



「モノはええけど売れへん」なんて、もう言わない!

見せるより魅せる!

あなたの会社のアピール力アップ実証セミナー

Produced by 情熱の学校 / エサキヨシノリ

「売れまくる企業」になるために、
どうやったら

アピトル上手になれるのか？

商品・技術力があれば売れた時代は
遙か彼方…。

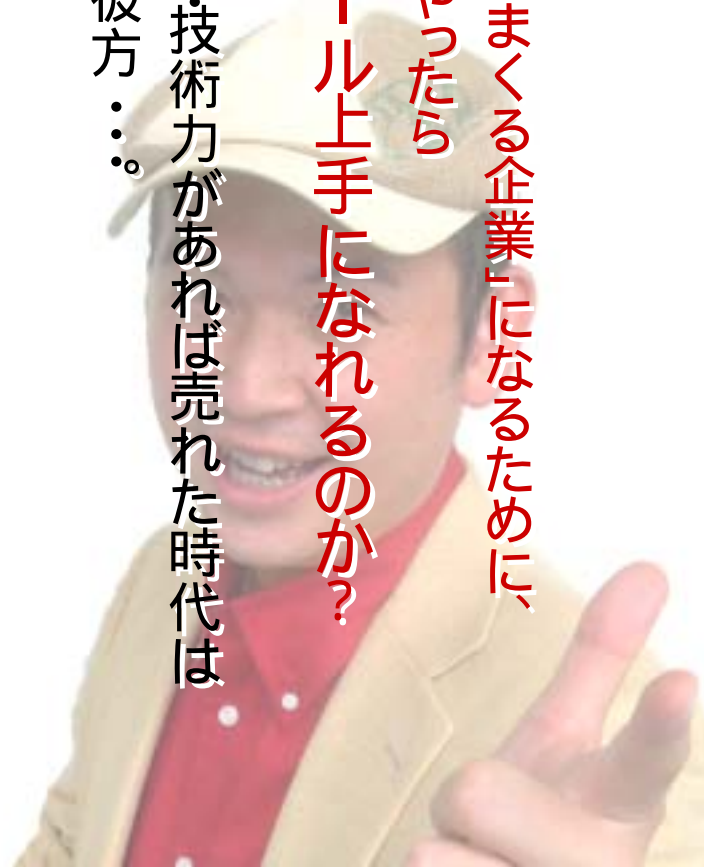
今のご時世、自社の価値をお客さま、
社員、関係会社他に、ちゃんと魅せら
れるか否か、

つまり、

「企業としての外見力の高さ」が
市場で生き残る鍵なのです。

今回のセミナーでは、

実際に存在する企業さん（会員企業
さんかも）にご協力を頂き、アピトル
上手へと変身していく姿を、



とことん！

現場目線で実証していきながら、
そのノウハウをお伝えいたします。



まず、はじめに、
見せるから魅せるノウハウを自社の努力で
手に入れた会社さんの

劇的なる **Before After** をご覧下さい。



【某不動産会社さん】

Before

ホームページ



名刺



After

ホームページ



名刺



【某IT会社さん】

Before

会社案内



名刺



After

会社案内



名刺



【某試作品会社さん】

Before

営業ツール

Business card design before the update. It features a simple layout with a blue border. At the top, it says "こんにちは「ジムエ芸」です。" (Hello, this is Jimuigou). Below that, a list of services is provided, including prototyping, CNC machining, and injection molding. A large, stylized graphic of a sphere is on the right. At the bottom, it says "株式会社 ジムエ芸" (Jimuigou Co., Ltd.).



After

営業ツール

Business card design after the update. It features a more professional and detailed layout. The top section says "「モックアップといえば、ジム。」" (When you think of mockups, you think of Jimuigou.) and "それが、30年を経て、今も市場から高く評価されています。" (That's because, after 30 years, it is still highly valued in the market.). Below this, there are several sections with detailed text and images, including a 3D model of a part. At the bottom, it says "Industry-Proven Quality of ジムエ芸" (Industry-Proven Quality of Jimuigou).

【主婦専門マーケティング会社さん】

Before

営業ツールA (事業内容紹介)



After

営業ツールA (事業内容紹介)



営業ツールB



営業ツールC



只今、ご覧頂いた4つの会社さんは、(もちろん)はじめから他より魅せる力があってわけではありません。

ただ彼らは、それぞれの業界の中で自分たちの価値を市場に届け続けるために

「変わる(魅せる)！」事を決め、自社のアピールできる部分を自ら見つける努力をただけです。

魅せるためのキーワード、その1

どんな会社にも、必ず
アピールする良い部分がある

さあー、次は皆さんの番ですよ！

それでは、会場の皆さまと一緒に
ある会社さんのケースを基に
Before After のプロセスを
確認していきましょう！

実証セミナーのスタートです。



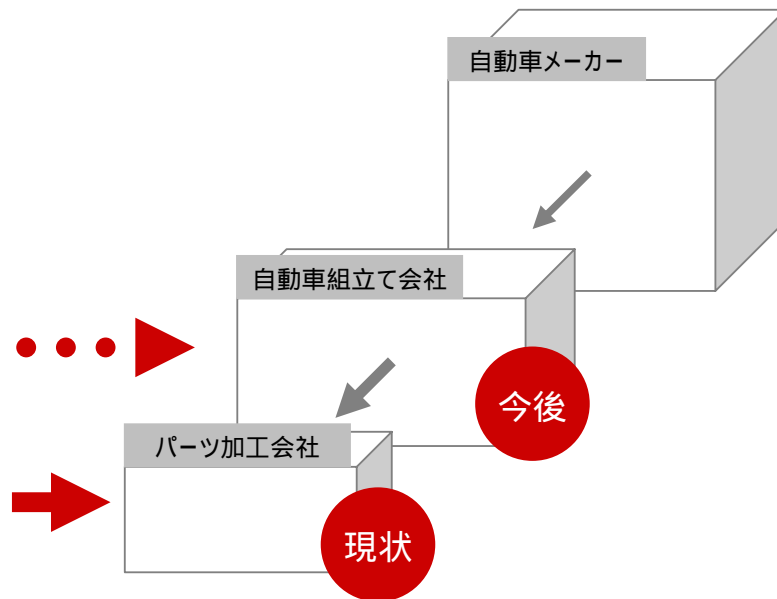
【今回、お手伝い頂く会社さんをご紹介します】



福地金属株式会社 福地 守社長

【福地金属さんのお仕事とは】

福地金属株式会社



福地金属さんは製品部品(金属部品)製造企業として昭和36年発足。以来、日本の製造業界(主に自動車、電気製品)に多種多様、且つ実現難易度の高い形状を確かな技術でより早く、安く提供してこられました。そんな福地金属さんの現状のクライアント層は「パーツ加工会社」。川上企業からの設計図通りに製品を正確に仕上げる事が最重要とされています。今後は、さらなる提案型企業を目指し「自動車組み立て会社」からの設計図に「よりベターな発案・提案」を盛り込めるサービスを行いレベルアップを図ります。

【ちなみに現在の福地金属さんは】

ホームページ

福地金属株式会社
冷間鍛造金属プレス加工

大阪市平野区加美北3-6-21
TEL:06-6791-7176

この業界 特長 業務内容 製品事例 会社概要 アクセス お問い合わせ

6月27日(水)～6月29日(金)東和ビッグサイトに協賛で出展しました。

豊富な経験を蓄積しています。
FUKUCHI METAL

第11回機械業系に練三協製作所中川鉄工練井上模型製作所の3社様と協賛

福地金属は設計段階から、発案します。いつでもお声を

製作管理が行き届いています
設計実績が膨大にあります
冷間鍛造にたがけています

名刺

冷間鍛造金属プレス加工
福地金属株式会社

代表取締役 福地 守

【福地金属株式会社さんからのリクエスト】



提案型企業を目指す、その第一歩として業界に、
福地金属の想いをアピールする独自の方法を教
えて欲しい。



【福地金属株式会社さんからのリクエスト】



さらに今回の作業を通じて、社員のモチベーションが上がり一丸となれる社内効果も期待したい。



それでは、福地金属さんのリクエストに
順を追ってお応えしていきましょう！

但し、福地金属さん！

一緒にアピール力を付ける努力を
して頂けますか？
(決して丸投げはいけませんよ)



タイトル改め！

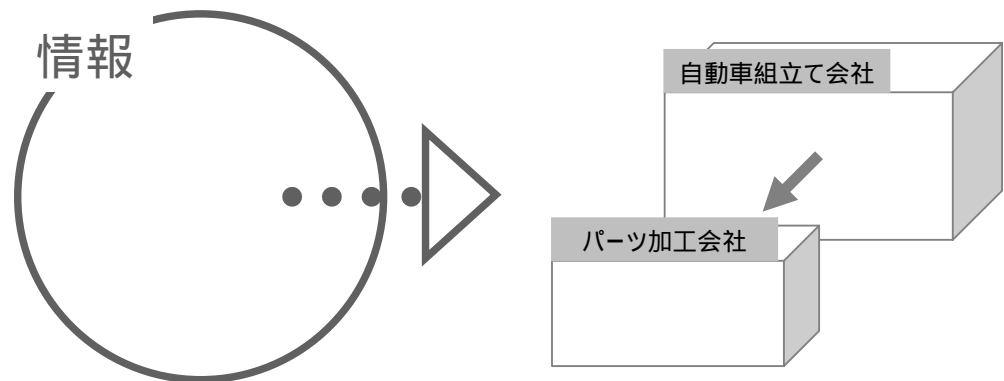
見せるより魅せる！ 福地金属さんのアピール力アップ実証セミナー



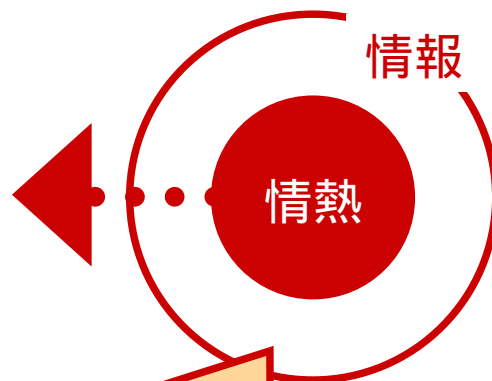
【アピール術1：何を魅せればいいのか】

エサキ：「福地さん、アピール力アップのために、先ず知っておいて頂きたい事とは御社の何を伝えるのか？そこを間違えないでいただきたいのです。」

これまでのやり方



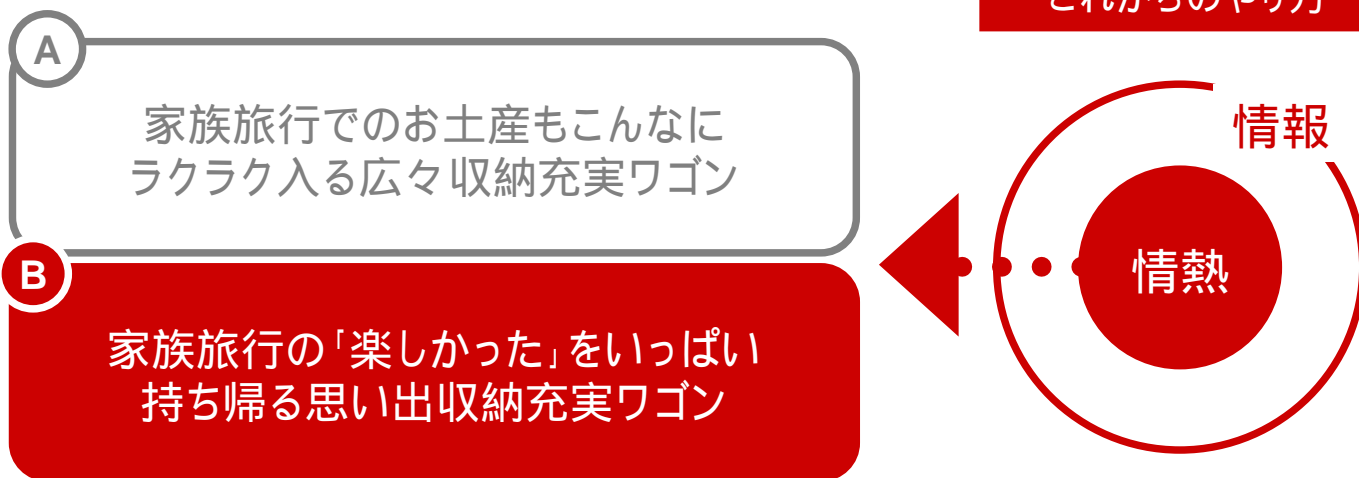
これからのやり方



川上企業からの圧力に応えるため、競合他社との差別化を図るためだけに御社の機能的価値(技術、価格、短納期など)を情報として見せるやり方ではなく、それらの情報に込めた社長や社員の熱い思い(情熱)を通して(情報を)魅せるんです。

【アピール術1：何を魅せればいいのか(つづき)】

エサキ：「例えば、以下の価値訴求の表現を比較してみてください。どちらが心にグッと来るとおもいますか？」



どちらもファミリー向けワゴン車の収納力をうたった表現です。Aはその価値を機能情報として訴求している一方、Bはそれを消費者の気持ちにもう一步踏み込み考えたというメーカーの熱い思い(情熱)が情報になって伝えられている。と思いませんか？

【アピール術1：何を魅せればいいのか(更につづき)】

エサキ：「但し、情熱を情報化し訴求すると言いましたが気をつけて頂きたい点があります。」



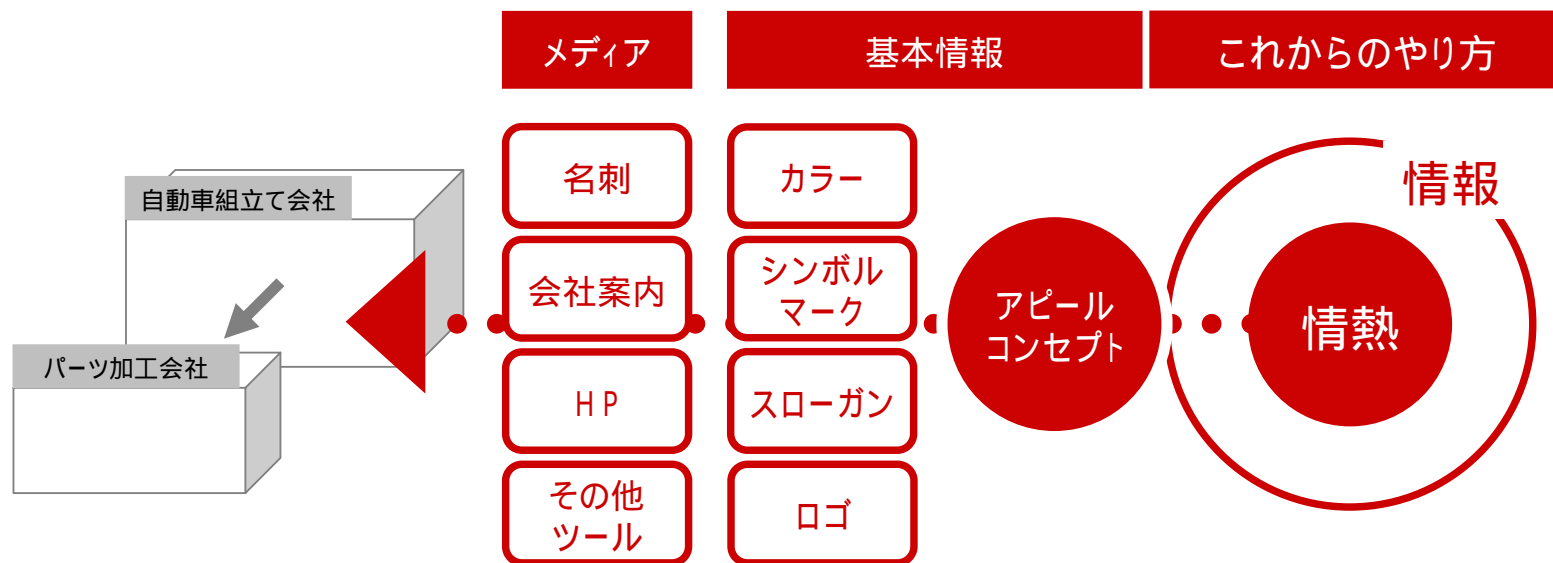
情熱を情報化する際、熱い思いばかりを全面に出してしまうと「単なる感情論」になってしまい信憑性が損なわれます。大切な事は御社の機能情報がすべて御社の情熱により創り出されているという形(アピール情報)にする事なのです。

魅せるためのキーワード、その2

御社の価値、その情報を伝えるのではなく、情報に込めた御社の情熱を伝えるのです。

【アピール術2：情熱をどう魅せればいいのか】

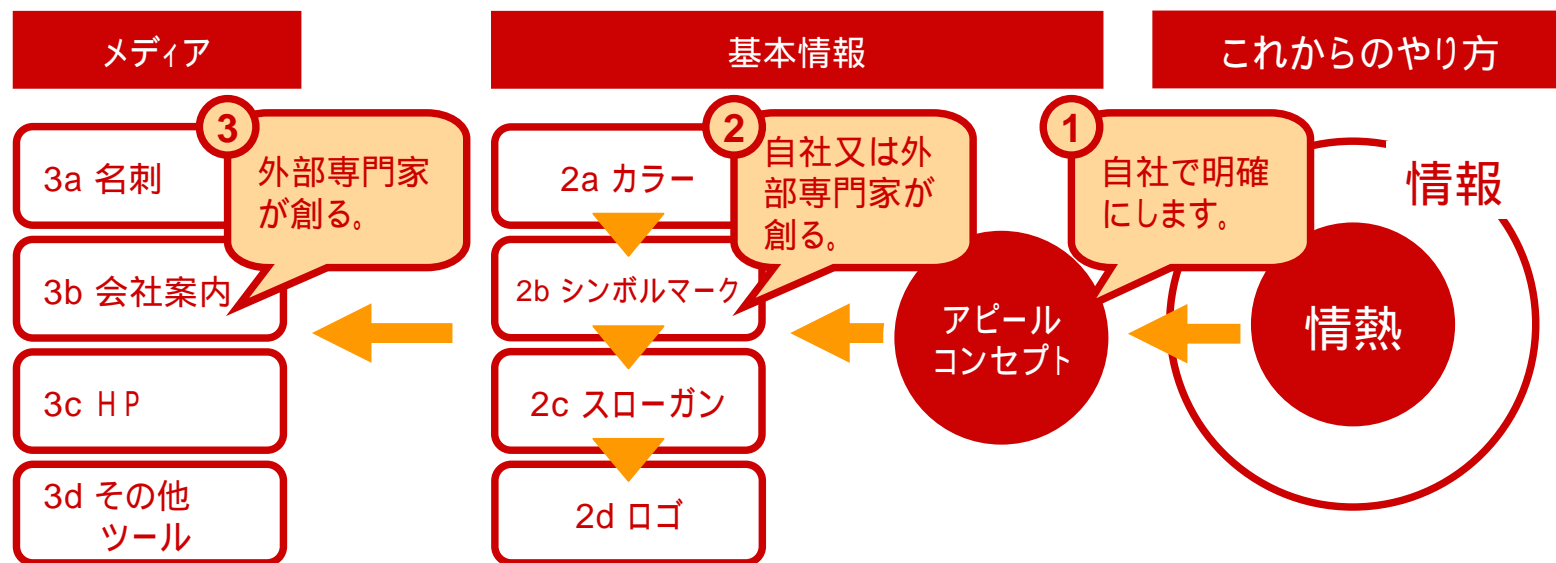
エサキ：「福地金属さんのアピール情報は以下のコンテンツに変換され伝えられます。」



アピール情報は大きく2つに分類されます。（基本情報）：御社の情熱を明文化した「アピールコンセプト」+ アピールコンセプトを基に創られるカラーやロゴなど。（メディア）：基本情報が伝達されるために必要な手段。

【アピール術3： どの順番で魅せればいいのか】

エサキ：「福地さんのアピール情報は以下の順番で形創られていきます。」



先ず、すべてのスタートは「アピールコンセプト創り」。アピールコンセプトこそ、すべての情報の基礎となります。その後基本情報、そしてツールへと基本情報は反映されていきます。

【この段階までで、福地さん何かご質問は】



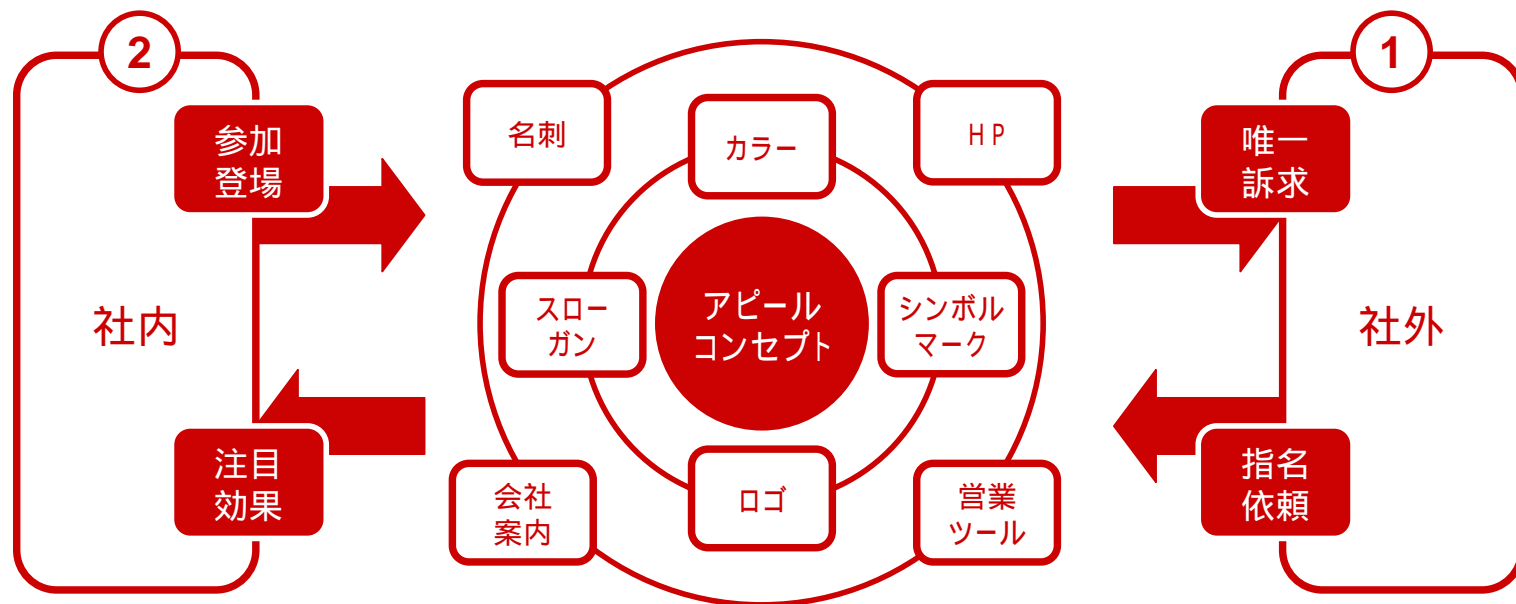
質問というより、
うちの会社にて
できるのか…？
それが不安です。
(ちょっと不安な福地さん)



もちろん出来ます
よ！二人三脚で
行きましょう。
(情熱で励ますエサキ)

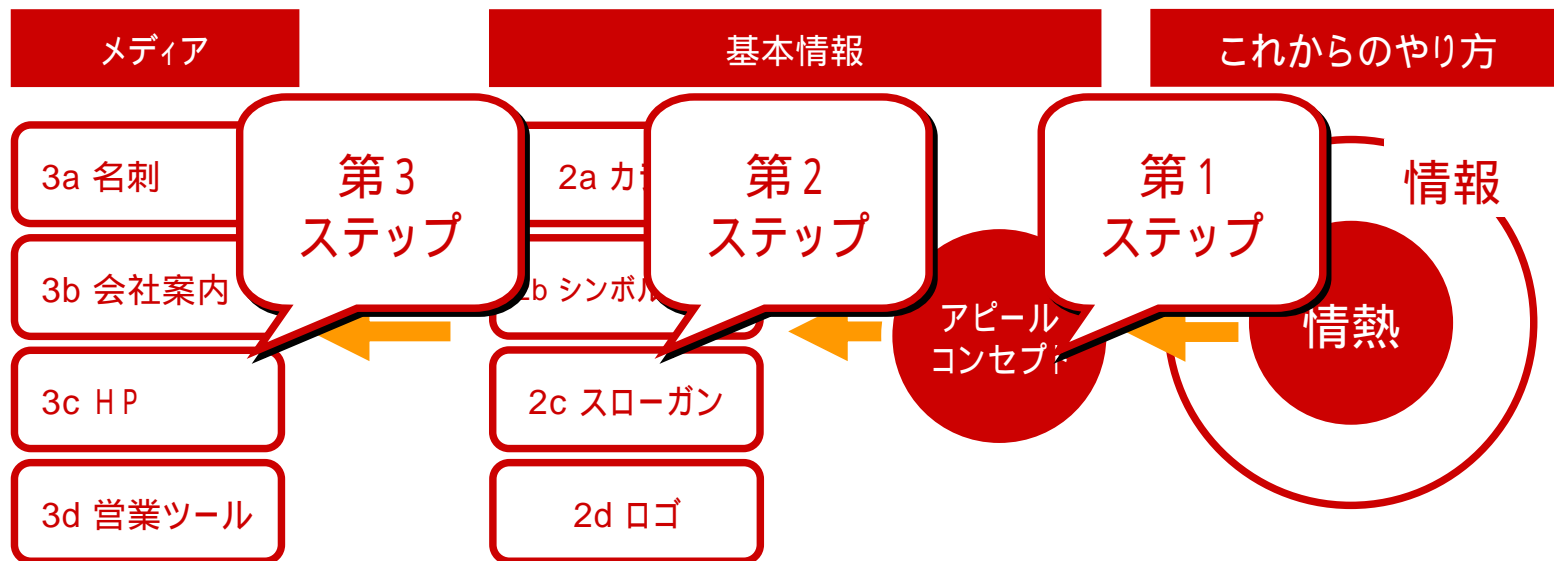
【アピール術4： 今回の作業、その重要な工夫】

エサキ：「福地さんからのリクエスト(社内外効果)に応えるために、以下の工夫を施したいとおもいます」

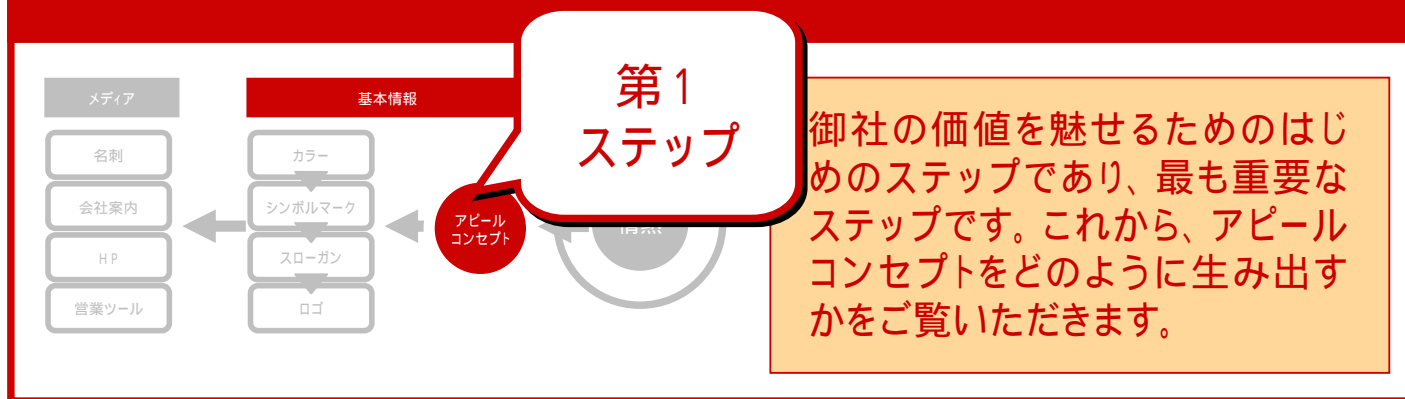


対社外アピールでの工夫ポイントは、アピール基本情報 + メディアが唯一無二 + 目立つものである事。それにより共感して下さる企業から指名依頼がくる形を想定。対社内アピールは出来るだけ社員の方々に参加・登場していただく事で「注目される事による関心アップ」を狙っていきます。

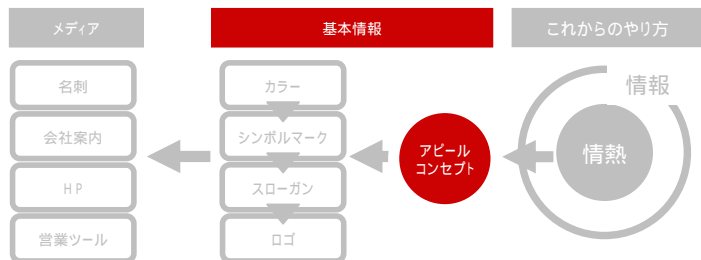
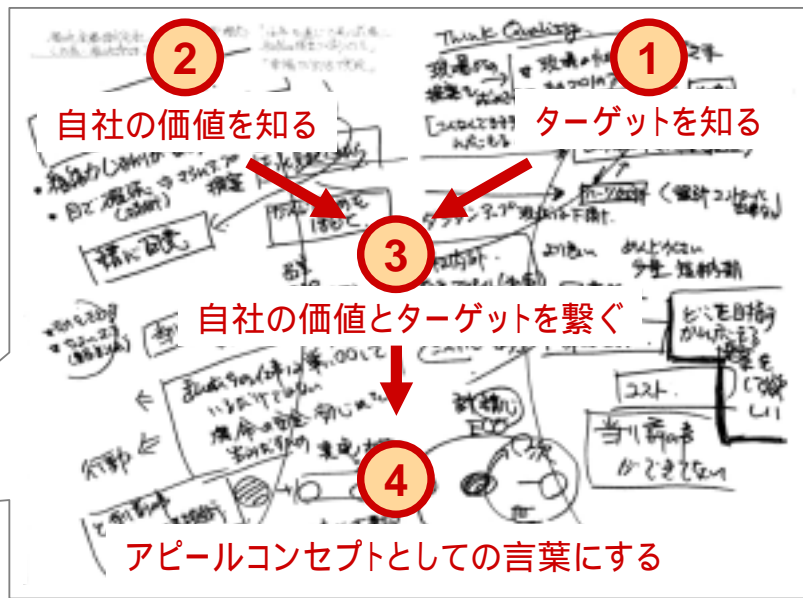
それでは、これから福地金属さんのアピール力アップを以下のステップで行っていききたいと思います。



第1ステップ アピールコンセプト



【第1ステップ： アピールコンセプト】



すべては「アピールコンセプト創り」から始まります。アピールコンセプトこそ、アピール情報+メディアの基礎となりますので、社内でのブレインストーミング作業などを通じて納得の行くまで話し合ってください。(社員間での自由な意見交換が重要)

【第1ステップ： アピールコンセプト】

① ターゲットを知る



設計図通りの金属部品造りはもちろんだがプロジェクト意図、目標を理解した上で現場からの能動的提案を潜在的ニーズとして持つ。(メーカーの相次ぐ不祥事の影響も?)

② 自社の価値を知る

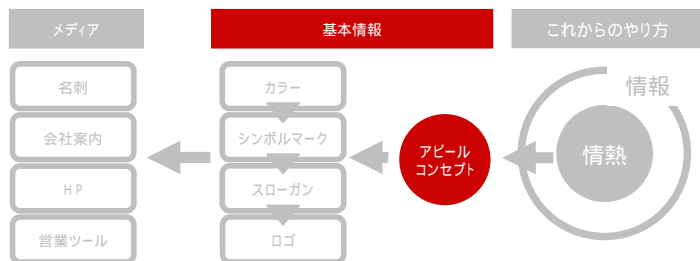


単なる金属製造会社でなくターゲット企業ニーズに応える
当たり前仕事を誠心誠意生み出す企業思想力
情報共有 迅速対応を生み出す組織力
自分の目と技にこだわる職人力

③ ターゲットと自社の価値を繋ぐ



モノづくりのひとつの本質に立ち返り、市場(国内、海外)に正しい最終製品を届けるために、金属部品を通じて市場が当たり前の安全を得続けるための「当たり前の技術」を提供し続ける。



社内で話し合った内容(アピールコンセプトを導く1から3要素)を整理しまとめます。

【第1ステップ： アピールコンセプト】

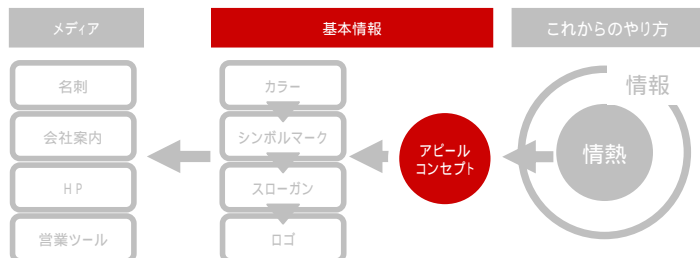
④ アピールコンセプトとしての言葉にする

市場、世界と
言うより燃えてくる

この星を救う程の
見えないけど無くては
ならないという意味

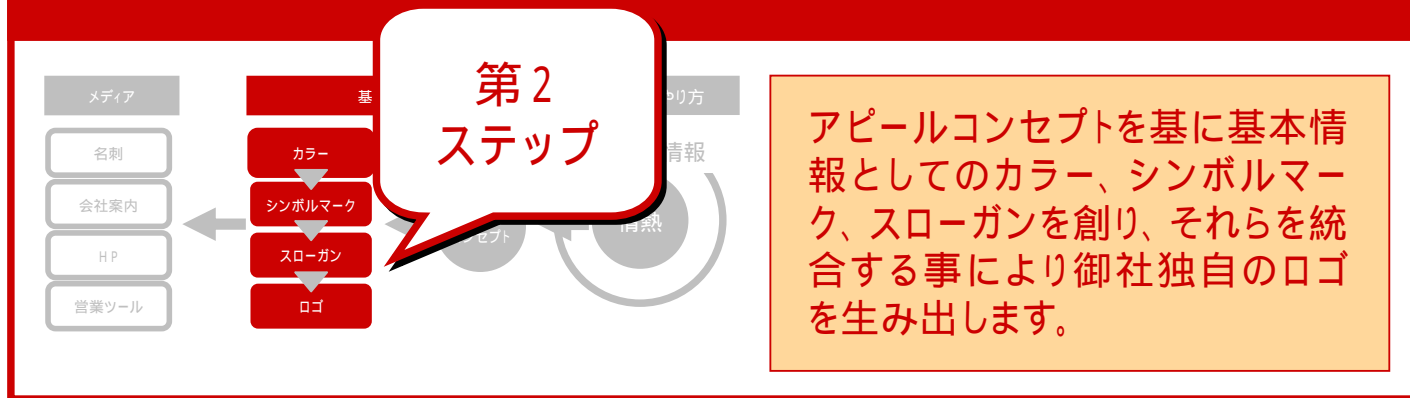
「この星を救う当たり前の技術」

星とくれば「救う」。どこか
で聞いた事あるフレーズ



アピールコンセプトを導く1から3要素を基に、最もアピールしたかった情報を御社の情熱！として明文化します。

第2 ステップ カラー、シンボルマーク、スローガン、ロゴ



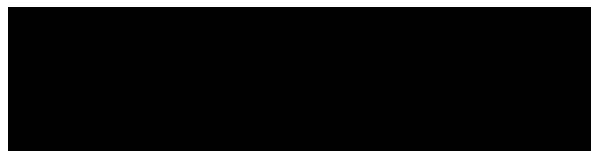
【第2aステップ：カラー】

テーマ：この星を救うという熱意、安定感
 アピールコンセプトにある「この星を救う」熱意を赤で表現。業界では一般的ではない色を使う事で独自のインパクトを生み出す。さらに少々暗めの赤を選ぶ事でしっかり裏づけのある熱意(安定感)を出す。

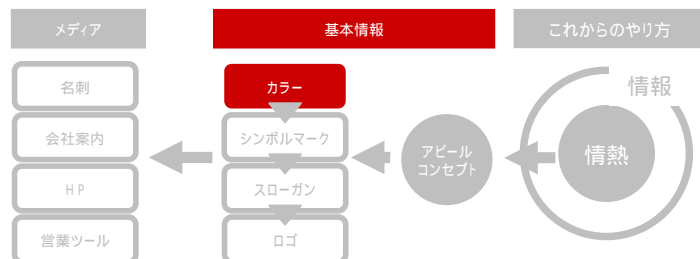


R(赤) = 166
 G(緑) = 0
 B(青) = 0

テーマ：スマート：影の技術、重厚感、深み
 「当たり前の技術」を見えないけれど無くてはならない影の技術と置き換え黒で表現。同時に金属メーカーとしての重厚感、深みを強調する。

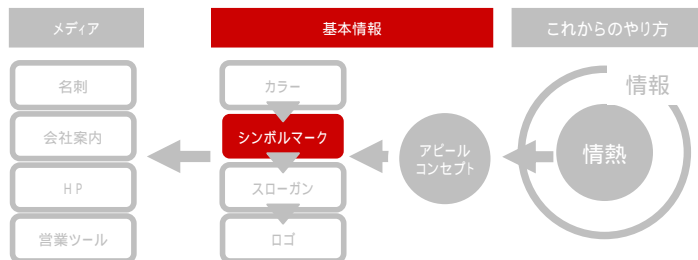


R(赤) = 0
 G(緑) = 0
 B(青) = 0



企業の色(コーポレートカラー)選びは感覚頼りではいけません。アピールコンセプトを基に「意味のある+戦略的」を重視しましょう。そこで今回は福地金属さんの熱い想い「この星を救う」と見えないけど無くてはならない影の技術「当たり前の技術」をフォーカスし選色しました。

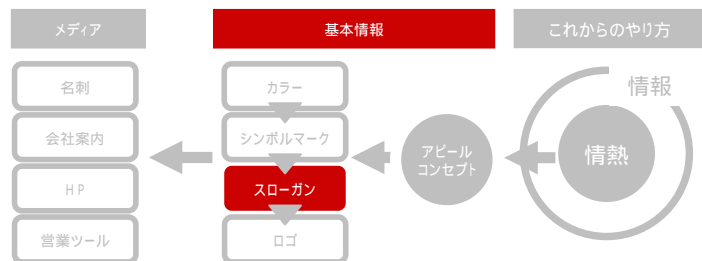
【第2bステップ：シンボルマーク】



既存のシンボルマークの考え方とは違い、社員さんの熱い思いがチームとなってストレートに表現できるイラスト風ビジュアルをそのままシンボルマークとして採用してみました。

【第2cステップ：スローガン】

「この星を救う当たり前の技術」
それが FUKUCHI PRIDE。



アピールコンセプト自体のコピー性を活かし、そのままスローガンとして採用。その後に「それが福地金属の精神なんだ！」という宣言を加える事により、もう一步スローガンらしい文章にしてみました。

【第2dステップ：ロゴ】

「この星を救う当たり前の技術」それが FUKUCHI PRIDE。

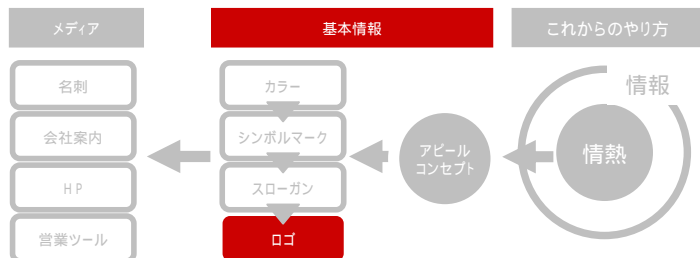
福地金属株式会社



福地金属株式会社

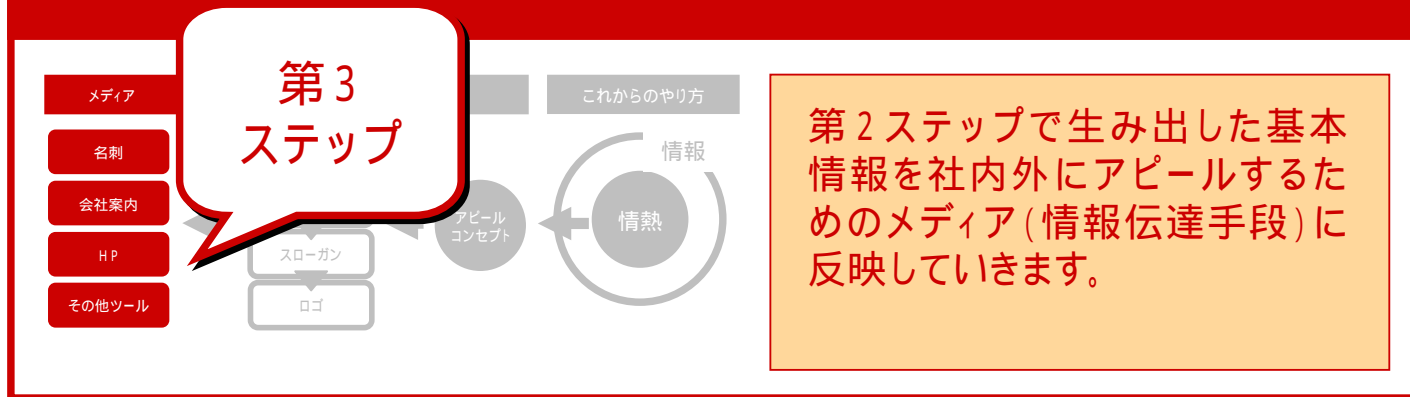


福地金属株式会社



前項までのコーポレートカラー、シンボルマーク、スローガンを組み合わせ福地金属さんのコーポレートロゴを制作しました。

第3 ステップ 名刺、会社案内、ホームページ



【第3aステップ：名刺】

表

裏

福地金属株式会社

代表取締役 **福地 守**
Fukuchi, Mamoru



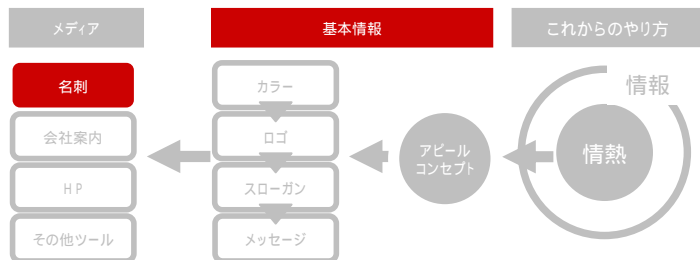
「この星を救うための技術」それが FUKUCHI PRIDE.

福地金属がこだわる当たり前の仕事



福地を支える職人

www.00000000000000000000
〒000 - 0000 00000000000000000000000000000000
Tel. 0000000000000000 Fax. 0000000000000000 Email. 0000000000000000



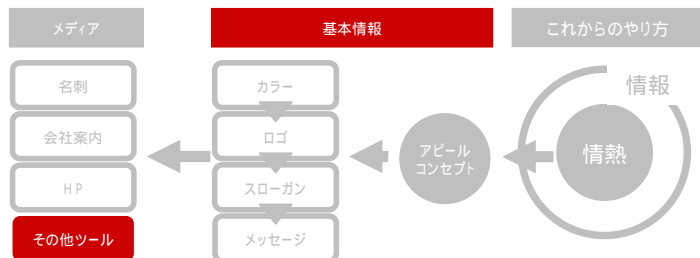
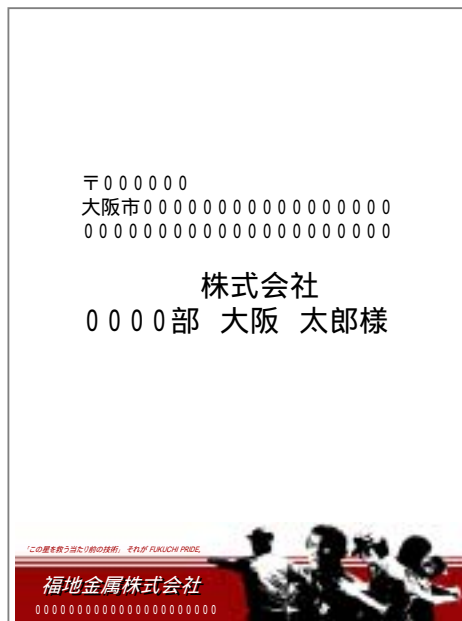
基本情報を名刺に反映してみました。手渡された相手のレスポンスや注目度合いがイメージできる名刺でしょ。名刺の本来の役割を考慮し表面は御社のポリシーをスタイリッシュに伝え、裏面では、御社の価値を端的にアピールします。

【第3ステップ：その他ツール】

社封筒

看板

見積書



他にも社内外用書類や封筒、そして看板などに反映する事で、さらに御社のアピール力はアップします。

以上で福地金属さんのアピール力

Before After を終わります。

(福地金属さま、ご協力ありがとうございました)

そして最後に、「魅せる事」は皆さんの会社の良さを多く・広くではなく、共感して頂ける方々だけに知らせるという作業です。

今後社会のために、ニッポンの明日のために、アピールへの第一歩を踏み出してください。

「ご清聴ありがとうございました。」

皆さまにお会いできた事、心より感謝いたします。

情熱の学校 エサキヨシノリ