

クリエイティブパートナー
Creative partners

- ☐企画営業スタッフ
- 知恵とアイデアを絞り、仕掛けを考えます。
- ☐ブランディングディレクター
- ブランディングプログラムを統括します。
- ☐クリエイティブディレクター
- 制作ワークの監督です。
- ☐リサーチプランナー
- 市場を探り、調査プランを構築します。
- ☐Webディレクター
- 常に新しいWebの仕掛けを考えます。
- ☐グラフィックデザイナー
- デザインの力でカタチを創ります。
- ☐ITプロデューサー
- IT戦略を組み立てます。
- ☐メディアプランナー
- 様々な媒体を生み出し活用します。
- ☐プロダクトデザイナー
- 商品・製品を世に送り出します。
- ☐イラストレーター
- 二次元・三次元を自由自在に表現します。
- ☐テクニカルライター
- 取説のプロフェッショナルです。
- ☐コピーライター
- ことばを自由自在にあやつり、まとめます。
- ☐プログラマー
- 効率と効果を考えて取り組みます。
- ☐DTPエキスパート
- プリブレスの専門家です。
- ☐通販ディレクター
- 通信販売に精通しています。
- ☐一級建築士
- 「あっ」と立ち止まる魅せる建築を提案します。
- ☐スペースデザイナー
- ライフスタイルを創造します。
- ☐絵本作家
- 絵とことばの空間を創ります。
- ☐カメラマン
- 光と動きで最高の1枚を追求します。
- ☐映像ディレクター
- 映像はもちろん、独特の文化を創ります。
- ☐学校広報プランナー
- 入学者(受験者)数を増やす仕組みを創ります。
- etc.

アドバイザーパートナー
Advisory partners

- ☐顧問
- 石井淳蔵(神戸大学名誉教授)
- 嶋高宏(社団法人総合デザイナー協会理事長)
- 乗松幸男(元日本実業出版社代表取締役)
- 山口民雄(NPO法人循環型社会研究会理事)
- 平野省吾(社団法人日本マグネシウム協会事務局)
- ☐産学連携
- iCLー 実践。ブランディング研究会
- ☐提携
- 日経ビジネススクール
- ☐ネットワーク
- 公益社団法人日本マーケティング協会
- 公益社団法人日本印刷技術協会
- 一般社団法人日本BtoB広告協会
- 一般社団法人総合デザイナー協会(DAS)
- 一般財団法人テクニカルコミュニケーター協会
- 一般財団法人大阪デザインセンター
- 日本マーケティング学会
- 日本ダイレクトマーケティング学会
- Sカレー Student Innovation College

株式会社ハル ブランディングひとすじ。元気のもとをハルからも。

ブランディング・企画・クロスメディア・市場調査・広告・広報・販促・制作・加工(製作)・カタログ・取説・Web・総合印刷
大阪本社 〒556-0017 大阪市浪速区湊町2-1-57 tel. 06-6632-7691
東京支社 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-1 tel. 03-6860-3081
<https://www.harugakita.co.jp>

圧倒的な提案力でお応えします。
お気軽にご相談ください！

お問い合わせは **contact@harugakita.co.jp**
【担当】大阪:森本、東京:加藤

100年ブランドをお考えの方へ



CROSS BRANDING
ハルの実践ブランディングシステム

企業、商品、
そして人を
元気に
するために

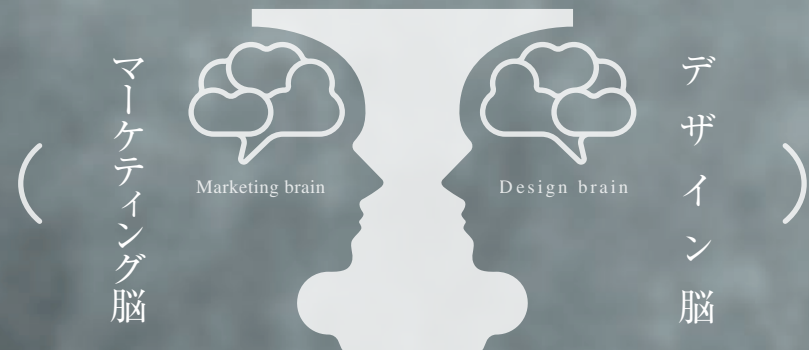
株式会社ハル

haru exists to energize companies, products and people.

What is haru's Practical Branding?

理性で解き、感性で描く。

マーケティング脳とデザイン脳でブランディングを考え、クロスブランディングで実践していきます。



CROSS BRANDING

デザインの分かるマーケッターが
企業経営の課題を様々な角度から解決します。

数量の議論	質の議論
ロジックと説明	感性と感情
過去の分析と評価	前例を覆す
市場の分析	顧客と向き合う
Marketing brain	Design brain

Centered on one viewpoint
In haru's practical branding,
We aim to solve every problem
for companies and products.

マーケティング脳×デザイン脳の考え方は

構築し、実践する。だからハルのブランディングは
企業と商品の未来を変えることができます。

ハルのブランディングの特長は、「実践」を重視していること。ブランディングの推進には大きく分けて、「調査・分析フェーズ／策定フェーズ／開発フェーズ／構築フェーズ」の4段階があります。自社の社員や求職者などのあらゆるステークホルダーに対して定めた方針を、どのように「人が動く」施策に落とし込むのか、現場の事情も吸い上げながら検討し、実践していきます。ハルは「地に足のついた支援」を約束します。



Cross Branding Solution

PHASE 1
調査・分析フェーズ



なぜの明確化

多角的な視点で
企業・商品をとらえ、
本質的な課題を
見つけ出します。

PHASE 2
策定フェーズ



たしかな目

常識にとらわれない
ターゲット(目標・目的)
を定めます。

PHASE 3
開発フェーズ



ことば創り

課題を解決するための
アクションワードを
開発します。

PHASE 4
構築フェーズ



物語の創造

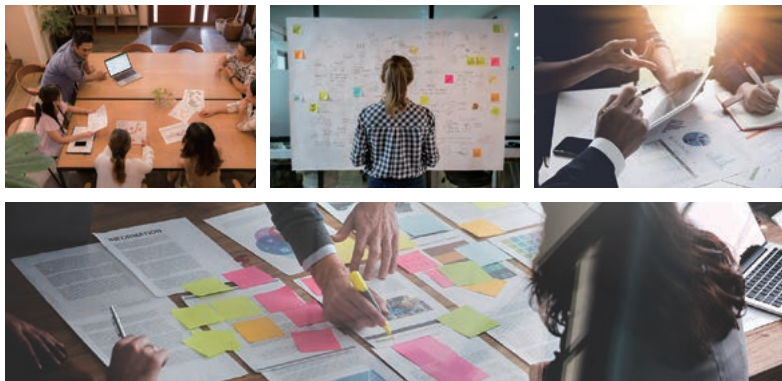
アクションワードの
ビジョンを想起させる
物語を創ります。



マーケティング脳について

物事の見方や考え方を理論的に捉えるマーケティング思考によって、「どうすれば売れるのか」の糸口をロジカルに導きます。変動的な顧客の志向や市場の動向を常に把握するために、数々の理論化された事例を蓄え、あらゆる情報への感度を高めています。

マーケティング脳は「サイエンス」です。



Marketer group who understands the design.

デザインの分かる マーケッター集団。

社会や市場をとりまく状況は日々変化し、企業や商品の課題は千差万別です。ソリューションを行うにしても、過去の方程式が当てはまるとは限りません。今を生きる企業や商品と寄り添うために、私たちは「今」のスペシャリストでなければなりません。今を知るには過去を学ぶ必要があります。今を知れば、未来が見えてきます。今を極めること、それは過去と未来、両方とつながること。今を把握するには、マーケティングの思考と経験が重要です。私たちのブランディングはまず、マーケッターとしてお客様と向き合うことから始まります。



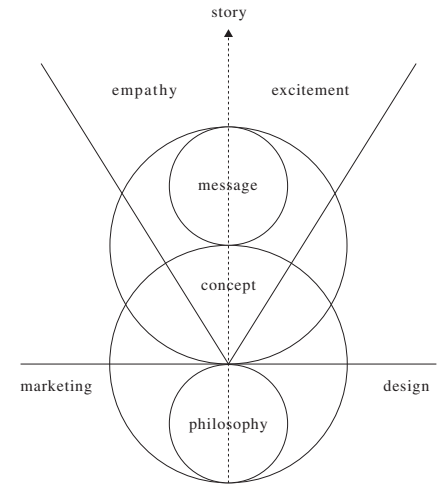
マーケティングによって競争を勝ち抜くための道筋を定めたとしても、どうすればたどり着くことができるのか。列車を乗り継ぐのか、飛行機でひとつ飛びするのか、地下にトンネルを掘るのか。企業・商品が理想とする目的地への明確な行き方を設計し、実践することが、デザインの力です。「デザインが分かる」ことこそ、私たちの強みです。マーケッターでありながら、デザイナーでもあることで、常に実践を想像しながら解決策を提示します。いかなる提案においても机上の空論ではなく、実践に基づいた現実的なソリューションを目指しています。

言葉やビジュアルをつくるだけでなく、 共感と感動を集める物語をデザインします。

ブランディングとは、より元気な社員を育て、より元気な商品と事業を創ることです。それは、業績アップはもちろん、新卒採用、ミドル社員の定着、コンプライアンス、マナー教育、さらに働き方改革までをワンストップで実現する、よりよい会社創りのための仕組みです。私たちはそれを「実践ブランディング」と呼んでいます。ブランドには志があり、積み重ねてきた過程があり、それは物語となって語り継がれます。企業や商品のどこを切り取っても、嘘偽りのない想いが感じ取れる。そうした魅力的な物語をデザインすることで、人々に感動を与え、共感を集めることができます。

ハルの実践ブランディングは一過性のごまかしではなく、持続性のあるブランドの構築を目指しています。空想や妄想を構想へと昇華させ、価値を魅力的なカタチとして可視化し、適切な手法と斬新な発想で展開していく。そのために、ハルにはデザインの分かるマーケッターを中心に、多彩なブレーンたちと共にあらゆる課題解決を図ります。経済状況に左右されない、激しい競争の中でも揺るがない、確固たる物語を紡ぐこと。企業にとってかけがえのない財産となるブランドが構築できれば、いかなる未来においても前進し続けることができると信じています。

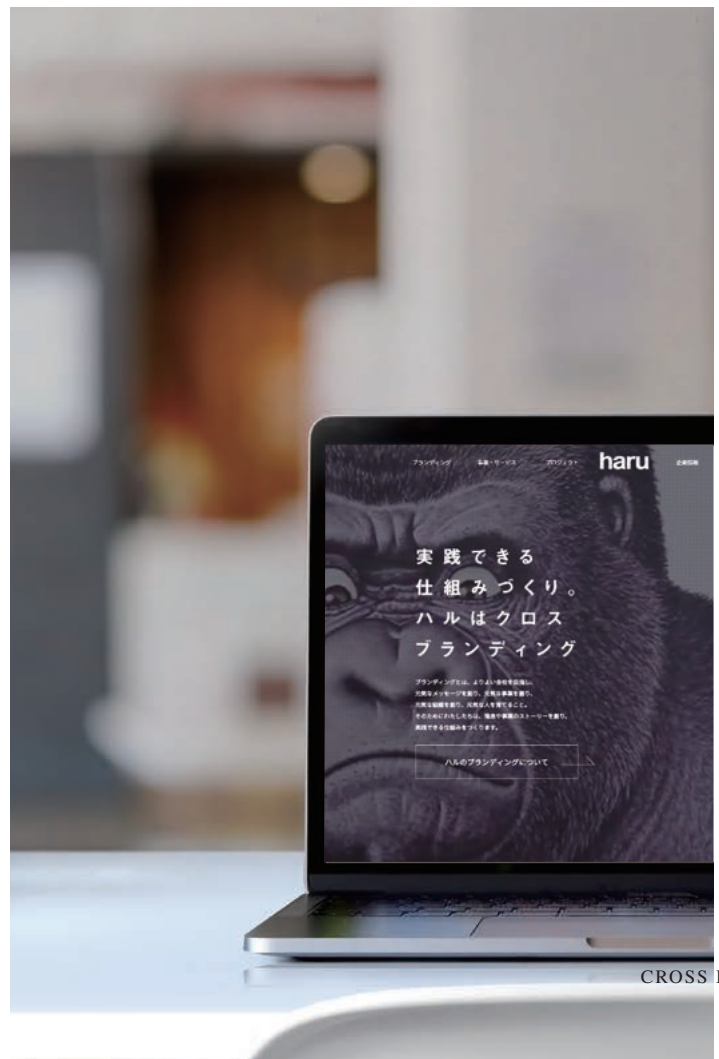
haru's branding is
“design management”



デザイン脳について

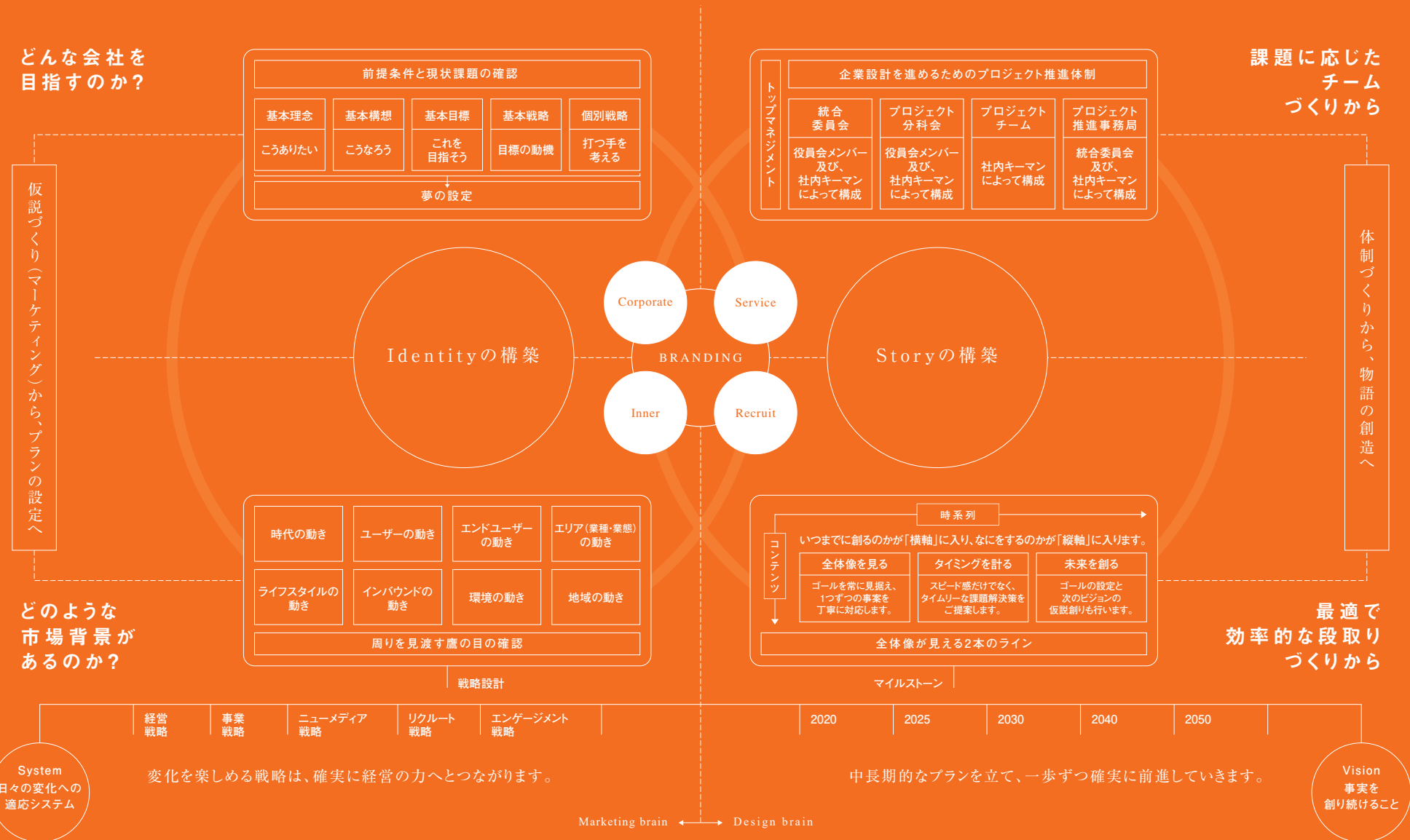
既成概念に捉われない柔軟性によって、独創性と美しさを備えたアイデアと表現が生まれます。新しい驚きや感動と出会うとき、そこには感覚に軸を据えたデザイン脳があります。技術的なことはもちろん、二次元、三次元、四次元の視点で物事と向き合い、発想を飛躍させます。

デザイン脳は「アート」です。



真の目的を、最適な手段で、理想の結果へ。

マーケティング脳とデザイン脳を起点とした独自のメソッドによって、人・企業・商品を元気にするためのブランディングを実践します。



Corporate

持続的に成長できる
組織を形成。

企業の価値を明確にし、ブランドを高める
コーポレートブランディング。企業の発展、
組織の成長において欠かせない要素であり、
現状を把握しながら社会の動きや未来
性を見つめ、他にはない目指すべき姿へと
導くためのプロジェクトです。企業が抱く不
変の想いを言語化・視覚化し、企業内外に
広く・深く浸透させていきます。

下記のような課題を解決！

企業の目指す道が 見えなくなっている	技術・知識の 継承ができない
M&Aで事業譲渡を したとき	周年のタイミングを きっかけに

etc

企業と社員を
深く、強くつなげる。

企業に欠かせないのが人。インナーブラン
ディングが目指すのは、一人ひとりの社員
及びグループ内において企業のブランドや
価値を浸透させ、掲げるビジョンを達成する
ために共に成長・進化していくための啓発
活動です。社員間及び企業との意思統一・
共通理解を図ることで、理想的な組織づく
りを目指します。

下記のような課題を解決！

組織が拡大し、経営陣の 想いが共有できていない	離職率を下げたい
マネジメントに戦略がない	評価制度などの仕組みを 構築したい

etc

Inner

コーポレート ブランディング



インナー ブランディング



サービス ブランディング

顧客をファン化し
リピーターへ。

モノがあふれる時代、商品やサービスが抱く
ブランドやストーリーに共感できるか、自
分事化できるかが購買の価値基準として
重要となっています。カスタマーにとって
唯一無二となる価値を最適かつ最善なコ
ミュニケーションを提供することでファン化
へとつながり、継続したおつきあいが可能
となります。

下記のような課題を解決！

Webを絡めた広告・販促 広報体制を構築したい	サービスや製品開発の 仕組みの見直し
競合商品との 差別化ができていない	新ブランドを 立ち上げたい

etc

未来を変える、
理想の出会いを。

少子化が続く売り手市場だからこそ、機会
を創出するだけでなく企業が一体となった
採用活動が求められます。企業が抱く想い
と実情を照合しながら、独自のメッセージと
ストーリーを構築します。企業の発展と未来
に貢献する人財の獲得を見据えたコミュニ
ケーション設計とアウトプットをご提案し、共
に実践します。

下記のような課題を解決！

採用へのエントリーが 減少している	理想の人財と 出会えていない
内定辞退が続いている	新卒採用が初めてで どうすればいいのか

etc

Recruit

ブランディングのノウハウと専門技術を インタラクティブに連携させる、ハル独自のクロスブランディング。

本質を見出すマネジメント、考え方・見せ方を構築するプランニング、最適なネットワークを集結するコワーク、そしてカタチにするデザイン。効果的かつ創造性豊かなブランディングを可能とします。

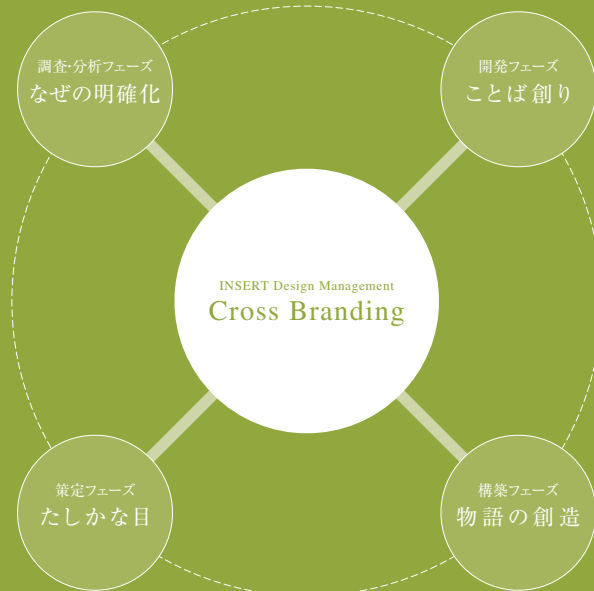
haru's Cross Branding

クロスマネジメント

課題と目的を明瞭にする

経営の抜本的な改善や採用活動、周年やM&Aなど様々なターゲットを明確にし、目的達成へのビジョンとミッションを掲げ具体策を提案します。

- ☐ とにかく業績をアップさせたい
- ☐ 採用活動の効率化
- ☐ 周年、M&A、事業譲渡、ホールディングス化
- ☐ 製品・サービス開発の組織的な実践
- ☐ ニュースメディアの広報・広告・販売
- ☐ 次代のビジネスモデルを創りたい
- ☐ 働き方改革の推進
- ☐ ミドル社員のやる気を高めたい etc

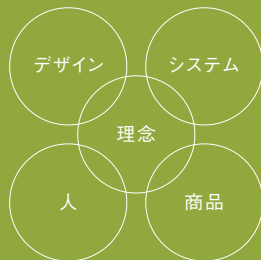


haru's Cross Branding

クロスプランニング

実践すべきプランを立案する

コンセプトの基となる理念を中心に、デザイン・システム・商品・人が連携し、相乗効果を生み出す仕組み・考え方・見せ方を構築します。



haru's Cross Branding

クロスデザイン

ブランドを可視化する

企業価値の向上に必要なツールを多様な専門技術を用いてデザインすることで、ステークホルダーとのブランドの共有を可能とします。

専門技術

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| 01 ロゴ・スローガン | 06 周年企画イベント・社史 |
| 02 各種案内パンフ・総合カタログ | 07 セミナー・ワークショップ |
| 03 広告・ポスター・展示会ツール | 08 サンプル帳・見本帳 |
| 04 Web・映像・デジタルツール | 09 印刷関連 |
| 05 取説・マニュアル | 10 学校広報・学校ブランディング etc |

haru's Cross Branding

クロスコンセプト

ブランドの想いを言語化する

ハルの実践ブランディングは、企業や商品の想いを誰もが共有できるよう言語化することを大切にしています。ビジョンやミッション、バリューなどの概念を定義し、不特定多数の人が理解できる言葉に置き換えることで感覚や感性、経験則に関係なくあらゆる人たちと想いを重ねることができます。

- ☐ VISION — 「実現したい理想の姿・未来」の言語化
- ☐ MISSION — 「果たすべき使命」の言語化
- ☐ VALUE — 「独自の価値・強み」の言語化
- ☐ SLOGAN — 「ブランド発信のメッセージ」の言語化
- ☐ SPIRIT — 「揺るぎなき精神」の言語化
- ☐ POLICY — 「守るべきこだわり」の言語化



企業の価値を「人・社会」と共有する、 ハル独自のクロスブランディングとは

問題提起から価値の抽出、プランニング、デザインに至るまでブランディングを実践する。すべてを連動しながら行うことで、建設的かつ理想的な課題解決を実現することができます。

haru's Cross Branding

クロスマネジメント

私たちはまず、ターゲットを定めます。目的が明確でなければ、何をすべきか、どうすべきかは見えてきません。「業績をアップさせたい」「社員のやる気を出したい」「新商品を売りたい」などさまざま。次に、目的を達成するための課題を探ります。この目的の設定と課題の抽出がブランディングの発端となります。

課題と目的を明瞭にし、
経営改善・企業繁栄を目指します。

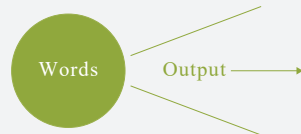


haru's Cross Branding

クロスコンセプト

企業の想いやビジョンなどの概念を定義し、言語化することで誰もがブランドの個性を認識できるようになります。言葉として明確にすることで伝えたい想いを誤解なく伝達することができ、言語化はブランド構築に欠かせません。導き出した言葉を軸にデザインすることで、一本軸の通ったアウトプットが可能となります。

一本、筋の通った「言葉」が
ブランドの個性を更に引き出します。

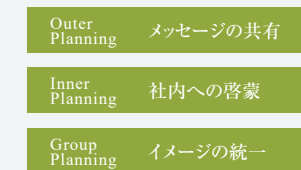


haru's Cross Branding

クロスプランニング

いかにブランディングを実践していくかのストーリーを描くために、誰に向けて何をすべきかを設定します。続いて、理念を軸に据えて、仕組み・考え方・見せ方の道筋を設計します。このとき、ブランディングに関わるデザイン・システム・商品・人が連携して相乗効果を生み出せるプランを構築することで、より成果を発揮します。

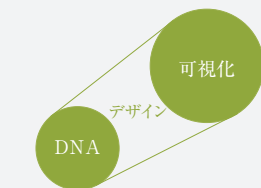
ステークホルダーに向けたプランを
設定し、実施していきます。



haru's Cross Branding

クロスデザイン

ブランディングの進行具合の目安となるのが、デザインによる可視化です。コーポレートブランディングならロゴやスローガン、Webサイト、会社案内などを統一したイメージで社内外に浸透させます。採用ブランディングなら専用サイトや冊子、SNSの活用など多様なコミュニケーションを演出します。



いつまでも色褪せない 企業の財産を創るために。

大袈裟かもしれませんが、私たちは100年200年と世紀を超えて
愛されるブランドを皆様と共に創り上げることを願っています。

ハルの実践ブランディングは、デザインという表現によってカタチになります。
カタチは千差万別です。社名、ネーミング、スローガン、名刺、広告、Webサイト、ポスター、冊子、取説…。
ときどき、ワークショップやセミナーなどの体験もあります。
どんなカタチであろうと、すべてに企業の想いが根幹にあり、志の現れとも言えます。

想いがカタチとなることで、人々が共有し、共感し、共に歩む指標となります。
熱量があふれるものに、人々は惹き付けられます。
ブランディングによって生み出された数々のカタチは多くの人々の笑顔を生み出します。

情報化社会の今、一度カタチにすることで世界中へと広まっていく可能性を秘めています。
島国で生まれた小さな輝きが、ニューヨークのカフェで誰かを元気にしたり、
ニューデリーの駅で誰かを癒しているかもしれません。
国境だけでなく、時代をも超えて伝わっていきます。
たった今この瞬間、私たちが創ったブランドを知って、
生きがいを見出す人がいるかもしれません。
遥か遠い未来の子どもの笑顔へつながることが、私たちの願いです。

ハルが創っているのは、企業の財産です。
いつまでもみんなを笑顔にしてくれる、人類にとって大切なものです。

Smile

遠い未来の
子どもたちを

世界中を
笑顔に

家族を
笑顔に

顧客を
笑顔に

社員が
笑顔に

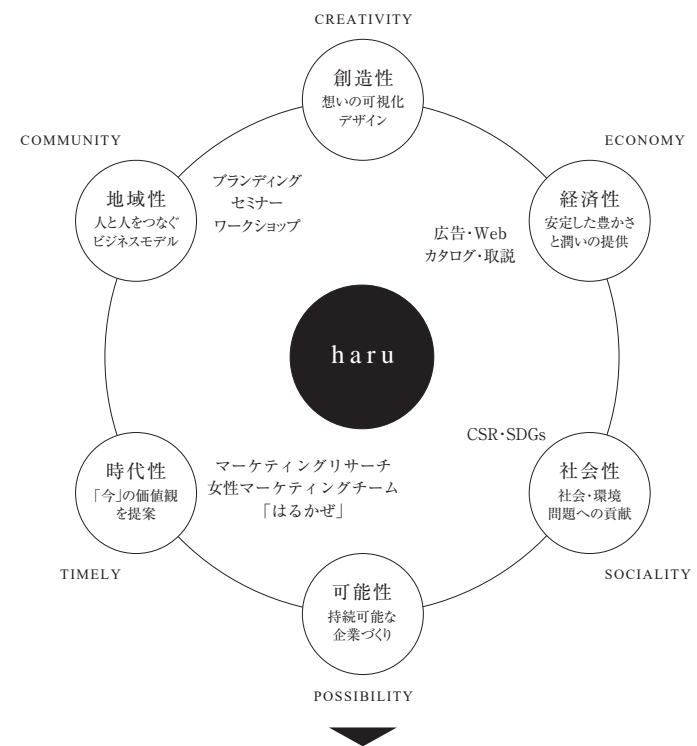
haru's
vision

笑顔に

社会と未来に 貢献する 持続可能な ビジネスを。

私たちの事業はすべて、社会とつながっています。たとえば私たちの顧客が環境
保全に力を入れている企業なら、私たちはブランディングによって環境への取組
みを推進させることになります。人と企業
を元気にし、企業が潤えば地域の豊かさ
も増していきます。優れたクリエイティブが
社会の質を高め、彩りをもたらします。ピ
ジネスとしての有効性を保ちながら、有
形・無形を問わず、社会を美しく、快適に
するために、私たちは存在しています。

〔 haru の社会貢献フレーム 〕



人・企業・商品を元気にし、総合力と専門知識で、
社会・地域の持続的な発展に貢献します

