

BulVis

ビジネス・ウィズダム

BulVis in Matsuyama

「地方組織を強くするブランディングの実践論」

2018.7.13

Webのその先へ。

WEB  Eight.

社員モチベーションにつながる ブランディング戦略とウェブ活用

株式会社ウェブエイト

代表取締役 草間 淳哉

ブランディングウェブ戦略研究家 草間淳哉

◆ プロフィール

株式会社ウェブエイト 代表取締役社長

清泉女学院短期大学 非常勤講師

FM-NAGANOナガブロ放送局 メインパーソナリティ

一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会 認定トレーナー

セミナーズ 認定トレーナー

◆ スタイル

目的を明確にしたウェブ戦略・ブランディング戦略サポートによって
業績アップした企業多数。セミナー研修で、年間120回以上登壇。

「ひたすら優しく楽しく分かりやすく」がモットー。

裏表ない性格で、場を和ませながらクリエイティブな発想を引き出すのが得意。



全国の書店やamazonでも好評発売中

ブックファースト 六本木店
週間総合ランキング1位



紀伊国屋書店 新宿店
週間ベストセラー2位



自分1人、1日でする
Personal Branding
パーソナルブランディング

MY BRAND
草間淳哉

売り込まなくても
仕事が舞い込んでくる!

同文館出版

自分1人、1日でする

パーソナルブランディング

MY BRAND

出版社：同文館出版

著者：草間 淳哉

定価：1,620円 (1,500円+税)

発売：2018年2月



Contents

- 第1章 パーソナルブランディングを始める前に
- 第2章 パーソナルブランディングの成功事例
- 第3章 「さあ始めよう!ステップ1」まずは自分をもっと知ることから
- 第4章 「さあ始めよう!ステップ2」あなたを本当に必要としている人は誰ですか?
- 第5章 「さあ始めよう!ステップ3」ライバルのことを丸裸にしておこう
- 第6章 「さあ始めよう!ステップ4」自分の軸を作り出す
- 第7章 「さあ始めよう!ステップ5」具体的にパーソナルブランドを確立させる
- 第8章 「さあ始めよう!ステップ6」ブログでパーソナルブランドを浸透させる
- 第9章 「さあ始めよう!ステップ7」SNSでパーソナルブランドを浸透させる
- 第10章 「さあ始めよう!ステップ8」パーソナルブランドをさらに飛躍させる

企業ブランディング研修の様子



ブランディング事例コンテスト2016



×
WEB Eight.

株式会社 ウェブエイト

一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会が主催する『2016 Branding Award』にて、弊社社長の草間がブランドマネージャーを務めた株式会社ヴィンテージストックの「オーディオ買取り屋」が準大賞を受賞しました。



「オーディオ買取り屋」は、中古オーディオの買取販売を行っているオンラインサイトで、ウェブコンサルタントとしての緻密な調査と、ブランディングプロセスから導き出したペルソナへの的確なアプローチでブランドを構築したことが評価されました。今では売上が前年比1.5倍、見積り依頼は前年比2倍となりました。今後もウェブエイトは、お客様に常に寄り添いながら、お客様の新たな価値を引き出すサポートができるよう努めて参ります。



ウェブエイト 全国準大賞
事業のブランド化 高評価

インターネットコンサルティングを営むウェブエイト(松本市神田)の草間淳哉社長(68)が、父・啓介さん(88)の経営する中古オーディオ買取り屋のウェブサイトを刷新し、業績を改善させた事例が受賞した。

コンテストは、協会の講座で「ブランド構築プログラム」を学んだ人を応募対象として、観客強化などに



ブランド構築事例が準大賞を受賞した、ウェブエイトの草間社長(中央)、父でヴィンテージストック経営の啓介さん(右)ら

010年には中古オーディオ機種のブランド戦略の調査を委託し、事業戦略を練り直した。ウェブエイトの草間淳哉社長(68)が、父・啓介さん(88)の経営する中古オーディオ買取り屋のウェブサイトを刷新し、業績を改善させた事例が受賞した。

ウェブエイトの草間社長は受賞について、「ヒトやモノなどそれぞれの資産の価値に気づけてブランド化でき

ブランディング事例コンテスト2017

意識改革、実行力などが評価

ウェブイト「ブランディングコンテスト」で2事例が優秀賞



優秀賞を受賞した事例のデータを入れたパソコンを持つ今関さん、伏見さん、草間社長(左から)

ウェブイト制作などのウェブイト(松本市神田)がブランディングを手がけた2事例が、一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会(東京都)が開く「第7回2017ブランディング事例コンテスト」で優秀賞を受けた。上田市別所温泉の老舗旅館・中松屋旅館と、長野市の総合建設会社・家づくり工房ちゅうぶの事例。従業員の意識改革、実行力の高さなどが評価された。(八代けい子)

ブランディングは、例)に次ぐ。応募数は企業独自の魅力をつくり、それを市場や顧客に浸透させていく、魅に浸透させていく、魅績向上に大きな成果を力創造活動。優秀賞は、上げるため、企業理念大賞、準大賞(各1事)や考え方を社員に浸

透、理解させることから取り組み、各事業所と共に話し合いながら内容を具体化した。

中松屋旅館 ▽真田丸など、外部環境に左右されないブランドづくり▽若おかみが旅館の顔となり、満足してもらえる仕組みづくり▽中松屋、さらに別所温泉全体を元気にする一をミッションに「親子三世代でゆくり安心して泊まれる宿」をコンセプトに掲げた。

内装を変えたり、宿泊プランを考えたり。何より、支配人、社員らが一致団結して取り組むようになったといい、楽天トラベルの口コミサイトでは、昨年3万台だった評価が、今年は4.55にアップ。7月以降はオール5という。売り上げは2年前より20%アップした。

家づくり工房ちゅうぶ「いい家とは『子どもがすくすく育つ家』なんだ」。社の強みをどう伝えるか、市場でどう戦うかなどを、現場の社員と徹底

企業ブランドを構築

ウェブイト 事例評価で優秀賞

ウェブイト制作やコンサルタントなどの「ウェブイト」(草間淳也社長)は本社松本市の長野オフィス北石堂町は14日、一般財団法人「ブランド・マネージャー認定協会」が東京で開いた「ブランディング事例コンテスト」で、上から3番目の優秀賞を同時に二つ受賞した。

ブランディングは、ブランドに対する共感や信頼性を構築し、顧客にとっての価値を高める活動。同社は、中部建設工業の個人向け住宅の建築部門「家づくり工房ちゅうぶ」中御所3と、上田市の老舗旅館「中松屋」でのコンサルティングの事例が評価された。



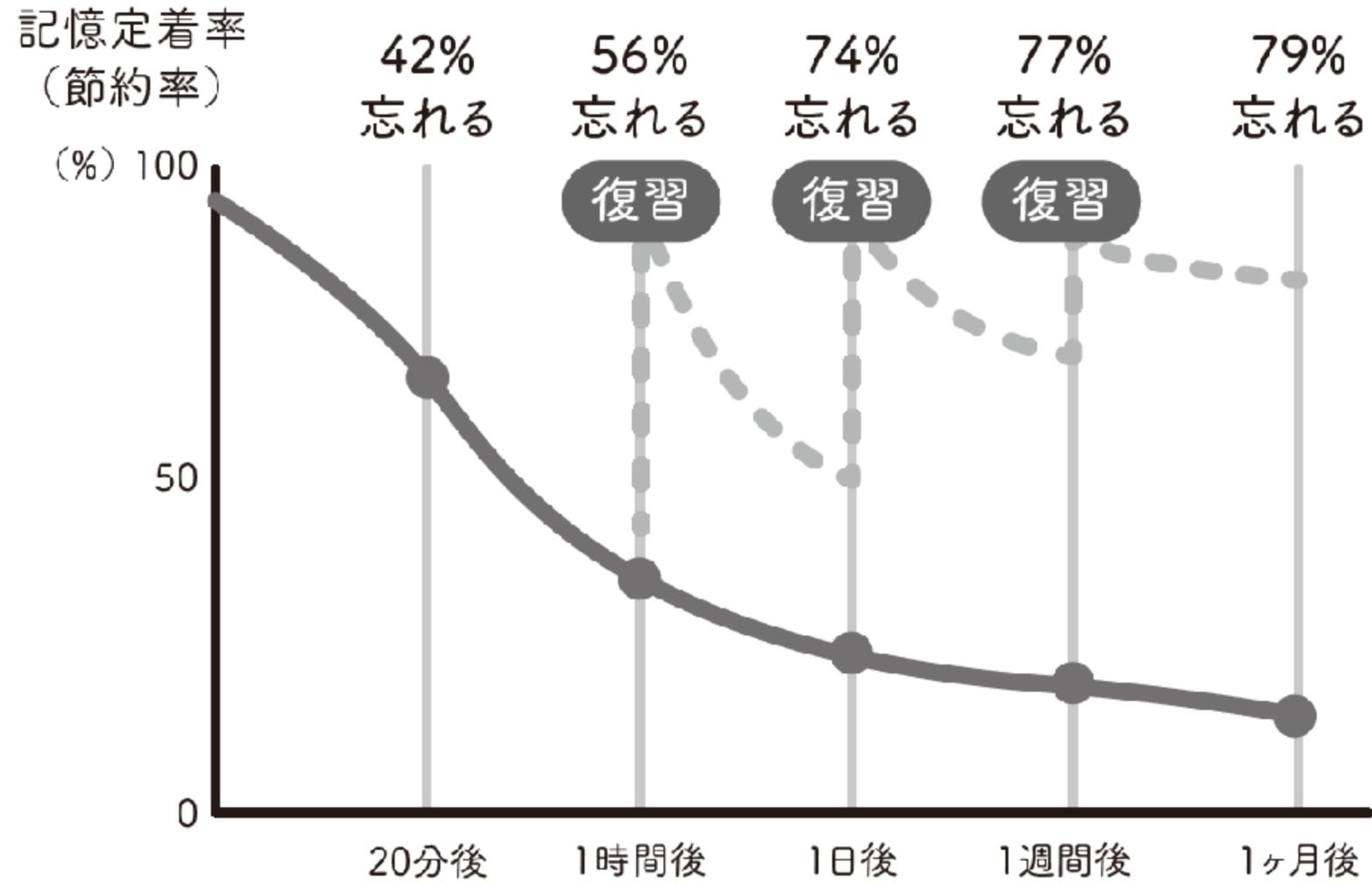
1次の書類審査に5件が通過し、最終の2次審査では大学教授や

中松屋のホームページを開く草間社長(右)と、中部建設工業の新企業ロゴを紹介するウェブイトの社員

1ヶティン グ経験者ら4人がプレ

ゼンテーションを見て賞を決めた。同社の受賞は昨年の準大賞に続

エビングハウスの忘却曲線



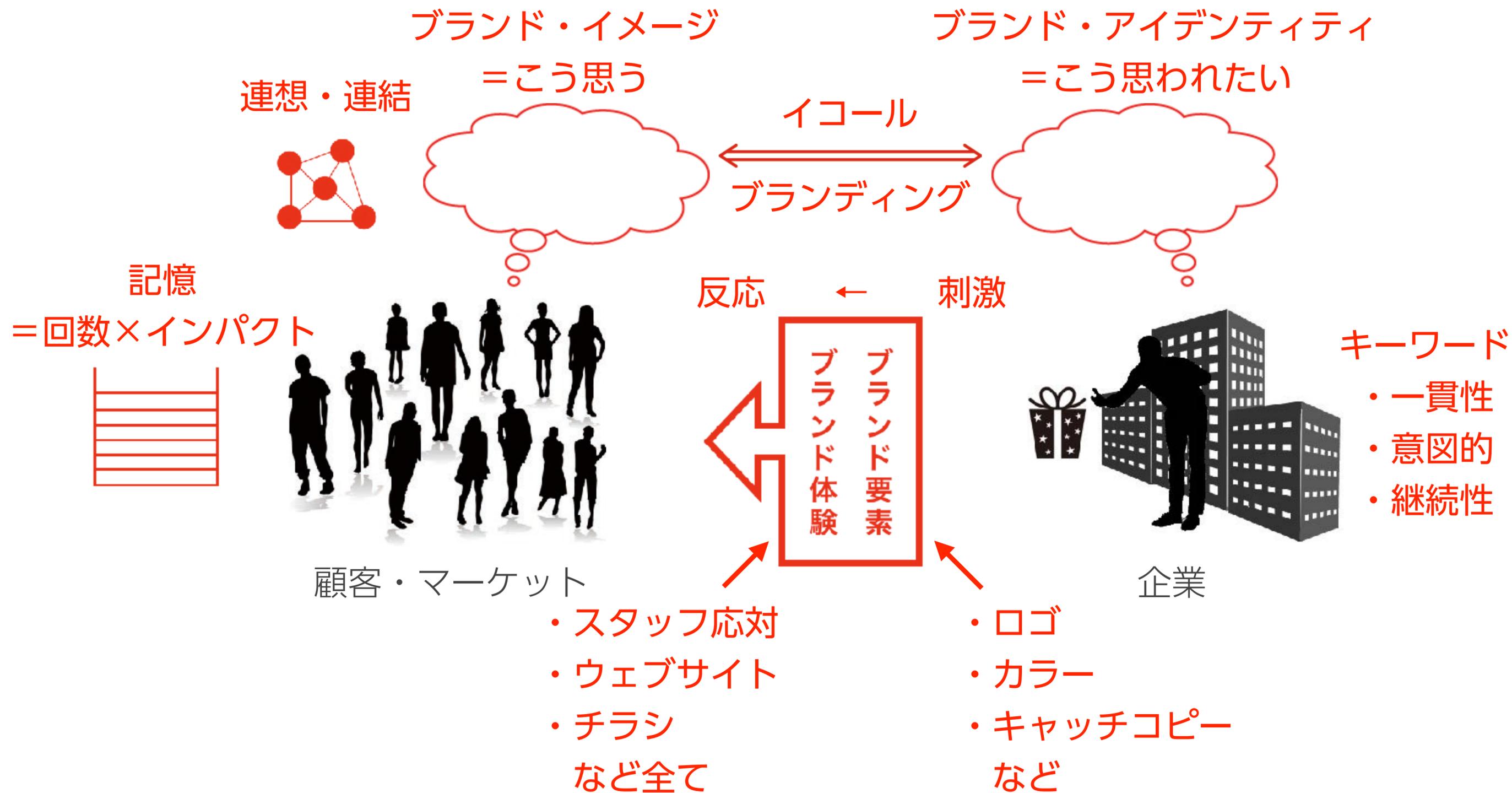
明日の朝、再度復習していただけますか？

ブランドって？ブランディングって？

「ブランド」と聞いてあなたは何を思い浮かべますか？

それでは「ブランディング」とは？

ブランディングとは？



2つのブランディング

ブランディング

マーケット

アウター
ブランディング



社内

インナー
ブランディング



=

創業享保時代の別所温泉老舗宿

外部環境依存からの脱却

中松屋旅館の一致団結リブランディング

歴史と背景

別所温泉の歴史

長野県上田市の高地（標高570m）にある信州最古の温泉で、記録で確認できるのは**825年**（平安時代）から。日本書紀や古事記に登場する古代日本の皇族日本武尊（ヤマトタケル）が7か所に温泉を開き「七苦離の温泉」と名付けたという伝説から「七久里の湯」とも呼ばれている。

近江（滋賀県）から東北までの東山道の沿線各国は中央集権の行政区となっており、別所温泉にも多くの役人、商人、防人、旅人が往来していたため、都をはじめ各地に知られるようになったものと考えられる。

7世紀後半から8世紀後半にかけて編まれた日本に現存する最古の和歌集万葉集にも、別所温泉への多くの人々の行き来を見ることができる。

明治時代、別所温泉を含む上田周辺は養蚕の活況で古くから賑わっていたため**30**を超える宿があったが、養蚕業の衰退とともに数は減少、2017年現在は**18**軒が営業している。



ブランドの背景 ①

別所温泉全体の利用客減少

平成15年をピークに別所温泉全体の利用客が減少。

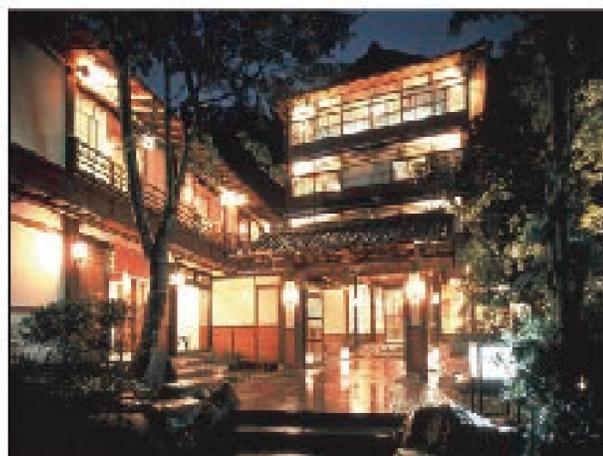
人気アニメ映画でモデルとなった旅館の倒産

ジブリ映画のモデルとなったとも云われている老舗の人気旅館が倒産。

木造建築の景観は上田市景観賞も受賞していた。

別所温泉利用者統計（人）

平成15年	平成23年	平成27年
988,000	780,000	899,000



出典：楽天トラベル



2016年NHK大河ドラマ「真田丸」で 上田市の別所温泉は盛り上がりを見せる！

◆ 2016年の経済効果 (2017年2月20日 長野県上田市発表)

- 経済波及効果：200億9000万円
- 県内観光消費額：143億3000万円（交通費を除く）
- 上田市消費総額：67億9000万円（県内観光消費額の47.7%）
- 上田市観光客増加人数：103.5万人

ですが・・・

団体客ばかりで個人客をお断りすることも



出典:NHK大河ドラマ「真田丸」

◆ 中松屋旅館 社内環境

○ 支配人、若女将、従業員間でのビジョンの相違

- 数年後の未来を見据える支配人と、日々の業務に追われるスタッフ
社内でぶつかることが多々

○ 若女将の任務

- 本来は女将としてお客様へ特別な接待をすべき仲居さんと同じような立場にいる

○ スタッフに主体性・当事者意識がなく、 自発的に業務に取り組めていない

- それぞれに責任感がない。お互いに陰で愚痴る。風通しが悪い

我々のミッション！



- 真田丸など外部環境に左右されないブランドづくり。
- 若女将が旅館の顔となり、お客様に満足いただける仕組みづくり！
- 中松屋を、さらには別所温泉全体を元気にし活気を取り戻す！

リブランディングのステップ

アンゾフの成長マトリックス

		製品（サービス）	
		既存	新規
市場（顧客）	既存	①市場浸透戦略	②製品開発戦略
	新規	③市場開拓戦略	④多角化戦略

アンゾフの成長マトリックス

1 市場浸透戦略 (既存顧客×既存サービス)

既存顧客	
年配夫婦、団体客、小学生・中学生子どももいるファミリー	

		製品 (サービス)	
		既存	新規
市場 (顧客)	既存	①市場浸透戦略	②製品開発戦略
	新規	③市場開拓戦略	④多角化戦略

宿泊予約	プラン	施設	料理	サービス
楽天トラベル じゃらん 公式ホームページ 電話予約 旅行代理店	真田丸プラン お料理プラン 早割りプラン	展望風呂 家族風呂 肌に優しい泉質 畳敷き ラウンジカフェ スナック	会席料理 人参スープ 信州の旬な食材 料理長こだわり料理 品数が多いのは料理 長のこだわり	玄関に車のりつけ 女将出迎え 団体利用可能 浴衣 足袋靴下 バス送迎 駅まで送迎

アンゾフの成長マトリックス

2 製品開発戦略 (既存顧客×新規サービス)

既存顧客	
年配夫婦、団体客、小学生・中学生子どももいるファミリー	

		製品 (サービス)	
		既存	新規
市場 (顧客)	既存	①市場浸透戦略	②製品開発戦略
	新規	③市場開拓戦略	④多角化戦略

宿泊予約	プラン	施設	料理	サービス
一休 トリップアドバイザー	<u>退職祝いプラン</u> <u>還暦祝いプラン</u> 夫婦早割りプラン	足揉み機 リラクゼーション エステ マッサージチェア おもちゃ・ゲーム	<u>退職祝いコース</u> <u>長寿祝いコース</u> <u>子ども会席料理</u>	<u>還暦ちゃんちゃんこ</u> <u>ケーキ</u> <u>花束</u> <u>子ども用浴衣</u>

アンゾフの成長マトリックス

3 市場開拓戦略 (新規顧客×既存サービス)

新規顧客	
外国人、 親子三世代 、20～30代カップル、 ブライダル挙式 、一人旅、乳幼児連れファミリー	

		製品 (サービス)	
		既存	新規
市場 (顧客)	既存	①市場浸透戦略	②製品開発戦略
	新規	③市場開拓戦略	④多角化戦略

宿泊予約	プラン	施設	料理	サービス
楽天トラベル じゃらん 公式ホームページ 電話予約 旅行代理店	真田丸プラン お料理プラン 早割りプラン	展望風呂 家族風呂 肌に優しい泉質 畳敷き ラウンジカフェ スナック	会席料理 人参スープ 信州の旬な食材 料理長こだわり料理 品数が多いのは料理 長のこだわり	玄関に車のりつけ 女将出迎え 団体利用可能 浴衣 足袋靴下 バス送迎 駅まで送迎

アンゾフの成長マトリックス

4 多角化戦略 (新規顧客×新規サービス)

新規顧客	
外国人、 親子三世代 、20～30代カップル、 ブライダル挙式 、一人旅、乳幼児連れファミリー	

		製品 (サービス)	
		既存	新規
市場 (顧客)	既存	①市場浸透戦略	②製品開発戦略
	新規	③市場開拓戦略	④多角化戦略

宿泊予約	プラン	施設	料理	サービス
一休 トリップアドバイザー ブライダル雑誌	英語のプラン ブライダルプラン 親子三世代プラン 温泉デビュープラン	英語表記 結婚式会場 子どもが遊べるスペース	祝宴コース料理 離乳食 誕生日祝いコース 長寿祝いコース	英語対応 還暦ちゃんちゃんこ ケーキ 花束 子ども用浴衣

PEST分析

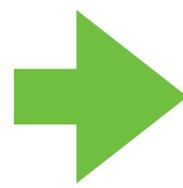
	注目すべき変化	プラス要因	マイナス要因
P			
E			
S			
T			

PEST分析

プラス要因

○少子高齢化

- 東京ー金沢間「北陸新幹線」 開通
- NHK大河ドラマ「真田丸」
- 東京オリンピック
- 20代~70代までスマホ普及



●祖父母世代が孫にお金をかける

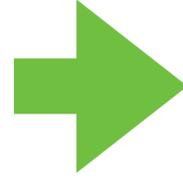
- 首都圏からの観光客増加
- 大河ドラマによる全国からの観光客増加
- 海外からの観光客増加
- スマホ普及でオンライン予約容易

マイナス要因

- 東京ー金沢間「北陸新幹線」 開通

○NHK大河ドラマ「真田丸」

- 消費税アップ
- 経済格差

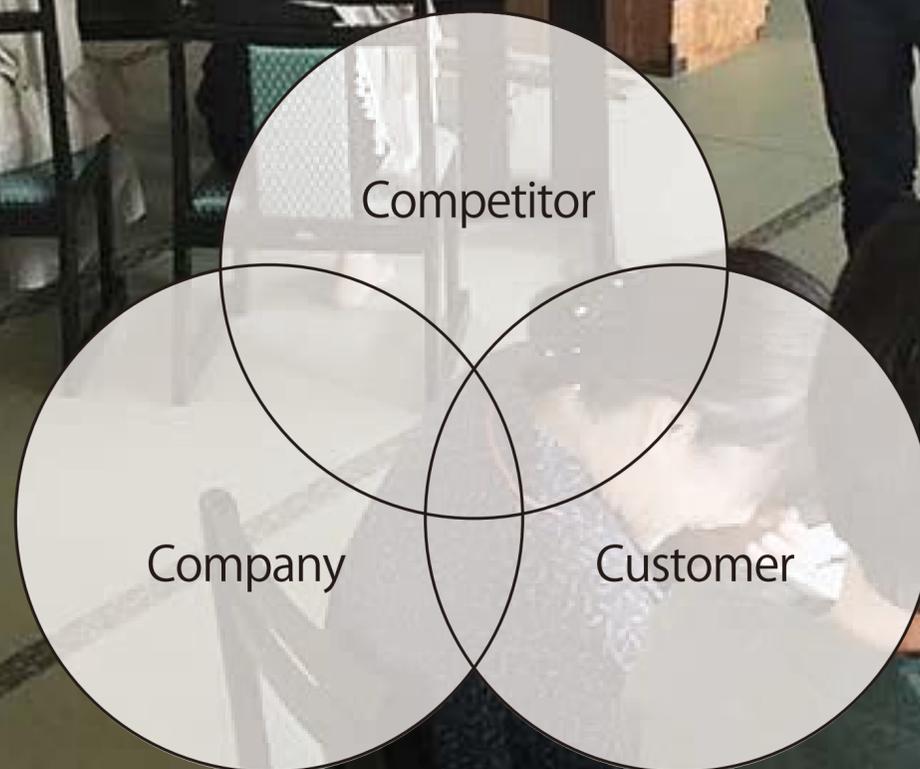


- 首都圏からの観光客が北陸へ行ってしまふ

●恩恵を受けるのは1~2年→団体減る

- 外泊が少なくなる

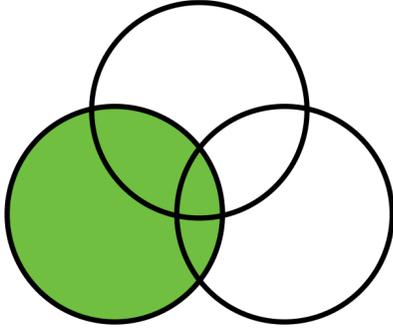
3C分析



3C分析 (自社)



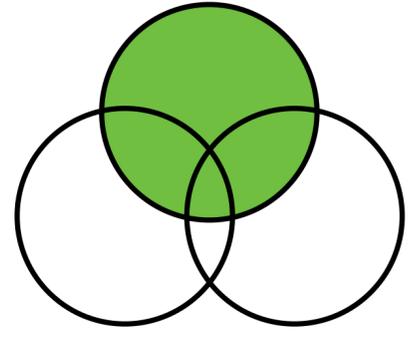
研修で行った自社の強み出し、Webサイトに掲載されている情報、楽天・じゃらんの口コミを参考に、中松屋の「強み」と「弱み」を「ヒト」「モノ」「コト」に分類



	ヒト	モノ	コト
強み	<ul style="list-style-type: none"> スタッフの心配りが行き届いている スタッフの笑顔が素敵 女将がお出迎え・見送り 	<ul style="list-style-type: none"> 全館畳敷き、素足で歩ける 小さな子どもも安心して館内を歩き回れる ほとんど段差がない 北向き観音が見える部屋 古民家風特別室 地元の食材を使った料理 貸切風呂 展望風呂 湯上がり無料飲料 館内いたるところに生花 	<ul style="list-style-type: none"> アレルギー対応 料理が美味しい口コミが多い 口コミで悪い評価の部分がすぐに改善される
弱み	<ul style="list-style-type: none"> 一部スタッフの教育が行き届いていない 	<ul style="list-style-type: none"> ロビー・フロントスペースが狭い 冬は古民家風特別室が寒い 館内にアルコールの自動販売機がない 	

3C分析 (競合)

競合宿泊施設の「強み」と「弱み」を「ヒト」「モノ」「コト」に分類



	ヒト	モノ	コト
強み	<ul style="list-style-type: none"> 行き届いたサービス 	<ul style="list-style-type: none"> 館内に上田ならではの装飾・アート 部屋着の作務衣 部屋にこたつ 貸切風呂 部屋にマッサージチェア 子供用のサービス (料理・アメニティ) 展望風呂 建物の風情・趣 	<ul style="list-style-type: none"> 到着時の抹茶サービス 女性が喜ぶ特別感あるサービス 湯上がりのサービス 料理要望対応可 バスタオル何度も交換 レイトチェックアウト 駅までの送迎 料理がおいしい 食事は個室
弱み	<ul style="list-style-type: none"> スタッフのサービス・愛想が悪い スタッフの教育が行き届いていない 	<ul style="list-style-type: none"> 館内が複雑で迷う ウォシュレットがない 部屋には化粧品アメニティがない 茶菓子の用意がない 風呂が狭い 	<ul style="list-style-type: none"> 食事処で一人旅への配慮がない 団体利用で落ち着かない 駐車場が遠い 館内の移動距離が遠い・階段・段差が多い お風呂の段差 料理の品書きがない クレジットカードが使えない

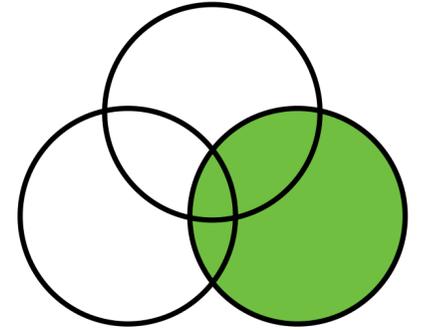
3C分析 (顧客のニーズ)

顧客の欲求

- 美味しいお料理
- 日常生活を忘れてゆっくり
- 温泉に入ってリラックス
- おもてなしされたい
- 記念日にサプライズプレゼント
- 清潔感のある綺麗な宿
- 早めのチェックイン・遅めのチェックアウト
- 土地の美味しいものを食べたい
- 親子三世代での旅行

顧客の不安・困り事

- 食事中に子どもが騒いだら困る
- お風呂で子どもが転んで怪我
- 子ども用の料理
- 高齢の両親、館内の段差はないか
- 館内の車椅子移動は可能か
- 食物アレルギー
- アメニティは揃っているか
- 到着までに道に迷ったりしないか
- 荷物が多くて観光できるか
- 周辺にはどんな観光場所があるか
- 子どもが飽きないか



3C分析から導き出されたキーワード



親子三世代

全館畳敷き

子どもサービス

スタッフ対応

貸切風呂

料理

アメニティ

サービス

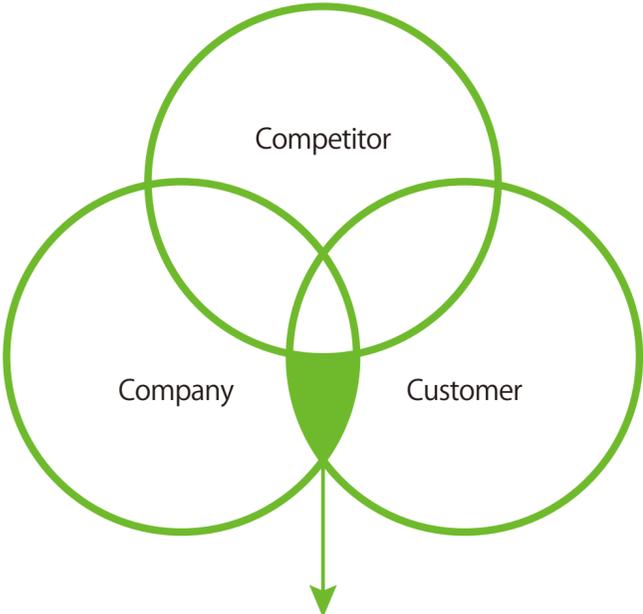
3C 競合宿泊施設との比較

	親子三世代	館内畳敷き	子どもサービス	スタッフ対応	貸切風呂	料理	アメニティサービス
中松屋	○	◎	○	◎	◎	◎	◎
かしわや本店	○	×	×	◎	◎	◎	○
かわせみの宿	×	×	×	◎	×	○	○
上松屋旅館	×	×	×	◎	×	○	◎
花屋	×	×	×	○	×	○	○
玉屋旅館	○	×	△	○	×	◎	◎
桂荘	×	×	×	◎	◎	◎	○
七草の湯	×	◎	△	◎	◎	○	◎
緑屋吉右衛門	×	×	×	○	○	◎	△
柏屋別荘		△	△	◎	◎	○	◎
旅館つるや		×	×	△	○	○	×
斎藤旅館		×	×	△	◎	△	×
朝日館	○	×	△	◎	×	◎	◎
南條	○	×	○	◎	×	△	◎

中松屋は全体的に高い評価となっている

中松屋の強みを活かし、他社の弱みとなっている部分を
更に打ち出し差別化を推し進める

つまり、まとめると・・・



**家族みんなが安心して
ゆったりゆっくりにできるサービスと空間を目指そう！**

3C分析 市場機会から導き出されたサービス



- 全館畳敷きで、小さな子どもから年配の方まで安心して館内を移動できる
- 小さなお子様へのサービス（料理・アメニティ）
- 家族風呂
- 従業員の徹底したサービス
- 地元で採れた食材
- 清潔感（隅々まで徹底した清掃）
- お客様の要望に柔軟に対応（記念日サプライズなど）
- 段差のない館内

セグメンテーション・ターゲティング

性別	
年代	
居住地	
家族構成	
職業	
住居	
趣味	
世帯収入	
情報収集	
食の好み	

セグメンテーション・ターゲティング

性別	男性 女性
年代	10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代
居住地	長野県内 東京 神奈川 千葉 埼玉 群馬 茨城 新潟 石川 岐阜 名古屋 静岡 大阪 京都 兵庫 福岡
家族構成	一人暮らし 夫婦 夫婦+子ども 夫婦+子ども+祖父母 パートナー
職業	会社員 主婦 自営業 パート 定年退職
住居	賃貸アパート 賃貸マンション 賃貸一軒家 所有一軒家 所有マンション 二世帯住宅
趣味	旅行 食べ歩き ウォーキング ランニング ヨガ ゴルフ 山登り 読書 映画鑑賞 音楽鑑賞 舞台鑑賞 園芸 カラオケ 囲碁 将棋 スポーツジム 水泳 茶道 華道 俳句 料理教室 太極拳 ボランティア 地域のコミュニティ参加
世帯収入	100万円未満 300万未満 500万未満 700万未満 1000万未満 1500万未満 2000万未満 2000万円以上 年金
情報収集	新聞 雑誌 口コミ Facebook Instagram Twitter ブログ テレビ ラジオ 本 インターネットサイト
食の好み	和食 洋食 中華 多国籍料理 大食漢 質より量 量より質 健康志向 外食 家食 野菜好き 肉好き

ペルソナ①

高橋 洋子さん 40歳

居住地	東京都国分寺市（石川県金沢市出身）
住まい	所有マンション（中古購入3,600万円）
世帯年収	650万円
職業	パート（受付・事務） 週3日勤務 月75,000円
家族構成	夫：会社員 メーカー勤務 42歳 長男：4歳 よく走り回る元気な男の子。 長女：2歳 1歳から保育園にあずけている
趣味・好きなこと	ヨガ、ママ友とカフェ



普段離れて住む両親・子どもと、ゆっくりできる温泉旅行を計画している。

40代になり金銭的にも少し余裕が出たので親へのプレゼント。

エピソード：「社内でのぶつかり」

ターゲットを絞りましょう！

伏見

支配人

草間

石曾根

現場スタッフ
絞るなんてできない！

エピソード：「それがベストか!？」



それが本当にベストか?!

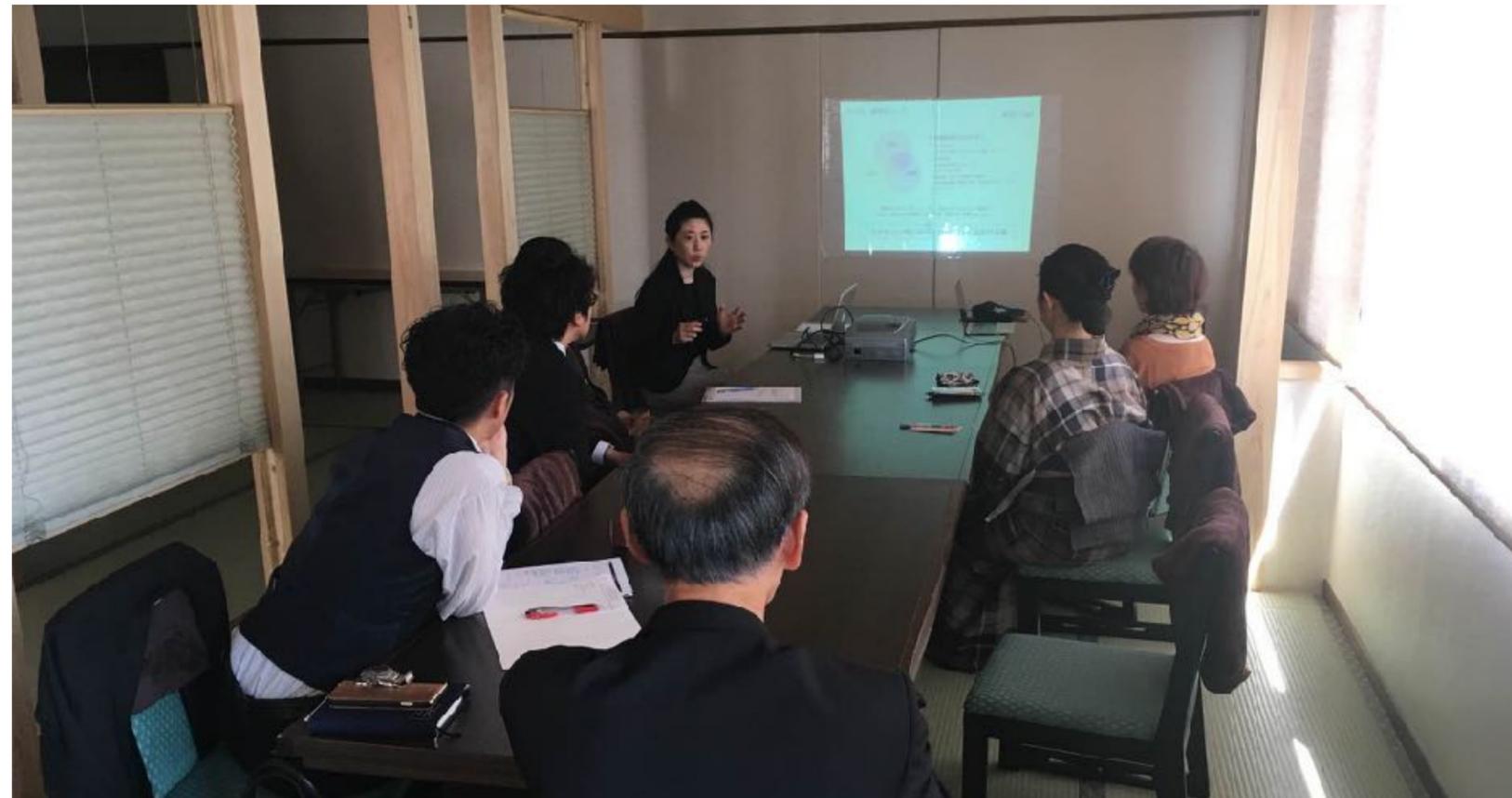


**雪が降る夜 8 時にお伺いし、
万全のためにベストを尽くす。**

エピソード：「それがベストか！？」

結果的に現場の意見を活かすことに。

われわれが、改めてインターナルブランディングの重要性に気づき、
中松屋ブランドの一員になれた瞬間でした。



エピソード：「ワークを戻る勇気」

ワークを振り返り、深掘りする

アンゾフの成長マトリックス

3C 「顧客のニーズ」 「競合」 を振り返り深掘り

「親子三世代」 に市場機会？！



第2ペルソナの設定

セグメンテーション・ターゲティング②

性別	男性 女性
年代	10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代
居住地	長野県内 東京 神奈川 千葉 埼玉 群馬 茨城 新潟 石川 岐阜 名古屋 静岡 大阪 京都 兵庫 福岡
家族構成	一人暮らし 夫婦 夫婦+子ども 夫婦+子ども+祖父母 パートナー
職業	会社員 主婦 自営業 パート 定年退職
住居	賃貸アパート 賃貸マンション 賃貸一軒家 所有一軒家 所有マンション 二世帯住宅
趣味	旅行 食べ歩き ウォーキング ランニング ヨガ ゴルフ 山登り 読書 映画鑑賞 音楽鑑賞 舞台鑑賞 園芸 カラオケ 囲碁 将棋 スポーツジム 水泳 茶道 華道 俳句 料理教室 太極拳 ボランティア 地域のコミュニティ参加
世帯収入	100万円未満 300万未満 500万未満 700万未満 1000万未満 1500万未満 2000万未満 2000万円以上 年金
情報収集	新聞 雑誌 口コミ Facebook Instagram Twitter ブログ テレビ ラジオ 本 インターネットサイト
食の好み	和食 洋食 中華 多国籍料理 大食漢 質より量 量より質 健康志向 外食 家食 野菜好き 肉好き

ペルソナ②

野口 義信さん 70歳

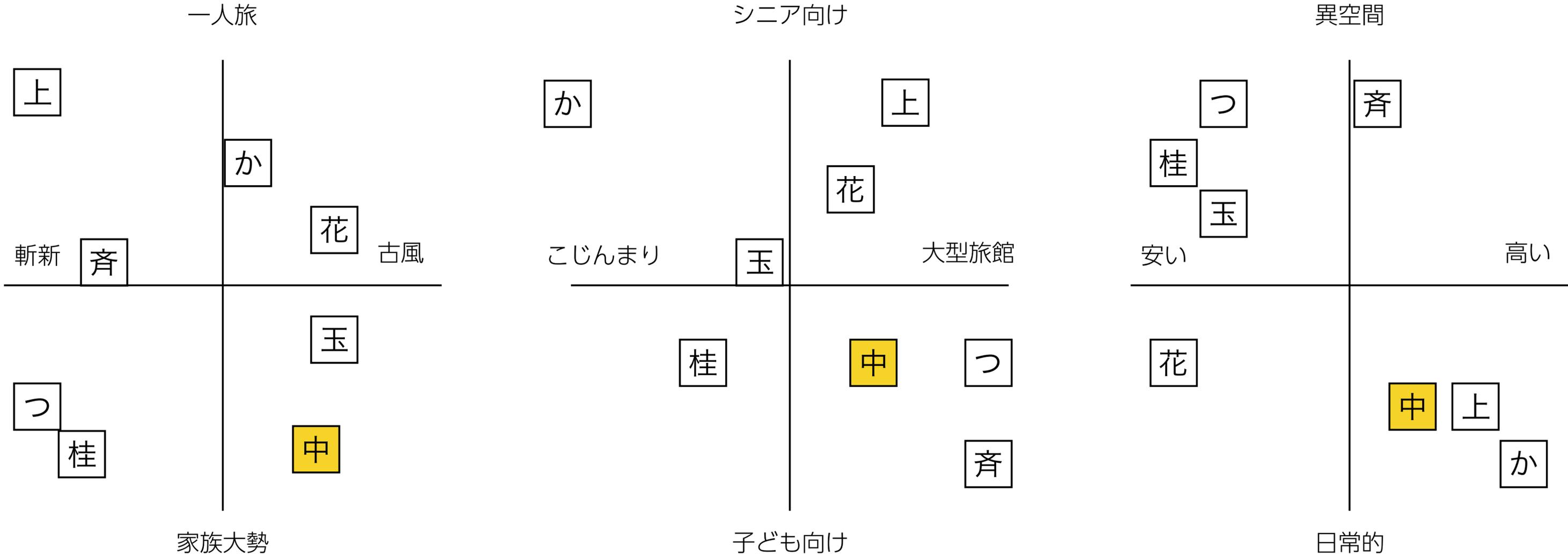
居住地	石川県金沢市
住まい	所有一軒家
世帯年収	年金 夫婦あわせ月25万円
職業	定年退職
家族構成	妻（長女：高橋 洋子40歳・次女独立）
趣味・好きなこと	旅行・自宅の庭園芸・読書
性格	地域の役員をやっていて世話好き



年に2回しか孫達に会えないことが寂しい。

古希を迎え、娘たちが計画してくれている温泉旅行を心待ちにしている。

ポジショニング



今まで築いてきたイメージ（亨保時代からの資産）は守りながら

変えられるところ（幅広い人に対応できるサービスや情報発信）に最大限力をいれる

ブランドアイデンティティ



親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿



ブランド・アイデンティティが決まり、
顧客のインサイトが見えてくると意見は更に活発に。



若女将を中心に活発化！

小さな子どもがいると、飲み物も自由に持ち込みたいから、冷蔵庫内のドリンク販売はやめて、空にしましょう。

還暦のお祝いに着る「ちゃんちゃんこ」も準備したらどうですかね。
3色ぐらいあると好みで選べていいかも！

中松屋でできることを、
予約サイトとかホームページにもちゃんと載せたほうがいいですね。

ブランド体験

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



アレルギーや好き嫌いで
料理が食べられないことが不安・・・

事前相談、持ち込みOK



アレルギー



離乳食



好き嫌い対応

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



せっかくだから
長野の四季折々を感じたい・・・



季節ごと地元で採れた旬な食材を使い
彩り美しく最高のお料理で
おもてなし



馬刺し



いわな塩焼き



和牛グリル焼き



焼松茸

ブランド体験 -家族風呂-

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



子どもと一緒に大浴場に入るのは
少し気が引けてしまう

周りを気にせず
家族水入らずで貸切風呂。
赤ちゃん用お風呂グッズ充実。



赤ちゃん用ボディーソープ



ベビーバス



クーハン



湯温計



お風呂セット



おもちゃ

ブランド体験 -個室での食事-

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



食事中子どもがうるさくて
周りに迷惑をかけないか気になる



個室でお食事
赤ちゃん・子ども用アメニティ完備



スイングチェア



赤ちゃん用イス



スタイ



おもちゃ

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



子ども用のメニューはあるかしら。
食べ切れる量かしら。

お子さまには、
年齢に合わせた特別メニューをご用意



小学生用和食



洋食ランチ

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



家からお気に入りの本を持って行きたい！



幼児用・小学生向けの
本を取り揃えた
「ちいさな図書館」を設置。
部屋への持ち込みもできるので
就寝前の家族団欒のひとつきに。

ブランド体験 - 分煙・喫煙ルーム -

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



旅先でもタバコは吸いたい・・・でも
吸う方もニオイが気になる。



喫煙ルーム

完全個室の喫煙ルーム

宿泊のお部屋も

分煙階を用意。

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



子どもと一緒に旅行は
荷物が多くなって大変・・・



かさばって荷物になる
オムツやタオルを完備。
手ぶらでOK



おむつペール



子ども用浴衣



オムツ



おしりふき



今治タオル

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



子どもが生まれて100日目。
さすがに旅館でお喰い初めの
お祝いまではできないか・・・



お食い初めのお祝いも
手ぶらでできます！

ブランド体験 -長寿のお祝い-

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



はずかしいけど
本当はうれしい
還暦のお祝い



ブランド体験 - 二人きりの特等席-

「親子三世代でゆっくり安心して泊まれる宿」



2人でゆっくり料理を楽しみたい



北向観音を展望する
夜景付き特等席

ブランド体験シナリオ -中松屋での過ごし方-



時間	行動	親子三世代家族行動	スタッフ対応
16:00	中松屋到着	旅館玄関前に車を乗り付け	女将とスタッフで、お出迎えのご挨拶。 車はスタッフが駐車場まで移動
	チェックイン	玄関を入った瞬間から、スリッパを履かずに畳の館内へ。素足が心地よい。子どもたちも裸足で走り回る	スタッフはお客様の荷物を持ってフロントまでご案内。受付する代表の方以外のご家族をラウンジでお待ちいただくようご案内
	お部屋へご案内	玄関を入った瞬間から、スリッパを履かずに畳の館内へ。素足が心地よい。子どもたちも裸足で走り回る	受付完了後、スタッフは荷物を持ちエレベーターでお部屋までご案内
16:30	別所温泉散策	夕飯までは時間があるので、別所温泉を散策。北向観音まで徒歩3分なので、子ども歩ける距離なのでありがたい	別所温泉街の観光地図などお渡しし、お勧めの見どころをご案内

ブランド体験シナリオ -中松屋での過ごし方-



時間	行動	親子三世代家族行動	スタッフ対応
16:30	別所温泉散策	最近階段の昇り降りがきついで、階段のない参道を案内いただけるのは嬉しい。 浴衣のまま散策するのも風情があってよいかも	階段の昇り降りなく、北向観音を参拝できる参道を案内図にてご案内
17:30	お風呂	散策から戻り、夕食まではまだ少し時間があるので、子どもたちも一緒に家族風呂。 おじいちゃん・おばあちゃんも孫と一緒に風呂に入るのは久しぶりで嬉しい	子ども用のお風呂用アメニティなどをご案内。 オムツやオムツ用ゴミ箱もご案内
18:30	お食事	食事中、子どもたちが騒いで他のお客様に迷惑がかかるのではと心配したが、個室で食事ができとてもありがたい	温かいものは温かいうちに、冷たいものは冷たいうちにお運びする。お酒の種類について聞かれることがあるので、伝えられるよう事前知識をつけておく
20:00	子ども図書館	子どもたちが本を選ぶのに夢中。おばあちゃんは孫から本を読んでとせがまれ嬉しそう	
10:00	就寝		

ブランド要素

ブランド要素

ネーミング	変更なし
ロゴ	変更なし
キャッチコピー	新規
パッケージ	館内・ウェブサイト
キャラクター	若女将→女将
色	変更なし
ジングル	変更なし
匂い	変更なし
ドメイン	女将ブログ

ブランド要素：パッケージ（館内内装）



ブランド要素：パッケージ（館内内装）



半個室食事処

ブランド要素：パッケージ（館内内装）



大広間

ブランド要素：キャッチコピー（ウェブサイト）

創業享保時代の老舗 純和風の日本宿

旅館 中松屋

JP EN 中文繁体 한국어

0268-38-3123

ご予約 >

家族で過ごす宿 | 過ごし方 | お部屋 | お料理 | お風呂 | 館内案内 | アクセス・観光案内



親子三世代で過ごす大切な記念日は
何にも代えがたい宝物



ブランド要素：キャッチコピー（ウェブサイト）

創業享保時代の老舗 純和風の日本宿

旅篭 中松屋

JP

EN

中文繁体

한국어



0268-38-3123

ご予約 >

家族で過ごす宿

過ごし方

お部屋

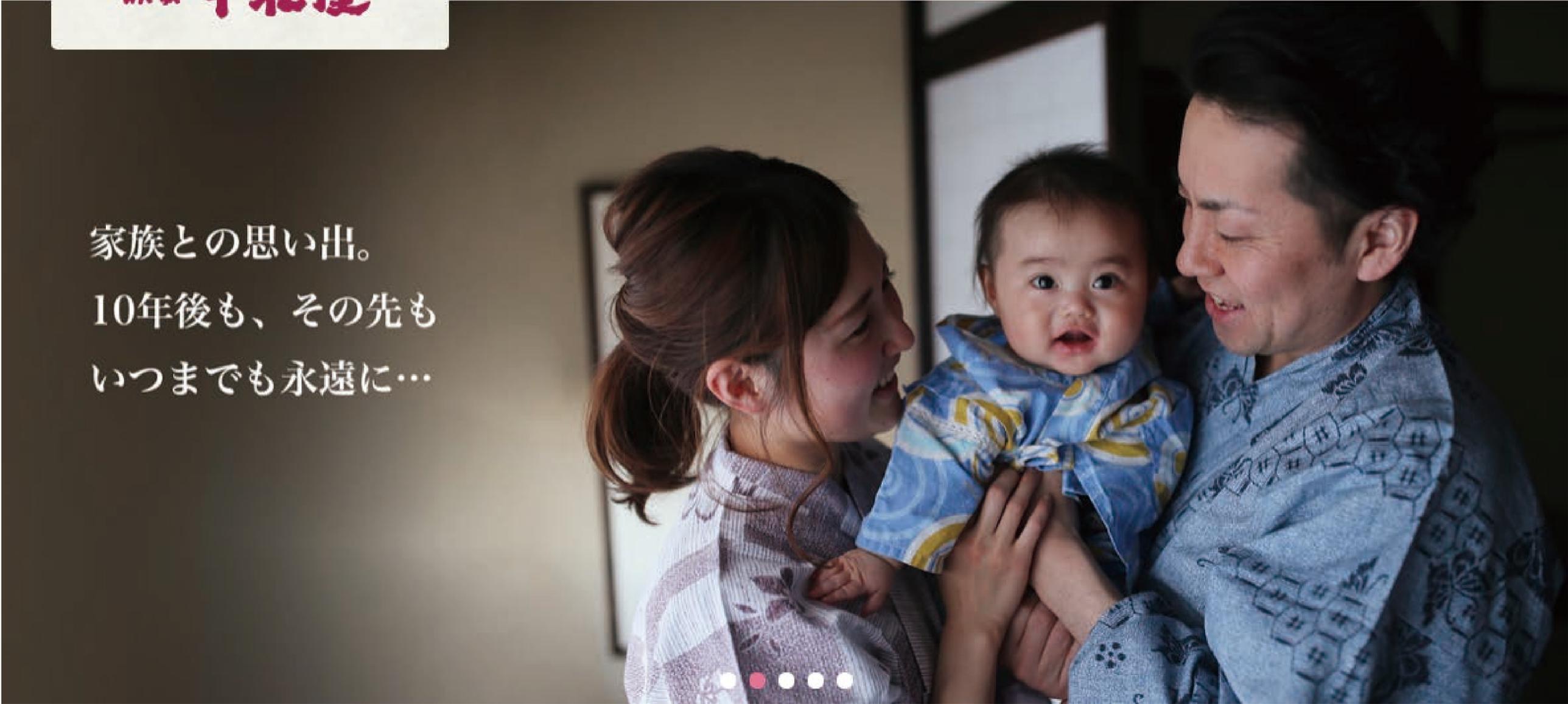
お料理

お風呂

館内案内

アクセス・観光案内

家族との思い出。
10年後も、その先も
いつまでも永遠に…



創業享保時代の老舗 純和風の日本宿

旅篭 中松屋

JP

EN

中文繁体

한국어



0268-38-3123

ご予約



家族で過ごす宿



過ごし方

お部屋

お料理

お風呂

館内案内

アクセス・観光案内

全館畳敷き。

どこにいても心がほっとする。



ブランド要素：キャッチコピー（ウェブサイト）



ブランド要素：キャラクター・キャッチコピー（ウェブサイト）



ブランド要素:キャラクター (女将ブログ)



- 2017年4月に開始したブログは、現在ほぼ毎日更新され徐々にアクセスを伸ばしている。
- 宿泊客から女将ブログを見ているという声も聞かれるようになってきた。
- 投稿時間、タイトルの付け方、写真と文章の配置のなど、女将自身がブログを運用していく中でアクセス数を伸ばすための工夫をしている。

ブランド要素：パッケージ（楽天トラベルサイト）



ブランド一貫性のため

公式サイトあわせ楽天トラベルサイトも作成

ブランドの浸透とその後

ブランドの浸透 - お客様の声-

匿名：★★★★★

6ヶ月の息子で利用しました。

廊下も部屋も畳なのがとても快適で、スリッパや靴なしですごせるのが気持ちよかったです。

お値段はリーズナブルなのに、出迎えから見送りまでとても丁寧な接客をしていただき、お部屋は広くて眺めがよく、**角部屋だったので息子の声などもそんなに気にせずいられ、食事は個室でゆっくりととれとても美味しく、**息子用にハイローチェアやおもちゃまで用意していただき、**期待以上で、何より母親の私が心から寛げ癒されました。**場所もとても風情があり散歩も楽しめました。また是非泊まりに来たいお宿です。

40代/女性/★★★★★

9ヶ月の子どもの離乳食が凝っていて、普段よりたくさん食べてました。**食事のお部屋も個室だったので、子どもも自由に動けて楽しそう**でした。

家族風呂のお湯が少し熱かったですが、水を足したので問題なく入れました。お部屋も広く、初めての家族旅行がよい思い出になりました。

20代/女性/★★★★★

子どもが産まれてから初めての旅行でした。

周りの迷惑になってしまったらと不安でしたが、宿に着くと温かい笑顔で皆さん迎えて頂けました。

お部屋も景色が綺麗に見え隅々まで掃除が行き届いていました。**家族風呂なのでゆっくりと入れました。**生後5ヶ月半の娘も気持ちよさそうにしていました。**お食事も個室だったので気兼ねなく楽しめました。**本当に満足のいく旅行になりました。ぜひまた伺いたいです。

60代/男性/★★★★☆

なかなか予約が取れなくて、やっと泊る事が出来ました。**到着から親切、丁寧な対応で、気持ちがほっとする宿**でした。疲れて到着した時のこの対応は大変嬉しいです。**なんとエレベーターの中まで畳敷きで、館内を心地よく歩けます。**温泉は、柔らかい感触で、適温で、長く、ゆっくりと楽しめます。特に展望風呂は温度が少し低くて、景色を十分に楽しめました。さすがに信州の名湯、別所温泉の老舗です。夕食は会席料理でした。**品数が豊富で、一つ一つの料理に、言い表せない心遣いを感じました。**季節の天婦羅がありました。

量といい、一つ一つの食材の大きさといい、衣のつき具合といい、油といい、これまでに色々な宿でいただいた天婦羅の中では、最高でした。それでいて、食事が終わった後は満腹感がありました。

ブランドの浸透 - 口コミ評価 -

Rakuten Travel
国内旅行 国内ツアー レンタカー 高速バス 海外旅行 割引クーポン 懸賞広場
楽天トラベルトップ > 全国 > 長野県 > 上田・別所・豊後湯 > 別所温泉 > 別所温泉 旅館 中松屋 宿泊予約
別所温泉 旅館 中松屋
★★★★★ 4.53 クチコミ・お客様の声(207件) この宿泊施設をお気に入り追加 メルマガ 幹事さん機能 友達にメール シェアする

施設紹介 プラン一覧 写真・動画(78) 地図・アクセス お客様の声(201) クーポン一覧 プレゼント
親子三世代で過ごす宿 中松屋旅館 親子三世代 赤ちゃん・子ども温泉デビュー 中松屋での過ごし方 お部屋 お料理・食事処
お風呂 館内の案内 温泉 詳細情報

楽天トラベル・国内宿泊予約センター
受付時間/24時間・年中無休 050-2017-8989

家族で過ごす宿 過ごし方 お部屋 お料理・食事処 お風呂 館内案内

家族での思い出。
10年後も、その先も
いつまでも永遠に...

赤ちゃんの肌にも優しい泉質
別所温泉の泉質は、pH8~9弱アルカリ性。
赤ちゃんの肌にも優しい温泉です。
枕草子にもうたわれ、
信州でも最古と云われております。
中松屋の源泉100%の湯につかり、
ご家族みなさんと、ごゆっくりお過ごしください。

親子三世代
絆を深める思い出づくりの
宿
いつもは遠くに暮らしている親子三世代が、長寿のお祝いや特別な日にみんな集まり、笑顔で過ごす大切な時間。中松屋では記念日のサプライズ企画も応援します。



過去1年間において、顕著な実績をあげ、
高い評価を得られた宿泊施設を表彰する

楽天トラベル ブロンズアワード2017を受賞！

楽天トラベル評価

(2018年7月時点)

4.61

新たな方向性 - 独自性：ブライダル顧客の獲得 -

アンゾフ多角化戦略（新規顧客×新規サービス）

直接競合がやっていないブライダル企画
生島足島神社との提携。式は神社で、宿泊は中松屋で。
新たな団体客を獲得。



女将の声



享保時代創業から
現在9代目。

今回のブランディングをきっかけに8代目から「女将」を継いだ。

ホテルと旅館の違いは「お客様が故郷に戻ってほっとするような気持ち」になっていただくこと。

自分の母親である8代目女将は、心からおもてなしができる人。

人とのつながりを大事にし真心がこもったサービス、誰に対しても最善をつくそうとした。

私の兄を出産する時、破水しているにもかかわらず、お客様を優先して病院へも行かず自宅で出産。

それほど常にお客様のことを考えていた。

今回のブランディングを通じ一番変わったことは私の「女将」という立場への意識と責任感。そして中松屋旅館の歴史の重さ。

そしてこれまでこれまで主体性がなかった従業員の意識と行動。

8代目女将の、常にお客様に寄り添ったおもてなしの心と同じ心が、今、まさに従業員全体にも浸透し始めている。

口コミにいただいたご指摘を、従業員が積極的に改善しようとして行動している。

お部屋の中だけでも、昨年から20項目以上を改善した。

この変化が社内環境だけでなく、お客様からの反応にも顕著に現れ、更には予約数と売上にも現れ始めている。

300年以上続く歴史の中で代々引き継がれてきた古き良きモノと想いをこれからも受け継ぎ、ご先祖様に恥じないよう、次の世代にも伝えていきたい。

ミッションコンプリート



クリア

○ 真田丸など外部環境に左右されないブランドづくり。

クリア

○ 右女将が旅館の顔となり、お客様に満足いただける仕組みづくり！



支配人

中松屋を、さらには別所温泉全体を
元気にし活気を取り戻す！

まとめ

戦略と戦術

戦略はシンプルに
この3構成

①ゴールを定める
(誰にどんな価値を)

戦術は具体的に
実務に落とし込むこと

具体的にどんなウェブサイトで
ブランドを好きになってもらうのか?

具体的にどのように
社員を育てていくのか?

具体的に誰がどのようにウェブサイトを
成長させていくのか?

③どうやって進むのか?
(どんな力を付けていくのか?)

②今、どこにいるのか?
(どんなリソース状況か?)



さらに大事なこれからのマーケティング4.0

マーケティング1.0	マーケティング2.0	マーケティング3.0	マーケティング4.0
製品中心 需要に供給が追いつかない。 作れば売れる時代。	消費者志向 行き届き、好みで選択できる時代。	価値主導 マインドや精神を基準にして選ばれる時代。	自己実現 顧客も企業も自己実現を共有し、より良い社会をつくっていく時代。



さて、このカーディガンはいくらでしょう？



出展：気仙沼ニッティング

実際に申し込んでみました

MM01にお申込みいただきありがとうございます 

 気仙沼ニットイング <store@knitting.co.jp>
To kusama 

2月24日 

草間 淳哉 さま

こんにちは、気仙沼ニットイングです。

この度はMM01にお申し込みいただき、
心よりありがとうございました。
草間さまのお申し込みをたしかに承りました。

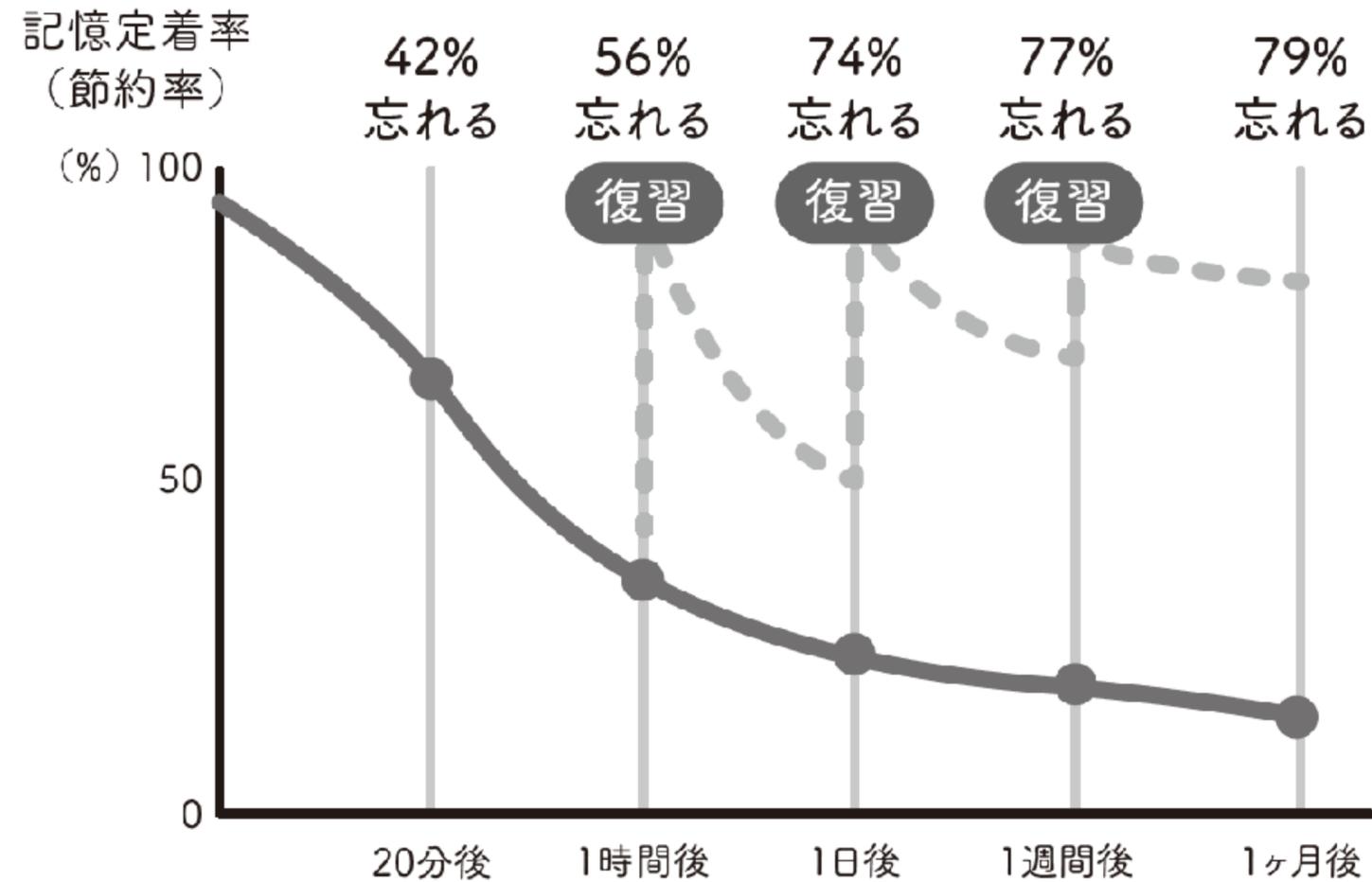
MM01は、ただいま308人の方にお待ちいただいております。
お届けまでに、2年～2年半ほど、
お時間をいただくことになりそうです。
長らくお待たせしてしまうこと、心苦しいのですが、
気長にお付き合いいただけますと幸いです。

草間さまのMM01を編ませていただく準備ができましたら、
メールにてご連絡させていただきます。

最後にもう一度。
MM01にお申込みいただき、ありがとうございました。

出展：気仙沼ニットイング

エビングハウスの忘却曲線



明日の朝に再度確認することを約束してもらえますか？

できれば、明後日の朝も、明々後日の朝も。

習慣にすることで、強いブランドになっていきます。

マイケル・ジョーダンでも変わらない 原理原則



出展：fanpop.com

『ステップ・バイ・ステップ。

どんなことでも、何かを達成する場合にとるべき方法はただひとつ、
一歩ずつ着実に立ち向かうことだ。これ以外に方法はない。』

マイケル・ジョーダン

さいごに

情報が溢れ、市場が混乱しています。顧客は迷っています。
サービス・商品を安心して、安易に購入したいのです。

そのためにブランディングを続け、
ウェブやあらゆる手段を用いて伝え
お客様に買いやすく、選びやすくしてあげるのも
サービス提供側の大きな役割なのです。

今までと同じことを繰り返すのではなく、変えることができるのは

「あなたの思い。あなたの一歩。」

ご清聴ありがとうございました

■社名

株式会社ウェブエイト
http://www.web8.co.jp

■東京オフィス

〒102-0083
東京都千代田区麹町2-12-6
ミツリ麹町ビル1F

■Web8.Lab

〒390-0831
長野県松本市井川城1-6-29
サーキットデザインビル3F

■長野オフィス

〒381-0031
長野県長野市西尾張部
1115番地2-D

■松本オフィス

〒390-0822
長野県松本市神田1-33-4

■代表者

代表取締役社長 草間 淳哉

■従業員

10名

■事業内容

ウェブ制作事業
デザイン・DTP事業
ブランディング事業
マーケティング事業
ナガブロ関連事業

■草間連絡先

kusama@web8.co.jp
090-8876-9308

■TEL/FAX

0263-25-9308

お気軽にフォローください



LINE@
@jun8kusama
※日々の活動発信中



Instagram
@junya_kusama_web8
※社長の肉テロ展開中



Facebook
@JunyaKusama
※マーケティング情報拡散中



Twitter
@jun8web8
※偉人達の格言展開中

全国の書店やamazonでも好評発売中

ブックファースト 六本木店
週間総合ランキング1位



紀伊国屋書店 新宿店
週間ベストセラー2位



自分1人、1日でする
Personal Branding
パーソナルブランディング

MY BRAND
草間淳哉

売り込まなくても
仕事が舞い込んでくる!

同文館出版

自分1人、1日でする

パーソナルブランディング

MY BRAND

出版社：同文館出版

著者：草間 淳哉

定価：1,620円 (1,500円+税)

発売：2018年2月



Contents

- 第1章 パーソナルブランディングを始める前に
- 第2章 パーソナルブランディングの成功事例
- 第3章 「さあ始めよう!ステップ1」まずは自分をもっと知ることから
- 第4章 「さあ始めよう!ステップ2」あなたを本当に必要としている人は誰ですか?
- 第5章 「さあ始めよう!ステップ3」ライバルのことを丸裸にしておこう
- 第6章 「さあ始めよう!ステップ4」自分の軸を作り出す
- 第7章 「さあ始めよう!ステップ5」具体的にパーソナルブランドを確立させる
- 第8章 「さあ始めよう!ステップ6」ブログでパーソナルブランドを浸透させる
- 第9章 「さあ始めよう!ステップ7」SNSでパーソナルブランドを浸透させる
- 第10章 「さあ始めよう!ステップ8」パーソナルブランドをさらに飛躍させる

amazonでも好評発売中



BulVis

ビジネス・ウィズダム

BulVis in Matsuyama

「地方組織を強くするブランディングの実践論」

2018.7.13