



ケースで学ぶ ブランド戦略

ブランド戦略ケースブック BRAND STRATEGY CASEBOOK 2.0 刊行記念

13:00~13:05	開会挨拶
13:05~13:35	ケース1：リクルート・Airレジ 京ヶ島弥生（有限会社フロスヴィータ代表）
13:35~14:05	ケース2：ハウス食品・バーモントカレーの国際化 長崎秀俊（目白大学社会学部教授）
14:05~14:20	休憩
14:20~14:50	ケース3：イタリアのテリトリーオ 木村純子（法政大学経営学部教授、イノベーション・マネジメント研究センター所員）
14:50~15:20	ケース4：エアウィーヴ 八塩圭子（東洋学園大学現代経営学部教授）
15:25~16:00	トークセッション：デジタル時代のブランド戦略 田中 洋（中央大学大学院戦略経営研究科教授、イノベーション・マネジメント研究センター客員研究員） 各スピーカー

日時

2021年11月27日（土）13:00～16:00

配信方法

YouTube Live **参加費無料** ※配付資料はありません

申込方法

専用サイトよりお申し込みください。
受付完了メール（自動返信）からシンポジウムの配信リンク先をご連絡します。
<https://www.event-u.jp/fm/10970>

申込締切

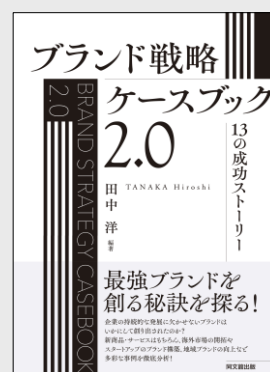
11月26日（金）13:00



2020年代のブランド戦略

2020年代になり、いっそうデジタル化が進行し、社会・経済・文化が大きな変容を遂げつつあります。このような傾向はマーケティングやブランド戦略においても明らかです。ブランド戦略という領域においては、グローバルには著名ブランドの寡占化が進行し、プライベートブランドやD2Cなどの動きも見られます。一方では地域のブランドを育成するという活動も盛んになっています。

このような変化を考慮し、より深く事態を考察するため、今回、ロングセラーである『ブランド戦略・ケースブック』（2012年、同文館出版）に続くブランドのケースブック『ブランド戦略ケースブック2.0 —13の成功ストーリー—』を刊行することになりました。本書では13の成功ブランドのケースが取り上げられていますが、本シンポジウムでは、執筆者のうち4名の方にスピーカーとしてご登壇いただき、2020年代のブランド戦略を語っていただくこととしました。学生、実務家、研究者の方々にブランドやマーケティングに関心のある方には、ぜひご参加いただき、成功するブランドづくりについて学んでいただければと希望しています。





京都大学博士（経済学）。株式会社電通マーケティングディレクターとして21年間勤務の後、法政大学経営学部教授、コロンビア大学ビジネススクール客員研究員などを経て現職。日本マーケティング学会会長、日本消費者行動研究学会会長を歴任。『ブランド戦略論』（2017、有斐閣）（日本マーケティング学会マーケティング本大賞受賞）など20冊の著書と「想像力とブランドー新しい研究パラダイムに向けてー」（2020、『マーケティングジャーナル』）など93本の論文がある。Facebook <https://www.facebook.com/hiroshi.tanaka1> Twitter @harrison_ny



関東学院大学経営学部非常勤講師、日本マーケティング学会副会長。早稲田大学第一文学部卒業。法政大学大学院社会科学部経営学専攻マーケティングコース修了。修士（経営学）。株式会社リクルート、国立大学法人東京大学広報室特任専門員などを経て現職。論文「消費者のメディア情報の「使用」戦略 ～e-メールを用いた住宅購入日記分析～」(2002)。分担執筆『ブランド戦略・ケースブック』（2012、同文館出版、第2部Case5担当）。<http://www.flosvita.co.jp>



一般財団法人ブランドマネージャー認定協会顧問。日本マーケティング学会理事。法政大学大学院 社会科学部研究科 博士課程修了。（修士）経営学（MBA）。大日本印刷株式会社、インターブランド・ジャパンのストラテジー・ディレクターを経て現職。著作『イラストで理解するブランド戦略入門』（2015、三弥井書店）、共著『DMOのプレイス・ブランディング』（2020、学芸出版社）、共著『マーケティング・オン・ビジネス』（2015、新世社）。Facebook <https://www.facebook.com/hidetoshi.nagasaki>



神戸大学大学院経営学研究科博士後期課程修了。博士(商学)。パドヴァ大学大学院客員講師、フランス農業専門職大学院 (École Supérieure d'Agriculture)客員講師、ヴェネツィア大学客員教授(2012～2014年)を歴任。近著は木村純子・中村丁次編著(近刊)『酪農と社会の持続可能性』中央法規、木村純子・陣内秀信編著(近刊)『甦る都市と農村の交流ーイタリアのテリトリー戦略』白桃書房、木村純子(2021)「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律(地理的表示(GI)法)」野林厚志編『世界の食文化百科事典』丸善出版など。



上智大学法学部卒業、法政大学大学院社会科学部研究科経営学専攻マーケティングコース修了。修士（経営学）。テレビ東京を経てフリー。関西学院大学准教授、学習院大学特別客員教授を歴任し、現職。著書『八塩式マーケティング思考術』（2011、日本経済新聞出版社）。

ケース1：リクルート・Airレジ

京ヶ島弥生（有限会社フロスヴィータ代表）

ケース2：ハウス食品・バーモントカレーの国際化

長崎秀俊（目白大学社会学部教授）

ケース3：イタリアのテリトリー

木村純子（法政大学経営学部教授、イノベーション・マネジメント研究センター所員）

ケース4：エアウィーヴ

八塩圭子（東洋学園大学現代経営学部教授）

トークセッション：デジタル時代のブランド戦略

田中 洋（中央大学大学院戦略経営研究科教授、イノベーション・マネジメント研究センター客員研究員）
各スピーカー