

# スタブラ・チャンネル — 海外情報(水)





# 1

**世界共通の〇〇**

**CHAPTER 1 / 3**



SECRET SEMINAR

2018

JUL.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# VISION/MISSION TOUR

企業の永遠の課題はビジョン浸透。  
ビジョン・ミッションを今一度、ここで。  
浸透法も楽しくしないと、みんなスル----

--- Dress Code ---

STAR MOTIF

FOR TANABATA DAY

--- Schedule ---

07/03 FUKUOKA

07/05 OSAKA

07/10 TOKYO

07/11 IWATE

07/12 YAMAGATA



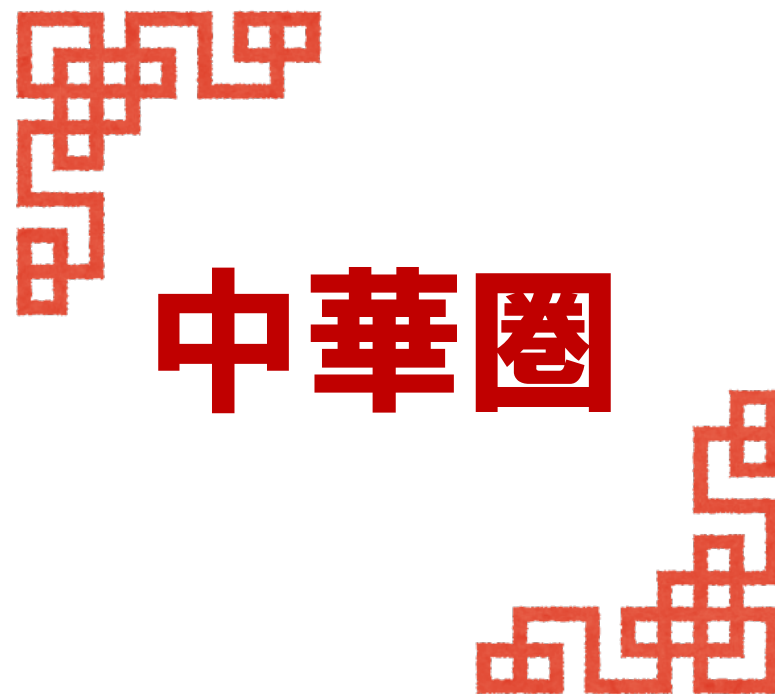
Starbrand®

小さな会社のブランド戦略



ここ6週間で...

- ✓ 香港
- ✓ 台湾
- ✓ シンガポール
- ✓ マカオ



要は「インプットの時間」

もちろん その間にはリアルな  
インプット(食事)の時間も



# HONG KONG

## BBQオーバーライス





# TAIWAN

## 魯肉飯・ルーローファン



ごはんには盛る系・・・  
それぞれに違い！

日本なら牛丼  
外国人も好き！

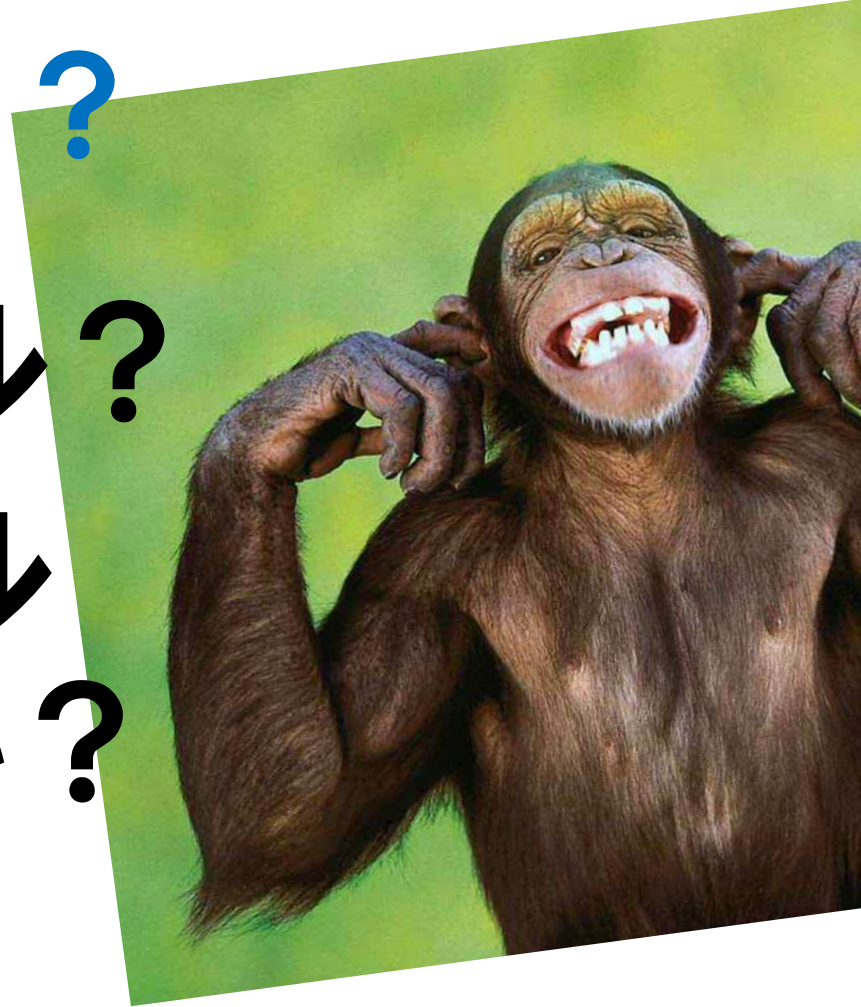
＊ 実際アメリカでは  
チキン照り焼き丼  
の方が人気



**グローバルにやっている人が  
よく話すトピック・・・？**

**何がユニバーサル？**

**何がユニバーサル  
じゃない？**





ちょっと話し合ってみましょう！

THINK & DISCUSS !

ユニバーサルなもの？

ユニバーサルじゃないもの？

美味しいもの？ まずいもの？

娯楽？ 悲しみ？ 喜び？

何なら“世界共通”なの？



# MY ANSWER?

食べものには かなりの違い！

「わかめ？ こんぶ？ ありえへん」

え？

これ食べれるの？

(チリ人にとっては  
ゴミを拾って  
輸出してる感じ！？)



ちなみに  
ワカメ消費量  
1位って？

もうひとつ  
岩手が1位のもの？

ゼリー消費量  
＝わかめゼリー





# MY ANSWER?

お笑い？ これも世界共通ではない！

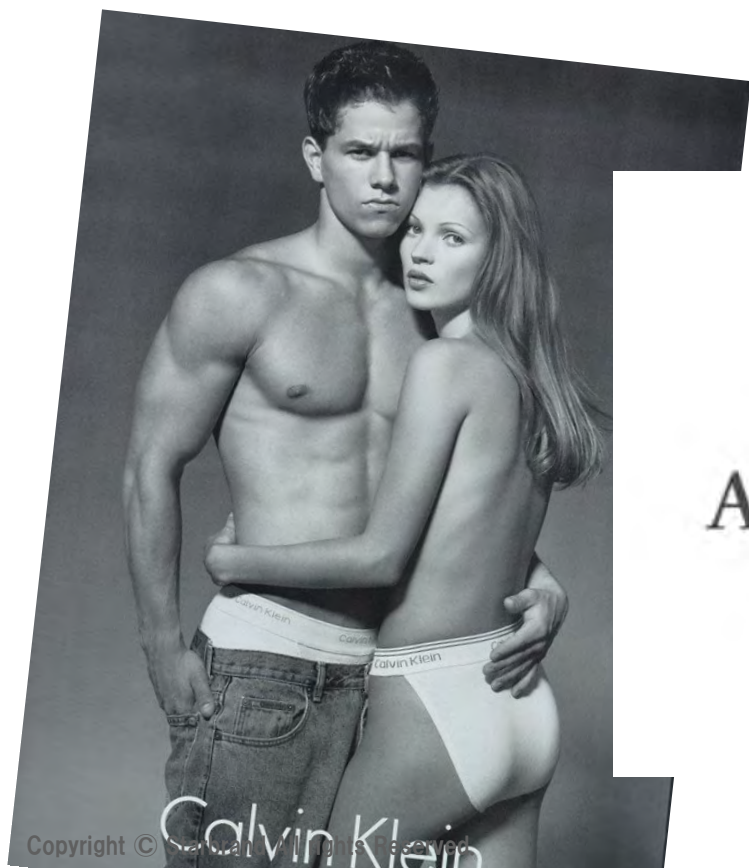
Mr.ビーンのような(笑)=ボーダレス



# MY ANSWER?

## セクシーな男？ モテる男？

## ツルっと中性的なのは 欧米ではNG





# MY ANSWER?

## エロスも違う！

## エロ＝ピンク(日) エロ＝ブルー(米)

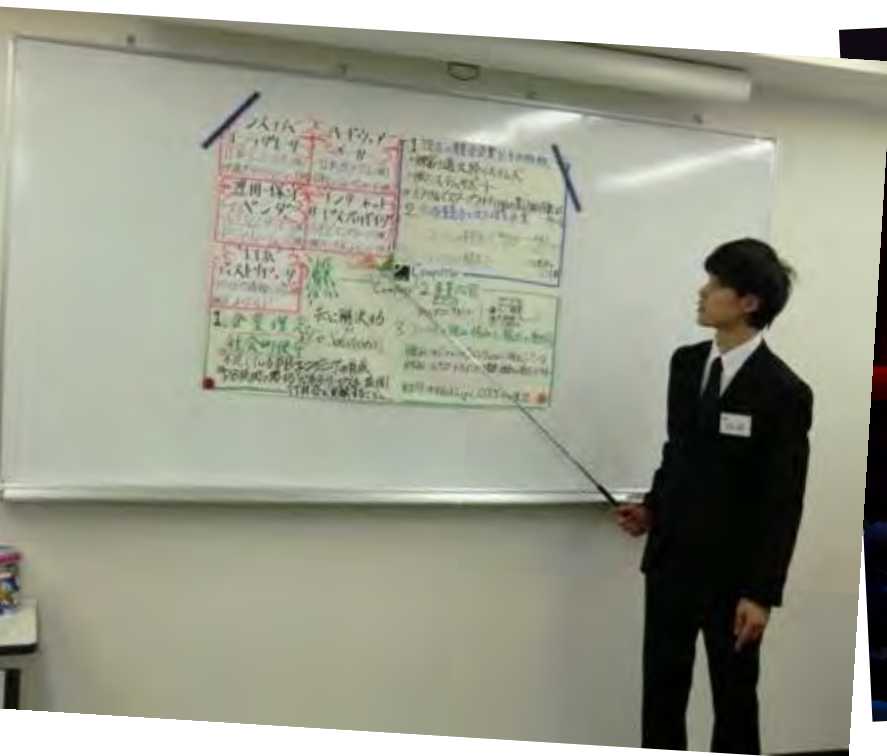




# MY ANSWER?

プレゼンテーションも全然違う！

アメリカ型を日本でやる＝おすすめ



# IN ADDITION

こういったグローバルな情報は  
毎週(水)のスタブラ・チャンネルで！



# MY ANSWER?

## 子どもが甘いものを喜ぶ

### これはユニバーサル！





# MY ANSWER?

## ビジョンの力 これもユニバーサル！

### VISION＝理想とする状態



**VISION＝理想とする状態**

**そのビジョンを掲げ**

**活動する人(企業活動・公の活動)**

**ビジョナリー  
(VISIONARY)**



逆に発想するなら・・・

グローバルな人

グローバルな企業

これを目指すなら

ビジョナリーになること！





**ただ こんなビジョンでは・・・**

**「私たちは地域の元気の源となり  
関わる人を笑顔にし続けます」**

**ハア・・・**

**それは誠に素晴らしいですね**

**脱・ありきたりが大事！**



# 今日は あらためての・・・

SECRET SEMINAR  
2018

JUL.

いい影響を与える人と会社になろう  
Be a big brother & sister!

## VISION/MISSION TOUR

企業の永遠の課題はビジョン浸透。  
ビジョン・ミッションを今一度、ここで。  
浸透法も楽しくしないと、みんなスル----

--- Dress Code ---

**STAR MOTIF**  
FOR TANABATA DAY

--- Schedule ---

07/03 FUKUOKA

07/05 OSAKA

07/10 TOKYO

07/11 IWATE

07/12 YAMAGATA



**Starbrand®**  
小さな会社のブランド戦略



# なぜビジョン・ミッションが大事か？

## ブランディング＝デザイン

## ・・・のことだけではないから！





**デザインの刷新は“家づくり”でいえば・・・**

**屋根の張替え  
カベの塗り替え**

**大事なのは「土台」**

**ビジョン・ミッションを  
尋ねてこないデザイナー！？**



会社のビジョン・ミッションがあって・・・

その表現・発信のサポートの為に

「デザインがある」という発想！

これが“スマート・ブランディング”



「最高のものをつくろう」というキーフレーズ  
「大工を次世代の憧れに」という決心  
「だから印刷物も こうじゃないと！」

最高のサービス

印刷物のチェック項目 印刷物を依頼する前に

- ☐ 価格は感じられるか
- ☐ 伝紙は感じられるか
- ☐ ICHIMURA ブルーは入っているか
- ☐ 使用する色は5色に落ちるかRGB
- ☐ 使用量: 4,65,124 消費: 8,121,234 消費: 127,127,127 消費: 14,141,141
- ☐ 写真を大きく使用しているか
- ☐ 写真は暗くないか
- ☐ 写真が感じられるか
- ☐ 人の気配が感じられるか
- ☐ 余白が適切にとられているか
- ☐ フォントはメイリオ (数値は例外)
- ☐ ローマ字がどこに入っているか
- ☐ ローマ字は200字以下か
- ☐ ローマ字は200字以下か





では・・・

# ビジョンと その表現としての デザインが融合したら どうなる？

- ✓ 人が集まる会社になる
- ✓ 人が集まる人になる



**いいビジョンを掲げ**

**いい表現・発信をするということ？**

**世界に向けて**

**この指とまれ！**

**・・・をしているのと同じこと**





# 本を書けるフリラン & 経営者？

## その差は「ビジョンの差」

「僕は こういう世界を目指しているんだ」

「賛同してくれたら嬉しい！」

「してくれなくても

僕は前進するけどね」



# スターブランドをつくった時の 僕のビジョン？

経営は苦しいものでも辛いものでもない  
ブランディングという概念を広げ  
小さな会社にもっと力を  
僕は日本の中小の間にブランディングを  
当たり前のものにしたい

中小企業と その社員の地位UPを！

そのビジョンが達成したので・・・  
今の僕のビジョンといえは？

日本や日本人は世界に比べ国同レベル  
僕は  
日本  
2030年後に活躍できる  
日本人づくりに貢献する  
ブランディングの方で日本と日本人の  
存在を世界の中で高めていきたい  
競争力のある人・企業・地域を育てたい



ここに集まるようなメンバーには  
こう普段から話してほしい・・・

~~仕事に忙しい~~

ビジョンの達成に忙しい

今日を境に  
これをクチグセに！



**ビジョン達成が優先  
売上・利益よりも！**



**ビジョン達成に貢献するか？  
それで決断・行動を決める！**

**プラン外の儲け話に乗らないこと**

**ビジョナリーは「ビジョンの達成を優先」**

# 同窓会(中学校)

かつてモテた人？ 今モテてる人？

**THINK & DISCUSS !**

みなさんの思うところは？

10～20代に モテる人？

30代以降に モテる人？





# 中山雅弘くん(なかやん)



心理学の研究では

**モテる人＝  
達成能力の高い人**



**ビジョンを掲げ それを達成！**

**会社・個人がモテるために大事**

**モテるために 要・ビジョンの存在**

~~異性モテ~~

**社会モテ**



**上手なビジョン・ミッションの整理整頓で  
社会モテする会社・個人になりましょう！**





# 2

## ビジョンの整理整頓

### CHAPTER 2/3

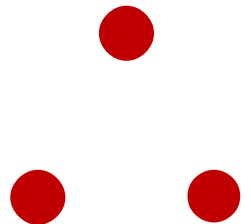
# どんな進め方でいくか？

「(笑)はユニバーサルじゃない」

・・・といったけど

## 日本のボケ／ツツコミは 素晴らしいものがある！

世界に誇っていい！



# 今日はツツコミ形式で！

## 会社のビジョン・ミッションに 激しいツツコミを入れながら進行



ビジョン・ミッションへのツツコミ

1



# 早速いきましよう！（１）

真理  
悟り  
単位



**たしかに多くの会社の  
理念・ビジョン・ミッションは同じ！**

- ✓ **夜中に額縁を変えても気づかれない！？**
- ✓ **会社概要の文を差し替えても大丈夫！？**

**もしも御社のも  
そうならば  
笑えない・・・(汗)**



**ちよい冷静に考えましょう！**

**THINK & DISCUSS !**

**なぜビジョンは  
どこの会社も同じように  
なってしまう？ ？ ？**



# なぜ理念・ビジョン・ミッションは同じに？

## 1. 同じようなボキャブラリを用いている (夢・笑顔・幸せ・貢献・こだわり・・・)

大事なものは リフレージングの技術  
(フレーズづくりを“RE”する)

こだわり → **ラスト10%のツメ**

社会から愛される → **社会モテ**

change



サクッと「RE」してみましょう！

THINK & DISCUSS !

人が滅多に使わない  
言い回しを！

お財布？  
がまぐち



サクッと「RE」してみましょう！

THINK & DISCUSS !

人が滅多に使わない  
言い回しを！

さようなら？  
ごきげんよう



サクッと「RE」してみましょう！

THINK & DISCUSS !

人が滅多に使わない  
言い回しを！

いいね！

ブリリアントだね



サクッと「RE」してみましょう！

**THINK & DISCUSS !**

人が滅多に使わない  
言い回しを！

**しあわせ？**

ハピネス





サクッと「RE」してみましょう！

THINK & DISCUSS !

人が滅多に使わない  
言い回しを！

貢献？

前進のお手伝い

FOR wa RD  
STEP



**なぜ理念・ビジョン・ミッションは同じに？**

## **2. 結構ザックリなことをいっている**

**（大きな夢・・・というより幅広な話をしてる）**

**THINK QUICK !**

**「うちには こだわりがある」**

**どこの会社もいっていることです**

**ずばり御社は何にこだわってますか？**



# グレートお遍路RUN 2018



# 愛媛終わりだったので・・・ポンジュース





# こだわるのは当然！大事なのは“何に”



「うちには こだわりがある！」

・・・ではなく

御社の“こだわり”は どこに見られるのか？  
何に“こだわり”を持っているのか？

こだわりというコトバ推し？

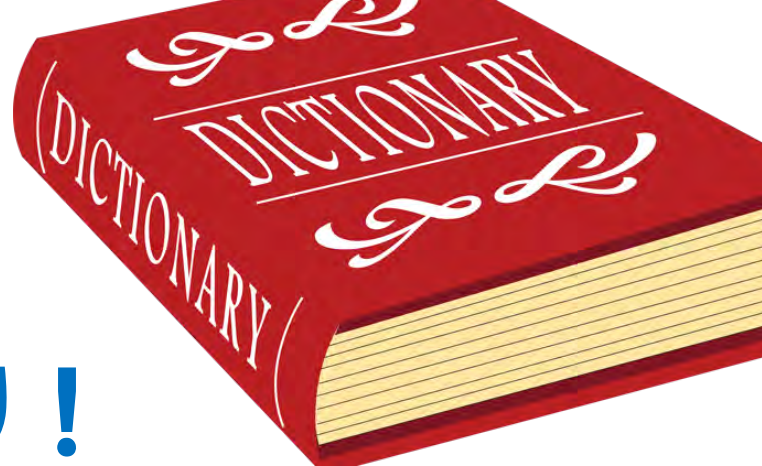
それよりも“違い”“売り”を  
前面に持ってきた方がいい

WHY？



# WHY?

## どこの会社になっても それなりに“こだわり”あり！



**私たちはこだわりの商品とサービスで  
業界と地域の発展に貢献し 関わる人を幸せにする**

**僕は無性にツツコミたくなる！**

**「それって当たり前じゃん！？」**

**（会社の在り方そのものの話をしてる）**



**人がやっていないこと＝戦略**

**人と同じようなこと＝戦略じゃない**

**ビジョン・ミッションもユニークに！**

**じゃないと刺さらない！**

**じゃないと動いてくれない！**

**経営者・リーダーは政治家と同じ**

**“コトバのお仕事”をしている**





**国語！  
語彙力！**



**読書・・・だけではなく  
映画や漫画をもっと！**

# 日本の観光をやバくする





# さあ やりすぎよう！





# 笑えるものしか つukらない





# 世界の情報をまとめる！

Don't be evil. (邪悪になるな)



## 前進している会社は

- ✓ ビジョンが少ない・シンプル・ユニーク
- ✓ ノリも表現されてて 口ずさみ可能

**「いや 今さら変えられない・・・」**

**ならば なおさら今のよう・・・**

- ✓ スローガン型のビジョンを！**
- ✓ コンパクト・ビジョンと名付ける**
- ✓ “まとめビジョン”とし 機能させる**



よく僕が ここでいい 逆に皆から聞くのは・・・

- ✓ Inspire
- ✓ That's funny
- ✓ Show&Tell
- ✓ Bloomer

こういう類のを  
御社の文言に  
するといいかも



今日も そんな類でやるならば・・・

鳩って英語で？

**Pigeon** ピジョン／ピジン



王道じゃない英語を「ピジョン・イングリッシュ」

ピジョンとして機能していないことを・・・

「それはピジョンじゃなく ピジョンだ！」

「それ・・・ピジョンになっちゃってるね」



ビジョン・ミッションへのツツコミ

2

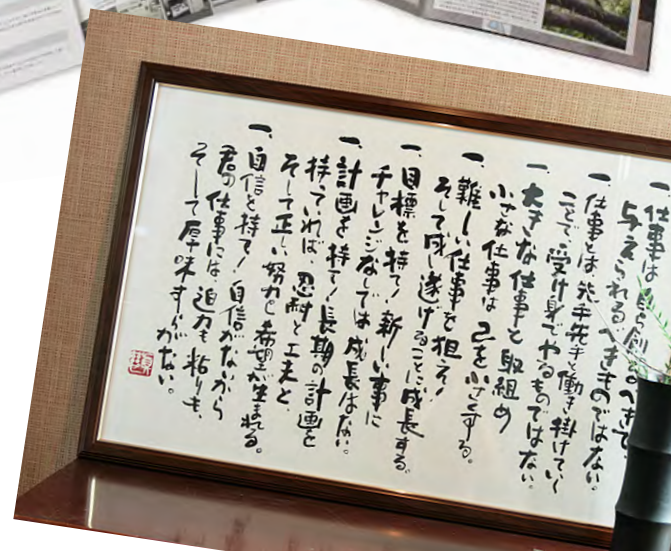
# 次にツツコミたいのは・・・(2)

社員手帳・冊子・クレドカード・額縁・・・

社是・社訓・理念・ビジョン・ミッション・・・

もはや読み物・・・

「いつまでに  
読破すれば  
いいですか？」



**「見た目9割」は みんな知ってる**

**なのに なぜ文字で読ます？**

**なのに なぜ唱和で聞かす？**

**ビジョンだからこそ**

**ビジュアルでの浸透を！**

# 八光建設の大切にしている言葉(浸透)





# 八光建設の大切にしている言葉(浸透)



# 八光建設の大切にしている言葉(浸透)



# 八光建設の大切にしている言葉(浸透)





# 八光建設の大切にしている言葉(浸透)





# アサヒマーケティングの言葉(浸透)



# アサヒマーケティングの言葉(浸透)





# アサヒマーケティングの言葉(浸透)



# アサヒマーケティングの言葉(浸透)





# アサヒマーケティングの言葉(浸透)



# アサヒマーケティングの言葉(浸透)





# アサヒマーケティングの言葉(浸透)



# アサヒマーケティングの言葉(浸透)





# ロゴの意味までもビジュアル化

“集まる会社”を創るブランド戦略

情報発信

集まる

**ASAHI Marketing**  
株式会社 アサヒマーケティング

ロゴへの念い／BACKGROUND

“集まる会社”を創る

私たちが目指すもの

●マーケティングの定義は「創客」お客様の先のお客様を創る！

●「集まる会社」を創るブランド戦略

私たちは  
関わるす  
「ありが  
仕事をし

関わるすべての人：は

●6つの約

1. 成長が実感で
2. 当たり前の事
3. やまがたの街
4. 価格を下げず
5. たくさんの「あ
6. 常に変化対応

# ペニンシュラ・ホテル



# 「子どもたちに誇れる仕事を残そう」 「憧れの対象となる 格好いい大人になろう」





# 写真じゃなくて 画でもいい！



笑顔の絶えないお庭をつくら





人と人との深いつながりをお庭をつくる

お庭のくらしの専門家である

Garden for everyone

2014

2018

Sanpoh









誰もが気持ちよく過ごせる会社。



**これが生まれた経緯？**

**社内のくだらないケンカの連続から・・・**

**「俺ら これに向かって仕事すんだろ！」**



# 補足！ “デザインの力”の登場・・・

## ビジョンの唱和をしなくて

## それに全員が向かうような・・・

✓ **ロゴ・封筒・印刷物**

✓ **ウェブサイト・SNS**

✓ **ユニフォーム・ドレコ**

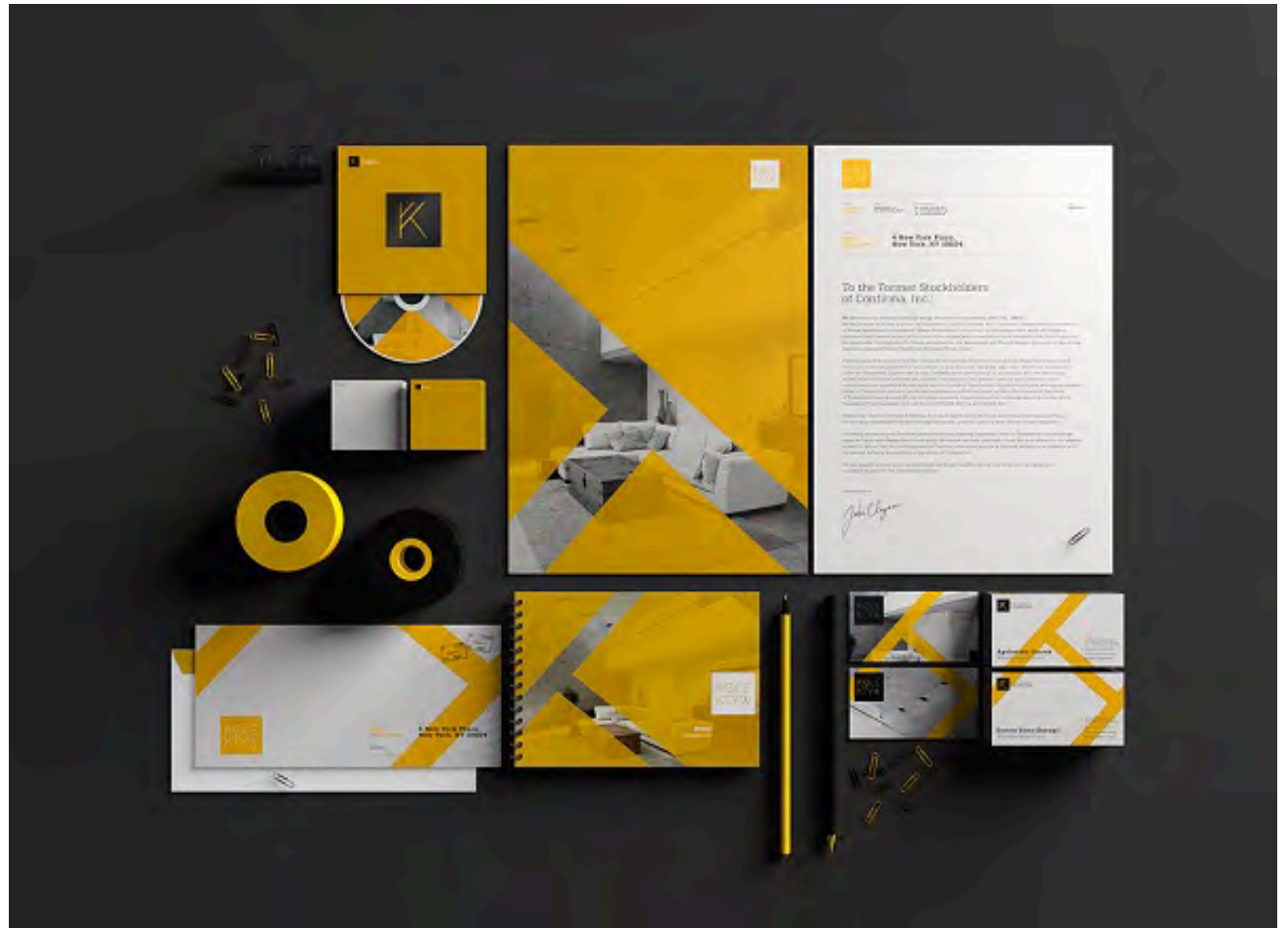
✓ **職場・備品**

**統一！**  
**脱・中途半端**



# デザインの統一は何のため？

## それも“ビジョンの達成・浸透”のため！





# いちばんいいのは 職場自体でビジョンの表現



トレジャーアイランド社

「日本で事業は やり尽くした」

「グローバル・カンパニーを目指す」





























































# DEPARTURES

TREASURE ISLAND

GATE

FLIGHT

02 FEB22

AMENBODO

05 NOV22

YOROSUTO

11 APR01

KENKŌ

11 NOV11

BANYAN TREE

15 JUL29

TIX

GATE

FLIGHT





**TIX**

OSAKA KOKUSAI BLD.10F, 2-3-13, AZUCHIMACHI, CHUO-KU, OSAKA, 541-0052 JAPAN  
phone +81 6 6267 8000 facsimile +81 6 6267 8800

**TREASURE ISLAND CO., LTD**



















# MORE ?

## スイコー社

「OA機器の販売だけでは・・・」  
「働き方改革サポート会社になる」



















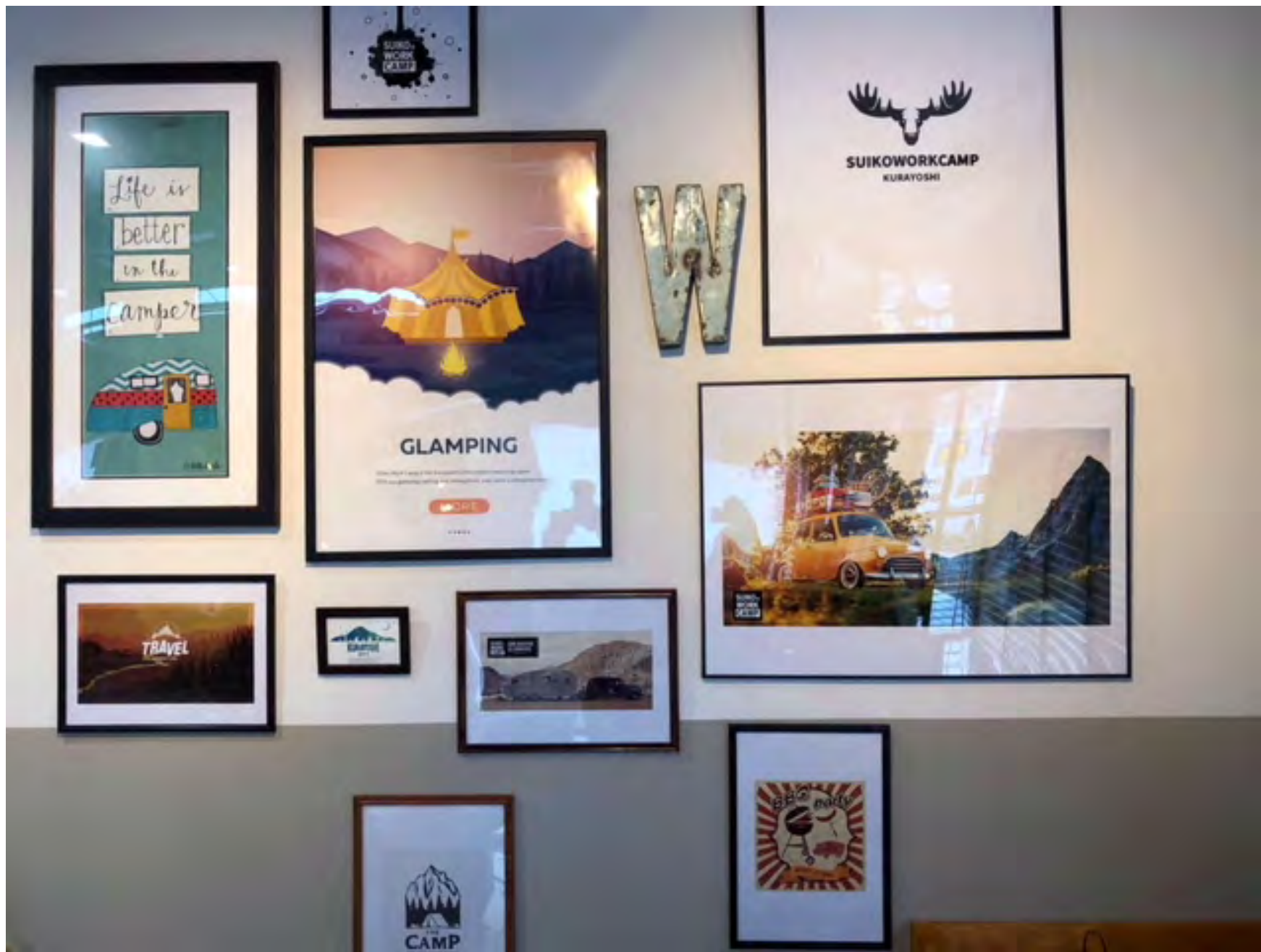




















**ここまでは即できなくても・・・  
せめて明日からは もっと  
コーポレート・カラーを大切に！**

**それだけでも  
ビジョンを反映した  
職場といえるかも・・・**





















小笠原市役所

- 那珂湊運送 263-3633
- 那珂湊通運 262-3126
- 江口商店 265-8199
- 丸勝運輸 269-6171
- ヤマカ物流 267-5121
- 金自宅 262-4148
- 社長自宅 264-2727
- 田崎電 264-2727

- 吉田石油 263-5777
- 原屋自宅 263-7334
- 原屋団地 263-7515
- 原屋団地上 263-7516
- 菅谷商店 262-4069
- オケマン 263-6971
- 東宝食品 251-1464
- 新日興 263-4872
- 石川工業 263-4872

電話 090-9561-375  
ファックス 090-9561-1348

阿部 090-8814-7830  
石川 090-8725-3285

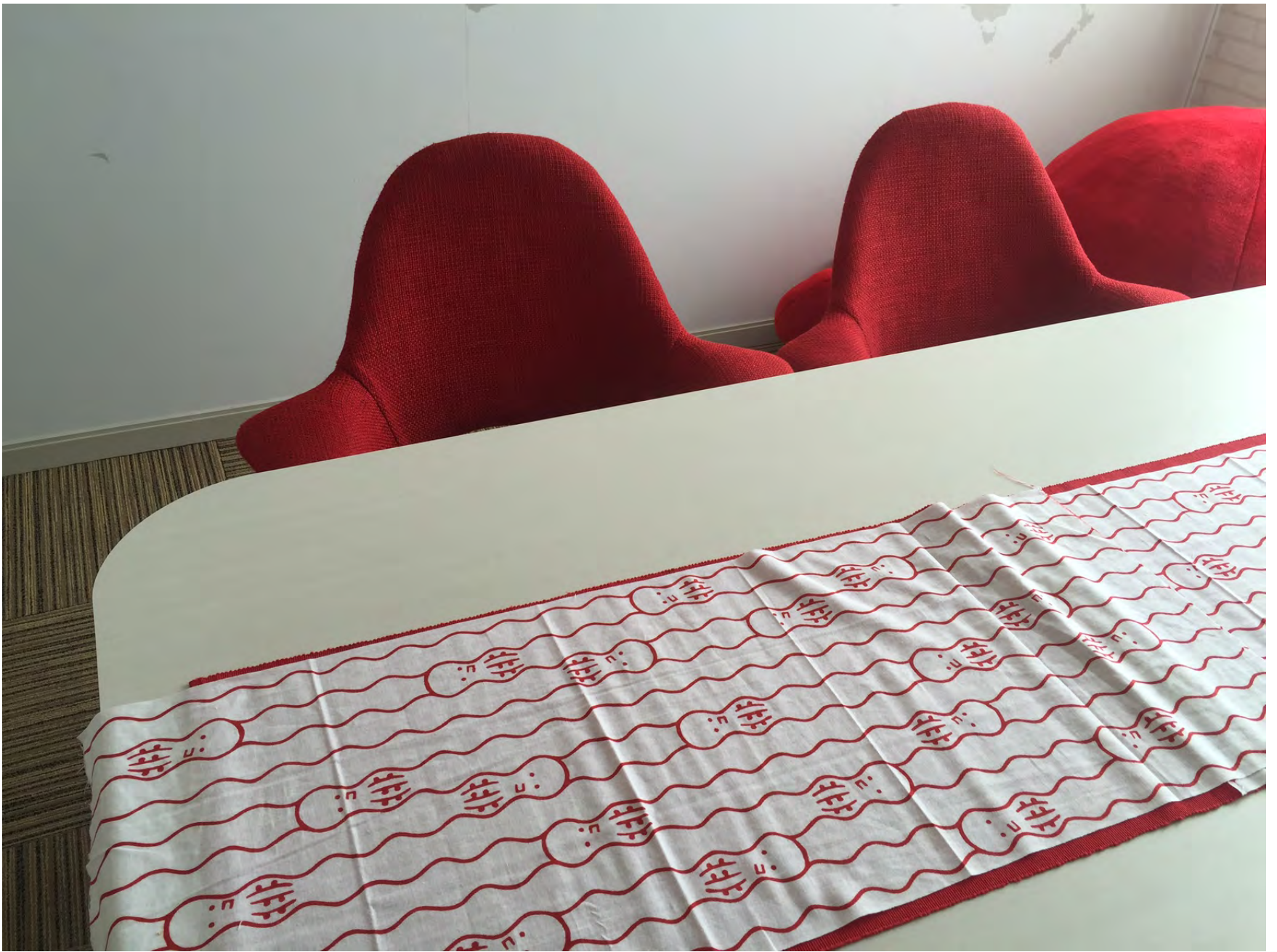


































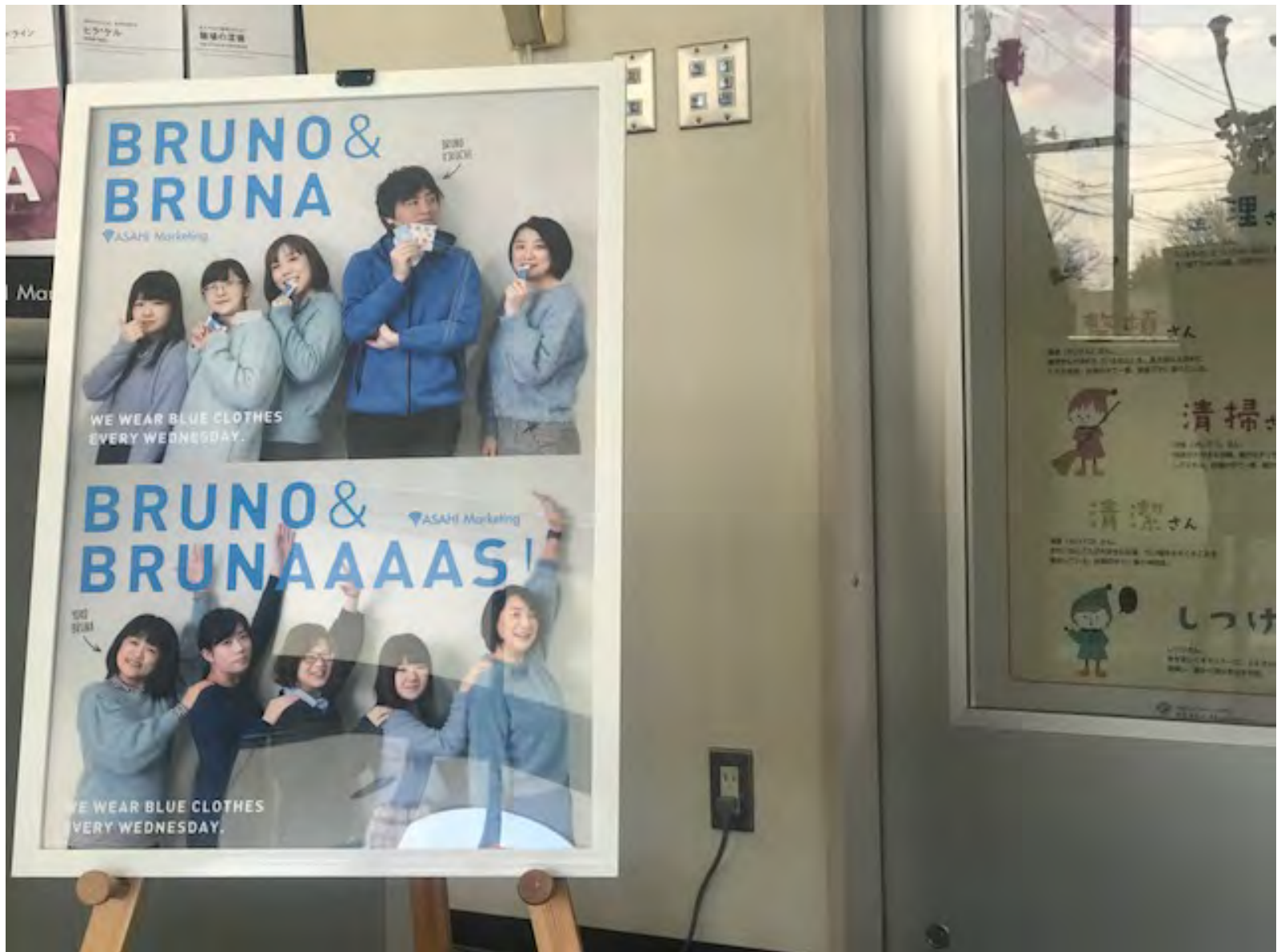








# コーポレートカラーを纏う日





# THINK & DISCUSS !

写真に文字を載せて  
会社の文言(ビジョン・ミッション他)を  
ビジュアル化していくテクニック！ お試し！

ビジョン・ミッション・スローガンのものがこれだったら？

「私たちは自分たちの業界を  
次世代の憧れにしていきます」





**私たちは 自分たちの業界を  
次世代の憧れに  
していきます**

YOUR  
LOGO  
HERE

Kids...Admire...  
Next generation...

[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) - 662446732

# THINK & DISCUSS !

写真に文字を載せて  
会社の文言(ビジョン・ミッション他)を  
ビジュアル化していくテクニック！ お試し！

ビジョン・ミッション・スローガンのものがこれだったら？

「私たちは 価格を下げずに  
価値を上げていくTEAMです」





**私たちは 価格を下げずに  
価値を上げていくTEAMです**

**Better...Improvement...  
Value...Challenge...**

YOUR  
LOGO  
HERE

[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) · 547238893



# 検索！ シャッターストック！

shutterstock

すてきなストーリーがここから始まります。

ストック画像、動画、音楽など、21500万点におよぶロイヤリティフリーの素材を利用できます。

ストック画像、ベクター画像、動画、音楽を検索



全画像 ▾



Firefly flying 寄稿者: on\_france

秀逸なコンテンツ、わかりやすい料金設定 [プランを確認](#)

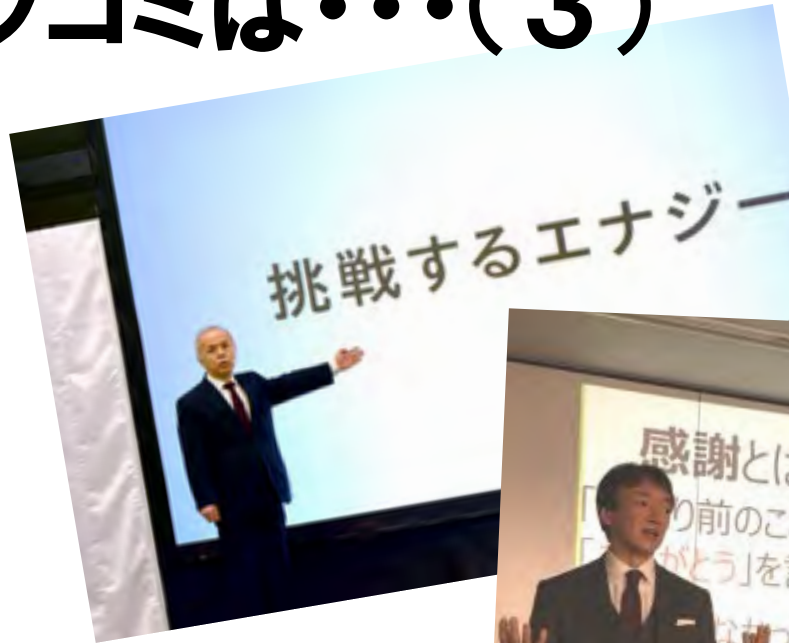
魅力的なコンテンツを見つけて、プロジェクトで利用



ビジョン・ミッションへのツツコミ

3

# 次なるツツコミは・・・(3)



「・・・  
・・・



・・・言いつ放しかよ！」

~~プレゼンのためのプレゼン~~



以前は ここも言いつ放し主義  
和歌山に全社員集めて・・・



社長！

あれどうなってんですか会議

# サンドバッグで思い出したけど・・・ アイズJAPAN



## 福利厚生

福利厚生と言えば、ついているけど忘れられていたり、使おうとしても暇がなく使えない…そんな事が多いようですが、Eyes, JAPANは違います。いわゆるベンチャー(?)らしいものから、研究開発の会社だけあって真面目なものまで、本当に地方の中小企業?と疑いたくなるラインナップをご覧ください。

### より良く働くための制度

#### Bar Matroshuca (バーマトリョーシカ)



社会で働いていれば誰でも、つらいことや不平不満の一つも出るでしょう。そんなときはEyes, JAPAN 内にある Bar Matroshucaのマスターに話を聞いてもらいましょう。マスターはあなたの愚痴をただ黙って聞いてくれます。Barで悩みをぶちまけて明日働く元気を取り戻しましょう。

#### SSS(Shacho Sandbag System)



SSS はEyes, JAPAN 代表・山寺の似顔絵付きのパンチングバッグです。仕事をする上で溜まったうっぶんやストレスは、いつでもSSS が受け止めます。深酒のような不健康な発散の仕方よりも、SSS を使って爽やかにストレスを解消しましょう。

#### フリービタミン制度



朝食を抜いて血糖値が下がっている人が多いGeekのために、バナナやオレンジ等が常備されています。フルーツを食べて血糖値を上げ、頭をすっきりとさせて仕事に臨みます。



# ひとつの言葉を社内外に発信・・・

- ✓ いつ開始で いつ終わり？ 期間？
- ✓ なぜ大事？ なぜ今このタイミング？
- ✓ 以前の言葉は？ どっち優先？

## ケジメなしに始めてはダメ

## 「社長またヘンな セミナー行ったな」



**新たに“オンする”を止めてみる**

**今ある言葉・今大事にしている言葉**

**それを具体的にかみ砕いたり**

**言いやすいようにまとめる事を もっと！**

**例？**

**「山形を もっと元気に！」**







BRANDING TEAM MEMBER

東北をもっと元気に！

Let's start the Credo  
announcement ceremony.

2017. 11/16 9:30-10:45

重大発表  
全員参加

PALACE GRANDEUR / OISEAU BLEU YAMAGATA

CREDO発表会の受付でクレドを配ります

株式会社スターブランド  
PALACE GRANDEUR / OISEAU BLEU YAMAGATA

スターブランド株式会社  
(STARBRAND CO., LTD.)

ブランディング委員会  
クレド発表会

PALACE  
GRANDEUR

## ～ チームクレドの回し方 ～

- ④ その項目にまつわるエピソードや思うことを、みんなにシェアしてください。







WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-1

元気なのは、  
先に挨拶・声がけを  
する人。

Hello!

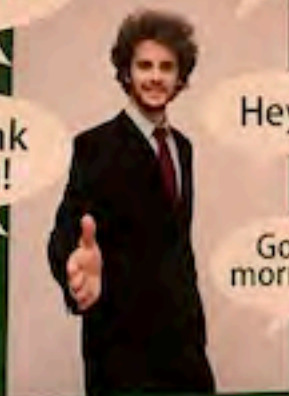
What's  
up?

Thank  
you!

Hey!

Good  
morning!

私たちは仕事でも  
プライベートでも、  
自分から話しかけます。  
先にお声がけされぬよう、  
誰よりも  
“よく気づく人”でいます。



WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-2

元気なのは、  
相手を「笑顔」に  
できる人。

Smile!

Nice!

Good!

Fine!

私たちは会話の中で、  
自然と相手を笑められる  
ようにします。  
「常にモチベーターであること」  
は、元気な人たちの共通点！



WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-3

元気なのは、  
資格より視覚を  
大切にする人。



私たちの「見た目」が、  
自分の言葉・相手の言葉  
に影響します。  
相手に伝わる見た目。元気の  
源は笑顔・歩き方・声の力に集約。



WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-2

元気なのは、  
相手を「笑顔」に  
できる人。

Smile!

Nice!

Good!

Fine!

私たちは会話の中で、  
自然と相手を褒められる  
ようにします。

「常にモチベーターであること」  
は、元気な人たちの共通点！



WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-3

元気なのは、  
人格より視覚を  
大切にする人。



## CREDO-4

元気なのは、  
「サッチボール」会話  
できる人。



私た  
自ら  
「東



「東

「東

「東

「東

「東

「東

「東

「東

「東

「東



WE ARE THE CHANGEMAKERS  
**CREDO-3**

元気なのは、  
資格より視覚を  
大切にする人。

License?

Sight!

私たちの“見た目”が、  
自分の元気・相手の元気  
に影響します。

相手を想う格好と、元気に  
する姿勢・歩き方・座り方は重要

Cool!

Important!



WE ARE THE CHANGEMAKERS

## CREDO-4

元気なのは、  
キャッチボール会話  
できる人。

話をするのが上手な  
だけではなく、  
聞き上手だけではなく。  
キャッチボール的に会話を  
進めて、会話全体も  
元気にします！

Catch  
ball!

Listen!

communication

Talk!



WE ARE THE CHANGEMAKERS

**CREDO-5**

私たちは  
自ら手を挙げた  
“東北の元氣向上委員会”

私たちは臆する  
ことなく、地域にも  
活動を広げ賛同を  
得ます。

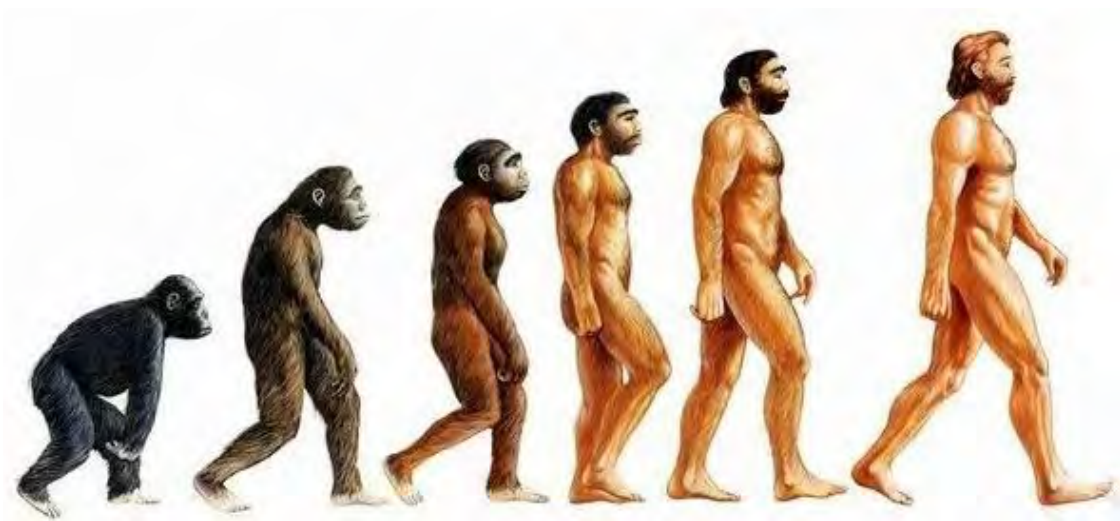
私たちは、そのアンバサダー。  
あおみどりボンはその証です。





これが...

# オススメしたい 「CREDO」のつくり方！



# ★ 社是・社訓・理念・ビジョン (ゴール／目指す姿)

＊登山でいえば頂上のようなもの

## ★ クレド (サブゴール／毎日の行動)

＊通過点！いきなり頂上には行けない！



# 4年後くらいに聞きたいコトバ？

## 「クレド通りに働いたら 自然とビジョンに辿り着いた！」

- ✓ 新しい何かをONするわけではない
- ✓ 社員に負荷をかけるものでもない
- ✓ 具体的な行動指針になっていると楽

### いわば「ゴール」と「サブゴール」の関係





クレドを新たに作りたい？

**SCSE**で十分！

**S**AFETY（安全）

**C**COURTECY（おもてなし）

**S**HOW（演出）

**E**FFICIENCY（効率）



ビジョン・ミッションへのツツコミ

4

# 最後のツツコミは・・・(4)

「その言葉・・・  
ちゃんと

**カルチャーにしようぜ！」**





# ブランドとは カルチャーづくりのこと！



会社の大切にしている言葉  
その通りにやってくれている社員を  
褒めていますか？

# 赤尾商事 全社員対象アワード (イノベーションMTG 2018)



# AKAO GROUP INNOVATION MEETING 2018







# このくらい お祭りの的にやらないと



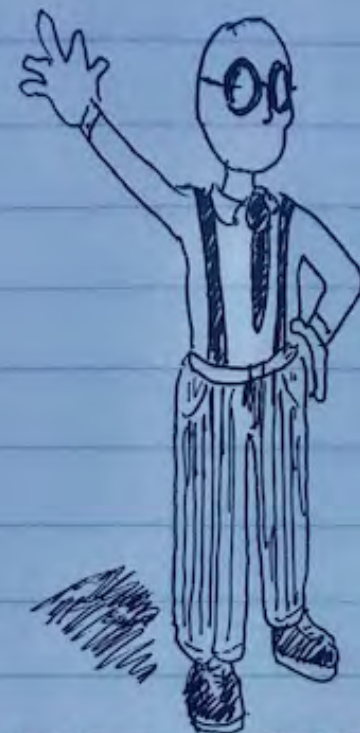


# 2018 IWAMMY AWARDS

 ASAHI Marketing 感謝と進化の集い







2018

IWAMMY  
AWARD

アサヒマーケティング：感謝と進化の集い

# 領収書にも ラスト10%のツメ

# 2018 IWAMMY AWARDS



RECEIVED FROM: \_\_\_\_\_

AMOUNT **¥5,000**

FOR: PAYMENT OF 2018 IWAMMY AWARDS

CASH RECEIPT 領収証

DATE: JULY 6, 2018



ASAHI  
Marketing

株式会社アサヒマーケティング  
〒990-2251 山形市立谷川二丁目486-14  
TEL.023-656-4331 FAX.023-686-4334





# ドレスコード忘れの人のために



# タテ以外にもトロフィーもいっぱい



# ビジョンが 浸透してるか？

## アワードでは 社内検定を実施



ASAHI Marketing

採点  
結果

点

2018 IWAMMY AWARDS  
アサヒマーケティング検定

所属  
氏名

Q1. 創業者、正しいのはどれ？ (5点)



Q2. ロゴに込めた意味はどれ？ (5点)

- ①「個性 & 彩る」
- ②「楽しい & 繋がる」
- ③「集まる & 広げる」



Q3. コーポレートカラーの正式名称は？ (5点)

- ①爽やかブルー
- ②アサマーブルー
- ③アサヒブルー



Q4. アサヒマーケティングのタグラインは？ (5点)

\_\_\_\_\_ を創るブランド戦略

- ①楽しい会社
- ②進化する会社
- ③集まる会社



Q5. 経営理念を正確に書いてください。 (15点)

Q6. アサヒマーケティングのフレドについて、  
空欄を正しく埋めてください。 (510点)

①MAKE A FAN

\_\_\_\_\_ を上げ、  
お客さま以上の「ファン」をつくります。

②MOTIVATION

掃除・挨拶・朝礼が基本！  
\_\_\_\_\_ は自らつくります。

③COMMITMENT

そこまでやるか！  
「ラスト \_\_\_\_\_ %のツメ」に  
こだわります。

④LEADERSHIP

自ら \_\_\_\_\_ になる！  
その気にさせる！率先垂範します。

⑤POSITIVE WORD

悪口やネガティブワードはNG！  
\_\_\_\_\_ を大切にします。

⑥GROW UP

素直・ \_\_\_\_\_ ・勉強好きで  
自ら成長していきます。

Q7. 岩見社長、正しいのはどれ？ (5点)



①



②



③



(5点)



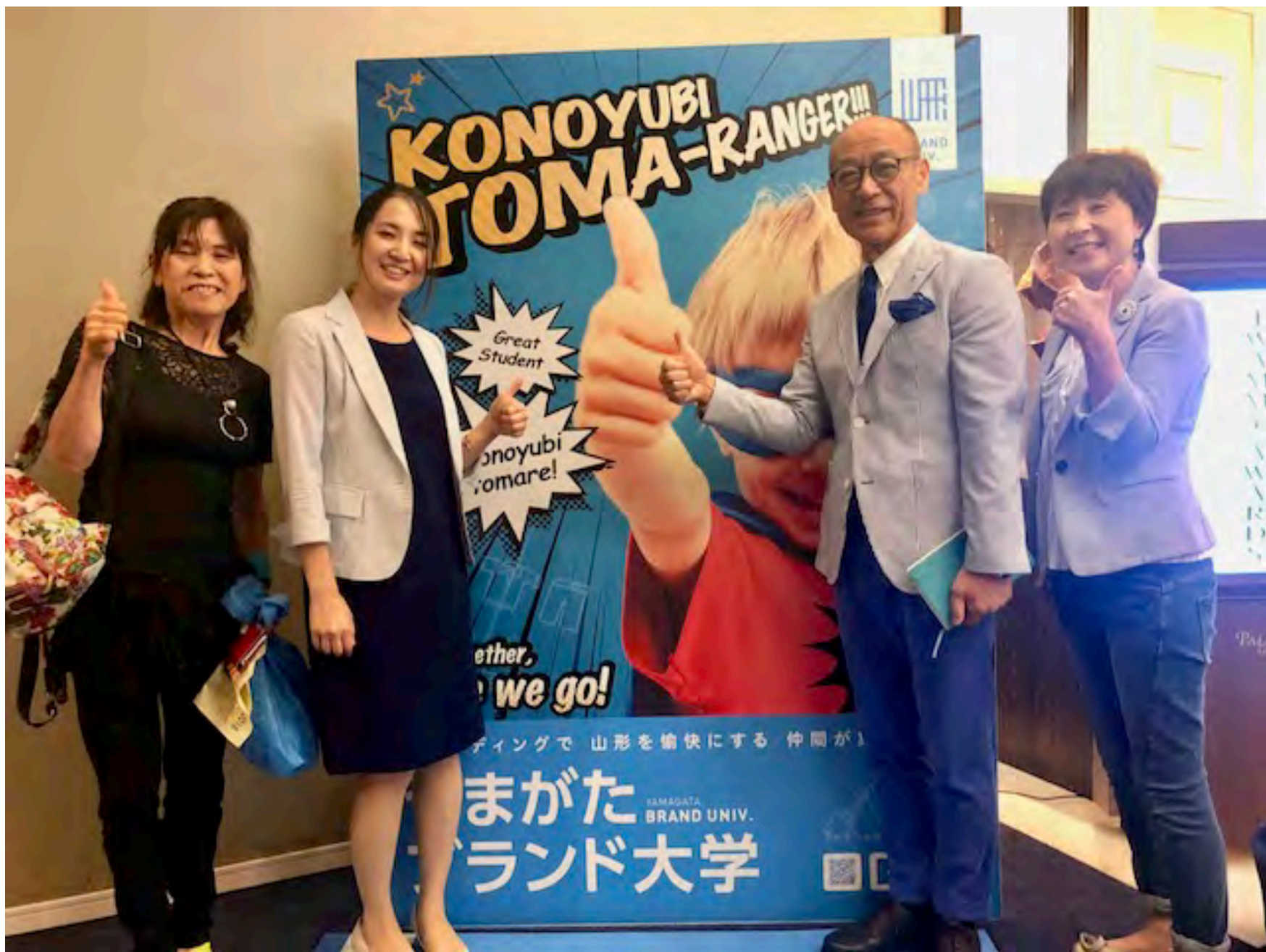
























ローストビーフ  
青マッシュポテト添え





















見学！ アワードセレモニー

# 八光建設 福島・郡山

@福島空港！  
8月25日(土)

第2期

奨学金授与式も！



郡山の八光建設給付型奨学金

創設



# フューチャー福島奨学金（88万円を高校生に）

















# 八光建設が 奨学金制度

進学予定者に88万円

郡山市の八光建設は、返還不要の奨学金制度「フューチャーチャーターシマ奨学金」を創設した。本職の在住者で山形県、ゆかりの人で専門学校、大学、短大などへの進学予定者に88万円を給付する。

同社の宗像剛社長が9日、同市のアーマ・テラスで会見し、概要を説明した。対象は16、19歳くらいで、県内人口は1人。フューチャーチャーターシマ奨学金は、同社の協賛イベントを開催し、八光グループで郡山市ポットで協賛イベントを開催している。アーマ・テラスでは、ハチマキ肉のハンバーガーを添えた特別ランチ「フューチャーカレー」を9日から期間限定で販売を始めた。3月14日まで、デザート飲み物のセットで、デザート（税別）。同市のポットで1



info@hkc-const.com



●奨学金制度について説明する宗像社長（中央）ら。アーマ・テラスで期間限定で販売している「フューチャーカレー」

郡山で協賛イベント

奨学金制度の開始に伴い、八光グループで郡山市ポットで協賛イベントを開催している。アーマ・テラスでは、ハチマキ肉のハンバーガーを添えた特別ランチ「フューチャーカレー」を9日から期間限定で販売を始めた。3月14日まで、デザート飲み物のセットで、デザート（税別）。同市のポットで1

第三者とスタッフで対象者を募集する。3月20日に同社のホームページで発表する。給付する金額は社名の「ハ」にちなみ設定。奨学金の半額は、同社などで行くイベント参加費の一部や賛同企業からの寄付金を充てる。同社は奨学金制度を継続して実施し、寄付金などの募集が完了次第、2回目、3回目の募集を始める予定。同社は長らくは、同社の協賛イベントで「学したい」という学生たちをサポートし、同社のポットで1



応募を呼び掛ける滝口さん  
(左)、村尾代表 (同2人目)  
と宗像社長 (右から3人目)



創設

への

の

思

郡山の八光建設給付型奨学金

継続へ





見学！ アワードセレモニー

ラミール

兵庫・神戸

2018年10月





# アワードセレモニー時に動画をリリース！？







# 今月のドレスコード？ スターモチーフ！



# 社長＝篠木さん 専務＝相良さん

DOLCE & GABBANA





# オリジナルタイ？ スイコー社の場合！



# 社長＝増田純吾さん

A man with a beard, wearing a light blue striped shirt and a dark tie with green and blue geometric patterns, is holding a similar tie. A white name tag is pinned to the tie he is holding, which reads "JUNGO MASUDA" and "TOTTORI / PARIS / NEW YORK". He is also wearing a white wristband and a black bracelet with "LEGEND" written on it. In the background, there is a blue and white geometric pattern and a sign with the letters "SL".

## JUNGO SHIMADA



# STAY STRONG, OSAKA !





# STAY STRONG, OSAKA !



# STAY STRONG, OSAKA !



# STAY STRONG, OSAKA !





# 3

## 撲滅：ビジョンと矛盾

### CHAPTER 3/3

**ビジョン・ミッション・クレド・バリュー・・・**

**社是・社訓・行動指針・経営理念・・・**

**何だかわからなくなってきた**

**定義の勉強？**

**選択すべきは  
前進！**

**先は まだ長い！**



**ビジョン・ミッション・クレド・バリュー・・・**

**社是・社訓・行動指針・経営理念・・・**

**全部まとめて・・・**

- ✓ 大切にしている言葉
- ✓ うちの会社のDNA
- ✓ ○○社のカルチャー
- ✓ ○○社のフィロソフィー





**ビジョン・ミッション・クレド・バリュー・・・**

**社是・社訓・行動指針・経営理念・・・**

**定義よりも はるかに大事なのは？**

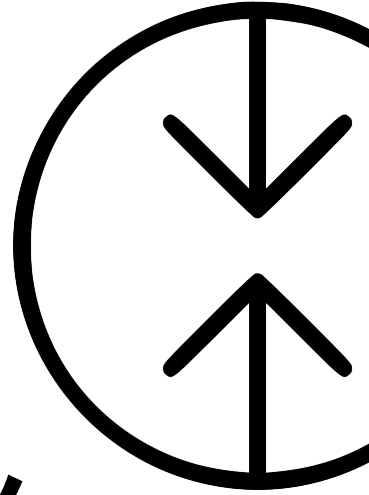
- ✓ **全員への浸透（含・協力会社）**
- ✓ **使いこなしていること**
- ✓ **それがブランドに  
貢献してること**



そこで提案したいのが・・・

## ビジョンに矛盾して委員会？

- ✓ 若手・女性・インターンでグループ
- ✓ 複数のグループをつくる
- ✓ 年配は経営陣に忖度するのでダメ



「うちの会社は〇〇って掲げているのに  
これって矛盾してませんか！？」

例？

エコ重視といっているのに  
社用車がエコじゃない





例？

エコ重視といっているのに  
社用車がエコじゃない

ゴミの分別が平均程度



**例？**

**エコ重視といっているのに  
社用車がエコじゃない**

**ゴミの分別が平均程度  
来客用のお茶が紙コップ**



例？

エコ重視といっているのに  
社用車がエコじゃない

ゴミの分別が平均程度  
来客用のお茶が紙コップ  
トイレを流すのに水！？





例？

「子供に未来を」といいつつ  
会社の前で多くが喫煙



例？

「子供に未来を」といいつつ  
会社の前で多くが喫煙

営業は結構オラオラ運転



例？

「子供に未来を」といいつつ  
会社の前で多くが喫煙

営業は結構オラオラ運転

出勤時には気にせずエロ記事

（だから社章は要らないのだ！）





例？

女性に喜ばれる会社

・・・といいながら

会議室に女性が皆無

いたとしても“お飾りの”

拳句の果てには・・・

「女性の意見もちよっと聞いてみようか」



例？

# 「進化」といいながら 昭和なお茶の出し方



# インターンを持て余し中？ ならば委員会を！





見方を変えれば「ブランディング」とは

**ビジョンに矛盾する点を  
撲滅する全体運動！**



**“個人のブランディング”でも  
それは同じこと**

**それが僕がいう・・・**

**「生き方」と「働き方」の一致**



ちょっとだけ やってみましょう！

**THINK & DISCUSS !**

**御社が掲げているテーマ**

(ビジョン・ミッション・クレド・理念)

**今そこにある矛盾は？**





# よりよい会社になるために やるべきことは2つ

**矛盾点の撲滅**  
**文言等の整理整頓**



これでお話は終わり・・・

**GOOD LUCK !**

**目指そう  
ビジョナリーカンパニー！**

**なろう  
ビジョナリーな人！**



そして今日のツツコミは・・・

# 社員たちの声

社員＝「うちにはビジョンがない」

社長＝「いや しょっちゅう示している！」

社員＝「うちのビジョンは普通過ぎ」

社長＝「無礼者！ 代々続くものだ！」

ビジョンを軸に 社員と社長の間にカベ！



ビジョン・ミッションの・・・

ブランディング的な  
アプローチとは！？



デザインの力も借りて なるべく可視化！

ビジョン＝

視界・見えること・想像・視力

**世界のディズニーランドへ  
行くのが趣味！？**

**最初のディズニーランドが  
完成したときには・・・**



**ウォルト・ディズニー夫人・・・**

**「主人には**

**これが見えていたんだと思います」**

**「視」に関わることだから**

**どんどん見せていきましょう！**





# ディズニーランドは世界どこでも・・・





# ディズニーランドは世界どこでも(2)・・・



# ビジョナリーのお手本として





**一方・・・「ミッション」**

**使命・使命感  
与えられた任務**

**社会からの任されごと  
業界からの任されごと**

**それを課している人は深い**

**それを背負ってる人は疲れ知らず**



**誰かから与えられるものじゃない！**

**自分で決めるもの！**

**あなたの社会からの任されごと？**



# 4

## お知らせ

## COMING UP EVENTS



**新サービス FROM 映像チーム**

# VISION TELEVISION

- ✓ 動画で日々のSNS発信したい会社多し
- ✓ でも 経営者の思うようにならない
- ✓ うちが代行して映画級の短い映像を
- ✓ やみくもではなく すべてビジョンがらみ
- ✓ 25本納品 → 御社はアップするだけ

# 含？

- ✓ ヘッダーデザイン・ロゴデザイン
- ✓ ジングル・音楽(著作権付)
- ✓ 撮影は1回のみなので手間いらず
- ✓ 採用戦略として絶対にアリ！



Facebook page for Ichi Television. The page features a cover photo of a person operating a professional video camera, with the text "山形・市村工務店の現場や自慢をスタッフがほぼ毎日動画でお届けします!" (Our staff deliver almost daily videos of the Onuma Construction site and their pride). The page name is "Ichi Television" and the profile picture shows a television set with the text "Ichi TELEVISION".

The page includes a navigation menu on the left with options like "ホーム" (Home), "投稿" (Post), "レビュー" (Review), and "広告を出す" (Post Ad). The main content area displays a post from "Ichi Television" dated April 19, 2018, with the text "Ichi Televisionさんがカバー写真を変更しました。" (Ichi Television changed the cover photo).

On the right side, there is a list of friends and a section titled "ページを友達にすめよう" (Recommend this page to friends), which lists several users with "招待" (Invite) buttons.

The browser window shows the URL "https://www.facebook.com/Ichi-Television-970744243100323/" and the Windows taskbar at the bottom displays various application icons and the system clock showing 13:38 on 2018/07/03.



**新サービス FROM ウェブチーム**

# フリラン用ブランディングHP

- ✓ ランディング型でスマホでサクサク
- ✓ 使命感やビジョンを全面に表現
- ✓ 社長個人のページするのも可



# 日本人を強くする？



# 成澤俊輔さん

世界一あかるい  
視覚障がい者

トークショー

第5～7弾@熊本

働きづらさ。

8/2

生きづらさ。

8/3

角度をズラして  
(笑)に変えよう！





もうひとつ ここ2カ月で起ち上げた・・・

カナリアアップ

香害に苦しむ人を  
何とかしたい



# カナリアの認知度アップ & 地位向上のために

**I CARE  
AND  
I SUPPORT**



**カナリアアップ**

香害への理解、日本にもっと

**support-canaria.com**

**CANARIA  
THAT'S  
WHAT I AM**



**カナリアアップ**

香害への理解、日本にもっと

**support-canaria.com**

# グッズづくり+広げるための資金をクラウドファンディング







**村尾隆介 未来予測講演  
兼バースディパーティ  
兼カナリアアップ・チャリティ**

**8月20日  
夜@TOKYO**





# 県南レジェンドランナース(1200名)



















































# これも ビジョンの力

第18回

第18回

2018年(平成30年)5月28日(月曜日)

連携企画の関係者と完走の喜びを分かち合う村尾さん(左から2人目)



## 岩手県南マラソン連携企画に参加 地域の魅力発信に一役

岩手県南部で開催される九つのマラソン大会を対象に、市民ランナーが完走数を競う連携企画「県南レジェンドランナース」が、本年度、岩手県などが行っている試みには本大会も加わっており、地域の魅力発信に役買っている。

シリーズ第3戦となった今大会、企画全般のプロデュサー村尾隆介さん(43)が、東京都で男子40歳代10位に記録し見事完走した。

「程よくアップダウンがあり、新緑の彩りがきれいなコース。絵画の中を走っているような気分」と笑顔で振り返った。

企画は8大会以上の完走者に「ゴッドランナー」の称号が与えられるほか、参加者には特製のバンドなど

## 陽光浴び1700人駆ける

第38回河北新報秋湖マラソンには、全国各地から1700人を誇るランナーが参加した。スタート時の気温が23度に達する汗ばむ陽気に、ランナーは苦戦しながらも力走。完走を果たすと喜びを分かち合った。

4月のポストン・マラソンで優勝したゲストランナー川内優輝選手(31)は「埼玉県」も一般男子ハーフマラソンでトップの走りを見せつけ、参加者や沿道の観客を魅了した。

5/28 河北

が贈られる。この日はゴール付近に参加者を募集するブースを設け、関係者が企画をPRした。

既に参加者は1000人を超え、反響は大きい。全大会完走を目指す村尾さんは「ランナーは横のつながりが強い。県外に魅力アピールすると同時に、県南の人たちが地域の魅力を再確認する機会にしたい」と意気込む。



台湾で一緒に走りましょう！（１）

田中さんを誘って！

11月9日

11月10日

11月11日

11月12日あたり・・・





台湾で一緒に走りましょう！（２）

謝謝枠で出場！？

12月7日

12月9日

12月10日

12月11日あたり・・・

そしてこれは・・・



そしてこれは・・・

# スタブラAWARD 2018

・・・のアクティビティも兼ねている！（台湾）

AWARD CEREMONY 12月6日（木）

AWARD後アクティビティ 12月7日（午前）

12月7日から台湾に向けて出発！

もしもフィットしなかったら・・・

# 香港で未来を感じる！（11月30日～12月4日）

FC  
観単







SECRET SEMINAR  
2018

AUG.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# IMAGE CHANGE TOUR

会社を変えたければ、まずは社長が変わる？  
覚悟の見せ方もリーダーシップ！  
中小企業の社長の魅せ方と見え方の話。

--- Dress Code ---

STYLE : SUMMER

FOR SUMMER SEASON

--- Schedule ---

08/07 FUKUOKA

08/09 OSAKA

08/21 TOKYO

08/22 IWATE

08/23 YAMAGATA



Starbrand®

星ブランド戦略



SECRET SEMINAR  
2018

FEB.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# PUBLIC RELATIONS TOUR

小さな会社がファンをつくるには？  
商品ではなく会社の魅力を伝える！  
中小企業ならではの広報部の作り方。

--- Dress Code ---

**COLOR : PINK**

FOR PINK SHIRTS DAY

--- Schedule ---

02/07 FUKUOKA

02/08 OSAKA

02/13 TOKYO

02/14 IWATE

02/15 YAMAGATA



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略



SECRET SEMINAR  
2018

APR.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# UNIQUE UNIFORM TOUR

脱・作業着！ 販売できるユニフォーム、  
商談が決まるユニフォームとは？  
中小企業がつくるべきユニフォームの話。

--- Dress Code ---

COLOR : BLUE

FOR EARTH DAY

--- Schedule ---

04/03 FUKUOKA

04/05 OSAKA

04/10 TOKYO

04/11 IWATE

04/12 YAMAGATA



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

SECRET SEMINAR

2018

JUN.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# INNOVATIVE EVENT TOUR

本当に営業部を解散するならば？  
イベント上手な会社であれば実現可能！  
中小企業のイベントは顧客を巻き込む！

--- Dress Code ---

COLOR : WHITE

FOR FATHER'S DAY

--- Schedule ---

06/05 FUKUOKA

06/07 OSAKA

06/12 TOKYO

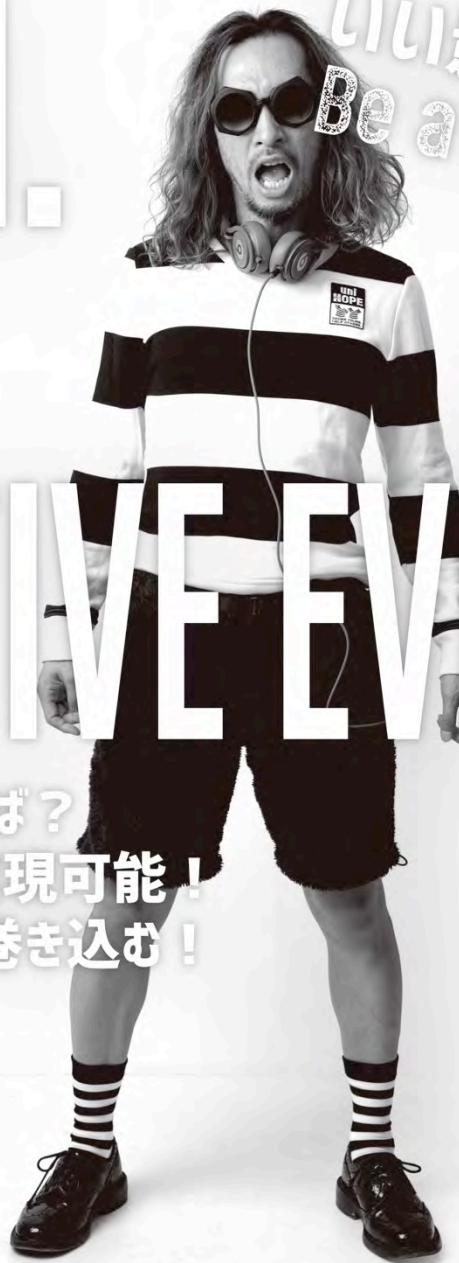
06/13 IWATE

06/14 YAMAGATA



Starbrand®

星のブランド



2018年**2**月は、「広報力」  
中小企業ならではの

2018年**4**月は、「ユニフォーム学」  
中小企業ならではの

2018年**6**月は、「イベント力」  
中小企業ならではの



いままでのシークレットセミナーの動画は、  
メンバー専用サイトで視聴できます。

(ダウンロードもできますので、DVDやUSBに保存して見ることも可能)





Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

FOR MEMBERS

● サイトTOP

● 会員トップへ

毎月20日に  
最新版UP!

## SECRET SEMINAR シークレットセミナー

SECRET SEMINAR  
2018 MAY

クリエイティブになるためには？  
クリエイティブなお話を用意しました！  
今の時代、要・ゼロからイチを生み出す力。

--- Schedule ---  
05/08 FUKUOKA  
05/10 OSAKA  
05/15 TOKYO  
05/16 IWATE  
05/17 YAMAGATA

--- Dress Code ---  
COLOR: RED  
FOR MOTHER'S DAY

Starbrand.

### 2018年5月のシークレットセミナー

#### CREATIVE MIND TOUR

クリエイティブになるためには？  
クリエイティブなお話を用意しました！  
今の時代、要・ゼロからイチを生み出す力。

|          |                               |
|----------|-------------------------------|
| FUKUOKA  | 5月08日 19:00 at アクロス福岡         |
| OSAKA    | 5月10日 19:00 at LINE-SCHOOL心斎橋 |
| TOKYO・1  | 5月15日 10:00 at シダックスカルチャーホール  |
| TOKYO・2  | 5月15日 19:00 at シダックスカルチャーホール  |
| MORIOKA  | 5月16日 19:00 at リリオ            |
| YAMAGATA | 5月17日 19:00 at 山形賛会議室         |

※DRESS CODE 【SOMETHING RED】 ～FOR MOTHER'S DAY～

▶ フォトギャラリーへ

SECRET SEMINAR  
2018 APR.

クリエイティブになるためには？  
クリエイティブなお話を用意しました！  
今の時代、要・ゼロからイチを生み出す力。

Starbrand.

### 2018年4月のシークレットセミナー

#### UNIQUE UNIFORM TOUR

脱・作業着！ 販売できるユニフォーム、

来月は、  
中小企業ならではの

# 「社長力」

についての話！

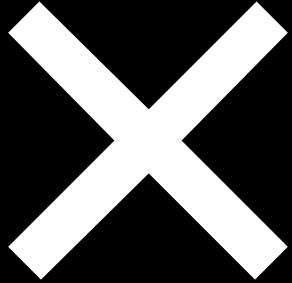
✓「覚悟」の見せ方

✓「ビジョンを達成しそうな人」に魅せる

II

※主に「社長力」の  
アウトプットに関する話

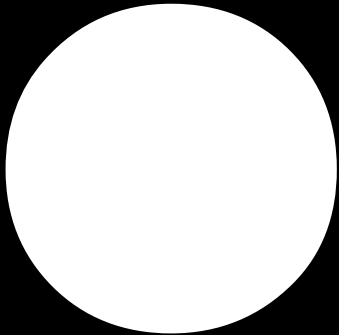




## 社長の「イメージチェンジ」?

・・・オシャレにすること

(ファッション、髪型、身だしなみ、マナー&立ち居振る舞い)  
イメコンやパーソナルスタイリストをつけても、ここまで。



## 社長の「イノベーション」!

・・・会社のビジョンに合わせた  
「魅せ方」をすること

(伝える力=外見力×プレゼン力×メディア発信力)

ここをトータルの的に変えていく必要がある。

外見力も、お洒落よりキャラ化を優先。



# 会社を変えるなら、 まずは社長が変わるべき...



「印刷会社」の社長から...



「ブランディングカンパニー」  
の社長へ...

次月予告  
PREVIEW

# 新しい事業や取り組みを 積極的にやりそうなのは？



次月予告  
PREVIEW



# アイデアあふれる面白い 会社を経営しているのは？



次月予告  
PREVIEW



# スタッフを納得させる いちばんの説得材料になる！



次月予告  
PREVIEW

大園幸、趣味のマジックを生かして突然ステージに登場。その後は壇上を歩き

# OMIYAGE

会場に来た人だけがもらえる・・・

「1歩」  
進めよう！ ▶

- 1)「買うモノではなく、買う場所を変えるショッピングリスト」
- 2)「宣材写真を撮るのに役立つポージング集データ」

「2歩」  
進めよう！ ▶

今月のみ、先行開催！（各会場5名まで）

次月予告  
PREVIEW

# OMIYAGE

今月に限り  
今日から、  
提供開始！

## 先行開催！「社長イノベ」

（各会場5名まで / 7～8月に実施）

＊テーマ決め相談会（2h）

＊コーディネートプラン

＊買物同行（半日）

＊宣材写真撮影ディレクション

通常**30万円**（コンサル1ヶ月分）

＊Sセミ後だと「**18万円**」

＊Sセミ前だと「**10万円**」

（しかも事例として登場）

次月予告  
PREVIEW



SECRET SEMINAR  
2018

AUG.

いい影響を与える人と会社に  
Be a big brother & sister!

# IMAGE CHANGE TOUR

会社を変えたければ、まずは社長が変わる？  
覚悟の見せ方もリーダーシップ！  
中小企業の社長の魅せ方と見え方の話。

--- Dress Code ---

STYLE : SUMMER

FOR SUMMER SEASON

--- Schedule ---

08/07 FUKUOKA

08/09 OSAKA

08/21 TOKYO

08/22 IWATE

08/23 YAMAGATA



Starbrand®

星ブランド戦略

AUG. 2018

次月予告  
PREVIEW

# IMAGE

会社を変えるなら、まずは社長が変わること。

# CHANGE

# TOUR





# 会社が変わるなら・・・



印刷会社の社長から・・・



ブランディングカンパニー  
の社長へ・・・

次月予告  
PREVIEW



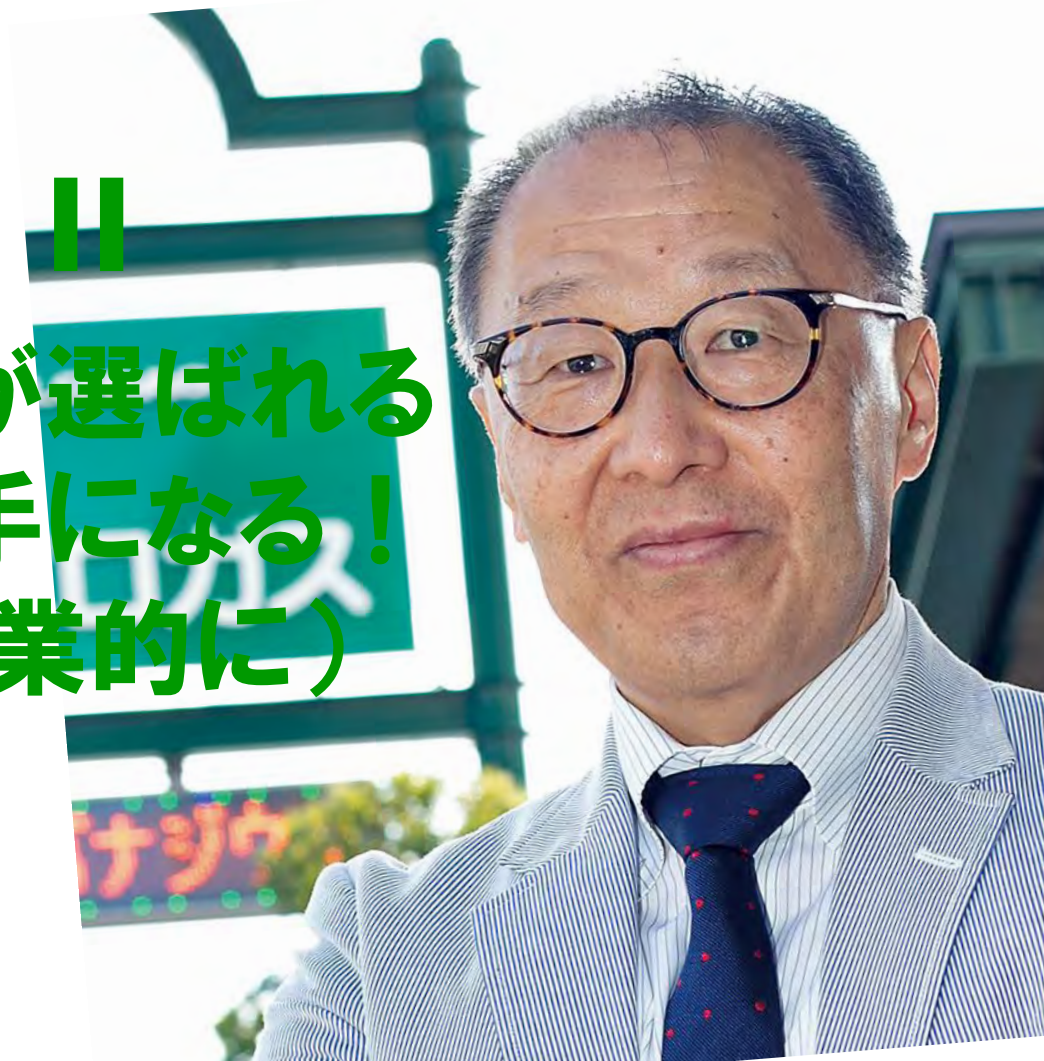
# 会社が変わるなら・・・



# 社長が変わると・・・？



II  
会社が選ばれる  
決め手になる！  
（営業的に）



次月予告  
PREVIEW

# 社長が変わると・・・？

II

会社が選ばれる  
決め手になる！  
（採用的に）



次月予告  
PREVIEW



# 社長が変わると・・・？

II

会社を変えることの  
スタッフへの一番の  
説得材料になる！

次月予告  
REVIEW

興き、趣味のマジックを生かして突然ステージに登場。その後は壇  
会社

# 社長が変わる？

II  
リーダーシップのアウトプット力  
(単なるお洒落化ではない)

次月予告  
PREVIEW

IMAGE  
CHANGE  
TOUR

# OMIYAGE

会場に来た人だけがもらえる・・・

「1歩」  
進めよう！

- 1)「買うモノではなく、買う場所を変えるショッピングリスト」
- 2)「宣材写真を撮るのに役立つポージング集データ」

「2歩」  
進めよう！

**限定開催！**（各会場5名まで・先着順）

「テーマ決め相談会2h & 買物同行 & 宣材写真撮影  
ディレクション」

次月予告  
PREVIEW



IMAGE  
CHANGE  
TOUR

# OMIYAGE

今月に限り  
今日から、  
提供開始！

**限定開催！**（各会場5名まで・先着順 / 7～8月に実施）

＊テーマ決め相談会（2h）

＊コーディネートプラン

＊買物同行（半日）

＊宣材写真撮影ディレクション

**通常30万円**（コンサル1ヶ月分）

＊Sセミ後だと「**18万円**」

＊Sセミ前だと「**10万円**」  
（しかも事例として登場）

次月予告  
PREVIEW