おもしろ企業のユニーク戦略

21

ライロ （CI導入コンサルティング）

中小企業こそ理念追求

ブランドで業績アップ

ライロがCI構築を支援した総合飲食業「BENEO」のロゴ㊨と経営するレストラン。企業理念の「世の中と人々の幸せに美しく貢献する」に沿ったサービスを提供している

企業間の競争が厳しくなる中で他社との差別化を図る一番重要な要素は何か。コーポレートアイデンティティー（CI）導入コンサルテーションの会社「ライロ」を立ち上げて15年の経験をもつ、田辺眞一社長(45)は、「企業理念をしっかり持ち、実践すること」と言い切る。

局地戦で大手と対抗

ライロは今年4月、CI開発の基本的な項目と会社案内・ホームページ制作までを一貫して行うサービス「コーポレート・アイデンティティ構築特別プログラム」を開始した。

中小企業にも導入しやすい、300万円からの価格設定だ。資金面で苦労が絶えない中小企業に配慮し、分割払いを可能にしたいと考えていたが、大手ファイナンス会社の協力を得て、3～5年の分割払いも実現できた。

田辺社長は「CIは大企業だけのものではない。中小企業こそCIが大切」と言い切る。最近多発する企業不祥事にも「企業のオーナーや経営者の理念や思想を実践することで必ず防げる」という。

一方、どんなに優れた技術や商品をもっていても、見かけが悪いと下請けに見られてしまう。

田辺社長はCI導入により「認知度がアップし、まっとうな会社」とみられればそこからがスタートだ。経営者は性急に「CIでどれくらいの利益が上がるのか」と聞き返されるケースは多い。しかし、あくまでも「ワンランク上の企業活動環境を目指す。イメージは大きな武器になる」という点を顧客企業に常にアピールしている。

CIで事業の機会損失を防ぎ、局地戦なら大手に負けないブランドカを身につける。顧客企業の社員も受け身ではなく積極的に攻めていく姿勢に変えていくべースを作るのが狙いだ。

ライロがCIの導入をサポートした、冷蔵ショーケースのメーカー、ワタレイはロゴをはじめ企業イメージのデザインを一新。「社員の意識も高まり、地元の優良企業へと発展した」（田辺社長）という。また、新しいCIの下にホームページを公開したところ取引が全くなかった大手から声がかかるようになった部品メーカーもある。

ある食品メーカーは、中国市場で日本の大手企業と遜色ない飲料のブランドを確立した。耐ハイの原料となる焼酎、ソーダ、グレープフルーツジュースなどを飲食店に納めていたが、業界大手も最終的には手を組む方向に動いたという。

今後は、経済のグローバル化にも配慮し、中国をはじめ海外のブランディング構築サービスも充実させていく。新しいサービス導入などで、10年4月期の売上高は、08年4月期の2倍の3億円を目指す。

会員制の研究会も

ライロは、デザイナーをはじめネーミングライター、コピーライターらの個人、印刷やホームページ制作の会社など多数の協力で仕事をこなす。食品会社であればフードコーディネーターら特別なスタッフも参加する。多数のスタッフが一つの会社のCI構築にかかわる。

田辺社長は会員制の「ブランドマネジメント研究会」を立ち上げる構想を練っている。こうしたCIにかかわる専門家の話など常に新しい情報を入れ、顧客企業のCI担当者のスキルを磨き上げるためという。

（広瀬洋治）

＝火曜日に掲載

●会社紹介

【本社】東京都文京区白山4の36の2
【設立】1993年5月
【資本金】1000万円
【社員】7人
【事業内容】CI（コーポレートアイデンティティー）・商品・サービスなどブランド導入の調査・コンサルティング・デザイン
【売上高】2億円（09年4月期見込み）

●社長　田辺　眞一氏（たなべ・しんいち）

1963年東京都生まれ。法大経済卒。86年共同印刷入社。CIコンサルティングのオフィス202を経て、93年5月ライロを設立、社長に就任。日本青年会議所関東地区東京ブロック協議会副会長などを歴任。