

Interbrand

株式会社インターブランドジャパン

- 資本金：2,000万円
- 設立：1983年10月
- 従業員数：85名(2017年6月現在)
- 本社所在地：〒150-0012

東京都渋谷区広尾5-6-6
広尾プラザ9階

- 事業内容：ブランド現状分析、ブランド戦略策定、シンボル・ネーム・メッセージなどのブランド基盤開発、ブランドコンセプト開発、空間・パッケージ・デジタルなどのブランド体験開発、ブランド社内浸透、ブランド価値算定、ブランディングROI、ブランド価値経営支援、カスタマーインサイト発掘、カスタマーセンタリシティー経営支援など

●URL：<https://www.interbrandjapan.com/ja/>

高める活動を行うことであり、そこそが中長期的かつ持続的なビジネス成長につながるものであると考えている。

当社には、クライアントのブランドとビジネス双方の成長を支援するため、ブランド価値評価・ブランド

当社は、1974年にロンドンで設立された世界最大のブランディング専門会社の日本人として1983年にスタートした。インターブランドが有するサービスの1つである「ブランド価値評価(Brand Valuation™)」は、世界で最初にISO(国際標準化機構)からブランドの金銭的価値を測定する手法として世界標準に認定されている。

インターブランドは、ビジネスを成功に導く鍵は、企業の有する技術力・サービス力・商品力だけでなく、いかに優れた顧客体験を提供して「ブランド」としての存在価値を構築できるかにあると考えている。また「ブランディング」とは、単なる広告・宣伝活動ではなく、経営・事業戦略と一体となって組織全体でブランドの提供価値を

戦略構築をリードする戦略コンサルティング、ネーム・スローガン・メッセージを開発するコピーライター、ブランドシンボル・パッケージ・空間・デジタルデザインなどブランド体験を開発するクリエイターなどが在籍し、ブランドの現状分析から戦略構築、実行、効果測定まで、トータルなブランディングサービスを提供している。



日本ブランドのランキング「Best Japan Brands 2020」記者発表会



優れたブランディングの取り組みを表彰する「Japan Branding Awards」贈賞式

MESSAGE

顧客の期待の先を行く
ブランド戦略を

社長兼CEO
並木将仁
なみき まさひと



多くの日本企業はこれまで「ものづくり」の力で成長し、明確な戦略を持たなくてもブランドを手にしてきましたが、それで勝てる世界ではなくなりました。わが社のブランドランキングを見ると、TOP100グローバルブランドのブランド価値合計金額の対前年成長率はプラス5・6%だったのに対して、TOP100日本ブランドはプラス0・9%と劣後しています。こうした状況を覆すには、顧客が明確に表現できないながらも求めている体験を商品やサービスとして理解し、ブランドとして顧客の期待の先を行く体験を提供することが重要です。また、経営トップがブランドの方向性を決め、開発や生産、営業や広告宣伝、人事など全社一丸となった活動が必要となります。当社は、日本企業がブランドで勝つための支援を通じ、日本経済の発展に貢献してまいります。経団連入会を機に、皆様のご指導とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。