



ORANGE FREE

BRANDING ACHIEVEMENTS

ブランディング実績集

ブランディングで、 経営の突破口を開く。

株式会社オレンジフリーは、1987年の創業以来、多様なクライアントのブランド価値向上に取り組んできました。大手企業から中小企業、さらには自治体や学校法人に至るまで、業種や業態を問わず、そのブランド力の向上に貢献しています。ブランディング事例コンテストでの2度の大賞受賞や、中小企業庁長官賞の受賞は、クライアントとタッグを組んで共に達成した成果の証です。

時代が変わり、社会が進化する中で、CSV、SDGs、パーパスといった概念がビジネスの世界において重要な役割を担うようになりました。オレンジフリーは、これらの変化をいち早く取り入れ、社会的価値と経済的価値が両立するブランドの構築を行い多くの企業や組織の変革を支えています。

また、ブランド戦略の策定から、社内の共通理解を深めるインターナルブランディング、そして社外に対するポジティブなイメージの定着を目指すエクスターナルブランディングまで、一連のプロセスをワンストップでサポートできることも特長の一つです。この包括的なアプローチにより、「どこからでも、どこまでも」クライアントのニーズに応えることが可能です。

ブランディングで、経営の突破口をひらく。
この実績集では、私たちのプロジェクトを通じて生み出された変革の物語をご紹介します。

ブランド構築実績 業種一覧

企業	商社(歯科医療・美容)／製造業(水産加工・乾燥剤・ゴム・コンクリート・金属加工・コルク・クレーンカメラ・家具・アパレル・珈琲・椅子張り替え等)／美容健康(美容室・エステ・ネイル・ジム等)／飲食(イタリアンダイニング・ケーキショップ・カフェ等)／教育(大学・専門学校・保育園・学習塾・クッキング等)／土業(弁理士・弁護士・税理士・司法書士・社労士等)／旅行(ホテル・旅館・旅行代理店等)工務店／印刷会社／ウェブ制作会社／フランチャイズ(中古車・居酒屋・小顔矯正等)／その他サービス(特殊機材撮影・ハウスクリーニング・PCサポート等)／店舗(ジュエリー・ブランド眼鏡・着物等)
商品	安全靴／知的障がい者が生産するうどん／アクセサリ／スイーツ等
医療・福祉	地域中核病院／介護福祉施設／PET-CTがん検診センター／内科／歯科／産婦人科／不妊治療／整形外科／美容皮膚科／整骨院 等
自治体関連	豊中市役所／豊中市地域雇用創造協議会／さぬき市津田地区漁業活性化協議会

株式会社オレンジフリー 代表取締役
ブランド戦略コンサルタント／クリエイティブディレクター

蒲原 くみ
Kumi Kamohara

企業・商品・サービスのブランド構築、認知拡大のためのプロモーションなど、ブランド戦略〜ブランドの世界観構築まで一気通貫してサポートする。チームブランディングでは、明るく前向きな雰囲気を作り出し、メンバーの情熱と団結力を高めることに定評がある。「戦略は可視化しなければ机上の空論」と、ブランドの可視化を重要視し、一瞬でブランドの世界観を伝え、ベルソナを惹きつけることを追求している。講師を務めるブランディングセミナーは毎回満席。オンラインセミナーでは500名視聴を記録した。楽しくユーモアたっぷりのファシリテーションと、多様な実践経験に裏打ちされた知見を求めて、北海道、仙台、東京、四国、沖縄など全国各地から受講生が訪れる。受講生満足度調査9.8(満点は10)所属する（一財）ブランド・マネージャー認定協会ではトップクラスのトレーナーである。各地商工会議所、青年会議所、大学、経済団体等でブランディング実践事例の講演多数。

- ・一般財団法人 ブランドマネージャー認定協会 マスタートレーナー／大阪会場主宰
- ・一般社団法人 日本ファミリービジネスアドバイザー協会 認定アドバイザー／フェロー
- ・神戸女学院大学非常勤講師(企業ブランド論／パーソナルブランディング実践演習／地域活性化実践演習)
- ・豊中商工会議所登録専門家「ブランディング分野」



株式会社オレンジフリー 取締役会長
ブランド戦略コンサルタント／ブランニングディレクター

吉田 ともこ
Tomoko Yoshida

大手広告代理店のコピーライター・プランナーを経て1987年創業。1988年に法人化。2022年まで代表取締役を務める。上場・大手企業、中小企業、医療・土業、大学、行政など、多岐にわたるブランディングを成功させ、ブランディング専門会社として評判を得る。特に強みとしているのはコンセプトメイキング、ブランドストーリー。企業や商品・サービスの価値の本質を発見して得た言葉で表現し、ブランドを大きく成長させている。仕事のクオリティと成果、守備範囲、実践量が評価され、経営コンサルタントの国際資格CMCを取得（国際公認経営コンサルティング協議会認定）。公益社団法人全日本能率連盟マスター・マネジメントコンサルタントにも認定された。豊中市のブランド戦略策定委員や岡山市、さぬき市津田など地域ブランディングにも精力的に関わっている。講演執筆多数。



- ・一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会アドバイザー／グランドマスタートレーナー／カリキュラム編集委員
- ・全日本能率連盟マスター・マネジメント・コンサルタント
- ・一般社団法人 日本ファミリービジネスアドバイザー協会 認定アドバイザー／フェロー
- ・豊中商工会議所 議員
- ・公益活動：神戸女学院大学非常勤講師(2007〜2023年)（企業ブランド論／地域活性化論：プレゼンテーション演習）

- | | |
|----|---|
| 受賞 | ・2019年度 ブランディング事例コンテスト 大賞／中小企業庁長官賞 ダブル受賞
・2015年度 ブランディング事例コンテスト 大賞受賞
・企業ウェブグランプリ(大和ハウス工業)
・NIKKEI NET広告賞(B to B部門 優秀賞)パナソニック／部門賞 オムロン) |
|----|---|

著書



第一線で活躍する
研究者×実践者×コンサルタントが教える
実践的マーケティング・
ブランディングの教科書(共著)
ビジネス実用社／2024年発刊



新版 社員をホンキにさせる
ブランド構築法
一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会
同文館出版／2022年発刊



社員をホンキにさせる
ブランド構築法
一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会
同文館出版／2015年発刊



下町から世界へ羽ばたく SDGsブランディング

株式会社リーファ

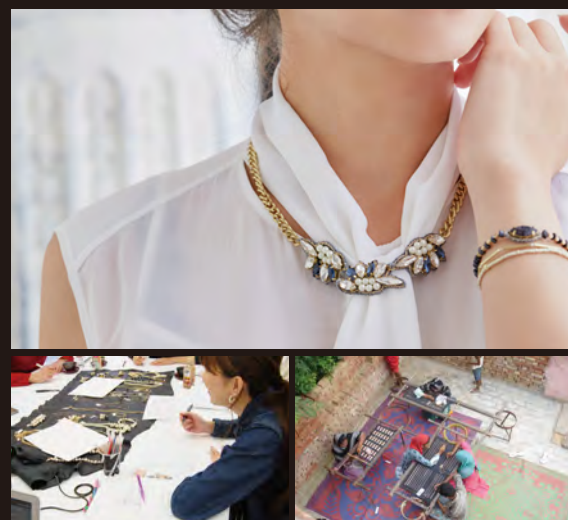
大阪西成区で椅子・ソファの張り替えと製作を行う株式会社リーファ様。ビジネスの成長に応じて、5年間で3段階のブランディングを実施。第1段階：強いブランドの構築と新サービス開発。第2段階：働き方改革、技能継承の仕組化等で、「ブランドを体現する人・ブランド価値の中核を成す技術力」を強化。第3段階：SDGsの達成を経営戦略に取り込んでブランド価値を再定義。「下町の太陽」というブランド・ビジョンのもと、ウェブ等で世界観を発信。



成果

- 2019年ブランディング事例コンテスト大賞 & 中小企業庁長官賞 ダブル受賞
- ブランド・ステートメント策定

- ブランドブック、ブランドサイト「下町の太陽」制作
- メディア掲載 (産経ニュース、東洋経済オンライン、朝日新聞デジタル&M)



アクセサリーで世界を変える、 社会貢献ブランド

株式会社スプリング

差別化が難しいアクセサリー業界。付加価値の高い2ブランドを構築すべく、同時進行でブランディングを進めた。インド生産アクセサリーは、生産背景や志、取り組みを社会貢献ブランドとして明文化し、パリコレクションTHE BOX展にエントリー。これをきっかけに全国主要百貨店や大手セレクトショップなど、新規55社と取引がスタート。ブランドの世界観を表現するプロモーションツールも整備。売り上げは35%アップし、売り込まなくても売れるブランドになった。

成果

- 2015年ブランディング事例コンテスト大賞受賞
- 企業理念、ブランド・ステートメント策定
- ネーミング、ロゴ、ブランドフィロソフィー、ブランドブック制作
- メディア掲載 (BBC Indea、商業界)

#01

全国法律事務所ランキング上位の大手弁護士法人。
ブランド・アイデンティティが、組織力強化の核になった。

弁護士法人 北浜法律事務所

M&A、会社法、国際関係法務、競争法…あらゆる法分野を扱う総合法律事務所の強みと組織力を強化するためブランディングをご依頼いただきました。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- コーポレートサイト、ブランドムービー制作
- リーガルマガジン「KITAHAMAプラス」制作

CHAPTER 01

高い専門性を持つパートナー弁護士が プロジェクトチームを結成

北浜法律事務所様は、全ての法分野を扱い、東京・大阪・福岡の3拠点で高度なリーガルサービスを提供している。在籍弁護士は108名。倒産、事業再生で有名な佐伯照道弁護士が立ち上げた事務所であり、実力も、歴史も、規模感もある。しかし、この業界は事務所名よりも弁護士の名前が前に出る傾向がある。オレンジフリーは、個々の弁護士の力と事務所の総合力が合わさるとさらに強くなると考え、コーポレートブランディングとパーソナルブランディングを掛け合わせる手法をご提案。パートナー弁護士が一堂に会する会議でプレゼンテーションを行い、全会一致で承認された。

ブランディングは三段階で行なった。Phase1.プロジェクトチーム(パートナー弁護士8名)に、ブランド概論・構築手法をお伝えし、課題や目指す未来像についてディスカッションしベクトルを一致させた。Phase2では、ブランド戦略を策定。環境分析からブランド・アイデンティティの策定まで20時間をかけ、綿密に検討した。導き出された言葉は、「クライアントとともに。」誰もこのクラスの法律事務所の専門性に疑いは持たない。決め手になるのは、「親身になってくれるか」「レスポンス

が速いか」など、コミュニケーション力やフットワークの軽さという情緒的価値だ。「クライアントとともに。」というアイデンティティは、北浜法律事務所が今までやってきたことであり、これからもやり続けたいこと。事務所の背骨となる独自性の表現だった。

CHAPTER 02

ブランド価値の可視化で 魅力を伝える

Phase3は、ウェブサイトの再構築と今後のプロモーションをご提案。サイトリニューアルでは、ブランド・アイデンティティに沿った世界観構築のために、業界では革新的なコンテンツを提案。弁護士個々のキャリアや人生哲学を丁寧に描いたブランドストーリーとビジュアル、並びに組織としてのスケール感を発信することで「個と集団」双方の魅力を表現。またタイムリーなリーガル情報を届けるマガジン「KITAHAMAプラス」も企画制作。ハイクオリティでありながら親近感を感じるデザイン表現で、他の事務所とは一線を画している。パートナー弁護士が出演するブランドムービーも制作。顧客から高評価を得ており、新規お問い合わせも増えている。

北浜法律事務所
ホームページはこちら



100周年に向けて、
ブランディングで経営課題を解決。

株式会社モリタ

業界シェアNo.1の総合歯科医療商社。
商社としてのブランド力を強化して、次の100年へ向かうために
ブランディングをご依頼いただきました。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- ブランド・ポートフォリオ戦略構築
- モリタ×ニプロのブランド広告シリーズ制作
- 100周年プレゼンテーション企画制作

社員の胸に宿る使命感が
ブランドの成長を加速させる。

株式会社王宮 ブリッジホテルグループ

ホテル業界の常識を覆す革新的なサービスを実践されていたが
ブランドとして確立されていなかった。
さらなる飛躍のためブランド戦略顧問のご依頼をいただきました。

成果

- ブランド・ストーリー、ブランドサイトの制作
- ロゴマーク、キャラクターの制作
- プロモーションツールのディレクション・制作

CHAPTER 01

最高の笑顔を創る 歯科医療のトータルサポーター

株式会社モリタ様は、歯科医療機械や材料の卸売販売額で50%近いシェアを握る歯科医療のNo.1商社。取扱製品は6万点を超え、取引メーカーの多数の製品と自社ブランド製品がある。変化する市場環境に対応し、効果的なマーケティングを行うためには、「歯科医療総合商社モリタ」のブランド力を強化して活用することが必要。社長直轄のブランディングチームが発足し、サポートを行うコンサルティング会社は競合プレゼンテーションの結果、オレンジフリーに決定。弊社は、創業100周年に向けた5段階のブランディングを提案。以下は2年半の取り組みの概要である。

Phase1は、ブランド概論や構築手法をお伝えし、共通言語を作った。Phase2では、ブランド戦略を策定。環境分析に加え、STPマーケティング・ペルソナ・連想マップなどを活用して事業状況に対する認識を深めながら、ブランド・ステートメントを策定した。ブランド・アイデンティティは「最高の笑顔を創る歯科医療のトータルサポーター」。決定した瞬間、大きな拍手が沸き起こった。

CHAPTER 02

環境変化にビクともしない 「売れ続ける仕組み」作り

Phase3は、ブランド・ポートフォリオ戦略を構築。ブランド・アイデンティティを軸にブランド階層ツリーを作り、企業活動をドライブする3つの柱をProduct、Place、Informationと置いた。

Productでは俯瞰的視点からブランドを管理することを念頭に、6万点の製品の仕分けを行った。ブランディングは顧客視点。この時、歯科医師の視点でカテゴライズできたのは大きな意味がある。Placeでは、自社物流網を社会最適システムにするための考察を行った。Informationは、ユーザーグループ毎に現状の評価と課題、対策を協議。最後にこれら3つでシナジー効果を上げる戦略を構築した。Phase4では、ブランド戦略に添って、一貫した世界観を伝達するために、CM、カタログ、展示会、業界誌など、エクスターナルブランディングの検討を行った。Phase5では、100周年式典でのプレゼンテーションをサポート。ブランディングにより、100年で培ってきた価値を、次の100年への力と変えることができた。



CHAPTER 01

日本の文化とおもてなしを 体験できるホテル

訪日観光客で賑わう大阪で、とりわけ外国人に高い評判を得ている道頓堀ホテルグループ様。なんば道頓堀ホテル、THE BRIDGE HOTEL 心斎橋、逸の彩ホテル日本橋の3つのホテルを運営し、沖縄にもホテルを開業。しかし、かつては周辺のビジネスホテルとの価格競争に巻き込まれ、厳しい経営環境にあった。そんな状況を打破するため2012年ブランディングに着手。「日本の文化とおもてなしを体験できるホテル」というブランド・アイデンティティを策定。道頓堀ホテルブランドを広く社会に浸透させるため、オレンジフリーはブランド戦略顧問に着任した。

CHAPTER 02

ブランドの価値構築と 世界観の発信

まずブランドの世界観を発信するために、核となるブランドストーリー制作に着手。創業の歴史を紐解き、道頓堀ホテルの真の価値についてヒアリングを重ね、ストーリーに落とし込み、「道頓堀ホテルの想い」として発信。ブランド・アイデンティティ、ブランドストーリーを軸に

ウェブサイトの再構築、ホテル内のツールの見直しを行う。また、よそにはない独自性の高いサービス「日本文化無料体験イベント」や「あったらいいあの無料サービス」等も意図や想いを語ることで価値を可視化。全ての取り組みがブランド・アイデンティティに紐づき、豊かな世界観の構築に繋がるよう設計した。

CHAPTER 03

グループとしての成長と ブランドの進化

2016年にTHE BRIDGE HOTEL 心斎橋、2017年に逸の彩ホテル日本橋を開業。いずれのホテルにおいても道頓堀ホテルの「世界観」を踏襲し軸をブレさずに突き進んできた。その想いが「日本と世界の架け橋になる」という使命感に進化し、スタッフ全員の心に宿り、さらなる成長へのエンジンとなっている。2020年、沖縄にホテル開業、苦渋のコロナ禍を経て、過去最高の売上と利益を達成している。





ブランディングで経営理念の具現化と、組織力を強化

株式会社バーテック

1943年創業の株式会社バーテック様は、工業用ブラシ専門メーカーである。規格がないブラシ業界において、アメリカの安全規格を勉強して自社規格を作り、安全なブラシの提供と啓蒙に努めている。「働きがいのある会社」ランキング小規模部門で7年連続ベストカンパニーに選出されており、全員参加型のガラス張り経営に高い評価を得ている。経営理念である「全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人類・社会の、心と技術における進化発展に貢献する。」の具現化と組織の強化を目的に、弊社にブランディングを依頼された。

「全社員向けブランディングセミナー」を実施し、ブランディングの基本やその進め方について社員の皆様に理解していただき、社長、マーケティング担当者と共に各事業部のブランド・ステートメントを策定した。事業部ごとのブランド・アイデンティティとボディコピーを作成し、

さらにこれらを含めたブランドビジョン「ブラシで世界を変えよう」を掲げた。これには、バーテックが提供するブラシにより、現場で起こっている問題を解決するだけでなく、お客様一人ひとりの働きがいの向上を図ってビジョンを実現し、さらに社会問題や環境問題の解決にまで貢献していきたいという想いがこめられている。

ブランドの骨格ができた後は企業サイト、ECサイト、チラシ、カタログ、メルマガ等の見直しを行い、デザインとコピーの調整をサポートした。またマーケティング支援のためにカスタマージャーニーマップも作成。それを元に各担当の活動の見直しとブラッシュアップを行った。さらに社員のパーソナルブランディングをチーム、個別に分けて実施。連帯感の強化と個人のモチベーションアップに貢献した。

成果

- 各事業部のブランド・ステートメント
- ブランドビジョン策定
- パーソナルブランドシート
- 企業サイト、販売店向けサイト改修
- メルマガ、カタログ、チラシの調整



リブランディングの要は、唯一無二の世界観とストーリー

株式会社安岐水産

香川県さぬき市津田。株式会社安岐水産様は過疎化認定された瀬戸内の小さな町にある。最高級のアオリイカを扱う会社として業界では有名だが、今後の発展を考えるとBtoCでも認知度を上げたい。しかし楽天市場での販売はまだ手探り。直接消費者と繋がるために会社の見え方を変えたいとご依頼を受けた。

オレンジフリーでは「社員向けブランディングセミナー」を開催し、ブランディングの基本やその進め方について社員の皆様に理解していただき、経営幹部やマーケティング担当者と共にブランド価値の棚卸しを行った。ブランド・ステートメント策定後は、「いのちの海。未来へ。」というブランドビジョンを策定。それを元に全商品を見直しブランド体系を構築した。商品ロゴ、パッケージも全て刷新し、企業ロゴと企業サイトもリニューアル。これまでの強みを土台に据えながらも、従来のステークホルダーからの「見え方」や「思われ方」を大き

く変え、新規顧客となる消費者にアピールし、求職者に対しても魅力的な存在に見えるようにした。

リブランディングの強力な切り札は、「ねこ海レストラン」という名の環境ファンタジーだ。「海は生命のゆりかご。安岐水産は海の恵みに感謝し、環境保護活動をしながら美しい海と魚食文化を未来へつなげていく。」という同社の意思を、子どもから大人まで誰もが共感できるファンタジックな物語にして公開した。物語のシーンを切り取った社屋のウェルカムサインボード、海沿いの大型サインボードはフォトスポットとして訪れる人を魅了しており、町の求心力になっている。また魚食文化の継承と海の環境問題の社会貢献活動「お魚生活すすめ隊」も安岐水産主導で行われており、「ねこ海レストラン」は会員募集にも一役買っている。

株式会社安岐水産
ホームページはこちら



成果

- ブランド戦略、ブランド・ステートメント、ブランドビジョン策定
- ブランド体系の構築
- 企業ロゴ、企業サイト、各種ネーミング、商品ロゴ制作
- ECサイト制作、楽天サイトデザイン変更
- BtoB向けパッケージ制作、BtoC向けパッケージ、ショップカード、巻紙、紙袋等制作
- 会社案内、名刺、封筒、便箋、社屋サイン制作
- 海の世界観ファンタジー絵本「ねこ海レストラン」制作
- 「ねこ海レストラン」大型サインボード制作
- コンテンツショップ「ねこ海レストラン」の世界観構築



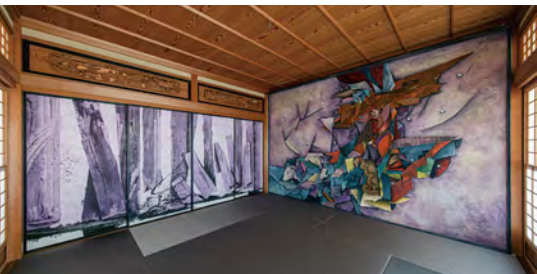
ブランディングで、 世界に羽ばたくアート作品

株式会社GAF CREATE

GAF CREATE様は、停滞しているこの世界を壁から変えていきたいと立ち上がったアーティスト集団である。まだ作品づくりもビジネスもタネだった頃、コンサルティングのご依頼を受け、3年がかりで可視化までご支援した。

作品は、圧倒的なエネルギーとアイデアを駆使したウォールアートだ。まず依頼主をヒアリングし、人や企業、または建物を象徴する物語を創作し、そのイメージを一枚の絵に落とす。次にその絵を何百ものピースに分け、金箔、木の彫刻、ガラス、西陣織、メタルエンボッシング、ドローイングなどを振り当て、立体に変容する設計図を作る。熟練の技を持ちながらも、仕事の幅が狭く閉塞感がある日本の伝統工芸。その職人たちの熟練の技が、ウォールアートという造形芸術の世界で新たな輝きを放つ。

このブランド価値と世界観を、2種のウェブサイトで余すことなく表現した。販売はオーダーとレンタルの2種類。アイコニックな世界観を伝えるために、作品を飾った最高のシチュエーションをCGで制作。販売支援のためにARを活用し、作品を壁に飾った時のイメージがわかるようにした。アートをビジネス化し、且つ芸術性を高めるという絶妙なバランスで着地した仕事である。



成果

- ブランド戦略
- 企業ロゴ、ネーミング、作品のコンセプトコピー
- セールス用カタログ制作
- ブランドサイト
- CG制作、AR
- 販売サイト
- コンセプト動画制作



ライフスタイルに合わせて進化する 鯖寿司ブランド

株式会社三徳

琵琶湖の北、滋賀県長浜。株式会社三徳様は「さんとか三太郎」という屋号で鯖寿司を販売している。脂ののった国産鯖の肉厚の美味しさとブランド米の酢飯が一体となった極上の味わい。一度食べるとファンになる。とはいえ全国的な知名度はなく、顧客層も50代以上が大半で、30～40代は取り込めていなかった。時はコロナ禍。「お取り寄せブームで通販が動き始めている。このタイミングでブランド価値を上げたい。」とのご依頼があった。

三徳の大澤剛人社長は、オレンジフリーのブランディングセミナーの受講生だ。アドバンスコースで作られたブランド・ステートメントを見直し、一緒に作成し直した。3C分析では、①鯖寿司の新しい食べ方提案、②30～40代のライフスタイルに合わせた食べ方の提案、③三徳の姿勢と社会的価値を創出する、という市場機会を発見し、ペルソナではリモートワークする30代のカップル、ご当地グルメを買

うのが好きな40代男性バイカーを描き、「おうち時間の幸せをつくる、国産のこだわり鯖寿司」というブランド・アイデンティティにスムーズに着地した。

次はブランドサイト制作。ここでは、オリジナルコンテンツで、競合と全く異なる世界観を描き出した。「父の背中と焼き鯖茶漬け」「白ワインで乾杯するご褒美ごはん」など新しい食べ方が入った短編小説や、創業家のブランドストーリー、おうち時間を楽しむカップルのプロモーション動画など評判は上々だ。その他、パッケージ、ブランドブック、santaroDeliのコンセプトや撮影、記念日の売り方、ラジオCMなど、多方面でご支援した。



リニューアルしたパッケージ

成果

- ブランド戦略、ブランド・ステートメント策定
- 商品・モデル撮影、プロモーション動画制作
- ブランドサイト、ブランドストーリー、ブランドブック制作
- パッケージ制作



最強のチームを作る、 社員のパーソナルブランディング大研修

ヤチヨコアシステム株式会社

1970年創業。ヤチヨコアシステム株式会社様はOA機器の専門商社であり、独立系ディーラー、無借金経営を貫き、東京から九州まで全国 17 拠点を展開している。コニカミノルタ社デジタル複合機 国内販売実績および顧客満足度調査 No. 1 ディーラーとして、その名は全国に轟いており、卓越した経営の企業に贈られる「関西経営品質賞」最高賞も受賞。人材育成に力を注ぐ同社は「今後さらに経営品質を向上させるためには、社員一人ひとりの価値を高めることが重要だ」との考えで、弊社にパーソナルブランディングを依頼した。

経営トップと綿密な打ち合わせを行い、オーダーメイドのパーソナルブランディングプログラムを構築した。プログラムはサービスマン、営業マン (I、II) など職種別、ステップ別で違いがあるが、基本的な内容は①ヤチヨコアシステムの企業文化と社風の理解 ②競合と自社 (自分) の

ビジネスモデルを比較し自社サービスの価値を認識する ③自分史を振り返り、エポックとなるエピソードを話し聴き合い、リスペクトと共感、繋がりを感じる ④自分ブランドの構築とプレゼンテーション。この学びを通して、参加者は顧客接点である自分の行動が企業ブランドのイメージを決定することを理解し、「あなたから買いたい」「あなたからサービスを受けたい」と思ってもらえるパーソナルブランドを構築できる。同時に、チームの結束力も高まる。

プログラムは大人数 (100名規模) で実施した。その理由は、多くの人から承認を得ることで自己肯定感が高まること、相互に作用し合いエンゲージメントが高まること、そして100名が一同に会するダイナミズムによってパーソナルブランディングが社内に根付くなど、多数のメリットがあるからだ。実際に研修が終了した時、会場は感動と達成感で一体となり熱気で満ち溢れていた。

成果

- ブランドに対する理解促進、インターナルブランディングの浸透
- 自分ブランドステートメントとキャッチコピー
- 自己承認と誇り
- 参加者の相互理解と連体感

ジャパンプランドの海外上陸戦略

株式会社西尾レントオール

東証一部上場、総合レンタル業の西尾レントオール様からのご依頼で、子どもの遊び場「Kids Magic」のブランディングをサポート。国内大型商業施設、アミューズメント施設などで多数導入実績のある OEM ブランドを、海外市場に向けて自社ブランドに転換。ASEAN 諸国・欧米キッズ市場調査、現地社員へのヒアリング、法律など、各種情報に対する助言・分析も行い、市場確定後は強みであるレンタル仕様を用いた独自のビジネスモデルを構築した。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- 海外向け移動式キッズパーク戦略構築

世界で戦える乾燥剤のスペシャリスト集団を目指す 山仁薬品株式会社

“乾燥剤の代名詞”と言われる「ドライヤーン®」を発売して 40 年。業界をリードする山仁グループ様。創業 60 年の節目にご依頼を受け、3 段階のブランディングを提案。第 1 段階：強いブランドの構築と幹部社員の合意形成。第 2 段階：ブランドの可視化 展示会出展・WEB サイト構築。第 3 段階：若手社員を巻き込むブランド教育研修。これらの取り組みを経て大手製薬会社との取引が増え新工場も始動。ASEAN 諸国に向けたカンボジア工場も好調である。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- インターフェックスジャパン（医薬業界で日本最大の展示会）ブースデザイン
- コーポレートサイト制作
- グループ会社、部門のブランド教育研修

新規事業ブランディングで未来をひらく

広沢自動車学校

広沢自動車学校様は徳島県内シェア No. 1 の人気教習所。しかし 18 歳人口減少を背景に、業界では教習所の統廃合、自動運転への脅威等、環境変化にどう適応していくかが大きな課題だ。そこで、新たな経営の柱となる新規事業のブランディングを支援。広沢ブランドの強みや企業理念をベースに、環境分析、未来予測からブランド戦略を構築。新規事業「広沢留学」「ドローンスクール」「VR×プログラミング教室」のプロジェクトメンバーを手厚くサポート。多数メディアにも掲載されている。

成果

- 新規ビジネスモデルの構築
- 事業パンフレットの制作
- メディア掲載（NHK、Yahoo! ニュース、朝日新聞等）



介護業界のイメージをポジティブに転換

IKOI GROUP(本部:株式会社デイケア憩)

大阪、兵庫、石川のエリアで32事業を展開。総合介護事業のIKOI GROUP様。複数施設の開設を同時進行で行うなど急成長を遂げた年、組織の足場固めにブランディングを導入。業界の「3K」イメージをポジティブに変換し、採用活動に生かすという目的も。社長・幹部社員10名をブランド教育からブランド・アイデンティティの構築まで徹底してサポートし、アイデンティティ「とことん、ご利用者様の居場所づくりのために」を軸に全てのツールを整備した。採用活動も好調である。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- 企業サイト、採用サイト・パンフレット制作
- ロゴ、キャラクター、ブランド・ストーリー制作



BtoBからBtoCへ。デザイン安全靴のブランディング

シバタ工業株式会社

シバタ工業株式会社様は、ゴム履物から始まり、海洋土木、建築土木、産業物流製品等を扱う総合ゴムメーカー。100周年に向けて原点回帰、今までにないスタイリッシュな安全靴を開発。BtoBからBtoCへのチャネルチェンジという新たな挑戦のためにブランディングに着手。発売2ヶ月前にご依頼を受け、商品ブランディング→プロモーション展開まで実施。世界同時発売に間に合った。その後、コーポレートブランディング、オンラインショップのブランディングも実施した。

成果

- 2014年度グッドデザイン賞受賞
- ブランド・ステートメント策定
- 製品ブランドカタログ、ランディングページ制作



医療サービスの質を高めるブランディング

医療法人桂川レディースクリニック

桂川レディースクリニック様は、産婦人科と不妊治療を行う大津のトップクリニック。オレンジフリーは増患コンサルティングを3年間担当。目的達成後は、インターナルブランディングに着手。助産師・看護師・医事課・サービススタッフと共に、レセコン、助産録を活用し、産科、不妊治療のブランド戦略を構築。詳細なブランド体験設計、推奨規定・禁止規定も策定。この取り組みにより、長年の課題であった部門間の溝が埋まり、サービスの質が格段にアップした。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- 「社員を本気にさせるブランド構築法（同文館出版）」に優秀事例として掲載
- (一財)ブランド・マネージャー認定協会シンポジウム、ブランドセッションにて優秀事例として発表
- ブランドサイト制作



若手を育て離職率を下げるブランディング

株式会社ロケット

世界最新鋭の特殊撮影機材で、ワールドカップなどの国際大会や、有名ミュージシャン、アイドル等のLIVE撮影を行う株式会社ロケット様。仕事は増える一方だが、若手社員が不安定という課題に3段階のブランディングで支援。第1段階：2020東京オリンピックに向け若手を主役に据えたブランドを構築。第2段階：ピンポイントで人材を獲得する採用ブランディング。第3段階：脱徒弟制度に向けた教育マニュアルの構築。採用と人材育成の仕組み化に成功した。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- 業務を可視化した教育マニュアル制作
- 欲しい人材に訴求する理系人材、元自衛官人材求人特設WEBページ



ブランディングで世界品質の授産品に

愛仁会グループ 社会福祉法人愛和会

西日本最大級の介護福祉施設を持つ愛和会様。多機能型事業所「あすなろ」で作る讃岐うどんは美味しいと評判で「障がい者が一般企業に負けないうどんを作っている」という社会的認知を広めたいとご相談があった。ブランディングを行い、国際食品コンテスト「モンドセレクション」にエントリーし、73カ国、737社、2200品目中、モンドセレクションシリアル部門金賞を受賞し、その後も連続受賞。あすなろメンバーと職員の胸に自信と誇りが宿った。

成果

- モンドセレクション3年連続金賞受賞
- 売上アップによる自立支援（原材料費を差し引いた全収益が障がい者の工賃）
- エントリー資料・ブランドブック制作（欧州のモンドセレクション審査員に、馴染みのないうどんの価値を伝える）



共感ブランディングで求心力を高める

株式会社gratify

ネイル・まつげエクステ・ホワイトニングサロン8店舗、ネイリスト養成スクール、飲食店を経営する株式会社gratify様。「多店舗展開において統一のコンセプトが重要」と弊社セミナー受講後、社長のコンサルティングでブランドを構築。創業の想いや、これまでの歩みを丁寧に紐解き、共感を高めるブランドストーリーを作成。「特別な一日よりも、普通の毎日を美しく」がコンセプト。こんなサロンで働きたい、と応募が絶えない。ネイルスクールのブランド構築も支援。

成果

- ブランド・ステートメント策定
- gratify サイト、パンフレット、ブランドストーリー制作
- 社長のパーソナルブランディング
- gratify* BEAUTY ACADEMY サイト、ブランドストーリー制作



女子大で唯一の法学部 その存在意義が ブランディングで明らかに

京都女子大学法学部

「日本で唯一の女子大法学部」という事実は誇らしい。しかし、これまで議論を重ねてきたもののその強みが見えてこなかった。京都女子大学法学部の現代社会における存在意義とは何か？他大学に無い価値を明確にし、新機軸を打ち出したい。そして今後進むべき方向について、教員のベクトルを合わせたいという依頼を受けた。ブランディングが進むほどに見えてきた大きな価値。それはジェンダー法学という、時代がまさに求めているものだった。バイアスがかかり生きづらいこの世の中で、女性だからという理由で人生に枠をはめることなく、未来に向けて夢を大きく描くための学び。性別による偏見や不平等を是正してジェンダー平等な社会の実現を目指す学びを京都女子大学法学部で。ブランド・アイデンティティは、「本来の自分を研ぎだし、新たな社会を切りひらく」。ジェンダー法学を体系的に学べる唯一無二の法学部として、教員全員が喜びと一体感を感じている。



パンフレット中面

成果

- ブランドステートメント
- ウェブサイトの改修
- 法学部パンフレット
- イベント・講演会
- オープンキャンパス用ポスター



憧れの先輩像 ブランド・パーソナリティで魅力を発信 神戸女学院大学

西の女子大御三家、神戸女学院大学。中でも人間科学部（環境・バイオサイエンス学科／心理・行動科学科）はカリキュラムが充実していたが、明確な強みを打ち出せずにいた。依頼を受け、ブランド価値の本質を探る「卒業生インタビュー」を実施。その結果、①可能性を広げるリベラルアーツ教育 ②4年間で得た体験価値 ③美しいキャンパスの3点に集約。卒業生10人をブランド・パーソナリティにしブランド価値を伝えるパンフレットを制作し、話題を呼んだ。

成果

- 人間科学部の学科別ブランドパンフレット制作
- 4年間の教育が学生に与える影響をインタビュー調査
- 教職員対象ブランディング講演・研修の実施



先進的なアイデアでブランド認知・売上拡大支援 医療法人仁泉会MIクリニック

大阪大学附属病院の受け皿として誕生した PET-CT がん検診センター MI クリニック様。PET-CT という言葉がまだ一般的ではない頃、課題は健康者の健診獲得だった。ブランディングプランをまとめ、ターゲットを経営者に絞って啓発と集客を開始。商工会議所や保険会社との提携、ロータリークラブ・ライオンズクラブでの理事長講演、ブランド価値を守りつつもユニークで面白いがん予防ブログなど、先進的な取り組みで早期に成果を上げた。医療ツーリズムも支援している。

成果

- 高額な検診プログラムの提携事業化
- 医療ブランドを伝える講演やがん検診啓発コンテンツ制作
- 富裕層向け検診結果ファイル、カタログ、10周年記念誌等のツール制作



「住みたい街」に選ばれる、地域ブランディング 豊中市

人口減少社会において、定住人口確保のための魅力発信は不可欠。弊社代表の吉田ともこは、豊中市長より、豊中ブランド戦略策定委員に委嘱され、豊中市の魅力を明確にし、暮らしの舞台として選ばれるための地域ブランディングをサポート。ブランド構築の手順に添って審議は進められ、ブランド・アイデンティティ策定後は、価値を伝え、支持され続けるためのコミュニケーション戦略を検討。ブランド戦略を市の事業展開と一体化させた総合戦略が完成した。

成果

- 「豊中市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基幹戦略の構築
- 豊中市より市民向け「豊中ブランド戦略」発行



過疎化認定された町の誘客ブランディング さぬき市津田地区漁業活性化協議会

「津田の松原」の美しい海岸風景と豊かな漁場。ところが近年、漁師の減少や消費者の魚食離れが著しく、町は衰退の一途を辿っている。漁業を生かした地域活性化の依頼を受け、地元事業者にブランディング研修を実施。津田のブランド・ステートメントの構築、ブランド戦略に基づく津田体験コンテンツと観光のモデルコース、観光誘客アクションプランの策定を支援した。ご当地アニメや声優を起用したエモーショナルなキラーコンテンツも提案した。

成果

- 津田地域の独自性を表現したブランド・ステートメントの策定
- ブランド・アイデンティティに基づく津田体験コンテンツと津田観光のモデルコースを作成
- 観光誘客アクションプランを策定

講演実績

Zホールディングス&関連グループ会社様 (Yahooグループ・LINE・PayPay・zozo...等) 「ブランド概論」「ブランド構築手法とブランド体系の考え方」
大阪大学医学部附属病院様「インターナルブランディングの必要性和その効果」
NTT西日本 オープンイノベーション施設「QUINTBRIDGE」様 「絶対にこのビジネスモデルで成功させる!と決意している人のためのビジネス成長を約束するトリプルコラボセミナー ブランディング × 知財 × 資金調達」
日本弁理士会様「ブランディングセミナー」 「ブランド構築法 前編／後編」「実践事例から学ぶブランド構築」「実践事例から学ぶブランド浸透 ブランドの世界観構築」
日本政策金融公庫様「成功している企業が導入しているブランディングとは？」
日本ファミリービジネスアドバイザー協会様「コンサルテーションの優秀事例発表」
京都女子大学 法学部 教授会様「大学ブランディング」
神戸女学院大学様「大学広報とブランディング」
バンタンデザイン研究所 大阪校様「パーソナルブランディング講演」
阪奈メットライフ会様「パーソナルブランド活用でビジネスの突破口を開く」
豊中商工会議所様「第24期：ネットショップ塾 ブランディング講座」
豊中商工会議所様「SNS × MEO × ブランディングセミナー」
岸和田商工会議所 青年部様「強い岸和田をつくるブランディング術」
松原青年会議所様「地域と企業が輝く！ブランディング活用術」
大阪産業創造館様「中小企業におけるブランディング」
愛知県経済産業局 産業部 産業振興課様「選ばれるブランドになれる！ブランディング入門セミナー」
岡山県産業振興財団様「成功する企業のブランディング！」
(一財)ブランド・マネージャー認定協会様「社会貢献のブランディング」
(一財)ブランド・マネージャー認定協会様「SDGsブランディング」
西尾レントオール株式会社様「フランチャイズビジネスのブランディング」
関西コニカミノルタbizhub会様「中の人が輝く 企業内パーソナルブランディング」
株式会社モトヤ様「印刷需要を作り出すための～ブランディング術～」
社会医療法人 愛仁会様「医療&介護ブランディングセミナー」
京丹後市役所様「ブランディング講座」
尼崎青年会議所様「あまらぶプロジェクト：ブランディング講座」
さぬき市津田地区漁業活性化協議会様「農泊事業ブランディングセミナー」 その他多数

企業、地方自治体、学校、各種団体にて、企業・商品・サービスのブランディング、
パーソナルブランディングの講演を行っています。ご要望に応じてオリジナルで企画いたします。
お気軽にお問い合わせ・ご相談ください。

梅田オフィス 〈総合窓口／コンサルティングルーム〉
〒530-0001 大阪市北区梅田1-13-1
大阪梅田ツインタワーズ・サウス15F

豊中オフィス
〒561-0883 豊中市岡町南3-3-21
ネパールランド豊中岡町7F



会社名	株式会社オレンジフリー	事業	ブランド戦略コンサルティング 企業研修 ブランディングセミナー クリエイティブ (WEBサイト、ブランドブック、パンフレット、動画、ロゴ制作等)
資本金	1000万円	受賞	2019年 ブランディング事例コンテスト 大賞&中小企業庁長官賞 (一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会 主催)
設立	1988年10月		2015年 ブランディング事例コンテスト 大賞 (一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会 主催)
役員	代表取締役社長 蒲原 くみ 取締役会長 吉田 ともこ 取締役 石束 力		企業ウェブグランプリ (大和ハウス工業)
顧問	山崎 雅起 (JAXA：宇宙航空研究開発機構 主任研究開発員)		NIKKEI NET広告賞 (B to B部門 優秀賞) パナソニック／部門賞 オムロン)

ブランディング相談室

- ✔ 自社をブランディングしたい。
- ✔ セミナーで学んで社内でやっているが、理屈どおりには進まず困っている。
- ✔ ブランディングの途中。本当にこの方向性でいいのが見てほしい。
- ✔ ブランド戦略を構築したが詰めが甘い。きちんとやり直したい。
- ✔ 必ず成功させたいブランディング案件、期限が迫った案件を抱えている。
- ✔ ブランド戦略はできたが、社員のモチベーションが上がらず進まない。

費用：5,500 円 (税込) / 60 分

対面またはZoomなどによるオンラインのご相談を
ご選択いただけます。

詳しくは
こちら



ブランディングに関するお問い合わせ・ご相談、
講演・執筆のご依頼もお気軽に。

Tel.06-7713-6717

お電話受付時間 | 平日10:00～18:00

Mail info@orange55.co.jp
URL http://www.orange55.co.jp