

サステナビリティを活用した

ブランディング 強化プログラム

～サステナビリティ、SDGsを
うまく活かして、会社をもっと強くする!～

企業活動において、環境配慮や人権配慮などへのサステナビリティへの対応がますます求められる中、中小企業においてもこれらの観点を経営に落とし込むことで新たな価値を創出し、会社を強くすることが期待されています。

本プログラムではサステナビリティ領域におけるブランディングやマーケティング戦略などに精通した専門家の指導のもと、企業価値向上を目指すプログラムをワークショップ形式で開催します。

サステナビリティをブランディングやマーケティングに戦略的に活用し、販路拡大や人材確保等に繋げるために必要な知識やノウハウを習得できる本プログラムに、ぜひご参加ください。

会場	経済産業省 中国経済産業局 第一会議室 〒730-8531 広島市中区上八丁堀6番30号
時間	14時00分～16時30分
受講料	無料
申込〆切	9月18日(水)

参加対象	10社 ※応募者多数の場合は、選考になります。 ✓ サステナビリティに関心のある中国地域の中堅・中小企業を対象とします。 ✓ 1社3～4人(部門横断型にチーム構成)でご参加ください。 ✓ 連続プログラムですので、全回ご参加ください(一部、オンライン可)。
------	--

第1回

9月26日 木

サステナビリティで
会社を強くする

第2回

10月18日 金

自社の
価値・魅力を探す

第3回

11月15日 金

自社の『価値マップ®』
を作成する

第4回

12月5日 木

自社の方針策定
(課題抽出と解決策)

プログラムの詳細は、
裏面を御覧ください。

お申し込みは
こちらから

[https://www.dan-dan.com/
csb-branding/](https://www.dan-dan.com/csb-branding/)



サステナビリティを活用した ブランディング強化プログラム

～サステナビリティ、SDGsをうまく活かして、会社をもっと強くする!～

受講料
無料

講師プロフィール



一般社団法人
ソーシャルプロダクツ
普及推進協会(APSP)

事務局長

深井賢一氏

1989年、株式会社ヤラクス館(現YRK and)入社。マーケティングプランナーとして、ヘルスケアメーカーのカテゴリーマネジメントやストアマーケティング、スーパー・ドラッグストアの売場開発などを得意とする。2017年より株式会社SoooooS.カンパニー取締役。2019年11月より一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会 事務局長。

株式会社YRK and 常務取締役 東京代表としても、サステナビリティで会社を強くするリブランディング、値上げを付加価値に変えるソーシャルプロダクツ開発、SDGs採用ブランディングなど、セミナー、ワークショップ、コンサルティングに取り組んでいる。



一般社団法人
ソーシャルプロダクツ
普及推進協会(APSP)

事務局

木村有香氏

大学卒業後、株式会社ヤラクス館(現YRK and)に入社し、数々の企業・商品の課題解決に取り組む。2011年には社内の新規事業プロジェクトを推進し、人や地球にやさしい商品・サービスを提供するソーシャルプロダクツ専門のショッピングサイト「SoooooS.(スース)」の立上げに参画。2020年から株式会社SoooooS.カンパニー代表取締役役に就任し、ソーシャルプロダクツの法人ギフト事業と子ども向け食品ブランド「Smile&」事業を展開しながら、(一社)ソーシャルプロダクツ普及推進協会と(一社)やさしい革の活動もサポート。

「生活者一人一人、企業一社一社の選択が、より良い世界を築く一歩に!」を掲げ、生活者・企業のチカラで社会的課題を解決・緩和する世界の実現を目指している。



2012年より人や地球にやさしいソーシャルプロダクツ普及推進を通じ、生活者や企業と共に持続可能な社会の実現を目指す非営利組織。ソーシャルプロダクツ・アワード(SPA)は、持続可能な社会の実現につながる優れた「ソーシャルプロダクツ」に光をあて、社会性と商品性の両面を評価する日本ではじめての表彰制度で、2012年に始まり、SPA2024で11回を迎えた。

プログラム詳細

第1回

サステナビリティで
会社を強くする

サステナビリティブランディングを考える導入として、セミナーによるブランディング手法の紹介とブランディングを実践するスピーカーとのダイアログをプログラム。

第2回

自社の価値・魅力を探す

「地域・業界の問題を付加価値に」フォーカス。サプライチェーン、バリューチェーン分析も含め、自社の強み・価値・魅力の洗い出しがテーマ。

第3回

自社の
『価値マップ®』を作成する

第2回ワークショップで洗い出した自社の価値・魅力を整理し、自社の『ブランド価値MAP®』を作成します。

第4回

自社の方針策定
(課題抽出と解決策)

各社、プログラムを通じて得られた成果をサステナビリティブランディングの「方針書」として取りまとめ、参加者同士で共有します。

