



東海漬物様の声: 従来だと3日かかっていたプレゼンテーションが、現在は1日に短縮されています。また、実物（漬物）を捨てることなく、エコの観点からもうれしい変化ですね。さらに、大画面を見ながら皆で議論を行うことで、より消費者目線で商品陳列を考えることができるようになったと感じています。



フジテック様の声: 工場見学の導入として、お客様により楽しく、わかりやすく自社の技術を体感していただけるよう、映像を用いたプレゼンテーションを行っています。事前に、会社概要や工場の全体への理解を深めていただくことで、工場見学への期待感を高めることに成功しています。



麒麟ビール様の声: リニューアル後、子どもから大人まで楽しめる場所として、お客様から高い評価をいただいています。また、ツアーガイドがお客様をいかにおもてなしできるかそれぞれに模索したり、ツアーガイド以外の従業員も工場見学のあり方を考える活動をはじめると、従業員にも変化が生まれています。

内田洋行の提供する、知的生産性を向上させるオフィスソリューションをご覧ください。

<http://office.uchida.co.jp/>

内田洋行 オフィス 検索

お問い合わせ先

「きゅうりのキューちゃん」で知られる漬物業界のリーディングカンパニー
case study 03 **株式会社東海漬物 様**
 大阪支店 プレゼンテーションルーム
 プレゼンルーム

**ダイナミックな論議を生む
 業界をリードする画期的なプレゼンルーム**

マルチスクリーンに原寸大の商品陳列棚を再現する「仮装陳列棚」を導入。実際の商品と棚を用いて行われていた従来のプレゼンテーションに比べ、大幅な効率化を実現しています。

- Point 1** 量販店バイヤーやベンダーなど、大人数がミーティングに参加。ダイナミックな論議による、消費者目線での商品開発が可能に。
- Point 2** プレゼンテーションをしながら投影画面に直接書き込み。棚割変更もスムーズにでき、活発な論議の進行が継続。

高技術を誇る空間移動システムの総合メーカー
case study 04 **フジテック株式会社 様**
 ビッグステップ ショールーム
 ショールーム

**理解を深め、期待を高める
 驚きの映像とおもてなしの演出**

開発・生産拠点である「ビッグステップ」をリニューアル。大型のスクリーンと映像を用いたインパクトのある演出とスマートなおもてなしが特長のショールームが新設されました。

- Point 1** エントランスに設置された大型ガラススクリーンで、企業概要などのプレゼンテーションを実施。これまでのパンフレットを使った紙＋言葉での説明以上の情報伝達が可能に。

100年以上の歴史を持つ日本屈指の酒類メーカー
case study 05 **麒麟ビール株式会社 様**
 麒麟ビール神戸工場
 工場見学

**お客様の「楽しい」のために
 従業員の想いが伝わる工場見学**

2014年、リニューアルオープンした見学施設「麒麟ビール神戸工場」。「施設来訪者すべての人を『おもてなし』したい」という想いが詰まった空間は、年間約15万人が訪れる人気の施設です。

- Point 1** ツアーガイドとキャラクターとの掛け合いによるコミュニケーションは、スタートから終了まで飽きることなく楽しんでいただくための仕掛けの一つ。
- Point 2** 巨大なビールケースを模した「一番搾りコックピット」では、仕込みの工程を詳しく紹介。
- Point 3** ビールづくりに対する真剣な想いが伝わる、社員の方々の働く姿を写したパネル。

内田洋行

〒104-8282 東京都中央区新川 2-4-7

■商品についてのお問い合わせは お客様相談センター | フリーダイヤル ☎ 0120(0)77266

※当カタログ掲載商品の価格・仕様は、諸般の事情により予告なく変更される場合があります。予めご了承ください。



UCHIDA

お客様との 接点の場に、 新しい価値を 生む。

企業を強くするフロントヤード。
*In a field of contact with customers, it produces a new value.
 Front yard to strengthen the company.*

news

フロントヤードを変える。お客様とのつながりを、増やす、深める、広げる。
 業界を代表するさまざまな企業が取り組みをはじめています。

**新たな顧客との接点
 獲得を実現したショールーム**

2015年7月にリニューアルオープンしたインテリア業界最大手の専門商社のショールーム。住宅の新築にとどまらず、リフォームやオフィス・商業施設等の非住宅分野など、幅広い潜在需要に対する情報発信を強化することで、より多くのお客様との接点獲得に成功しています。

**モノを売らない
 新しいショールームのかたち**

“つながる・つなげる”をコンセプトに、カフェ＆レストランを中心としたさまざまなサービスを提供する世界有数の自動車メーカーのショールーム。新たなお客様に出会いたいとの想いでオープンした同スペースは「モノを売らない」ライフスタイル提案空間というこれまでにないショールームのかたちを確立しました。

**体験型展示がリピーターを生む
 企業ミュージアム**

日本を代表する農業機器メーカーが創業100周年を記念してオープンした企業ミュージアムは、豊富な資料や映像の展示に加え、子どもから大人までが楽しめる充実の体験・体感型展示が特長。リピーターも多く、開館から約2年で累計来館者20万人を突破するなど、大きな話題を呼んでいます。

フロントヤード、それは、お客様と企業の出会いの場所。

内田洋行が考える企業におけるフロントヤードとは、エントランス・受付やプレゼンルーム、ショールーム、工場見学など、商品やサービスを購入していただくお客様と企業との出会いの場。お客様や地域とのよりよい関係づくり、社員の意識向上など、企業のブランディングにもつながるフロントヤードの強化は、企業が取り組むべき重要なテーマとして注目を集めています。

■ 主なフロントヤードとその特徴

エントランス・受付



お客様を最初にお迎えする場であるエントランス・受付。おもてなしの気持ちを表現するとともに、企業イメージを社内外に発信できる場づくりが大切です。

プレゼンルーム



印象に残る魅力的なプレゼンテーションを行い、情報や意見を自由に発信できるクリエイティブな空間づくりが、新たなソリューションの提供へとつながります。

ショールーム



単に自社製品・サービスを紹介するだけでなく、信頼感・存在感を与え、お客様とのより深いつながりを生む、印象的な場にする事が重要です。

工場見学



工場見学は、親近感を深め、企業・商品のファンを増やすチャンス。お客様はもちろん、地域の方々とのコミュニケーションにも大きな役割を果たす存在です。

フロントヤード強化のメリット

お客様と企業の出会いの場には「企業を強くする」さまざまなきっかけが潜んでいます。

ファンづくり

お客様の「知りたい」が、愛着、信頼に変わる。

顧客満足度向上

高いおもてなし力と提案力でお客様の満足度 UP。

モチベーション向上

自社の価値や魅力を正しく伝える意識の浸透。

地域との関係構築

地域社会の一員として、地元へ愛される企業に。

Design × Contents × ICT で、企業の姿勢や魅力を正しく伝える。

内田洋行は出会いからはじまる、お客様とのよりよい関係づくりをサポートします。

Design

空間デザインからグラフィックまでトータルなデザインプランで、出会いの場を効果的に演出します。

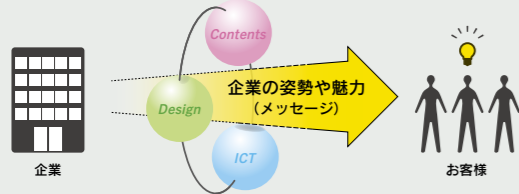
Contents

企業の姿勢や魅力をお客様にフィットした最適なコンテンツで伝え、理解、共感をより深めます。

ICT

伝わる情報発信に欠かせない ICT。人と情報の出会い、情報の共有を促進し、おもてなし感、驚き、楽しさを演出します。

「Design × Contents × ICT」で、企業の姿勢や魅力をより明確に、より強くお客様にお伝えできます。



自らのことをお客様にどのように見られたいですか？それは、正しく伝わっていますか？お客様との接点において、企業の姿勢や魅力を正しく理解してもらうことは、とても大切なこと。内田洋行は、コンセプトづくりからアフターサポートまで、企業のご要望に合わせて「Design × Contents × ICT」でフロントヤードを構築。フロントヤードからはじまる、よりよい関係づくりをサポートします。

case study

新たなフロントヤードの構築は、企業にさまざまな変化を生みだしています。



日本を代表する総合エンジニアリングメーカー
川崎重工業株式会社 様
明石工場 展示コーナー

case study 01

エントランス・受付、ショールーム

ICT の活用で更新性を向上 いつでも新しい情報に触れられる場所

川崎重工様 明石工場総合事務所の新築を機に設置された展示スペースでは、同工場の製品、技術、歴史等を紹介。ICTを活用したフレキシブルな情報発信で、訪れるお客様を楽しませています。

Point 1

待ち合わせ中のお客様も気軽に見学いただける受付周辺の展示コーナー。モニターに表示するコンテンツは、受付の端末で自由にカスタマイズすることができる。

Point 2

年表には新しい情報を随時付記できるシステムを採用し、陳腐化を防ぐ。

Point 3

全ての展示物やパネルにはいつでも更新可能なソフトと連動した QR コードを利用。気になる展示物の情報がスムーズに手元に。

川崎重工様の声：映像を用いたコンテンツやタッチモニターが埋め込まれた年表など、工場のことをわかりやすく、魅力的に発信できる展示にとっても満足しています。工場見学にいらしたお客様にも、まずこの展示スペースをご覧いただいています。



医療現場の環境づくりをトータルコーディネート
株式会社セントラルユニ 様
mashup studio

case study 02

プレゼンルーム

お客様の“想像を創造”に変える 何度も通いたくなるプレゼンルーム

2013年にリニューアルされたセントラルユニ様のプレゼンルーム。革新的なプレゼンテーション方法とデザイン性に優れた空間が来訪者の心をつかみ、お客様との関係の強化を実現しています。

Point 1

セントラルユニ様が手掛けた病院の事例を一覧できる『mashup stream』は、お客様のイメージづくりに欠かせない存在。

Point 2

スクリーンに映し出された原寸大の手術室を見ながら検討会議が行われる「サイバーシミュレーションフロア」は、mashup studio の特長の一つ。言葉や図面だけでは伝わりにくかったイメージの共有を可能にすることで、意思決定のスピードアップを実現。

Point 3

電子ボード「SMART Board」を使って、計画中の図面にその場で書き込み。

セントラルユニ様の声：リピーターが増え、お客様との関係がより深まることで、受注確度も飛躍的にアップしました。さらに、社員それぞれが mashup studio の活用を意識することで、モチベーションやスキルが向上したことも、リニューアルによる大きな収穫でした。