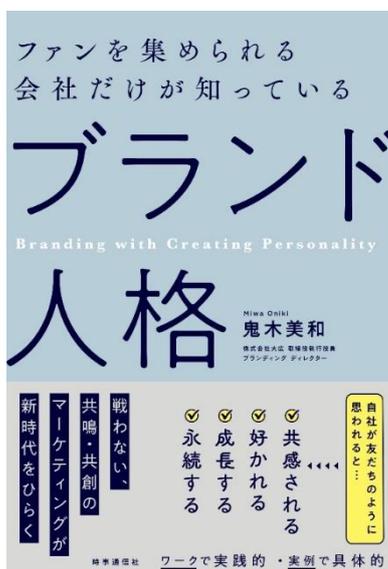




2024年(令和6年)3月13日

新刊『ファンを集められる会社だけが知っている 「ブランド人格」』を発売 “戦わない、共鳴・共創のマーケティングが新時代をひらく”

株式会社 大広(本社:東京都港区、代表取締役社長:泉恭雄)は、『ファンを集められる会社だけが知っている「ブランド人格」』を株式会社 時事通信出版局(本社:東京都港区、代表取締役社長:花野井道郎)から2024年3月13日(水)に発売したことをお知らせします。



「ブランド人格」とは、企業やブランドを「ひとりの人」として見立て、行動原理となる考え方や価値観を言語化するフレームワークです。「ミッション」「ビジョン」「バリュー」を6項目で具体的に、一貫性を保ちながら記述することで、企業の自己認識と自己開示を促します。そして、そのブランドに関わるあらゆるステークホルダーの共感と参画を促し、これからの時代を共にひらく力を引き出します。

当社は、これまでのマーケティング支援事業の中で、多くの得意先、経営者、そして顧客と対話を重ねる中で、「ブランド人格」のあり方を研鑽し続け、ノウハウとして集積してきました。本書は、こうした支援活動を長年リードし続けてきた当社取締役執行役員、ブランディング・ディレクター鬼木美和が「ブランド人格」の内実と効果を、具体的な実践事例を交えながら、ワーク形式で述べる内容となっています。



【参考資料】

■書籍内容

好かれて応援される企業は、何が違うのか？

「一人の”人格”を持った人」として「ブランド」をとらえる、広告会社の大広培った、次世代のブランディングの秘伝。

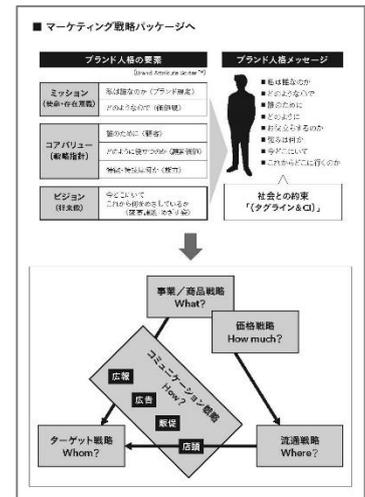
「好かれる企業」は、「やさしい」「親切」「活気がある」「挑戦的」というように、まるで友だちである かのようには語られます。それは、企業の「らしさ」「個性」を、無意識に人と同じ「人格」でとらえているからです。

会社も、同じ業種・業態であっても、人のように性格も役割も違います。

成長する過程で、賛同し支援してくれる仲間を集め、成長と変革を実現していくのです。

「ブランド人格」によって、

- ・理解されやすく、他と区別しやすいため、共感を得られます。
- ・築かれる良好な関係は、他に替えがたく、永く続いていきます。
- ・次の提案も受け容れやすく、経済活動の好循環を実現します。
- ・戦わない、共鳴・共創の次世代マーケティングが作られます。



■著者プロフィール



鬼木美和

株式会社 大広 取締役執行役員/ブランディング・ディレクター

九州大学 文学部 心理学専攻を卒業後、株式会社 大広に入社。食品企業・日用品企業の AE チームで従事したのち、マーケティング局で「企業ブランディング」の専門チームを発足。以降10年間、ブランド人格の考え方をもとに、多数の企業のブランドコミュニケーションをサポート。その後も、企業意志の可視化(=企業ビジョン・ブランド開発)から、企業への期待づくり活動の推進(=企業コミュニケーション開発)、その期待に応える新たな価値づくり(=事業開発・育成)までを、統合的に手掛け続けている。

■書籍概要

書籍名: ファンを集められる会社だけが知っている「ブランド人格」

著 者: 鬼木美和

出版社: 時事通信出版局 [時事通信出版局 \(jiji.com\)](http://jiji.com)

定 価: 1,980 円(税込)

発売日: 2024年3月13日

<上記に関するお問い合わせ> 株式会社 大広 総務局広報チーム

〒105-8658 東京都港区芝 2-14-5 TEL:03-4346-8111 MAIL : info@daiko.co.jp