



## Next Seminar

3  
/ 14

FRI



Mar, 14, 2025

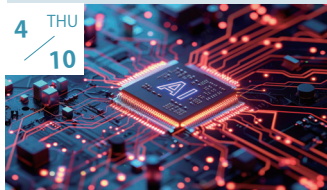
### グラマ DE&I ワークショップ体験 セミナー

本セミナーでは、ボードゲーム「グラマ」を用いた、知識的な理解と体験的な理解の両方の側面から DE&I 理解にアプローチする体験セミナーとなっております。

詳細はこちらです。  
<https://entrelabo.co.jp/public>

4  
/ 10

THU



Apr, 10, 2025

### 事例から学ぶ!今すぐ始められる 生成 AI 活用セミナー

本セミナーでは、大規模言語モデル (LLM) を中心とした生成 AI の最新線と、貴社のビジネスを飛躍させるための戦略をお伝えします。

詳細はこちらです。  
<https://entrelabo.co.jp/public>

4  
/ 14

Mon



Apr, 14, 2025

### ～元気の源、カレーを食べて免 疫力を高める!～元気が出るカ レー研修

ゴーゴーカレーの創業宮森宏和社長、アパホテル専務元谷 拓を講師にお呼びして、カレーを通じて味のこだわりから想い、カレーを通じてのブランディング・マーケティング戦略を学ぶ研修となっております。

詳細はこちらです。  
<https://entrelabo.co.jp/public>



## 元気の源、カレーを食べて免疫力を高める

今回は、4月14日(月)15時30分より、アパホテル&リゾート〈両国駅タワー〉にて開催予定の「～元気の源、カレーを食べて免疫力を高める!～元気が出るカレー研修」についてご紹介いたします。

今回で2回目となる「カレー研修」は、前回の2020年7月にアパホテル〈新宿御苑前〉で行われ、大変好評を博しました。

前回の開催時には600万食を突破していた「アパ社長カレー」は、その後さらに販売を伸ばし、現在はなんと1100万食を突破したそうです。この驚異的な伸びは、まさにカレーという商品のポテンシャルと、ブランド力・マーケティング戦略が相乗効果を生んでいる証といえるでしょう。

今回の研修では、ゴーゴーカレー創業者である宮森宏和社長、そしてアパホテル専務の元谷拓が講師として登壇し、それぞれの視点から「カレーを通じた商品開発や味へのこだわり」、「ブラン

ディング・マーケティングの手法や戦略」について直接お話しいたします。

ここ数年で売上・知名度ともに大きく飛躍したゴーゴーカレーとアパ社長カレー。

その成功の裏にはどのようなアイデアや戦略があったのか、具体的なエピソードを交えて学ぶことができる、大変貴重な機会です。

さらに、カレーに含まれるスパイスが免疫力の向上や健康維持にどのように役立つのか、といった興味深いピックも取り上げる予定です。スパイスが持つ抗酸化作用や代謝促進効果など、日常生活でも活かせるヒントを得ることができるかもしれません。会場からのご質問・ご意見を交えながら内容を深めていきます。

講師のお二人と直接ディスカッションができるチャンスはめったにありませんので、ぜひ積極的にご参加ください。

▼詳細・お申し込みはこちら

<https://entrelabo.co.jp/public>



弊社では、毎年年末にカレンダーと一緒にアパ社長カレーをお配りして、早いもので4年になります。カレンダーと一緒にカレーを配っている会社も少なく、お客様には大変好評で、効果的に弊社の印象を残すことにつながっていると思います。

本との出会い

皆さん

おはようございます。

本日で紹介したい書籍は、『アパ社長カレーの野望』（元谷拓著）青春出版社 /1500 円＋税）です。

本との出会いは、もちろん、アパホテルの元谷専務との出会いによるものです。

確かの元谷専務のご紹介で、Amazon で購入したのがきっかけでした。

「アパ社長カレーの野望」は、アパグループが挑戦するユニークなビジネスモデル「ホテル × カレー」を象徴する物語です。

このカレーは、もともとホテルロビーやオンラインストアなど、ごく限られた流通チャンネルで細々と扱われる商品でした。しかし、ホテルという高品質なイメージと、試行錯誤を重ねて作り上げた濃厚なスパイスの味わいが相まって、早い段階から話題を集め始めました。

さらにアパグループは、ホテル事業との相乗効果を狙って多方面で PR やマーケティングを展開。例えば、ホテルのビュッフェでの提供、客室での告知、プレゼントキャンペーンなど、泊まりに来た人が自然とカレーに触れられる工夫を次々と仕掛けました。

また、郵便局やコンビニなどでも販売。特に郵便局でレトルトカレーが買えるというユニーさもあいまってどんどん取り扱いをする郵便局が増えていきました。

最大の特長は、単なる“レトルトカレー”の域を超えて、「アパホテルが手掛けるこだわりの一品」という付加価値を確立した点です。

旅行者やビジネス出張でホテルを利用した顧客が、「おいしかったから自宅でも食べたい」「帰省のお土産にしたい」と思うようになり、リピート購入や口コミ拡散につながりました。

アパホテルの知名度・ブランド力を活かしつつ、カレー自体のクオリティや独自性も高めることで、ホテル利用者以外にもファン層を広げていったのです。この成功は、アパホテルの企業イメージを「宿泊」だけにとどめず、より身近で親しみやすい商品へと拡張した好例でもあります。

カレーの大衆性とホテルブランドの高級感が融合することで、両者の持つ魅力を掛け合わせた“新しいブランド体験”が生まれました。

こうした戦略によって「アパ社長カレー」は、現在では 1,100 万食を超える販売を記録するほどの人気商品へと成長。アパホテルの事業多角化の象徴として、“ホテルの枠を超える看板商品”のポジションを確立しています。

このように、「アパ社長カレーの野望」は、ひとつの商品の成功にとどまらず、企業全体のブランド価値を高めながら新たな顧客層を獲得する取り組みといえます。

ぜひこの本も読んでみたい方は Amazon でも購入できますので、ご覧のうえ、カレー研修にもご参加いただければと思います。

Under Planning



こんにちは！ AI！！

こどもやシニアでもわかる超簡単な AI 研修を企画中です。

また詳細はアントレ・ラボ通信でもご紹介させていただきますので、ご興味のある方は是非ともご参加いただければと思います。



【コラム執筆】

人と人、人とコトの仲をつなぐ

仲津定宏

この本の中にも、たくさんのごせきと、ユーザー目線ですぐに行動しているアパホテルのエッセンスがたくさん詰められた一冊だと思います。

商品を作るだけでなく、長い間売れ続ける、売れ続けるには、作り手のたゆまない努力の結果だと思います。

研修受講報告

管理職強化研修実施報告



前回の研修で策定したアクションプランの振り返りでは、個人・グループワークを通して成果や課題を共有し、「コミュニケーションは質より量」「心理的距離がある相手ほど報連相を頻繁に」といったアドバイスを確認しました。さらに、美点発見により互いを認め合うことでチームワークを高める効果も学びました。次いで、管理職に必須の「PDCA サイクル」を、状況・役割・行動・影響・結果の五要素で分析し、STAR モデル（Situation・Task・Action・Result）を用いて具体的な行動と結果を振り返る重要性を再確認。午後は、管理職が日常的に直面し得る複数課題に対応する「インバスケツト演習」を通じ、優先順位づけ、判断・決断の迅速化、権限委譲などを実践的に学びました。最終的には、部下への仕事の任せ方や積極的なコミュニケーションの重要性を体感し、管理職としての役割と責任を改めて認識する研修となりました。