

CORPORATE

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

PLANNER

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

POP QUIZ

(ミニテスト)

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

This is a pen for the club member.

※ 先月のノベルティ（クラメン専用ペン）

Q1.

企業を象徴する色(基調色)を
「コーポレートカラー」という。

以下から選んでください。

(カンパニー/企業/コーポレート)

Q2.

そのコーポレートカラーに合った
「社風」になっているかが重要。

以下から選んでください。

（印刷物 / 社風 / ユニフォーム）

Q3.

コーポレートカラーには人を
惹きつける「ストーリー」が必要。

以下から選んでください。

（インパクト/オリジナル感/ストーリー）

Q4.

コーポレートカラーは印刷物だけでなく「空間」にも活かしたい。

以下から選んでください。

(WEB/ユニフォーム/空間)

Q5.

すぐに色を変えられない場合は
「柄」で独自性を出してもOK！

以下から選んでください。

（柄 / 社長のキャラ / 社員食堂）

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

答え合わせ

Q1.

企業を象徴する色(基調色)を
「**コーポレートカラー**」という。

以下から選んでください。

(**カンパニー / 企業 / コーポレート**)

Q2.

そのコーポレートカラーに合った
「社風」になっているかが重要。

以下から選んでください。

（印刷物 / 社風 / ユニフォーム）

Q3.

コーポレートカラーには人を
惹きつける「**ストーリー**」が必要。

以下から選んでください。

(**インパクト** / **オリジナル感** / **ストーリー**)

Q4.

コーポレートカラーは印刷物だけでなく「**空間**」にも活かしたい。

以下から選んでください。

(WEB/ユニフォーム/空間)

Q5.

すぐに色を変えられない場合は
「柄」で独自性を出してもOK!

以下から選んでください。

(柄 / 社長のキャラ / 社員食堂)

CORPORATE

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

PLANNER

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND



※ 今月のノベルティ(ネックストラップ)

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

この講座の
認定証
(※イメージ)



今月のテーマ

“世界観”

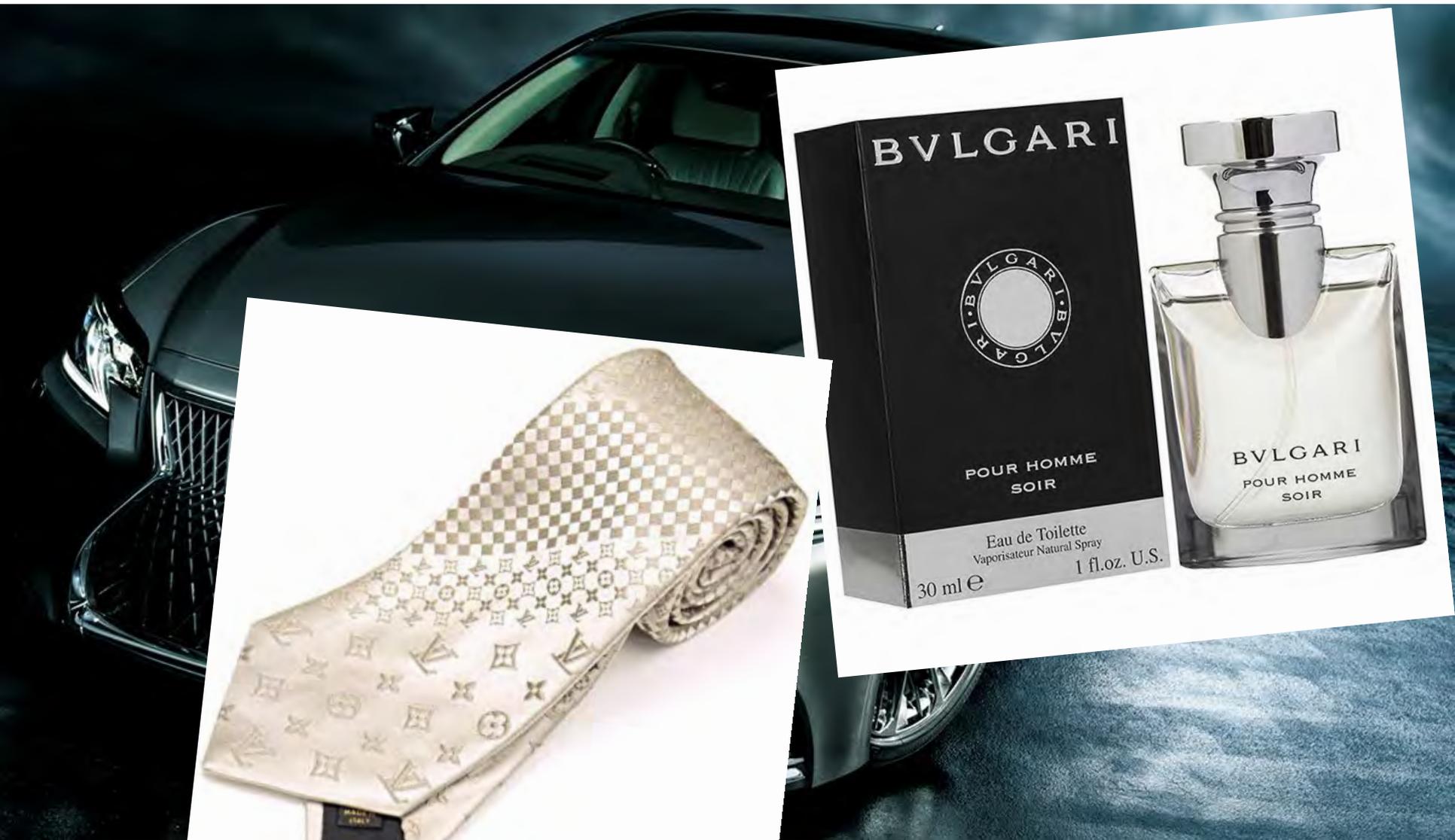


**今月のテーマはなかなか難しいので
ぜひ実例と一緒に見ていきましょう。**

非常に「カッコよく」やっている介護の会社



社長が「好きな感じ」で全てをまとめていた



総じて「夜の雰囲気」だった・・・

目立ってはいいたけど、

□ 介護業界らしくない

□ ありがたい姿と
一致していない

自分たちなりに
考えてやってきたが

「違う方向性」になってしまっていた・・・



THINK & DISCUSS !

「夜っぽい雰囲気」って
何がそう感じさせている？



「こうありたい」姿を洗い出したところ・・・

- チャレンジングな社風
- お客様さまに寄り添う姿勢
- 介護にふさわしい爽やかさ
- チーム力を重視
- ホテルのような
品格 & 優雅さ



この「会社の方向性」を見える化！

- チャレンジングな社風
- お客さまに寄り添う姿勢
- 介護にふさわしい爽やかさ
- チーム力を重視
- ホテルのような
品格 & 優雅さ



社長の趣味がヨットだったこともあり、
出てきたアイデアが「マリン風」



「マリン風」を世界観にする？

- クルーが協力して成り立つもの
- 海原に漕ぎ出すチャレンジングな姿勢
- ヨットマンの爽やかさ
- 上品なスポーツの雰囲気

しかも単なる「マリン風」ではなく、

『もしもラルフローレンが
介護施設を運営したら・・・』



ラルフローレンのイメージ（テイスト）



こんな世界観(& テイスト)を決めた！



マリンテイストなヨットイメージのLOGO



マリンテイストなヨットイメージのLOGO



ビジョンを反映したコーポレートメッセージ



アールケア

挑戦はまっ先に。サービスはまっすぐに。

基調色(コーポレートカラー)もブルーに！



基調柄は、3本ライン & 波のカーブ！



こうして色、柄の設定 & 統一をすべてに！



そして、差し色として「イエロー」

どう治すかよりも、どう生きるかを一緒に考える

幅広い私たちの介護サービス。
ちょっとのぞいてみてください。

www.rcare.jp

資料請求
見学希望
お問い合わせ
☎ 0863-73-5085

新卒者・転職希望者 >
採用専用ダイヤル
☎ 0863-73-9500

そして、差し色として「イエロー」



そして、差し色として「イエロー」



世界観を決める流れ・・・

1

会社として
向かいたい
「方向性」
を決めて

2

それを示す
世界観を
「マリン風」
と定めて

3

テイストや
「ルール」
決めたこと
によって

世界観を決める流れ・・・

2

それを示す
世界観を
「マリン風」
と定めて

3

テイストや
「ルール」を
決めたこと
によって

世界観を決める流れ・・・

3

テイストや
「ルール」を
決めたこと
によって

※ こうすることで、スタッフが迷わずに
ブランディングを続けることができた！

色々な備品を購入するのも迷わず・・・



ユニフォームの維持継続 & 追加も迷わず



同業他社がやっていない世界観によって

今まで以上に 目立つ存在に。

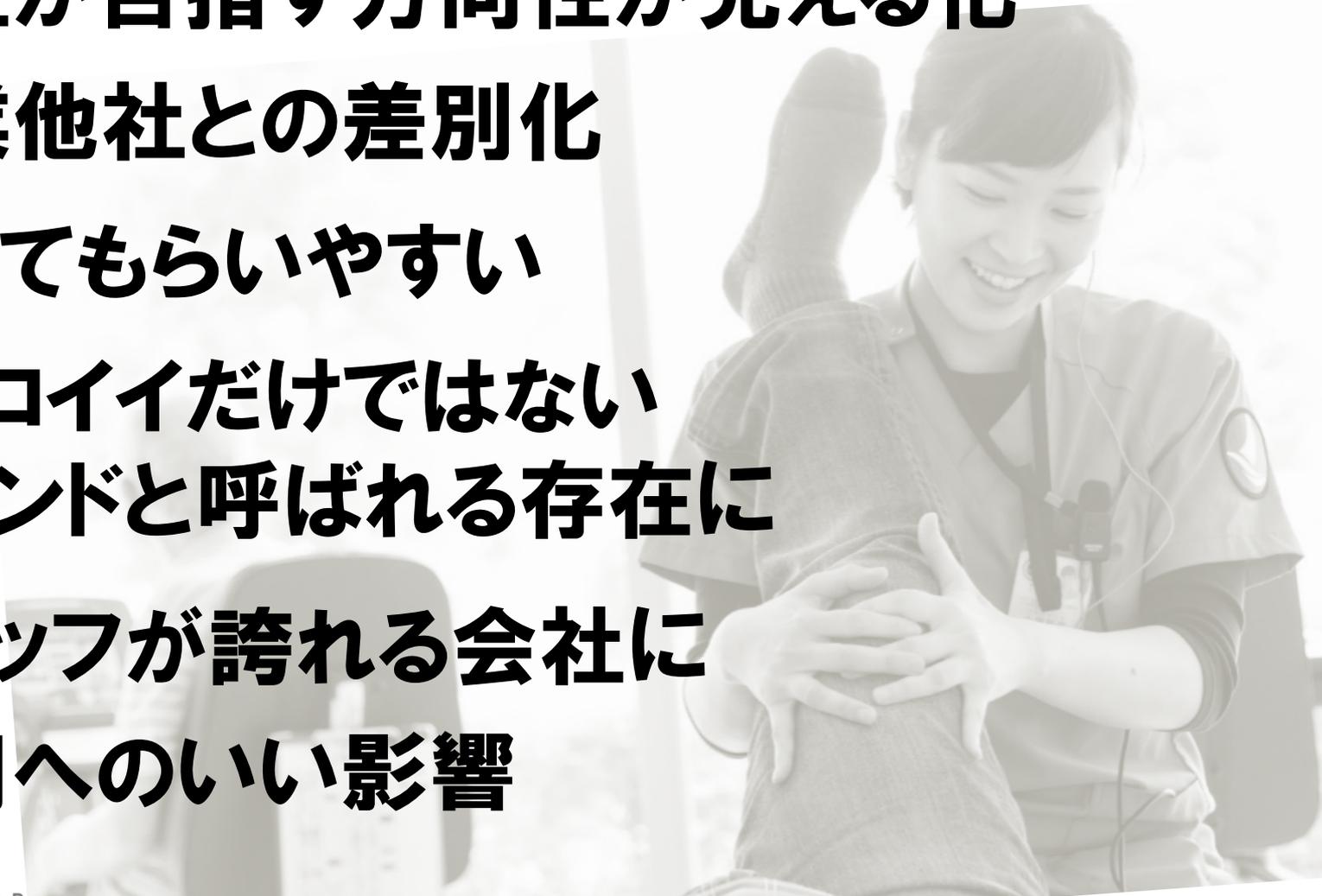
そして本来目指していた

- 介護にふさわしい
爽やかさも
- 他社にはない
品格や優雅さも手に入れた。



世界観を整えたことで手に入れたもの・・・

- 会社が目指す方向性が見える化
- 同業他社との差別化
- 覚えてもらいやすい
- カッコイイだけではない
ブランドと呼ばれる存在に
- スタッフが誇れる会社に
- 採用へのいい影響



CORPORATE

BRAND

PLANNER

もうひとつヒント！

世界観なしの「普通の会社」?



コストで選ぶ

実績・会社の規模で選ぶ



※必ず比較される
(相見積もり)

この会社も、元々は「普通の会社」・・・



「プロスポーツチーム風」という方向性を！



まずは、いちばん目立つユニフォームを・・・



もちろん、社長も合わせて「監督化」・・・



トラックも、順次フルラッピング...



ちなみに、名刺の「BEFORE」・・・



名刺や封筒など印刷物もすべて…



名刺や封筒など印刷物もすべて…

私たちは、沈下修正を通じて、暮らしやすい社会づくりに貢献していきます。



ニッポン上げろ!

〒213-0012 神奈川県川崎市高津区坂戸3-2-1KSP 東棟 611 アップコン株式会社
Tel. 044-820-8120 Fax. 044-820-8121 E-mail info@upcon.co.jp @ www.upcon.co.jp



アップコン

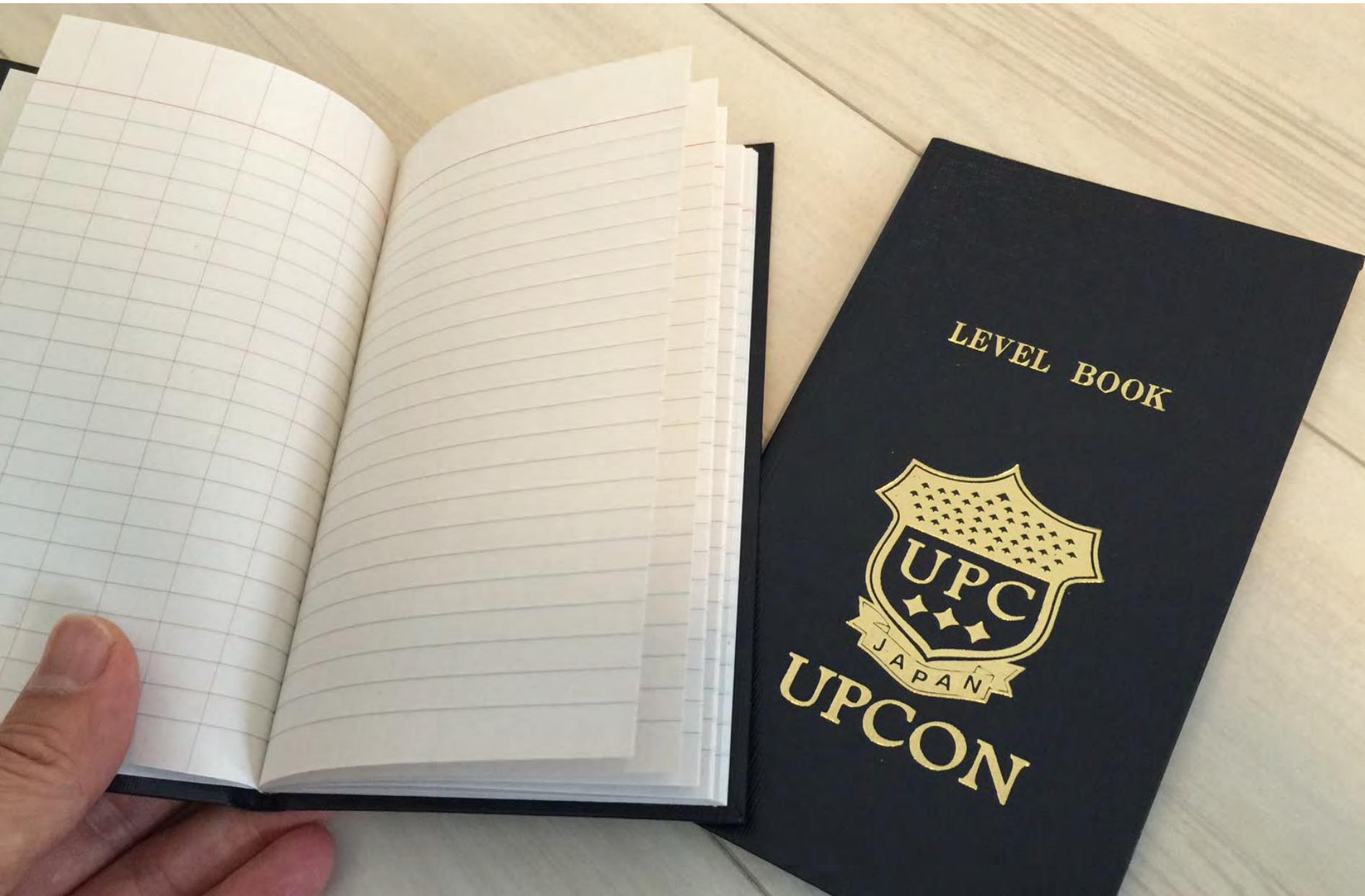


アップコン

名刺や封筒など印刷物もすべて・・・



名刺や封筒など印刷物もすべて・・・



社内「制度 & 働き方」も！（完全禁煙化へ）



社内「制度 & 働き方」も！（スポーツ推奨）



社内「イベント&演出」も！（色・柄の統一）



世界観を決めて、徹底的に統一したら・・・



- ファーストコール
カンパニー化
(NOT相見積もり)
- 採用応募数
ケタ違い
(新卒、中途ともに)
- メディア登場回数
ケタ違い
(テレビ、新聞、雑誌)

会社の「方向性」が、分かりやすくなった！



THINK & DISCUSS !

みなさんの会社が目指す
「方向性」って
スタッフ全員知っている??



MATOME

企業ブランドにおける

世界観とは？

会社の「方向性」が反映された

職場（オフィス＆働き方やルール）

+

ビジュアルアイデンティティ

（色・柄を統一した印刷物やロゴ）



MATOME

世界観づくりは、 ブランドづくりに重要

※ブランドづくり = ファンづくり

すなわち…

「世界観づくり」
=ファンを生む！



otte Minahare

CORPORATE

BRAND

世界観を打ち出した
カレー専門店

PLANNER

@TOKYO

キャンプ風のカレー専門店？

camp curry



@TOKYO

キャンプ風のカレー専門店？

camp curry



@TOKYO

キャンプ風のカレー専門店？

camp curry



@TOKYO

キャンプ風のカレー専門店？





この近くだと「エキュート品川」!

野菜を食べるカレーcamp express エキュート品川サウス店



☎ 03-5421-8036
📍 地図

ICカード



- 住所** 東京都港区高輪3-26-27
- アクセス** JR品川駅 (中央改札内) エキュート品川サウス内
- 席数** 20席
- 営業時間** (月~土) 7:00~23:00
(日祝) 8:00~22:00
- 定休日** エキュート営業時間に準ずる
※年末年始等は定休日・営業時間が異なる場合がございます。

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

B R E A K



CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

CASE STUDY

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

INFORMATION



“企業ブランド・プランナー”資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

--- Schedule ---

--- Dress Code ---

--- Theme ---

**MAY
2019**

- 5 / 7 FUKUOKA
- 5 / 9 OSAKA
- 5 / 14 TOKYO
- 5 / 15 IWATE
- 5 / 16 YAMAGATA

RED

Mother's day



UNIFORM

①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

#01コーポレートメッセージ

#02クレド

#03コーポレートカラー

#04世界観

#05ユニフォーム

#06会議力

#07写真力

#08職場環境

#09名刺

#10ノベルティ

#11接客

#12プレスリリース



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

欠席したら？

欠席した回は「映像受講」が可能です



Starbrand®

小さな夢色のブランド戦略

FOR MEMBERS

サイトTOPへ戻る

会員トップへ

Starbrand

FOR MEMBERS



STARBRAND CLUB



SECRET SEMINAR シークレットセミナー

DAY 2018/12



STARBRAND OF THE YEAR 2018

今年は満を持して東京でのアワード開催！
東京湾クルーズを楽しみながら、2018年キラリと輝く活躍をした会社や個人を称えます。
ドレスアップしてお越しください！

TOKYO BAY 12月06日 19:00 at お台場パレットタウン桟橋 (パレットタウン乗船場)
DINNER
CRUISE

DRESS CODE : 【BLACK TIE】

PDFダウンロード

欠席したときの手順

手順1:メンバーサイトへログイン

手順2:メンバーサイトで 映像受講

手順3:POP QUIZをダウンロード

手順4:POP QUIZに回答 & 採点

※次回講座までに済ませておいてください
(次回 会場でスタンプを押印)



忘れずに、受講票に★スタンプを！

(1)
名前を記入
アルファベットで

(2)
社名を記入
アルファベットで

(3)
次回から
会場入り口で



企業ブランド・プランナー資格取得講座

YOUR NAME	COMPANY NAME	
	FEB.	MAR.
POP QUIZ SCORE	POP QUIZ SCORE	POP QUIZ SCORE
APR.	MAY	JUN.
POP QUIZ SCORE		

CORPORATE

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY...



Starbrand®

小さな会社のブランド戦略

PLANNER

OMAKE

#1

「健康志向」をウリにするとき
多くのお店はオーガニック感や
西海岸スタイルを打ち出す・・・

CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE



FIELDER'S
CHOICES
SINCE 2015



CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE



CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE

880	478KCAL
780	219KCAL
680	370KCAL
780	353KCAL
1100	673KCAL
900	502KCAL
1270	...

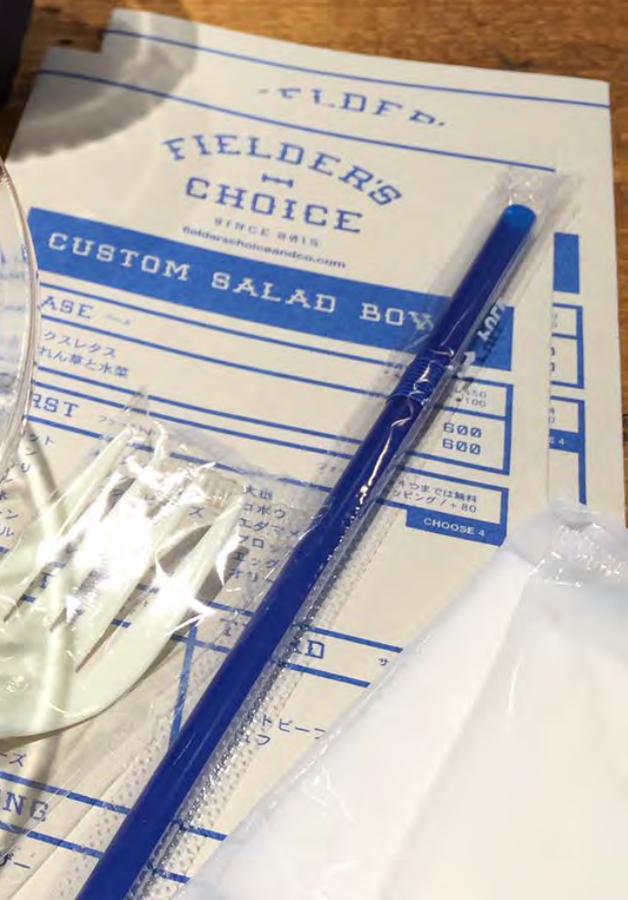
B
S
O



CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE



BASE	Price
クスレックス	100
りん華と水菜	600
...	800

CHOOSE 4

CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

ELDER'S CHOICE

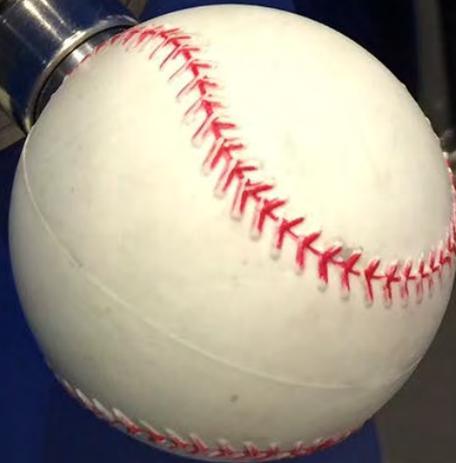
LOCKER
ROOM
STAFF ONLY

RESTROOM
MEN
WOMEN
GENDER NEUTRAL

CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE



CASE #1

サラダ屋なのにメジャーリーグ風？

FIELDER'S CHOICE



この「らしさ」で出来ること。

2. 「らしさ」で見つかりやすく。

(際立つ、メディア)



WORKSHOP

APRIL 2019 | TOKYO & MORIOKA



TOPIC OF APRIL

世界觀

THIS NEEDS
TO BE
REPHRASED
BY YOURSELF

世界觀 =

YOUR COMPANY' S

- ✓ STYLE
- ✓ TASTE
- ✓ THEME
- ✓ PERSONALITY
- ✓ TOTAL
DESIGN
- ✓ VISUALIZING
OF VISION

VISION & AIM...

“WANNA BE GLOBAL”

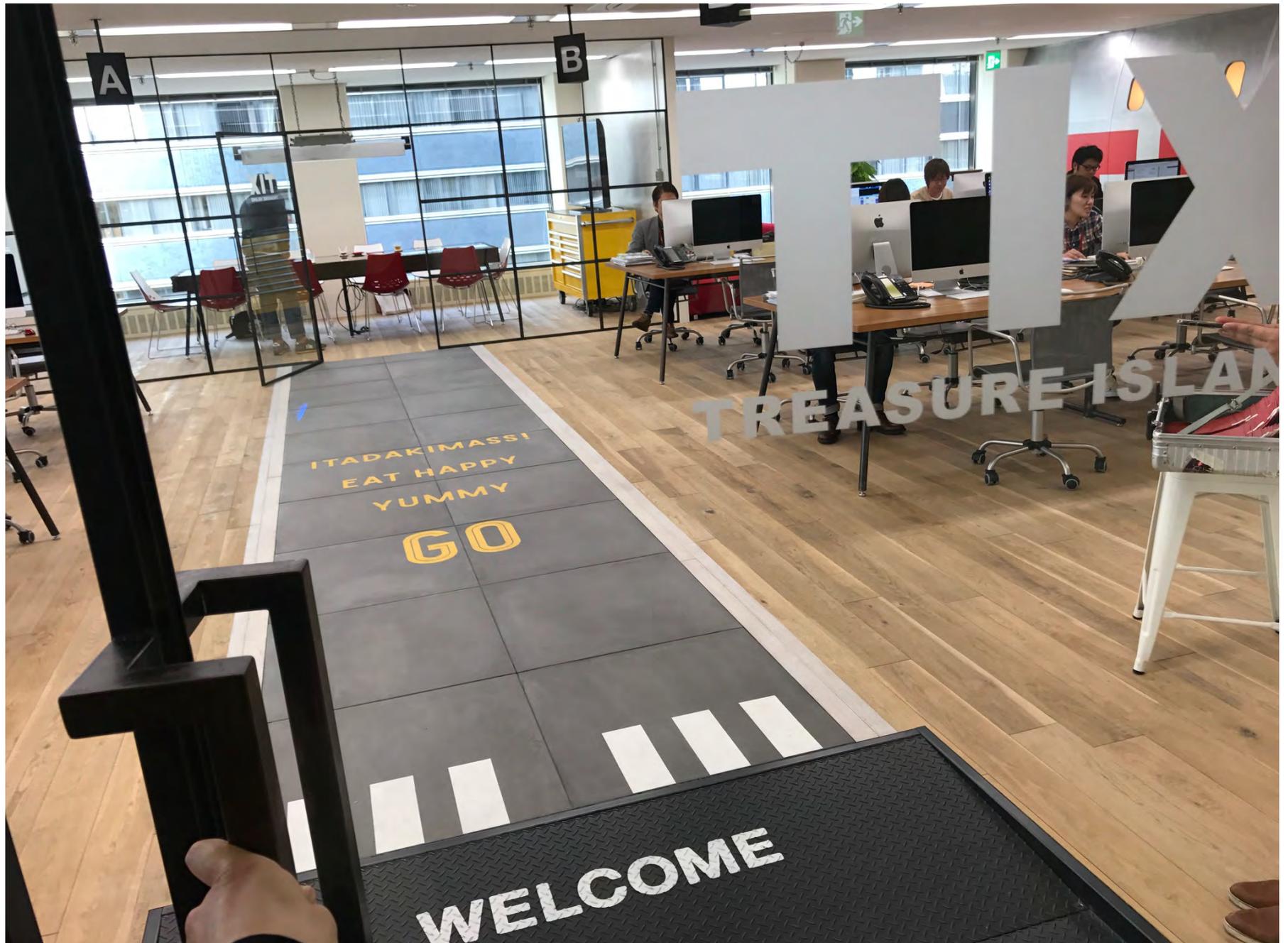
















SYDNEY

HONG KONG

OSAKA

LOS ANGELES

NEW YORK















Bear Mr. Jiro Nagase and friends of TI.

TI (The Institute of Innovation) 創立90周年を記念して、
「熊の先生」様へお祝い申し上げます。

熊が活躍されているのを見て、
「熊の先生」様へお祝い申し上げます。



Ryusuke Murao
RYUSUKE MURAO







DEPARTURES

	GATE	FLIGHT
TREASURE ISLAND	02	FEB22
AMENBODO	05	NOV22
YOROSUTO	11	APR01
KENKŌ	11	NOV11
BANYAN TREE	15	JUL29

TIX
GATE FLIGHT







TIX TREASURE ISLAND



VISION & AIM...

“WANNA WORK FREELY”





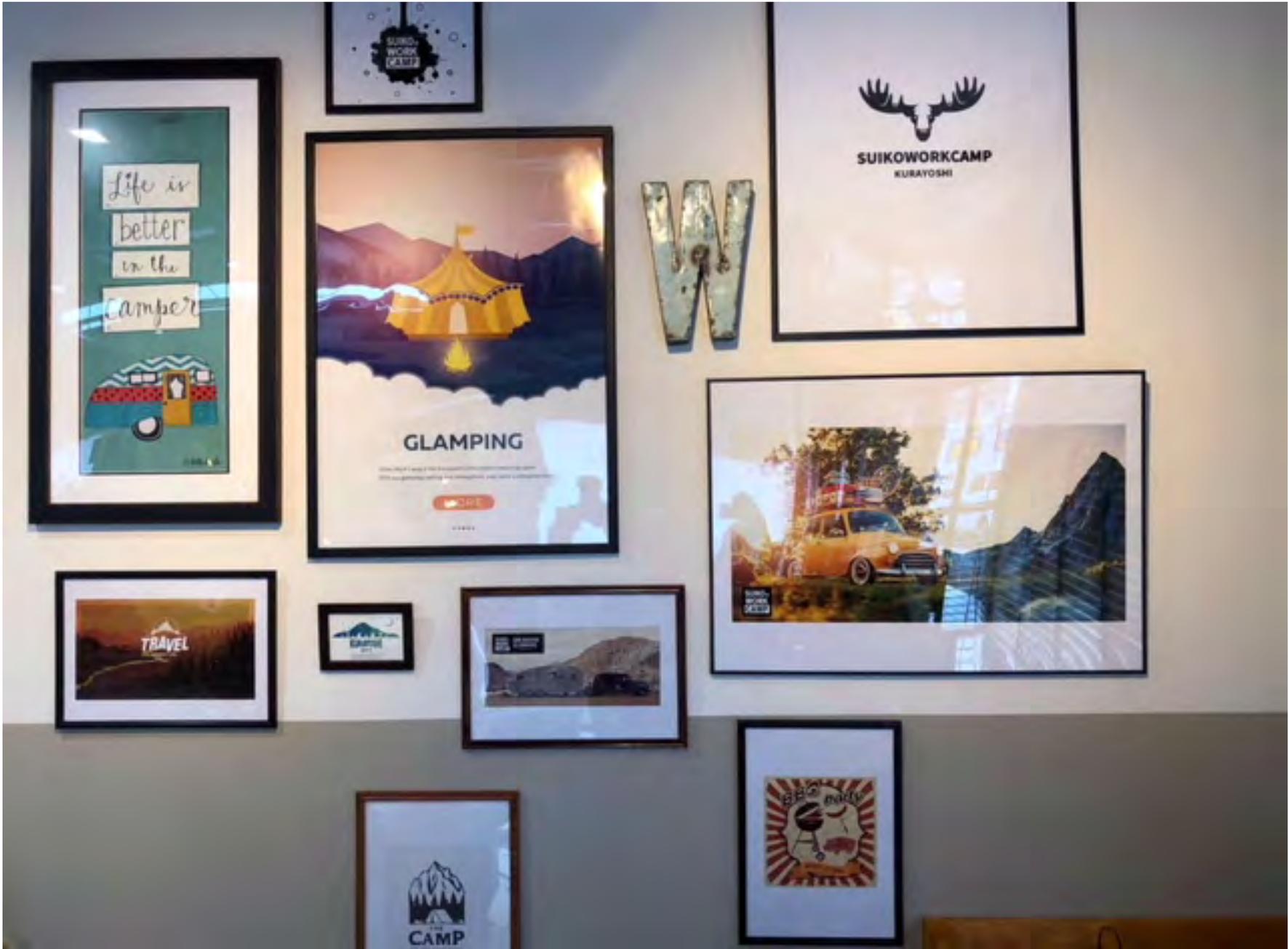








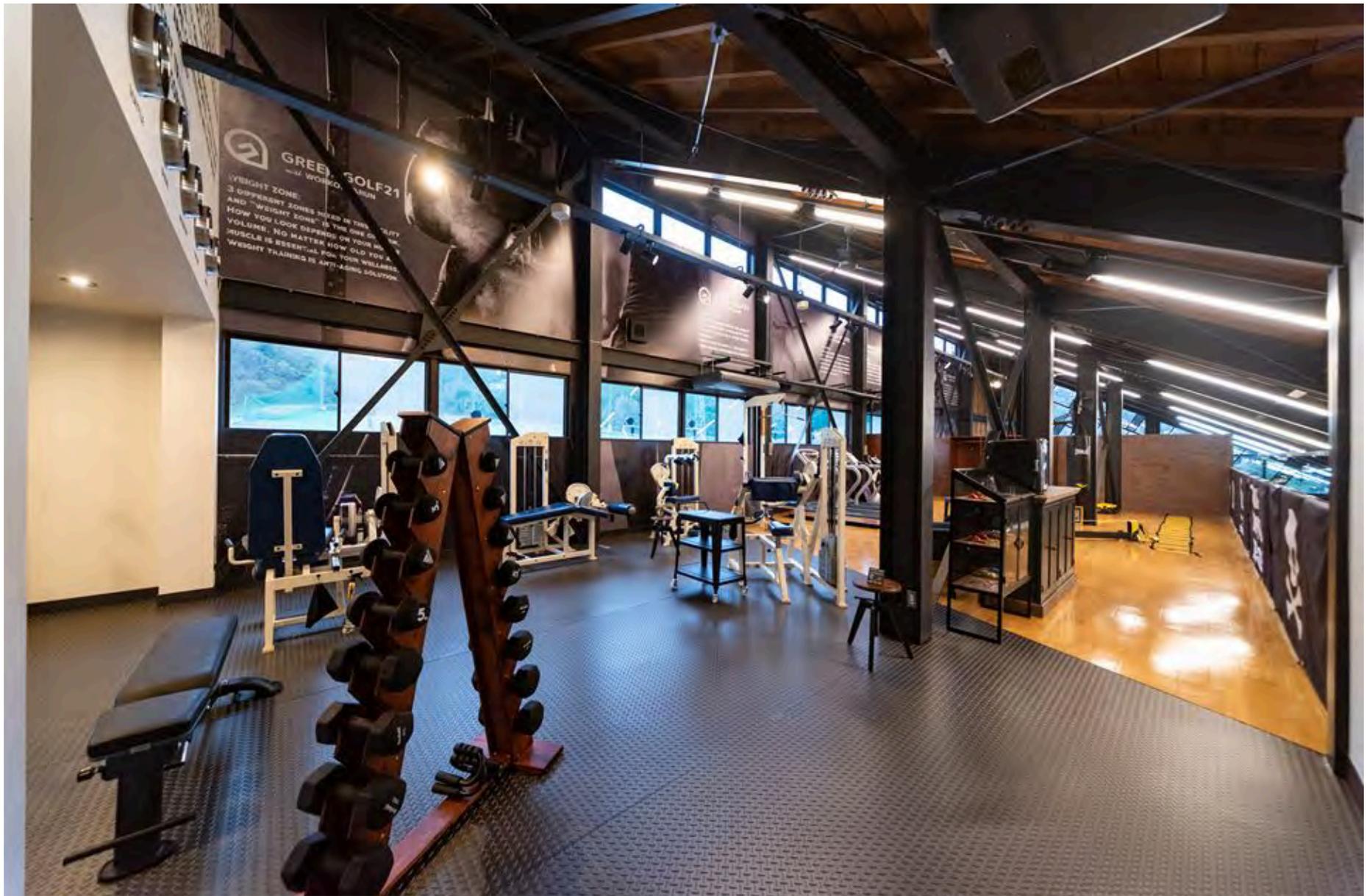




SHOW & TELL...

**“BROOKLYN STYLE IS
ANTI-AGING”**





2 GREEN GOLF21
and WOMEN'S GYM

WEIGHT ZONE:
3 DIFFERENT ZONES MEAN 3 DIFFERENT "GOLF"
AND "WEIGHT ZONE" IS THE ONE ON
HOW YOU LOOK DEPENDS ON YOUR
VOLUME, NO MATTER HOW OLD YOU
MUSCLE IS ESSENTIAL FOR YOUR WELLNESS.
WEIGHT TRAINING IS ANTI-AGING SOLUTION.



NICE CORE AND FOR SECRET TRAINING MORE CORE



SEATTLE



DUBAI



BROOKLYN



TOTTORI



PARIS

GOLFERS THIS HIDDEN
AIM TO BE AND HIDDEN
KNOWN BY MORE ALL
FOR SECRET TRAINING MORE CORE
THE OF TRAINING TO
KEY TRAINING TO
MUSCLE
MOVE A SECRET
GOLFING BOTH
SAID THE PRODUCER
HER IS MADE FOR RUNNERS
SPORTS LOVERS WHO
PETITIVE WITHOUT BEING



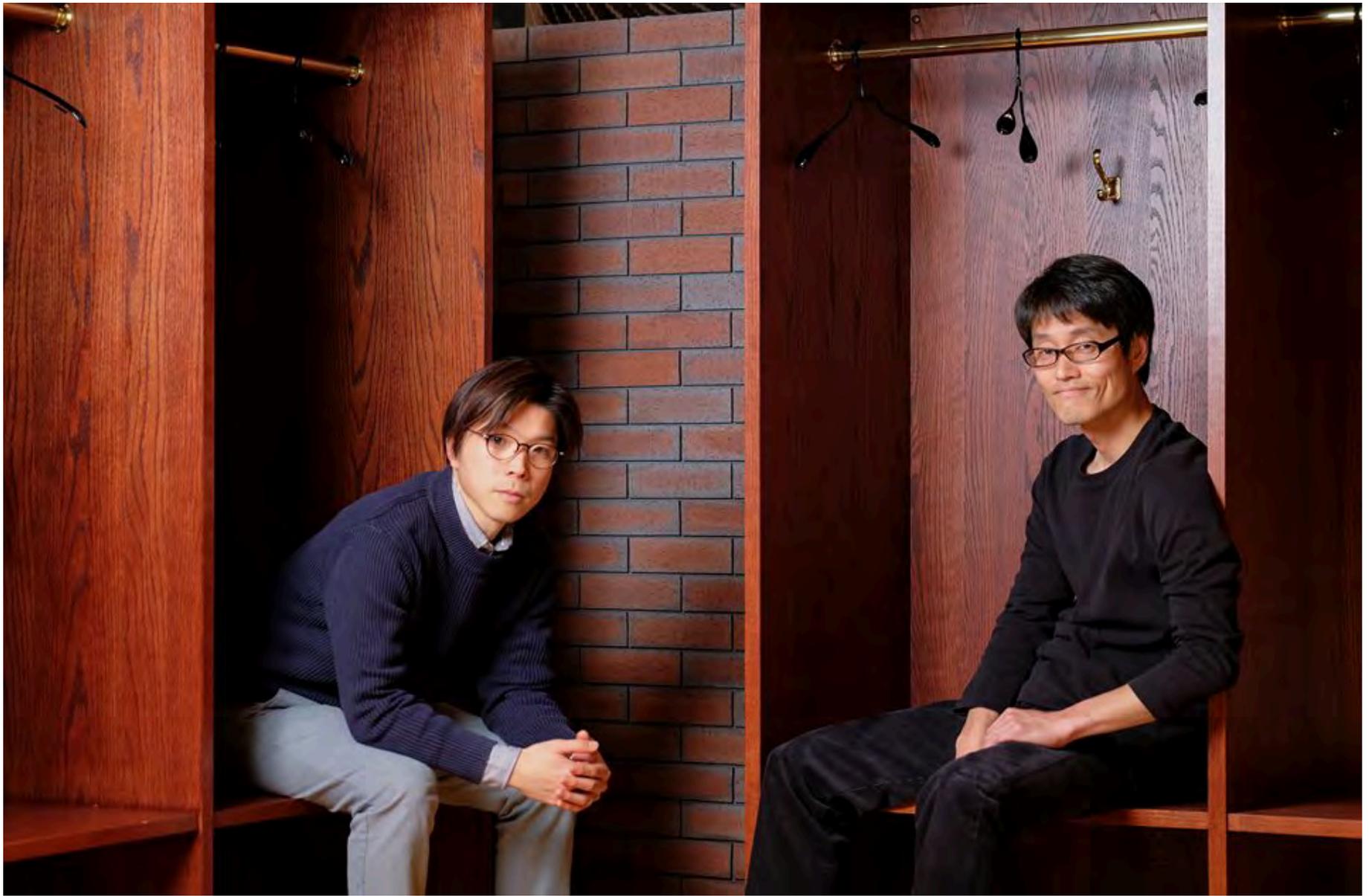
GR
with

WEIGHT ZONE
3 DIFFERENT ZONE
AND "WEIGHT"
HOW YOU LOOK
VOLUME. NO
MUSCLE IS ES
WEIGHT TRA





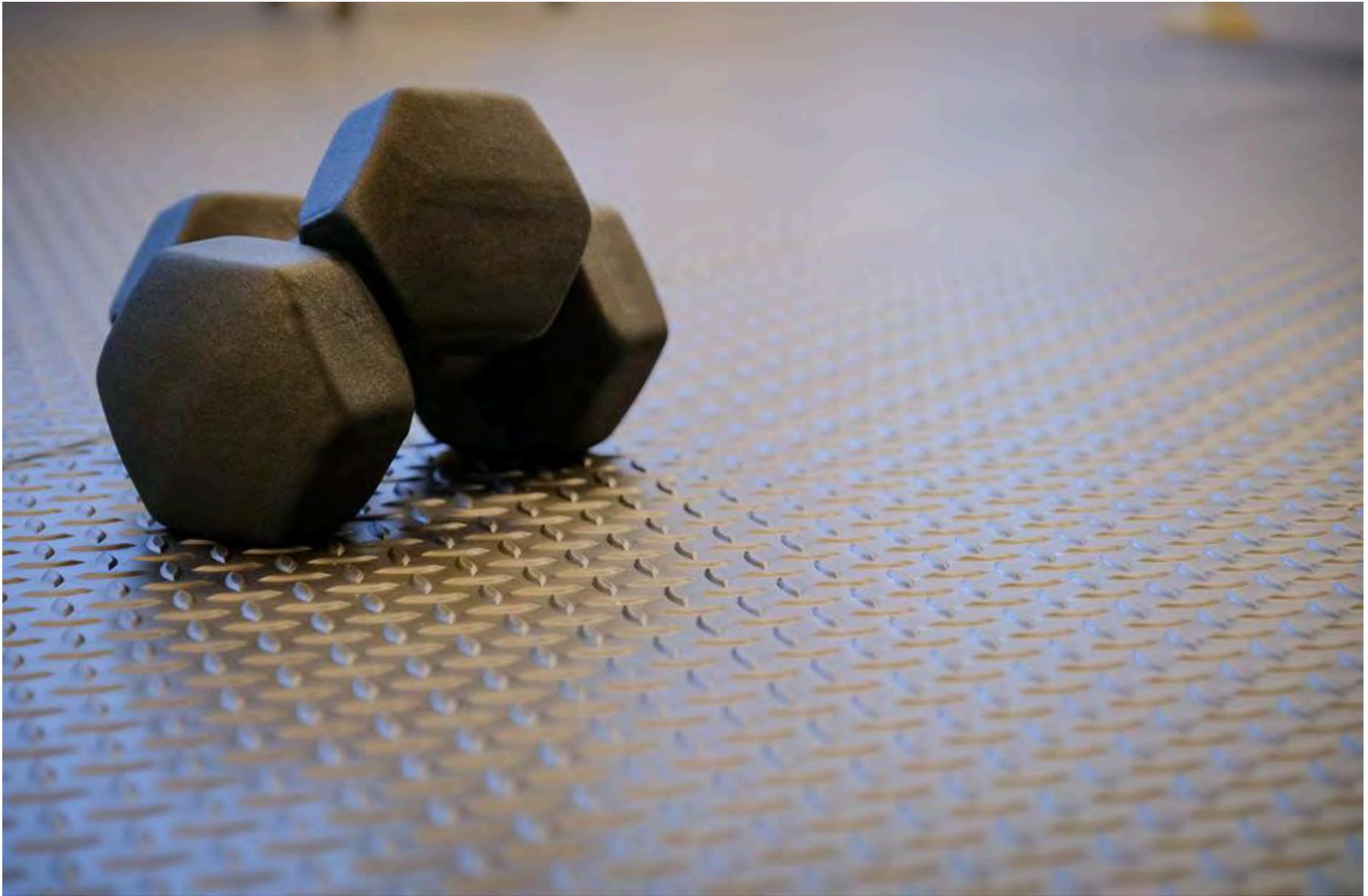






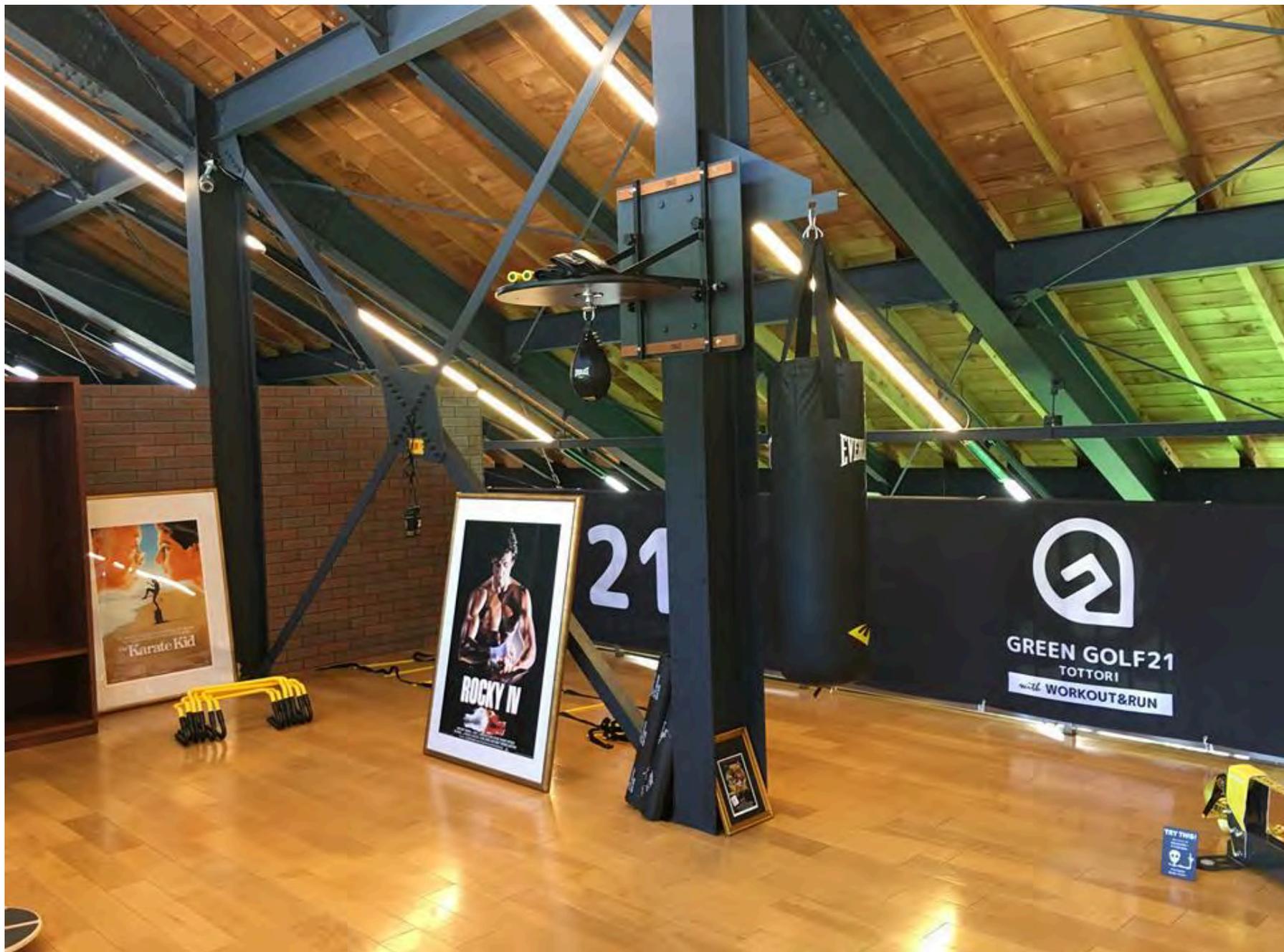












WANNA AVOID...

“PRICE COMPETITION”



UNIFORM IS THE TOPIC OF MAY



Public House **HOSANNA** Public House

GOOD ALE
TOMORROW FOR NOTHING

GUINNESS

HOSANNA

FINE
ALE

Coffee
Tea
Other Drink

BEER
and
FOOD

IC
USE

HOSANNA

GREAT
BRITISH
FOOD

Coke

C

S

M

W

GUINNESS
DRAUGHT

NA3F

9:00

SPACE DESIGN

+

PAPER DESIGN

= VISUAL IDENTITY

= BRANDING

(求・統一感)



TIX

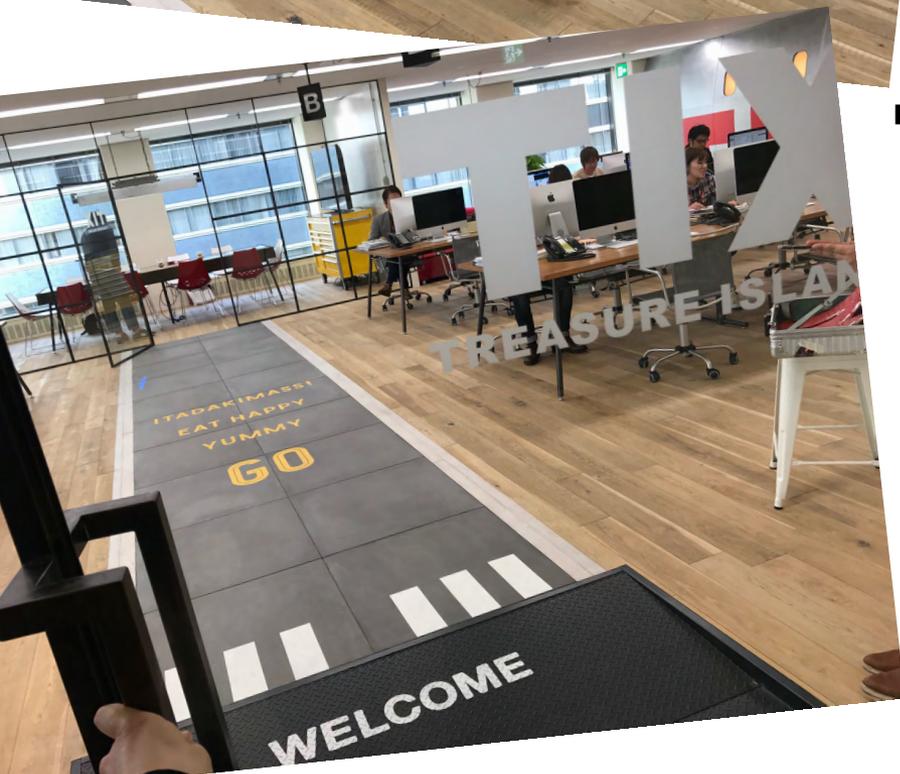
OSAKA KOKUSAI BLD.10F, 2-3-13, AZUCHIMACHI, CHUO-KU, OSAKA, 541-0052 JAPAN
phone +81 6 6267 8000 facsimile +81 6 6267 8800



816512 134185180021







IN THIS MONTH...

STUDYING 世界觀

FOCUSING ON

SPACE DESIGN

WHY ?



WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ①

CAN PUT
HIGHER PRICE
(BtoC SERVICE)

PEOPLE PAY
FOR SPACE



THE FUTURE OF THE STARBUCKS



THE FUTURE OF THE STARBUCKS

Starbucks: An Illustrated ~~History~~ Future



1971



1987



1992



2011

WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ②



800,000円

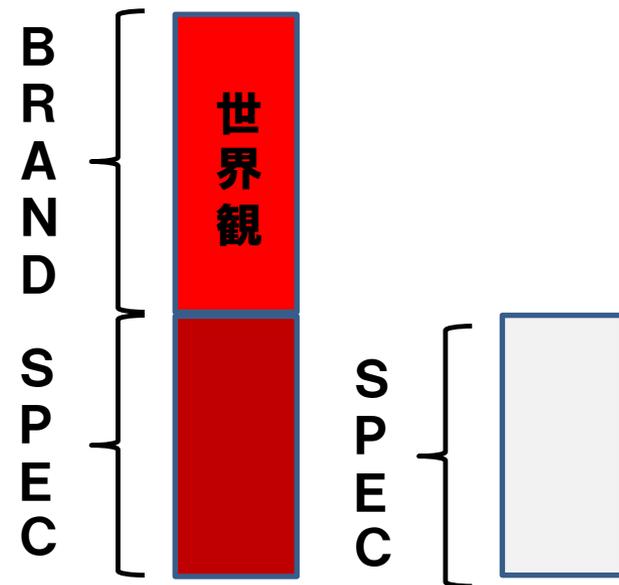
CAN PUT HIGHER PRICE

(BtoC BtoB)
(GOODS & SERVICES)



25,000,000円

HOW MUCH CAN YOU CHARGE PREMIUM?



WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ③

EASIER TO HIRE EMPLOYEES

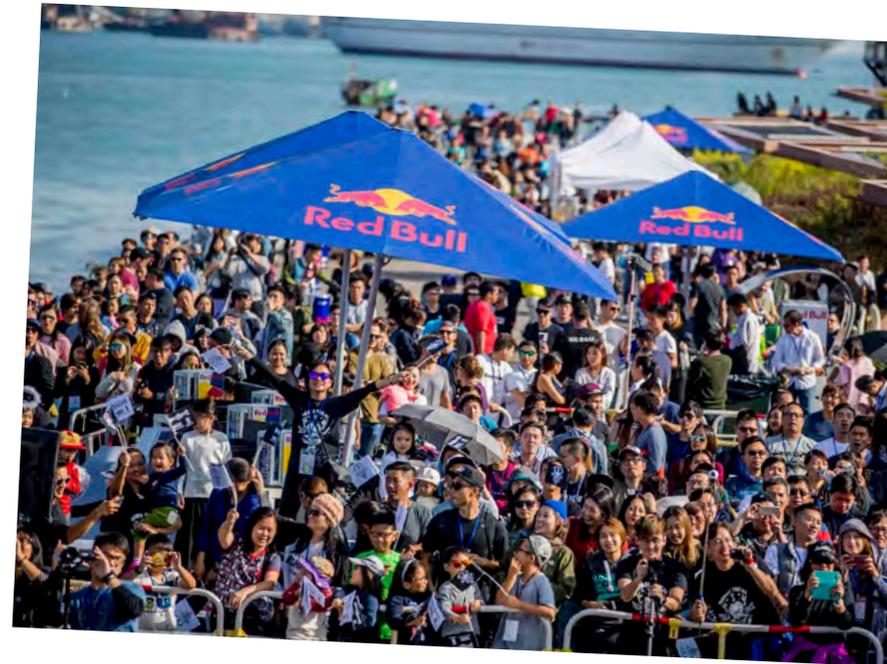
BETTER- WORKPLACE IS BETTER



WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ④

CAN CREATE COMMUNITY

STYLE OR TASTE CONNECT PEOPLE FAN. NOT CUSTOMER



WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ⑤

MEDIA
EXPOSURE
BUZZ POWER
NO STYLE
NO FUN



WHY SPACE DESIGN IMPORTANT? ⑥

ENERGIZING INDUSTRY OR AREA

COPYCAT WELCOME

LEADS TO INNOVATION



ABILITY FOR 世界觀 CREATION?

INTERIOR

BETTER IF YOU LIKE

DECORATION



THINK & DISCUSS !

**TELL YOUR INTERIOR.
YOUR PERSONAL HOME ?
YOUR OWN ROOM ?**

TASTE.

STYLE.

COLORED IN

.



AT LEAST YOU MIGHT WANNA... COLOR COORDINATION







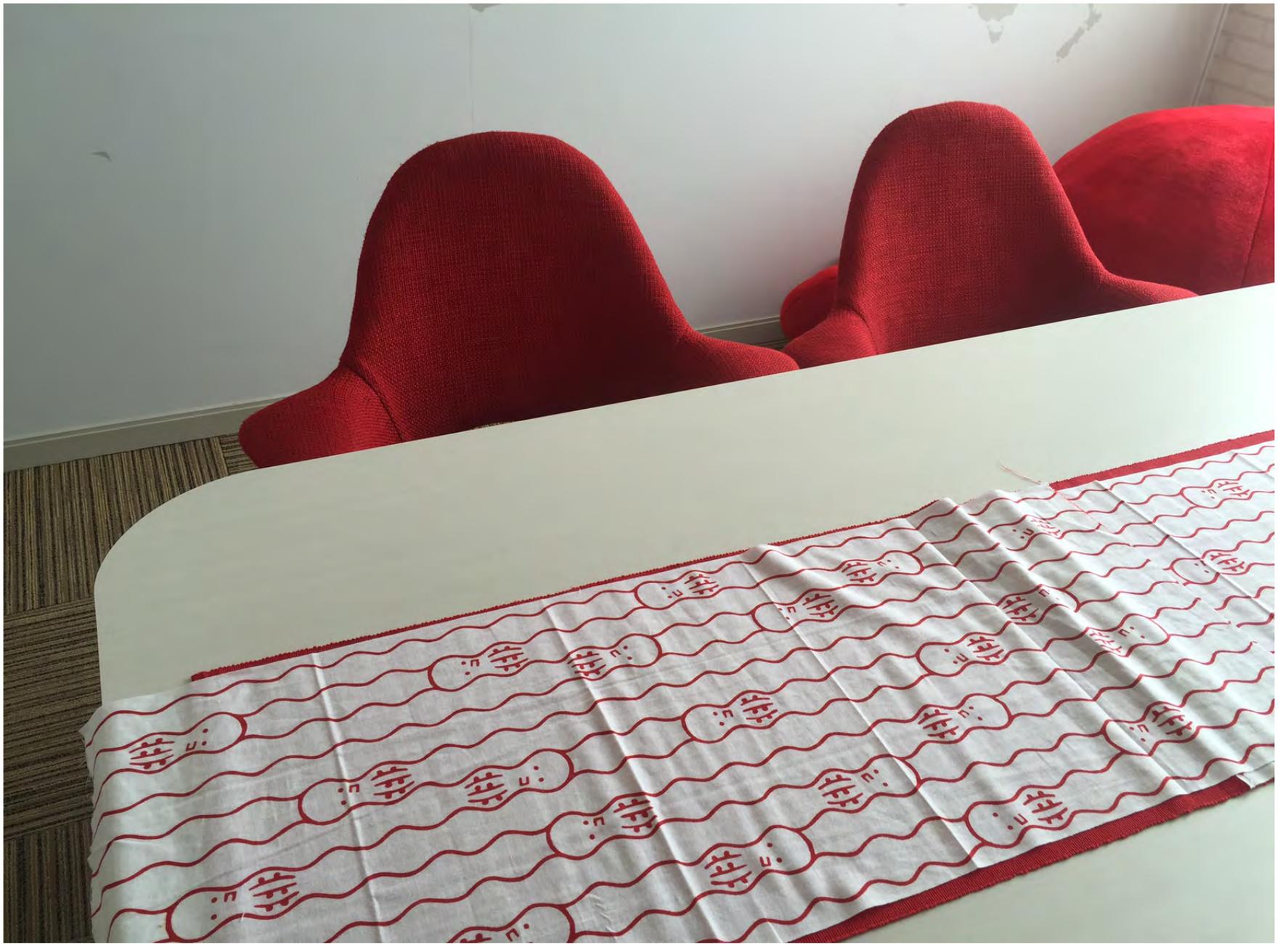




小樽東七商店

● 那珂漢運送 263-3633	● 吉田石油 263-5777
● 那珂漢運送 262-3126	● 原屋自宅 263-7334
● 江口商店 265-8199	● 原屋団地 263-7515
● 丸勝運輸 269-6171	● 原屋団地上 263-7516
● ヤマカ物流 267-5121	● 菅谷商店 262-4069
● 金自宅 262-4148	● オケマン 263-6971
● 社長自宅 264-2727	● 東宝食品 251-1464
● 田崎電	● 新日興 263-4872
支 090-961-315	● 石川工業 阿部 090-8814-7830
支 090-064-1348	石川 090-8725-3265











SPACE + PAPER + UNIFORM

















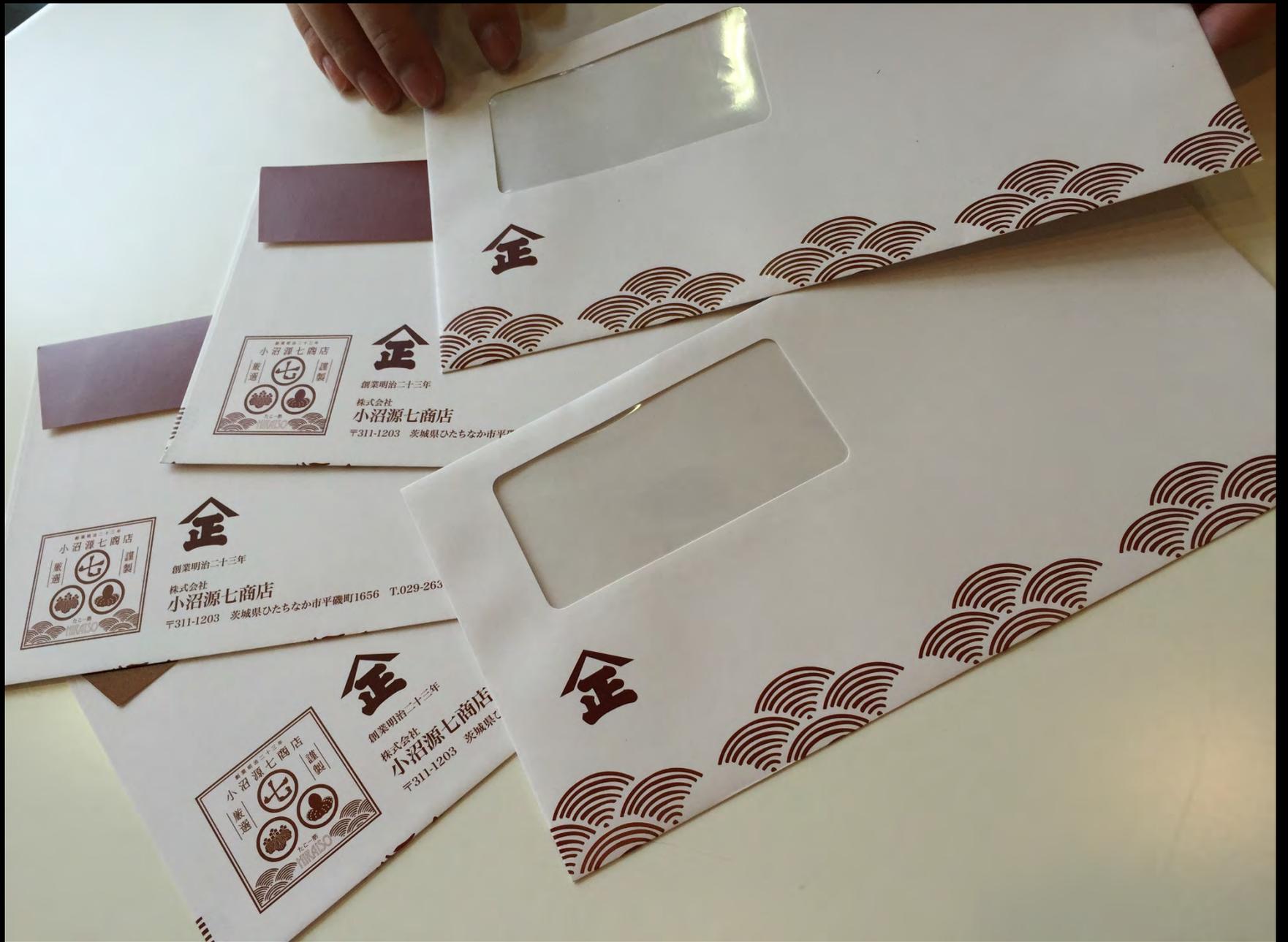












タコの魅力を、もっと伝えたい。

金

創業明治二十三年

株式会社

小沼源七商店

011-1203

茨城県ひたちなか市平磯町165

創業明治二十三年
小沼源七商店
謹製
七

タコの魅力をもっと伝えたい。

魅力をもっと伝えたい。

魅力をもっと伝えたい。

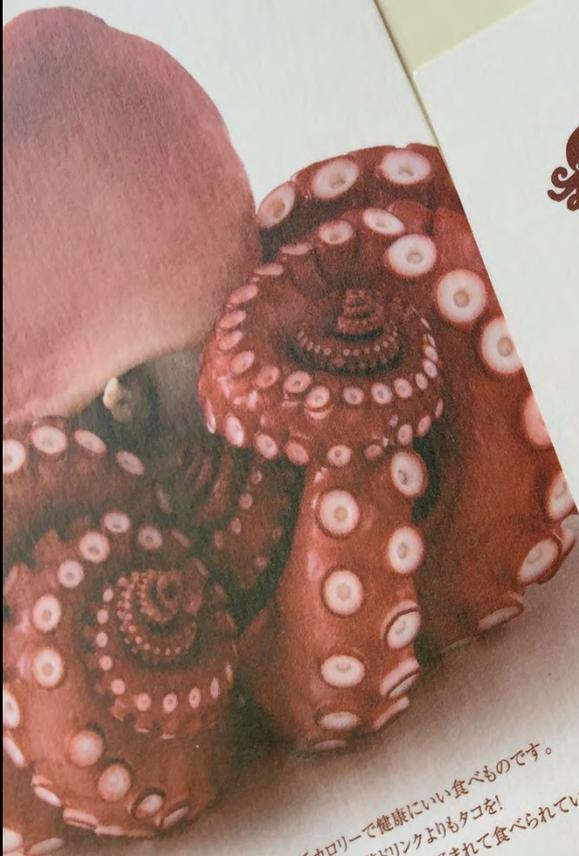


タコは高タンパク、低カロリーで健康にいい食べものです。
タウリンを含みますので、栄養ドリンクよりもタコを!
世界中の沿岸部では夏バテ防止にも好まれて食べられています。



タコは高タンパク、低カロリーで健康にいい食べものです。
タウリンを含みますので、栄養ドリンクよりもタコを!
世界中の沿岸部では夏バテ防止にも好まれて食べられています。





配達員さん、
いつもありがとうございます

タコは高タンパク、低カロリーで健康にいい食べものです。
タウリンを含みますので、栄養ドリンクよりもタコを！
世界中の沿岸部では夏バテ防止にも好まれて食べられています。



お礼 ご挨拶 お知らせ

.....
.....
.....

創業明治二十三年
小沼源七商店

〒1203 茨城県ひたちなか市平磯町1656 T.029-263-5131 F.029-263-5532



創業明治二十三年
小沼源七商店

創業明治二十三年
小沼源七商店 謹製
厳選 七
たご一筋
MILK

低カロリーでタワリンを多く含み夏バテ防止になる
残念ながらタコ焼きにはほとんどタコが入っていない

ブランドマネージャー

小沼 展子

info@yamashow.co.jp

〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1656

T. 029-263-5131

F. 029-263-5532

①ご注文方法は、裏面をご覧ください。

店主
小沼 順一郎
info@yamashow.co.jp

〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1656

T. 029-263-5131

F. 029-263-5532

①ご注文方法は、裏面をご覧ください。

私たちのこだわり

徹底して納得のいく素材だけを仕入れ
昔ながらの製法を大切に
その日のタコに合わせて
旨味を引き出します。
私たちのこだわりのタコは、
触感と旨味に定評があります。



ぜひお友だちへ
教えてあげてください。
意外と知らないタコの真実。

- 真実その一
私たちが普段食べている
タコの多くはアフリカ生まれ
- 真実その二
タコに八本あるのは
足ではなく腕である
- 真実その三
タコのおいしい食べ方とは、
オリーブオイルと岩塩！
- 真実その四
海外では悪魔の使いだが
日本では目出たい象徴
- 真実その五
みんなが頭だと思っている
部位は実は腹である
- 真実その六
実は高い知能を持っていて
学習と問題解決ができる
- 真実その七
低カロリーでタウリンを
多く含む夏バテ防止になる
- 真実その八
残念ながらタコ焼きには
ほとんどタコが入っていない

創業明治二十三年
小沼源七商店



店主
小沼 順一郎
info@yamasho.co.jp
〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町
T. 029-263-5131
F. 029-263-5532

●ご注文方法は、裏面を

ブランドマネージャー
小沼 展子
info@yamasho.co.jp

〒311-1203
茨城県ひたちなか市平磯町1656
T. 029-263-5131
F. 029-263-5532

●ご注文方法は、裏面をご覧ください。

創業明治二十三年

小沼源七商店

小沼源七商店 謹製

厳選

たこ

平磯

多く寄み見ハア即正にる

店主 小沼 順一郎

info@yamashow.co.jp

〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1-3

T. 029-263-5131

F. 029-263-5555

①ご注文方法は、裏面をご覧ください

タコの魅力を、もっと伝えたい。



徹底した仕入れ、素材管理、こだわりの工程、その仕上がりは他社の比ではありません！
量販店で買うタコとは別格の旨味を、ぜひご家庭で体験してみてください！

☎ 0120-185-129 水・日祝以外の平日 9:00-16:00
www.yamashow.co.jp

平磯の魅力を、もっと伝えたい。



私たちが創業から100年以上、平磯を愛する理由。素晴らしい土地です。ホームページからもご覧ください。

www.yamashow.co.jp

美味しい蛸は、
創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七商店
でお買い求めください。
スーパーで買う蛸とは別格の美味しさです。

食感を楽しむ 蒸したこ

加味
一技



118th
AWARD
優秀受賞
ITQ国際味覚審査機構
優秀味覚受賞

お手軽サイズ

M 中 20cm~
820~1kg 4~5人用



お試しサイズ

S 小 18cm~
600~800g 2~3人用



蒸したこ製造が専門だから揃う、多彩なサイズが一匹まるまる。

満足サイズ

LL 特大 24cm~
1.4~1.5kg 7~8人用



満腹サイズ

L 大 22cm~
1.0~1.2kg 4~5人用



…チルド発送商品[賞味期限:発送日より5~8日間]

ご注文は… ☎0120-185-129 9時~17時(日・水・祝日休) FAX.0120-190-286 24時間受付

創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七商店

楽しむ
たこ

“ひっばりたこ”

日本では蛸は縁起のいい食べ物として昔からお祝いの席には欠かせないもので、成人の日のお祝い、お祝い、たこしゃぶ、手巻き寿司もおいしいです。お寿司や、たこしゃぶ、手巻き寿司もおいしいです。

創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七商店

日本では蛸は縁起のいい食べ物として昔からお祝いの席には欠かせないものでした。ぜひ美味しい蛸で、成人の日のお祝い、お祝い、たこしゃぶ、手巻き寿司もおいしいです。

大人になろう

美味しい蛸は、
創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七商店
でお買い求めください。
スーパーで買う蛸とは別格の美味しさです。

ご注文は ☎ 0120-185-129 9時～17時(日・水・祝日休) FAX.0120-190-286 24時間受付

美味しい蛸は、
創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七
でお買い求めください。
スーパーで買う蛸とは別格の美味

む
こ
こ

蒸したこ製造が専門
満足サイズ
特大 24cm～
1.4～1.5kg たつぷり5～6人用

発送日より5～8日間
24時間受付

“ひっぱりだこな大人になろう!”

日本では蛸は縁起のいい食べ物として
昔からお祝いの席には欠かせないものでした。
ぜひ美味しい蛸で、成人の日のお祝いしましょう。
お寿司や、たこしゃぶ、手巻き寿司もいいですね。

創業明治二十三年“蛸一筋”小沼源七商店

製造が専門
サイズ
6人用



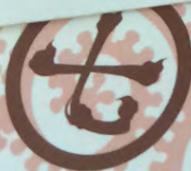
七
七



ふりふり真たこの
醤油漬け



ふりふり真たこの
醤油漬け



七
七



CASE STUDY OF THE MONTH

2 CHOICES

世界観のある ビジネスホテル

- 9000～12000円レンジ
- コンセプト＋世界観を考える
- 基本9千円であとオプション
- リピート施策も必要
- 尖っていることが大事
- 健康・快眠・温泉は当然・・・

世界観のある 建設会社の本社

- 山形で100年続く企業
- 宮大工から始まり伝統的
- 業界的に本社は殺風景
- それじゃ新卒は来ない
- 社員食堂と食事も大事！
- メディアに載るパワー必要

PRESENTATION TIME

CONSULTANT / PLANNER

CREATOR / PROJECT LEADER

PRESENTATION SKILL NEEDED

JAN=WALKING

FEB=NUMBERS

MAR=EYE CONTACT

APR= ? ? ?





QUOTE

TAIPEI

HOTEL QUOTE Taipei

T +886 2 2175 5588

F +886 2 2175 5599

台北市松山區南京東路3段333號
333, Sec. 3, Nanjing E. Road,
Songshan Dist., Taipei City 105, Taiwan

www.hotel-quote.com









Gummed tape
NTS200

QUOTE
EZ card
NTS680

USB pen 4GB
NTS680



NEW EXPERIENCES

リゾートホテルのDNAを受け継ぐ、新たな都市型ホテル体験を







