

1 級ブランド・プランナー実践レポート

※1 つのブランディングプロジェクトにつき 1 枚提出

プランナー名：布施卓人

① お客様の基本情報を教えてください

お客様名：A 社

業種：オーガニック D2C ブランド

事業内容：オイル・ボディケア・マスク・香水等の化粧品や雑貨等の製造と販売

今回提供したサービス：

アウトナーブランディング：キーコンセプト開発、プロダクト開発支援、EC 改善、SNS 改善、全体戦略

インナーブランディング：スタッフの育成、新規採用アドバイザー

② ブランディング導入前のことを教えてください

新たなブランドとして立ち上げたばかりだったが、軌道に乗りきれていない状況だった。

コロナ禍ということもあり、店舗展開や卸がメインとなっており、EC での展開も実行していたが、まだまだスタートアップということもあり軌道には乗りきれていなかった。

お母様と娘様がメインで戦略や商品開発を実施していたが、なかなか親子ということもあり、親族経営にありがちな意思疎通が図り切れていなかった。

お母様はこのブランドを軸に、化粧品を中心とした D2C ブランドを目指すという経営戦略を模索している最中でのご依頼となった。

既に、最低限のブランディング要素は出来上がっていたが、各戦略の一貫性や精度をより高めていく為、リブランディングもしくはブランディングを補強していく役割として実行した。

商品開発～EC～SNS～CRM までのフローがアンマッチだった為、そこにより一貫性を持たせ、キーワードメッセージも統一していった。

同時に、今後の経営方針や営業戦略のアドバイスもさせて頂き、今回のブランドローンチした背景や今後の経営ビジョンが明確になっていなかった為、その点を一緒に少しでも明確化させていったことも、今案件の特徴の一つだろう。

更には、チームメンバーでの情報共有のあり方や考え方等、そのあたりも意外とブランディング構築時に課題となった。

社長の IT リテラシーとメンバー間での IT リテラシーの差を埋めつつ、両者の立ち位置や言い分に配慮しながら

ら進めていくことも重要であり課題となった。

③ ブランディング導入後のことを教えてください

実際にブランディングとして携わった最初の仕事は、この新しいブランドのビジョンや経営ビジョンの明確化をしていくところからスタートした。(そして、これはまだ終わりではなく、今も続いている)

より明確化したことにより、ターゲティングやどのチャンネルに広告展開していくのか、どの流通チャネルを活用していくのか等の優先順位付を明確化し、共有した。

現状は、卸や他社との共同開発、店舗展開、EC等多岐に展開していた為、軸足がはっきりしていなかった。最終的には、D2Cブランドとして自社ブランドの拡散を明確化し、各種SNS戦略等も強化していくことになった。BtoB事業は、あくまで中期的なキャッシュカウ事業と位置付け、あくまで長期目線はD2Cブランドを目指していくこととした。

結果として、この戦略後のD2Cのインスタフォロワーが増加したり、BtoB事業の担当しているスタッフの営業力が向上したりとブランディング効果が実績に繋がり始めている。

各種ブランディング視点にたった商品開発にも携わり、商品ポートフォリオ戦略を明確化し、新商品の売上向上に努めている。

商品ポートフォリオに基づき、商品ごとの販売チャネルを決めたことにより、その後の企画商品のマスクも好調な売上となり、現在も様々な施策を展開している。

新たにAmazonでの出店、LINE@を活用した新規集客やCRMも構築していく中で、ブランディングを基礎とした販売戦略と売上向上に少しずつだが繋げることができた。

④ プロジェクト進行中の印象的なエピソードなどあれば教えてください

今案件での印象的なエピソードは2点あります。

1、ブランディングとは、やはり経営戦略に直結することを痛感した。

当初は、ブランディングやECリニューアルレベルでしたが、ミーティングを重ね、コミュニケーションしていく中で経営戦略の再考が必要と判断し、経営者と二人三脚で経営戦略の立案を重ねていけることができた。ブランディングとは、経営に直結することを体感として痛感した。

2、家族経営の課題を学ことができた。

母と娘という家族の距離が、メリットにもデメリットにもなり得ることを、実感した。

多くのメリットがある一方、デメリットも垣間見えたことにより、今後の家族経営のコンサルティングやブランディングを構築していく上での経験となった。

それぞれの役割や得意分野を明確化し、納得して頂き、任せあうことが重要である。

家族なので言い合える仲ではあるが、ビジネスにおいては家族だけで経営や運営をしている訳ではないので、全体最適を考え、役割を明確にすることが有用と感じる。

第三者として立ち回りの利点を最大限活かし、マネジメントコントロールすることが重要だと経験できる良い機会となった。

合わせて家族経営のメリットも痛感し、ブランドを通じたマネジメントについて学びが多かった。

⑤ Before・Afterの成果物などがあれば教えて下さい

記載なし

記載なし