

# 自社の「らしさ」探索シート

以下の5つの問いかけに、なるべく詳細に答えてみてください。あなたのブランドの輪郭が見えてくるはずです。

## Step1.

[ Why Now? ]

### 原動力

創業前夜のことを思い出してください。あなたは業界の現状や社会に対して、どのような「違和感」を感じていましたか？「義憤」に似た思いはありましたか？「こうあるべきだ」と、あなたを突き動かした初期衝動について具体的に記してください。

## Step2.

[ Obsession ]

### 非合理の美学

経営上の効率や利益を考えれば、適切な取りやめや切り捨ては必ず必要です。しかし、あなたが「意地でも切らない、やり続ける」と考えていることはありますか？他人が「いつまでもバカなことを」と笑ったとしても譲れない“こだわり”を教えてください。

## Step3.

[ Sanctuary ]

### 誇り高き拒絶

もしも、の話です。会社の資金が底をつきそうな時でも、「これに手を染めるくらいなら会社を畳んだほうがマシだ」と思う仕事や手段とは、どんなことですか？あなたと会社の品格を守るための“やらないことルール、リスト”を定義してみてください。

## Step4.

[ Transformation ]

### 顧客の変容

あなたの会社の商品・サービスを利用すると、お客様の“人生（またはビジネス）の景色”は、利用する前と後で具体的にどう変わりますか？お客様が手にする「機能的なメリット」と、新しい自分や感情など「情緒的な変化」の、両面を言語化してみてください。

## Step5.

[ Legacy ]

### 不在の損失

突然ですが、明日あなたの会社が消えてしまうとします。そのとき、業界や社会は「何を」失うことになりますか？業界が「あのポジションが空いた」、社会が「代わりはあるのか？」など口々に言うことになる、貴社だけの“存在意義”という、どんなことになりますか。