

「はばたく 300」のブランドコンセプト（案・仮説）

1. 名称

正式名称は、引き続き「はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」としつつ、略称は「はばたく 300 社」とし、対外発信においては可能な限り「はばたく 300 社」のみを用いることとする。

→ 短く、記憶に残るフレーズ。「中小企業・小規模事業者」というフレーズが必ずしも良いイメージを喚起しない可能性（特に、受賞者が期待する若者の人材採用面において）。

2. ブランドアイデンティティ

広辞苑によると、「はばたく」とは「鳥が両翼をひろげてうつ。はたたく。比喩的に、広い世界に飛び立つ。」の意とされている。

このことから、ブランドアイデンティティは「はばたけ、広い世界へ」とする。

各種タッチポイントでのタグラインも「はばたけ、広い世界へ」とする。

→ 成長志向、新事業、新市場開拓、海外展開、リスクリングなど、新たな分野への挑戦を行う事業者を選定する意図。審査基準にも反映。

3. ターゲット層

今までどおり受賞者（中小企業経営者）のモチベーション向上は行いつつ、さらに、求職者、特に学生から 30 代くらいにターゲットとする。

→ 制度上、「他薦」である以上、欲しいと思ってもらえる賞ではない。むしろ、受賞企業に就職したいと思ってもらうことにより、はばたくの認知度向上を図れるのではないか。そのため、求職者をターゲットとしてはどうか。

4. ロゴ

名刺に印刷可能なシンプルなアイコン（小さく印刷されても視認可能でドットが潰れない）に「はばたく 300 社」の文字を組み合わせるか、文字のみのデザインとする。

学生～30 代くらいに好まれる、フレッシュなイメージがよい。

なお、ロゴ管理・使用許諾のためのガイドライン作成は必須。

5. アピールポイント

「有名人の●●が選んだ」「有名企業の●●も過去に選ばれている」など、一般人にとって「国による表彰」以外のわかりやすいアピールポイントを考える必要がある。

6. 授賞式

上記の「有名人の●●（選考委員）」又は「有名企業の●●（過去の受賞者）」に来賓してもらい、祝辞を述べてもらうこととする。

これにより、授賞式そのもののメディア露出も期待。

7. メディア露出

特に、求職サイト・メディアへの露出を重視。求職サイトとのタイアップも検討。