

「らしさ」発見 はじめの一步シート

創業経営者向け

下記の文章の空欄を埋めてみてください。あなたのブランドの輪廓が見えてくると思います。

Step1. 【自社の根源】



同業他社たちが優先しているのは、単に「① 」だと思います。
ですが私(たち)は、あえて「② 」が
大切だと思い起業しました。

< 考えるヒント >

- ①: あなたが業界に対して「おかしい」「つまらない」と感じていることは、具体的にどんなことですか？
(例: 利益追求主義、見せかけだけ・まやかし、人まね、コピー商品づくり、、、など)
- ②: ①の正反対のこと。あなたが大切にしている「ここが重要 / 要点 / 正義だ」と信じていることはなんですか？
(例: 地元原料へのこだわり、地元製造のこだわり、環境に負荷をかけない、正直さ、社会貢献、など)

Step2. 【自社のスタイル】



私たちの仕事は常に、細部にまで“想い”が行き届いています。
だからこそ、たとえ手間やコストがかかりすぎると指摘されても、
「③ 」というやり方だけは変えません。

< 考えるヒント >

- ③: 周囲から「そこまでやらなくても…」と言われるような、あなたが手放したくない「こだわり」はどんなものですか？
(例: 手作り、地元の雇用をつくる、企画・製造・販売すべてを自社で行うこと、、、など)

Step3. 【“やらないこと”を決める】



私たちは、何でも屋ではありません。たとえ高い報酬を積まれたとしても、
私たちの哲学や美学に反する「④ 」のような
仕事は、きっぱりとお断りします。

< 考えるヒント >

- ④: これをやってしまったら、もう自分たちの会社ではなくなる、と思う境界線はどこですか？
(例: 安い価格帯の商材をつくる、OEM で他社に製造を依頼する、販売価格を下げる、、、など)

Step4. 【自社の価値】



その結果、私たちを選んでくださったお客様には、
単なる商品・サービスだけでなく「⑤ 」という、
他では味わえない体験や物語をお持ち帰りいただきます。

< 考えるヒント >

- ⑤: 機能の話ではなく、お客様がどんな「気持ち」になるかを、考えてみてください
(例: 安心感、優越感、お得感、高揚感、思い出の想起、、、など)

Step5. 【自社を定義する】



一言で定義するならば、つまり私たち(の会社)は単なる「〇〇屋」ではなく、
社会に「⑥ 」を増やしていくチームです。

< 考えるヒント >

- ⑥: 自社の存在意義とは何だと想いますか？ Step1~4を総括するようなキーワードは思い当たりますか？