

*SUISEI, inc.*

人生の乾いた旅に潤いを。



CASE

## 01. 香林居

金沢市の繁華街「香林坊」に位置する  
高単価のブティックホテル

金沢市香林坊に位置する、2021年10月オープン全18室の高単価ブティックホテル。西松建設・SUN-AD・ひととみ・U+・SKLOらクリエイティブチームと協働し、企画・開発を行いました。香林居のビルは、もともと「眞美堂」という九谷焼を中心としたギャラリーを空間の年輪、堆積した時間の重みを尊重し情緒的で上質な空間へとリノベーションしています。香林坊の地は、安土桃山時代の僧が、自身が調合した目薬で前田利家の目の病気を治したという言い伝えがあり、かつて目薬は「蘭引き」と呼ばれる陶器の蒸溜機で精製されていたことから、IFでは蒸溜所を併設しています。他にも、石油成分を含まない自社開発のバスアメニティブランド「Petrichor」や、千葉の農園の果樹や薬草・ハーブから生成されている「mitosaya」の香林居限定蒸留酒を販売。BIFでは、金沢市尾張町にある〈四知堂〉と提携した、台湾料理のキュージーヌを朝食に提供。他にも、光と音を遮断して水の上に浮かぶ〈アイソレーションタンク〉やセルフフロウリュのできる〈ルーフトップサウナ〉を併設しています。

#新規ホテル開業  
#コンセプト設計  
#オペレーション設計

公式サイト: <https://www.korinkyu.com/>  
© [https://www.instagram.com/korinkyu\\_kanazawa/](https://www.instagram.com/korinkyu_kanazawa/)



SUISEI, inc.

CASE

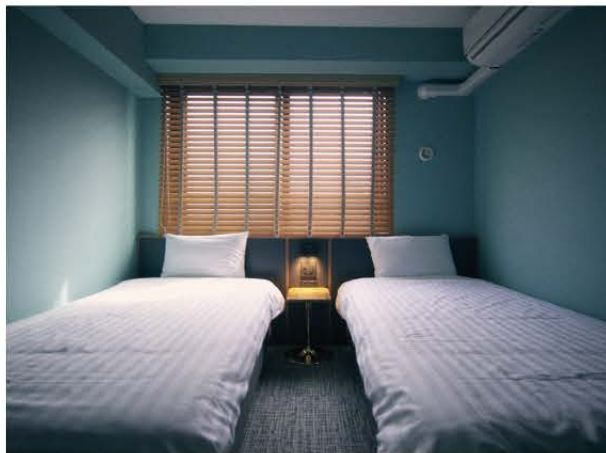
## 02. HOTEL SHE KYOTO

京都の辺境に位置するオアシスを体現する  
ライフスタイルホテル

京都市・東九条にて2016年4月オープン。その後、『最果ての旅のオアシス』をテーマに、2019年3月にリニューアルしました。「京都ではない」とされてきた土地の歴史を解釈し、京都駅から南にまっすぐ伸びる烏丸通沿いにある小さな宿を、辺境にある隊商宿やハイウェイ沿いのモーテルといったモチーフになぞらえてコンセプトを設計しました。また、その世界観を体現すべく、大阪を拠点に活動する内装デザインオフィス・AT.O.DEと共に伝統的な「京都＝和風」といった画一的なアプローチをあえて外れ、無国籍的で浮遊感のある空間デザインを実現。キービジュアルにイラストレーター・辰巳菜穂、ロゴデザインにデザイナー・ki\_moiなど、時代の空気感を捉えた注目のクリエイターとタグを組みました。BIG BABY ICE CREAMとコラボレーションした、アイスクリームパラー『PARLOR SHE, SIDE』を併設し、クラフトコーラブランド「ともコーラ」を中心に、ノンアルコールドリンクの選択肢を広げる提案をしています。

#新規ホテル開業  
#コンセプト設計  
#オペレーション設計

公式サイト:<https://www.hotelshekyoto.com/>  
🐦 <https://twitter.com/Hotelshekyoto>  
📷 <https://www.instagram.com/hotelshekyoto/?hl=ja>



SUISEI, inc.

CASE

## 03. HOTEL SHE OSAKA

インダストリアルな空気感とソーシャルな空間  
を提案するライフスタイルホテルの先駆者

大阪市・弁天町にて2017年9月にオープン。都心部にほど近いながらも長らく開発が行われてこなかったベイエリアにて、昭和情緒あふれる商店街や歴史あるビンテージビル群、煉瓦造りの倉庫など古くから海運の街として栄えた面影を残す土地の空気感を織り込み、「Analog」をコンセプトに掲げて、レコードカルチャーを軸にアナログなライフスタイルと出会い、体験できる宿泊体験を生み出しました。ブティックホテルが国内ではまだほとんどなかった時代に、地域社会と接合したソーシャルな空間となることを目指し、大阪を拠点に活動する内装デザインオフィス・AT.O.DEと共に建築・空間をプロデュース。キーヴィジュアルにはフォトグラファー・延原優樹とモデル・るうこを起用し、ホテルの工事現場を弁天町の街になぞらえたカットを撮影し、多くの注目を集めました。「ゲストと、人、街、文化」をつなぐ『メディアとしてのホテル』をテーマに掲げ、音楽と文化の交差点に位置するホテルとして様々な企画を生み出しています。

#新規ホテル開業  
#コンセプト設計  
#オペレーション設計

公式サイト:<https://www.hotelsheosaka.com/>  
📌 <https://twitter.com/Hotelsheosaka>  
📍 <https://www.instagram.com/hotelsheosaka/?hl=ja>



SUISEI, inc.

CASE

## 04. HOTEL CAFUNE

新たな命を授かる

すべての家族のための産後ケアリゾート

出産後の母親の心身をケアして回復へ導いたり、家族が安心して育児に取り組めるようにサポートするための産後ケアを専門とした宿泊施設「HOTEL CAFUNE」を2022年5月にオープン。これまでのホテル開発やホスピタリティの知見を生かしながら、日本ではまだまだ普及していない「産後ケア」という分野に着目し、出産・育児という重要なライフステージにまつわる悩みを抱える家族のためのホテルを企画・運営していく計画を始動。母子のみならず、パートナーの方や、上の兄弟、祖父母やご親族など、出産・育児に関わるみなさまのためのサービスを展開。第一弾として川崎キングスカイフロント東急REIホテルとコラボし、近隣の医療機関や行政とも連携しながらサービスを開始しました。

#新規ホテル開業

#産後ケアホテル

#オペレーション設計

公式サイト:<https://www.hotelcafune.com/>

🐦 <https://twitter.com/hotelcafune>

📷 <https://www.instagram.com/hotelcafune/>



CASE

## 05. 泊まれる演劇

# 「MIDNIGHT MOTEL」

真夜中のホテルを舞台に繰り広げられる演劇/  
物語の世界に入り込んだような体験を

「泊まれる演劇」とはHOTEL SHEが企画・プロデュースする、ホテルの建物を舞台に繰り広げられる演劇を、ゲストが目の前で鑑賞・体感できるナイト・エンターテインメント。NYのオフ・ブロードウェイで話題の「イマーシブ・シアター（没入型演劇）」という手法を取り入れることで、ホテルの中を自由に歩き回ったり、観客にも役割が与えられることで、客席とステージの境界を感じることなく、物語の世界に入り込んだような体験をお楽しみいただけます。「MIDNIGHT MOTEL」はHOTEL SHE, KYOTOを舞台に、架空のモーターのクロージングパーティを体感するというストーリー。観客は実際にホテルに宿泊しながら演劇を楽しむ体験を提供し、公演終了後アンケートでは満足度約97%となりました。

#イマーシブシアター

#泊まれる演劇

公式サイト:<https://www.hotelshekyoto.com/midnightmotel>

📷 [https://www.instagram.com/tomareru\\_engeki/](https://www.instagram.com/tomareru_engeki/)

🐦 [https://twitter.com/tomareru\\_engeki](https://twitter.com/tomareru_engeki)



CASE

## 06. CHILLNN

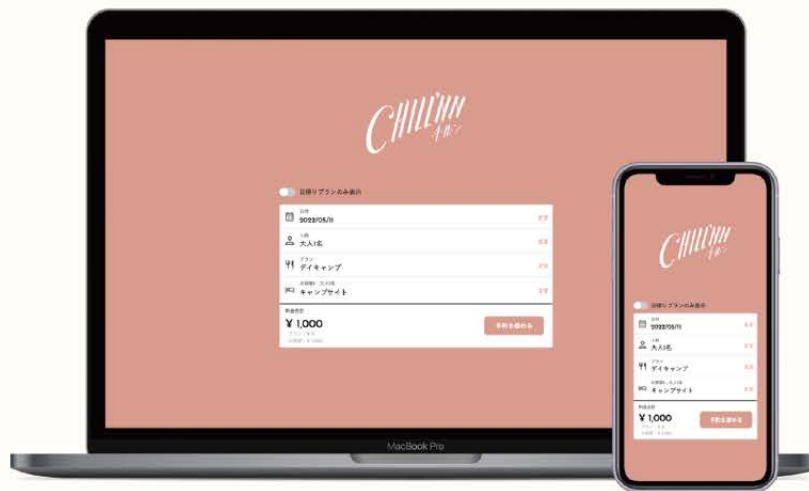
宿泊施設の魅力を齟齬なく伝える  
D2C予約エンジン

CHILLNNは、自社ホテルの運営ノウハウをいかして開発された宿泊業のD2Cをサポートする直接予約エンジンです。従来のOTAや直接予約エンジンと異なり、宿泊施設の本質的な魅力や体験価値を最大限に発信することが出来ます。またオプションや宿泊券、シークレットプランなどを販売できる機能を備えており、CHILLNNを活用することで、ただの予約窓口であった予約ページがファン獲得が可能なマーケティングツールに生まれ変わります。2022年4月時点で、こだわりを持った良質なホテルや旅館を中心に既に400施設以上にご導入いただいております。

#システム支援  
#予約エンジン  
#プロダクト開発

公式サイト:<https://www.official.chillnn.com/>

Business Development: Takumi Ochiai



SUISEI, inc.

CASE

# 07. ホテルプロデューサー 養成講座

これからの観光を担うホテルプロデューサー  
の養成

街・文化・人をつなぐ「メディアとしてのホテル」を体現してきた経験から、「分野を越境し、観光の未来を創り上げる」をキーワードに、アカデミー講座のコース「ホテルプロデューサー養成講座」を実施しました。私たちはホテルプロデューサーを、旅の目的地となるような宿泊体験の設計と効果的なPRを行い、その地域やホテルに人を呼び込むことができる、今後の宿泊産業、地域に欠かせない存在であると考えています。本講座では時代の先端を走る講師陣の方から事例をもとにコンテンツ設計、PR、マネジメントを学ぶ講座と、実際に企業や行政の持つリソースや課題に対する実践型のワークショップを通じて、受講生はホテルプロデュース能力の一部を習得できる講座となります。講師陣には、UDS株式会社代表取締役会長 梶原氏をはじめ、青風リゾート 吉成氏、株式会社SANU 本間氏など、豪華な面々をお願いしました。

#アカデミー講座  
#新規ホテル開業  
#外部講師アサイン



5 / 13 木 19:30-21:30

オンライン開催

Tourism Academy SOMEWHERE  
ホテル経営のための企画・PR 講座

価値あるものが埋もれない世の中に

講師：梶原 翔子



本間 貴裕  
株式会社SANU  
Founder / Brand Director



梶原 文生  
UDS株式会社  
代表取締役会長



吉成 太一  
瀬戸内リゾート青風  
経営配人



CASE

## 08.地域ブランディング講座

これからの地域づくりに必要なナレッジの提供

ビジネスにおけるブランディングの観点から、地域を1つの商品と捉えブランドを作っていく過程を学ぶための「地域ブランディング講座」を実施しました。持続的な地域の活性化のためには、地域の魅力や空気感に基づいた適切なブランディングを行い、それを元に事業を生み出し成長させていくことが不可欠です。本講座では、ブランディング、表現、編集、事業マネジメントのプロフェッショナルを講師としてお招きし、地域の魅力を見出しそれを事業として成立させるためノウハウを学ぶ講義と、実際に地域のブランディングと事業化に成功した事例を用いたケーススタディやワークショップを含む実践的な講座を行いました。外部講師に、The Breakthrough Company GO代表取締役 三浦氏、株式会社Huuuuu代表 徳谷氏、株式会社HARKEN代表取締役 木本氏など、クリエイティブの最前線や地方創生の先頭に立ってご活躍されている方々にお願いしました。

#アカデミー講座  
#地域ブランディング  
#外部講師アサイン



龍崎 翔子

株式会社水屋  
代表取締役 / ホテルプロデューサー



木本 梨絵

株式会社HARKEN  
代表取締役 / クリエイティブディレクター



三浦 崇宏

The Breakthrough Company GO  
代表取締役 / PR / Creative Director



徳谷 柿次郎

株式会社Huuuuu  
代表

CASE

## 09.RE SORT

観光の様式を再定義する

長崎・佐世保の街づくりプロジェクト「RE SORT」

経済産業省が実施した令和2年度の商店街活性化・観光消費創出事業において、市の現役職員や地元で活躍するグラフィックデザイナー、観光関連のコンサルタントや不動産関連のメンバーで構成される街づくりチームである一般社団法人REPORT SASEBOによる、アパートビルをリノベーションし客室としながら、近接するカフェをレセプションに、公民館をラウンジへ、エリア帯をホテルとして機能させながら、人や金の健全な循環を促すプロジェクト。本事業におけるコンセプト、プログラム開発からそれを実装するためのハードのデザイン、設計、施工監修にいたるまで、2年にわたり併走。コロナ禍での開業にも関わらず、堅調な稼働状況での起動を実現。

#新規ホテル開業

#コンセプト設計

#オペレーション設計

#地域ブランディング

公式サイト:<https://www.resortssasebo.com/>



CASE

# 10. CHOOSEBASE SHIBUYA

小売業界のエンタープライズとともに創る  
新しい消費のカタチ

株式会社そごう・西武様が2021年9月に西武渋谷店パーキング館1階オープンしたメディア型OMOストア「CHOOSEBASE SHIBUYA」において、売り場づくりの企画立案アドバイザーの一人として水星が参画。オープンまでの企画立案サポートと、オープン後の売り場の空間演出（VMD）、売り場と連動したメディアの記事ディレクションなど、お客様にとってより良い売り場体験を生み出すためのサポートをしています。「CHOOSEBASE SHIBUYA」ではスマホを使った新しい購買体験などを採用しつつも、OMOストアでありながらテクノロジーに寄りすぎない人間的な消費の在り方を体験できる場を作る上で、百貨店ならではの「編集」というキーワードをもとに、余白のある世界観の構築を目指しています。こうした思想に基づき、売り場で心動くような体験を生む演出と、また売り場と連携する形でどこにいても「CHOOSEBASE SHIBUYA」に触れることができるようなメディアの企画立案を行いました。

#空間プロデュース  
#メディアディレクション  
#企画立案



SUISEI, inc.

CASE

# 11. CHOOSEBASE SHIBUYA

< gift your color / 何色にしよう >を  
体現するショップ提案

株式会社そごう・西武様が運営する、メディア型OMOストア「CHOOSEBASE SHIBUYA」において、「gift」を2022年のテーマをコンセプトに、Z世代とD2Cブランドをつなぐ新たなギフトストアのありかたを店頭とオンラインストアにおいて企画立案から制作までを担当しました。クリエイティブユニット・MELTedMEADOWと共に、「色」をキーワードにギフトの選び方、贈り方を提案しました。商品の良さや個性をより光らせるための、グラフィックデザイン・コピーライティングを企画段階から実制作まで担当し、店内装飾も一新し当ストアにしかできないギフトストアを提案することで、お客さまとブランドとの接点を増やし、新たな出会いや気づきの場を提供することを目指しました。半年間アップデートし続けることで、リアルの店舗の様子とデザインの化学反応を捉えながら、新しい店舗のかたちを模索し続けました。

#企画検討

#空間デザイン

#コピーライティング

公式サイト:[https://choosebase.jp/pages/theme\\_2](https://choosebase.jp/pages/theme_2)



CASE

## 12.Petrichor

金沢 白山麓からサステナビリティを  
提唱する「水のレーベル」

ホテル香林居のお部屋に置かれるシャンプー・リンス・ボディ  
ソープ・ハンドソープ・ボディミルクとして、香林居オリジナルブ  
ランド「Petrichor」を完成させました。Petrichorとは、ギリシャ語  
で雨上がりに漂う、石や土、草木の香りを意味します。生命  
にとって欠かすことができない「水」を起点にあらゆるプロダ  
クトを作る「水のレーベル」として、「水の地産地消」をテーマ  
にあらゆる地域の「水」から着想を得た、その土地らしい作  
品を生み出しました。香林居を訪れるお客様へのおもてなし  
として、日本三名山のひとつである金沢・白山麓の水を使い  
「金沢の香り」を纏わせ、その場所でしか生まれない曖昧で  
儂い美を目指しプロダクトデザインに落とし込んでいます。

\* 2022年現在、ECサイト準備中

#ブランド開発  
#グラフィックデザイン  
#EC販売



Petrichor



SUISEI, inc.

CASE

## 13. 佐世保市万津6区 の魅力再編集事業

地域の歴史や空気感を汲み取り、編集する  
プロジェクト

造船所のクレーンやレンガ倉庫群、米海軍および海上自衛隊の艦船に象徴される「佐世保港」、外来の生活文化を取り入れながら明るく風通しの良い独特な雰囲気を醸す佐世保のまちなかと、半島ひとつを隔てたむこうに広がる多島海の自然「九十九島」。佐世保川を挟んで米海軍施設に隣接しながらどこか懐かしい暮らしの風景が残る万津町界隈を拠点に、ヨットや電動サイクルを使って自由なペースで旅するツアーコンテンツを造成。それらを訴求していく媒介として、万津エリアをはじめ佐世保の魅力を広く発信し訴求していくWEBサイト「佐世保 西果て漂流記」を制作公開。新たなエリアとして、近年一層クリエイティブや小商いの集積の場として注目の集まっている万津6区、そのエリア内にオリジナルサインを製作し複数点在させることにより街の拡がりや魅力の可視化を実現しました。併せて街の文脈を織り込んだプロダクトの開発を行いました。

#プロダクト開発  
#WEB制作  
#地域ブランディング



SUISEI, inc.

CASE

## 14. SIRUP コラボルーム 「Hotel cure」

アルバム1曲1曲の世界観を表現した  
コンセプトルーム

ブラックミュージックを基調に、ジャンルを超えて独創的な音楽を創作する注目のアーティストSIRUPの2021年3月にリリースされたアルバム「cure」の世界観を表現したコンセプトルーム「Hotel cure」をHOTEL SHE, OSAKAにて実施しました。「cure」の収録曲12曲それぞれの世界観が12の客室で表現されており、世界初の“アルバムの世界に泊まる”という体験になっています。プロデュースにはクリエイティブエージェンシー・maxillaが参画。オープン前日にはコラボルーム誕生を記念して、全12室から配信ライブが行われました。多数の限定グッズ展開、オーディオテクニカ社とのレコードプレーヤープレゼントキャンペーン等の施策も実施。期間の最後には12室全ての展示開放に加え、フォトグラファー・映像作家のLeo Youlagiによって撮影された「cure Tour」の一部未公開ライブ写真や、MVでSIRUP本人が着用していた衣装の展示、一部各部屋のアイテムとグッズの販売なども実施しました。

#コンセプトルーム

#グッズ制作

#アーティスト

公式サイト:<https://www.hotelsheosaka.com/hotelcurebysirup>

🐦 <https://twitter.com/Hotelsheosaka/status/1435905828691734544?s=20&t=FKGDfOAc67lhyiGrPflo2A>

📷 [https://www.instagram.com/hotelcurebysirup/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/hotelcurebysirup/?utm_medium=copy_link)



SUISEI, inc.

CASE

## 15. ジェイアール東海ホテルズ Instagramセミナー

JR系列ホテルグループに提供したライフスタイルホテルのナレッジ

株式会社ジェイアール東海ホテルズ様のグループである、「名古屋マリオットアソシアホテル」「ホテルアソシア高山リゾート」「ホテルアソシア豊橋」「ホテルアソシア新横浜」「ホテルアソシア静岡」「名古屋JRゲートタワーホテル」のSNS運用担当スタッフ様に向けて、Instagram運用セミナーをオフラインにて実施しました。会場は、名古屋マリオットアソシアホテル様をお借りし、座学形式のセミナーと実際にアプリを触って投稿コンテンツを作成するワークショップを行いました。日々、ホテルオペレーションの合間を縫って広報活動を行っているスタッフの方がほとんどですが、ホテルの運営を行う中でInstagramを作り込んで来た弊社だからこそ、机上の空論ではなく現場のリアルなお声にお答えできる内容となりました。終了後のアンケートでは、参加者の90%以上が「非常に良かった」とお答えいただいております、100%の方が「普段の運用において参考になった」とお答えいただく結果となりました。

#マーケティング  
#セミナー企画  
#Instagram



HOTEL  
ASSOCIA



MARRIOTT  
NAGOYA ASSOCIA



NAGOYA  
JR GATE TOWER  
HOTEL

SUISEI, inc.



CASE

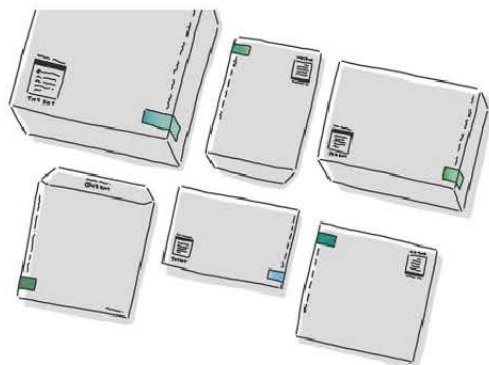
# 16. SHE, is CRAZY about THE DAY ～結婚式の定期便～

HOTEL SHE×CRAZYが提案する  
「新しい結婚式の形」

コロナ禍で大きな打撃を受けたホテル業界とウェディング業界の新たな可能性を模索するため、HOTEL SHE,と株式会社CRAZYが考える「新しい結婚式の形」を考案。6カ月間かけて毎月自宅に届く結婚式として、限定40組様に提供を開始しました。SNSでの発信から12時間以内に完売するほどの反響をいただきました。この「結婚式の定期便」では、半年間をかけて、お互いを知るためのさまざまなコンテンツを用意します。結婚式の準備期間にお互いが理解を深め合うように、さまざまなシチュエーション、まわりの人々との関係性の中で、お互いを知るためのきっかけを提案していく計画です。

#商品企画  
#ウェディング  
#体験コンテンツ

公式サイト:<https://note.com/lng/n/50a0dd7e6a2c>



SHE, is CRAZY about  
THE DAY



SUISEI, inc.

CASE

## 17. 福島県ワーケーションツアー企画・実施

令和3年度福島県テレワーク受入環境の  
魅力発信事業

令和3年度福島県テレワーク受入環境の魅力発信事業にて、福島県の魅力を発信するワーケーションツアーと、福島県の自治体と事業者を対象にした勉強会を企画・運営しました。ツアーでは、地域のキーマンとの交流をコンセプトに、「会津」「中通り」「浜通り」の3コースをそれぞれ2泊3日で実施。参加者には、福島県の魅力を感じるコンテンツやワーケーション施設の利用を通して、移住や多拠点生活に興味を持っていただくことができました。合計11名の首都圏や関西圏在住の20代から50代と幅広い年齢層の方にご参加いただきました。アンケートでは「福島県のことは深く知らなかったが、今後も関わりを持ちたいと思う様になった。」との回答も。勉強会では、オンライン形式の講座を合計2回実施。第1回の講師は、株式会社ふるしきや代表取締役の田村英彦氏に依頼し、ご自身が取り組まれてきた長野県千曲市でのワーケーション誘致施策を中心にご講演いただきました。第2回の講師は、定額制宿泊サービス「HafH」を運営する株式会社KabuK Style代表取締役の大瀬良亮氏にお願いし、地域の魅力を#で表現するワークショップを含めた講演を行いました。

#ツアー造成  
#ワーケーション  
#地域ブランディング



SUISEI, inc.

CASE

## 18. アーティスト

### MICOコラボルーム

「2000 Days of Summer with MICO」

2020年4月で「SHE IS SUMMER」としての活動が完結したアーティストのMICOとコラボし、これまでの人生を振り返ることをコンセプトにお部屋を製作しました。テーマは「2000日のサマー」。MICOが「SHE IS SUMMER」として活動してきた5年間を振り返ることができるグッズや私物を含む思い出の展示に加えて、宿泊者限定で“過去を振り返る”ためのノートを特別に制作。滞在を通して、夢を追いかけたひとりの女の子の物語に触れつつ、宿泊者自身も過去を振り返りながら自分自身と向き合える、特別な時間を過ごせるような体験を設計しました。また、これに合わせてMICOの手書き質問を印刷した“振り返り”のためのノートやステッカー、キーホルダーを制作。店頭とオンラインで発売し、宿泊者の方々には、このノートとステッカーをプレゼントしました。部屋の設営はHOTEL SHE, KYOTOまでMICO本人が来館して行い、その様子を本人のYouTubeチャンネルに収めるなど、彼女のファンにしっかりと届くプロモーションを行いました。

#コンセプトルーム

#グッズ制作

#アーティスト

公式サイト:<https://hotelshekyoto.snack.chillnn.com/snack/3ad1b302-fecd-41e7-82cb-3fb4c644a336>



SUISEI, inc.

CASE

## 19. コニカミノルタ プラネタリウム天空

### プラネタリウム出口の壁面リニューアル

押上スカイツリータウン内にあるコニカミノルタプラネタリウム天空における会場外部通路の壁面装飾を行いました。同フロアに飲食テナントが入っており、該当エリアには多くの通行客がいる一方、暗い雰囲気のある壁面となっているため、通行客が目を引いてプラネタリウムや館内ショップに誘客するような装飾をしたいというご依頼をいただき、プロジェクトがスタートしました。デザイナー五味春佳さんと共に、施設キービジュアルのコンセプトとなっている、日没後・日の出前の短い時間だけ見られる特別な空の色を指す「マジックブルー」という深いブルーにオレンジのグラデーションをテーマにデザインを進め、以前の暗い雰囲気から明るいながらもプラネタリウムを想起できる空間となりました。壁面には、ポスターボードやチラシホルダーの設置も行い、通行客とのコミュニケーションを促すことを意識しました。また、装飾逆側壁面にあるガラスショーケース内部の装飾も担当し、逆壁面と統一感を出しながらもショップのアイテムを効果的にアピールできる演出を考えました。

#空間デザイン

#グラフィックデザイン

#商業施設

公式サイト:<https://planetarium.konicaminolta.jp/tenku/>



CASE

## 20. コニカミノルタ プラネタリウム満天

銀河のどこかにある秘密のギフトショップ

池袋サンシャインシティにあるコニカミノルタプラネタリウム満天におけるショップエリアのリニューアルを行いました。「プラネタリウム自体の満足度は非常に高いがその前後の体験価値に課題がある」とご相談から、会場出口に設置されているショップエリアの魅力向上を提案しました。ショップエリアを常設できず、移動可能な什器制作をしなければならない制約があり、それを逆に、「宇宙にある小さなモノ達を集め天の川に乗って現れる、移動式のポップアップショップ」というコンセプトを設定し、企画を実施。デザイナーには五味春佳さんをアサインし、遠くからショップを認識でき、寄って見たさを誘発する目を引く装飾を意識してデザインを進行しました。また、寄りて商品を見る時も楽しむことができるような細かなギミックや、体験としても楽しめるようにカプセルイを設置。デザイントーンとしては、暗いトーンで以前まで表現されていた宇宙を不可思議なものであると再解釈し、宇宙と繋がるマンホールの設置など細かな部分も表現することで、既存ターゲットを考慮したポップデザインのショップエリアを制作しました。

#空間デザイン

#グラフィックデザイン

#商業施設

公式サイト:<https://planetarium.konicaminolta.jp/manten/>



SUISEI, inc.

CASE

## 21. オリジナルクラフト ビール制作

京都府公衆浴場業生活衛生同業組合  
オリジナルクラフトビール制作

観光庁による、「令和3年度地域資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」にて、銭湯カルチャーの磨き上げを通して、「風呂」としての役割に終わらせるのではなく、「社交場」として活用することで新たな観光コンテンツを造成することを目的としたプロジェクトが実施されました。プロジェクト内のコンテンツであるオリジナルクラフトビールの企画・開発を水星が担当しました。銭湯の役割を2方向から再解釈し、1人でゆっくり湯船やサウナに入りととのうことで自分自身を見つめ直すことをコンセプトに、重くて苦味の強い「Private Ale」と、社交場としての役割に着目しはじめた人とも乾杯したくなる様な軽くてフルーティーな口当たりの「Public Ale」の2種類を開発しました。製造は、京都府与謝野町にあるブルワリー「かけはしブルーイング」にレシピ開発を依頼し、それをもとに奈良県宇陀市のブルワリー「Beer Holic Brewing」の醸造所にて製造しました。

#コンセプト開発  
#プロダクト開発  
#コンテンツ企画



SUISEI, inc.

CASE  
22.N6 / KNOT MARKET PLACE

大阪、中津の工場をリノベーションした  
ベーカリー&カフェストア「KNOT MARKET PLACE」  
クリエイティブ制作

ビルやレジデンス、ホテルなど既存収益物件に新たな価値を生み出す、リモデル(再構築)事業を手掛ける株式会社ノットコーポレーションが空間の新しい価値を提案するプロジェクトの第一弾として大阪市北区中津6丁目に〈創る×繋ぐ×集う〉をテーマにした複合施設「N6 -エヌロク-」。そこにインストールされたカフェギャラリーKnot Market Placeのロゴ開発、サイン計画、WEBサイト作成を担いました。またインスタグラムの立ち上げから運用初動時のコンサルティング、ギフトボックスの開発など、ユーザーとのコミュニケーションにおいて肝となる領域において確かな効果を生み出すことが出来ました。

#クリエイティブ  
#WEB制作  
#地域ブランディング

公式サイト:<https://www.knotmarketplace.com/>



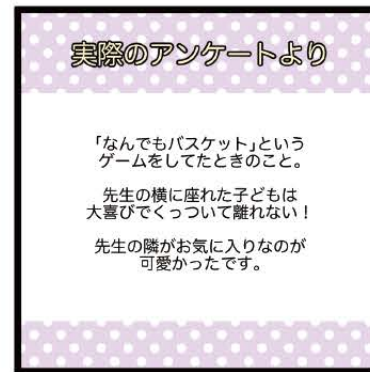
CASE

## 23. 京都保育の魅力発信 キャンペーン

保育の未来を担う採用ブランディングとしての  
Instagram運用

令和3年度、京都保育の魅力発信キャンペーンに係るInstagram運営等業務において、京都保育の魅力発信キャンペーン実行委員会が所有するInstagramアカウント「まいなび」の運用を行いました。運営方針として、京都府下の保育園で働く保育士の方々から、日々働く中で感じる子供たちの成長や、可愛らしさ、保育士あるあるなどのエピソードを収集し、4コマのイラストを作成し投稿する形にしました。イラストレーターは、Instagramのフォロワーが18.9万人以上、「ゼクシイbaby みんなの体験記」など各誌で連載を持つモチコさんに依頼しました。4コマイラストの投稿の他、園や保育現場の雰囲気がわかる1分の動画を制作し、フィードへ投稿しました。アカウントの運用目的は、京都で保育士を目指す方に保育の魅力を感じていただきゆくゆくは採用につなげることでしたが、運用期間中に実施された就職フェアにて、実際のフォロワーの方に来ていただけるなど、リアルでも反響がありました。

#イラスト制作  
#コミュニケーション戦略  
#Instagram運用代行





CASE

## 24. ナトゥールヴァルト 富良野空間演出

季節感を満喫できるホテル内POPUPイベント

北海道ホテル&リゾート株式会社様のグループであるホテルナトゥールヴァルト富良野のお子さま向けスペース「アソビバ」の空間演出を行いました。2021年11月から、2022年8月にかけて2ヶ月に1回テーマを変えた空間全体の装飾とフォトブースイベントを合計5回実施しました。11月-12月はツリーやプレゼントで装飾した「クリスマス」、1月-2月は冬のお城をイメージし子ども達がプリンス・プリンセスになりきる「魔法のナトゥールヴァルト城」、3月-4月は春を感じられるお花やうさぎ、たまごを装飾した「イースター」、5月-6月は初夏の森の爽やかさを感じられるような装飾と室内テントを使った「ルームキャンプ」、7月-8月は引き続き夏をイメージした森の装飾と、フォトブースはビーチ、スペースの一角に夏祭りの屋台を設置し、アソビバ全体でまるっと「夏休み」を満喫できるスペースに飾りつけしました。全体のプロジェクト進行を水星が担い、北海道を中心に活躍されているプランナーの岡部小夜子さんに装飾をお願いしました。

#イベント企画

#空間演出



CASE

## 25. たなかみさき コラボルーム

# ホテル

# し〜



騒がしい情報から距離を置いて気持ちよく  
くつろぐ「ホテルし〜」

イラストレーターのたなかみさきさんとコラボしたHOTEL SHE, KYOTOのコンセプトルーム「ホテルし〜」は、世の中の世相を読み取り、「騒がしい情報から距離を置いて気持ちよくくつろぐこと」をテーマに制作しました。

100名限定で販売し、コロナ禍にも関わらずリリースから24時間のうちに6割以上の予約が埋まる人気企画となりました。また、室内で体験していただくために制作した特別なコラボグッズを、気に入れば購入できるようなスキームを構築。あわせて、ブルックリン・プルワリー様より協賛をいただき、トリプルコラボでのカフェメニューやコースターを制作するなど、ホテルにおける広告展開に向けた試金石的な企画となりました。

#クリエイター  
#体験コンテンツ  
#コンセプトルーム





CASE

## 27. 佐世保VANMOOF PR

坂の街佐世保に没入する、e-bikeke

VANMOOFによる観光コンテンツの開発、PR

明治以降は軍港として栄え、戦後は米軍基地や海上自衛隊が構え、造船所のクレーンが立ち並ぶ海岸、そこから緩やかに時に急峻に延びる斜面地に有機的に根を貼る住宅街、その中を縫うようにそして多層に張り巡らされた高低を幾度となく繰り返す道、その多くが坂。既に広く知られている長崎と同じく佐世保もまた「坂の街」です。日常生活で自転車を目にするのはほとんどありませんでした。何故なら、移動手段として、あまりに非効率だから。そんな長らく自転車が似つかわしくない街と思われてきた佐世保に新しい提案として、低平地が広く続くが故に自転車の街として栄えた、アムステルダム発祥の電動自転車であるVANMOOFでのアクティビティプログラムの企画、実装からLP制作を担当しました。険しい坂道や細い路地を快適に乗りこなすシーンを納めたプロモーションムービーの制作も行いました。

#クリエイティブ

#WEB制作

#地域ブランディング

公式サイト:<https://www.resortsasebo.com/vanmoof>



CASE

## 28. イトグチャPR支援

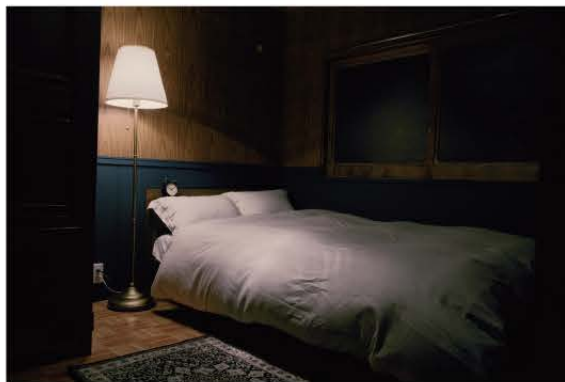
奥大和の宿の「心地よさ」を伝えるnote執筆

奈良県奥大和地方の宇陀市室生地区に、2021年にオープンした古民家の宿のブランディング、マーケティング支援を行いました。宿主の川原氏がこれまでの人生の中で感じた繊細な感性をもとに、「心地よさ」に出会う物語の主人公になるというコンセプトのもの、ターゲットの整理やコミュニケーション戦略を実施。コミュニケーション戦略については、noteを利用しエッセイのような形で、宿を営む中で日々感じることができる、都会の喧騒の中だと忘れ去られてしまいそうな小さな感情の起伏を執筆し公開する方法を提案。店主の川原さんに実際の執筆をご担当いただき、水星にて文章の編集を行いました。サポート期間中に、合計4記事をリリースし、総スキ数は322件を獲得しました。

#コンセプト開発

#コミュニケーション戦略

#note



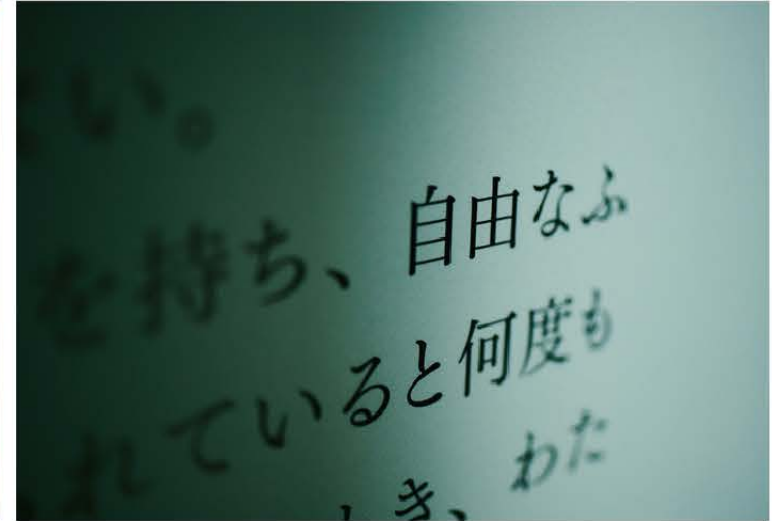
CASE

## 29. 詩のホテル

「文章の中に泊まる」独自の宿泊体験

詩人・最果タヒさん、デザイナーの佐々木俊さんとコラボした「詩のホテル」では、二次元にある詩の世界を三次元的に体験できる没入型の宿泊体験を提供し、アート作品としての斬新さもあって、予約開始時から多くのメディアに取り上げられるなど、大きな反響を呼びました。3室限定で、体験は宿泊者にしか公開されない(オフィシャルとして室内の情報を一切明かさない)というPRによって、Twitterを中心に宿泊者によるUGCが生まれました。3か月間という限定期間は数日で予約が埋まってしまいましたが、結果として、期間を延長し、最終的には8か月におよぶロングラン企画となりました。コンテンツをリッチにすることで体験価値の底上げも実現し、「コンセプトルーム」という、ホテルにおける新たな可能性を確立することができました。また、これに合わせて、出版社リトルモアが主導となって制作した「詩のレコード」をはじめ、数々の記念グッズを制作。宿泊予約同様、発売から数分で完売するアイテムが出るほどの人気を博しました。

#クリエイターコラボ  
#コンセプトルーム  
#体験コンテンツ



SUISEI, inc.

CASE

## 30. しずくいし観光協会 マーケティングセミナー

持続的な地域の発展に向けたマーケティング  
支援を企画・実施

岩手県雫石町のしずくいし観光協会にて、宿泊事業者を中心とした地域の担い手の方々に、Instagramを活用したマーケティング講座をオフラインで実施しました。しずくいし観光協会の会場をお借りし、合計14事業者19名の方にご参加いただきました。エリアの課題として、オンラインでのマーケティングノウハウが乏しいという点からご依頼いただいたため、基本的なマーケティングの考え方を元に日々の運用を念頭に置いた手触り感のあるInstagramの使い方をお話しました。

#地域ブランディング

#Instagram

#セミナー



# CASE 31.OSAKA BAY DIARY

## 地域の匂いを閉じ込めたZINE制作

大阪市港区役所が参画する「築港・天保山にぎわいまちづくり実行委員会」が主催する公募プロポーザル事業として、築港・天保山エリアを中心とした区内の魅力ある店舗や観光資源を紹介するガイドブック「OSAKA BAY DIARY」を制作しました。該当エリアには、昭和の面影が残る情緒的な商店街から、独特の造形美が光る橋や建物群まで、この土地の歴史が生み出した味わい深い景色がたくさんあります。「OSAKA BAY DIARY」では、「街に迷い込むMAP」をテーマに、誰かが旅の手帳につづったような素朴なスポットを集め、地図を手掛かりに、まちの人に場所を聞きながらまち歩きを楽しめるフォトガイドブックに仕立てました。スポット情報は日英中の三カ国語で表記し、国内外の来訪者に楽しんでもらえるようにしました。限定2000部で発刊し、大阪市港区内の区役所庁内や各地域の区民会館をはじめ、クルーズ客船案内所、丸善インテックアリーナ大阪、大阪メトロ大阪港駅、JR弁天町駅、約10軒の協力店舗とHOTEL SHE, OSAKA、大阪市役所など、港区外でも複数のエリアに冊子を設置しました。

#地域ブランディング  
#冊子制作





CASE

# 32.SUPER HOTEL Instagram

Instagramをツールにした  
コミュニケーション戦略の実施

ビジネスホテルチェーン「スーパーホテル」様のリブランディングに際し、Instagramを中心としたSNS運用コンサルティングを行いました。従来は「LOHAS」をコンセプトに掲げていましたが、ブランドリニューアルに際し「Natural, Organic, Smart」を新たなタグラインとしてPR。新しいコンセプトのもとでスーパーホテルを若年層・インバウンド層に向けて訴求するためのSNS運用のコンサルティングを実施しました。競合と比較した訴求ポイントを分析した結果、時代に先駆けたエコフレンドリーな経営スタイルこそが魅力であり、潜在顧客に伝えるべき情報だと判断。様々なInstagramメディアの事例を踏まえながら既存のInstagramアカウントをLOHASなライフスタイルを提案するメディアとしてリニューアルしました。SNS運用戦略策定・運用設計から、ホテル空間の撮影・スタイリングなどクリエイティブ制作に至るまで弊社のSNS運用ノウハウを移譲し、3ヶ月のコンサル期間を経て現在では13000フォロワーを超えるアカウントに成長しました。

#リブランディング  
#マーケティング  
#Instagram



SUISEI, inc.

CASE

## 33.平成ラストサマー

平成最後の夏を締め括った泊まれる音楽フェス

平成30年の歴史と思い出を彩る名曲をオールナイトでプレイする「泊まれる音楽フェス」を、平成最後の夏となった2018年8月31日に開業1周年記念イベントとしてHOTEL SHE, OSAKAで開催しました。クラウドファンディングサイトCAMPFIREで販売したチケットは即日完売し、当初想定していた定員を上回る115名から合計142万8500円の支援を集めました。同時期に、同時多発的に「平成最後の～」という言葉がSNSを中心に世間に広がっていきました。イベントは、リリース直後からSNSを中心に大きな反響を呼び、2018年8月10日発売の日経MJの一面で「平成ラストサマー、消費波打つ（日経MJ）」として紹介された他、WWD、TABILABO、business insider等、複数のメディアに取り上げられました。アーティストとして、Maltine Records代表のtomadさん、りんご音楽祭などでも活躍するYOITTUさん等、ミレニアル世代のDJ総勢10名が参加。司会はFM802のラジオDJ樋口大喜さんに依頼しました。

#イベント企画  
#音楽フェス  
#アーティストアサイン



CASE

## 34. 原稿執筆パック

湯河原の温泉旅館における  
日本人のためのオリジナル宿泊プラン

湯河原にある温泉旅館・The Ryokan Tokyo YUGAWARAの宿泊商品として2018年にリリース。企画のきっかけは、卒論執筆中の大学生に泊まりに来てほしい、というSNSでの呟きをもとに、ゲストとのやりとりから着想した「卒論執筆パック」でした。同時に「学生ではないが原稿を書きたい」というゲストのリクエストをもとに、文豪の逗留地として愛された湯河原の歴史を織り込み、温泉旅館に缶詰になって集中して仕事を行うための宿泊体験として「大人の原稿執筆パック」を開発しました。滞在中に館内で筆って作業してもらうために、三食分の食事を提供するほか、コーヒーの飲み放題や、夜食メニューの開発、旅館スタッフが編集者に扮して進捗確認をしたり、感想を伝えたりするなど、文豪のように缶詰になれることをコンセプトにしたサービスが好評を博し、SNS上で大きな反響を呼びました。日本経済新聞などのマスメディアにも取り上げられ、関連商品も含め、年間4000万円を売り上げました。従来であれば、消費活動である温泉体験を、投資活動として設計し直すことで、市場に新しい需要を創出しました。

#コンテンツマーケティング  
#商品企画  
#体験コンテンツ



# 大人の 原稿執筆 パック

1泊3食付き / 珈琲・紅茶飲放題 

**お1人様 1泊あたり: 11,500円~**



THE RYOKAN TOKYO  
YUGAWARA

  
積ん読解消パック  
"Tsundoku" Kaisho Pack

珈琲・ハーブティー飲み放題  
1泊3食付き・お1人様 **10,600円~**



## 卒論執筆パック

12名1室利用時  
1泊4食付きお一人様 10,000円~  
1泊2日~3泊4日

花柄のナゾードリンクも付いてくる 

THE RYOKAN TOKYO  
YUGAWARA

SUISEI, inc.

CASE

# 35. THE RYOKAN TOKYO YUGAWARA

新たな癒しを体験できる、湯河原の温泉旅館

神奈川県湯河原にある、かつて保養所だった建物をリノベーションして運営されていたインバウンド向けの宿を、顧客層の分析のもと、2017年12月に首都圏在住日本人向けにターゲットを転換し、「The Ryokan Tokyo Yugawara」としてリニューアルしました。それまでのコンセプトを見直し、文豪に愛された街の歴史を踏まえて「湯ごもり」を軸に、「湯河原チルアウト」をメインコピーとしてコンセプトをリニューアル。「原稿執筆パック」をはじめとするオリジナルの宿泊プランはSNSを中心に大きな反響を呼び、参入前後で自社予約数830%、客単価135%、総売上150%を実現するなど、独自のファン層開拓による湯河原の宿泊市場に影響されない強固な顧客基盤の獲得を実現しました。2022年4月、運営委託の契約期間が終了し、株式会社温泉道場様に引き継ぎました。

#運営委託  
#リブランディング



CASE

## 36.HOTEL KUMOI

北海道・層雲峡温泉での『次の一年を整える場所』

北海道・層雲峡温泉に位置する旅館を、2017年にリノベーションして運営開始。大雪山国立公園内で水墨画で描かれたような幻想的な景色、五大温泉街、大雪山系の麓として知られる層雲峡ですが、全国的にはまだ知名度が低く、地域全体での活性化が求められます。そのため、街と共生するホテルとなるようプロデュース・運営を行っています。滝飛沫や温泉の湯気等、層雲峡の景色にある"水煙"に着目し、シーシャの導入や、蒸気を意識した食事メニュー、暖炉など意匠への反映を通じ土地の空気感をホテル内に落とし込みました。他にもビリヤードやバーを用意し、ホテル内外のゲストが流動する環境を整えました。2020年より、浮世離れた層雲峡の世界を存分に味わってもらうべく、『次の一年を整える場所』をコンセプトに、東洋医学をベースとした長期滞在型養生リトリートとしてリブランディングしました。漢方医の体質診断・処方をはじめ、鍼灸師による施術、体質に合わせた養生食など、身体と心を労わる生活を学び、日常生活に持ち帰っていただけるような体験を提供しました。

2020年4月より一時閉館しております。

#リブランディング

#リトリート



SUISEI, inc.

CASE

## 37.HOTEL KARAE

地域の特有の空気感を解釈し、デザインする

いきいき唐津株式会社様の複合商業施設開発プロジェクトの一環として3階に新規開業したホテル「HOTEL KARAE」の開業支援に携わりました。唐津及びその近辺の宿泊施設の競合分析を行い収支予測を行った結果、リゾートホテルや高級旅館、もしくは格安ビジネスホテルがメインの市場の中で、20室程度の上質な客室と15床程度のドミトリーの融合したブティックホテルを展開することを決定。また、館全体のネーミングやロゴデザイン、コンセプト策定、意匠決定にも参加。経年変化していく唐津焼のように時が重層的に感じられる唐津という街並みや、唐津くんちの時期の高揚感と日常の穏やかさのコントラストから、「時の重なりとハレとケ」をホテルコンセプトにしました。このコンセプトを元に、各種クリエイティブを展開。キービジュアルにはモデルの武居詩織さん、フォトグラファーのモリシタヨウスケさんをアサイン。併せてティザーサイト・Webサイトの製作やプレスリリースを行いました。また、少人数でも効率的に回せるオペレーション設計、予約・在庫・会計管理のシステム設計を行うなど、ホテル開業に関わる全ての業務を支援しました。

#新規ホテル開業  
#コンセプト設計  
#クリエイティブ制作

公式サイト:<https://hotelkarae.com/>  
🐦 <https://twitter.com/hotelkarae>  
📷 [https://www.instagram.com/hotel\\_karae/](https://www.instagram.com/hotel_karae/)



SUISEI, inc.

CASE

## 38. ホテルやま幸リブランディング

倉敷市の和洋館における  
『クラシカルな新しさ』の再発見

倉敷市郊外にたたずむ昭和の風情漂う和洋館「ホテルやま幸」のリブランディングを支援しました。特徴である、幼い頃のおぼろげな記憶の中にある”どこかの街の観光ホテル”を感じさせるようなノスタルジックな空気感をしっかり残した上で、さらに10年先まで愛されるような、「クラシカルな新しさ」をテーマに空間・サービスの一部をリブランディングしました。参画させていただいた時点でラウンジや大浴場、食事処をはじめとした共有部分は既にリニューアルが完了していたため、ホテルエリアの改修を中心に実施。客室リノベーションの企画提案ではモスグリーンまたはモスレッドを基調とした落ち着いた空間に、また体験価値を高めるコンテンツとして、晴れの国と呼ばれる岡山のフルーツを使ったドライフルーツティーを客室内に設置しました。また、大浴場のシャンプー導入など、宿泊体験全体に関わるコンテンツ提案なども行いました。従来は高齢のゲストが中心であったことから、地域の若年層、ファミリー層へ訴求できるキービジュアルの撮影を行い、UI/UXの高い公式Webを製作するなど、良質な発信に貢献しました。

#体験コンテンツ  
#WEB制作  
#リブランディング



SUISEI, inc.

CASE

## 39. 既存観光拠点の 再生・高付加価値化 推進事業

観光庁スペシャリスト参画

観光庁令和2年度3次補正予算事業既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業において、専門的な知見を通じた計画拠点の課題解決を目的として、スペシャリストとして自治体や宿泊事業者に対して助言業務を行いました。IIの地域・DMO・事業者コンソーシアム及び8の事業者に対して補助金事業運営事務局より派遣され、誘客戦略、コミュニケーション戦略、旅行商品造成など各申請者の状況に合わせて助言業務を実施し、課題解決の一助となるよう努めました。

#観光庁

#マーケティング

#ブランディング

公式サイト:<https://www.kizonkanko.net/>



観光庁  
Japan Tourism Agency

SUISEI, inc.



CASE

## 40.南風開業コンサルティング

東京都小笠原村父島に位置する  
やわらかい南風に揺られるような島民泊

東京都小笠原村父島にて、株式会社伯山様が所有する遊休資産になってしまっていた「南風」という宿の2021年夏オープンの開業支援に携わりました。開業に向けて、フロント接客/及び料飲部門のオペレーション設計や開業に向けた販路の確保や受け皿となるホームページの制作等を務めさせていただきました。加えて、ホームページや販路確保にかかるシューティングも行い、館内クリエイティブの作成やサイトの内容充足化を実施しました。3ヶ月に渡って、実際のホテルスタッフが住み込み、開業のスタート期を現地スタッフやオーナーと伴走させていただき、店舗オペレーション業務を細かにマニュアルを作成し、納品しました。

#開業支援

#オペレーション設計

#WEBディレクション

公式サイト:<https://www.ogasawara-nanpu.com/>

📷 <https://www.instagram.com/chichijimananpu/?hl=ja>



CASE

## 41.アジフライの聖地 松浦 プロモーション動画制作

インバウンド向け「アジフライの聖地 松浦」  
プロモーションmovie制作

長崎県の北部に位置し、水揚げ日本一の常連でもあることから「アジフライの聖地」を宣言している松浦市。同市は、著名なイラストレーターとのコラボレーションでデザイン性の高いアジフライマップや、胸元には大きなアジフライのロゴ、背中にはアジフライの作り方を施した斬新なデザインのアジフライTシャツやポロシャツの制作など、様々な施策を展開しユニークなブランディングを進めています。その松浦市からの依頼により、インバウンドでの来訪者へも強く訴求すべく、アジフライの美味しさの所以や同市の魅力をより感覚的、情緒的に訴求するプロモーションムービーを制作しました。

#地域ブランディング

#PR

YOUTUBE:<https://youtu.be/dbhdOQeSTg>

