Corporate Branding

ただ見た目を良くするのではない、
企業・サービスの「本質的な魅力」を引き出す
ブランディングについて

The Company CO.,LTD

The Company Co., Ltd

ブランディングに、
あるべき姿を。

選ばれる存在になるために、
ブランドがあるべき姿をつきつめること。
ブランドが持つほんとうの価値や意義を
高い純度で見出すこと。
私たちは、クライアントとひとつのチームになって、
ひたすらに、ひたむきに、手を尽くします。
できることのすべてにチャレンジし続けます。
これまでの知見とクリエイティブの力で、
心と未来にのこる、
揺るぎないブランディングを具現化します。

お取引先

Our Client



事例紹介
Case Study

#01

建設用クレーン業界のパイオニア
ブランドの再定義による企業価値の最適表現で
安定経営・前年比売上の向上を実現



Client：大京建機株式会社

創立 55 年のクレーン業界パイオニア企業の包括的ブランディング統制案件。
各種制作物の個別制作により生じていたブランド統一性の欠如を解決。
企業の核となる価値観を再定義し、全コミュニケーションツールに反映させた
戦略的リブランディングプロジェクトです。

担当したクリエイティブ

コーポレートサイト / サービス紹介動画 / グラフィックデザイン /
会社紹介パンフレット / サイン / 封筒デザイン / 名刺デザイン

施策効果

売上 125 %UP 達成

事例紹介
Case Study

#02

コンセプトは「前例のない採用活動」
正確な企業理解を促し、エントリー数を増やす
採用ブランディング

Client：株式会社いつも

急成長 EC コンサルティング企業の包括的採用コミュニケーション設計案件。
インターンシップ告知から新卒採用、企業メッセージ発信まで一貫した
採用ブランディングを実施。表層的アピールではなく、実態に即した
深い企業理解を促進する革新的採用ブランディングプロジェクトです。

担当したクリエイティブ

インターンシッププロモーション / 新卒採用サイト / 採用インタビュー動画



施策効果

新卒採用
応募総数 240%UP 達成

事例紹介
Case Study

#03

新素材「SOLOTEX」の市場転換
toB から toC へのコミュニケーション設計で
アパレル業界認知度が大幅に向上



Client：帝人フロンティア株式会社

機能繊維メーカーの新素材「SOLOTEX」の toB 向けから toC 向け
市場展開を実現する戦略的ブランディング案件。
7 つの機能を持つ素材特性を活かし、衣料品分野への本格参入を支援。
toB 素材の革新的 toC 転換を実現した戦略的ブランディング成功事例です。

担当したクリエイティブ

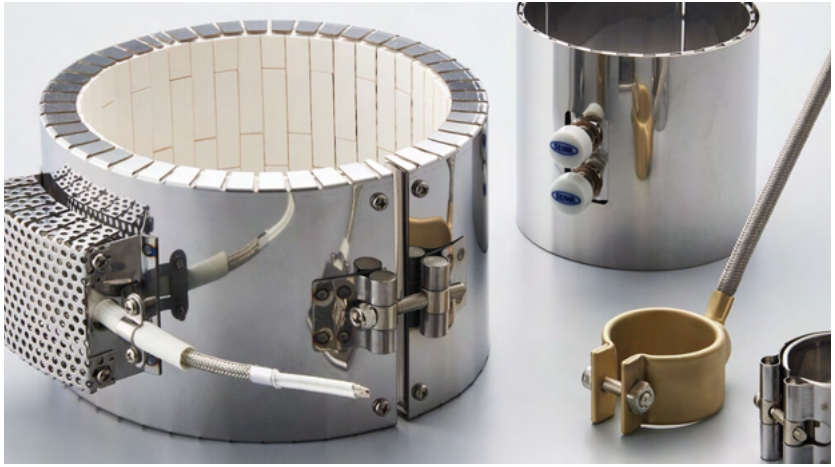
ブランドサイト / LP / タグライン開発 / ブランドムービー

施策効果

定量調査による認知度 5倍

#04

継承と革新性の両立
本来の魅力を正しい姿で表現・伝達し、
企業イメージの向上に貢献



Client：セイワ電熱株式会社

創業 50 年超の工業用電熱ヒーター製造企業の本社・工場移転と展示会出展を機とした包括的企業イメージ刷新案件。長年蓄積された技術力と信頼性を現代的に表現し、新規顧客獲得力の向上を実現。半世紀の技術力を現代的ブランド価値に転換した戦略的リブランディングプロジェクトです。

担当したクリエイティブ

企業ロゴリニューアル / コーポレートサイト / 会社紹介パンフレット

施策効果

問合せ数 800 件 → 1,200 件/年

蔓延する“なんとなく”ブランディング

現代のビジネス環境において、
ブランディングは企業やサービスの成功を左右する重要な要素となっています。
しかし、「ブランディング」という言葉は広く使われる一方で、
その本質的な意味や価値が正しく理解されているとは言い難い状況があります。

ブランディング ≠ きれいなデザイン

ブランディングとは、単にロゴやデザインを美しくすることではありません。
本質的なブランディングとは、企業やサービスが持つ「本来の価値」を明確にし、
それを正しく伝えるためのすべての活動を指します。

いま、ブランディングが必要とされるのはなぜか？

これらの状況を実現するために、
ザ・カンパニーは「本質的な魅力を引き出すブランディング」を提案します。

01

理由をつくる

生活者は価値あるものを選びます。
ブランディングはあなたの企業や
サービスが「なぜ選ばれるのか」
を明確にします。
これは機能や価格だけでなく、
価値観や世界観、体験の質など
多面的な魅力を含みます。

02

信頼関係を構築する

一貫したブランド体験は顧客との
信頼を育みます。
この信頼はあらゆる接点での
一貫したメッセージと体験によって
初めて確立されるものです。

03

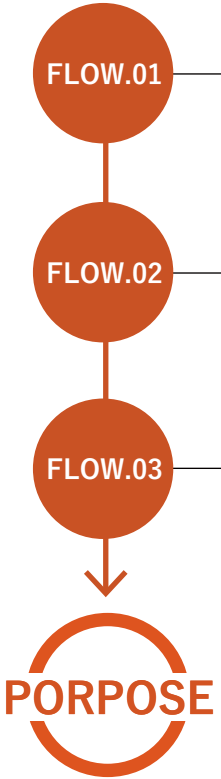
長期的な企業価値を高める

強いブランドは環境変化に強く、
持続的成長を可能にします。
本質的価値に基づくブランド構築が
重要ですが、多くの企業はその価値を
明確に定義できず、「あるべき姿」を
実現できていないため、本来の可能性
を発揮できていません。

されど、ブランド構築は一日にしてならず。

ザ・カンパニーのブランディング

Our Strategy



01. 徹底的な対話で「らしさ」を引き出す

ブランディングの第一歩は、企業やサービスの本質的な「らしさ」を見出すことから始まります。

私たちは他のどの会社よりも「対話」に重きを置いています。

02. ブランドを可視化する

ブランドの本質が明確になったら、次はそれを目に見える形で表現します。

「地図」と「ルール」を設定し、それに基づいて、言語的・視覚的な表現要素を開発します。

03. 世の中への伝え方をつくる

可視化されたブランドの価値を、社外（世の中）と社内（組織）に効果的に伝えるための

戦略と施策を構築します。

3 つのフローを通じて、ブランドの本質が

「伝わるべき人に正しい方法で伝わる」状態を実現し、

「売上の増加」や「企業活動の活性化」など具体的な成果につなげます。

ザ・カンパニーのブランディング

Our Strategy

PLAN

〈徹底的な対話と分析による戦略立案〉

- ブランド診断の実施
- 本質的価値の発掘
- ターゲット分析
- ブランド戦略の設計

DO

〈徹底的な対話と分析による戦略立案〉

- VI/CI 開発
- タッチポイント設計
- コミュニケーション施策展開
- 社内浸透プログラム

CHECK

〈定量・定性両面からの評価〉

- KPI 達成度の評価
- 顧客反応の分析
- 市場ポジションの検証
- 内部浸透度の調査

ACT

〈継続的改善と機会追求〉

- 成功事例の体系化
- 課題点の特定と対策立案
- 新たな機会領域の発見
- 次サイクルへの移行準備

Our Service

ザ・カンパニーの事業内容

ザ・カンパニーのサービス

Our Service

ブランディング

ブランドコンセプト・デザイン　/　PR 戦略・企画・立案　/　ネーミング開発　/　コピー開発

デザイン制作

- CI/VI 開発
- WEB デザイン
- グラフィックデザイン
- ノベルティデザイン
- パッケージデザイン
- 空間デザイン

etc

デジタル コンテンツ開発

- WEB 制作
- LP 制作
- EC 制作
- AR/VR/XR コンテンツ開発
- CMS 開発
- アプリ制作

イベント制作

- 展示会
- オンラインイベント
- SNS キャンペーン
- ウェビナー

映像制作 / ライブ配信

- プロモーション動画
- WEB 動画
- 採用動画
- 会社紹介動画
- デジタルサイネージ広告
- グラフィック撮影
- ライブ配信

業務改善

- Ai 導入コンサルティング
- ジェネレーティブ AI 開発
- DX / 業務プロセス自動化
- CRM 開発
- システム開発

The Company がなぜ AI を使った業務改善を提案するのか？

効率化可能な業務は AI による DX を実施し、
「人が本来すべきこと」に注力することで、ブランドの成長率は飛躍します。
現代におけるブランド構築のスタンダードは、
「効率化」×「創造性」による企業価値の相乗的向上の実現です。

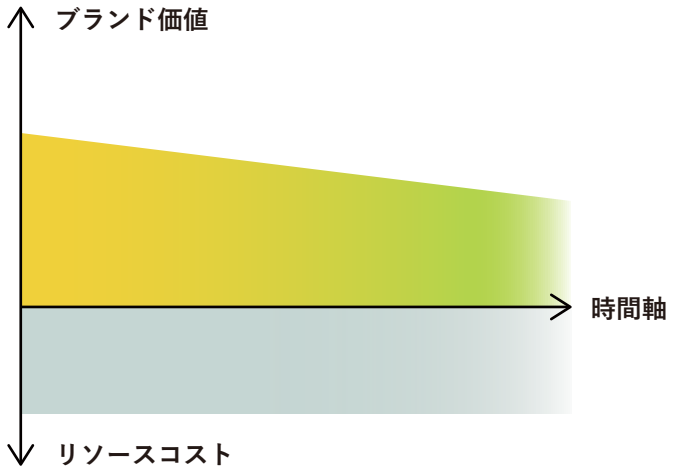
Synk Tank の期待効果

Expected effect

AI を活用した DX で業務効率化を実現し、創出されたリソースを攻めのブランディングへ。
TheCompany が支援する、守りと攻めの経営変革

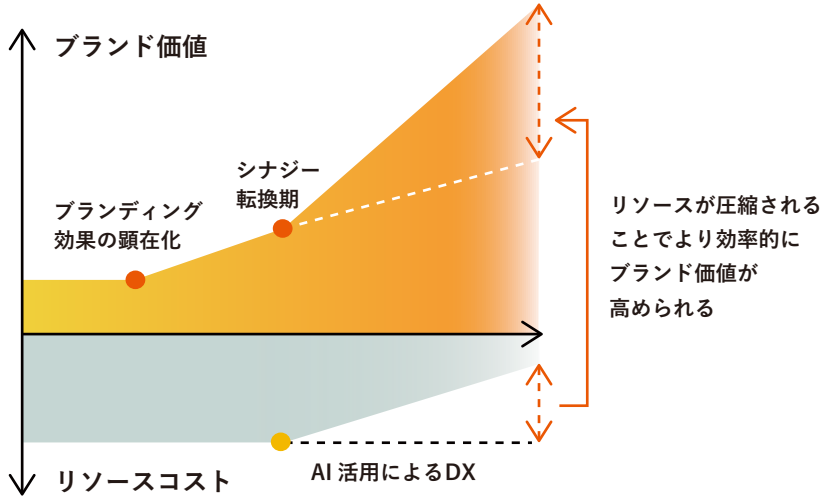
ブランディングを実施しない場合

ブランド価値は徐々に減少し、リソースコストは変化しない。



ブランディング & 業務効率化を実行した場合

ブランド価値は伸長し、業務効率化で得られたリソースが
ブランディングに寄与するシナジーを生むことができる。



Our Works

ザ・カンパニーのブランディング事例

アクティブと上質な宿泊体験を両立する
新感覚アウトドアホテルのブランディング

● Client

THE FARM スロウマウンテン成田

● プロジェクト背景

株式会社 CVS ベイエリアが展開する総面積約 5 万平米のアウトドア
ホテル施設の包括的ブランディング案件。
自然とアクティビティが融合した新感覚施設のブランド構築を担当。

SLOW
MOUNTAIN
NARITA

ご依頼背景 / 課題

ホテル運営を行ってきた株式会社 CVS ベイエリアが、従来の宿泊施設とは一線を画す新しいコンセプトのアウトドアホテルを展開。
約 5 万平米という広大な敷地を活かした、自然とアクティビティが融合した新感覚施設「THE FARM スロウマウンテン成田」（以下、スロウマウンテン成田）を計画した。
空間および建物のトータルディレクション / デザインはハイジクリエイティブパートナーの代表・横井慎一郎氏、ガーデンデザイン / 植栽設計は緑演舎・大山雄也氏という一流のクリエイターが参画した注目のプロジェクト。

この施設の最大の強みは、「多彩なアクティビティ」と「上質な宿泊体験」という、一見相反する 2 つの価値の共存にあった。
既存のグランピング施設との差別化を図りながら、どのようにして両方の魅力を効果的に伝えるかが課題となっていた。
また、トータルデザインを担当する横井氏の世界観をどのように取り入れるかという点も重要だった。
クライアントである CVS 社、デザイナーである横井氏、そして最終的なユーザーである顧客の 3 つの視点を考慮したブランド開発が求められていた。



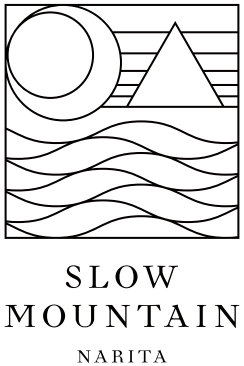


アプローチ / ブランドコンセプトの可視化

施設全体のディレクション / デザインを担当する横井氏は、スロウマウンテン成田をひとつの集落（Village）と捉え、建物のメインマテリアルには、
ファームの根源的要素である「土」を採用した。一言で土と言っても、使用する土の種類や建設タイミング、その建物の目的に応じて多様に表情を変える。
「目的に応じて異なる多彩な宿泊環境が集まり、豊かな表情を見せる集落」が、スロウマウンテン成田の価値の根幹となっている。

そんなブランドコンセプトを可視化するロゴデザインを The Company が開発。
施設設計コンセプトキーワード「土」を含む、施設で感じる豊かな自然（太陽・月・山・風）から着想したプリミティブな演出に、
そこでしか望むことのできないコテージやグランピングテントからの景色を表現。施設での非日常なロケーション・体験・ストーリーへ導くイメージを備えた
グラフィックと、上質でスマートな名称ロゴタイプによる、一体型のロゴマークを設計した。

● 採用案



● 複数のご提案の中で不採用となったデザイン（一部抜粋）







ブランドの世界観をつくりあげるクリエイティブ

ロゴデザインと並行して、スロウマウンテン成田の魅力を訴求するタグライン（キャッチコピー）の開発も担当した。自然の中でありながら、ここでしか出来ない“アクティビティ”と上質な“宿泊体験”を提供するというブランドプロミスを表現したタグラインは、「“自然”をもっとアクティブに。“泊まる”をもっと上質に。」
また、スロウマウンテン成田の公式 Web サイトを制作。ファーストビューではタグラインで表した施設の表情をフルスクリーンのドローン映像で表現。
訪問者が実際に現地にいるかのような没入体験を提供。没入感あるビジュアル表現と洗練された使いやすい UI デザインの調和を追求した。
開業前から高い注目を集め、「スロウマウンテン成田 OPEN 記念特別プラン」の予約受付開始直後から多数の予約を獲得。☒自然体験と上質な宿泊を融合させた新しいライフスタイルの魅力を効果的に訴求するクリエイティブ展開となった。





ブランディング成果

開業前から高い注目を集め、「スロウマウンテン成田 OPEN 記念特別プラン」の予約受付開始直後から多数の予約を獲得。
自然体験と上質な宿泊を融合させた新しいライフスタイルの魅力を効果的に訴求するクリエイティブ展開となった。

2 社統合新会社における
戦略的ブランディング構築

● Client

NYK Energy Ocean

● プロジェクト背景

日本郵船が新規事業戦略として設立する新会社において、
ENEOS オーシャン株式会社の海運事業を継承し、
安定的なエネルギー輸送事業を展開。「新会社名」から
「コーポレートサイト」までの総合的なブランディングを担当。

ご依頼背景 / 課題

新会社は既存組織から船舶・市場・人材を引き継ぐ状況下で、両社のステークホルダーから理解と共感を得ることが不可欠であった。社員に対しては変化する環境下での足固めとなるブランディング、顧客に対してはより高い期待を抱かせるブランディングという、それぞれ異なるアプローチが求められていた。

アプローチ / ブランドイメージのビジュアライズと統一化

社名には、日本郵船が創業期から紡いできた「モノ運びを通じて人々により豊かな生活をもたらす」という理念と、ENEOS オーシャンが築いてきた豊富な知見と経験で安定的なエネルギー輸送を担うという、両社の想いを統合した理念を込めている。この社名に込められた理念を基軸として、企業アイデンティティの多角的表現として、社名・ロゴマーク・タグラインコピー・コーポレートサイトを統合的に制作。
各ツールが相互補完することで一貫性のある強力なブランドイメージを創出し、市場での差別化と長期的な企業価値向上を目指した。

ブランディング成果

社名には日本郵船創業期からの理念「モノ運びを通じて人々により豊かな生活をもたらす」と ENEOS オーシャンの豊富な知見を融合させた。ロゴマークでは NYK のアイデンティティである「二引」をモチーフとし、両社の全ステークホルダーに愛される新たなコーポレートアイデンティティを構築。



高尾山の観光誘致促進を目的とした
ブランディングプロジェクト

近くて、
たのしい、
日本遺産。
高尾山

● Client

高尾山

● プロジェクト背景

高尾山の観光誘致促進を目的とした包括的なブランディングプロジェクト。
認知度の高い観光地でありながら、シーズンによる観光客数の変動が大きい
という課題に対し、高尾山の多面的な魅力を訴求する統合的な
コミュニケーション戦略を実施。

ご依頼背景 / 課題

高尾山は首都圏から好アクセスで知名度も高い観光地でありながら、「登山」というイメージに留まり、
日本遺産として認定されている自然環境、歴史的価値、四季折々の魅力など、多彩な観光資源が十分に
認知されていない状況だった。特に若年層や外国人観光客に対して、高尾山が持つ本質的な価値と楽しみ方の
多様性を伝えきれていないことが課題となっていた。

アプローチ / ブランド価値の再定義と、言語化・視覚化表現

「近くてたのしい世界遺産。高尾山」というタグラインを軸に、高尾山の魅力を多角的に表現する
ブランディングを展開。アクセシビリティの高さと世界遺産級の価値を併せ持つ唯一無二の存在であることを訴求。
ブランドブックでは高尾山の歴史、自然、文化、アクティビティを体系的に整理し、季節別ポスターでは春夏・秋冬
それぞれの魅力を視覚的に表現することで、年間を通じた観光価値を明確化した。

ブランディング成果

名前の認知度は高いが具体的な魅力の解像度が低いという課題に対し、「整理する」という The Company の哲学に
基づいてアプローチ。散在していた高尾山の魅力を体系的に整理し、ターゲット層に応じた多様な切り口で価値を可視化。
日英バイリンガル展開により国内外の観光客に訴求し、季節ごとの魅力を明確に打ち出すことで、リピート訪問を促進する
仕組みを構築した。



Works｜高尾山ブランディング

Our Works











日蓮宗のグローバル展開を促進する
ブランディングプロジェクト

日蓮宗
Nichiren Shu

● Client

日蓮宗

● プロジェクト背景

800 年の歴史を持つ日蓮宗が、グローバル展開を促進するための
包括的ブランディングプロジェクト。
認知不足、行動導線の欠如、中・長期的なコミュニケーション戦略
の必要性という 3 つの課題に対する戦略的アプローチを実施。

ご依頼背景 / 課題

グローバル展開における認知不足（日蓮宗の名称や教えの価値が日本文化に興味を持つ外国人に認知されていない）、
行動への導線の欠如（興味を持った外国人が学びや布教参加につなげる具体的な道筋が不明確）、
中・長期的なコミュニケーション戦略が求められていた。情報発信力の不足により、海外からの問い合わせやニーズに対して
十分な情報提供ができない状況が続いていた。他の関連団体と比較しても英語での情報発信量は少なく、日蓮宗の教えや価値を
海外に効果的に伝えるための体系的なコミュニケーション戦略とブランディング基盤の構築が急務となっていた。

アプローチ / 段階的ブランディング戦略の構築

第 1 フェーズ（認知拡大）でグローバルロゴ・キャッチコピー・Instagram 構築、
第 2 フェーズ（理解促進）で Web サイト・ブランドムービー制作、
第 3 フェーズ（信頼・コミット）で体験施策とメディア展開という三カ年計画を策定。
「様式美」と「内容美」の 2 軸で日蓮宗らしさを現代的に表現し、段階的にブランド価値を浸透させる戦略を構築した。

ブランディング成果

グローバルブランディングの基盤となるビジュアルアイデンティティとキャッチコピー「With You For All」が確立。
Instagram 等のデジタルプラットフォームを活用した継続的な情報発信体制を構築し、多言語展開への道筋を整備。
三カ年計画の第 1 フェーズが完了し、認知拡大から理解促進への移行準備が整った。

日蓮宗
Nichiren Shu

● グローバルキャッチコピー / ステートメント

With You, For All

Being all together means we can think with you.

Your ideas add color for all and make the world beautiful.

Being all together means we can take action with you.

Your actions add color for all and make the world beautiful.

Being all together means we can be with you.

Your presence adds color for all and makes the world beautiful.

Your life is part of a long journey of awakening.

Beyond space and time,

each moment in your journey links to each and every life.

You are here; your existence gives meaning to the world.

The world is here; its presence gives meaning to you.

You are precious. Everyone is precious.

When you realize this, your true journey begins.

Now is the time to join hands—with you, for all.

あなたとともに、すべてのために

共に歩むとは、あなたと一緒に考えること。

あなたの考えは、すべてのものを彩り、世界を美しくする。

共に歩むとは、あなたと一緒に動くこと。

あなたの行動は、すべてのものを彩り、世界を美しくする。

共に歩むとは、あなたと一緒にいること。

あなたの存在は、すべてのものを彩り、世界を美しくする。

いきることは気づきの旅路を歩むこと。

時間を超えて、空間を超えて、

この旅の一瞬一瞬が、すべてのいのちとつながっている。

あなたがここにいる、それは世界に意味をもたらしている。

世界がここにある、それはあなたに意味をもたらしている。

かけがえのないあなた。かけがえのないすべて。

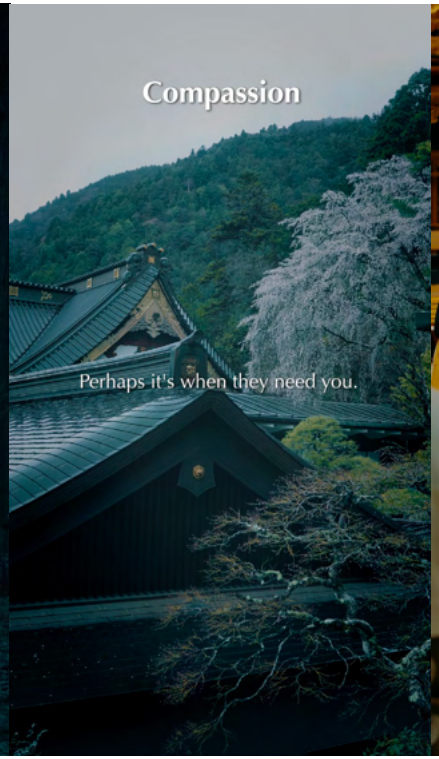
それに気づいたとき、本当の旅が始まる。

さぁ、たがいの手を重ねよう—あなたと共に、すべてのために。

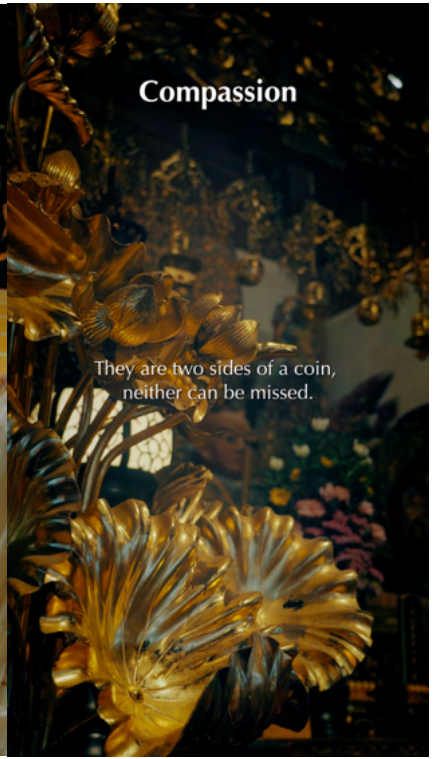
● SNS 用プロモーションムービー

日蓮宗宗務院伝導部国際課の公式インスタグラムで随時配信しています。
https://www.instagram.com/nichirenshuinternational/









ザ・カンパニーのサービス

Our Service

提供価値

- 徹底的な対話による本質の探求：企業やサービスの本質的な「らしさ」を見出します。
- 戦略とクリエイティブの融合：本質を理解した上で、効果的な表現と伝達方法を設計します。
- 長期的パートナーシップ：ブランドの構築から運用、進化まで継続的にサポートします。

制作範囲

- ブランド戦略設計：コンセプト策定、ポジショニング分析、タグライン開発など
- ビジュアルアイデンティティ開発：ロゴ、VI、ブランドガイドライン制作など
- コミュニケーションデザイン：Web サイト、パンフレット、広告、動画制作など
- 内部浸透・運用支援：ブランドブック、社内ワークショップ、浸透プログラムなど

株式会社ザ・カンパニー

THE COMPANY CO., LTD

〒150-0001

東京都渋谷区神宮前２-３１-７ ビラ・グロリア＃５０３

TEL：03-6239-1915

https://the-company.co.jp/?utm_source=url&utm_medium=lp&utm_campaign=1&utm_id=wp

Our Website

The Company CO.,LTD