

STARBRAND CLUB MEMBER SEMINAR

2020



2020年のスターブランドのテーマ

< NEW YOU >

この1年間は、CLUB MEMBER SEMINARのトピックはすべてがパーソナル・ブランディングに関わることに変わります。ファッション・プレゼンテーション、立ち振舞い、第一印象、発信力、テーマは多岐に渡りますが、一貫して一人一人の「個人ブランド」をあげることに注力しています。過去を振り返るこれからの日本をサバイブするには各々が自分のブランド力をアップすることが必要不可欠。社長も社員もそれぞれが個人のブランド力をアップすることができれば、会社の競争力・売上・採算には必ず良い影響があるはずです。2020年は徹底的に「パーソナル・ブランディング」を学び、徹底的に自分自身を鍛える1年にしましょう！

FUKUOKA

OSAKA

TOKYO

IWATE

YAMAGATA

◎ ACU 博多

www.acu.co.jp/hokata/

19:00 - 21:00



◎ アットビジネスセンター
〒512-0044 大阪市東区

http://atbiz.co.jp/osaaka/club.html

19:00 - 21:00



◎ AP東京

www.ap-tokyo.co.jp/hanto-w/1st-yaesu/

18:00 - 19:00 19:00 - 21:00



◎ リリオ

www.edorl.or.jp/rlm

19:00 - 21:00



◎ 山形テルサ

www.yamagataterra.or.jp/terrace

19:00 - 21:00



スターブランドCLUB正会員の方

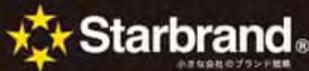
- 提携のセミナーに個人受講・法人受講ともに参加できます。
- 法人受講はその会社に属する方は特別価格で参加可能です。
- 毎月1回・2回受講は、受講料が半額になります。
- 毎月・6月・9月はリアルタイム配信を予定しています。
- スタジオへは変更の可能性がありますのでご了承ください。
- 詳細情報はスターブランドinhouseまでご連絡をお願いします。



体験受講をご希望の方

- プランディングに興味がある方はどこでもご受講いただけます。
- スターブランドCLUBに入会不要で受講いただけます。
- 体験受講費用は、お申し込みから1週間以内です。
- 体験受講は60分（約1部）です。
- スターブランド社ホームページでお申し込みいただけます。

info@starbrand.co.jp



スターブランドのブランド戦略

FILM

STRABRAND OF THE YEAR

TOKYO 2019



OPENING

近所のコンビニの外国人スタッフ



「日本から出ていけ」

「ちゃんとした日本語しゃべれ！」

日本人の悪いところ

**外国人の日本語に
厳しすぎる**



世界で最も話されている言語？

ブロークン・イングリッシュ

日本の社会は もはや・・・

ブロークン・ジャパニーズの世

要・外国人にやさしい

日本語で話す習慣

BUY(買う)

PURCHASE(購入)



ラグビーの仕事で
年始から大阪の
長居のスタジアムに



長居のエライところ？

- ▶ サイトマップ
- ▶ お問い合わせ

ホーム

お知らせ

スケジュール

スタンド案内

アクセス

主催者様 施設ガイド

アクセス ACCESS

[長居公園ホーム](#) > [ヤンマースタジアム長居ホーム](#) > [アクセス](#)

- ▶ [アクセスマップ](#)
- ▶ [電車でお越しの方](#)
- ▶ [車でお越しの方](#)
- ▶ [駐車場](#)

やさしい日本語(にほんご)での ヤンマースタジアム長居 (やんまーすたじあむながい) の ご案内(あんない)は 下(した)のボタンを 押(お)してください。

やさしい日本語 (にほんご) のご案内 (ごあんない) はこちら



話を戻して 「ケンカを止める」の件

1月3日@有楽町



もみ合いながら
いろんな言葉で止める

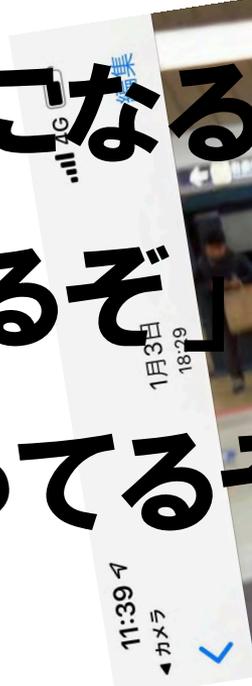
「大変なことになるぞ」

「みんな見てるぞ」

「俺 全部撮ってるぞ」

「一発50万だぞ お前！」

正⇒「これは傷害事件だぞ！」



殴っている奴が 殴っている相手に

「てめえ 日本人じゃねーだろ！」

その殴っている奴に僕が...

「日本人 日本人じゃない
関係ねーだろ！」



**血だらけになりながら
被害者が走って逃げた！**

**でも約100メートル先で
折角逃げた被害者を
取り押さえたバカが！**



今度は そいつに激高する僕・・・

「てめえ何つかまえてんだよ！」



1月3日
18:29

編集





1月3日
18:29

編集

結果・・・

有楽町駅構内で刑事・警察・駅員 めっちゃ集まり現場検証



話のポイント？

「人は見た目が9割」

今年は徹底して見た目の
ブラッシュアップ

PERSONAL
BRANDING



WHY?



- ✓ 営業の研修を繰り返すより・・・
- ✓ リーダーシップ研修をやるより・・・
- ✓ 社長との会食で絆をつくるより・・・

仕事人としての
見た目を磨いた方がいい

働き方改革？ それは過去の話・・・

働く人改革

(働く人の見た目改革)



アメリカ人は日本の社会人を見て…

「驚くほど…

“見た目”に無頓着」

ここは大企業も同じ！

だから我々はそこを強化する！

大企業にできないこと すべてやる！

WORKS(1)

懸樋工務店（ブルックリンPROJECT）





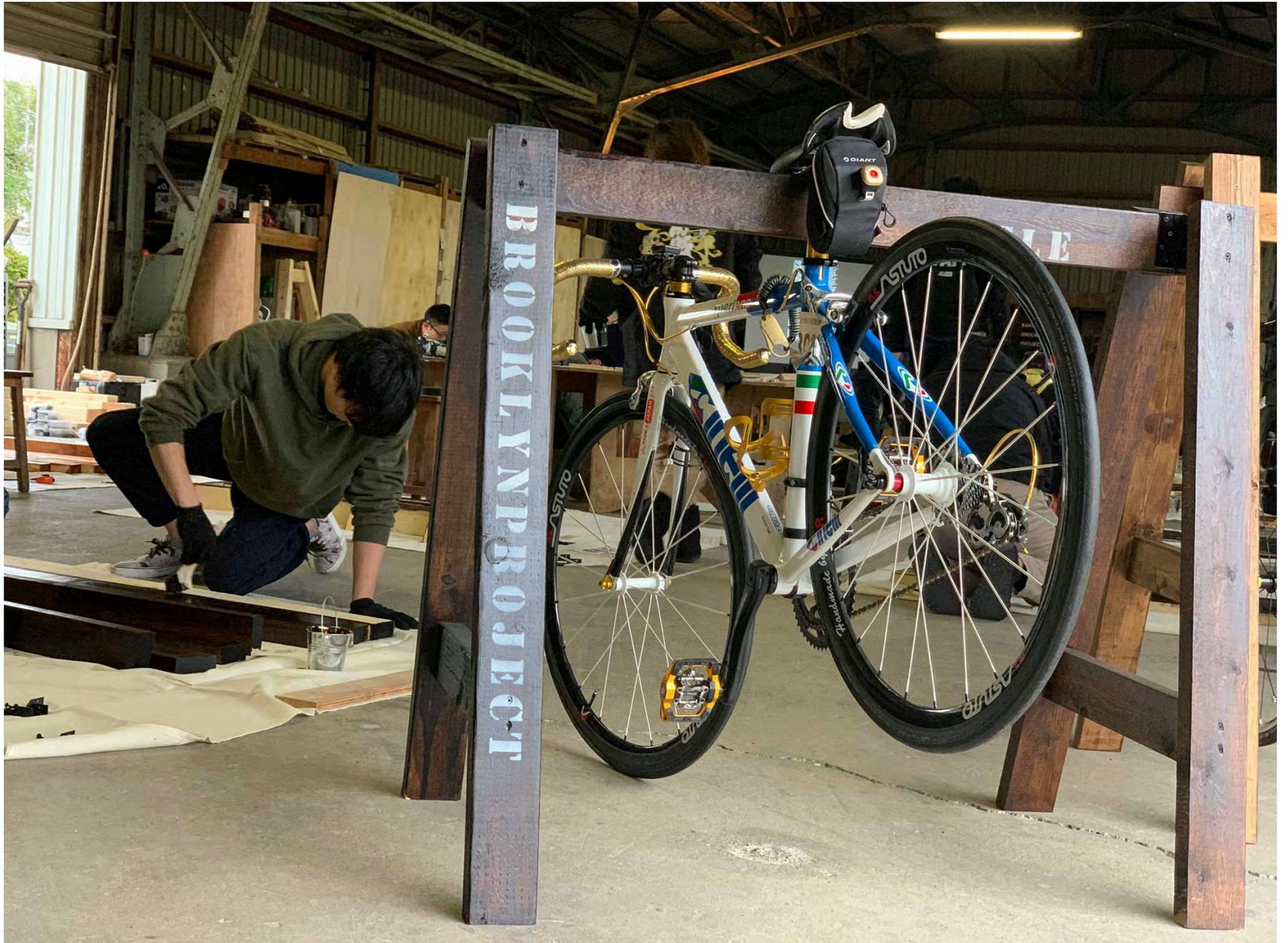




















電巧社

(新規事業起ち上げ)







数字で見る **HOMEMADE ENERGY**

現在 **15%** >>>> **2030年目標 24%**

日本における電源の再エネ比率

現在の日本にとって24%はたやすく達成できる目標ではありません。
面積あたりの人口が多く電力需要の多い日本が再エネ比率を上げるためには電源
に対して抜本的な仕組みを変える必要があります。
(参考:世界の再エネ比率ドイツ29%/ノルウェー98%)

5,679 億円

2018年異常気象による被害額

相次ぐ台風や大雨など異常気象を身近に感じる機会は増えています。
例えば日本でも異常高温の発生頻度は増加傾向にあり、大雨日数は100年で26%
増加。
人的・経済的に異常気象によるダメージは多岐に渡ります。
私たちはエネルギーの在り方を一刻も早く見直す必要があります。
(2018年度「農業白書」)

35%



HOMEMADE ENERGY による自家消費率

自家消費率とは、自社の建物内で消費した電気の中の自社電源からの電気の比率を示したものです。
HOMEMADE ENERGYの導入により自家消費率は約35%と予測されています(電巧社における自社シミュレーション値に基づく算定)。
環境貢献度の高さから、再エネ電気の自家消費はこれから企業に求められる買電となってくると考えられます。



99.7%

中小企業約380.9万社

日本における中小企業数

中小企業は日本の全企業数の99.7%を占めます。
また日本における電力はその50%を中小企業が消費
しています。日本のエネルギー消費の問題は、まさに
中小企業の問題です。再エネ比率の目標を達成する
ためには中小企業のエネルギー問題の改修は必要不
可欠です。
(経済産業省「2017年版中小企業白書」)

最終エネルギー消費に占める企業の割合

日本におけるエネルギー消費は、家庭14%、運輸23%に
対して、企業・事業所で63%を占めます。
エネルギーの多くをを企業活動に使っていることがわ
かります。
エネルギーの問題解決のためには企業がエネルギーとの
付き合い方を真剣に考えていく必要があります。
(2015年度資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」)

63%



企業が
発電所を
つくる



数字で見る HOMEMADE ENERGY

2030年目標
再生 15% >>> **24%**
日本における電源の再生エネ比率

再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。

5,679 億円
2018年異常気象による被害額

再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。再生エネの比率を2030年までに24%に引き上げる目標を設定。

35%

HOMEMADE ENERGY による自家消費率
自家消費率は、社内の建物内で消費した電力の中心会社電量からの電気の比率を HOMEMADE ENERGY の購入により自家消費率の35%と算出されています。



日本における中小企業数
中小企業は日本の企業数の99.7%を占めます。また日本における電力はその50%を中小企業が消費しています。日本のエネルギー消費の総量は、若くは中小企業の間で、再生エネ比率の改善を促すために中小企業のエネルギー機能の改善は必要不可欠です。

最終エネルギー消費に占める

日本におけるエネルギー消費は、家庭14%、運輸23%に別れて、企業事業所で63%を占めます。エネルギーの多くを企業事業所に使っていることがわかります。エネルギーの削減のために企業はエネルギー消費の削減に努める必要があります。

DENKOSHA

最新型自家消費用太陽光発電所



企業が 発電所 を持つ時代



企業が
発電所
を持つ時代

数字で見る **HOMEMADE**

2030年目標

24%

再生電源の再エネ比率

24%はたやすく達成できる目標ではありません。

多く電力需要の多い日本が再エネ比率をあげるためには電源

を奪入する必要があります。



99.7%

中小企業約380.9万

最終エネルギー消費

日本におけるエネルギー消費は、増加傾向にあり、2030年には、企業部門で55%増加、エネルギーの多くを企業消費に転じます。

エネルギーの国際競争力のために、付加価値を高めるために、2015年度調査エネルギー効率

自家消費率

国内の自社発電からの発電量は、全体の約5%と非常に低く、2030年度の自家消費率は10%以上を目標と



数字で見る **HOMEMADE ENERGY**

現在 **15%** >>>> **24%**

日本における電源の再エネ比率

現在の日本にとって24%はたやすく達成できる目標ではありません。
面積あたりの人口が多く電力需要の多い日本が再エネ比率をあげるためには電源
に対して抜本的な仕組みを変える必要があります。
(参考:世界の再エネ比率ドイツ29%/ノルウェー98%)

5,679 億円

2018年異常気象による被害額

相次ぐ台風や大雨など異常気象を身近に感じる機会が増えています。
例えば日本でも異常高温の発生頻度は増加傾向にあり、大雨日数は100年で26%
増加。
人的・経済的に異常気象によるダメージは多岐に渡ります。
私たちはエネルギーの在り方を一刻も早く見直す必要があります。
(2018年度「農業白書」)

35%



HOMEMADE ENERGY に

自家消費率とは、自社の建物内で消費するエネルギーのうち、
HOMEMADE ENERGYの導入によるエネルギーから、再エネ電



99%

中小企業約38%

最終エネルギー消費

日本におけるエネルギー消費は、
対して、企業・事業所での
エネルギー消費は、
りま
エ







ADE

美が
革新を



数字で見る HOMEMADE ENERGY

現在 15% >>> 2030年目標 24%

日本における電源の再生比率

現在の日本にとって24%はたやすく達成できる。再生比率の人口が多く電力需要の多い地域では、再生比率を高めるためには電網の再生比率はドイツ29%、ノルウェー100%に匹敵する必要がある。



99.7%
380.9万社

日本における中小企業数

中小企業は日本の企業数の99.7%を占めます。また日本における電力会社は50%を中小企業が消費しています。消費者の関心は、まさに中小企業に注がれています。再生比率の改善は必要不可欠です。(経済産業省調べ)

67%

消費に

【の比率を...
いいます...
員と...
<単位>.

遠隔地型自

太陽光発電による遠隔地型自

ちなみに電巧社本体の基調色は「赤」



徹底して まずは本体をRED基調に







社内行事も ここまでやればメディアが報じる





赤い服で会場に一体感が生まれた。赤いラベルのペットボトルも特注。小物まで赤にこだわった。発表会の名称も「ANNUAL STAFF MEETING」に変更し、イメージを一新

要
しかし
響いて
あま
自信
転機
スター
のセ
だ。会
化がテ
ここでは
ドが訊
例
を
来

ANNOUNCEMENT(1)

昨年から僕が行うセミナーは・・・

アクションセミナー

聞くだけなんてありえない！

**絶対にカタチにすることが
最もコスト効率がいい**

**SPEED＋生産性重視
一歩進めば 違う景色が見える**



● 宣材写真セッション

● 東京＝スタジオ ● 大阪＝ロケ



宣材写真セッション

東京日程

2月26日(水)
4月28日(火)
6月30日(火)
8月24日(月)
10月29日(木)
12月1日(火)

大阪日程

4月11日(土)
6月20日(土)
8月1日(土)
10月3日(土)



- 買い物ツアー
- ● 東京 & 大阪で随時



2/29

- **眉カット & メイク**
- **東京会場でセミナー中と前後**



男性参加者に・・・

眉カット＝プチ整形

72時間に以内に 必ず買って！



フェイス用刃・マユ用刃+コーム付属



マユ用
5mm刃



フェイス用
2.5mm刃



マユコーム
6mm・8mm



マユコーム
2mm・4mm

フェイス用刃

顔のウブ毛処理に利用します。
眉毛剃りにも利用可。

マユ用刃

マユ毛の形を細かく整え
コームを装着し長さを整えてカット。
切り過ぎを防ぎます。



- 海外ツアー
- ● FORMULA-E@ソウル

5/3



- 海外ツアー
- ● 香港セブンズ@HONGKONG

4 / 3

4 / 4

4 / 5



WHERE WE ARE

STARBRAND CLUB MEMBER SEMINAR

2020



2020年のスターブランドのテーマ

< NEW YOU >

この1年間は、CLUB MEMBER SEMINARのトピックはすべてがパーソナル・ブランディングに関わることに絞られています。ファッション・プレゼンテーション、立ち居振る舞い、第一印象、発信力、テーマは多岐に渡りますが、一貫して一人一人の「個人ブランド」を磨くことに注力しています。過去を振り返るこれからの日本をサバイブするには各々が自分のブランド力をアップすることが必要不可欠。社長も社員もそれぞれが個人のブランド力をアップすることができれば、会社の競争力・売上・採算には必ず良い影響があるはずです。2020年は徹底的に「パーソナル・ブランディング」を学び、徹底的に自分自身を鍛える1年にしましょう！

FUKUOKA

OSAKA

TOKYO

IWATE

YAMAGATA

◎ ACU 博多

www.acu.co.jp/hokata/

19:00 - 21:00



◎ アットビジネスセンター
〒512-0044 大阪市東区

http://atbiz.jp/osaka/

19:00 - 21:00



◎ AP東京

www.ap-tokyo.co.jp/hanto-w/1st-ap-yam/

18:00 - 19:00 19:00 - 21:00



◎ リリオ

www.edorl.or.jp/lein

19:00 - 21:00



◎ 山形テルサ

www.yamagataterra.or.jp/terrace

19:00 - 21:00



スターブランドCLUB正会員の方

- 様子のセミナーに個人受講・法人受講ともに参加できます。
- 法人受講はその会社に属する方は無料で参加が可能です。
- 毎月1回・2回受講は、受講料が半額となります。
- 毎月・6月・9月はリアルタイム配信を予定しています。
- スタジオへは変更の可能性がありますのでご了承ください。
- 詳細情報はスターブランドinhouseにてお問い合わせください。



体験受講をご希望の方

- プランディングに興味がある方はどこでもご参加いただけます。
- スターブランドCLUBに入会不要となります。
- 体験受講費用は、お申し込みの時点で1,500円です。
- 体験受講は60分程度となります。
- スターブランド社ホームページでお申し込みいただけます。

info@starbrand.co.jp



スターブランドのブランド戦略

STARBRAND CLUB MEMBER SEMINAR 2020

★ 1月 ★ 2月 ★ 3月 ★ 4月 ★ 5月

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

小物と持ち物を刷新して大物になる大作戦!
～イメージ強化に効くファッションアイテム～

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

宣材写真と普段の写真を10倍よくなる10手
～写真力がすべての時代に何故それをあげる?～

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

自分の立ち振る舞いを改めるゴールデンルール
～ありのままでもいい? つくろうMYクレド!～

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

魅力ある人は総じて自分の職を美しく語るもの
～仕事を社会からの任せ事としてプレゼンする～

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

「チャレンジャーである自分」を発信するためのネタ
～ヒーローになる経験は「人ができないことをする」～

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

ファッション改革で色・柄・スタイル・テーマを固定
～オシャレさんである方が絶対にキャリアで得をする～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

初対面でのイメージを各段によくする新習慣
～簡単なのに誰もやらないインプレッション戦略～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

同じ1年を絶対に繰り返さない“進化のすすめ”
～オトナだからと守りに入るのは日本人だけ～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

自分のシルエットすらコントロールする徹底力
～見る雰囲気が変わるフリランカとリーダーカ～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

“自分の名前”で経済的な成功と社会モテの二兎を得る
～キャリアアップと人気フリランになる力を磨く～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

関心が高い社会問題をひとつ絞って常日頃から貢献を
～家と会社の往復だけの人を“社会人”と僕は呼ばない～

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

STARBRAND OF THE YEAR 2020

GOAL & POINT

今より大物になるために 小物を賢く選択する

- ✓ 小物はあなたが発するメッセージ
- ✓ 自分の表現になる小物のみで固める

「こういう小物でいいこう！」

・・・を今日(あらためて)固める



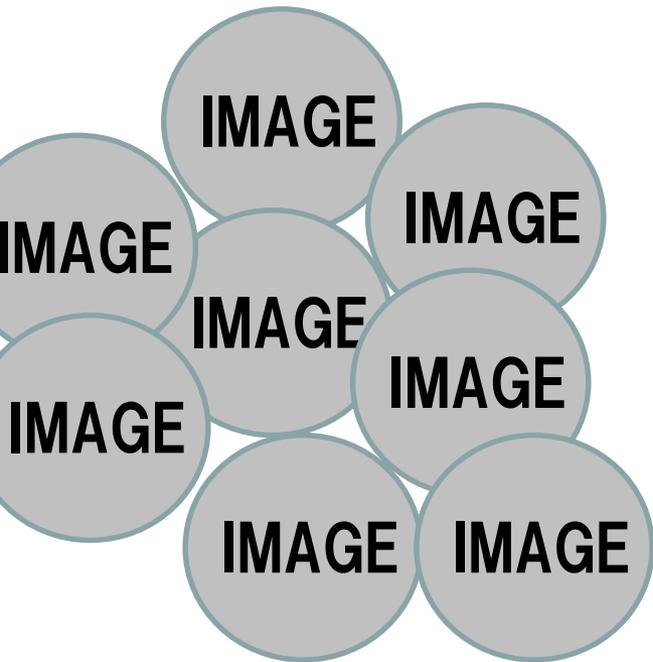
LECTURE

ブランド戦略の基礎知識(1)

ブランドとは
小さな断片的イメージの
集大成のこと

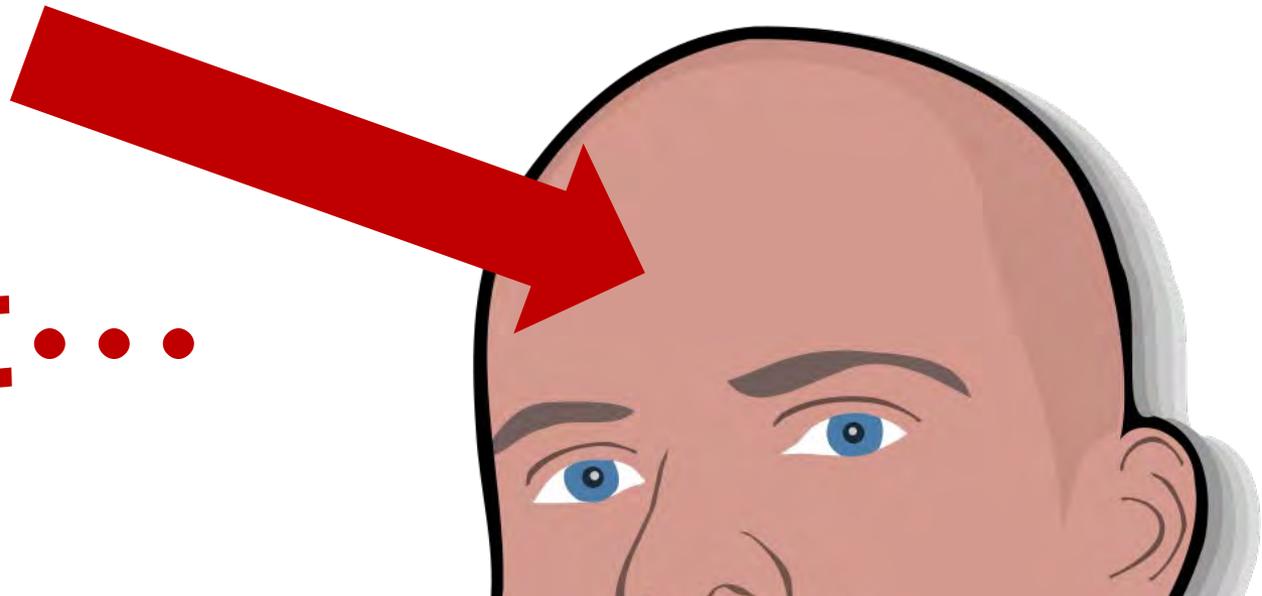


ブランドは イメージの集大成！？



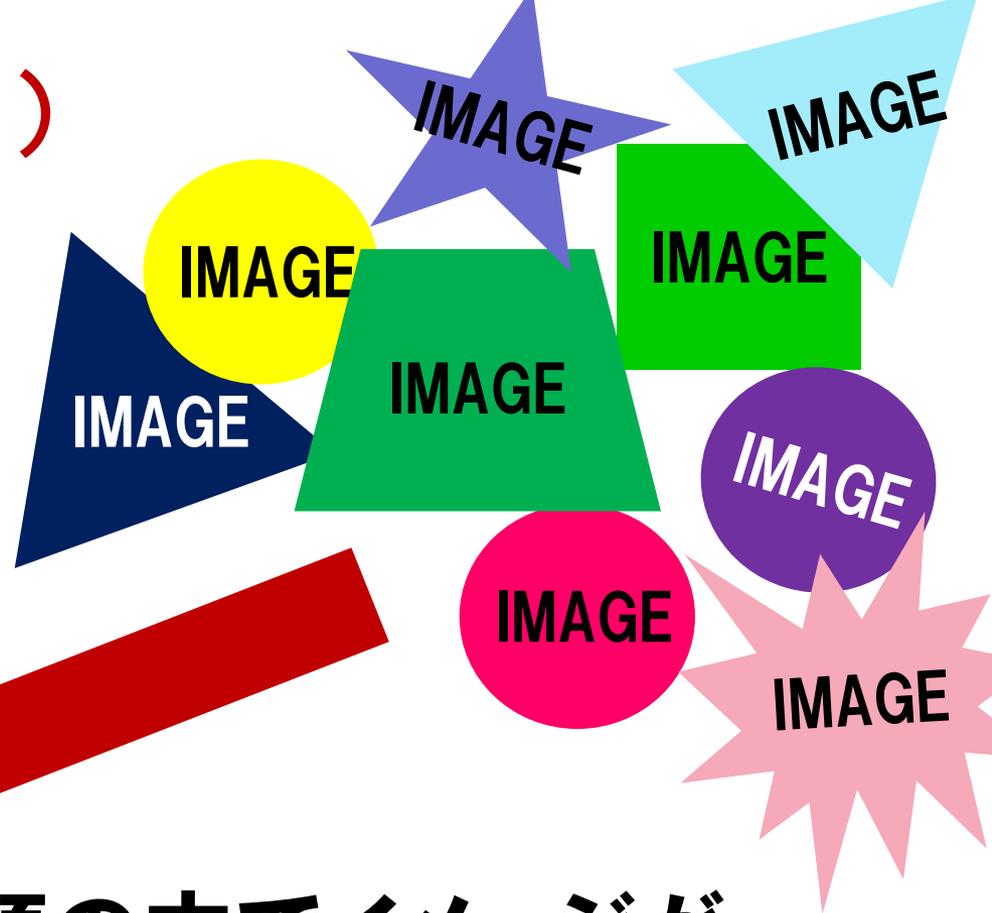
あらゆる接点を通じて
お客さまの頭の中に
イメージの塊ができる・・・

その反対に・・・



ブランド戦略（悪い例）

一貫性がない
イメージを受け
続けたら・・・？



頭の中でイメージが
塊にならない！

ブランドになれない！

個人に置き換えると？

断片的な あなたの小さなイメージ？

- ✓ 服装・持ち物・小物・・・
- ✓ クルマ・ペット・住んでいる場所・・・
- ✓ SNS・その写真や文・付き合い・・・
- ✓ 髪・声・香り・フィジカル・・・
- ✓ 趣味・出身地・出身校・職歴・本棚・・・

なぜ僕が宣材写真撮影時に このスタイルをオススメするか？

白い洗いざらしのシャツ
時計もアクセも一切なし

= NO INFO

プラスな情報も与えないが
マイナスな情報も与えない



THINK & DISCUSS !

初対面の方と カフェで打ち合わせ

小物や持ち物

ファッションアイテム・・・

「この人ヤバいかも!？」

そう感じるものは どんなもの?



POINT?

**おとながアニメものでも構わない
大事なものは狙い・背景・ストーリー**

**高そうなものもいいとは限らない
達人はそこをかなり考えて選択**



ブランド戦略の基礎知識(2)

ブランディングは すべて逆算



~~✓ 風任せにしたなら そんなイメージに~~

✓ 自分は周囲に こう思われたい！
だから これを身に付ける！

なので・・・

「やみくもに いい小物揃える」

・・・ではなく

「こう思われたいから

これらで固める」



THINK & DISCUSS !

では あなたは どう思われたい？

✓（前提）仕事人として

✓ イメージチェンジ？

✓ イメージアップ？

ここは(仮)で
後半に もっとガッツリ



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？

999.9



S-861T



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？

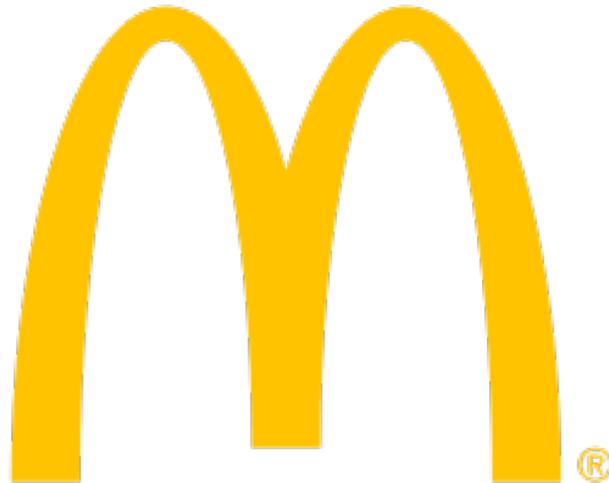


例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



例？

「もっとクレバーな人に思われたい」

一緒に考えていきましょう！

頭よさげに見える小物？



世は情報とイメージで溢れている！

『こういう類の人は こういうもの持ってる』

『こういう小物は〇〇っぽい人が買いそう』

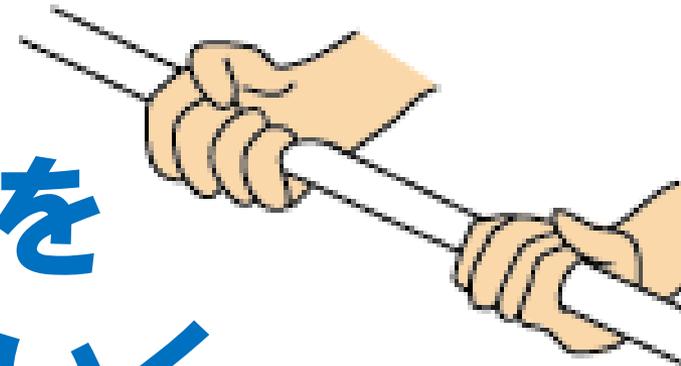
『ボルボって歯医者さんが乗ってそう・・・』



個人ブランディングにおける 小物選びは・・・

さかて
逆手

そういった世間の
“一般的なイメージ”を
逆手にとって進めていく



これが まずは初～中級編！

THINK & DISCUSS !

「環境保全に熱心な人に・・・」

・・・というイメージ希望を持つ人がいたら？

ECOフレンドリーそうな人が持つ・・・

- ✓ ペンとメモ帳って？
- ✓ メガネやアクセサリーって？
- ✓ クルマや服装って？



オリ・パラなので こんな話題も・・・

車いすマラソン

副島正純選手



**一企業からの
サポートを脱し
個人や
中小企業の
会員組織を構築**





Socio Soejima

MASAZUMI SOEJIMA SUPPORTERS CLUB



Masazumi Soejima

HOME

新着情報

プロフィール

レース

セミナー・講演

お問い合わせ

Masazumi Soejima Official Website

Masazumi Soejima



Schedule

Photo gallery

講演依頼

新着情報



2013-06-24
定!

<ソシオSOEJIMA>公式レースはウォルト・ディズニー・ワールド・マラソンに決



Soe ブログ

申いずアスリート・
副島正純の思いつき日記!



パンダの法則

- ✓ 「パンダが好き」と周囲に常にいう
- ✓ 面白いようにパンダグッズが集まる
- ✓ バカにできない！ GOOD受発信！
- ✓ 平均的な人より
キャラが立っている



達人から学ぶ(1)

赤尾商事（赤尾佳子さん）







「新規事業に熱心な人に…」

新規事業の象徴って？

『ユニコーン企業』



© Schleich 5

Copyright © Starbrand All rights Reserved.




COACH



ここまでやると採用に効果が出てくる



達人から学ぶ(2)

高野登さん (リッツカールトン)



僕も基本はディバッグ

- ✓ アスリートのイメージを維持したい
- ✓ 街中で起こるケンカを止めたい



ブランド戦略の基礎知識(3)

ブランド会社は全てに
いちいち意味がある

深イイ30~60秒のストーリーが
すべてのものにあるようにする



個人ブランディングも同じ・・・

「なんでユニコーン多いの？」

「なんでいつもリュックなの？」

→『…会社想いのいいリーダーだ』

→『…さすがホスピタリティの人！』



このあとのアクションプラン……



✓ BREAK

- ✓ 自分のイメージをキーワードで
- ✓ グループで互いにアドバイス
- ✓ 発表しつつ 僕からアドバイス
- ✓ 毎月のセミナー間にも仕掛けが！

BREAK



WORKS(2)

NAMIX 新社屋







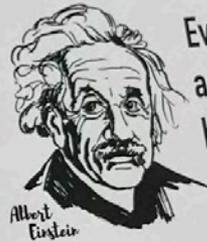


SHOWROOM

WELCOME TO NAMIX

Everything should be as simple as possible but not simpler





Everything should be made
as simple as possible,
but not simpler.

MEETING ROOM / A - Albert Einstein

すべてのことはシンプルにするべきである。
シンプルすぎてもつまらないけれど。

- アルベルト・アインシュタイン



NAMIX.

Life would be tragic if it weren't funny.
- Stephen William Hawking



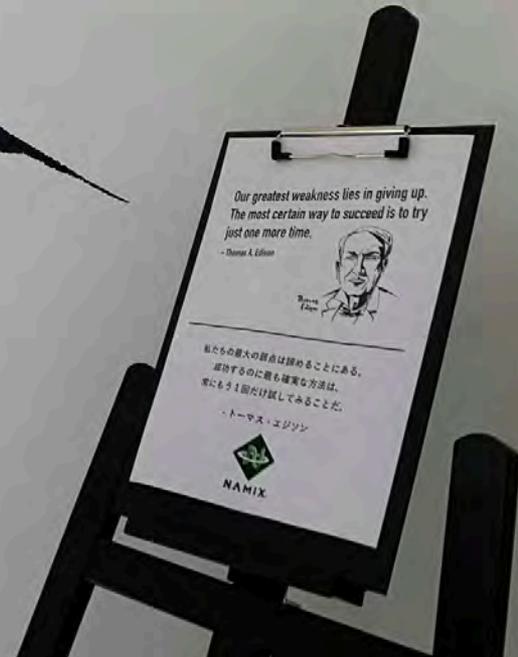
*Stephen
Hawking*



*Our greatest weakness lies in giving up.
The most certain way to succeed is to try
just one more time.*

- Thomas A. Edison

*Thomas
Edison*











NAMIX.

お客さまへのお約束

1. 徹底的に使い勝手を考え、長く愛される良い機械をつくります。
2. 徹底的に費用対効果が高まる、価値の高い製品をご提案します。
3. 徹底的にカスタマイズに対応し、大手にできない仕事をします。

NAMIX。

会議のルール

1. 時間通りに始め、時間通りに終わる。
2. 会議室の席は、前列から順に座ろう。
3. 会議も仕事、全員がかならず発言を。
4. 否定するなら、必ずベターな代案を。
5. 会議のためなら、スマホ使用もOK。
6. 会議室に、別の仕事は持ち込まない。
7. 参加者全員がしっかり事前に準備を。





NAMIX.

会議のルール

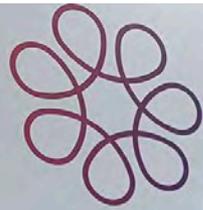
1. 時間通りに始め、時間通りに終える。
2. 会議室の席は、前列から順に座ろう。
3. 会議も仕事、全員がかみならず発言を。
4. 否定するなら、必ずベターな代案を。
5. 会議のためなら、スマホ使用もOK。
6. 会議室に、別の仕事は持ち込まない。
7. 参加者全員がしっかり事前に準備を。

鹿島印刷 本社入り口



リブレット 入り口





LIBRETTO

FURNITURE
DELIVERING
TEAM





Libretto is a hotel.
CREDO of LIBRETTO

「もしもリブレットという名の
ホテルがあったとしたら…」

「その架空のホテルで働く
スタッフが私たちだったら…」

感動接客。数々のサプライズ。
グローバルな商品知識。きめ細かい顧客管理。

きつとどの側面においても
私たちは地域・業界で一番の
家具屋さんになれると思います。

価格を下げずに価値をあげる。
このポリシーでいくと決めた私たち。

大事にしたい仕事観の共有を、
この1枚のカードに記します。

Y. Hashimoto

T. Kuratsuki



LIBRETTO

TEAM CREDO

TEAM CREDO of LIBRETTO

- 1 「紳」はキッズと女性、ご年配と
常に優先すべきは男性以外。
腰を落として下から目を合わせます。
- 2 さすがといわれる「サプライズ」
私たち全員の趣味はサプライズ。
すべての接客に感動を盛り込みます。
- 3 「工場見学」のように接客&発信
つくり手の想いや苦勞を伝える事。
ストーリーテラーとなり脱安売り。
- 4 商品知識以上の「市場知識」を
今の時代はお客さまの方が詳しい。
楽しい勉強会で私たちは世界を広げます。
- 5 細かすぎる「顧客管理」で有名に
ホテルに勤める私たちの得意技。
顔とお名前、会話や出逢いを共有します。
- 6 売れるお店は半分「イベント屋」
お客さまを待つではなく自らつくる。
私たちはノンストップでイベントをします。

Let's rock with these 6 phrases.
change maker.



LIBRETTO

FURNITURE
DELIVERING
E M







オテラグラス：お寺でワインとフードの集い







テライブ：お寺でアートと月見とみんなのライブ





ZERO CHRONICLE

ISSUE #1
WINTER 2019

すこぶるサステイナブル
今こそ台湾から学びたい!

PICK UP 1

GOGORO
O'RIGHT
GREENVINES
UNPACKAGED.U
FROM TAIWAN ... and more

PICK UP 2

OHKAWA PRINTING
YONAGO FASHION BUSINESS ACADEMY
YOSUKE OMORI
HAKKOH ... 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

ANNOUNCEMENT(1)

コミュニティホース JAPAN



✓ 2月22日(土)

✓ 3500円(1人)

✓ 10:30~@那須

✓ 共同オーナー＝

✓ 月額2万5千円

✓ ブランディングに！

昨年10月から 4回のアクションセミナーで・・・ 24社のユニフォームを刷新！



今度は 新規事業を 3回のセミナーで！

YONAGO
Fashion Business Academy

Come and join us!

初回は
1/28
START

米子ファッションビジネス学園 presents
THE ACTION SEMINAR SERIES
米子ファッションビジネス学園主催の
大人のためのリカレントスクールがSTART!

3回シリーズの
ワークショップ

<アクションセミナーシリーズ>
第一弾のテーマは
新規事業のアイデアと起ち上げ
講師はビジネス書作家でブランド戦略の専門家<村尾隆介>

受講希望の方はメールでお申込みください。✉ kumecho@yojiga.net
件名(アクションセミナー申し込み)として、本文に以下を記載ください。
①お名前 ②会社名 ③連絡先メールアドレス

今度は 新規事業を 3回のセミナーで！



YONAGO
Fashion Business
Academy

アクションセミナーシリーズ 新規事業のアイデアと起ち上げ

単にセミナーを聞くだけの時代はもう終わりです。すぐにアクションを起こせる仕掛けを盛り込んだワークショップ型セミナーがここ米子でスタートします。場所は米子ファッションビジネス学園。定期は高校生、専門学校生のための学校ですが、夜は大人向けのリカレントスクールも開講します。セミナーは3回シリーズ。配信や後日動画受講も可能な柔軟な設計になっていますのでお気軽にご参加できます！希望者にはアクションをサポートする相談会も実施します。

- 参加の方法は3種類
- ① 会場でのリアル受講
 - ② 配信授業をPCやスマホで受講
 - ③ セミナー動画を後日WEBで受講

※②③の受講を希望される方には受講費用のURLを申し込み後お知らせ！ ※希望者には個別相談会も実施可（米子ファッションビジネス学園のWEB）

DAY 01
1月28日(火) 15:00~18:00
参加者ひとりひとりにアイデア提供！
新規事業の起ち上げアイデアと未来予想図
~10年後に生き延びる策を今日考える~

DAY 02
2月18日(火) 15:00~18:00
時代に合ったビジネスモデルを各社に
新規事業の仕組とマネタイズの作戦づくり
~今までとは違うキャッシュの生み方を~

DAY 03
3月24日(火) 15:00~18:00
成功率を高めるためにはブランド戦略
営業なしでも売れるようにブランディング
~広げるためのニュースづくりとSNS~



講師紹介
村尾 隆介 RYUSUKE MURAO
ビジネス書作家/ブランド戦略の専門家
山積合同銀行顧問/日経BP経営客員研究員

中小企業のブランド戦略ブームを起こしたブランディングの第一人者。ベストセラー『安売りしない会社はどこで努力しているか？』『小さな会社のブランド戦略』は経営者の間でバズリ的存在。企業だけでなく自治体ブランディングも多数手がける。現在、第一学院高校で経営教育プログラムを担当。CMの脚本・演出家としても数回が役所、多数の映像作品を生み出す。企業活動を多面的にサポートできるビジネス&経営のスペシャリスト。

申込方法
受講希望の方は
下記メールからお申込みください。

受講料 **3万円+税**

kumecho@yojiga.net

件名(アクションセミナー申し込み)として、本文に以下を記載ください。①お名前 ②会社名 ③連絡先メールアドレス

お問い合わせて
Please call me **0859-21-0203**

会場：米子ファッションビジネス学園
〒683-0854 鳥取県米子市久米町239番地



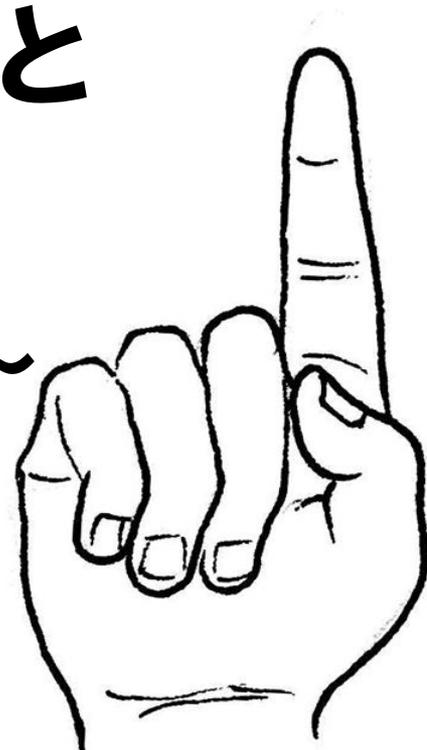
米子ファッションビジネス学園presents
THE ACTION SEMINAR SERIES #01

DAY01 (1月28日(火)15:00~18:00)

参加者ひとりひとりにアイデア提供!

新規事業の起ち上げアイデアと 未来予想図

~10年後に生き延びる策を今日考える~



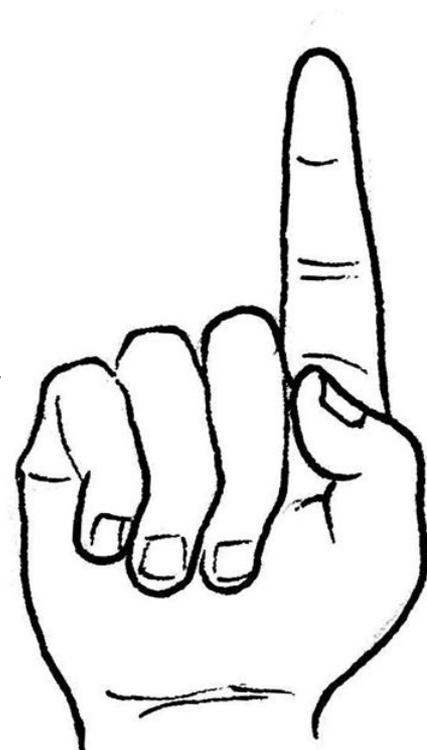
米子ファッションビジネス学園presents
THE ACTION SEMINAR SERIES #01

DAY 02 (2月18日(火)15:00~18:00)

時代に合ったビジネスモデルを各社に

新規事業の仕組と マネタイズの作戦づくり

～今までとは違うキャッシュの生み方を～



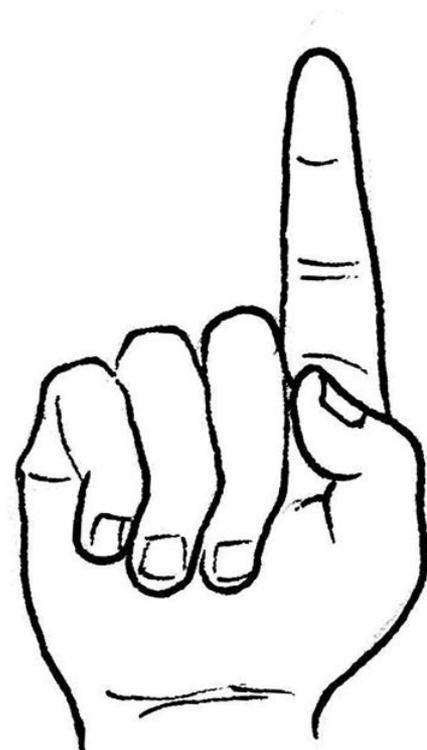
米子ファッションビジネス学園presents
THE ACTION SEMINAR SERIES #01

DAY 03 (3月24日(火)15:00~18:00)

成功率を高めるためにはブランド戦略

**営業なしでも売れるように
ブランディング**

～広げるためのニュースづくりとSNS～



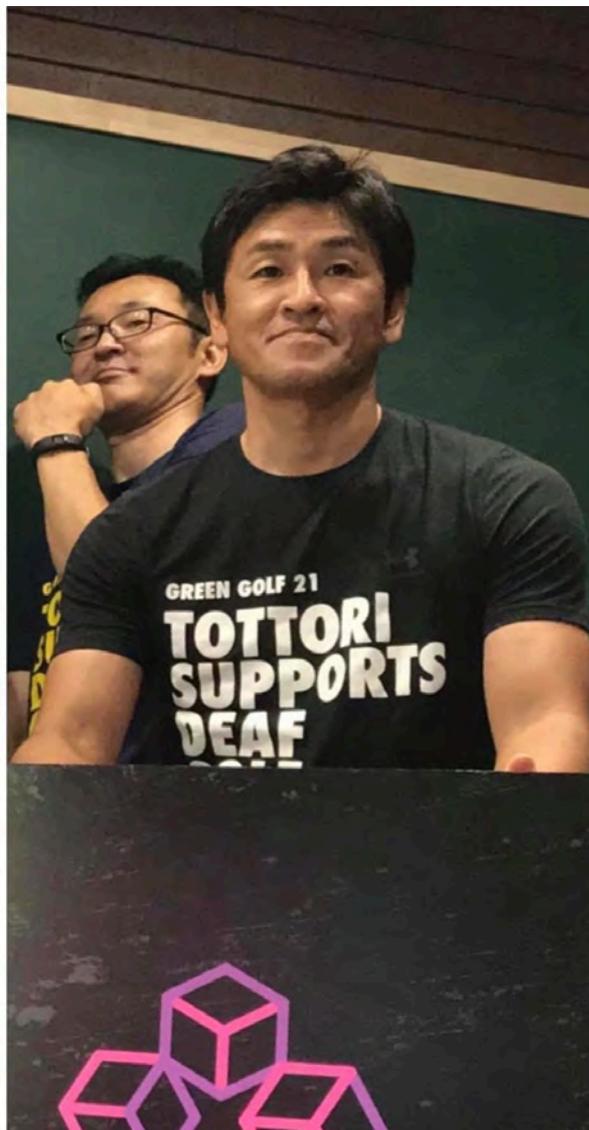
WORKSHOP

CLOSING

懸樋工務店(社長)



懸樋工務店(専務)



懸樋工務店(社長夫人)



パーソナルブランディング





BEFORE























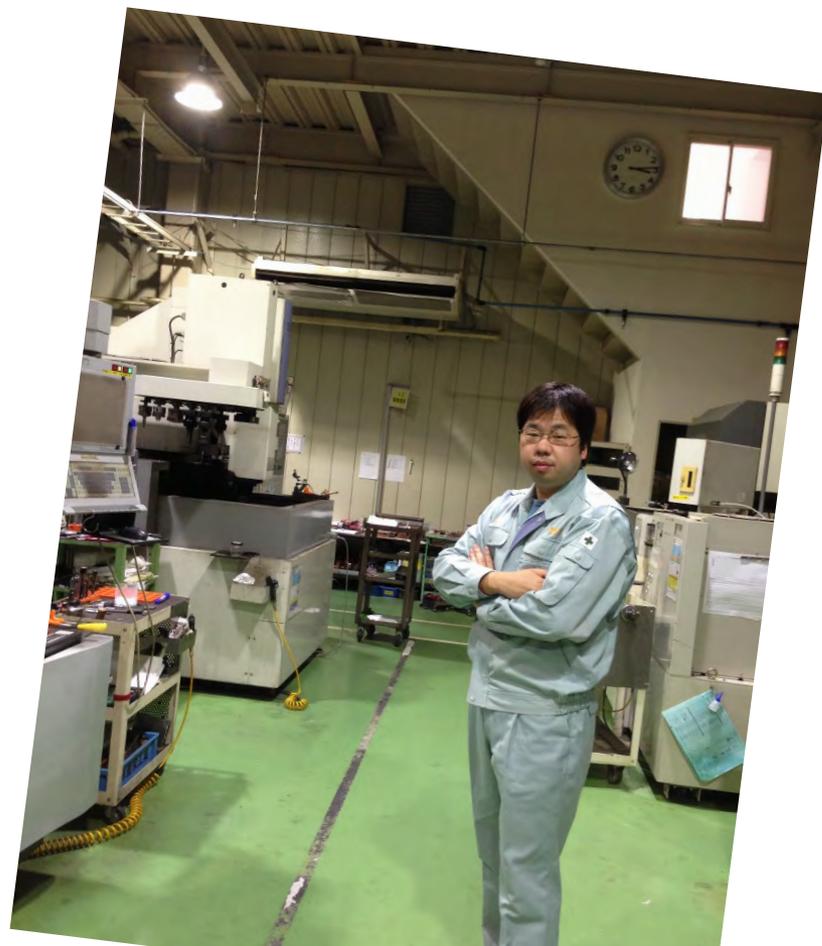






最後に・・・

営業担当の改革例を！



子ども用の食器 <イイワン>



OUR PROMISES

私たちのお客さまへのお約束

1. 子どもにとって安心・安全な植物原料素材を使い続けることをお約束します。
2. 子どもにとって優しい・使いやすい職人の手仕上げによる高い品質をお約束します。
3. ブランドポリシーとして、*かわいいね、うれしいね、たのしいね*をお約束します。

*かわいいね、うれしいね、たのしいね*をお約束します。



MADE FOR CHILDREN

最近、子ども向けの食器はずいぶんお洒落なものが増えてきました。しかし、それらの中には安価で「安全性」に疑問を感じるものがあります。そんな現状で、私たちは自分たちの子どもにどのような食器を使わせるのがよいかはじめて使う食器は安全であり、なおかつ子どもの感性を刺激するのがよい。「食」によってカラダとココロを育てていってほしい。そんな想いから生まれたのが、この幼児向け食器。安心な素材でできていて、子どもの食生活を支えること、子どもが楽しく食べることを、そんな家族の願いを叶えること、そんな願いを込めて、

iiwan

MY ACCOUNT

0 ITEMS

カートの中を見る

よくあるご質問

お問い合わせ

Facebookページ

トップページへもどる



私たちがiiwanをつかった理由



iiwanがギフトに選ばれる理由



iiwanのカラーバリエーションの秘密



iiwanを使った方のご感想

iiwanは、
とうもろこしと愛情で
できています。



iiwan ギフトセット

●●●○ 8,300円(税抜)

iiwanの主要6アイテムが詰まった、ギフトに最適なBOXセットです。



iiwan おちゃわん

●●●○ 1,700円(税抜)

ごはんにもスープにもちょうどよく、使い勝手のよい取っ手付きおちゃわんです。



iiwan ミルクカップ

●●●○ 1,800円(税抜)

お子さんがしっかり持ちやすいように両サイドに取っ手がついています。

iiwanは、
出産祝いの新定番です!









株式会社 プライズメント出版 『HANAMARU』 2012年3月号



P.112 「エコハク一等」特集
Iiwah 製品紹介
お問い合わせ 075-727-2222
URL: www.iwahan.com

Copyright © Iiwah All rights Reserved.



人と一緒に食べるときは・・・？



飲み物まで徹底！？



商談のための 出張時も・・・



納品時も・・・



すると どんどん“自分ファン”が！



今では<こどもビームス>や<ヒルトン>も取扱い



brand -
IIWAN

item - Cutlery

size - One size

食いしん坊ご用達

子供の使い方を考えて作られた丸いシルエットや広い握りが特徴の食器セット。とうもろこしから作られた自然素材でできており、口に入れても安心です。プロダクトデザイナーの市場純生氏がデザイン。8300円/イイワン (こどもビームス)

大阪拠点の食品商社・・・ 商談の出張時には？



台湾からの経営者たちにも紹介





最後に お伝えしたいのが・・・

パブリック・イメージ

(公共の場における自分の印象)

- ✓ **この2020年～版を固める**
- ✓ **まずはイメージの逆算＋小物から**
- ✓ **小物はコストが さほどかからないから**
- ✓ **2020年末には全員ステージUP！**



この1ヶ月の間は・・・

会員用オンラインサロン

いずれ有料になるけど 今は無料

- ✓ ここで質問・一歩前進・具体的なアイデア
- ✓ 他の人の参考になるように公開制で
- ✓ プライバシー？ メッセージャーで！ ペンネームで



STARBRAND CLUB 会員限定オンラインサロン

STARBRAND ONLINE SALON (仮)

New You

このオンラインサロンは、「新規事業」と「新しい自分をつくる」ためのネタを週2回のタイミングで村尾隆介が発信していきます。

ここは会員メンバー限定の場。コメントや意見、討論など大歓迎！経営者だけでなく各社のスタッフのみなさんもどんどん参加を、ぜひ！

 Starbrand

ASK US MORE at...
info@starbrand.co.jp

姉がよくいうこと・・・

「リュウスケは誰かを助け
その逆恨みや事故で死ぬ」



STARBRAND CLUB MEMBER SEMINAR

2020



2020年のスターブランドのテーマ

< NEW YOU >

この1年間は、CLUB MEMBER SEMINARのトピックはすべてがパーソナル・ブランディングに関わることに変わります。ファッション・プレゼンテーション、立ち振舞い、第一印象、発信力、テーマは多岐に渡りますが、一貫して一人一人の「個人ブランド」をあげることに注力しています。過去を振り返るこれからの日本をサバイブするには各々が自分のブランド力をアップすることが必要不可欠。社長も社員もそれぞれが個人のブランド力をアップすることができれば、会社の競争力・売上・採算には必ず良い影響があるはずです。2020年は徹底的に「パーソナル・ブランディング」を学び、徹底的に自分自身を鍛える1年にしましょう！

FUKUOKA

OSAKA

TOKYO

IWATE

YAMAGATA

◎ ACU 博多

www.acu.co.jp/hokata/

19:00 - 21:00



◎ アットビジネスセンター
〒512-0044 大阪市東区

http://atbiz.co.jp/osaaka/club.html

19:00 - 21:00



◎ AP東京

www.ap-tokyo.co.jp/hanto-w/sep-yama/

18:00 - 19:00 19:00 - 21:00



◎ リリオ

www.edorl.or.jp/rlm

19:00 - 21:00



◎ 山形テルサ

www.yamagataterra.or.jp/club

19:00 - 21:00



スターブランドCLUB正会員の方

- 提携のセミナーに個人受講・法人受講ともに参加できます。
- 法人受講はその会社に属する方は特別価格で参加可能です。
- 毎月1回・3回・6回はリアルタイム配信を予定しています。
- スタジオへは変更の可能性がありますのでご了承ください。
- 詳細情報はスターブランドinhouseにてお問い合わせください。



体験受講をご希望の方

- プランディングに興味がある方はどこでもご参加いただけます。
- スターブランドCLUBに個人受講可能です。
- 体験受講費用は、お申し込みの時点で1,980円です。
- 体験受講は60分（約1部）です。
- スターブランド社ホームページでお申し込みいただけます。

info@starbrand.co.jp



スターブランドのブランド戦略

ブランド戦略の基礎知識(3)

ブランド力＝引力

求めずとも
経営に必要なものが
勝手に集まってくる状態



「ブランド戦略」を重視しなかった会社

いつもバタバタ・・・競争の毎日

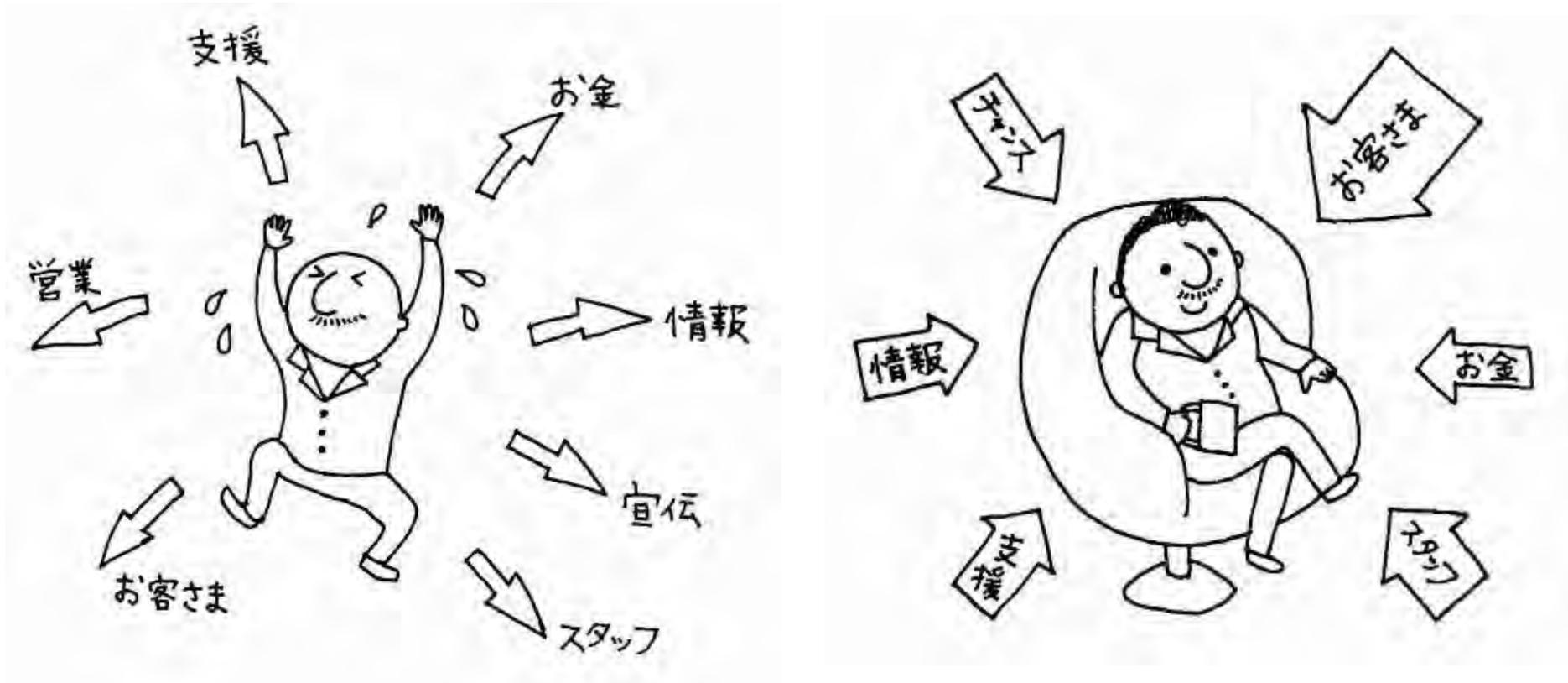


「ブランド戦略」に取り組んできた会社

いつでも余裕！ 必要なものが勝手に集まってくる状態

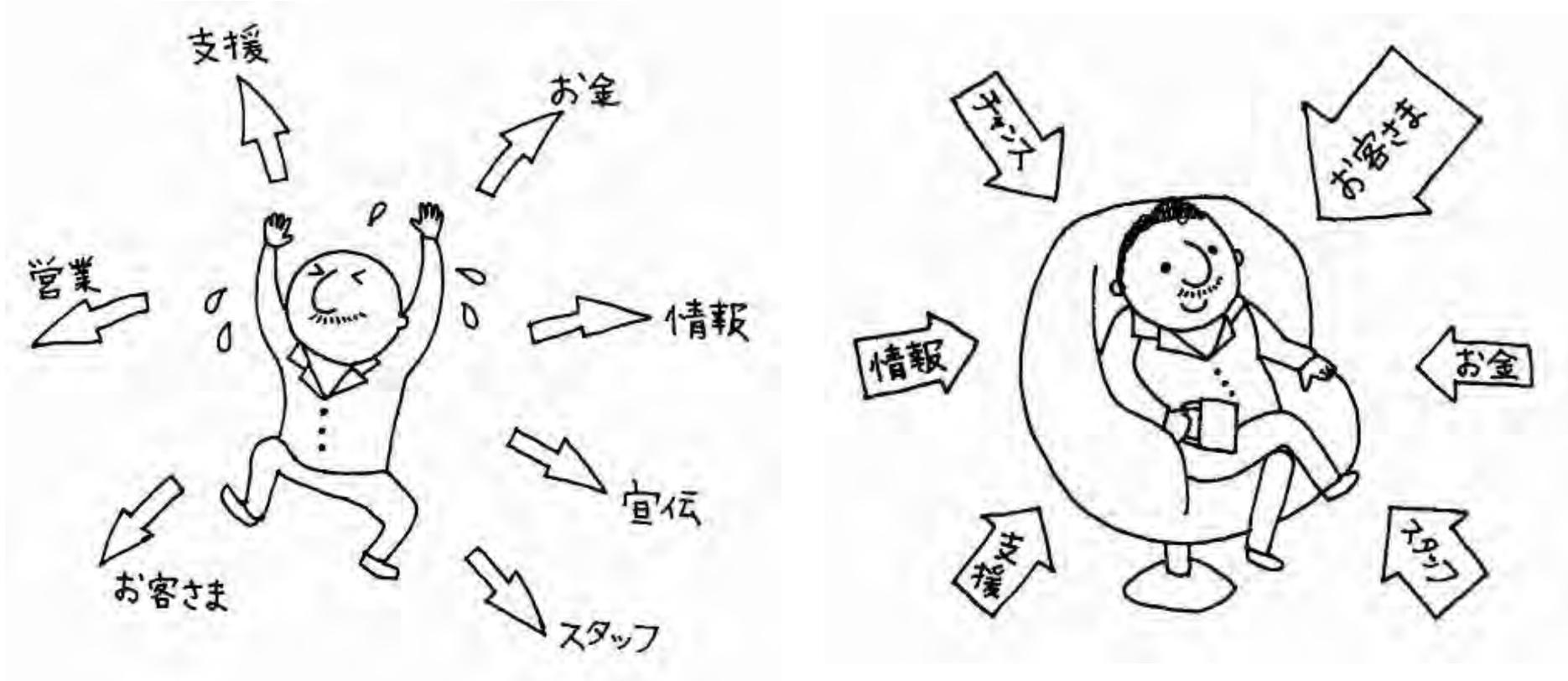


どちらが上手な経営？



ブランド力 = 引力

どちらが上手な経営？



ブランド力 = 引力

「自分のブランド戦略」も これと同じこと



赤い尾っぽも 一時期社員向けに配布

