CORPORATE BRAND PLANNER

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

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

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）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

※ スタブラCLUBメンバー（クラメン）専用ペン

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q1.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

いつもの「＊＊＊」で
いつものメンバーでは
会議はマンネリ化・・・

以下から選んでください。

- ☐ 会議室
- ☐ 開催日
- ☐ 開催時間

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

Q2.

会議の「＊＊＊」をつくれば、時間通りに会議が終わる！

以下から選んでください。

- □ 手順書（ISO）
- □ 専用タイマー
- □ 時間割

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q3.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

会議の「＊＊＊」を定めることで会議の生産性を高められる！

以下から選んでください。

- ☐ 終了時間
- ☐ ルール
- ☐ 質問回数

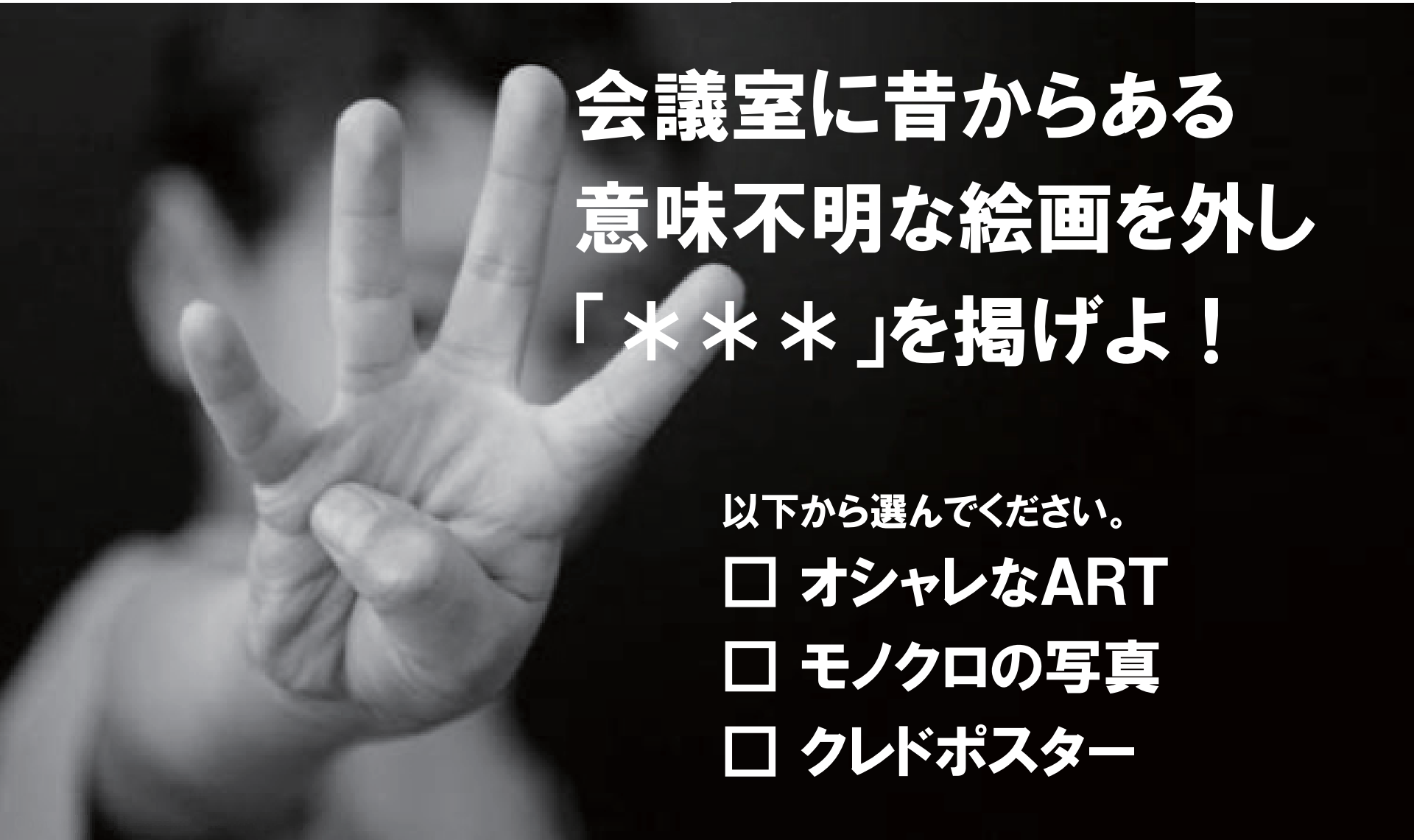
Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Q4.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND



会議室に昔からある
意味不明な絵画を外し
「＊＊＊」を掲げよ！

以下から選んでください。

- □ オシャレなART
- □ モノクロの写真
- □ クレドポスター

Q5.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

会議室の「＊＊＊」の並べ方を変えるだけで会議は大きく変わる！

以下から選んでください。

- □ 席（イス）
- □ 歴代社長の写真
- □ 配布資料

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
（採点）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q1.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

いつもの「会議室」で
いつものメンバーでは
会議はマンネリ化・・・

以下から選んでください。

☐ 会議室 | ☐ 開催日 | ☐ 開催時間

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Q2.

会議の「時間割」をつくれば、時間通りに会議が終わる！

以下から選んでください。

□ 手順書（ISO） | □ 専用タイマー | □ 時間割

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q3.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

会議の「 ルール 」を
定めることで
会議の生産性を高められる！

以下から選んでください。

□ 終了時間 | □ ルール | □ 質問回数

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q4.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

会議室に昔からある
意味不明な絵画を外し
「 クレドポスター 」を掲げよ！

以下から選んでください。

☐ オシャレなART ｜ ☐ モノクロの写真 ｜
☐ クレドポスター

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

Q5.

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

会議室の「席（イス）」の並べ方を変えるだけで会議は大きく変わる！

以下から選んでください。

□ 席（イス） | □ 歴代社長の写真 | □ 配布資料

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

POINT 1 「場所」を変えるだけでも会議は大きく変わる

POINT 2 「時間割」を組むと会議の進行がスムーズに

POINT 3 「ルール」を決めて会議への臨み方を変える

POINT 4 「壁」を効果的に使い会議の雰囲気を変える

POINT 5 「座席」の並べ方次第で会議が活性化する

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

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

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

#7

THIS MONTH'S THEME

“写真力”

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

今日は終始スマホでメモを！（Photo＆Text）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK & DISCUSS !

ホームページに載ってる
社長の写真はどっちのタイプ？

A. 真顔＆カメラ目線のバストアップ

B. ポーズありで自然な感じ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK & DISCUSS !

さらに進化させることもできる！

B. ポーズありで自然な感じ

C. 背景や小道具も会社の世界観に合わせて

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ブランディング前後でここまで変わる

※BEFORE

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK & DISCUSS !

集合写真はどっちのタイプ？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK & DISCUSS !

集合写真

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK & DISCUSS !

会社案内はどっちが近い？

Copyright © Starbrand All rights

社長の写真はこれくらいの存在感で！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THIS MONTH'S THEME

“写真力”

1.~~従来の写真の撮り方~~

2.ブランディングとしての写真力

3.知っておいた方がいいちょっとしたコツ

4.写真にまつわる困りごと・・・

5.今月のまとめ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

写真の撮り方・撮られ方・扱い方は誰も教えてくれない・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「カメラマン」と「フォトグラファー」の違い？

「ヒト撮り」「ブツ撮り」「ケシキ撮り」「食べもの」で、撮る人は変わるべき！

「あ、なんでも撮れますよ」の人は避けるべし！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

必ずしも一眼レフの必要は無し。
>>iPhoneを極めること！

必ずしも一眼レフの必要は無し。
>>iPhoneを極めること！

今までは「結果」な写真だけで
よかったが・・・

（会社案内やホームページに載せるもの）

SNS時代は、
「過程」の写真（メイキング）こそが大事！

これはクセづけが大事！

普段どれだけ、
「メモ写真」を撮っているかどうか？

THINK & DISCUSS ！

みなさんのスマホに
どれくらいのメモ写真？
直近で撮ったものは？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Anthéla
HIMALAYAN PINK SALT
PREMIUM SALT MILL
CLEAR SALT MILL
4,536
非売品

特製デミグラスソース（サラダ付）

Omelet rice with demi-grace

ふわふわの半熟に仕上げ

当店ではアレルギー成分について

サクサクに揚げた大きなカツレツ。

アレルギー表記の種類

THINK & DISCUSS ！

単なる映え写真ではなく、
仕事に活かせるもので！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THIS MONTH'S THEME

“写真力”

~~1.従来の写真の撮り方~~

~~2.ブランディングとしての写真力~~

3.知っておいた方がいいちょっとしたコツ

4.写真にまつわる困りごと・・・

5.今月のまとめ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

これだけで写真力が
アガる5つのポイント

1:「構図」がすべて

2:「BGM」で変わる

3:「縦横」で撮る

4:「文字」を載せる

5:「背景」に工夫を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT１　センス【０】

ゼロ・クロニクル | JAPAN
夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン
ZERO CHRONICLE
ISSUE #0
SUMMER 2019
上にいるのはドイツだ！？
環境先進国のビジネスアイデア
adidas
PICK UP 1
ORIGINAL UNVERPACKT
SECOND BÄCK
FROM BERLIN ...and more
PICK UP 2
KASHIMA PRINTING
DENKOSHA
FLORIAN KOHLBACHER
OA LIN ...and more
日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい
Encouraging Zero Waste & Less Plastic
PUBLISHED BY
OSUMI

ゼロ・クロニクル | JAPAN
夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン
ZERO CHRONICLE
ISSUE #0
SUMMER 2019
上にいるのはドイツだ！？
環境先進国のビジネスアイデア
adidas
PICK UP 1
ORIGINAL UNVERPACKT
SECOND BÄCK
FROM BERLIN ...and more
PICK UP 2
KASHIMA PRINTING
DENKOSHA
FLORIAN KOHLBACHER
OA LIN ...and more
日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい
Encouraging Zero Waste & Less Plastic
PUBLISHED BY
OSUMI

POINT１　センス【50】

POINT1　センス【100】

これだけで写真力が
アガる5つのポイント

1:「構図」がすべて

2:「BGM」で変わる

3:「縦横」で撮る

4:「文字」を載せる

5:「背景」に工夫を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 撮影現場の雰囲気で変わる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 BGMをガンガンに流してノリノリに

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 ポージング参考も沢山貼っておく

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 撮影時の雰囲気まで写真にうつる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 撮影時の雰囲気まで写真にうつる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT2 撮影時の雰囲気まで写真にうつる

これだけで写真力が
アガる5つのポイント

1:「構図」がすべて

2:「BGM」で変わる

3:「縦横」で撮る

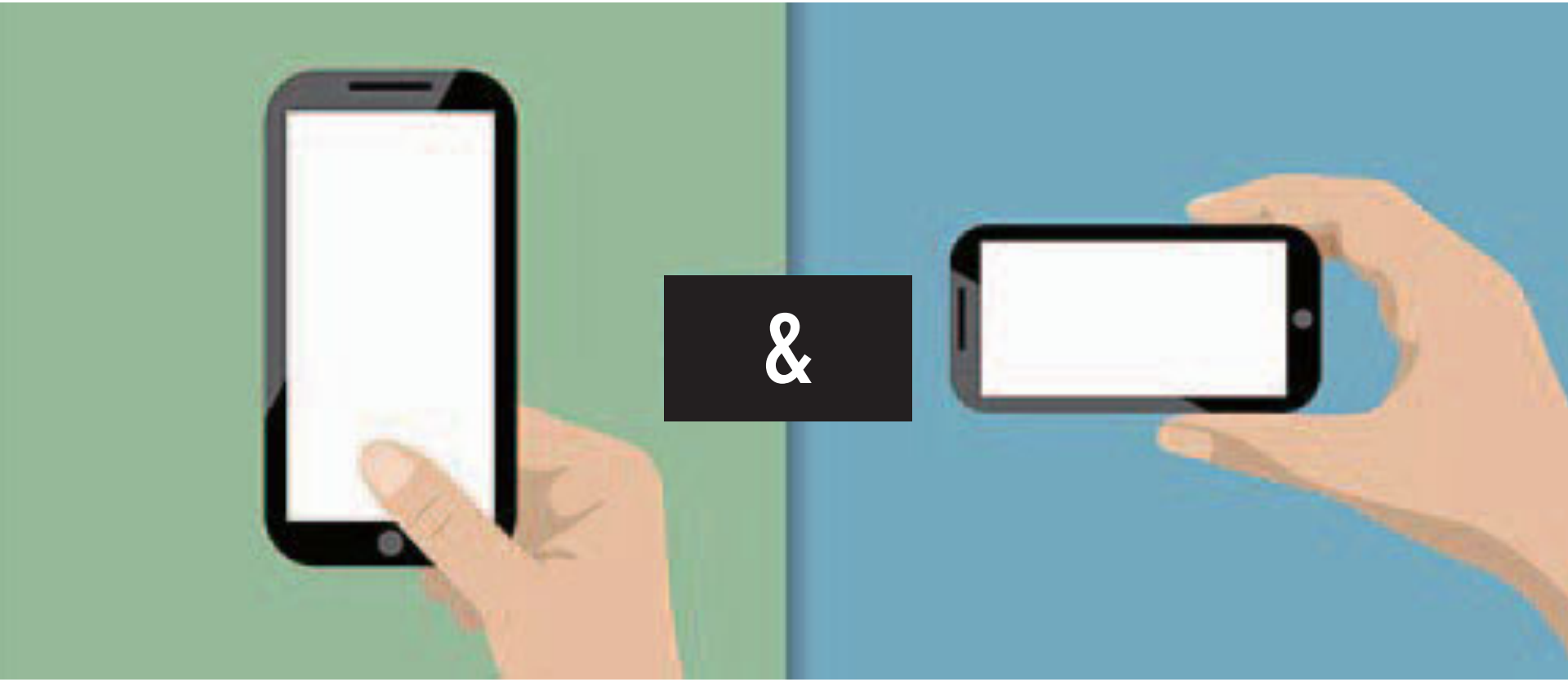
4:「文字」を載せる

5:「背景」に工夫を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT3 縦撮り＆横撮り、両方がベター！

- □ FB？ インスタ？
- □ YOU TUBE？ WEB媒体？ 紙媒体？



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

これだけで写真力が
アガる5つのポイント

1:「構図」がすべて

2:「BGM」で変わる

3:「縦横」で撮る

4:「文字」を載せる

5:「背景」に工夫を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT4　文字を乗せる前提で撮るべし！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT4　そして、ゴチャゴチャしない余白で

= 講演テーマ =

「スターバックス」という完成された世界観だからこそのご当地戦略。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

これだけで写真力が
アガる5つのポイント

1:「構図」がすべて

2:「BGM」で変わる

3:「縦横」で撮る

4:「文字」を載せる

5:「背景」に工夫を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT5 背景で雰囲気が変わる！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT5 背景で雰囲気が変わる！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THIS MONTH'S THEME

“写真力”

~~1.従来の写真の撮り方~~

~~2.ブランディングとしての写真力~~

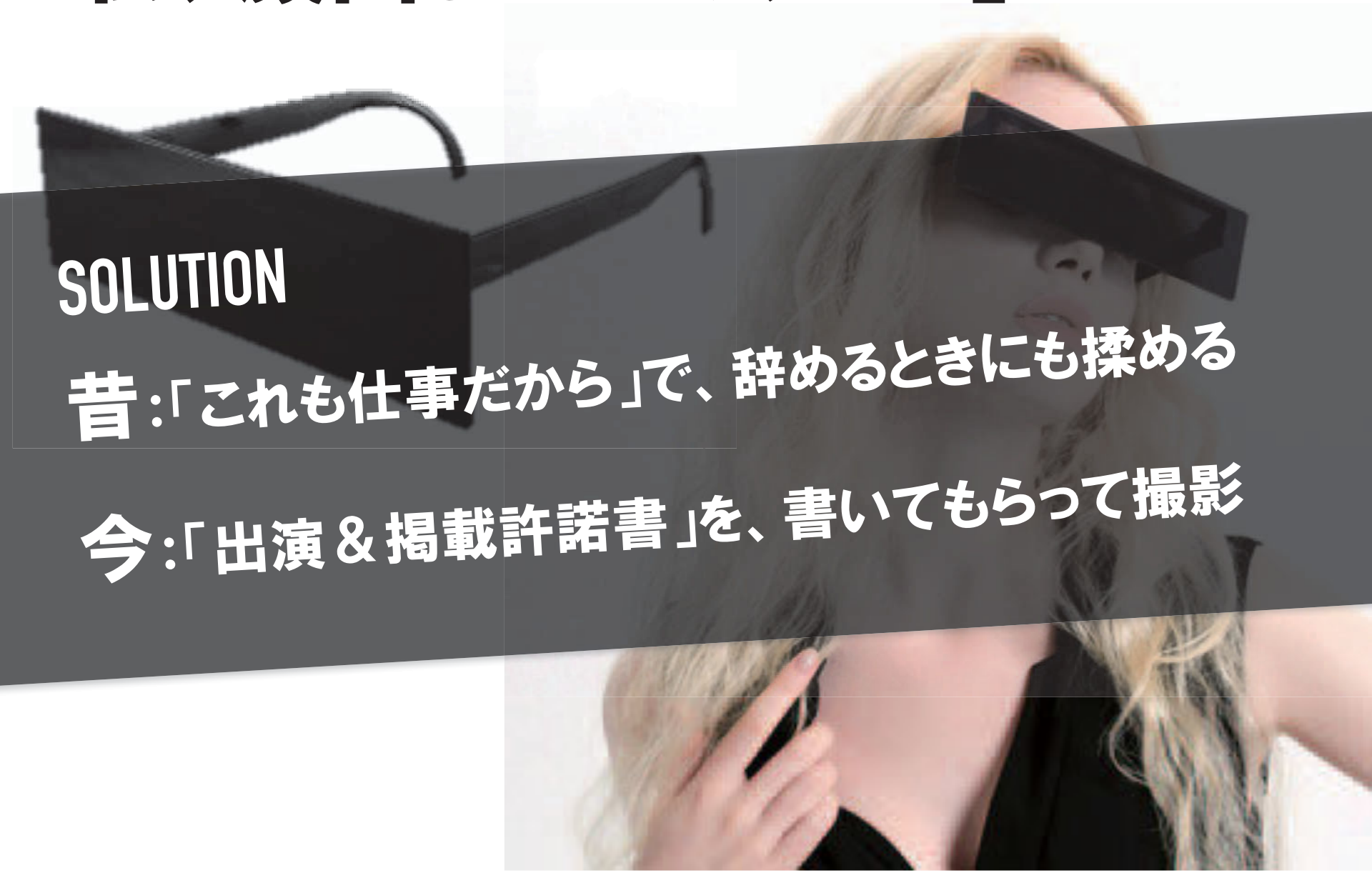
~~3.知っておいた方がいいちょっとしたコツ~~

4.写真にまつわる困りごと・・・

5.今月のまとめ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「私、顔出しNGです・・・」



SOLUTION

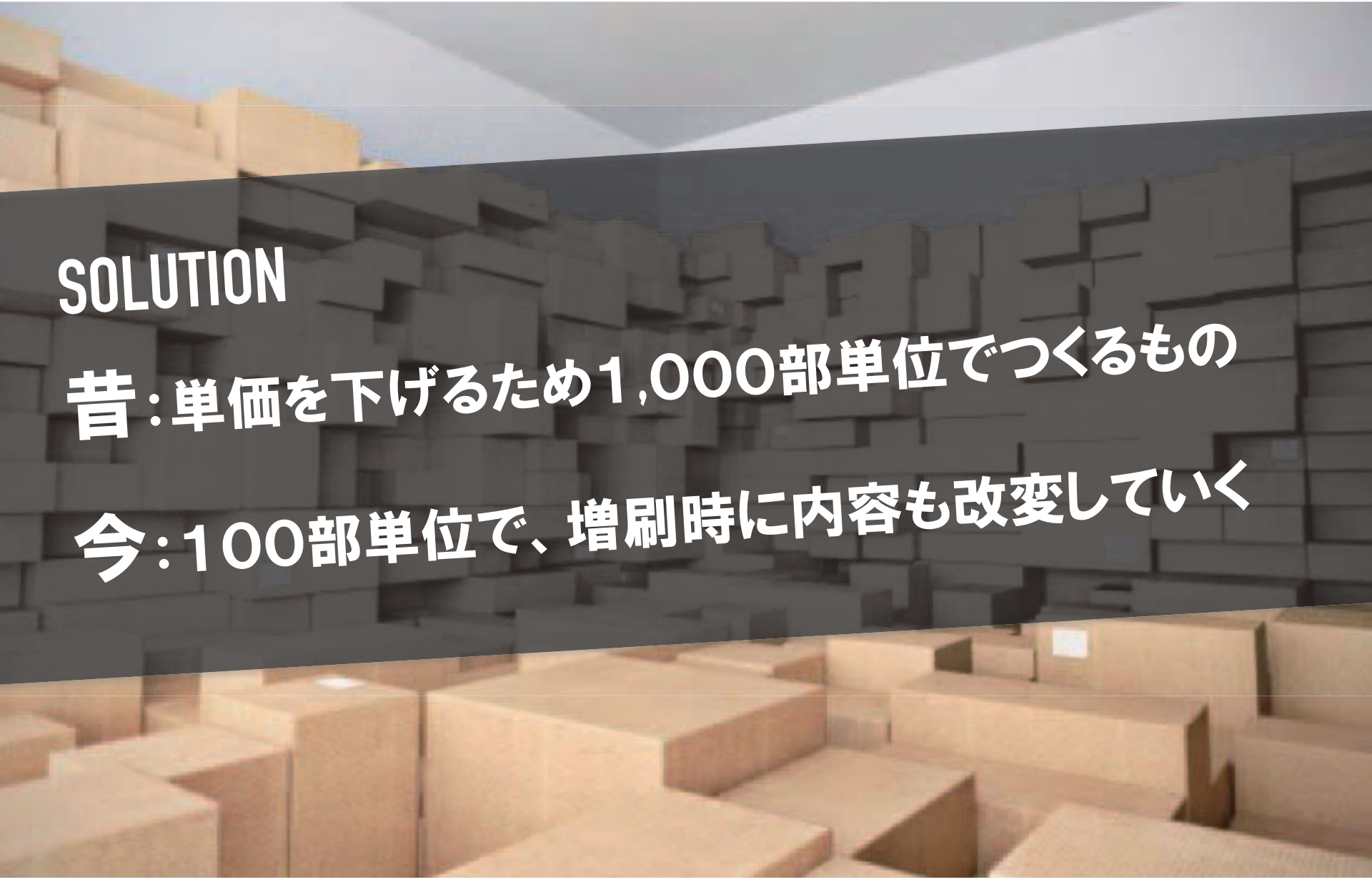
昔:「これも仕事だから」で、辞めるときにも揉める

今:「出演＆掲載許諾書」を、書いてもらって撮影

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「辞めたスタッフの写真を差し替えたい」

「まだ在庫があるから、替えられない」



SOLUTION

昔：単価を下げるため1,000部単位でつくるもの

今：100部単位で、増刷時に内容も改変していく

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THIS MONTH'S THEME

“写真力”

~~1.従来の写真の撮り方~~

~~2.ブランディングとしての写真力~~

~~3.知っておいた方がいいちょっとしたコツ~~

~~4.写真にまつわる困りごと・・・~~

5.今月のまとめ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

まとめ：ブランディングに必要な写真力

「記録」ではなく「伝える」もの。

□「対象物」に応じて、撮る人を変える！
（ヒト撮り、ブツ撮り、ケシキ撮り、食べもの・・・）

□ SNSでの発信では「メイキング」の写真が大事！

□ カメラの性能よりも、写真の「構図」の方が重要！
（角度をつけて、あえて見切れて、背景にも意味を

□ 撮影現場の「BGM」はとても大切！

□ 写真に「文字」を載せる前提で撮る！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CORPORATE BRAND PLANNER

企業ブランド・プランナー資格取得講座

PRESENTED BY STARBRAND

BREAK

Starbrand®
小さな会社のブランド戦略

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

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

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

CASE STUDYの前に・・・

釜石
シーウェイブス

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

なぜブランディングに写真力？

「ブランド戦略」

✔ ブランド＝印象（発する写真は印象）

✔ 戦略＝他がやらないことをやる

FACT！

ほとんどの中小企業は写真ダサい

いい写真があればデザイナーも喜ぶ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

促したいアクション？

- ✔ プロのフォトグラファーを多用する
- ✔ スマホ使いの社内フォトグラファーも育成
- ✔ 自分自身で“写真のセンス”をアップする

（後ほどケーススタディで）

- ✔ 撮るだけじゃない！
  選ぶ技術も大事！
- ✔ それでプレゼン力も
  大幅に変わってくる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

プレゼン力をあげたいなら 喋りよりも

「写真力」

これ次第でパワーも笑いも2倍増し

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

まず原則的に・・・

スライドの写真が
伝えたいメッセージの
「後押し」となっていること

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK＆DISCUSS！

次のスライド・・・

そのメッセージの後押しに
あなたが付けたい写真は？

どんなものでも構いません

10人いたら 10通りの考え方！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

たとえば・・・

「今年からは右肩上がりでしょう」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

たとえば・・・

「ここからは守りに入るべきです」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

たとえば・・・

「ここからは守りに入るべきです」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

たとえば・・・

「ここからは守りに入るべきです」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

たとえば・・・

「ここからは守りに入るべきです」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

POINT！

- ✔ ユニークであるほど楽しいプレゼンに
- ✔ クリエイティビティやセンスの見せどころ
- ✔ この手法を取り入れれば・・・

おのずと文字数の
少ないスライドに！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK＆DISCUSS！

もう少し続けましょう！

次のメッセージならば どうする？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「チームワークが自慢の職場です」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

チームワークが自慢の職場です

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

チームワークが自慢の職場です

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

チームワークが自慢の職場です

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

チームワークが自慢の職場です

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

もうひとつのポイント！

- ✔ 文字は太目の方がいい
- ✔ デフォルトのフォントを使わない
- ✔ デフォルト（基本設定）のフォント・・・？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

普通は・・・

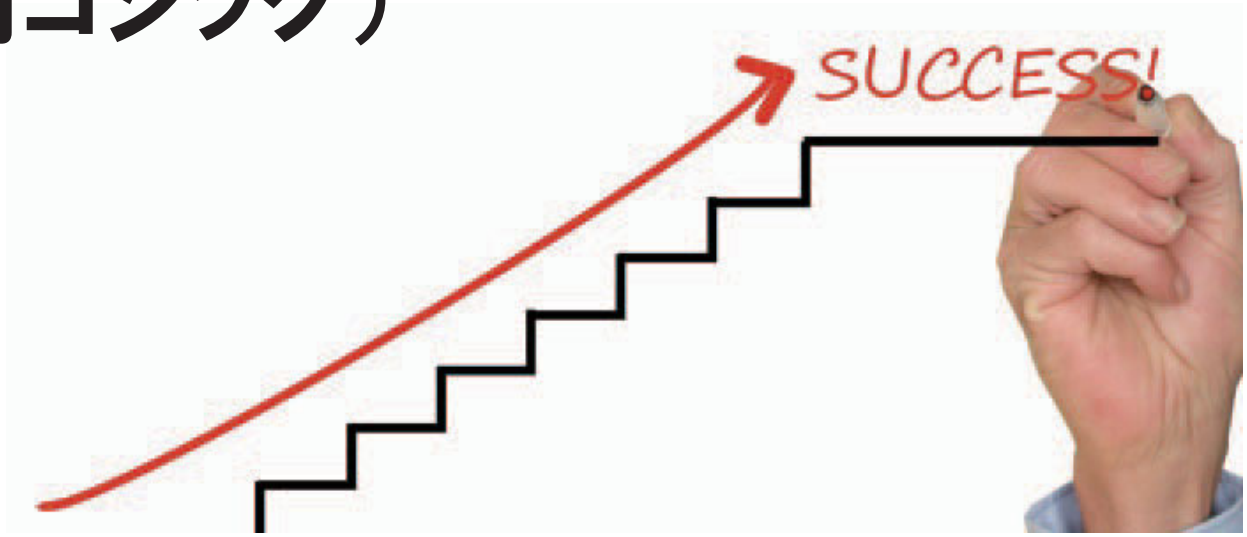
こんな感じのフォントです！

（MSPゴシック）

一段上の人は・・・

こんな感じのフォントです！

（HGP創英角ゴシック）



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

プレゼンは「自信」の見せどころ

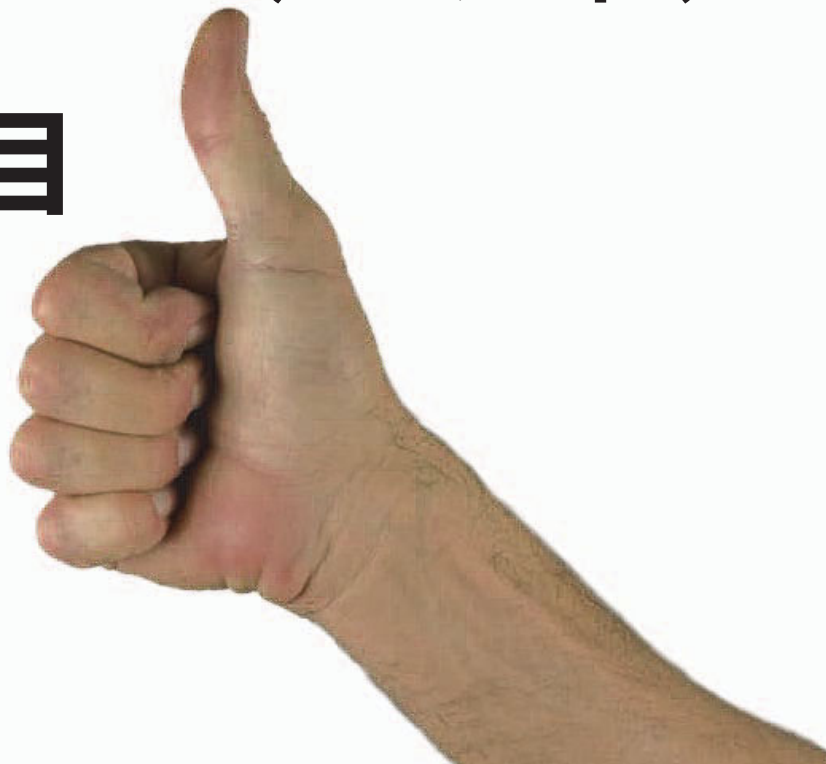
文字からも自信を感じるように！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

写真力に併せて『プレゼン力』
とりあえず この2つのポイント！

1．各スライドに必ず写真やイラスト
（エンタメ性）

2．文字がすべて太目



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

現在の日本の多くのプレゼン？

✔ スライド＝配布資料

✔ 配布資料を わざわざ読んでいる

それでは楽しくない（NO一体感）

みな手元の資料を見る

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

世界に通じるプレゼン？

パワポのスライドは・・・

- ✔ 資料ではなく「デザイン」
- ✔ 楽しんでもらうためのもの
- ✔ 少なくとも読み物じゃダメ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

書籍『おじさん図鑑』

おじさん図鑑
AN ILLUSTRATED BOOK OF
JAPANESE OJISAN
BY RUMI NAKAMURA
絵・文 なかむらるみ
君の未来がここにある。
おじさんになる前に、おじさんを知るべきだ。

Ⓐ…男っぽいおじさん
渋いおじさんになれる可能性があります。遊んでばかりの人は、仕事でも家庭でもだらしめることが大事です。「早く禁煙しなよ」と言われるタイプです。
掲載例：普通、制服、ラフ、いやらしい、hint
Ⓑ…哀愁漂う真面目なおじさん
順調におじさんになっています。物足りないと思っている人は、競馬などをやってみると、新しい自分が発見できてよいかも知れません。特に、何も言われないタイプです。
掲載例：普通、スポーティ、カメラ、夫婦
Ⓒ…趣味人なおじさん
すでに人生観が決まっているあなたは、おじさんになっても今の雰囲気とあまり変化がなさそうです。「変わってるね」と思われがちなタイプです。
掲載例：制服、アート、秋葉原、マスター
Ⓓ…いつまでも若いおじさん
おじさん的にはイマイチ(?)。年齢を重ねた分、年相応の深みを出して欲しいところですが、努力家のあなたは周りから「若いね」と褒ましがられるタイプです。
掲載例：ちょいワル、アート、復い、夫婦

NO. 40

全身茶色っぽいおじさん

上下茶色の服を着ているおじさんのこと。実は秋の風景をも
りあげている影の脇役。茶色はおじさんによく似合う。集団
に溶け込みすぎて、気付かないこともしばしばある。これだ
け茶色を着こなせるのは地味めな顔の日本のおじさんだけだ。

ベージュから焦げ茶まで、見事な茶色のグラデーション。基本のチェックシャツをあわせていて完璧。
[11月 横浜市中区]

茶 色のキャップがめずら

なぜか足を開いて、ベッ

パ ス停のベンチでひと休み。寒て

NO.24
アート系のおじさん（ファイン系+フェス系
サラリーマンなどとは正反対で、自由を大事にして生きている感じがあるおじさん。職業はアート・ファッション関係など。さらに野外音楽フェスなどにいるおじさんはアクティブで派手な色を着こなしたり、若者とあまり違いがない。
高
カメラで撮影し続けていた。映像関係の仕事で作品にでも使うのだろうか。素足。
[8月 福岡市]
派手なサイケデリックなシャツを着ているおじさん。盆踊りをじっと見ていた。足下はビーチサンダル。パナマ帽とあわせて。
[8月 錦糸町]
材感が出ているこだわりの
を着ているおじ
草木染めとか

NO. 22

ちょいワルおじさん

某雑誌が提唱した、不良がかったファッションをしたおじさんのこと。正確には、ちょい不良オヤジ。色気がないとこうは呼ばれない。キャラクターに合っていてかっこいい人もいるが、失敗すると勘違いに見えて切ない。

やりすぎなちょいワル

パワーがみなぎる。全身ラカシカしていてあくどい。いきすぎているので、逆に好感が持てる。

[5月 六本木]

うっかりちょいワル

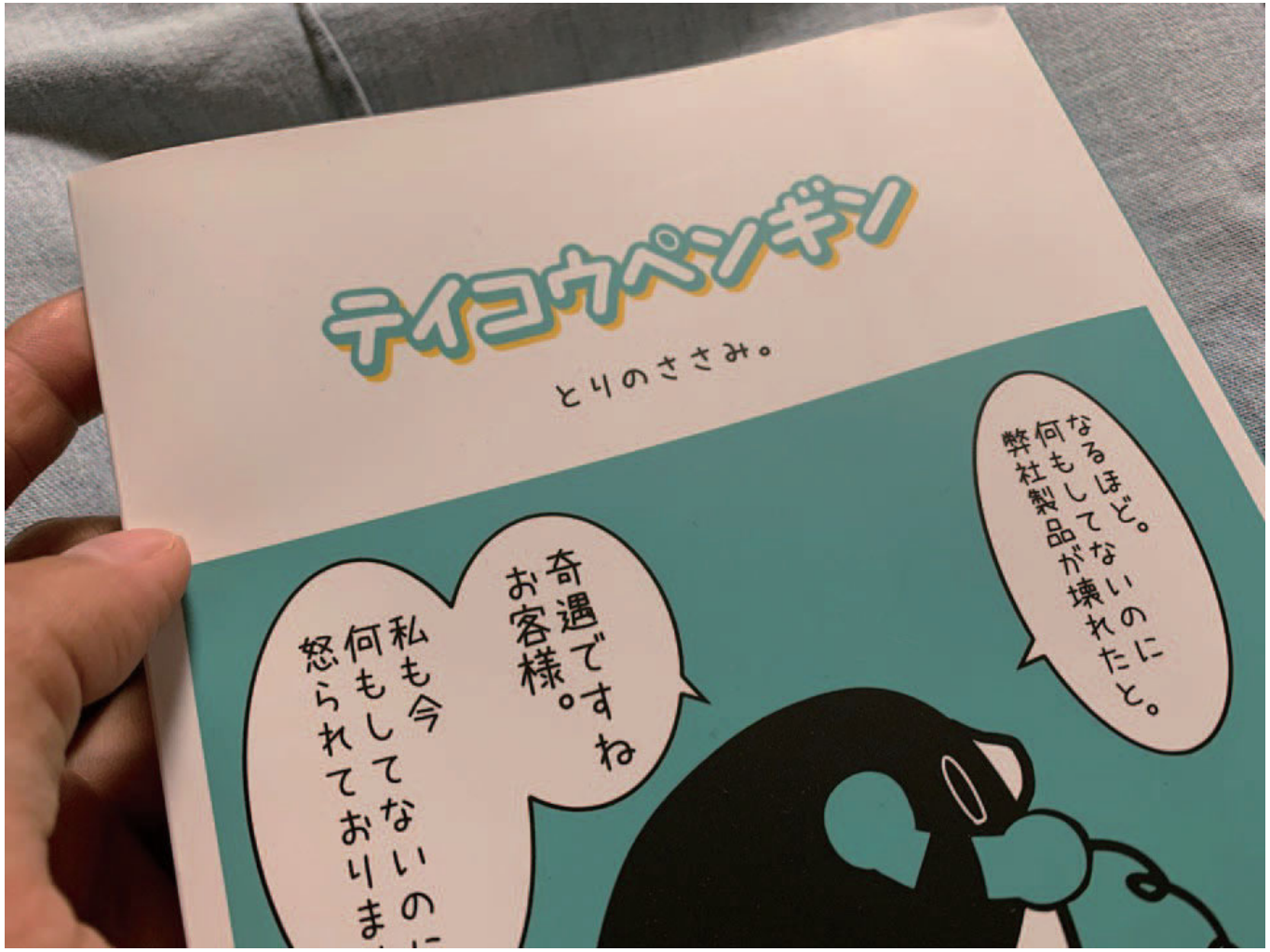
凡人なのに、顔がわりと良いためスーツがきまってしまい、ちょいワル風になってしまったおじさん。不倫してそうに見える。(→p.79)

[12月 六本木]

NO.14
ハイウエストのおじさん
ウエストの位置が妙に高いおじさんのこと。大半がおじ
んと言えるかもしれない。腰のくびれがないために、ベル
の位置をぐいぐい上げ、胸の下まできてしまっている人
胸、腰、お尻のラインがほぼ一直線でつい見入ってしまう
ちょっとだけハイウエストのおじさん。若くても太っている人はこれぐらい。
[10月 新宿駅]
車を待つおじさん。胸からお腹、太ももにかけての線がほぼまっすぐで気持ちいい！
[10月 新宿駅]
帰ったら晩ごはん
タクシードライバーのおじさん。仲間と休憩中のリラックススタイル。ベルトが派手なのは関西流？
[9月 京都知恩院付近]
おなかがま
ただの太っ
きの置物の
こりの下で
げを生
い度高
そうだが、お
和されていい
味しい居酒屋
そう。
[7月 名古屋]
文 房具を物色

最近好きだったのは・・・

『テイコウペンギン』



返信ないけど
5分前に送ったメール見た？
まだ見てないって内容のメールを今から返しますわ。

今月のケーススタディ

ニュースレターを会社として発行しています。

次号の特集は「ペーパーレスで働き方改革」。

グループ内にある
今“手持ち”の素材で
スマホによる表紙撮影を

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

WASTE（ゴミや無駄）をゼロに近づける企業のアイデアをシェア。全国の会社が「うちも負けない！」と、いい意味で競うことを目的に。

WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

鹿島印刷（佐賀）

会議室の古くなったパイプ椅子▶「買い替え」あらため「塗り替える」

鹿島印刷 株式会社

〒840-0857

WASTE（ゴミや無駄）をゼロに近づける企業のアイデアをシェア。全国の会社が「うちも負けない！」と、いい意味で競うことを目的に。

WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

電巧社（東京）

毎年の関係者＆社員のBBQ▶

東芝のパートナー企業として東京を拠点とし全国、そして上海で電気に関わるあらゆる事業を展開する電巧社。毎年初夏に行われるバーベキューも盛大に社員と家族版、そしてお客さま＆関係会社を招いて版という2つのバージョンでお届けします。「SDGsに取り組む企業はBBQもしないと。SDGs BBQです」

リニューアルし
よう、そのこと
した」と社長
社員の創意
お客さまに
な印象が
格段には
と専務

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Think about "ZERO WASTE"

PICK UP !

スーパー凄いベルリンのスーパー 袋もボトルもパッケージもゼロ!

FROM BERLIN

#001 Original Unverpackt

超サステイナブルなスーパー
世界中からの取材引っ切りなし

ベルリンのクロイツベルク地区はヒッピーの香りもすれば、ヨギーの行いもする、そして、また同時にLGBTQフレンドリーな雰囲気も感じます。こういったエリアはヴィーガンのお店も多いはず、(実際多いです)。「このアイデアで勝負するなら、この場所しかない」と進もが納得の立地に2014年にオープンしたのがパッケージやボトル、容器もゼロのスーパーマーケット。当然扱っている商物はオーガニックでサステイナブルなものばかりです。名前はドイツ語で「包装なしで、そのまま」の意味になるオリギナル・ウンフェアパクト。社会インパクトを国内外に与え、今では欧米に同じようなコンセプトのお店が増えつつあります。通販も開始しましたが商品を運る際はDHLのカーボンニュートラルな配送サービスを使う徹底ぶり。この何でもゼロに近づけようとチャレンジする姿勢に世界の視線が集まり、取材の依頼はワールドワイドで絶えないと聞きます。

いち早く地球を救うか?
便利さを捨てずに生きるか?

お客さまウォッチをしてみると、多いのは意識が高そうな女性、みな持参したタッパーやボトルにサッセとパスタやスパイス、化粧品や洗剤等を入れています。一緒に暮らしているだらうタトゥー入りのカップルも少なくないです。いずれにせよ年齢層は若め。それは確かです。商品にバーコードがないので生産レジには時間が掛かります。また「やっぱ言うのやめた」もできません。便利さでいえば当然既存のお店に軍配は上がります。それでも本気して地球や地域コミュニティを思い、ここでの買い物を選択する人たち。お客さまも、お店も、「世界のお手本」と呼ぶに相応しい、ゼロ・ウェイストのリーダーです。ちなみに国民ひとりあたり最も欧州でゴミの量を出すのはドイツ。その半分は家庭からなので、つまり事実は「買い物はゴミを生む」ということ。梱包なしで、そのまま なら使う分だけ買えてゴミもムダもありません。世界を変える素敵なアイデアですね。

Original Unverpackt

Wiener Straße 16, 10999 Berlin

https://www.facebook.com/OriginalUnverpackt

https://original-unverpackt.de/

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Think about "ZERO WASTE"

PICK UP 4

ベルリンのフードロスに物申す 回収したパンを売るベーカリー FROM BERLIN

#004 SECOND BÄCK

20年前からゼロ・ウェイスト 小さなパン屋の大きな志

ビールやソーセージと思いがちだけど、ドイツに行く日本人の多くが現地で口に入れるのはパン。ドイツパンのファンになった観光客が滞在期間中にフラッと街角パン屋に入ることを繰り返すのは"ドイツあるある"です。もし、あなたがこのシチュエーションに陥ったら中心地・ミッテ地区から電車で15分ほどのプランブラウアーベルク地区に足をのばし、ここにも立ち寄ってみてください。セカンドハンドの"パンを回収し、それらを自店でキレイに並べて売るスタイルのベーカリー"です。その名の通りベルリンの街で売れ残った"セカンドハンド"のパンをその志の高さが、観光客なら新品のパンに見えてしまうことでしょう。「まあ、でもみんな店名から、そういうスタイルのパン屋だっていうのは分かっているよ」と、その日お店で働いていたゾーレン・ハーティさん。時間帯はAMでしたが、お客さまは引っ切り無しです…。

ジャパンも見習いたいパンの魅せ方 古くても価値があるように見せる

SECOND BÄCK
Paul-Robeson Str. 40 10439 Berlin
Tel : +49 30 44052661

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

PICK UP 2

もっと記事になるべき生地屋
ドイツ流何も汚さずつくる生地
FROM FRANKFURT

#002 transfertex

BtoBだからこそエコ
その姿勢で世界から選ばれ続ける

「僕への家族は大体『遠ざけて』という話になるのですが、今日はエコの話だけでよかったです（笑）」とお茶目に話すアドルフ・シュナイダーコーさん。世界を飛びまわる駐在員家庭育ち。価格競争激しい生地業界でトランスファーテックス社が選ばれ続ける理由はエコフレンドリーさ、脚光を浴びることも直接エンドユーザーから言質されることもないBtoB企業だけど、率先して環境保全に取り組む姿勢は日本の会社も大いに学ぶべき。「個にエコ認証も多々受けていますが、最近は『空気への取り組み』と考え新たに排気の装置も加えました。それ含め2時間たらずで見せて頂いたドイツ企業のエコ的心意気。水も一切汚さずインクも独自のシステムで稼働までリサイクル。発注した生地も余すことないとうオンデマンドで納品できるビジネスモデルに驚愕。「50年かけて築いたノウハウですが、今日は特別にお写真もどうぞ」といういち面白いアドルフさんです。

あなたの家にもきっとある！？
ドイツの村から生まれるその生地

「生地屋といってもドイツでつくるのは"柄"だけです」。同社のサーモプリントという技術は主軸にならるデザインを特殊な紙にプリントし、世界40カ国に点在する代理店に送付。その紙に特別な機械で熱を加え現地調達した生地にデザインを転写。現地で完成品となります。ケセラさんいわく「布地で使われていし「紙も、紙へのプリント時に使用する顔料のシンダーも一切公表しません。徹底く広大な工場を歩いて驚くのはニオイや排気ないこと。皆心地のよさからスタッフも詳めなしそうで。エコへの取り組みや働きかたの多様なデザイン。あなたの家にある華やかなプリントのナイキのシャツも、サラのパンツも、イケアのカーテンも、その生地はフランクフルトからうらやましい限れた小さな村から生まれている可能性大。エンドユーザーから遠く、どもすれば一般的に知られることはない、この生地屋さんの奮闘したエコ設備、もっと世界で記事になって欲しいな …

transfertex
Lindgrün / 63801 Kleinostheim, Germany
Tel : +49 60 27 79 0
Fax : +49 60 27 79 200
https://www.transfertex.de/

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Think about "ZERO WASTE"

PICK UP 5

ベルリンの街中に生まれた古くて新しいエコビレッジ FROM BERLIN

#005 Holzmarkt

アウトバーンは昔話!?
ドイツで見直される車の在り方

そこには車で行ったのだけれど実に停め難かった（駐車できないから）古くのガソリンスタンドに驚いた）。場所の名はホルツマルクト。ドイツを東西に分断していたシュプレー川のほとりに出現したサステイナブルなエコビレッジです。パーキングが用意されていないのは「自転車で来なよ」というメッセージ。現在ドイツでは若い世代を中心にアウトバーンをスピード無制限で走ることは「ガソリンの無駄づかいで時代遅れ」と思われつつあるそうな。「木材市場」という意味通り、敷地内にある無数の建物はが置かれ、各々が好きな人と好きな時間をコーヒーやビール片手に過ごしています。カフェ、クラブ、レストラン、幼稚園、ホテル、…、今後は川を利用したプールなど、今もこと を予感させます。

このアイデアで脱・プラスチック
ベルリンのカフェが始めた新作戦

ここに集まる人やお店は、いうならばパーリーピーポー（元）だったり、クリエイターの卵。一昔前の表現をするならヒッピーな感じです。一般的な日本人が見たら、そのルックスに眉間にしわを寄せるかもしれないから、…でも、こういった人たちこそが欧米では脱プラスチックやゼロ・ウェイストのリーダー役だったりします。たとえば、そんな人たちがコーヒーを飲むときに使うのは、このRE-CUP。ベルリンのカフェでコーヒーをテイクアウトするときは、これにコーヒーを入れてもらいます。そして次却は提携しているカフェなら、街中のどのカフェに持って行ってもいいという仕組み。実にスゲキな"緩の連携"ですね。ちなみにホルツマルクト、その魅力も当然ソーラーパネルやバイオガスなどの自然エネルギーでまわっています。2017年から始まって、もうこの発展。21世紀型の手づくり系都市コミュニティ・ホルツマルクトに世界が注目しています。

Holzmarkt
Holzmarktstr. 25, 10243 Berlin
https://www2.holzmarkt.com/

JOURNEY TO GERMANY
ONE MESSAGE 2 ZERO CHRONICLE

世界中で活躍するアカデミシャン
フローリアン・コールバッハ博士

ドイツと日本
続けたこと&続けなかったこと

エコリーダーだったドイツの今
続けることに意味がある

もっと日本が伝えるべきは
MOTTAINAI

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

MOMENT FOR DOCUMENT

ECO FILM REVIEWS

環境ドキュメント映画がいちばんの学び

オオスミ社では社員がセミナーがわりに環境に関するドキュメント映画を観ます。オンデマンドでいつでも観れるいい時代。ぜひ次回の出張時のお供に。

LESS PLASTIC IS FANTASTIC

『A PLASTIC OCEAN』
2016／イギリス・豪州／109min

Director 大島武宏

世界の海に溢れだしたプラ 夢だったプラ開発は悪夢に

『プラスチック・オーシャン』で海洋学者が手つかずの世界を期待した南太平洋のプラスチックまみれの海。魚やクジラの体内から発見されるプラスチック。自分も加担しているという罪悪感。未来をつくるはずのプラスチックが…この絶望を前に、私たち人間ができることは？ 変わってもらいたい産業。

『地球が還れる前に』
2016／アメリカ／94min

Director 平野あや AYA HIRANO

IT IS UP TO ALL OF US

史上最高規模の自然環境ドキュメンタリー映画『地球が還れる前に』。国連平和大使であるレオナルド・ディカプリオが、猛威を振るう自然災害、絶滅に瀕した生物や土壌流、政治に流れる温暖ガスなどの実態に迫る。驚異的な映像や気候に言葉を失い、自分の無知を恥じるとともに、一人一人が消費行動に意識を変えることで、地球環境や温暖化を食い止めることができることも知る。今行動しなければ地球上に存在する全ての命が失われてしまう・・・。

『CHASING CORAL
消えゆくサンゴ礁』
2017／アメリカ／93min

Director 村尾隆介 RYUSUKE MURAO

30年は肉にサンゴ礁は全滅

チェイシング・コーラル～消えゆくサンゴ礁』は17年にリリースされたドキュメンタリー映画。このままでは、あと30年で全滅する計算。色々な要因が引き起こされているが、その1つ、3つ2つの海水温の上昇。「我々が生きている間に全滅を目撃することになるとは…」すごい話につながってます…。

『HOME
空からみた地球』
2009／ベルギー／120min

Director 友広ようこ TOMO TOMOHIRO

悲観するには速すぎる

全世界で一斉公開された壮大な環境ドキュメンタリー『HOME 空からみた地球』。地球が誕生して46億年、約して誕生して20万年にすぎない人類は地球環境のバランスを狂わせてしまった。豊饒の生命である地球の美しい姿、資源の減少を加速させる人類の破壊行為、環境化による海水面の上昇など、変わりゆく地球の姿が次々と映し出される。衝撃の事実がずっしりと心に響く、そこで、最後をもって行動を起こさなければならないと思わされる作品。

『TOMORROW
パーマネントライフ
を探して』
2015／フランス／120min

Director 原三由紀 MIYUKI HARA

人類を滅亡から救うのは？

今のライフスタイルを続ければ人類は滅亡する。21人の科学者からなるチームがそう結論づけた。計画・監督・脚本であるメラニー・ロランが多くの解決策を求め世界を駆けめぐるドキュメンタリー。世界には持続可能な社会のために立ち上がっている人がたくさんいることを知り、それを広めるために自分にはなにができるのか？ 世界の扉が開かれていく。人類は環境問題を考えるべき一歩として最適。

Use it As a team

BAMBU SELECT FROM TAIWAN

#001 竹コップ | ¥2,000 w/tax

多彩なカラバリが人気のヒミツ アウトドア遠征用途の竹コップ

>> ORDER

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Use it As a team

OSUMI SELECT FROM TAIWAN

#002 竹ストロー | ¥1,500 w/tax

今一番問題視される環境問題
次に持つべきはマイストロー

今や全世界で問題になっているマイクロプラスチック問題。特に小さくてリサイクルが難しいストローはそのほとんどが使い捨てされるのが問題視されています。世界ではプラスチック製ストローを廃止する動きがますます加速中。マイ箸、マイタンブラー、パーソナルに持ち歩く習慣として次に着手したいのはマイストロー！こちらは台湾の南投市、竹の産地として有名な竹山という地域で生まれたエコプロダクト。ストローには天然の竹を漂白化学処理せず加工しているため竹独特の風合いが残っています。ストロー専用版、ストロー洗浄ブラシ、ストローの3点セット。口に入れるものだからこそ安全性にこだわってつくられた台湾オールハンドメイドです。

ストロー：長さ約21cm／孔径約0.8-1cm

>> ORDER

OSUMI SELECT FROM TAIWAN

#003 竹歯ブラシ | ¥1,000 w/tax

毎日口にするものだからこそ
歯磨きタイムを幸せにする歯ブラシ

台湾生まれのプラスチック製歯ブラシが捨てられていることを知り、一人の青年が起業。台湾初のエココンセプトブランドに元気の竹歯ブラシが仲間入りしますが、ブランドを象徴する商品がこの竹歯ブラシです。「歯磨きをするときはみんなが幸せであるように」こんな願いが込められています。清潔にさまざまな商品は自分のものとしてだけでなく友人へのプレゼントとしても最適。特にこだわりの竹。ブラシ部分は天然の馬毛を使用。ブラシは4列の配置でエコだけではなく使い勝手もよく歯をやさしく磨いたデザインに。毎日口に入れるものだからこそ、こだわりがいのあるマイケア——自分ステートを気持ちよく保てるために！

長さ：18cm／ヘッド幅：1.4cm

>> ORDER

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Use it
As a team

#004 台湾エコバッグ | ¥2,500 w/tax

今アツい「台湾おばちゃんバッグ」
環境意識はかわいくキッチュに示す

台湾で「市時袋バッグ」「おばちゃんバッグ」といわれるメッシュバッグ。野菜や果物を入れてそのまま持ち歩くおばちゃんを市場でよく見かけます。バッグごと水洗いも可の便利モノ。「おばちゃんバッグ」でキッチュでオシャレと今台湾の若者に大流行！かわいい色合いと特徴的なルックス、かつ丈夫。日本でもグッウン私刻中。オフィスで昼休みに携帯&財布を入れてちょっとそこまで、温泉やプールの荷物入れに、スーパーのお供に。エコとは無縁に見えて耐久性の高さと用途の多さから、ある意味究極のエコ商品。オリジナルのワッペン付。メッセージは "One Way is No Way!"。使い捨てにカッコ悪い！ウンウ&イプラスチック反対の思いに共感する方はぜひ！

>>ORDER

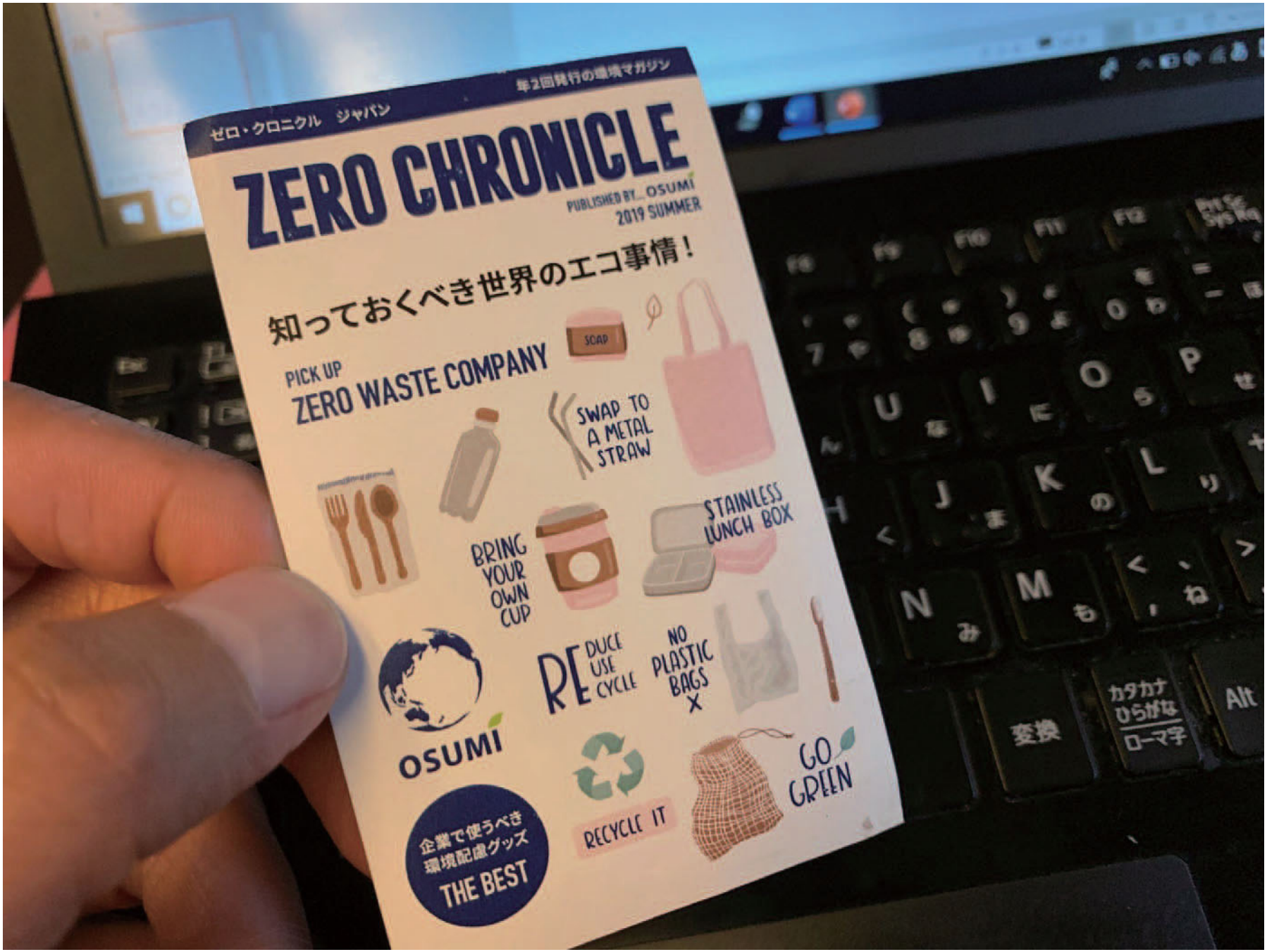
#005 AQUA JACKET/CLASSIC | 非常考商品(販売はしていません。紹介のみ)
1 CASE=27 BOTTLES 7290 YEN (270 per bottle)

そのアイデアがあったか！
ゴミを出さないクールなボトル

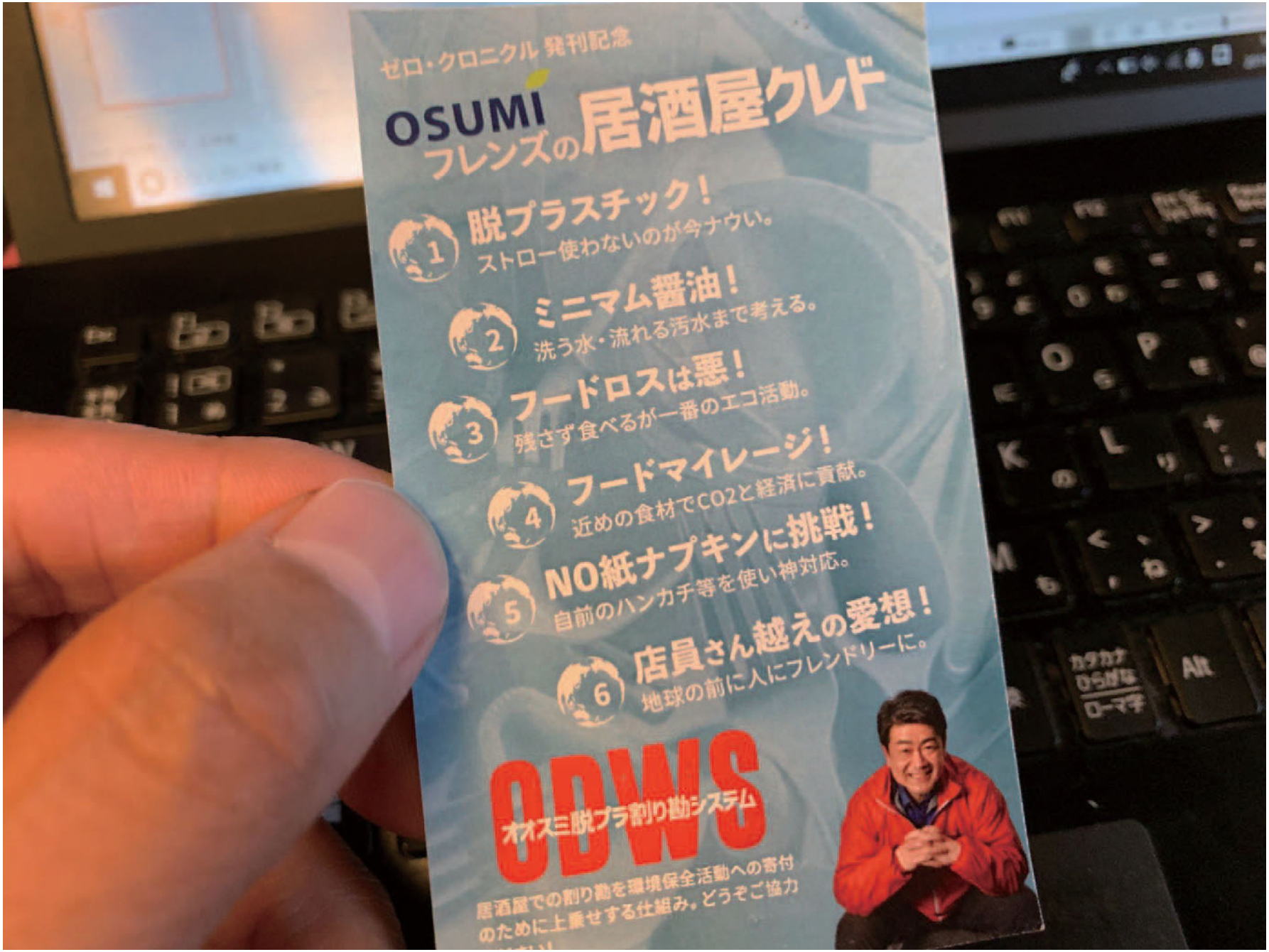
aquajacket.tokyo

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.



Copyright © Starbrand All rights Reserved.



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

OSAKA

OSAKA

OSAKA

OSAKA

OSAKA

OSAKA

OSAKA

FUKUOKA

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

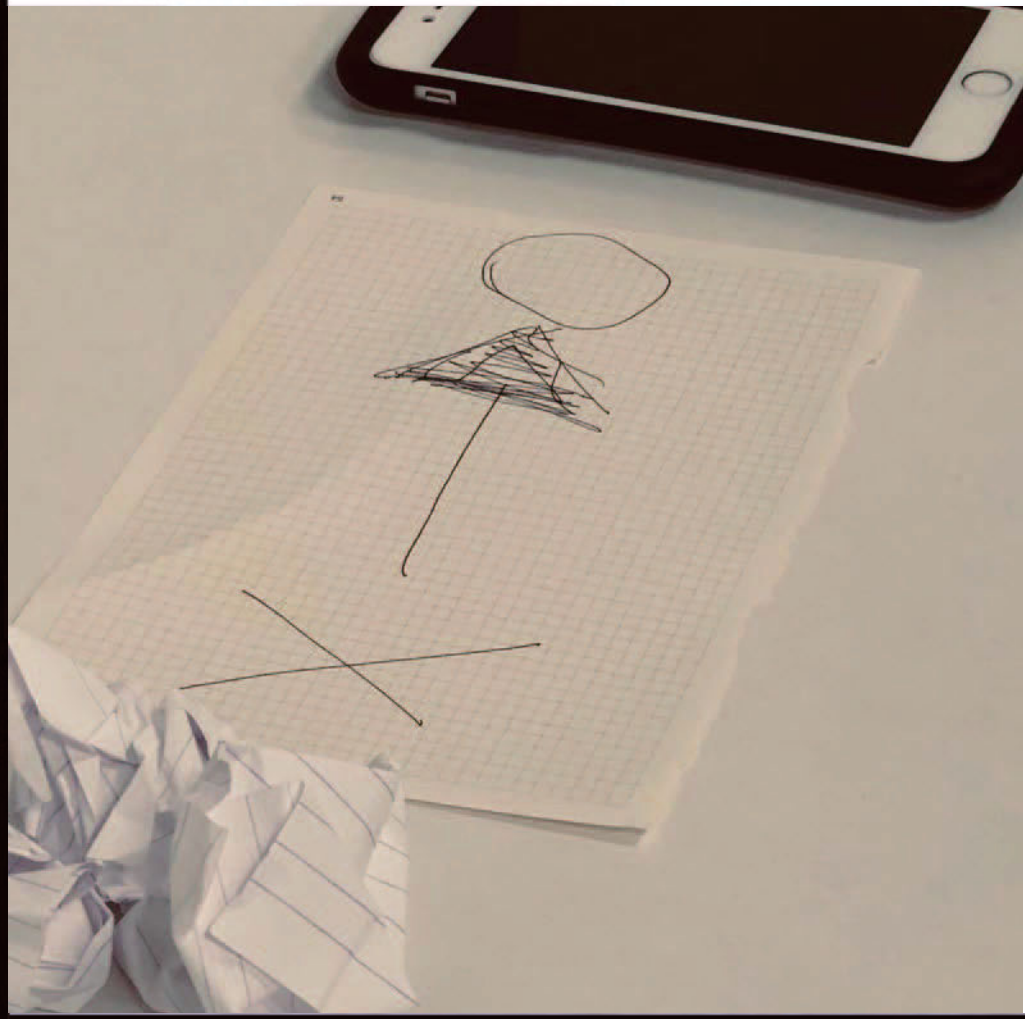
PUBLISHED BY
OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE



日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY
OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

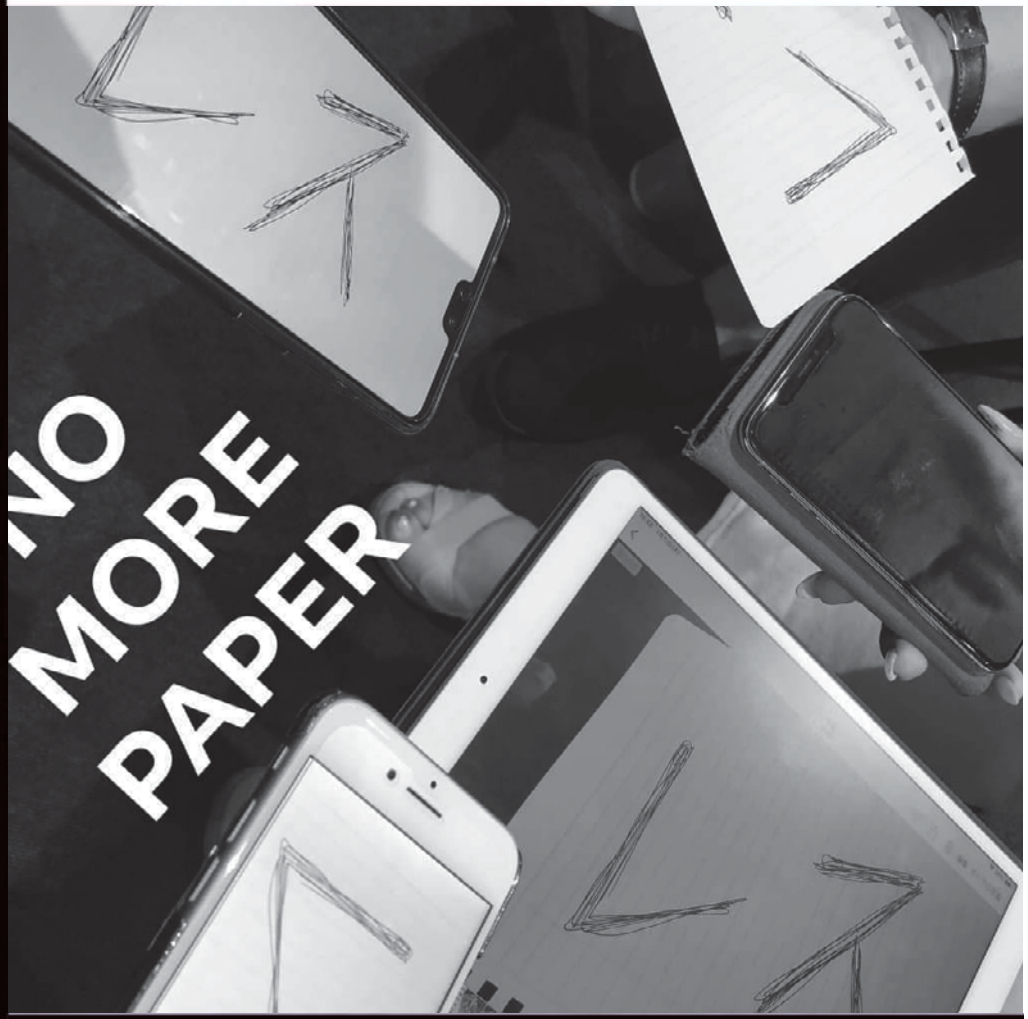
OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE



日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN 発行 株式会社オオスミ

ゼロ・クロニクル | JAPAN

夏至と冬至 年2回発行の環境グッズマガジン

ZERO CHRONICLE

日本の脱・プラとゼロ・ウェイストに貢献したい

Encouraging Zero Waste & Less Plastic

PUBLISHED BY

OSUMI

ZERO CHRONICLE ISSUE #0 ゼロ・クロニクル | JAPAN

発行 株式会社オオスミ

CORPORATE BRAND PLANNER

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

Copyright © Starbrand All rights Reserved.