



LEED

Leveraging Exceptional Expertise **for** Development.

ワンストップ実働型パートナーリング支援

SERVICE INTRODUCTION

<https://lead-inc.co.jp/>



CONTENTS

01 Service

02 Branding

03 Marketing

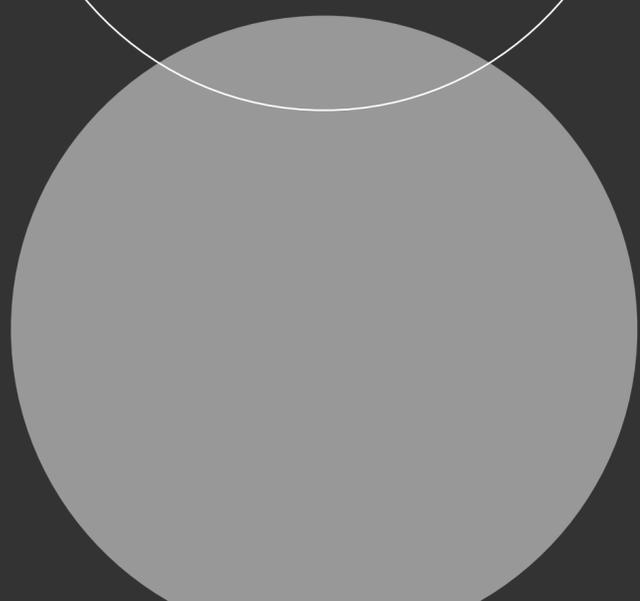
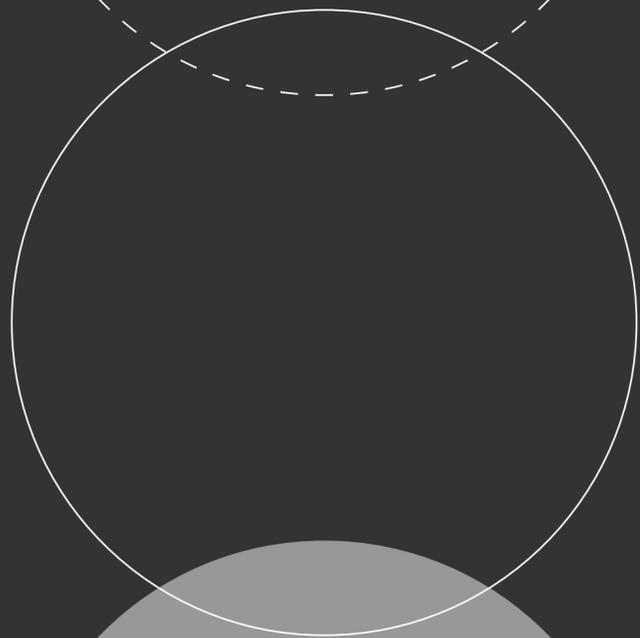
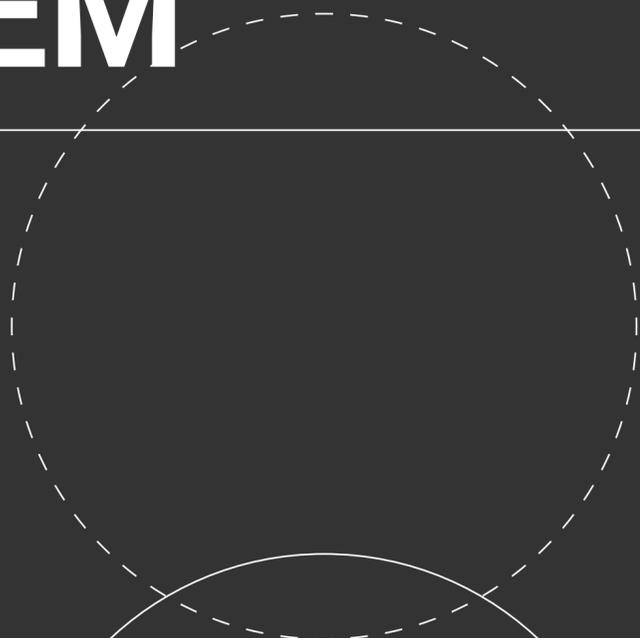
04 Why Us

05 About Us

Service

サービス概要

PROBLEM



First

目標にあった適切な施策がわからない

具体的な方法や考え方がわからない。

SNSや広告を「なんとなく」で運用している。

「とりあえずWebサイトを作ったが、どう活用していいか不明」。
競合分析やユーザー理解が浅く、自社の強みを言語化できていない。

Second

専門性/実施リソースが足りない

必要性は感じているが、人的リソースが足りない。

専門的な人材がいなかったため、戦略を立てる余裕がない。

各部署・担当者がバラバラに動いており、一貫性がない。

Third

売上・結果につながらない

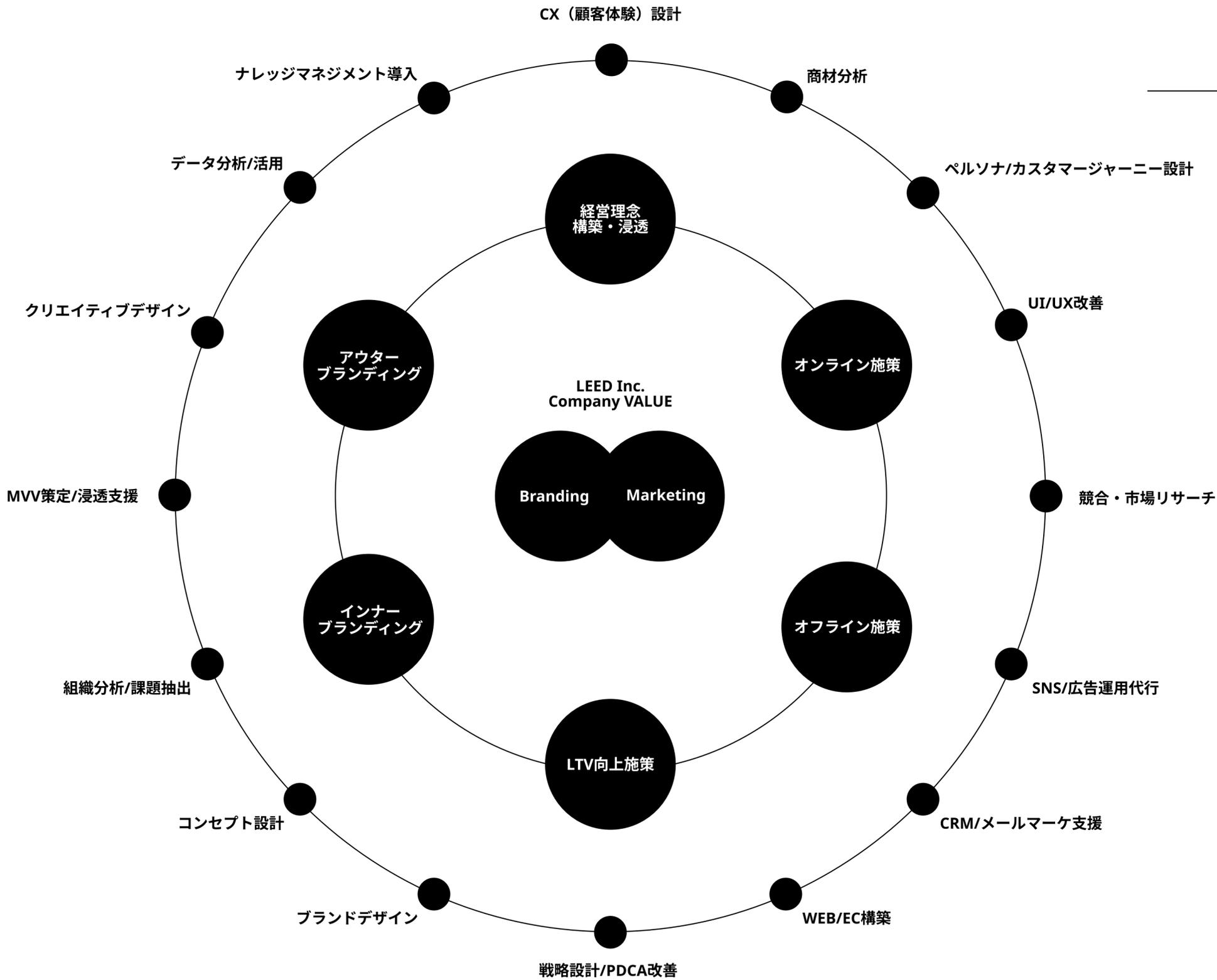
施策は行なっているが、売上・集客・認知につながらない。

広告費や制作費を投下しても、リターンが薄い。

LPやサイトへのアクセスはあるが、コンバージョンしない。
改善の仕方がわからない。

COMPANY VALUE

企業の
売上向上の施策が
「企業らしさ」と
整合性を持ち、
持続可能な戦略へ。



POSITION

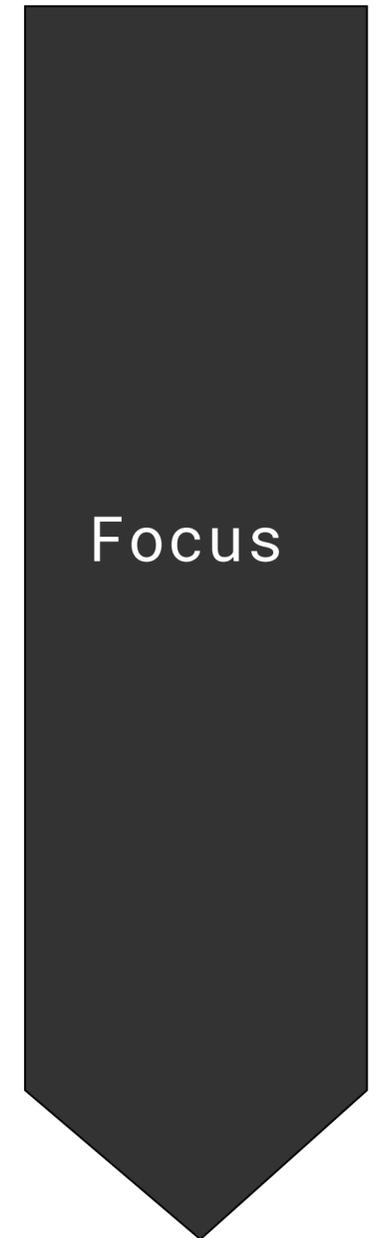
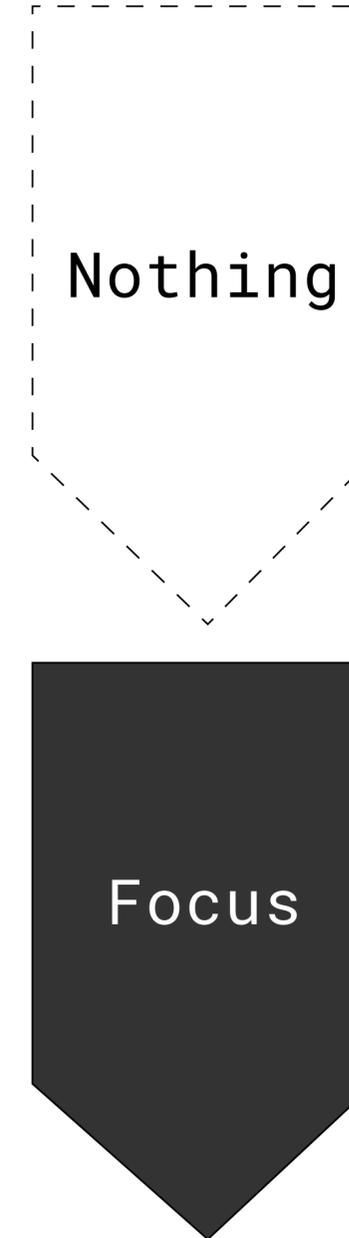
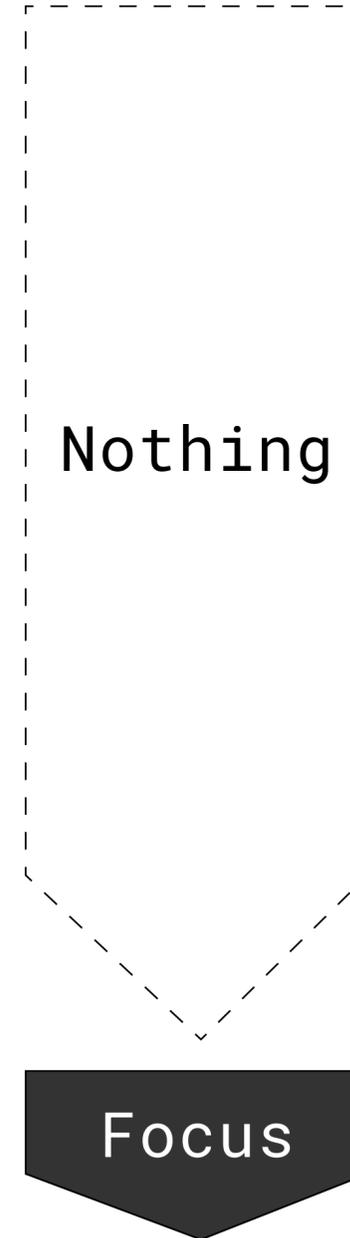
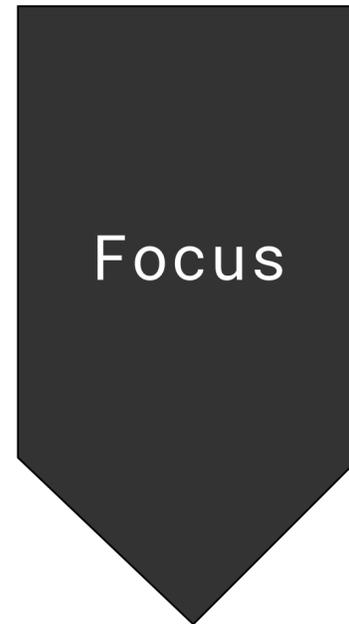
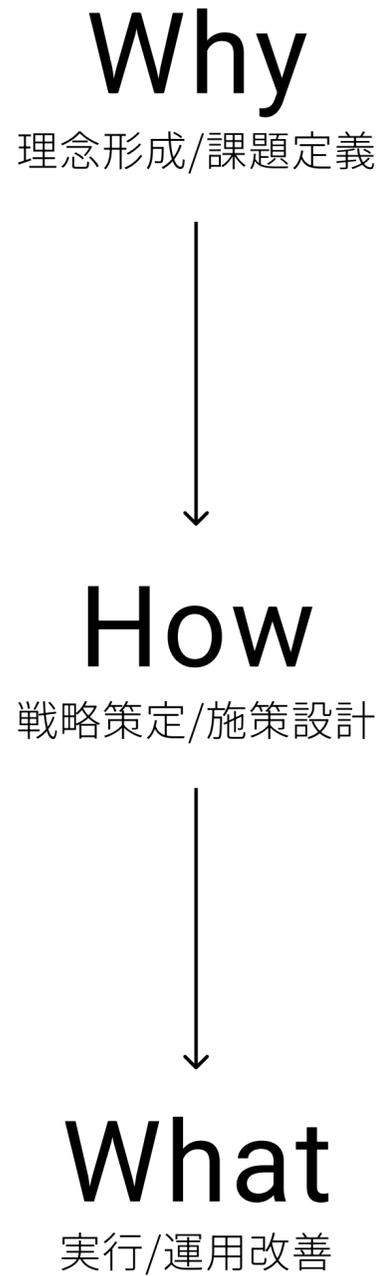
一貫通貫した
支援による
施策効率最大化。
目的を持った
成長戦略へ。

コンサル会社

制作会社

PR/広告代理店

弊社



Branding

ブランディング支援概要

BRANDING

企業の根幹にある理念の策定から始まり、内外に一貫したブランディング戦略を構築。

単なるビジュアルや発信の整理ではなく、社員の共感と帰属意識を育み、

組織の一体感やエンゲージメント/生産性向上を見据えた“本質的な組織づくり”を支援します。

経営理念構築/浸透

企業としての存在意義や目指す方向性を再定義し、全ての活動の起点をつくります。

経営者や現場メンバーへのヒアリング、ワークショップを通じて、言葉の表層ではなく、組織の歴史や想い、未来像を丁寧に言語化。策定した理念は、単なるスローガンにとどまらず、社員一人ひとりが「自分の言葉」として語れるような状態を目指します。

社内外のすべてのコミュニケーションにおいて軸となる共通言語を設計/浸透まで支援します。

インナーブランディング

策定した理念やブランド価値が、社員一人ひとりの「理解/共感/体現」へと繋がる状態を目指します。

行動指針の策定や制度・コンテンツ設計にとどまらず、インナーコミュニケーションの改善まで踏み込み、理念が“日常の行動”へ自然に落とし込まれるよう支援。働く人たちのエンゲージメントを高め、組織文化を育むプロセスまで、共に伴走します。

制度やツールの最適化に留まらず、“人の心に火を灯す”本質的なブランディングが私たちの強みです。

アウトターブランディング

企業の“らしさ”を可視化し、社外へ伝わる「体験」として設計・発信します。

ターゲット再定義・競合分析を踏まえ、ブランドストーリーやトーン&マナーを構築。SNSやWeb、パンフレットなど、すべての接点で“らしさ”が伝わる統一感あるブランド体験をつくり出します。

単なる表現や制作ではなく、企業の本質を言語化し、伝わるかたちに変えることが、弊社のアウトターブランディングです。

Branding

経営理念構築

組織分析/ 市場・競合調査/ 設問設計/
スコアリング/ 課題抽出/ MVV策定支援

アウトターブランディング

経営理念・MVV浸透/ 組織分析/ 課題抽出/
ブランドデザイン/ WEB・EC制作/ LP制作/SNS/
ブランディング広告運用/ セミナー開催/ 出版支援/
プレスリリース/ UI・UX改善/ クリエイティブ制作

インナーブランディング

経営理念・MVV浸透/ 組織分析/ ブランドデザイン/
コミュニケーション改善/ 採用サイト制作/ 採用広告運用/
SNS/ 資料作成/ クリエイティブ制作

Marketing

マーケティング支援概要

MARKETING

市場理解と顧客体験設計を起点に、戦略設計から施策の実行・改善までを一貫して支援。

“手段”にとどまらず、顧客との継続的な関係構築とブランド価値の最大化を目指し、“売れる”だけでなく、“選ばれ続ける”状態をつくるマーケティングを実践します。

オンライン

SNS・広告・SEO・EC・CRMなど多層的なタッチポイントを統合設計。

単発の集客施策ではなく、「誰に・何を・どのタイミングで届けるか」を設計思想に、ファネルごとに戦略とコンテンツを最適化。数値改善にとどまらず、ブランドとしての世界観や信頼性を損なわない一貫した体験づくりを重視します。

目指すのは「数字が伸びる」だけでなく、「思いが届く」マーケティングです。

オフライン

リアルイベント、紙媒体、店舗販促など、“体験の密度”が問われる接点を活かした設計。

空間、接客、什器、パンフレットなどを単独で考えるのではなく、ブランドメッセージの“体現”として一貫性を設計。

デジタルで完結しない事業特性や、リアルでの感動体験が求められる商品・サービスに対して、“五感に残る”ブランド体験を演出します。

LTV

ブランド価値の最大化を目指す設計。CRM設計・LINEやメルマガのシナリオ構築、定期購買・サブスク導入、顧客の声を活かしたプロダクト改善などを通じて、単なるリピートではなく、「愛され続けるブランド関係性」を築きます。

長期的にはマーケティングコストを抑えつつ、強固なファンコミュニティ形成を支援します。

LTV

購買データ分析/ 課題抽出/ 顧客セグメント設計/
CRM戦略設計/ メールマーケティング設計・運用/
LINE運用/ 会員制度設計/ CX設計/
カスタマーサポート改善/ KPI設計/ PDCA運用支援

オンライン

市場・競合調査/ 現状分析/ 課題抽出/ 商材分析/
ペルソナ・カスタマージャーニー設計/
WEB・EC構築/ SNS/ 広告運用代行/
戦略設計/ PDCA改善/ CX設計/ UI・UX設計
CRM・メールマーケティング支援

オフライン

市場・競合調査/ 現状分析/ 課題抽出/ 商材分析/
ペルソナ・カスタマージャーニー設計/
広告運用代行/ 戦略設計/ PDCA改善/ CX設計/
UI・UX設計



Marketing

Case Studies

支援事例

CASE STUDIES | Branding/Marketing/Advertising

業種 不動産業/ 飲食業/ 小売業

従業員数 約50名

- 課題
- 社内にマーケティング部門がなく、売上アップの戦略やノウハウが不足。
 - ブランドの魅力や世界観が伝わらず、広告効果・顧客関係も伸び悩み。
 - 広告を出していても、効果検証や改善の知見も不足。

LEEDの戦略

1. ブランドの戦略設計

ターゲットの再定義と競合分析を実施。
ブランドの強みや世界観を言語化し、
「選ばれる理由」を明確化。

2. 認知・ブランディングフェーズの構築

ブランドを再定義し、クリエイティブを刷新。
最適なプラットフォームを選定し、
認知目的の広告を配信。

3. 購買フェーズへの転換

認知獲得後、購買訴求目的の広告を展開。
売上への転換を支援し、
継続的にマーケティングPDCAを循環。

成果



POINTS

ターゲットを明確化し、共感を生むメッセージを設計

PDCAサイクルで継続的な広告効果の改善を実現

ブランドのコアとなる価値を言語化・可視化

データに基づく意思決定で効率的なマーケティング投資

CASE STUDIES | Branding/Recruitment/Sales

業種 資産運用/ 不動産業

従業員数 約50名

- 課題
- 自社の「らしさ」やバリュープロポジションが不明確で、ブランドとして一貫性がない。
 - MVVは設定してあるものの形骸化しており、応募獲得や人材の定着に課題。
 - 属人的な営業により、顧客獲得に再現性がない。

LEEDの戦略

1. MVV再定義とブランドコアの言語化

経営の想いや創業背景を再整理し、MVVを再構築。社員と共に「らしさ」を言語化し、ブランドコアとなるストーリーを明確に。

2. 採用広報と社内浸透設計の再構築

MVVやブランドコアをもとに、採用サイト・SNSなどを整備。並行して、社内研修やワークショップを通じ、理念を浸透させる仕組みを構築。

3. 営業フローと顧客接点の再設計

ペルソナ・カスタマージャーニーを段階的に設計、営業フローを再構築。CRM/MAツールの活用により、顧客フェーズに沿った営業が実現。

成果



POINTS

企業の「らしさ」を言語化し、ブランドの軸を構築

採用導線を整備し、共感を生むメッセージを設計

MVVを社内に浸透させ、定着とエンゲージメントを促進

営業プロセスを再設計し、ツールの活用で再現性ある体制を構築

Why Us

メリット/実績

PARTNERING

経営戦略とブランディング・マーケティングの融合により、
変化の激しい時代においても“持続する価値”を企業と共創します。

Third

各施策に一貫性が生まれ、
「覚えられるブランド」
「選ばれる理由」が明確に。

Second

構想を具現化し、
成果につなげるマーケティング。

First

未来のあるべき姿を言語化。
ビジョンを描き、
組織に根付かせる。

売上向上の施策が「企業らしさ」と整合性を持ち、持続可能な戦略へ。

PARTNERING

Policy



人に個性があるように、
企業にも個性があります。
型化しない、オーダーメイドの支援は、
従来のコンサル支援とは一線を画します。
私たちは、この支援を
「パートナーリング」と名付けました。

Just as every person has a unique character,
so does every company.

Our support is never one-size-fits-all—
it's tailored, bespoke, and stands apart from
traditional consulting.

We call this approach “Partnering.”

About Us

会社紹介

COMPANY

PURPOSE



働く全ての人に
「自分らしさ」と
「リスペクト」を。

VALUE

- 0 "Make a lot of mistakes."
- 1 共創と共成長
- 2 多様性
- 3 "Live your life."
- 4 伝播させる

会社名 株式会社LEED

所在地 東京都渋谷区東2-24-2 4F

設立 2021年12月

従業員数 17名

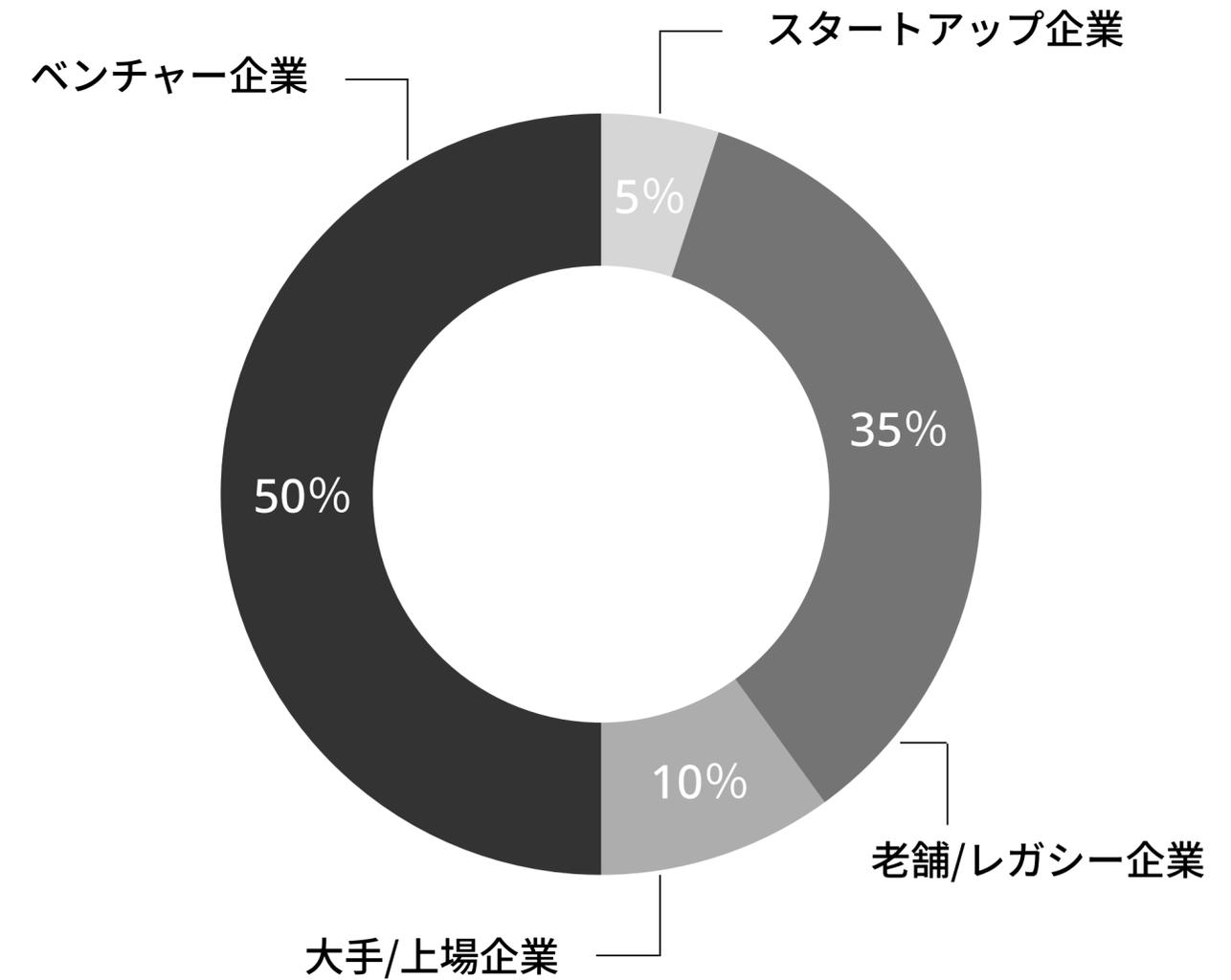
事業内容 ブランディング支援事業 / マーケティング支援事業/
メディア事業

CLIENTS



etc.

支援社数延べ120社以上の実績



大手上場企業からスタートアップ企業まで、
業界業種を問わず、幅広く支援しております。

CEO MESSAGE

この国の「働く」に、もう一度“熱”と“よろこび”を。

どうせ働くなら、毎日が楽しみで、夢中になれる方がいい。
心が震えるような挑戦を仲間とともに乗り越え、
燃えるような情熱で、自分の仕事を誇れる人生を送りたい。

私たちは、人生の半分を占める「働く」という営みに、
喜びややりがい、人と人との信頼を取り戻したいと願っています。

そして、一人ひとりが“自分らしく”働き、
組織がその個性と熱量を活かして成長していけるよう、
「考える力」と「関係性の力」を育てるパートナーでありたい。

働くことが、もっと人間らしく、もっと夢中になれる社会へ。
私たちは、その実現のために、今日も企業とともに挑み続けます。

代表取締役 金裕記



THANKS

Presented by LEED Inc.

Contact → info@leed-inc.co.jp

