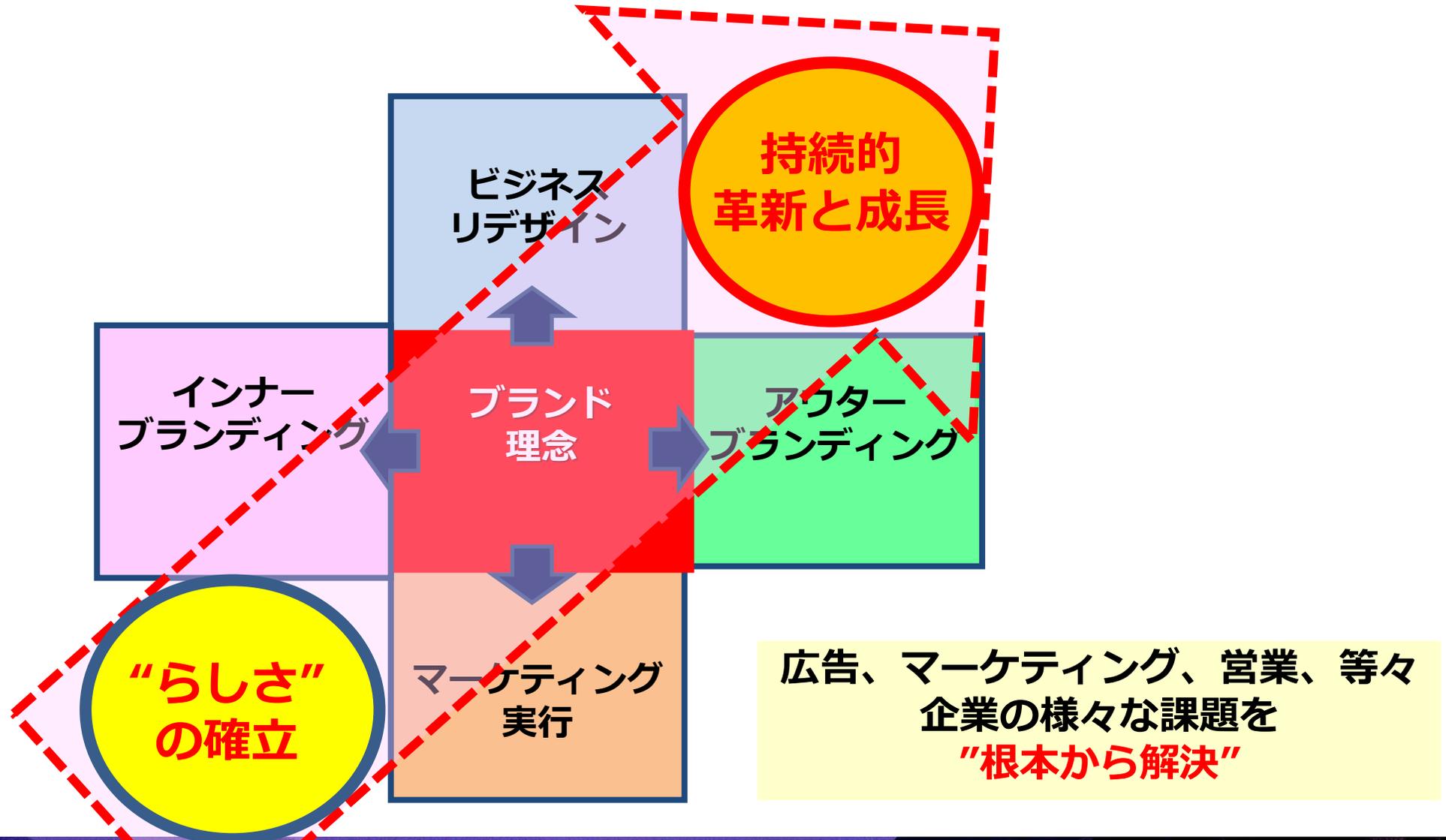
| Step | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-------|-----------------|-----------------|---------------------|----------|
| プロセス | マーケティング ミックス | コミュニケーション 設計 | ブランド コンテンツ 構成 | 目標 設定 |
| フレーム例 | | | | |

・ 実行サポート

| 実行サポート |
|---|
| ブランド・コミュニケーション 実行での プロデュース～アドバイス (* 実行者は別途アサインが必要) |

5) ブランディングの効果

- ブランド理念は、全ての活動の軸であり、持続的な革新と成長を実現。



3. サービス領域

サービス構成

- 「ブランド理念コンサルティング」のノウハウを
貴社の状況に合わせて柔軟な形でご提供いたします

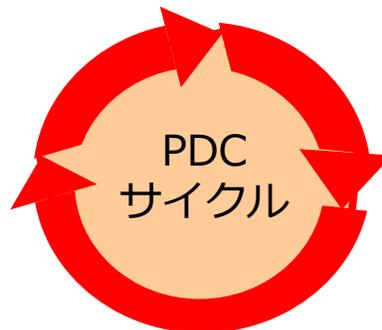
Plan

ブランド理念
コンサルティング
(経営、事業、商品)

新事業開発／マーケティング戦略
コンサルティング

Check

ブランド
カウンセリング

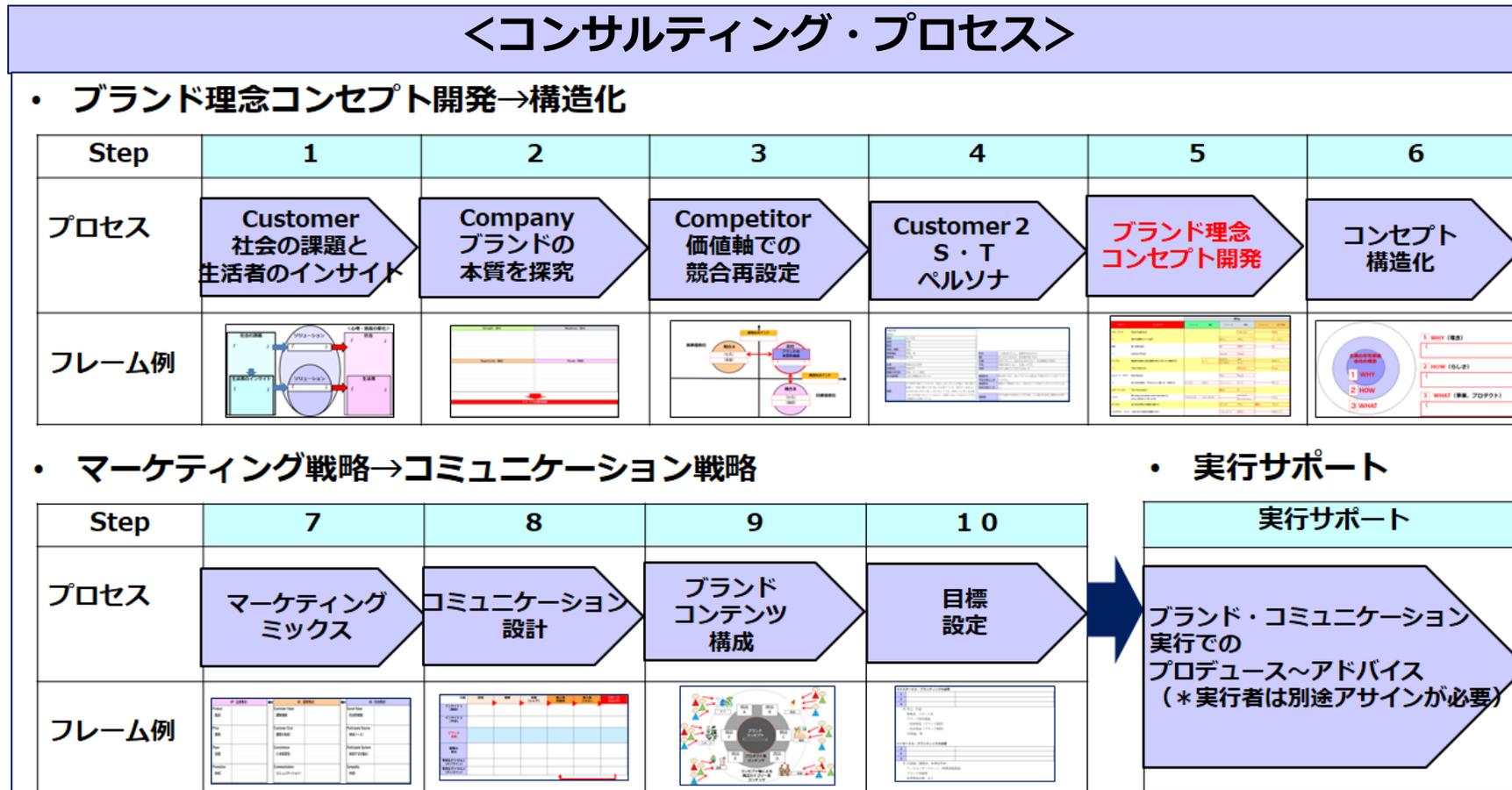


Do

コミュニケーション実行改善
コンサルティング

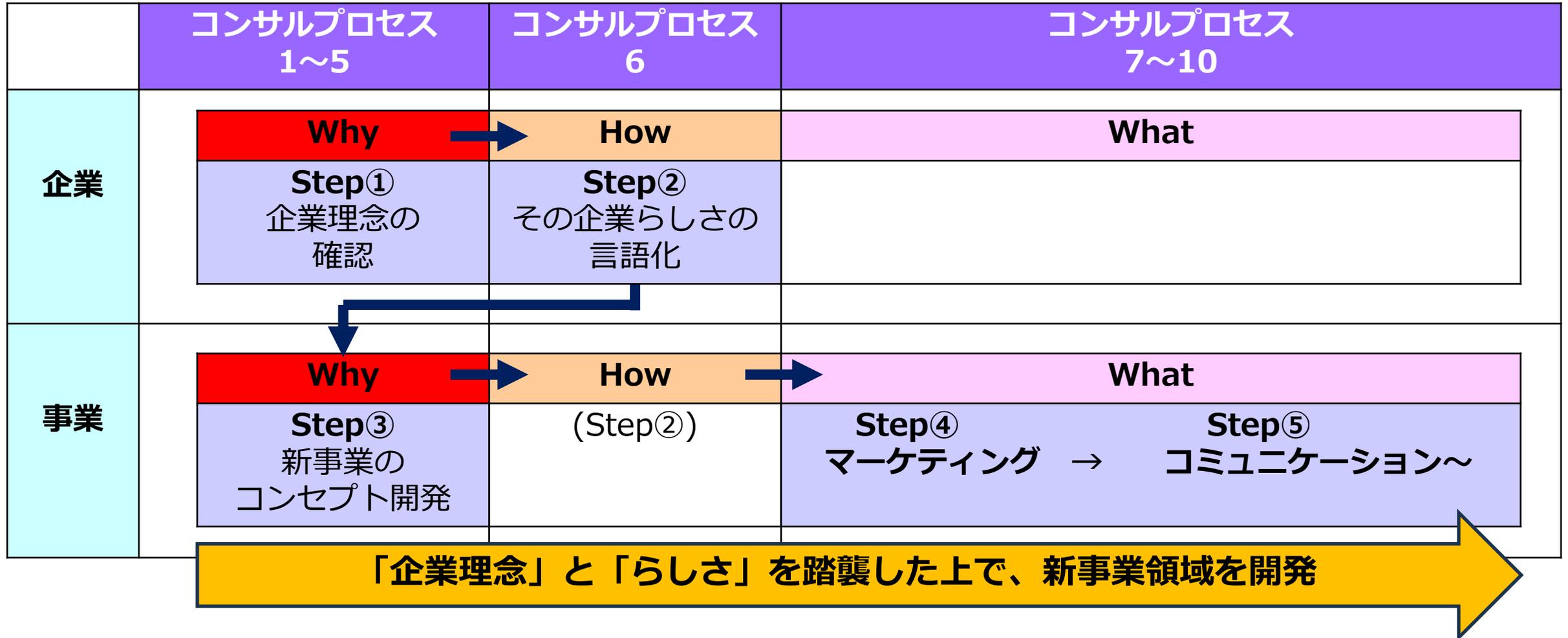
PDCサイクルにおいて、どこからでもご支援が可能です

- ブランド理念コンセプト開発～マーケティング戦略・コミュニケーション戦略
- コンサルタントのファシリテートの元、貴社とのワークショップ形式



- 4～10プロセス。
* 貴社状況により
カスタマイズ
- 1ワークショップで
2,3時間
- 通常2週間ごとに実施。

- 既存のブランド理念（VMV等）をベースとした
新事業開発コンサルティング



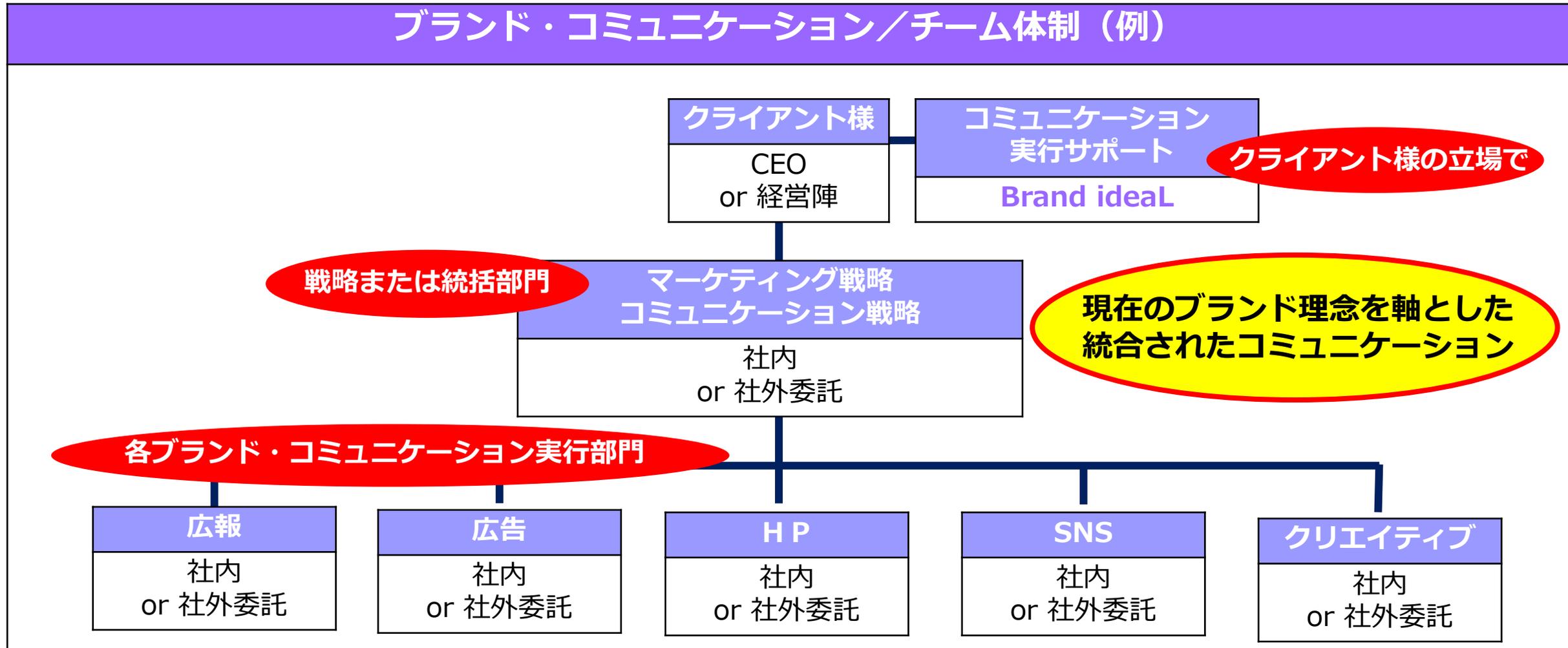
- 既存のブランド理念（VMV等）をベースとした
戦略コンサルティング（戦略への落とし込み）

ブランド理念コンサルティング：策定プロセス

| ① 社会の課題 と 生活者の インサイト | ② ブランドの 本質を探究 | ③ 価値軸での 競合再設定 | ④ STP | ⑤ ブランド 理念 コンセプト 開発 | ⑥ コンセプト 構造化 | ⑦ マーケ ティング ミックス | ⑧ コミュニ ケーション 設計 | ⑨ ブランド コンテンツ 構成 | ⑩ 目標設定 | | | |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|----------|---|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|--|--|--|
| | | | | <div style="background-color: #800080; color: white; border-radius: 50%; padding: 20px; text-align: center;"> 現在の ブランド アイデン ティティ (VMV) </div> | 戦略コンサルティング | | | | | | | |
| | | | | | ①ブランド・コミュニケーション (マーケティング戦略) (コミュニケーション戦略) | | | | | | | |
| | | | | | ②ブランド経営 (経営戦略・事業戦略・商品戦略) | | | | | | | |

- 既存のブランド理念（VMV等）をベースとした
ブランド・コミュニケーションの 実行改善

ブランド・コミュニケーション/チーム体制（例）



- 「ブランド理念コンサルティング」のノウハウを活用した貴社の「ブランド理念」を探求する第一歩

Step概要とメリット

| Step1 | Step2 | Step3 |
|--|---|--|
| 課題のヒアリング まずは貴社の状況、お考えの課題についてヒアリングさせていただきます。 | 3C分析 ブランドコンサルの中核メソッドである3C分析を実施します。 | 解決方法の方向性を提示 ブランド診断を元に、根本的解決方法の方向性を導き出します。 |
| ↓ | ↓ | ↓ |
| <メリット> この段階での「 理想の姿 」や「 どのような方向性で解決した いか」を整備します。 | <メリット> 貴社・顧客・競合の現状を把握することで、 本質的課題 を探り出します。 | <メリット> どの方向性に、どのような方法 が貴社に適しているのか、ご提示させていただきます。 |

**解決策の方向性を共に見出すことで
貴社「ブランド理念」探求の
第1歩を踏み出しましょう！**

- 「ブランド理念コンセプトの開発」を中心に、その前後を支援

| | マインド セット | ブランド理念コンサルティング・プロセス | | | | | | | | | | 実行 |
|-----------|------------------|---------------------|---------------|---------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------|---------------------|---------------------|-------------|------------|--------------|
| | | Step 1 | Step 2 | Step 3 | Step 4 | Step 5 | Step 6 | Step 7 | Step 8 | Step 9 | Step 10 | |
| | | 3C Customer | 3C Company | 3C Competio r | 3C Customer 2 ペルソナ | ブランド 理念 コンセプト 開発 | コンセプト 構造化 | マーケ ティング ミックス | コミュニ ケーション 設計 | コンテンツ 構成 | 目標 設定 | |
| | | | | | | | | | | | | |
| サービス ① | 講演 セミナー 研修 | | | | | | | | | | | |
| サービス ② | | ブランド・カウンセリング | | | | | | | | | | |
| サービス ③ | | | | | ブランド理念コンサルティング | | | | | | | |
| サービス ④ | | | | | | | 新事業開発コンサルティング | | 戦略コンサルティング | | | |
| サービス ⑤ | | | | | | | | | | | | 実行改善 コンサル |

会社概要

グローバル・ブランディングの知見 x 各業界トップ・ブランドの支援実績

↓
新時代の日本型ブランディングへ

Brand ideaL
Consulting

持続的革新と成長を

| | |
|---------|---|
| 商号 | Brand ideaL合同会社 |
| 代表 | 山崎 浩人 |
| Vision | 日本再生を企業から |
| Mission | 企業再生をブランド理念から～Japan Branding Innovation!～ |
| Value | 不易流行 時代や社会に適応し、且つ本質的な理念を探究! |
| 事業内容 | ブランド・コンサルティング、マーケティング・プロデュース、 コミュニケーション・サポート |
| Webサイト | https://www.brand-ideal.com/ |

代表プロフィール

山崎浩人 Hiroto Yamazaki

兼 (一財) ブランド・マネージャー認定協会
アドバイザー



最先端マーケティングの開拓、異業界コラボのCEO、最高峰ブランディングの探求で36年

- ・最先端のマーケティング開拓を23年 **(マス広告・CRM・モバイル・クロスメディア)**
- ・通信業界 (トップ3社) x 広告業界 (トップ3社) でモバイルキャリアレップ**CEO**
広告業界 (トップグループ) x 放送業界 (全東京キー局) でクロスメディア事業者**CEO**
- ・311をきっかけにプレイヤーに復帰。**ブランド・コンサル**を開始
-2012年 Web人 of the year受賞
-世界最大手外資広告グループに5年在籍、日本最大手広告グループに17年在籍
-各業界トップ・ブランド中心に**ブランド、グローバル、デジタルと様々な戦略コンサル**を手掛ける
- ・講演、記事、インタビュー、多数

主な実績 (2011～)

2011年～

Drive Japan

(日本自動車メーカー8社共同PJ)



SNSキャンペーン「Drive Heart」
総合プロデューサー

DMI (旧Web研) アワード
2012年Web人 of the year受賞



ブランド戦略
& Web戦略 & ブランド動画

グループ・ブランド戦略
2016年中期事業計画に採用



KONICA MINOLTA



グローバル・ブランド
動画

世界160か国以上で視聴
グローバルTVCMに採用



ブランド戦略
& スマホ支店 & VA

日本初のスマホVA開発
コンバージョン125%

2016年～ : グローバル案件

- ・ デジタル戦略コンサルティング (大手重工業)
- ・ 広報コンサルティング (大手薬品)
- ・ 宣伝戦略コンサルティング (大手総合電機)
- ・ SNS (戦略・運営・分析) (大手化粧品)

2018年～ : 全社的案件

- ・ ECサイト・リニューアル戦略 (大手航空)
- ・ 全社リ・ブランディング (健康・美容)
- ・ MKTG4Pとデジタル全体でCEO支援 (グローバル食品)
- ・ 中長期の次世代向けアプリ事業戦略 (地方新聞)

| | |
|--|---|
| <p>総合住宅会社様</p> <p>今でこそ、ブランド戦略は経営戦略そのもの、と考える企業が増えて来ましたが、山崎さんは10年前からそんな提言をされておりました。当社もご一緒させていただく中で「ブランド」について考え直すきっかけをつくってくれました。おかげで、今、当社も業界のリーディングカンパニーとして価値が提供出来ていると思います。</p> <p>そして企業に益々公益性が求められる今、「企業の存在意義そのもの」から問う山崎さんのアプローチに時代が追いついて来ましたね。</p> | <p>通信・IT会社様</p> <p>SDGsという言葉はあっという間に日本人に知られる言葉となり、環境意識の高まりなど、消費者の意識も変化しています。それに伴い企業経営者も今やESGを意識した経営に切り替わってきています。</p> <p>このような時代の変化を、長くブランディングに携わってきた山崎さんは早くから敏感に感じていました。SDGsという言葉がまだミレニアムゴールと呼ばれていた時から、この重要な要素を経営に取り入れるべき視点として、そして、これらの追求が新しいブランディングの姿だと言っていたのです。</p> <p>この先のブランディがどのような変化をしていくのか、山崎さんとの仕事はいつも刺激でいっぱいです。</p> |
| <p>食品会社様</p> <p>山崎さんを一言で表すと、「ブランディング業界の先駆者」です。ブランドの本質と価値、その力をずっと変わらずに語り続け、グローバルの潮流をわかりやすく翻訳し、未来を切り拓くヒントを惜しげもなく授けてくれます。</p> <p>いつもとてもフランクでお優しく、クライアントの理解に丁寧に時間をかけ、課題に向き合い、導いてくださいます。</p> | <p>自動車会社様</p> <p>既成概念を打ち破る戦略家、そんなイメージの方です。一般的な発想では、検討もしない事にチャレンジすること、そしてそれをやり抜くための道筋を開拓するのが趣味なんだと思ってます。</p> <p>同じマーケティング、ブランディングの仕事を生業としてきた同業者として、敵に回したくない1人です。</p> |

2024.7.18.木@SNAP(浅草)&Zoom START 19:30- END 21:30

＼ブランドについて学び合う学会 /
日本ブランド経営学会サロン #62

「スタートアップ」×「ブランディング」

創業者の原体験からはじまる
コーポレート(法人格)
ブランディングについて

山崎浩人 代表
チカイケ 秀夫 PERSONAL VENTURE CAPITAL LLC CEO

企画運営コアメンバー：岩林 誠/深澤了/三輪智也/三浦 悠和/芝 智也/山野 昭江/嶋尾 かの子/後藤聖仁/山本 洋輔/チカイケ 秀夫

2024年7月 「日本ブランド経営学会サロン#62」登壇
『スタートアップ x ブランディング』

https://postix.com/event/4032488?view?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR2IMc_0d_7WpA4E9QZrYs1jQHR5SmMSTdHclJ0mVtCUI09G6C78t6TmmM_amm_n1axak8D7bP6DGFPPQCA

弊社出展ブースで
豪華コラボ対談を開催!

| | | |
|---|--|--|
| 7.3 WED 11:00~ マルタタリエンター YUUKI SNSを活用してイベント集客数を 増やすにはどうすればいい? | 7.4 THU 11:00~ フランス株式会社 代表 田中 健太郎 経営者精神の裏テーマにまつまを SNSに発信するにはどうすればいい? | 7.5 FRI 11:00~ 魔法インフルエンサー Ryozya モノが売れるインフルエンサー と選ばれる発信戦略とは? |
| 15:00~ 株式会社GENIA 代表 花田 健吾 お客様の真の声を聞く、 刺さるSNS広告の戦略とは? | 15:00~ フレンチ株式会社 SNS部 部長 藤原 洋 SNSは本当に効果的か? SNS とあるSNS広告の戦略とは? | 15:00~ Brand Ideal 合同会社 代表 山崎 浩人 SNSを活用した 2024年最新のブランディングとは? |

第16回 マーケティング Week - 夏 2024 - 2024. 7.3 WED - 7.5 FRI 10:00-18:00 (最終日は17:00まで)

2024年7月 「マーケティングWeek-2024夏-」登壇
『SNS x ブランディング』

<https://www.marketing-week.jp/summer/ja-jp.html>

自分らしさ発見! 講座

自分らしさ発見! 講座

【講師】 Brand Ideal 合同会社 山崎浩人
【日時】 土曜 19:00-21:00
【場所】 中目黒
【対象】 小学生
【定員】 20名
【申込】 2024年6月17日まで

KIPP 中目黒
Knowledge Is Power Program

2024年6月 小学生向けセミナー「KIPP中目黒」登壇
『自分らしさ発見! 講座』

<https://www.kippnagameguro.com/%E8%AC%9B%E5%BA%A7%E6%A1%88%E5%86%85%E5%B9%B4%E5%BA%A6G-7%E6%9C%88h.ufszn178u6d>

新時代のブランド x SNS戦略とは?

Brand ideaL Consulting × EmpaC

山崎 浩人 代表 × 松山 真衣 代表取締役

2024.5.29 WED 11:00-12:00 ONLINE

2024年5月 コラボセミナー登壇
『新時代のブランド x SNS戦略とは?』

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000078930.html>

参加者募集

実践型 パーパス経営ラボ

第14回 新時代の日本型パーパス(=ブランド理念)

【参加者募集】2024年3月26日(火) 第14回開催します!

2024年3月 パーパス経営ラボ登壇
新時代の日本型パーパス (ブランド理念)

https://note.com/p_pml/n/n3ed720fd5ab47fbclid=IwAR3RtRTNztFtclPUbYvnikTWW5DpiBE0B1bwE61dWg7WSpypytUk7JisU_aem_Ac4TVbV0mPEtWcAbLdm1TmdD5CqSkvHcB0a-QcyPgRtW4m0HIDIGMcso19Yed-V00WUls-1S80U5y8H2TJ9g

ザ・イノベーター THE INNOVATOR

INTERVIEW

YAMAZAKI HIROTO
山崎浩人
Brand ideaL 合同会社
代表
<https://www.brand-ideal.com/>

2024年2月 インタビュー
「ザ・イノベーター」

https://the-innovator.jp/interviewees/yamazaki_hiroto

| | | |
|--|--|--|
| | | |
| <p>2023年9月 BM協会セミナー登壇</p> | <p>2023年7月 BM協会「ブランディング実践サロン」対談</p> | <p>2022年11月 BM協会イベント登壇</p> |
| <p>カンヌライオンズ2023から考察する これからの日本のブランディングとクリエイティブ</p> | <p>これからのブランディング ~社会課題とデジタル時代を考える~</p> | <p>「第10回シンポジウム」 「ブランディングで日本を元気に！」</p> |
| <p>https://marketing.brand-mgr.org/lp/webinar_230905</p> | <p>https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pf6bd2z4HUUQ3N7m1WQm73VE3JN4HXJND9SHK5y6C3P28deYaaK4qVmntbQ4HMLDr6l8id=100054541686168</p> | <p>https://www.brand-mgr.org/symp2022/</p> |
| | | |
| <p>2021年9月 CCIセミナー登壇</p> | <p>2020年5月 BM協会 x CCI セミナー講演</p> | <p>2019年秋 アドタイデイズ講演</p> |
| <p>【最新マーケティング事例紹介】 ファンベースでのDXで絶好調サブウェイ！！</p> | <p>社会大転換時代の緊急提言 企業はブランド(本質) x デジタル(先進)で生き残れ 『Social Good Branding』</p> | <p>社会動向と生活者の本音をSNS 分析！ ブランドコンサル視点のコミュニケーション設計</p> |
| <p>https://www.cci.co.jp/seminar/marketing-seminar-20210907/</p> | <p>https://www.brand-mgr.org/blog/media/1899.html</p> | <p>https://www.brand-mgr.org/wp-content/uploads/2019/09/190924.pdf</p> |

無料相談

～経営課題の根本解決へ第一歩～



話せば見える、貴社の解決策

「ブランド理念コンサルティング」

貴社の本質的価値を探求。成長のエンジンに進化！

ブランディング（企業、事業、商品）や経営戦略、マーケティング戦略、コミュニケーション戦略など、課題や解決方法についての無料相談を行っております。
まずはお気軽にご連絡ください。

無料相談はこちらから ▶

THANK YOU!

Brand ideaL
Consulting

<https://www.brand-ideal.com/>