

ヒアリングシート（問診票）について

ご来所前に、ひととおりの読みください。むずかしい言葉は使っていません。

① このヒアリングシートの目的は、3つです

1	会社の中身（内側の価値）が、外からもそのとおりに見えているかを確認する
2	ずれている場合は、その原因がどこで生まれているかを見つける
3	合っているものを、自社の資産として残せているかを確認する —— 権利・名義（知的財産）の確認

デザインの良し悪しを採点したり、ロゴや販促物の作り直しをお勧めするものではありません。

② 測るもの（3つ）

3つを別々に取って、突き合わせます。

内側の価値 ご相談者が語れるもの	外側の印象 ご相談者には測れないもの	守りの状態 調べれば分かるもの
大事にしていること、強み、いちばん自信のある仕事、来てほしいお客様、価格帯。 いまの会社シート10問と会社らしさシート6問に、事前にご記入いただきます。	その会社を知らない人が、持ち物だけを見て受け取るもの。 担当デザイナーが、事業の説明を聞く前に、当日その場で書き出します。	ロゴの元データ、ホームページやSNSの名義、制作の取り決め、商標。 守るものシート5問に、分かる範囲でご記入いただきます。

内側と外側は、次の5項目で並べます。 何屋か / 強みは何か / 誰向けか / いくらか / どんな性格か

③ 測らないもの

デザインの巧拙。他社との優劣。売上の予測。権利の有無や侵害の法的判断。いずれもこの窓口では扱いません。

④ なぜ、第三者が測るのか

自社の印象は、自己申告では測れません。毎日見ているものは、知らない人にどう映るかが見えなくなるからです。会社を知らないデザイナーが持ち物だけを見て受け取ったものが、初めてのお客様の見え方にいちばん近いものになります。

そのため担当デザイナーは、評価者ではなく計測器として振る舞います。「良い・悪い」は申し上げません。「私にはこう見えました」までです。

⑤ ずれる原因は、6つに分かれます

内側から外側までの、どこで切れたか。

型	どこで切れたか	社長の口ぐせと、見え方
何屋か言えない型	内側そのもの	「うちって、何屋なんでしょうね」／一言で言えない。ズレ以前の問題
言ったつもり型	言葉にして、伝える	「何度も言ってるんですけどね」／社長の答えと、社員の答えが違う
宝の持ち腐れ型	かたちに変える	「中身は、いいんです」／中身はいいが、かたちが中身を語っていない
バラバラ型	接点をそろえる	「同じ会社に見えませんか」／看板・ホームページ・接客が、別会社に見える
知られていない型	量と頻度	「知ってもらえさえすれば」／合っているが、そもそも見られていない
お客ちがいない型	向き	「来てほしい人が、来ない」／立派に見えるが、違うお客様を呼んでいる

どの型も、業績や努力とは関係なく起こります。むしろ、中身が育っている会社ほど起こります。

⑥ もうひとつの柱——ブランドは、会社の「資産」です

内側と外側を合わせる作業は、その受け皿が自社のものになっていて、はじめて意味を持ちます。

社名・ロゴ・商品名・キャッチコピーは、会社が何年もかけて育てた信用の「受け皿」です。中身がよくなるほど、外側が整うほど、この受け皿にたまる価値は大きくなります。

ところが、受け皿そのものが自社の名義になっていないことがあります。その場合、育てた分だけ、価値が他人の手元に残ります。だからこの窓口では、ズレを見るのと並べて、「持ち物が、ちゃんと自社のものになっているか」も確認します。

よくある、3つのつまずき

つまずき	社長の口ぐせ	何が起きるか
元データが、手元にない	「作り直すたびに、また一から」	ロゴの ai・eps データが制作先にしかない。制作先が廃業・連絡不通になると、看板ひとつ直せなくなる
名義が、自社になっていない	「担当者が辞めたら、入れなくなった」	ドメイン・ホームページ・SNS が、個人や外注先の名義のまま。引き継げず、作り直しになる
名前だけが、先に育つ	「同じ名前の店ができた」	商標を押さえないまま知られていく。あとから他社に登録され、使い続けられなくなることがある

どれも、うまくいっている会社ほど起こります。困るのは、いつも「売れてから」だからです。

この窓口ですること 確認すべき点の整理までです。権利の有無や、他社の権利を侵していないかの判断はいたしません。出願や契約が必要かどうかは、弁理士・弁護士等の専門家にご確認ください。必要な場合は、そのことも診断書に書き添えます。

⑦ 3回の流れ

第1回 ズレを見つける	第2回 原因を特定する	第3回 向きを決める
内側と外側を並べて突き合わせます ● 持ち物の名義も、その場でざっと確認します お渡し——診断書① ズレの見取り図	どこで切れたかを見つけます ● 権利・名義を A・B に分けて棚卸しします お渡し——診断書② 原因の診断	どちらに合わせるかを決めます ● 資産として残す、次の一步を決めます お渡し——診断書③ 処方箋・まとめ

⑧ ご準備いただくこと

- ☐ お客様が目に見えているものをご持参ください。名刺・ホームページ・最初に目にするもの、この3つで測れます。
- ☐ ロゴの元データが入っている媒体、制作時の契約書・発注書・請求書、商標の登録証。あれば結構です。「ない」「分からない」も、そのままお伝えください。
- ☐ 当日、持ち物をお見せいただく前に、事業のご説明はなさらないでください。聞いたあとでは外側が測れません。

※本窓口は方向性の整理を行うもので、制作そのものは行いません。ロゴや販促物の作り直しをお願いするものでもありません。権利・名義については確認すべき点の整理を行い、権利の有無・侵害の判断はいたしません（出願や契約の要否は弁理士・弁護士等の専門家へ）。

※ご記入内容は本相談の範囲でのみ使用し、他へ提供することはありません。診断書はご相談者に帰属し、社内でも自由にお使いいただけます。診断の枠組み（内外の照合5項目・6つの型）の著作権は作成者に帰属します。