「なぜ、自分たちが選ばれるのか」を、社員自身の言葉に。

サテツマガジンコモンズ、企業の強みを発見・言語化し、営業・人材育成・業務改善に
つなげる実践型ブランディング研修を本格展開

EC・製造・不動産・サービス業など**7**領域での非クリエイター向け提案型人材育成研修経験をもとにプログラムを体系化。
経営者と現場の認識をすり合わせ、「自社が顧客から選ばれる理由」を社内の共通言語へ。

合同会社サテツマガジンコモンズ（代表：今中文音）は、クリエイティブディレクター増田大介が開発・実践してきた企業向けブランディング研修を体系化し、中小企業を中心とした企業・団体向けに本格展開します。

本プログラムは、企業がこれまで積み重ねてきた財産である自社の成功体験、社員一人ひとりの工夫、顧客から寄せられた評価を手がかりに、「なぜ、自分たちが価格以外で選ばれているのか」を発見し、言語化、1人1人が各持ち場内で表現できるようになる参加型ワークショップです。

一般的なブランディングの知識の基礎をビジネス書よりも簡単に学ぶだけではなく、参加者自身の経験や実際の顧客接点を材料に、営業、採用、人材育成、事業承継などの場面で活用できる「和たちたちとは」を共有できるようになることを目指します。

発見した強みを実際の業務に反映するため、サービスブループリントによる業務、自社タスクの可視化や、タスクの中で「どの部分を生成AIを使えばいいのか？」の洗い出しである「身の丈AI」の実践など研修後の実装支援にも対応が可能です。

---

1. なぜ行うのか？｜企業の価値は、自分たちでは気が付かない魅力、社内で当たり前になっている出来事の中にある

「うちの会社には、特別な強みがないんです。」

経営者やスタッフとお話しする中で、私はそのような声を聞くことがこれまで多くありました。

「何かが足りていない。うまく行っていないことがある、何か成功している実感がない。」

そんな声を聞くたびに、本当にそうだろうか？と感じる経験が多かったのです。

しかし、事業を行い、顧客がいる。収益がある時点で、本当にそうだろうか？と思うようになりました。

顧客から繰り返し相談される理由、長年続けてきた仕事の工夫、社員が無意識に行っている相手への配慮の中には、金額の差以外に、他社との違いを説明する手がかりが隠れています。

例えば、経営者は自社の価値を理解していても、社員が同じ言葉で説明できるとは限りません。また、現場では優れた工夫が日々行われていても、それが会社全体の強みとして認識されていないことがあります。

こうした認識の違いは、営業時の価格競争、事業承継における理念の共有、採用活動での魅力発信など、さまざまな経営課題に関わります。

サテツマガジンコモンズは、外部から理想的なブランド像を与えるのではなく、企業の内部にすでに存在する価値を発見することから始めます。

2. 特徴｜過去の成功体験と顧客の声から、自社の価値を再発見する

本プログラムは、次の流れで構成されています。

STEP 1｜自分たちが何を顧客、社会に提供しているのかを見つめ直す

「自社は何を売っているのか」という問いから、商品やサービスの機能だけでなく、顧客がその先に求めている体験や社会的な意味、価値を考えます。

STEP 2｜過去の成功体験を洗い出す

これまで顧客に喜ばれた仕事、成果につながった取り組み、社員が工夫してきたことを具体的な事実として整理します。

STEP 3｜顧客からの評価と照らし合わせる

自分たちが強みだと思っていることと、実際に顧客から評価されていることを比較します。自己認識と他者評価の共通点や違いから、自身が持っている独自の価値を探ります。

STEP 4｜自社らしさを言語化する

見つかった価値を、社員が自分の言葉で説明できる表現へと編集します。必要に応じて、営業時の説明や提案の切り口まで話し合っていきます。

STEP 5｜仕事に活かす方法を考える

発見した自分たちの強みを、営業活動、採用、接客、商品・サービス開発など、実際の業務にどう反映するかを話し合います。

研修は、講師が正解を一方的に教える形式ではありません。参加者同士との対話を通じて、経営者や社員がそれぞれ持っている経験と認識を社内共有、コミュニケーションすることを重視しています。

3. 実践事例｜業界や企業規模を問わず、異なる課題に対応

これまで、以下のような業種・テーマで研修やワークショップを実施してきました。

・EC発送・販売代行会社

営業担当者やスタッフが、取り扱う商品の魅力を価格や機能だけでなく、顧客にとっての価値として説明できるようにするための研修。

・不動産デベロッパー

カリスマ経営者主導で成長してきた事業の次世代への承継に向けて、経営者が大切にしてきた考え方と、次世代を担う幹部社員の認識をすり合わせ、「自社の強み」を再認識するワークショップ。

・国内シューズメーカー

新店舗の展開にあたり、同地域の競合ブランドと比較された際にも、自社の歴史や特徴、商品価値を販売スタッフ自身が説明できるようにする研修を実施。転職者、若手スタッフが幹部の経験から自分たちを知ることが可能に。

・自動車教習所

新しい施設を地域に開設するにあたり、「なぜ自分たちがこの場所につくるのか」を、地域との関係性や自社の特徴から考える自分たちと地域の未来の物語を考える時間。

・芸能キャスティング会社

新しい企業としての独自性を整理し、経営者の強みを新人スタッフとも共有。広告代理店や所属タレントに対して、自社の価値を説明するための研修。

・個人起業家

過去の営業・交流会企画・マネジメント経験と、顧客からの評価を照らし合わせ、本人の強みと今後の人生設計、事業展開を整理するコーチング型ワークショップ。

・コンサルティング企業

飲食店の開業支援、集客、サウナ事業、飲食店経営など、多岐にわたる事業に共通する顧客への提供価値を発見し、営業資料や若手社員への共有につなげる研修。

これらの取り組みに共通するのは、企業ごとに異なる課題に対し、過去の事実と顧客の評価から、自社の価値を再発見するという考え方です。

4. 参加者の声｜「自分一人で考えたときと、アウトプットの質が違う」

行政書士を対象とした体験ワークショップでは、本人がこれまで顧客に対して行ってきた仕事や配慮を振り返り、「優しいおせっかい行政書士」という特徴を表す言葉を作成しました。

参加者からは、次のような感想が寄せられています。

「自分１人で考えたときと圧倒的に最後のアウトプットの質が違う」
「自分で考えていると自分がなりたい理想ばかりに目を向けてしまい、現実的な自己認識ができていなかった。」

これは、過去の経験を出発点とすることで、自分の理想像を先に描くのではなく、実際の行動に根ざした強みを言語化できたという評価を頂きました。

自社の強みは、必ずしも社内だけで発見できるとは限りません。

第三者との対話によって、本人にとって当たり前だった行動が、他者から見れば独自の価値であることに気づく場合があります。

5. 研修の先へ｜サービス設計と「自社らしいAI活用」

本プログラムでは、強みの発見を最初の段階と位置づけています。

希望する企業には、発見した価値を実際の業務に落とし込むための支援も行います。

・サービスブループリントによる業務の可視化

顧客の行動を起点に、接客や営業など顧客から見える業務と、社内で行われている業務を整理します。

その中で、自社ならではの工夫や、改善が必要な箇所を明らかにします。

・業務単位で考える生成AI活用

AIを導入すること自体を目的とせず、業務を具体的なタスクに分解したうえで、AIに任せる作業と、人が担うべき判断やコミュニケーションを整理します。

自社の価値を損なわず、無駄なく日々の仕事に取り入れられる活用方法を検討します。

・営業・採用・組織づくりへの展開

研修で発見した価値を、営業資料、採用時の説明、社員教育、新たなサービスの企画などへ展開することも可能です。

6. 開発者コメント｜増田大介

「企業の仕事に関わる中で、ずっと気になっていたことがあります。それは、社長が考えていることと社員が考えていること、そして顧客が評価していることが、必ずしも一致していないということです。

会社の中には、すでに素晴らしい工夫や経験が財産としてあるのに、自分たちの強みだと認識していないことがあります。僕がやりたいのは、外から格好いい言葉を持ってきて会社に貼り付けることではありません。

これまでの仕事や、お客様との関係の中にある価値を見つけ、それを自分たちの言葉で説明できるようにすることです。

自社の強みを理解できれば、営業の仕方も、採用で伝えることも、日々の仕事の進め方も働くモチベーションも変わる可能性があります。まずは、自分たちが何者なのかを知る。そこから、次の仕事を一緒に考えていきたいと思っています。」

きっと、関わる人たちはこの会社で働いている理由を見つけ、充実した事後と時間を送れるようになることでしょう。

7. プログラム概要

名称：企業向け実践型ブランディング研修「なぜ、自分たちが選ばれるのか」

対象：中小企業の経営者、幹部社員、営業・販売担当者、企画・事業開発担当者など

基本形式：対話とワークを中心とした参加型研修

基本時間：180分目安

<パッケージに含まれる主な内容>

- 自社の成功体験と経営資源の整理
- 顧客の評価と自社認識の比較とすり合わせ
- 独自の強みの発見と言語化
- 営業・提案・採用への活用検討

<発展プログラム>

- サービスブループリントの作成。顧客との接点での施策の整理
- 業務プロセスの可視化・改善
- 自社の業務に適した身の丈に合った生成AI活用の洗い出し
- 自分たちらしい営業資料・提案資料の制作支援

費用：実施内容・参加人数に応じて個別にお見積もり(10万円～30万円目安)

8. 合同会社サテツマガジンコモンズについて

サテツマガジンコモンズは、建築、音楽、ファッション、空間、編集、PRなど、異なる領域を横断しながら、企業や地域の価値を発見し、企画として形にするクリエイティブカンパニーです。

企業のブランディングや事業開発、空間・イベントの企画制作などに取り組んでいます。

会社名：合同会社サテツマガジンコモンズ

代表：今中文音

研修企画・講師：増田大介（クリエイティブディレクター）

Web：https://www.satetsumag.love/

お問い合わせ：info@satetsumag.love