



CI(コーポレートアイデンティティ)

東京ソルト株式会社は平成14年2月1日、旧元売り3社の事業統合により、東京都中央区八丁堀の地にて創業致しました。これまでの10年は、自社の商圈を確立する為の導入期、成長期でした。当社は新たな展開期に向けこれからの10年(平成24年4月1日)を、第二次創業と位置付けCI(コーポレートアイデンティティ)の導入を行いました。東京ソルトのCI形成のキーワードは、ベストサプライヤーです。首都圏中心に素晴らしい大勢のお客様と取引しています。これらのお客様との更なる関係強化が重要です。

絶えず変化し続けるマーケットとお客様の要望。お客様が何を要望し求めているのか?を追及し情報収集と提案と対応力で、価格だけではなくお客様との関係強化を、押しすすめていきます。

東京ソルトの活動目的(10年後に目指す姿)

お客様が望む商品と製品の供給者として、
お客様からの信頼を構築します。

品質方針=(企業理念)

東京ソルト株式会社は、お客様から信頼されるベストサプライヤーとして、全社員で顧客満足を実現します。

活動コンセプト

流通やマーケット変化に対応を迫られるお客様の要望を的確に把握し、創造できる対応力の強化を図り実現します。
お客様との更なる関係強化に努めます。

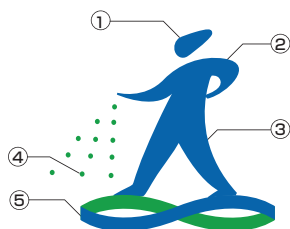
私たち、東京ソルトが育てる 5つのキーイメージ

- 1.「顧客ニーズへの対応が熱心である」
- 2.「営業、販売力が強い」
- 3.「製品サービスの質が良い」
- 4.「安全性がある」
- 5.「信頼性がある」

コーポレートマークについて

■ デザイン構成

東京ソルトのコーポレートマークは、「人とつながり ひびきあい育む」を表現。激しい変化と競争のある大地(市場)に、人との絆を深めしっかり支えあつて(人の文字)、つながりの種(営業活動)を蒔いて進む、東京ソルト自身をデザイン化したものです。



- ① 情報をお客様に発信
- ② 東京ソルトの「T」
- ③ 右肩上がりに大きくなれる「大」
しっかり支えあう「人」の文字で立つ
- ④ つながりの種(営業活動)
可能性がある大地(市場)
- ⑤ 市場の激しい変化と競争のうねり