



小さな会社でも明日から使える、売上アップの切り札

『儲かる中小企業になる ブランディングの教科書』出版

営業・販促・マーケティング・ブランディングを連携させる方法を 事業再生コンサルタントが指南

一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会(本部:東京都新宿区、代表理事:岩本俊幸)の代表理事が監修し、寺嶋直史氏(同協会 1級資格取得者、ブランドおよび事業再生コンサルタント)執筆した著書『儲かる中小企業になる ブランディングの教科書』が2019年9月20日に日本実業出版社から発売されました。

本書は、大企業に比べて圧倒的に「ヒト、モノ、カネ」が足りない中小企業が、自らブランディングを行って売上アップを実現する方法を、事業再生のプロフェッショナルが指南したものです。

今まであいまいで、ハードルが高かった「売上アップ」と「ブランディング」について、徹底的に実現のハードルを下げました。日本企業の大多数を占める、300万社超の小さな会社の経営者、営業マンに必携の1冊です。

●業界初の3ポイント

- 【1】売上アップの4手法である営業・販促・マーケティング・ブランディングを融合した手法を体系化した。
- 【2】属人的で曖昧だった売上アップの手法を、これら4手法を活用して体系化したことで、売上アップの活動をルーチン化できるようにした。
- 【3】強み(価値)の抽出から具体的施策まで、ブランディングの具体的施策を、経営資源の少ない小さな会社でも、簡単に継続して実施できるよう体系化し、だれでもブランド向上の具体的アクションが取れるようにした。



●本書の特徴

1. 「机上論」や「アカデミック」な内容ではなく、徹底して「現場」で活用するノウハウやスキルにこだわっている。
2. 強み・価値の発見方法がわかる。
3. 営業・販促・マーケティング・ブランディング、この売上アップの4 手法を融合する方法がわかる。
4. 顧客の新規開拓からリピート、ファン化まで、売上アップの「全体設計」と、具体的施策の手順を構築する「詳細設計」の方法がわかる。
5. 売上アップの手順の設計書「ブランド・アプローチマップ」、どんな販促手法にでも使える万能チラシ「1枚提案書」、その他「ブランド解説書」、「営業管理ツール」、「紹介ツール」など、現場で必須のさまざまなツールの紹介と作成方法、効果が出るノウハウがわかる。
6. 各ツールは、事例を用いて具体的に表示しているので、本書で目指すべき完成形をイメージしながら自身のコンテンツを作成できる。
7. 主要ツールである「ブランド解説書」、「ブランド・アプローチマップ」、「1枚提案書」のフォーマットのダウンロードサービスの特典がついている。
8. 本書は見開きで1項目、左が文章、右が図表という構成で、図表を見ながら文章で詳細の内容を読むことができるため、理解しやすい。
9. 定義が広範囲で分かりにくかった「マーケティング」、「ブランディング」について、範囲をピンポイントに絞り込んで「再定義」することで、「マーケティング」、「ブランディング」とは何をすることなのかを、具体的かつわかりやすく示している。
10. 以上により、ヒト・モノ・カネが乏しい小さな会社でも、営業未経験者でも、わかりやすく、すぐに取り組むことができる。

●本書の構成

- 第1章 ヒト・モノ・カネの乏しい小さな会社の厳しい現実
- 第2章 数十年改善されていない問題だらけの営業活動
- 第3章 販売促進・マーケティング・ブランディングの課題
- 第4章 小さな会社でも、再生企業でも、ブランドは確立できる
- 第5章 「ブランド」と「ブランディング」を理解する
- 第6章 売り上げアップの4手法の役割と販促のポイント
- 第7章 ブランドのマニュアル「ブランド解説書」の概要
- 第8章 ブランド解説書とワークシートの作成方法と事例
- 第9章 「ブランド・アプローチマップ」による売上アップの設計
- 第10章 「1枚提案書」で誰でもプロの営業マン
- 第11章 捨てられない「ニュースレター」「セールスレター」を作る

●中面ページのイメージ

5-5

「ブランド」と「ブランディング」の整理

●小さな会社には「ブランド」が必要

ここで「ブランド」と「ブランディング」についておさらいします。まず、小さい会社というのは、大企業と比べて圧倒的に販売量や製造量が少ないため、大量仕入で仕入れ値を安くできませんし、最新設備を導入して生産の効率化を高めることもできません。製品1個当りの経費（固定費）が高くついてしまいます。

つまり、大企業は低利益率で販売しても、大量販売によってトータルの「利益額」を稼ぐことができますが、小さな会社は、販売数が少ないため、1個1個の「利益率」を高くして売らなければ、固定費を賄えず利益が出ないのです。

そのため、顧客に高い価格でも納得して買ってもらう必要があり、そのために「ブランド」が必要になるのです。

●「ブランド」と「ブランディング」

「ブランド」とは、その企業・商品の名称そのものではなく、そこから連想する「価値イメージ」です。

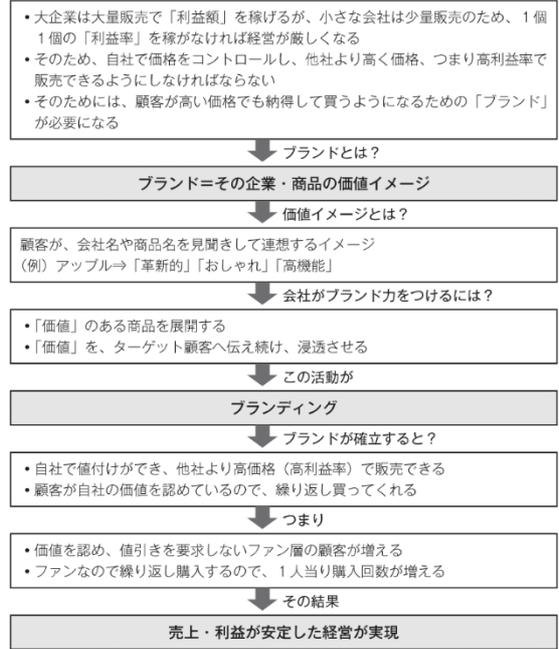
会社がブランド力をつけるには、しっかりした価値のある商品を展開し、かつこれらの価値をターゲット顧客に繰り返し伝えて浸透させなければなりません。そうしなければ、顧客に価値を連想してもらえないのです。

この、会社のブランド力をつける活動が「ブランディング」です。ブランドが確立すると、競合他社の価格を気にせず、自社で値付けができるようになり、高い価格で販売できます。それでも顧客は、自社の価値を認めているので、高くても繰り返し買ってくれます。

つまり、価値を認め、高価格でも喜んで購入する「ファン」の顧客が増

え、そのファンが繰り返し購入してくれるようになります。その結果、売上や利益が安定し、安定した経営が実現するのです。

□ブランドとブランディング□



第5章 「ブランド」と「ブランディング」を理解する

●著者プロフィール

寺嶋直史 Naoshi Terajima

株式会社レヴィング・パートナー 代表取締役

中小企業診断士

一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会 1級資格取得者

ブランド・事業再生コンサルタント。大手総合電機メーカーに15年在籍し、部門で社長賞等多数の業績に貢献、個人では幹部候補にも抜擢される。その後独立してコンサルティング会社を立ち上げ、事業再生コンサルティングを行いながら、ヒト・モノ・カネの乏しい中小零細の再生企業を「ブランドディング」と「問題解決」のしくみ構築で再生を実現している。

その他「経営コンサルタント養成塾」という、1年で一流の経営コンサルタントを養成する塾の塾長として、金融知識、問題解決の思考法、ヒアリング手法などの基礎から、事業デューデリジェンス、財務分析、経営改善手法、事業計画、マーケティング・ブランディングなど、さまざまな講義をすべて1人で行っている。



【その他の著書】

「再生コンサルティングの質を高める 事業デューデリジェンスの実務入門」(中央経済社出版)

「究極の問題解決力が身につく 瞬発思考」(文響社)

「社員をホンキにさせるブランド構築法」(同文館出版)(共著)

など

【ホームページ】 <http://www.reving-partner.com/>

●本書の概要

価格: 2,420 円(税込)

出版社: 日本実業出版社

ISBN-10: 4534057202

ISBN-13: 978-4534057204

発売日: 2019/9/20

販売方法: 書店および amazon にて販売中

amazon の取り扱いページ:

https://www.amazon.co.jp/儲かる中小企業になるブランディングの教科書-寺嶋-直史/dp/4534057202/ref=sr_1_1?__mk_ja_JP=カタカナ&keywords=儲かる中小企業になる+ブランディングの教科書&qid=1572592953&sr=8-1

●一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会について

当協会は、社会課題を起点とした事業機会が創出され、企業の持続的成長が実現されることを目指しています。我々はブランディング教育支援によってこれらを達成するため、SDGs と CSV に取り組むことを中長期の目標に掲げました。

当協会設立の計画が始まった 2000 年ごろは、ブランディングの標準化されたフレームワークは存在せず、他社の成功事例を勉強するほかにはほとんど手立てがありませんでした。

しかもブランドの専門家を養成したり、資格を発行したりする専門機関がなく、専門家同士が情報を交換し、学びを深める場、コミュニティもないのが現実でした。



企業規模や業種にかかわらず使える、再現可能なフレームワークを作り、広く世の中に広めたい。その想いで、代表理事の岩本が発起人となり、第一線の研究者やコンサルタントを役員に迎え、志を同じくする企業家たちとともに、独自のメソッドを考案し当協会を設立しました。

講座は企業経営者および幹部、マーケティング担当者、広報・宣伝担当者、商品開発担当者、広告制作担当者、デザイナー、コンサルタント等、幅広い方々に受講していただいております。2018年には設立10周年を迎え、翌2019年4月には2日間でブランディングを学ぶ基本のカリキュラム「ベーシックコース」の延べ受講者数が2,000名を突破しました。

講座開催の資格をもつトレーナーは80名を超え、北は札幌から南は福岡まで、全国各地で講座を開催し、企業研修等も多数行なっています。



●一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会の概要

組織名：一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会

所在地：〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-36-7 川本ビル 3F

代表者：岩本俊幸(代表理事)

設立：2008年9月18日

2010年9月29日 一般財団法人化

URL：<https://www.brand-mgr.org>

事業内容：・ブランド・マネージャーに関する民間資格の創設および同資格の付与

- ・ブランド、ブランディングおよびブランド・マネジメントに関する研究ならびに啓蒙活動
- ・スクール、セミナー、勉強会、研修、シンポジウム等の企画、監修、開催および運営
- ・教材、書籍、その他出版物の企画、監修、編集、出版および販売
- ・研修および講演会の企画、開催および運営の請負業務 等

【お客様および本リリースに関する報道からのお問い合わせ先】

一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 事務局 茂木 康恵、森永 卓

TEL：03-5312-6862

e-mail：info@brand-mgr.org