

「らしさ」発見 はじめの一步シート

継承 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郭が見えてくると思います。

Step1. 【継承と革新】



私は、先代までが築き上げてきた素晴らしい資産「① 」を誇りに思います。しかし、それを守るだけでなく、私の代では新しく「② 」を加えることで、この会社を進化させます。

< 考えるヒント >

- ①: 歴代代表へのリスペクトの具体例である、“変えてはいけない土台”とは、どんなものだとお考えですか。
(例: 手作り、秘伝のレシピ、人間の手になじむ形状の創造、地域の原料にこだわる、、、など)
- ②: あなた自身の「色」や、時代の変化に合わせて取り組む新しい「価値や創造」としては、どんなことを考えていますか。
(例: 自然派から賢明派へ、量産の速さ、店頭コミュニケーション、他県都市への出店、、、など)

Step2. 【府県のDNA】



時代やツールが変わっても、「③ 」というマインドだけは、どんなに苦しい時でも一番大切にしていきたい判断基準です。将来にも受け継いでもらいたい。

< 考えるヒント >

- ③: スタッフ全員に徹底させたい、貴社の「バックボーン(背骨)」となっている精神性について。
(例: 嘘をつかない、騙さない、地域を大事にする、失敗を恐れない、、、など)

Step3. 【決別】



その一方で、これからの時代に生き残るため、これまで当たり前とされてきた「④ 」は、私の責任において廃止・刷新します(した)。

< 考えるヒント >

- ④: 社内の聖域になっていたこと、および、実はずっと「今の時代には合わない」と感じてきたことはなんですか。
(例: 社長に権限が集中し過ぎる、営業のノルマ制、県で一番の地元原料率、、、など)

Step4. 【新たな約束】



古くからのお客様、そしてこれから出会う新しいお客様に対して、私たちは「伝統ある安心感」とともに、「④ 」という新しい風を感じていただきたいのです。

< 考えるヒント >

- ⑤: 代が変わったからこそ提供できるようになった、プラスアルファの価値は？と問われたらどのように答えますか。
(例: 同ブランドの横展開、SNS などの今どきの媒体での広告宣伝活動、、、など)

Step5. 【再定義】



私たちは、先代までのコピーではありません。社歴・伝統を武器にしつつも、未来に向けて「⑤ 」を実現する、新しいブランドとして生まれ変わります。

< 考えるヒント >

いまから 20 年後、会社はどのように認知されたいと思いますか？ 自社の存在意義を一言で、と問われたらどのよう