

ハルのブラフェス

神戸大学大学院 栗木教授に学ぶ
「エフェクチュアル・シフト」

おかげさまでハルは、ブランディング専門企業として今年で20周年。感謝の気持ちをもつてみなさまとブランディングについて考える機会として「ハルのブランディングフェスティバル」(通称 ブラフェス)を開催中。

第1弾は8月22日(木)、神戸大学大学院 栗木教授による「エフェクチュアル・シフト」。予想を上回る参加者で賑わい、当日はセミナーとワークショップを実施。ワークショップでは、日本昔話の「わらしべ長者」を取り上げ、そのストーリーに隠れているエフェクチュアルの本質についてディスカッション。「菓にアブをくくりつけた着眼点が面白い!」「目の前の困った人の課題解決をしたことが成功のカギに?」などの意見が飛び交い会場を沸かせた。セミナー後は、ハルオフィスで交流会。新しいつながりが広がり、いくつものビジネスが動き出しそうだ。

2025年も多様な視点でブラフェスを企画。ぜひご期待いただきたい。

(株式会社ハルマーケティング・ディレクター 渡部久実子)



前川製作所の100周年

グローバルに企業風土を伝える
周年アニメーション動画を制作

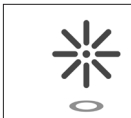
産業用冷凍機のトップメーカー前川製作所(通称マエカワ)が、2024年に創立100周年を迎えた。

100年という祝いの節目に「次の100年を推進するためのマエカワのDNA」を伝えるためのシンボルマークを制作。「打てば、響き、拡がる、ものづくりの可能性」をコンセプトにデザインしたマークは、マエカワの未来に込めたメッセージを表現している。また、今回初の取り組みとして、シンボルマークを使った30秒程度のアニメーション動画を制作。

表現で最も重視した点は、独自の成長を遂げてきたマエカワの企業風土を、多くの海外拠点で働く仲間に「言葉を介さずに直感的に伝える」こと。非言語でも伝わるよう、音にもこだわりの、トヨタなどのCMを手がけるサウンドクリエイターの若狭真司氏に作曲いただいた。シンボルマークの動きとサウンドを融合させることで、次の100年へのメッセージを表現したチャレンジングな動画に仕上がった。

グローバル展開が当たり前の今、非言語でのコーポレートコミュニケーションは、今後さらに注目されるのではないだろうか。

(株式会社ハルコミュニケーションプランナー 千代木育美)



▲ 周年動画



100周年、
次の未来へ。
100th Anniversary,
Towards the Next Future



▲ YouTube
動画はこちら

アート思考を紐解き、 新規事業創出のきっかけをつくる。 ハルのアート鑑賞ワークショップ

2024年8月、近年注目されている「アート思考」の一部を紐解く「アート鑑賞ワークショップ」をフレキシブルオフィス・WeWork東京ポートシティ竹芝にて開催した。当日は16名に参加いただいた。

本ワークショップは、共創施設・SHIBUYA QWS(渋谷キューズ)にてアート鑑賞による価値や体験について考えるプロジェクトに取り組み「Art Meet」のメンバーをアート鑑賞サポートメンバーとして招いて行った。前半パートでは、Art Meetのメンバー・大豆生田氏による「なぜ、新規事業の創出にアート思考が必要なのか」に関するセミナーを実施。後半パートでは、アートを鑑賞した後、グループでそのアートにどのような題名をつけるか？などの多角的な問いをそれぞれ投げかけあった。問いに対する考えを深掘りする中で、さまざまな言葉や思考が引き出された。また、他者の思考も知ること、新たな気づきを得られることが実感できるワークショップとなった。

新規事業創出のきっかけはもちろん、パパスの構築や浸透にアートの導入をお考えの企業は、ぜひお問い合わせいただきたい。

(株式会社ハル コミュニケーション
プランナー 猪狩 早希)



▲ビジネスにおけるアート思考の重要性に関する話に、感嘆の声もあがった

笑いあり涙あり。 大阪・梅田の本社オフィスで 2024年度ハル入社式

2024年4月1日、入社式を執り行った。今年度新たにハルの仲間に加わったのは、大阪本社に2名、東京本社に2名の計4名だ。2023年11月に移転した大阪・梅田ダイビルの本社オフィスでは、初の入社式となった。リモートで参加した東京メンバーにも緊張感がひしひしと伝わってくる中、新入社員の自己紹介と意気込みからスタート。会長の越智、社長の中村をはじめ、役員、リーダー、教育担当やブラザーシスターとなる先輩社員からは、歓迎の言葉やエールが送られた。リーダーの一人が入社当時を思い出して涙しながら語り、思わぬ展開に笑いが起こる場面も。そこで新入社員の緊張もほぐれ、温かい雰囲気が入社式が締めくくられた。

あれから半年あまり。社人として新たな経験を重ねながら、入社当初と比べて凛々しい顔つきになり、成長していく新社員のみなさんに、刺激と気づきをもらう日々だ。

(株式会社ハル コピーライター
北川 綾)



▲笑いあり涙ありの入社式後の集合写真

2025大阪・関西万博の開催迫る！ 進化する翻訳技術。 ハルでは多言語キャンペーン実施中です。

55年ぶりに大阪の地で日本国際博覧会がまもなく開催されるようとしていく。インバウンド需要が高まる日本の中で、特に大阪は人気が高く、多くの外国人観光客で賑わっているが、2025大阪・関西万博を契機にさらなるインバウンド誘客が期待されている。開催に至るまでいろいろと物議を醸した大阪・関西万博だが、個人的には人生で初めて体験することになるため、期待に胸を膨らませている一人である。

今回の万博開催をきっかけに、企業のグローバル化が進み、多くのビジネスチャンスが生まれるとされている。実際、ハルにも多くの企業から多言語展開についてご相談いただくようになっていく。ハルでは、長年にわたって取扱説明書やカタログなど、日本語版の制作と

ともに、それぞれの多言語化にも対応している。

大阪・関西万博においても、自動翻訳システムを導入することが話題になっている。日本語は世界の言語の中でも複雑で、習得の難易度が高い言語とされているが、今回の万博において自動翻訳システムを活用することで、言語の壁を超えてシームレスなコミュニケーションが実現されるという。翻訳技術は常に進化を遂げている。

ハルでは多言語案件に品質高く対応するため、多くの翻訳ブレインと連携。進行する案件の課題やニーズに応じて最適なブレインをアサインし、アウトプットにつなげている。ブランディング会社だからこそ日本語で構築したコンセプトとデザインを真ん中に置いた二貫した品質の多言語展開は多くのお客様

から評価をいただいている。

そこで、ハルでは「多言語キャンペーン」と題して、ご相談を好評受付中。海外市場への展開を検討されている企業様をはじめ、既存ツールのリニューアルなど、お気軽にお問い合わせいただきたい。ブランディング視点の多言語展開の提案をさせていただきたいと思う。

(株式会社ハル ブランディングディレクター
森本 公幸)



▲ 2024年7月時点の大阪・関西万博会場の工事の様子

