



今日の消費と ブランド・イノベーション

私たちの身の回りにあるモノやコト、ヒト、トキは「ブランド」抜きには語れません。今や「ブランド」は単に消費やマーケティングだけでなく、企業の経営方針や競争戦略策定の中核的な位置を占め、経営者の役割は自社の「ブランド」資産や価値をどう継承し、発展させるかに尽きるとさえ言われています。今回の関西大学丸の内ゼミナールは「今日の消費とブランド・イノベーション」をテーマに、2030年代に予想される消費の動向、流通・サービス業界が直面する社会課題や環境問題等への対応、ブランディングのヒント等、今日のブランド戦略について、3人の講師と考えます。

日時	2024年 10月 10日(木) 16:00~19:00 (開場 15:30)
受講料	4,000円 ただし「関西大学東京経済人倶楽部 会員」「関西大学 学生」 「関西大学東京経済人倶楽部会員の紹介による関西大学校友」は 無料
会場	関西大学東京センター／千代田区丸の内1-7-12 サピアタワー9F または、オンライン配信 (いずれの場合も、右下QRコード・URLより 要申し込み)
懇親会	終了後、同会場にて開催します【参加費：4,000円】※当日、会場にてお支払いください

アクセス



解題

関西大学名誉教授／
一般社団法人 ブランド戦略経営研究所
理事長
すやま けいすけ
陶山 計介



第1講

「消費がネガティブな時代のマーケティング」



産業能率大学
教授

こごま あつし
小々馬 敦

第2講

「リテール事業を取り巻く 経営環境の変化と対応」

東急総合研究所
執行役員 研究部長

よねだ やすこ
米田 泰子



第3講

「ブランド・イノベーションのヒント」

株式会社
クー・マーケティング・カンパニー
代表取締役



おとべ だいすけ
音部 大輔

パネル ディスカッション

講演者によるパネルディスカッション

●お申込はこちら●

QRコード または
WEB : <https://x.gd/QYkUF>



16:00 開会

オープニングスピーチ/解題

関西大学名誉教授、一般社団法人 ブランド戦略経営研究所 理事長/陶山 計介



第1講

16:05~16:40 「消費がネガティブな時代のマーケティング」

産業能率大学 教授 小々馬 敦

Z世代やα世代などの若者のライフスタイルや消費・購買には新しい動向が見られます。

5月に刊行した『新消費をつくるα世代—答えありきで考える「メタ認知力」—』(日経BP)では、2024年時点で14歳(中学2年生)までの若者とのエンゲージメントを強化することが、2030年代の消費と社会のあり方、ポストSDGsの時代におけるマーケティングの姿を考えるうえで極めて大切であるとし、若者の価値観や行動といった特性が消費・購買行動にどのように反映されるのかについて詳しくお話しします。

<講師Profile>

インターブランドジャパンのエグゼクティブコンサルタントとして企業変革に関わるコーポレートブランディングのプロジェクトをリード。その後、ブランド論の提唱者、D.A.アーカー氏が副会長を務める米国コンサルタント会社、プロフェットの日本代表に就任、ブランド体系戦略・ブランドポートフォリオ戦略の導入を支援。日本企業の無形資産価値創造、海外進出プロジェクトを支援する。2006年、フューチャーブランドの代表取締役社長に就任。企業価値向上プロジェクトをリードする一方で、MBA大学院や企業内大学にてブランドマネジメントの啓発活動を行う。2013年より現職。

第2講

16:40~17:15 「リテール事業を取り巻く経営環境の変化と対応」

東急総合研究所 執行役員 研究部長 米田 泰子

今日、日本のリテール事業を取り巻く動向として、少子高齢化とファミリー層の減少、女性就業率の上昇等ともなうタイバ意識など価値観やライフスタイルの変化、百貨店・ファッション系分野の低迷に示される小売動向、地球環境問題などがあげられます。これらの要因をベースに、流通・サービス業界における環境変化への対応実例(「エスコンフィールド」や、札幌すすきのにオープンした「COCONO SUSUKINO」、セブン&アイグループの新コンセプト店舗「SIPストア」、日本のブランドを世界に発信する「銀座和光」等)を紹介しながら解説いたします。

<講師Profile>

お茶の水女子大学文教育学部卒業、同大学院人文科学研究科修了。大学院修了後、東急総合研究所に入社。生活者の消費行動や生活行動に関する調査研究およびリテール事業を中心に東急グループの事業戦略策定支援に従事。中小企業診断士、SC経営士(一般社団法人日本ショッピングセンター協会認定)。

- 『ミセスが選んだ生活満点100 多摩田園都市にみる「売れ筋」の研究』(共著、PHP研究所、1997年)
- 『SC経営士が語る新・ショッピングセンター論』(担当箇所執筆、織研新聞社、2013年)
- 『ローカライズ時代の商業ビル【エリアマーケティング&リーシング】資料集』(担当箇所執筆、総合ユニコム、2021年)

第3講

17:15~17:50 「ブランド・イノベーションのヒント」

株式会社クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役 音部 大輔

ブランドマネジメントの世界では、百花繚乱の如く概念が入り乱れ、百家争鳴の如く異なるアプローチが競い合いながら、栄枯盛衰を繰り返しています。

この激動の中で、ブランドの創出・維持・向上のために、変化する要素と変化しない要素を見極めることは、新しい考え方を取り入れたり、異なる経歴の識者から学んだり、また自身の経験を整理するうえでも非常に重要です。

これからの未来に向けたブランド作りの要諦を踏まえつつ、その進化のアプローチについてお話しいたします。

<講師Profile>

日米P&Gを経て、ダンノンやユニリーバ、資生堂などでマーケティング担当副社長やCMOとしてブランド回復やマーケティング組織強化を主導。2018年より独立、家電、日用品、食品、広告会社など国内外の多様なクライアントを支援。博士(経営学 神戸大学)。著書に『なぜ「戦略」で差がつくのか。』(宣伝会議)、『マーケティングプロフェッショナルの視点』(日経BP)、『The Art of Marketing - マーケティングの技法』(宣伝会議、日本マーケティング学会「日本マーケティング本大賞」で2022年の大賞受賞)、『マーケティングの扉』(日経BP)などがある。

パネルディスカッション・Q&A

18:00~18:55

パネリスト: 小々馬 敦 / 米田 泰子 / 音部 大輔

ファシリテーター: 陶山 計介

18:55~19:00 閉会挨拶・まとめ / 終了後、同会場にて懇親会を行います