

1
売上を上げる
ブランディング
のプロフェッショナル

創業65年目の挑戦。 企業ブランドの復活プロジェクト

ロゴの刷新やブランドブックの作成で、社員の意識を統一

創業65年を誇る老舗アパレル企業、三愛。同社は1992年に年商1000億円を超え、アパレルの小売業で国内トップの規模にまで成長した。しかし、近年は少子高齢化やファストファッションの波など、経営環境は厳しくなりつつあった。そこで、2009年に社長に就任した和田氏は、その状況を打開すべく、「ブランドプロジェクト」を立ち上げた。フルスロトルの協力を得て、C1やロゴを刷新し、新しい「三愛ブランド」を創りあげたのだ。その結果、社内の価値基準が共有され、一枚岩の組織ができたという。今回は三愛の和田氏とフルスロトルの林氏に話を聞いた。

広告宣伝からブランドは生まれない

——三愛は2009年に「ブランドプロジェクト」を立ち上げたそうですね。その経緯を教えてください。

和田：私は2009年4月に社長に就任した後、徹底的に自社の現状分析を行いました。すると、ひとつの大きな経営課題が浮かび上がってきたんです。それは、「三愛」という企業ブランドの力が弱まっていたこと。そこで、もう一度、「三愛ブランド」を再構築することを決意しました。

ただし、ブランドは広告宣伝だけで構築できるものではありません。社員の意識、商品、店舗など、トータルに変えなければブランドは構築できません。つまり、全社を巻き込んだ活動にする必要がある。そこで、2009年に社員たちと「三愛とは何か？」という根源的な問いから、三愛ブランドについて議論を深めていったのです。

——そういった議論を通じて、どうやって三愛ブランドを再構築していったのですか。

和田：まず社員との議論の中で「銀座」と「愛」というキーワードが浮かび上がってきました。そして、それらのキーワードをベースに、新しい経営ビジョンが誕生しました。それは「銀座バリューを大切に愛を描き、創り、提供し続ける三愛」です。さらに、経営ビジョンをシンプルに表現したコピー（L

ove & New」も作成。そして、これらの考え方をまとめたクレド（企業理念、哲学）を全社員に配布しました。

全社員にクレドを具体的に理解させる

——今回のブランドプロジェクトにおいて、フルスロトルさんほどのような役割を担ったのでしょうか。

和田：クレドを現場社員に理解してもらい、社員の声を新たにクレドに盛り込む役割を担ってもらいました。当時、社員からは「クレドに書いてあることは分かるが、日常業務にどう活かしたらいいか分からない」という声があがっていました。そこで、2010年7月、林さんにもブランドプロジェクトに参画して頂いたので。

ちなみに、林さんと出会ったきっかけは、親しい知人からの紹介でした。ITビジネス出身で情熱と才覚がある人物が、ブランドコンサルティング会社を起業したと聞いて興味を持ち、今回のブランドプロジェクトに協力してもらおうことにしたのです。

特別対談

林 寛樹 × 和田 敬三

林：私はまず三愛さんの経営幹部の合宿に参加させて頂きました。そして、その合宿で「企業ブランドの概念と本質的価値」についてお話ししました。

和田：一般的に「アパレル企業はブランドの概念について熟知している」というイメージがあると思いますが、実際はそうではありません。洋服のデザイン、紙袋、店舗の看板など、ビジュアル化された「ファッションブランド」を意識しがちです。三愛という「企業ブランド」については意識が希薄でした。そこで、フルスロトルさんに協力してもらい、三愛という企業ブランドを明確化し、社内に浸透させていったんです。

社内に三愛ブランドが浸透し一枚岩の組織に

——どうやって三愛ブランドを社員に浸透させていったのですか。

和田：フルスロトルさんに、企業理念やCI（コーポレートアイデンティティ）、ブランドロゴを再構築してもらいました。創業65年の歴史の中で、社員やお客さまが認識している価値を、あらためて整理し直してもらったんです。そして、「ブランドブック」という小冊子に落とし込み、全社員に配布してもらいました。

林：プロジェクト中は、毎週のように経営幹部や社員の方々とお会いしました。そしてコミュニケーションを重ねるなかで、全社員に響く言葉を拾い上げていきました。また、みなさんが言葉にできていない価値観や想いを、私たちが言語化していったこともありましたが、非常に楽しく仕事をさせて頂きました。

和田：完成したブランドブックを見た時、まずデザイン性の高さに感心しました。

売上を上げる

ブランディングのプロフェッショナル

フルスロトル流！ 企業ブランドを構築する 5つのフロー

1 ブランドコンセプトの設計

- 経営者へのヒアリング・ゴールのすり合わせ
- 企業ブランド構築のロードマップ作成
- CI/VI/BIの検証・再構築



2 インナー(社内向け)ブランディング

- 経営理念の検証・再構築
 - ブランドブック等の浸透支援ツール開発
 - 社内ワークショップ・トレーニング実施
- *三愛のブランドプロジェクトではインナーブランディングのみを実施



3 アウター(社外向け)ブランディング

- タッチポイント(顧客接点)分析、チューニング
- コミュニケーションツールの開発
- Webサイトの開発、リニューアル



4 SP(セールスプロモーション)支援

- 中長期的観点でのSPプログラム開発
- イベント・キャンペーン等企画・実施
- SEO等コンバージョン率向上による利益確保と認知度向上



5 ブランドチューニング

- ブランドイメージに関する効果測定
- 次フェーズに向けた検討・提案
- PDCAサイクルによる継続チューニング

株式会社フルスロトル
設立/2010年1月20日 資本金/300万円 従業員数/6名
事業内容/企業ブランド構築、SP支援(セールスプロモーション)、
クリエイティブワーク、システム・スマートフォンアプリ開発

03-5843-9328

フルスロトル 検索

http://www.fullthrottle.co.jp/

info@fullthrottle.co.jp

フルスロトル
代表取締役 兼 プランナー

林 寛樹

はやし ひろき

1977年、兵庫県生まれ。筑波大学第三学群社会工学類を卒業後、国内大手Sierに入社。その後、外資系ITリサーチ&コンサルファーム、人材ベンチャーを経て、2010年1月に株式会社フルスロトルを設立。代表取締役兼プランナーに就任。

三愛
代表取締役社長

和田 敬三

わだ けいぞう

1953年、福岡県生まれ。同志社大学文学部卒業後、1976年に株式会社リコーに入社。2003年にリコー中国株式会社の代表取締役社長、2006年にリコーテクノシステムズ株式会社の取締役専務執行役員に就任。2008年にリコーグループである株式会社三愛の取締役副社長に就任。2009年に代表取締役社長に就任。

株式会社三愛

設立/1945年11月 資本金/34億350万円
売上高/130億円(2010年3月期/グループ計)
従業員数/677名(グループ計)
事業内容/
婦人衣料・水着・下着の全国ショップ展開等
URL/http://www.san-ai.com/

