

た目で社内にメッセージ
ほうが、「会社が本気で変
うとしていること」が社員
わかります。

会社を変えるのは大変でも
社長を変えるのは簡単

聞かれる言葉
不透明な日
を乗りき
長自身を
であつ
で力
を上
をア
の
に要した期間は半年程度です。
社長が若々しくオシャレになつ
たことで採用は好調。メディア
露出も増え、「社長がカッコよ
くなった」と若い世代の社員に
も好評です。さらに、ご家族も
喜んでいらいます。

40名という中小企業です。
たとえ40名でも、ブランディ
ングを行い、会社のイメージを
短期間で変えるにはさまざま
ハードルがあります。でも、社
長自身の見た目改革なら簡単。
各人のビフォア／アフターの写
真を載せましたが、イメチェン

要
革
の
場
化で
囲気だ
が親し
は一

なぜ社長の見た目改革は
必要なのか？

「社長が變われれば、スピードも加速する、会社の改革経験から私が言える」。これは、企業ブランディングのことであつた。社長ブランディングと並行お勧めする理由です。朝礼で言葉を重ねるよりも、トップの見

「街の印刷屋さ
案企業へ」と改革を進める中、
ソンに見えるようにしよう」と、
イメチェンを決行しました。
三田社長の場合、父親から会
社を引き継いだと同時に自身の
時代と比べ、業界は変わる。
「先代
モノやサービスを売るには中小

企業も広報力の強化が必要。ためには自分がメディアに出来るような人物にならないと考へ、アフターにならない歩き着きました。

写真に

で、
は、

フネ
グのい
のい？

いめに、社長ブランドینگの
発想が、ようか？
だから着る、着たいか？
「着る」といって、一つ大事な
「流布」をやること、自分軸の服
受け手の立場で考えた

「い。ここで言う「着地したい新イメージ」とは、」

「ジャケット」と、少し大目な体型にフィットのジャケットですが、スーツを着る社長は多いこと、野暮なく感じました。簡単なだけで、社員さんからも、改善、社長の見直し、

Before

After

顔の不動
心の三日月太
目で少し微笑
が、柔らかな
肌しめやれもに
シャープなス
と合わせれば、個性
的なXがあらわれ
た。

横浜の横浜製紙会社。長井社長。就活生に「この会社はほかと違うな」と思
わせる遊び心のあるファッションを意図

中小企業のための
ブランディング入門



村尾隆介氏
中小企業のブランド戦略を
定着させたコンサルタント

「ミスノ本 世界
で愛される日本
的企業」の秘密
(ワニブックス)

Profile

国内外で20冊以上の著作を持つ中小企
業のブランディングの第一人者。病弱14
年を乗り越えたのちホンダ本社に入社、
担当としてブランド戦略の経験を
のグローバルな視野と発想から
界からの依頼が多く、全国の
ブランディングやカリキュラムづ
まわる。社会活動家と
熱心。