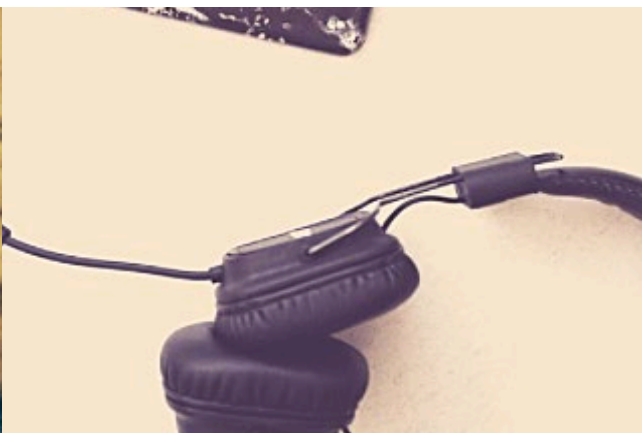
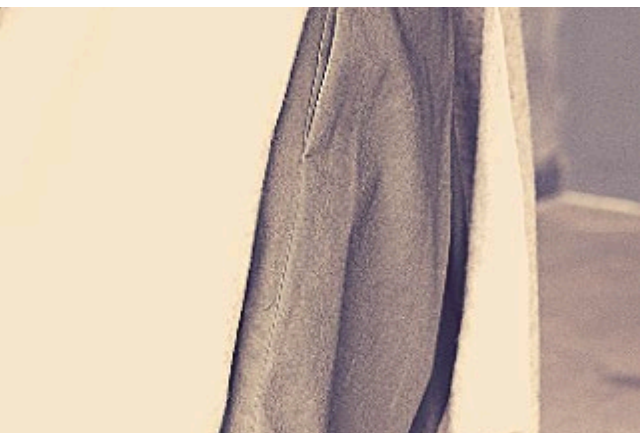


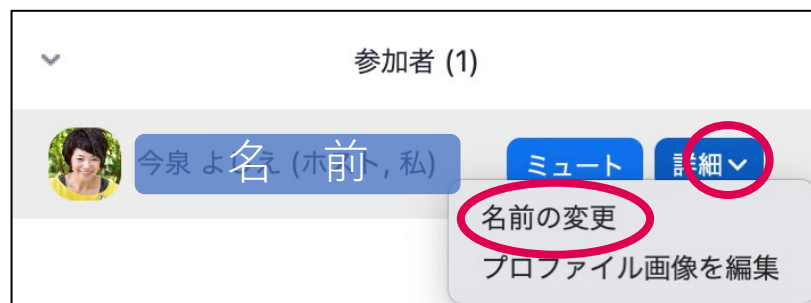


# 【超入門】 自分の好きを仕事にする ブランディング



# 事前のお願い

お名前は呼びやすいよう、本名（難しい漢字は仮名で）やニックネームで設定をお願いします

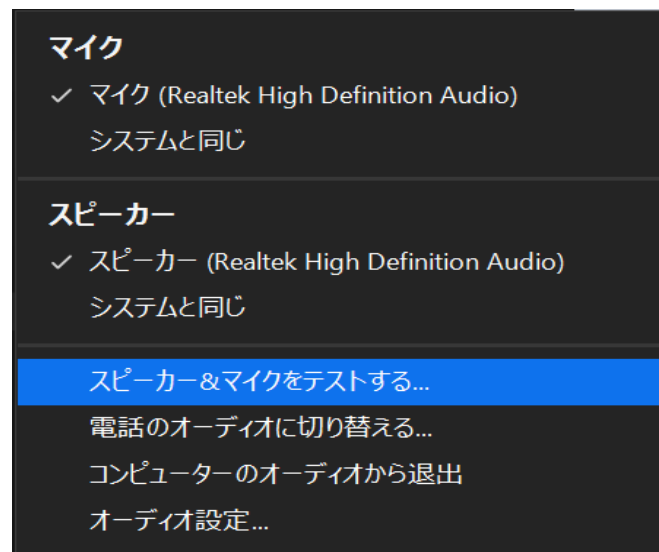
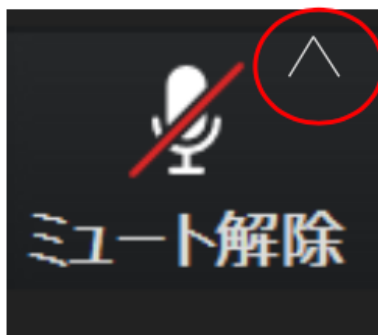


「詳細」タブの「▽」をクリック

「名前の変更」を選択

# 事前のお願い

オーディオからスピーカーとマイクテストで事前に音声確認をしてください



※画面左下、ミュートの状態でテストをしてください

# オンライン講座を始めるにあたって

- 1 お子様連れもOKです  
飲み物を飲みながら、リラックスして受けてください
- 2 周囲が騒がしいときは「ミュート」をお使いください
- 3 ご意見・ご質問はご自由に

# 自己紹介



# 自己紹介

## 今泉 悦江 (イマイズミ ヨシエ)

カラースクリエティブゾーン代表

1962年9月21日生まれ 乙女座 A型

黒ヒョウ (動物占い) 栃木県在住

シングルマザーから

現在シングルグランドマザーに昇格

一人息子 & お嫁さん 孫1号 孫2号

ミニストップのソフトクリームが大好き



# これまでのキャリア

## ブランディング

20代 グラフィックデザイナー（6年間）

29歳～ 株式会社リクルート（26年間）

主に旅行事業に携わる

- ・「じゃらん（じゃらんnet）」立ち上げ
- ・宿泊施設100宿以上の集客支援
- ・地方創生、地域活性、マーケティングを基軸とした

**ブランディング事業を担当**



# これまでのキャリア

## 好きを仕事にする

子どもが成人した頃から  
自分は何のために働き  
何のために生きているのかを模索

コーチング、自己啓発、声診断、臨床美術、  
量子力学、気功、建築造形、資格取得…  
1,000万円の自己投資

外側の評価ではなく  
自分の内側（源）に答えがあると気づき、  
「自分の好きを仕事にする」と決める





# これまでのキャリア

## 2017年独立

社会と自己実現の融合

“自然体でビジネスを”がテーマ

カラースクリエイティブゾーン代表

### 【事業内容】

ブランディングプロデュース

企業&起業コンサル

SNS集客

声診断セッション

右脳アート塾主催





# 皆さんの自己紹介

# みなさんの自己紹介

- お名前
- お住まい
- お仕事
- この講座に参加した目的・期待すること

# 本日のプログラム

# 本日のプログラム

## 本日お伝えしたいこと

- 1 いま、求められるブランディングとは？
- 2 自分の才能の見つけ方（才能の棚卸し）
- 3 自分の才能の活かし方（才能の掛け合わせ）
- 4 自分のキャッチフレーズをつくる

# 本日のプログラム

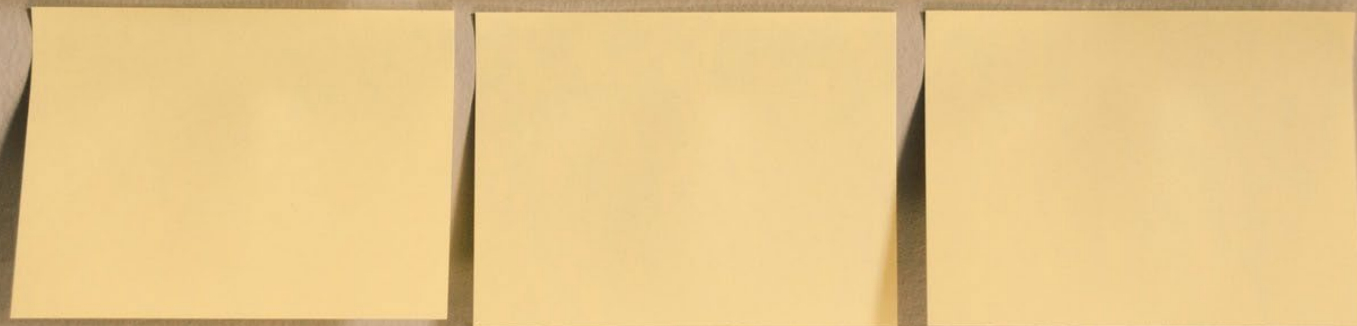
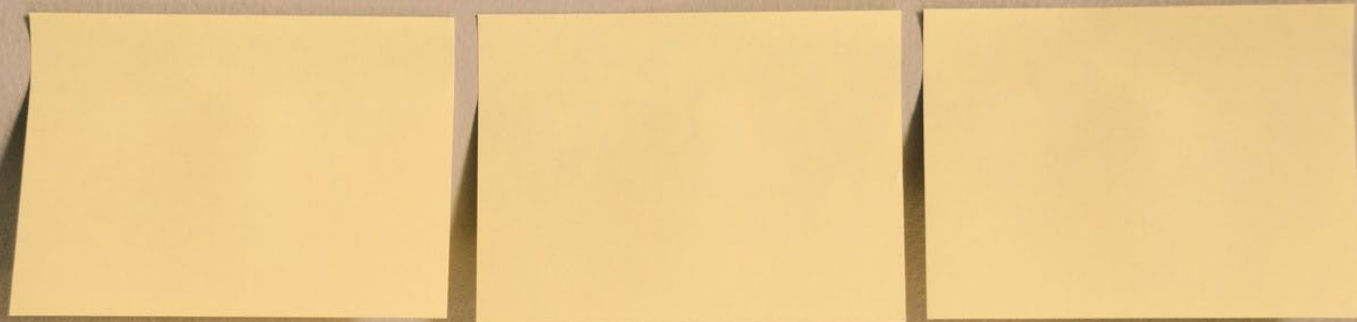
## 得られる結果

- 1 ブランディングの必要性
- 2 **自分の才能（強み・ユニークさ）を客観的に知る**
- 3 今後の自分のビジネスの方向性のヒント
- 4 ビジネスモデル構築のヒント
- 5 自分のキャッチフレーズ

いま、求められる  
ブランディングとは？



「ブランディング」って何だと思えますか？





# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「ブランディング」って何だと思えますか？

高級ファッションブランド？

大手企業？

老舗企業？

Apple製品？



# いま、求められる「ブランディング」とは？

1 <b>TOYOTA</b> 自動車 ブランド価値(百万円) <b>28,955</b> BC 指数 <b>4</b>	2 <b>NTT</b> 通信プロバイダー ブランド価値(百万円) <b>20,070</b> BC 指数 <b>1</b>	3 <b>HONDA</b> 自動車 ブランド価値(百万円) <b>11,733</b> BC 指数 <b>4</b>	4 <b>SONY</b> テクノロジー ブランド価値(百万円) <b>11,695</b> BC 指数 <b>2</b>	5 <b>NISSAN</b> 自動車 ブランド価値(百万円) <b>10,463</b> BC 指数 <b>2</b>	6 <b>SoftBank</b> 通信プロバイダー ブランド価値(百万円) <b>10,367</b> BC 指数 <b>1</b>	7 <b>ユニクロ UNIQLO</b> アパレル ブランド価値(百万円) <b>9,828</b> BC 指数 <b>2</b>	8 <b>7-ELEVEN</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>8,911</b> BC 指数 <b>3</b>	9 <b>au</b> 通信プロバイダー ブランド価値(百万円) <b>8,106</b> BC 指数 <b>1</b>	10 <b>Nintendo</b> 娯楽 ブランド価値(百万円) <b>7,200</b> BC 指数 <b>2</b>
11 <b>Canon</b> テクノロジー ブランド価値(百万円) <b>6,655</b> BC 指数 <b>3</b>	12 <b>SEI/EI</b> パーソナルケア ブランド価値(百万円) <b>5,986</b> BC 指数 <b>4</b>	13 <b>MUFG</b> 銀行 ブランド価値(百万円) <b>4,950</b> BC 指数 <b>1</b>	14 <b>SMBC</b> 銀行 ブランド価値(百万円) <b>4,696</b> BC 指数 <b>1</b>	15 <b>Panasonic</b> テクノロジー ブランド価値(百万円) <b>4,681</b> BC 指数 <b>3</b>	16 <b>ZOZOTOWN</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>4,509</b> BC 指数 <b>4</b>	17 <b>ゆうちょ銀行</b> 銀行 ブランド価値(百万円) <b>3,915</b> BC 指数 <b>1</b>	18 <b>Yakult</b> 飲料 ブランド価値(百万円) <b>3,781</b> BC 指数 <b>5</b>	19 <b>MIZUHO</b> 銀行 ブランド価値(百万円) <b>3,771</b> BC 指数 <b>1</b>	20 <b>Asahi</b> 酒類 ブランド価値(百万円) <b>3,649</b> BC 指数 <b>4</b>
21 <b>LINE</b> テクノロジー ブランド価値(百万円) <b>3,185</b> BC 指数 <b>5</b>	22 <b>AEON</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>2,932</b> BC 指数 <b>2</b>	23 <b>KIRIN</b> 酒類 ブランド価値(百万円) <b>2,752</b> BC 指数 <b>3</b>	24 <b>DAIICHI</b> 物流 ブランド価値(百万円) <b>2,713</b> BC 指数 <b>4</b>	25 <b>MEVIUS</b> タバコ ブランド価値(百万円) <b>2,635</b> BC 指数 <b>3</b>	26 <b>ANA</b> 航空会社 ブランド価値(百万円) <b>2,595</b> BC 指数 <b>4</b>	27 <b>FamilyMart</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>2,424</b> BC 指数 <b>3</b>	28 <b>SUNTORY</b> 飲料 ブランド価値(百万円) <b>2,218</b> BC 指数 <b>3</b>	29 <b>Rakuten</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>2,073</b> BC 指数 <b>1</b>	30 <b>SAGAWA</b> 物流 ブランド価値(百万円) <b>1,879</b> BC 指数 <b>4</b>
31 <b>ニトリ NITORI</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>1,875</b> BC 指数 <b>1</b>	32 <b>MUJI</b> 無印良品 小売 ブランド価値(百万円) <b>1,799</b> BC 指数 <b>3</b>	33 <b>JAL</b> 航空会社 航空会社 ブランド価値(百万円) <b>1,725</b> BC 指数 <b>4</b>	34 <b>LAWSON</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>1,628</b> BC 指数 <b>3</b>	35 <b>SUZUKI</b> 自動車 ブランド価値(百万円) <b>1,602</b> BC 指数 <b>1</b>	36 <b>BRIDGESTONE</b> タイヤ ブランド価値(百万円) <b>1,538</b> BC 指数 <b>3</b>	37 <b>SK-II</b> パーソナルケア ブランド価値(百万円) <b>1,420</b> BC 指数 <b>5</b>	38 <b>YAMADA</b> 小売 ブランド価値(百万円) <b>1,394</b> BC 指数 <b>1</b>	39 <b>かんぽ生命</b> 生命保険 ブランド価値(百万円)	40 <b>SUBARU</b> 自動車 ブランド価値(百万円)
41 <b>りそな銀行</b> 銀行 ブランド価値(百万円)	42 <b>DAIICHI LIFE</b> 生命保険 ブランド価値(百万円)	43 <b>日本郵便</b> 物流 ブランド価値(百万円)	44 <b>POGARISWEAT</b> 飲料 ブランド価値(百万円)	45 <b>POLA</b> 小売 ブランド価値(百万円)	46 <b>Attack</b> 家庭用品 ブランド価値(百万円)	47 <b>mercari</b> 小売 ブランド価値(百万円)	48 <b>ウチワ</b> 小売 ブランド価値(百万円)		



01 <b>Apple</b> <b>+9%</b> 234,241 \$m	02 <b>Google</b> <b>+8%</b> 167,713 \$m	03 <b>amazon</b> <b>+24%</b> 125,263 \$m	04 <b>Microsoft</b> <b>+17%</b> 108,847 \$m	05 <b>Coca-Cola</b> <b>-4%</b> 63,365 \$m	06 <b>SAMSUNG</b> <b>+2%</b> 61,098 \$m	07 <b>TOYOTA</b> <b>+5%</b> 56,246 \$m	08 <b>Mercedes-Benz</b> <b>+5%</b> 50,832 \$m
09 <b>McDonald's</b> <b>+4%</b> 45,362 \$m	10 <b>Disney</b> <b>+11%</b> 44,352 \$m	11 <b>BMW</b> <b>+1%</b> 41,440 \$m	12 <b>IBM</b> <b>-6%</b> 40,381 \$m	13 <b>intel</b> <b>-7%</b> 40,197 \$m	14 <b>Facebook</b> <b>-12%</b> 39,857 \$m	15 <b>CISCO</b> <b>+3%</b> 35,559 \$m	16 <b>Nike</b> <b>+7%</b> 32,376 \$m
17 <b>LOUIS VUITTON</b> <b>+14%</b> 32,223 \$m	18 <b>ORACLE</b> <b>+1%</b> 26,288 \$m	19 <b>GE</b> <b>-22%</b> 25,566 \$m	20 <b>SAP</b> <b>+10%</b> 25,092 \$m	21 <b>HONDA</b> <b>+3%</b> 24,422 \$m	22 <b>CHANEL</b> <b>+11%</b> 22,134 \$m	23 <b>AMERSON</b> <b>+13%</b> 21,629 \$m	24 <b>Pepsi</b> <b>-1%</b> 20,468 \$m
25 <b>J.P.Morgan</b> <b>+8%</b> 19,044 \$m	26 <b>IKEA</b> <b>+5%</b> 18,407 \$m	27 <b>UPS</b> <b>+7%</b> 18,072 \$m	28 <b>HERMES PARIS</b> <b>+9%</b> 17,920 \$m	29 <b>ZARA</b> <b>-3%</b> 17,175 \$m	30 <b>H&amp;M</b> <b>-3%</b> 16,345 \$m	31 <b>accenture</b> <b>+14%</b> 16,205 \$m	32 <b>Budweiser</b> <b>+3%</b> 16,018 \$m
33 <b>GUCCI</b> <b>+23%</b> 15,949 \$m	34 <b>Pampers</b> <b>-5%</b> 15,773 \$m	35 <b>Ford</b> <b>+2%</b> 14,325 \$m	36 <b>HYUNDAI</b> <b>+5%</b> 14,156 \$m	37 <b>Gillette</b> <b>-18%</b> 13,753 \$m	38 <b>NESCAFÉ</b> <b>+4%</b> 13,605 \$m	39 <b>Adobe</b> <b>+20%</b> 12,937 \$m	40 <b>VW</b> <b>+6%</b> 12,921 \$m

# いま、求められる「ブランディング」とは？

iPhoneファンは、AppleのiPhoneを持つことにワクワク感や満足感を得ている  
同じ機能を携えた他社製品が半額で買えたとしても見向きもしないだろう

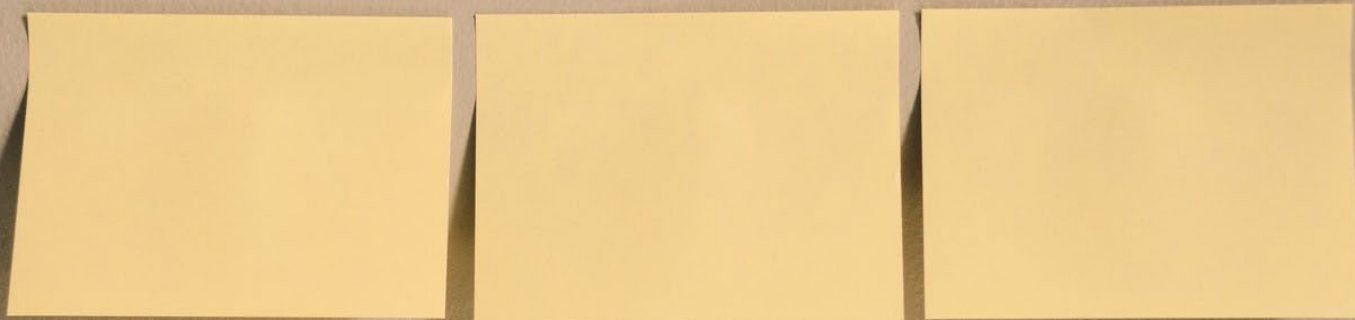
Appleの新商品をドキドキしながら待ちわび、発売日には店頭に並ぶ人たち

= **ファン** (マーケティング)





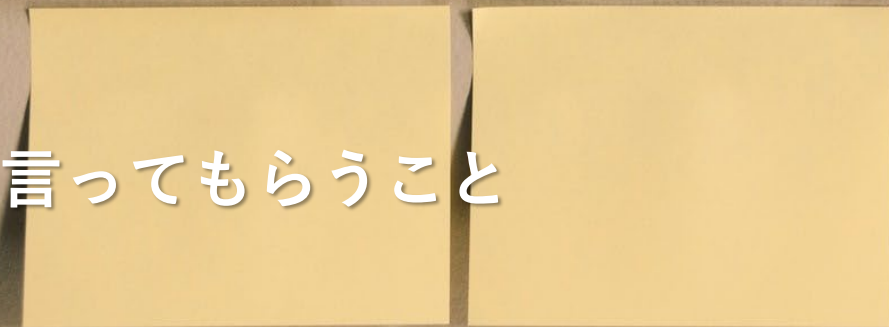
# 「ブランディング」とは？



お客様に



「スマホはiPhoneでないと」



と言ってもらおうこと



# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「ブランディング」とは？

お客様に

「○○は、**あなたでないと**」

と言ってもらおうこと

# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「ブランディング」とは？

お客様に

「〇〇は、**あなたでない**と」

と言ってもらうこと



すなわち

「私は、〇〇の**専門家（プロ）**です」

「〇〇については私にお任せください」

と言い切れること

# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「ブランディング」とは？

情報のあふれる時代、  
バックボーン（資金・知名度・組織力）のない  
フリーランスこそ

「私は、〇〇の専門家（プロ）です」

と明確に伝えられなければ、  
**情報の渦の中に埋もれてしまいます**



フリーランスこそ  
「ブランディング」  
が必須



# いま、求められる「ブランディング」とは？

## なぜ「ブランディング」が必要なの？

- 1 自分の好きを仕事にするため
- 2 価格競争に巻き込まれないため
- 3 ファンになってもらうため
- 4 長く安定した経営をするため

# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「エレベーターピッチ」とは？

短時間で自分の意見を的確に耐える  
プレゼンテーション（プレゼン）の意味

エレベーター乗り合わせた  
15～30秒で相手に自分自身や自社商品など  
ビジネスについてプレゼンし  
自分や商品に興味を持ってもらうスキル

※アメリカのシリコンバレーが  
発祥と言われている



# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「エレベーターピッチ」とは？

30秒以内に伝える内容

- 1 自分は何者で、どんな価値を提供できるか
- 2 相手が抱える問題点にアプローチ
- 3 競合相手と異なる独自性は何か
- 4 相手に意思決定して欲しいことは何か



# いま、求められる「ブランディング」とは？

## 「エレベーターピッチ」とは？

30秒以内に伝える内容（例）

- 1 私は、主にフリーランスや起業家のブランディングプロデュースとSNS集客のサポートをしています
- 2 デジタルマーケティング主流の今、突き抜けたブランディングを構築していかないとどんなに良い商品をお持ちでも、情報の渦の中に呑み込まれてしまいます
- 3 私が得意なのは、その人の才能や強みを生かしたブランディングと、プラットフォームに見込み客を集めるためのビジネスモデルの構築です
- 4 情報発信をしていますのでぜひこのLINEにご登録ください。  
30秒で試せる、「才能発見テスト」もお試しいただけますよ！

# いま、求められる「ブランディング」とは？

改めて…

## なぜ「ブランディング」が必要なの？

- 1 自分の好きを仕事にするため
- 2 価格競争に巻き込まれないため
- 3 ファンになってもらうため
- 4 長く安定した経営をするため

ブランディングの第一歩は  
自分の好きを仕事にすること



# いま、求められる「ブランディング」とは？

## なぜ自分の好きを仕事にするのか？

- 努力は「夢中」に勝てない  
好きだから「夢中」になる　好きは湧き出る泉  
⇔無理な努力や我慢は疲弊する
- 人は「感情（好き）」で動く > 思考
- 本当の「好き」はブレない自分軸であり  
人を惹きつける熱量がある（波動、引き寄せの法則）



あなたは  
自分の好きを  
仕事にしていますか？



# 自分の才能の見つけ方 (才能の棚卸し)

# 自分の才能の見つけ方（才能の棚卸し）

## アウトプットしてみましよう

- 1 自分の好きなこと
- 2 自分の得意なこと
- 3 自分は、なぜそれがしたいのか

# 自分の好きを仕事にするヒント (棚卸しシート)

それぞれ20以上書き出してみてね!

「お金になる」「キャリアアップにつながる」など現実的なことは一切考えず、自由に書き出してください

## ①自分の好きなこと

例) 旅行、スポーツ、料理、自己探求、  
絵を描く、写真、読書、映画、  
チョコレート、子供、香り、掃除、音楽、  
貯蓄、おしゃれ、虫、マンガ、手芸、  
人のお世話、散歩、空港など

## ②自分の得意なこと

例) 人に寄り添う、人前で話す、歌、  
コツコツ積み上げ、人を集める、分析力、  
文章を書く、プログラミング、  
人を笑わせる、おしゃれ、運動神経、  
スピリチュアルな感覚、健康など  
※スキルや知識ではない先天的な部分

## ③なぜそれがしたいのか?

例) 元気になって欲しい、笑ってほしい、  
喜んでほしい、健康になりたい、  
癒されたい、成長の喜びを知りたい、  
自由に生きたい、新しい出会い、  
社会のため、開放感、感動、ときめく、  
ドキドキ、ワクワクする、など



# 自分の才能の見つけ方（才能の棚卸し）

## ① 自分の好きなこと

（ワクワクする、小さな頃から好きだった等）

旅行、スポーツ、料理、自己探求  
絵を描く、写真、読書、映画、  
チョコレート、子供、香り、掃除、  
音楽、貯蓄、おしゃれ、虫、  
マンガ、手芸、人のお世話、  
散歩、空港など

# 自分の才能の見つけ方（才能の棚卸し）

## ①自分の好きなこと

（ワクワクする、小さな頃から好きだった等）

旅行、スポーツ、料理、自己探求  
絵を描く、写真、読書、映画、  
チョコレート、子供、香り、掃除、  
音楽、貯蓄、おしゃれ、虫、  
マンガ、手芸、人のお世話、  
散歩、空港など

## ②得意なこと

（当たり前ができる、人から褒められる等）

人に寄り添う、人前で話す、歌う、  
コツコツ一人で積み上げる、人を集める、  
分析する、文章を書く、人を笑わせる、  
おしゃれ、運動神経、スピリチュアルな感覚  
健康など

※スキルや知識ではない戦線的な部分

# 自分の才能の見つけ方（才能の棚卸し）

## ①自分の好きなこと

（ワクワクする、小さな頃から好きだった等）

旅行、スポーツ、料理、自己探求

絵を描く、写真、読書、映画、

チョコレート、子供、香り、掃除、

音楽、貯蓄、おしゃれ、虫、

マシガ、手芸、人との会話、

## ②得意なこと

（当たり前でできる、人から褒められる等）

人に寄り添う、人前で話す、歌う、  
コツコツ一人で積み上げる、人を集める、  
分析する、文章を書く、人を笑わせる、  
おしゃれ、運動神経、スピリチュアルな感覚

健康など

※スキルや知識ではない戦線的な部分

## ③なぜしたいのか？

元気になって欲しい、笑ってほしい、

喜んでほしい、健康になりたい、

癒されたい、成長の喜びを知りたい、

自由に生きたい、新しい出会い、

発見がしたい、開放感、わくわく、

ドキドキなど

# 自分の才能の活かし方 (才能の掛け合わせ)

# 自分の才能の活かし方（才能の掛け合わせ）

## 例：①好きなことが旅行の場合

- ②得意なこと …文章を書く
- ③なぜしたいのか …自由に生きたい

自由に旅しながら旅ブログを仕事にした発信や書籍化

- ②得意なこと …人を集める
- ③なぜしたいのか …笑って欲しい

笑いのコンテンツに特化した旅行ツアーの企画や代理店

※①と②と③の組み合わせ方で、才能を活かした仕事のヒントは無数に現れます



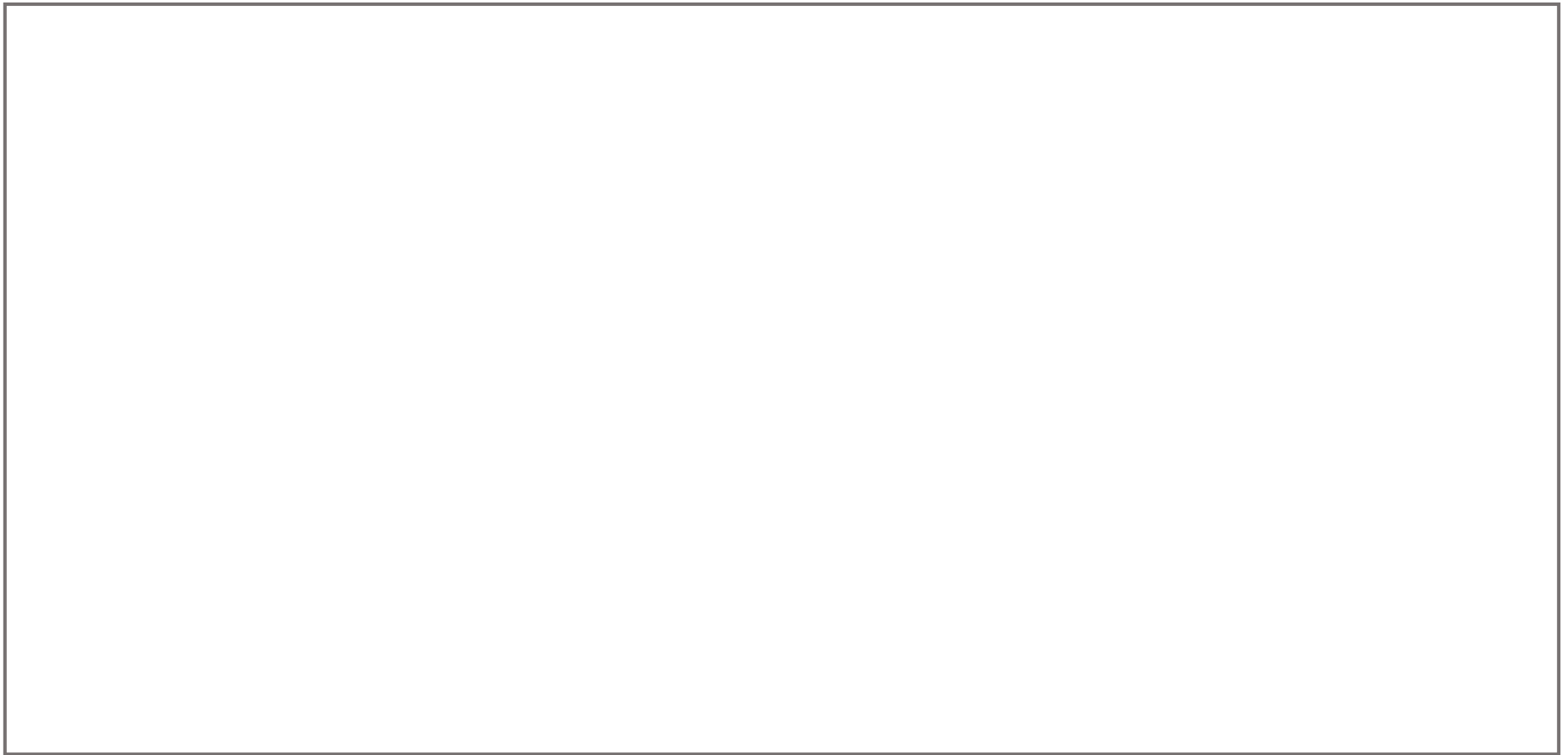
# 自分の才能の活かし方（才能の掛け合わせ）

①②③を掛け合わせてみよう

自分のキャッチフレーズ  
をつくる

# 自分のキャッチフレーズをつくる

■ キャッチフレーズ案を書き出してみよう

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down their own catchphrase ideas.



学びの定着はアウトプット！

本日の振り返り

# 本日の振り返り

## 講座の感想を聞かせてください

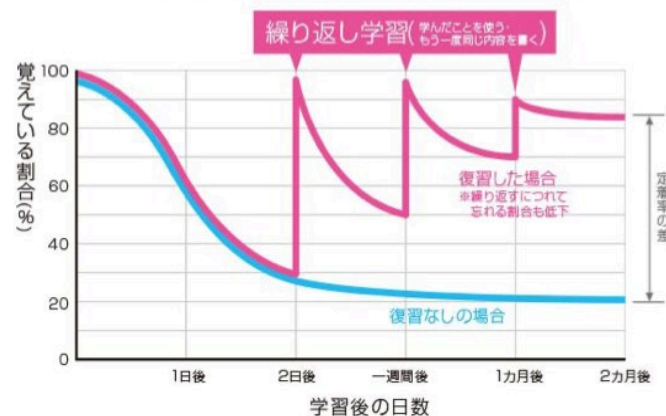
- 1 講座でいちばん楽しかったことは？
- 2 講座でいちばん「勉強になった」ことは？
- 3 講座でいちばん「価値があった」ことは？

# 今日の学びをアウトプット

## 「ストアカレビュー」をお願いします

- ✔ アウトプットは最高の学び
- ✔ 24時間以内が記憶の定着に最も効果的です
- ✔ 100ポイントもらえます
- ✔ 3つとも押して良いですよ

エビングハウスの忘却曲線(脳の忘れるしくみ)



🎵 楽しかった!( 117 )

✍️ 勉強になった!( 121 )

👍 行く価値あり!( 114 )

「問い」

何でも叶うと言われたら  
何をしたいですか？



# 次のステップのご案内

## 自分の好きを見つけ、仕事にする実践ワーク

起業・副業・フリーランスの  
はじめの一歩  
自分の好きを  
見つけ、仕事にする  
**実践ワーク**

ひとりじゃできないから、いっしょにやる！  
プロフィール作成、キャッチコピー、PR文章など

絶賛  
リクエスト  
受付中♪

90分

さらに具体的なビジネスプランの絞り込みに！

# 次のステップのご案内

- 本日の才能の棚卸しワークは思考と感情の整理に効果大♪  
思考と感情は自分で認識できる「**顕在能力**」の範囲です
- 更に、深い本能的な「**潜在能力**」を掛け合わせることで  
よりパワフルなご自身の才能に気づき、  
揺るぎないビジネスの指針をつくることができます
- 「**潜在能力**」に気づき活かすための「音声分析」を  
使ったワークもあり。  
※詳しくは、LINE公式アカウントでどうぞ！

# 本講座の受講 3 特典

ストアカメッセージとLINE公式アカウントから  
お受け取りください

1 自分の才能の見つけ方「棚卸しシート」

(※事前に送付済み)

2 本講座のPDF

3 才能発見テスト



本日は  
ありがとうございました  
またお会いしましょう

