

第21期

ブランドマネジメントフォーラム

～異業種ネットワークを通じて、ブランドマネジメント研究・相互研鑽する～



ブランドは第4の経営資源とも言われるが本当なのか？

ブランドで社員が会社に愛社精神を持つようになるのだろうか？

ブランドを強くするには、どうすれば良いのだろうか？

ウチの会社の良さ・他社との違いは何だろうか？ ブランドで明確になるか？

どうなれば安売り競争から抜け出せるだろうか？
ブランドが答えか？

ウチの会社で本当にブランドは必要なんだろうか？

開催主旨

本フォーラムは競争優位を生み出していくために、コーポレートブランド戦略とブランドマネジメントの手法についての研究・相互研鑽を行い、その成果を参加企業に反映することを目的に1999年に設立され今期で21期になります。

今日溢れる情報の中で、企業のみならず自治体や大学までもが持続的な成長や生き残りをかけて、ステークホルダーからの共感を得るための経営とは何かという課題に取り組んでおります。そしてグローバル展開する日本企業が増えるなか、消費者に受け入れられ収益も生み出すブランドの確立が課題になっています。

参加メンバーは、実際の先進事例を通じてあらゆる角度から意見交流や研鑽をすることにより、業種・業態を超えた信頼関係に基づく人的ネットワークが構築され、通常のセミナーでは得難い情報とノウハウの相互活用が出来ます。

第21期は、**A.企業理念・存在意義とブランディング**、**B.事業・製品戦略とブランディング**、**C.制度・風土とブランディング**の3つの切り口で行います。上記活動主旨にご賛同いただける意欲的かつ熱意あるメンバーのご参加をご期待申し上げます。

《体験参加について》第1回例会(4/23火)は会合の雰囲気などをご覧いただくため、入会をご検討中の方もご参加(有料)いただけます。

第1回例会

2019年4月23日(火) 13:30～18:30 東京/表参道「アイビーホール」

第1部 研究協力委員によるスタートアップセミナー (13:30～16:00)

プログラム① **「成果の出せるブランディング活動への転換」** ブランドソリューション 武内 良正
・成果の出せないブランディング活動 ・成果の出せるブランディング活動
・ブランディング活動の進化

プログラム② **「ブランドマネジメントの新潮流」** 元 コニカミノルタ 小林 右樹
・ブランド経営の勃興 ・ブランド経営の退潮 ・その原因と教訓
・教訓を糧とし、社会の変化に対応した新時代のブランドマネジメントとは

プログラム③ **「幸せで誇り高い社員を作る」** コマツ 安川 雅雄
・「伝えた」と「伝わった」は異なる(企業理念の伝わり方)
・あなたの会社のOB・OGは会社に誇りを持っていますか？
・あなたの会社の社風って、どんな社風？

第2部 講演 (16:00～17:00) **「昭和と平成を代表する企業のコーポレートブランディング比較」** 講師 ブランドマネジメントフォーラムOB

懇親会 (17:00～18:30) ※名刺をご用意下さい

第1回例会

4 / 23(火)

第1部 「研究協力委員によるスタートアップセミナー」

- プログラム① 「成果の出せるブランディング活動への転換」 ブランドソリューション 武内 良正
 ・ 成果の出せないブランディング活動 ・ 成果の出せるブランディング活動
 ・ ブランディング活動の進化
- プログラム② 「ブランドマネジメントの新潮流」 元 コニカミノルタ 小林 右樹
 ・ ブランド経営の勃興 ・ ブランド経営の退潮 ・ その原因と教訓
 ・ 教訓を糧とし、社会の変化に対応した新時代のブランドマネジメントとは
- プログラム③ 「幸せで誇り高い社員を作る」 コマツ 安川 雅雄
 ・ 「伝えた」と「伝わった」は異なる(企業理念の伝わり方)
 ・ あなたの会社のOB・OGは会社に誇りを持っていますか?
 ・ あなたの会社の社風って、どんな社風?

第2部 【講演】「昭和と平成を代表する企業のコーポレートブランディング比較」

講師 ブランドマネジメントフォーラム OB

第2回例会

5 / 17(金)・18(土)
【合宿研究会】

【グループ討議】

A.「企業理念・存在意義とブランディング」 B.「事業・製品戦略とブランディング」 C.「制度・風土とブランディング」

《分科会スタート》

第3回例会

6 / 4(火)

「ブランド理念経営のススメ」

一橋大学大学院 国際企業戦略研究科教授 阿久津 聡



第4回例会

7 / 2(火)

「社名変更経緯、ロゴ・ビジュアルガイドライン、ブランドステートメントの制定とインターナルの浸透等」

AGC 広報・IR部 インターナルブランディングチームリーダー 石橋 賢一



第5回例会

7 / 30(火)

「ビスリーチの経営」

ビスリーチ 代表取締役社長 南 壮一郎



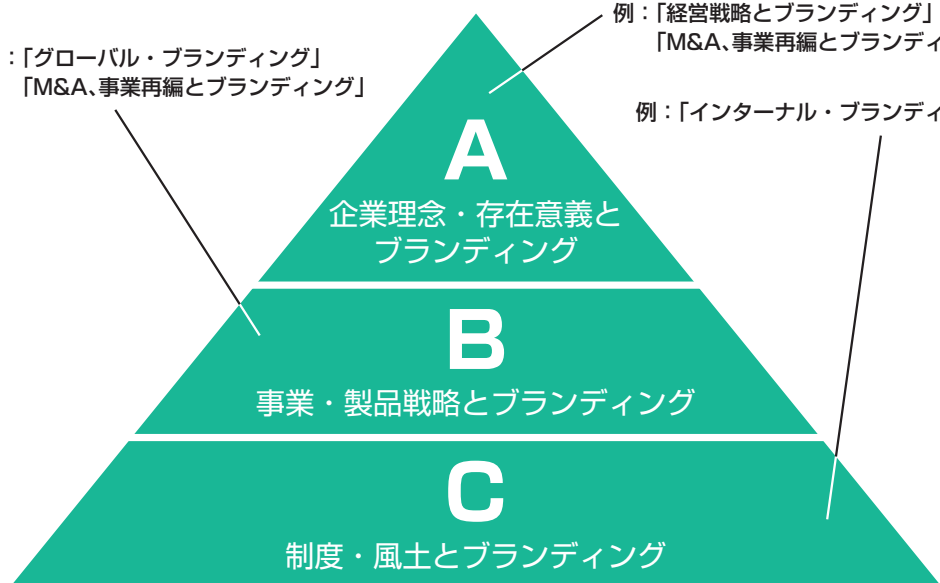
第6回例会

8 / 27(火)

例：「グローバル・ブランディング」
「M&A、事業再編とブランディング」

例：「経営戦略とブランディング」
「M&A、事業再編とブランディング」

例：「インターナル・ブランディング」



第7回例会

9 / 24(火)

第8回例会

10 / 11(金)・12(土)
【合宿研究会】

第9回例会

11 / 5(火)

第10回例会

11 / 26(火)
【研究発表・懇親会】

- A：どのような企業理念や志を持つこと、ステークホルダーにとってどのような存在であることが強いブランドを創ることになるか。それらを実践するための前提条件や必要なことがら何かをブランドビジョンの観点で探り、議論を深めていきます。
- B：事業・製品やサービスの良さ・違いを効果的に知らしめ、それらの評判を効率よくプロダクトブランドやコーポレートブランドにも蓄積するためにどのようなブランディングを実践すべきなのか、それらは業態や業容によりどのように変えるべきなのかをエクステルナルブランディングの観点で探り、議論を深めていきます。
- C：コーポレートブランドの価値を守り、さらに高めるために各自が何をすべきかを全社員が理解し行動することが求められます。そのためにはどのような制度を構築し運用すべきか、どのような風土・価値観を大切にしなければならないのかをインターナルブランディングの観点で探り、議論を深めていきます。

開催要項

期 間●2019年4月～2019年11月（合宿研究会2回を含む）

日 時●原則として火曜日を中心に、13:00～17:00(13:00～14:30 講演、14:45～17:00 分科会)

会 場●アイビーホール、企業研究会セミナールーム

参加対象●企業規模・職位は問いませんが、明確な問題意識を持つ、ブランド実務に携わる方々。

自社の価値や事業・製品を再確認したい方々。

ブランドマネジメント、広報、宣伝、企画、マーケティング、CSR、WEB部門の方々。

◀常席メンター▶

一橋大学大学院

国際企業戦略研究科教授

阿久津 聡

◀幹 事▶

EY Japan

ジュピターテレコム

第一三共ヘルスケア

明治ホールディングス

ブランドマーケティング アンド コミュニケーション部アソシエイトディレクター

グループ戦略本部グループ戦略部アシスタントマネージャー

経営企画部コーポレートコミュニケーショングループ主幹

経営企画部経営企画グループ

高橋 説子

菊地 悦子

坂口 正雄

池田 阿佑美

◀研究協力委員▶

元コニカミノルタ

コマツ

ブランドソリューション

一橋大学大学院

CSR・広報・ブランド推進部長

人事部サービスセンタ担当部長

代表取締役(元 インターブランドジャパン エグゼクティブコンサルタント)

国際企業戦略研究科准教授

小林 右樹

安川 雅雄

武内 良正

鈴木 智子

特 長

1. 異業種交流を深めることにより、業種・業界の壁を越えた**最先端発想**や**最新手法**を学ぶことができ、社外の**ネットワーク**を広げ**パーソナルバリュー**の向上が図れます。
2. ブランドマネジメントの新しい流れや考え方、**実践手法**を研究者・コンサルタント・先進企業の事例研究により**最新の情報**を収集できます。
3. 単なる情報交換だけでなく、その背景にある実務に直結した**ノウハウ交換**が行えます。必要に応じメンバー企業間の数値データ・資料の交換も行います。フォーマルな研究活動に加えて、随時・随所で行う**インフォーマル**な研究活動で信頼関係に裏打ちされた、実はここだけの話のディスカッションも大いに実施されてきました。
4. 各分科会のメーリングリストにて見学会、情報交換、懇親会等を活発に行っています。
5. 最終例会終了後、**各分科会の発表資料を配布**いたします。



▶分科会



▶ワークショップ



▶見学会

【前期年間分科会テーマ】

- インターナル・ブランディング
- 経営戦略とブランディング
- 資産としてのブランドの効果的活用(コーポレート・事業・製品ブランド)
- ブランディング活動のPDCA

【進め方】

A. ベーシックグループとB. アドバンストグループに分かれて行います。アドバンストグループは前期年間テーマを継続して研究するか、新しいテーマを研究するかをグループで話し合います。

前期ゲスト及び合宿研究会

前期講師▶一橋大学大学院・阿久津 聡／味の素・名久井 貴信／バカラ・小川 博／マクロミル・中野 崇／近畿大学・加藤 公代／サクラパックス・橋本 淳

合宿研究会▶5月大仙家／10月ウォーターマークホテル長崎・ハウステンボス

第1期～第20期までの参加企業(五十音順・太字は第20期の参加企業)

アーバネックス/アイシン精機/アイフル/アイリッジ/旭化成/旭化成せんい/旭硝子/旭松食品/味の素/アステラス製薬/アズビル/天野エンザイム/あらた監査法人/アルパイン/アンリツ/EY Japan/イオン/石井ブランド戦略研究所/出光興産/イ・ノーヴァ・コンサルティング/インテリジェンス/エクスマードグラフィックス/江崎グリコ/NEC/NECネクサソリューションズ/NTTデータ/NTTドコモ/MSD/オーエムシーカード/大阪ガス/OKI/尾崎商事/オッジ/オムロン/オリエンタルランド/オリンパス/花王/学習院大学/カシオ計算機/エプソン販売/川崎重工業/KYB/キーエンス/キッコーマン/キヤノン/キューピー/九州電力/京セラ/協和発酵工業/キリンホールディングス/クレハ/グラムコ/コーチ・エィ/クリナップ/グローリー/コーニングジャパン/ゴールドウイン/コクヨ/コスモ石油/コナミ/コニカミノルタ/KDDI/小林製薬/コマツ/コンビ/サーコーポレーション/佐川急便/サンデン/三洋電機/三立製菓/JTインターナショナル/JVC・ケンウッド・ホールディングス/ジェイ・スポーツ/ジェイティービー/塩野義製薬/資生堂/シチズンホールディングス/シチズン時計/シャープ/シャルレ/シャルマン/ジュビターテレコム/ジョンソン・エンド・ジョンソン/新生銀行/新日本石油/スタッフサービス・ホールディングス/住友商事/住友スリーエム/住友生命保険/セイコーエプソン/生活協同組合連合コープネット事業連合/積水化学工業/セコム/ソニー/ソニー・インタラクティブエンタテインメント/SOMPOホールディングス/第一三共ヘルスケア/大日本印刷/大鵬薬品工業/中電シーティーアイ/中部電力/帝人/デジタルアーツ/デンソー/帝国ホテル/トミー/東海銀行/東京ガス/東京急行電鉄/東京電力/東京三菱銀行/東芝/東芝エージェンシー/東洋ゴム工業/東洋紡/東レ/凸版印刷/トヨタ自動車/ナブテスコ/日産化学工業/日産自動車/NISSHA/日東電工/ニューチャーネットワークス/日清紡績/日本IBMシステムズエンジニアリング/日本ガイシ/日本航空/日本航空インターナショナル/日本水産/日本たばこ産業/日本ハム/日本ビュレット・パッカー/日本ユニシス/ネクスウェイ/パイオニア/博報堂/発明推進協会/発明ブランディング研究所/パナソニック/早川プラントデザイン/阪急ホールディングス/阪急阪神ホールディングス/日立キャピタル/日立製作所/一橋大学/日野自動車/フェイス/不二製油/富士ゼロックス/富士通/富士フイルム/富士フイルムホールディングス/バンダイナムコホールディングス/富士電機ホールディングス/ブラザー工業/ブランドソリューション/ブリヂストン/バイン・アンド・カンパニー・ジャパン/ベネッセコーポレーション/ベネッセホールディングス/HOYA/HOYAサービス/ポラ/本田技研工業/マネーフォワード/三井物産/三菱地所/三菱樹脂/三菱商事/村田製作所/明治/明治ホールディングス/メンバーズ/持田ヘルスケア/モルテン/安川電機/ヤクルト本社/ヤマハ/ヤマハ発動機/ヤンマー/UCC上島珈琲/郵便局/横河電機/リクルートホールディングス/リコー/リコー三菱サービス/ワイドレジャー/ワコール

参加者の声

- 参加企業の方々のリアルな声を聴きながらブランドのことをじっくりと勉強することができました。
わからないことはいつでも伺うことができる状況も有難かったです。(情報機器/CSR・広報・ブランド推進部)
- 今後も分科会メンバーとは交流を続け、自社のブランド戦略立案に役立てていきたいと思えます。
このような、他社の同職種の方との交流は非常に貴重な、良い機会でした。(電機/マーケティングリサーチ本部)
- ブランドという観点を中心にした各社の取組みやその効果について聞ける機会はめったにないので、貴重なお話をたくさん聞けてよかったです。(食品/コーポレート本部)
- 日頃話すことのない異業種の方々と話ができて、とても刺激的でした。特に自分が日頃感じている問題意識と同様なものを他社の方々も持っていることがわかり、自分の考え方に確信がもてました。(鉄道/広報部)
- 初めての参加で不安もありましたが、あっという間の数か月で、思っていた以上に自分自身を成長させてくれる機会となりました。(通信/グループ戦略本部)
- 最初はどのような成果が上げられるか不安でしたが、参加してみて、色々な企業の方の考え方、悩みを聞くことができ、とても有意義な時間でした。(情報/広報部)
- 日頃の業務と離れてディスカッションすることで頭の中の整理をすることができた。そして、それを実際の業務の中で活かすことができている。
この場がなければ頭の整理をする機会を得られなかったので、参加してとても良かったと考えている。(輸送機器/マーケティング本部)
- スタートしたときは、こんなにも密な関係になるとは思ってもみなかった。一生モノの人脈ができたと思っています。
他社の悩みを共有したり、自社の悩みを相談したり、心強い仲間ができました。(情報/ブランドマネジメント室)
- 初めての参加で不安もありましたが、あっという間の数か月

開催要項

参加料 正会員 248,400円(本体価格 230,000円) 一般 286,200円(本体価格 265,000円)

※第1回例会は入会をご検討中の方もご参加(有料)いただけます。

【正会員 5,400円(本体価格 5,000円) / 一般 5,940円(本体価格 5,500円)】

お申込み・お問合せ

- ・法人会員企業は下記当会ウェブサイトでご確認いただけます。
- ・お支払い方法は、参加者宛に請求書送付後、指定銀行口座にお振込み下さい。
- ・通信費、資料代、飲食代の一切を含みます。
- ・分割支払や次年度支払いもお気軽にご相談下さい。
- ・合宿研究会や例会終了後の懇親パーティの特別会合は別途実費となります。

〒102-0083 千代田区麹町5-7-2 MFPR麹町ビル2F
TEL:090-6797-1982(村野)、03-5215-3511(代表) FAX:03-5215-0951
E-mail:murano@bri.or.jp URL:https://www.bri.or.jp

一般社団法人 企業研究会 担当: 村野・澤井

※詳細につきましてはお気軽にお問い合わせ下さい。

コード: 190021 お申込み

ブランドマネジメントフォーラム



検索