

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

POP QUIZ (ミニテスト)

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

This is a pen for the club member.

※ 先月のノベルティ（クラメン専用ペン）

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q1.

**世界観とは、
会社の「***」を
見える化すること。**

以下から選んでください。

- ☐ 方向性
- ☐ 成長性
- ☐ 社長の好み

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q2.

介護会社アールケアは、
「もしも、***が
介護施設を運営したら」

以下から選んでください。

- ☐ ラルフローレン
- ☐ レクサス
- ☐ 高級ホテル

Q3.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

同業者がやらない
“世界観”によって、
「今まで以上に***存在」
になれる。

以下から選んでください。

- ☐ 目立つ
- ☐ 一風変わった
- ☐ 近寄りがたい



企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q4.

世界観を整えることで、
スタッフが「***」なる。

以下から選んでください。

- ☐ 苦勞しなく
- ☐ 迷わなく
- ☐ 離職しなく

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q5.

**世界観を持つことで、
「＊＊＊」の応募数が
桁違いに増える！**

以下から選んでください。

☐ 採用

☐ 寄付

☐ コンテスト



CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

答え合わせ

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q1.

世界観とは、
会社の「**方向性**」を
見える化すること。

以下から選んでください。

- ☐ 方向性
- ☐ 成長性
- ☐ 社長の好み

Q2.

介護会社アールケアは、
「もしも、ラルフローレンが
介護施設を運営したら」

以下から選んでください。

- ☐ ラルフローレン
- ☐ レクサス
- ☐ 高級ホテル

Q3. 企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q3.

同業者がやらない

“世界観”によって、

「今まで以上に**目立つ**存在」

になれる。

以下から選んでください。

☐ 目立つ

☐ 一風変わった

☐ 近寄りがたい

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q4.

世界観を整えることで、
スタッフが「**苦勞しなく**」なる。

以下から選んでください。

- ☐ 苦勞しなく
- ☐ 迷わなく
- ☐ 離職しなく

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q5.

世界観を持つことで、
「採用」の応募数が
桁違いに増える！

以下から選んでください。

- ☐ 採用
- ☐ 寄付
- ☐ コンテスト

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



A faded, sketchy illustration of six figures in uniform standing in a row against a cloudy sky. The figures are drawn with dark, expressive lines, and their uniforms appear to be military or police in nature. The overall style is artistic and somewhat abstract.

THIS MONTH'S THEME

“UNIFORM”

THINK & DISCUSS !

**当然ですが・・・、
来月会社のユニを
変えることに！**

**まずは、どんなアクションを
起こしますか??**

- ☐ ユニ会社に相談
- ☐ ネットで検索



THINK & DISCUSS !

- 付き合いのあるユニフォーム会社に連絡
- ユニフォーム会社のサイトを見る
- ユニフォーム会社のカタログを取り寄せてみる
- 社内のデザイナーにデザインを考えてもらう
- 付き合いのある社外デザイナーに考えてもらう



ユニフォーム会社に提案してもらおうと・・・



ユニフォーム会社に提案してもらおうと・・・



ユニフォーム会社に提案してもらおうと・・・

個性的で かっこいい デニム作業着

カモフラ柄と無地を選べる
ストレッチデニム生地！



ユニフォームカタログを取り寄せてみると・・・



デザイナー任せで考えてもらおうと・・・



いずれも「従来の」ユニフォームのつくり方・・・



「従来のつくり方」では、こうはならない！



「従来のつくり方」では、こうはならない！



THINK !

この「違い」は何でしょう？（※先月のおさらい）

= 「世界観」



THIS MONTH'S THEME

“UNIFORM”

- ~~1.従来のユニフォーム~~
- 2.ブランディングとしてのユニフォーム
- 3.知っておいた方がいいユニフォームいろは
- 4.ユニフォームを変えた後に・・・
- 5.今月のまとめ

TREASURE ISLAND『国際空港ラウンジ風』



TREASURE ISLAND『国際空港ラウンジ風』



SUIKO『グランピング風』



R-CARE『マリン風』



アール

挑戦はまっ先に。サー



*Opening Ceremony
2016*



*ng Ceremony
2016*

ブランディングとしての ユニフォームの考え方？

□「世界観」にあったものであること

□「メッセージ」が込められていること



メッセージ >> コミュニケーションツール！



メッセージ >> コミュニケーションツール！



メッセージ >> コミュニケーションツール！



メッセージ >> コミュニケーションツール！



THIS MONTH'S THEME

“UNIFORM”

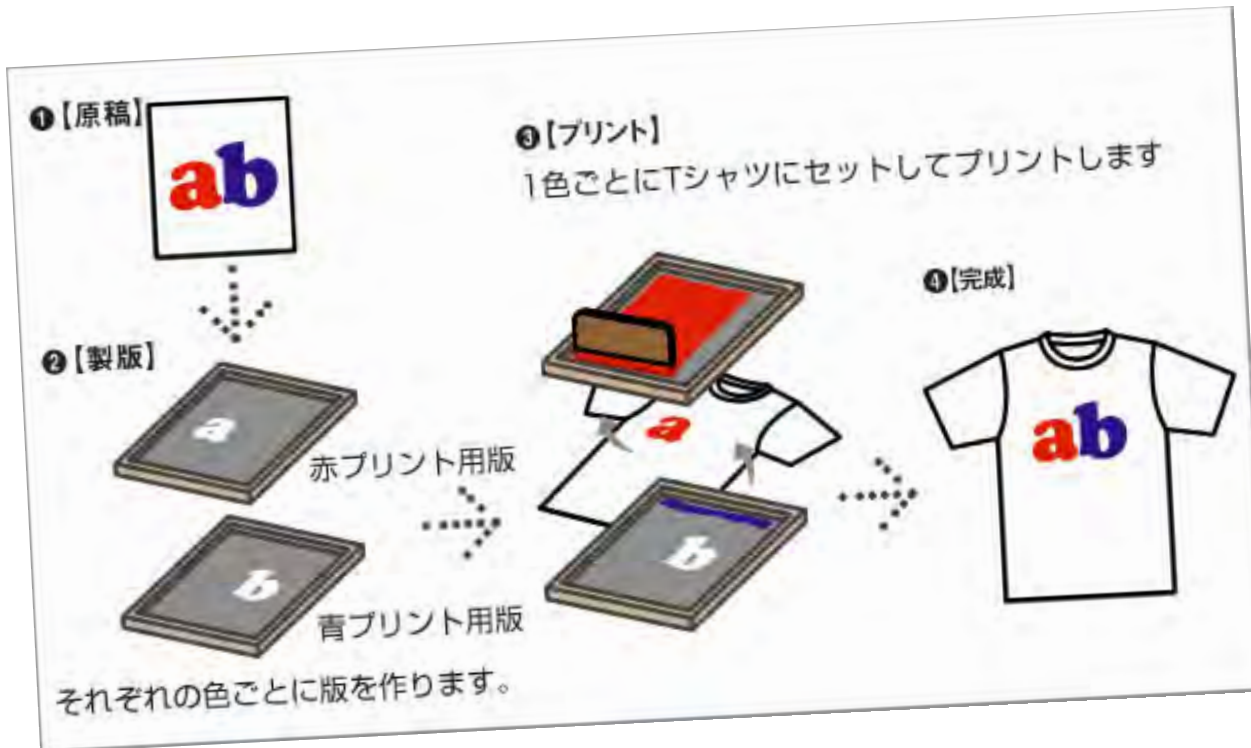
- ~~1.従来のユニフォーム~~
- ~~2.ブランディングとしてのユニフォーム~~
- 3.知っておいた方がいいユニフォームいろは
- 4.ユニフォームを変えた後に・・・
- 5.今月のまとめ

「プリントの手法」でコストが大きく変わる

□ シルクスクリーン（版画と同じ理論）

□ インクジェット（プリンターと同じ）

□ フロッキープリント（カッティングシートと同じ）



シルクスクリーン？



フロッキープリント？



「ワッペン」を用いると立体感が出る

- ワッペン製作（その分コストはかかる）

- 直刺繍（型代が必要なので意外とコスト高）



「新しいユニフォームメーカー」で選ぶ

□ Lee WORK WEAR

□ クラシコ

□ UNIQLO UNIFORM



作業着系なら、アメリカのワークウェアで！



医療系なら、クラシコで！



オフィス系なら、ユニクロカスタマイズで！



ポロシャツだって、ボタндаウンとか様々！



THIS MONTH'S THEME

“UNIFORM”

- ~~1.従来のユニフォーム~~
- ~~2.ブランディングとしてのユニフォーム~~
- ~~3.知っておいた方がいいユニフォームいろは~~
- 4.ユニフォームを変えた後に・・・
- 5.今月のまとめ

「そんなの恥ずかしくて着れねえよ！」

**何をどうつくったとしても、
必ずこんな反応が出てくる。**

例えば？

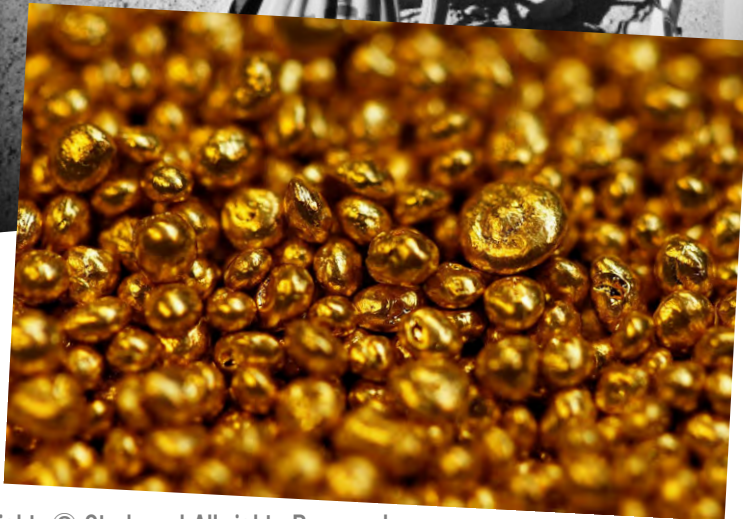
**若い世代が働きたいと
思える業界・会社にして
いくために・・・**

**ユニフォームをデニムで
若々しさやかっこよさを
もっと！」**



デニムはそもそも、本来が作業着！

（ユニフォームとして200年の歴史がある・・・）



LION研究所はドクターズコートがデニム！



三井造船のつなぎもデニム！（@岡山）



このユニも最初は反論いっぱいだった！



THIS MONTH'S THEME

“UNIFORM”

- ~~1.従来のユニフォーム~~
- ~~2.ブランディングとしてのユニフォーム~~
- ~~3.知っておいた方がいいユニフォームいろは~~
- ~~4.ユニフォームを変えた後に~~
- 5.今月のまとめ

まとめ1：従来のユニフォームの考え方

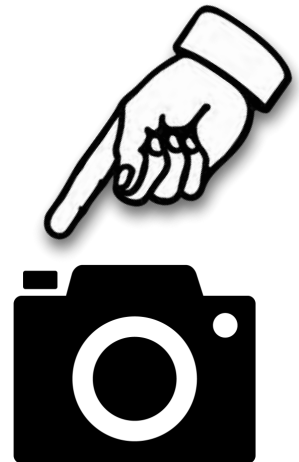
**「仕事の道具」として、
機能性重視のモノ。**

- ユニフォーム会社に提案してもらう
- ユニフォームメーカーのカatalogから選ぶ
- 実用性(機能、ポケット数、速乾性等)で選ぶ
- 社名を胸に刺繍 (or ロゴワッペン)
- 会社のロゴを背中に大きくプリント



まとめ2：ブランディングとしての考え方 「コミュニケーションツール」 として機能するモノ。

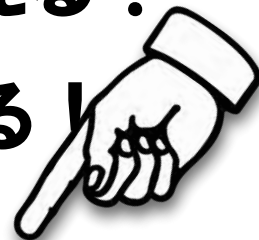
- ユニフォームメーカーの「**カタログ**」から選ばない！
- 実用性・機能性より、「**世界観**」に合わせる！
- 社名やロゴよりも、「**メッセージ**」を乗せる！
- 「**IDカード**」もユニフォームの一部と考える！
- つくる&着るだけで終わらせない！
（**メディア** 掲載）



まとめ3：コミュツールにするメリット

「中小企業の困りごと」 をいくつも解決できる。

- しっかり「**プレスリリース**」するとメディアに載る！
- で、地域・業界から「**注目**」を集める！
- すると、結構「**採用**」にも響いて応募数が増える！
- スタッフの「**働き方**」(モチベ・モラル)も変わる！
- 「**専門家度**」や憧れが高まり、脱・安売り！



ユニフォーム雑誌の表紙 & 巻頭特集！

ユニフォームの新時代を提案するカスタムマガジン

2016 May vol.101

5

Uniform

ユニフォームプラス

Plus



巻頭特集

改めて問われる ワークウェアの価値

アップコン株式会社

神奈川県川崎市

建設業界でブランド化を

「プロスポーツチームのように応援される働き方」—— 独自の工法で注目を集める建設業界のベンチャー企業、アップコンは全社的なブランド戦略に取り組んでいる「ライクア・プロフェッショナルスポーツチーム」という世界観（ブランドイメージ）のもと、ロゴマークや車両、ユニフォームを一新した。なぜ、ブランド化が必要なのか。そしてなぜ、スポーツチームなのか。気鋭の社長、松藤展和氏に直撃インタビューした。



アップコンのユニフォーム。建設の現場での作業に最適化した。



建設現場に「JPN」の文字、会社代表チームのイメージに合わせたユニフォームを着用する。



スポーツチーム風のエンブレム。ロゴマークにも採用し、会社で作成したユニフォームを着用する。

建設現場のユニフォームを着用している松藤展和社長。

床の傾きをスピード解決
独自の工法「アップコン」

地盤沈下や地震などが原因で、コンクリートの床に沈下や段差、空隙が生じると、建物は傾いてしまう。新たにコンクリート舗装が必要になる。

同社の独自の工法「アップコン」は、スラブ沈下修正工法と呼ばれる技術で、ウレタン樹脂を使用する。コンクリート床に直径16mmの小さな穴を開け、ミリ単位でレベルを常時監視しながらウレタン樹脂を注入。注入された樹脂は短時間で発泡する圧力で地盤を圧密強化する。さらに地盤力を向上させながらコンクリートを押上げて元に戻す。従来のコンクリート舗装に比べ工期は10分の1に短縮、換装を停止する必要がなく騒音やほこりほとんどない。

2003年の会社設立以来、店舗や倉庫、工場、学校、住宅、道路や空港まで実績を持つ。本社は神奈川県の大磯インターチェンジ（IC）施設「かながわサイエンスパーク（KSP）」にあり、技術的開発・研究にも取り組んでいる。

ユニフォーム雑誌の表紙 & 巻頭特集！



業界 み・きき 創刊10周年記念／オークス株式会社



オークス株式会社

会社のブランディング ユニフォームで実現

「カッコいいユニフォームを着ている会社が新潟にある」と聞いたのは昨年秋のこと。8種類のユニフォームを作り、ファッションショーまで開いたらしい。会社のブランディングにも成功し、製品の販路拡大にもつながったと聞き早速、上越新幹線に乗り、新潟へ向かった。

新潟県三条市

便利なキッチンツール

東京から上越新幹線で約2時間。新潟県三条市は古くから金箔加工で栄えてきた町だ。JR熱三条駅には包丁や洋食器、鍋といった日本を代表する金箔加工品が並ぶ。

オークスは三条市でキッチンツールの企画、販売をしている。創業は1946年で、90年に現在の社名になった。製造は熱三条の複数のメーカーに依頼し、伝統の技を全国に伝えている。扱う商品は料理を作る人が「あったらいいな」と思うものが多い。みそ汁を作る時に、味噌の量を簡単に量れる「計量みそマドラー」は90万本を売り上げたヒット商品だ。手を汚さないで料理できる小型トングといった日常に「ちょっとした感動」を与える商品開発を目指している。

ただ、キッチン雑貨は競争が激しい分野。佐藤俊之社長は「長い時間をかけて知恵を絞った商品を出してもすぐに似たものが登場する」と話す。製品だけではなく、会社の知名度アップが欠か

ユニフォーム雑誌の表紙 & 巻頭特集！

Uniform⁺

3
2019 MAR.
ユニフォームプラス
Vol. 135



巻頭特集
業界の常識を変えるユニフォーム

岩瀬商店株式会社

広島県福山市

100年続く老舗染料屋の挑戦



「**明るいき生き残り戦略**」
を考える

瀬戸内の温暖な気候と風土が綿の栽培に適しているとされ「備後耕」の産地として有名な広島県東部に位置する福山市。その市内中心部にあるカンパニーこそ岩瀬商店株式会社である。スタッフ9名のうち7名が女性だ。

敷地内には、気軽に染め体験ができる「ソメラボ」や独創的な作業衣、和小物を扱う「bon. ショップ」、オンラインショップの商品を置くストックヤードまで大改装を行い、2018年にリニューアルオープンをしたばかりだ。

岩瀬商店株式会社は、大正5年に染料の卸問屋として創業、1972年に法人化した。そして、創業から100年以上経ったのを機に社名を創業当時のものに變更。縮小や倒産などの暗いニュースばかり飛び交う業界の中で、老舗染料屋が常識を超えた、かつてない挑戦をしている。

LAST MESSAGE !

『人はその制服通りの人間になる』

—ナポレオン・ボナパルト

- 
- >> 会社の目指す「方向性」
 - >> スタッフの「モチベ」アップ
 - >> スタッフの「モラル」アップ

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

B R E A K



CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

CASE STUDY

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

INFORMATION

JUN. 2019

STARBRAND CLUB MEMBER SEMINAR

“企業ブランド・プランナー” 資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

--- Schedule ---

**JUN.
2019**

6 / 4 FUKUOKA
6 / 6 OSAKA
6 / 11 TOKYO
6 / 12 IWATE
6 / 13 YAMAGATA

--- Dress Code ---

WHITE
Father's Day



--- Theme ---

会議力

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

#01コーポレートメッセージ

#02クレド

#03コーポレートカラー

#04世界観

#05ユニフォーム

#06会議力

#07写真力

#08職場環境

#09名刺

#10ノベルティ

#11接客

#12プレスリリース

欠席したら？ 欠席した回は「映像受講」が可能です



Starbrand®
小さな夢色のブランド世界

FOR MEMBERS

● [サイトTOPへ戻る](#)

● [会員トップへ](#)

Starbrand

FOR MEMBERS



STARBRAND CLUB



SECRET SEMINAR シークレットセミナー

DAY 2018/12



STARBRAND OF THE YEAR 2018

今年は満を持して東京でのアワード開催！
東京湾クルーズを楽しみながら、2018年キラリと輝く活躍をした会社や個人を称えます。
ドレスアップしてお越しください！

TOKYO BAY 12月06日 19:00 at お台場パレットタウン桟橋（パレットタウン乗船場）
DINNER
CRUISE

DRESS CODE : 【BLACK TIE】

● [PDFダウンロード](#)

忘れずに、受講票に★スタンプを！

(1)
名前を記入
アルファベットで

(2)
社名を記入
アルファベットで

(3)
次回から
会場入り口で



小さな会社のブランド開発

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略