



Harmonic Society

Brand Guide Lines



The image features a white background with several teal-colored circles of varying sizes scattered across it. At the bottom, there is a solid teal wave-like shape that spans the width of the page. The text is centered in the middle of the page.

解決したい課題

“まにあわせ”のコトバたちが 社会にあふれている。

言語化されないもやもやした状態のままデザインにされ、
世の中にさらされている言葉が多い。

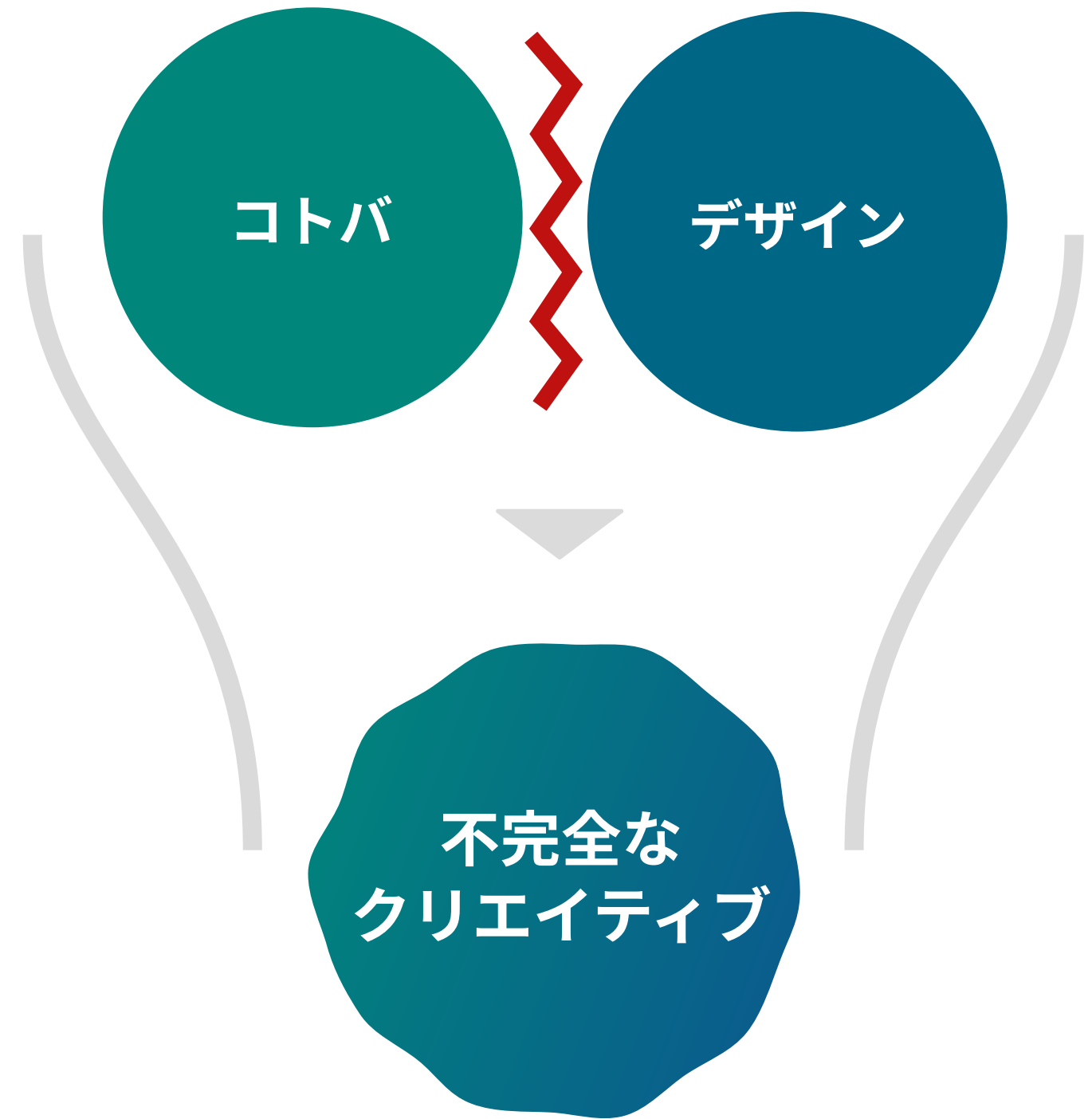




起こるデメリット

コトバとデザインの 不協和

コトバとデザインの調和が崩れることで、
狙い通りの印象を与えられず、効果が出ない。



**Harmonic Societyが
提供するもの**



Solution

経営の悩みを 言葉で解決する



The collage features several slides with the following content:

- 01-Customer: 市場・顧客**
どんな市場の
どんなターゲット層か
● 購買ポイント
市場の成長トレンド
顧客の行動傾向
マクロ (PEST) 分析やミクロ (5フォース) 分析を用いて「市場」を理解し、ユーザーインタビューやアンケートなどの定性調査の手続きを用いて「顧客」のニーズに対する対応を策定しましょう。
- 02-Competitor: 競合**
ライバルを分析
● 購買ポイント
ライバル会社の運用シナリオ
競合参加型で特長
商品やサービスが類似しているタイプに追加で、今後脅威になりそうな企業もチェックします。あらゆる角度から競合をチェックする工程です。
- STP分析の目的: USPの特定**
Unique Selling Proposition
S セグメンテーション (Segmentation)
T ターゲティング (Targeting)
P ポジショニング (Positioning)
STP分析の目的
自社の商品・サービスを売っていくにあたり、マーケティング戦略を明確化し効率よく売上をあげることに。
- 01-Segmentation: 市場の細分化**
市場を細分化
● 人口 (性別、年齢、職業など)
● 地理 (地域、文化、気候など)
● 心理 (価値観、生活観、ライフスタイルなど)
● 行動 (購買 / 購買頻度、購買のきっかけ、使用用途など)
これらの指標を考慮して市場ニーズを把握するには、推測ではなく実際に基づいて分析を行います。具体的には、統計調査やアンケート、ユーザーデータなどを活用することで、より正確な結果を得ることが可能です。
- LTVを最大化させるプロセス**
新規顧客開拓
潜在顧客
秋の込み育成
ターゲット設定
リスト整備
リード獲得
アプローチ
メール
SNS
問い合わせ対応
アが指定
オンライン会議
案件化
見込み顧客育成
訪問・商談
受注
受発注手続き
納入スケジュール調整
既存顧客育成
フォロー
契約手続き
クロスセル
アップセル
マーケティング
インサイドセールス
フィールドセールス
カスタマーサクセス
- 複数人設定する**
ペルソナ1
ペルソナ2
ペルソナ3
職種
経営層
マネージャー、部長クラス
マーケティング担当者
役職
取締役、事業責任者
マネージャー、部長クラス
役職なし
企業規模
1~20人
21~50人
51人以上
課題
ソリューションが豊富で多岐にわたる課題を解決したい
WABワークが上手に活用していない
ソリューションが豊富で多岐にわたる課題を解決したい
ソリューションが上手に活用していない
- マーケティングファネル**
ダブルファネル
ダブル(デュアル)ファネルは、パーチェスファネルとインフルエンサーファネルのどちらかだけではなく、両方を統合的に考えて顧客のLTV(Life Time Value)を最大化させる必要があることをうたったモデルです。
- カスタマージャーニーマップの目的**
無関心
興味・関心
情報収集
比較・検討
購買
見込み顧客・顧客との接点を洗い出し、フェーズごとにどんなアプローチを行うべきかを考えるためにカスタマージャーニーを活用します。
カスタマージャーニーとは
顧客が製品・サービスと出会い、そこから購入・契約に至るまでの道のりのこと
- カスタマージャーニーマップの作り方**
フェーズ
無関心
興味・関心
情報収集
比較・検討
購買
感情
リモートワーク
ネット検索
SNS
行動
ネット検索
SNS
情報
ネット検索
SNS
比較・検討
購買
ACI+4.0
顧客が製品・サービスと出会い、そこから購入・契約に至るまでの道のりのこと

ずっと付き合える、
ライティング
パートナー。

Gengoka 法人向け言語化
マーケティング支援サービス

- 取材のプロによるヒアリング
- 対応できるライティング領域が広い
- 安定的な関係を築く法人としての責任

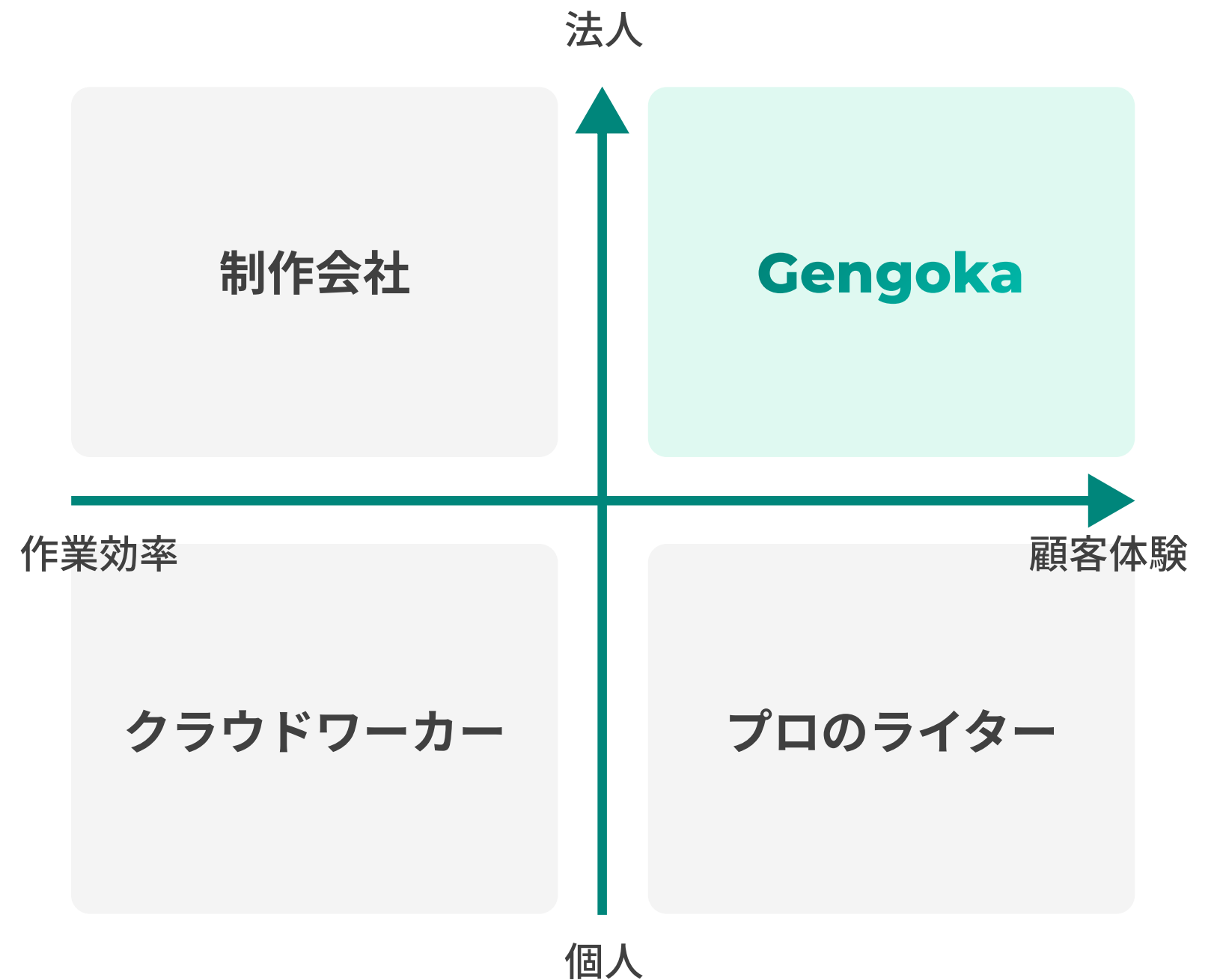
経営の悩み、
言葉で解決します。

「Gengoka」は類稀なるライティング力で
コンテンツ制作に求められる文章を制作する
唯一無二のライティング・パートナーです。



ライティング パートナーとして、 お客様に提供できる価値

Gengokaは、ライティングパートナーとして法人のお客様に向けてクオリティの高いライティングを提供します。



付き合うほど 成果が最大化する

サービスの強みを言語化するだけでなく、
長期的に関わることでサービスへの理解を深め
ライティングによる成果を最大化させます。

1 傾聴ヒアリング で強みを言語化

2 言語化した思考を コンテンツにのせる

執筆・編集・校正

3 継続的に改善、 成果を最大化させる



A decorative graphic featuring several teal and blue circles of varying sizes scattered across the page. A thick teal wavy line starts from the bottom left, curves upwards, and then continues as a straight horizontal line across the bottom right.

世の中のコトバとデザインが整えられて
社会からノイズが消えていく。

Harmonic Societyとは

社名の由来

Harmonic Society = 「社会調和」

3つの調和

✓ 優しいDXの推進

旧来の習慣や恩恵にとらわれてデジタル化に抵抗する社会を調和します。既存の価値観を尊重しつつ、新たな流れに対応する能力を育むことが大切です。

✓ AIとの共存・共創

AIを理解し活用する人々と、それができない人々に分断している社会を調和します。AIと人間が共生し、社会全体の均衡を保つためには、AIの利点とリスクを理解することが必要です。

✓ ポストWeb3.0

中央集権的な組織に力が偏った社会を調和します。ブロックチェーン革命の背後にあるイデオロギーを理解して、個人が生み出した価値の所有権を取り戻さなければなりません。

Harmonic Society



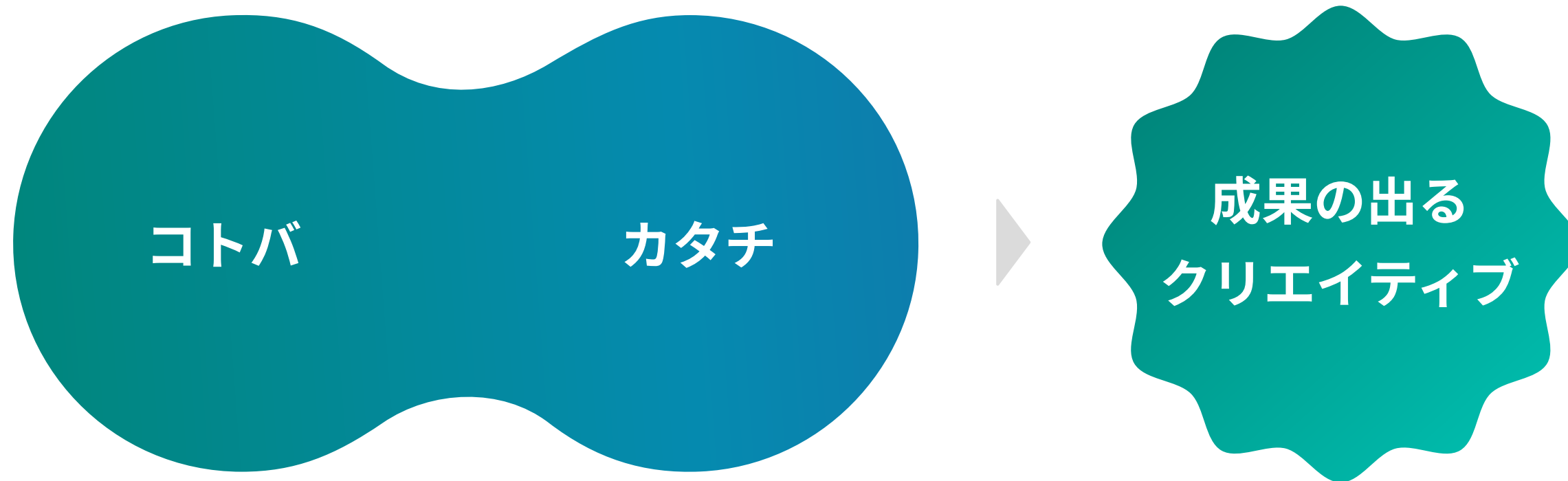
代表取締役兼CEO

師田 賢人 Kento Morota

Harmonic Society株式会社は、ライティングを強みとするWeb制作会社です。私は、2016年よりフリーライターとして100社以上と取引、1000本以上のSEO記事を執筆、200名以上に取材をしてきました。得意とするジャンルはビジネス×テクノロジーです。とりわけ専門とするのはWeb3や生成系AIに関する文章の制作です。最近では、デザイン成果物に必要なテキストの制作に力を入れています。ホワイトペーパーやLP、ホームページ制作などにおけるクライアントへのヒアリングから製品・サービスの魅力をきちんと言語化して、デザイナーやコーダーと協業しながら、クライアントの成果に直結するライティングを心がけています。ライティングに悩みを抱える方は、ぜひ一度ご相談いただけますと幸いです。

コトバとカタチが 調和すれば世界は より穏やかになる

コトバとカタチがバラバラなデザインが世の中に溢れ、歪。コトバの専門家とカタチの専門家が分かれて仕事をしているから。カタチにコトバを宿し、思いの火を灯す。世の中のノイズが消滅していき、社会は調和して穏やかになる。



Harmonic Societyが
目指す世界



Vision

Vision

Harmonic Society (社会の調和)

Purpose

Purpose

純粹さを大切に
夢中でいられる社会をつくる

Mission

Mission

小さな一歩から調和をつくっていく

Values

Values

Work as Life (仕事は生き方)

0→1 Respects (クリエイターファースト)

Connected, Anywhere (どこでも働ける)

Vision

Harmonic Society

調和のとれた社会

Social Pain

社会的ペインの解決

Conflicts

コンフリクトの解消

Divided

分断する社会の再生

Purpose

純粋さを大切に、 夢中でいられる世界をつくる

たとえば、教室の隅っこで一人で絵を描く女の子がいるとする。
誰かがその女の子を暗いやつだといい、馬鹿にしたとする。
ぼくらはそれに反論をするし、ましてや傍観者にはならない。
純粋さを大切に、夢中でいられる世界をつくることで、社会に調和をもたらす。

Mission

小さな一歩から 調和をつくっていく

目の前のコミュニケーションを一つひとつ大切にすることで
調和が同心円状に広がっていく。

Values

01

Work as Life

仕事は生き方

02

0→1 Respects

クリエイターファースト

03

**Connected,
Anywhere**

どこでも働ける

Proposition

コトバとカタチの
二人三脚



たとえば教室の隅っこで、
ひとり絵を描く女の子がいるとする。
誰かがその女の子を暗いやつだといい、
馬鹿にしたとする。
ぼくらはそれに反論をするし、
ましてや傍観者にはならない。
純粹に夢中でいられる世界をつくる。

Harmonic Society株式会社
代表取締役兼CEO 師田賢人

About

会社概要

社名	Harmonic Society株式会社
本社	〒262-0033 千葉県千葉市花見川区幕張本郷3-31-8
HP	https://harmonic-society.co.jp
代表者	代表取締役 師田賢人
設立	2023年3月3日
資本金	1,000,000円

