

100年企業が実践するコーポレートブランディング

JMR
戦略ケース研究会
拡大セミナー

100年以上の歴史を持つ凸版印刷とクボタ。ともに時代の変化にともない、事業内容が変遷しているにも関わらず、現在の事業内容が社会に認知されておらず、企業ブランドイメージの低下に危機感を抱いていた。

2021年11月のJMR戦略ケース研究会 拡大セミナーでは、このような共通の課題を持つ2社に、現在推進中のコーポレートブランディングについて、どのようなステップで実践しているのか、実際のクリエイティブなども交えてご講演いただいた。

本稿では内容を抜粋して掲載する。

凸版印刷

凸版印刷株式会社
広報本部
宣伝部長
佐藤 圭一 氏

★コーポレートブランディングの考え方と実践 ～凸版印刷が推進するリ・ブランディング活動～

凸版印刷は「印刷テクノロジー」をベースに「情報コミュニケーション」、「生活・産業」、「エレクトロニクス」の3分野で事業を展開。社会やお客様の課題解決につながるトータルソリューションの提供を行っている。

そんな同社だが、今年からは自社のコーポレトリ・ブランディングに着手。「印刷の会社」というイメージを払しょくし、社会的価値創造企業として、幅広い事業領域で課題解決をする企業であることを、『すべてを突破する。TOPPA!!!TOPPAN』というブランドメッセージに込め、テレビCM等で積極的に発信している。

本講演では、ブランディング・ディレクター／コンサルタントとして、様々な企業のブランディングプロジェクトに携わってこられた佐藤氏に企業ブランディングの基本についてお話しいただき、さらに現在取り組まれている同社リ・ブランディングの内容及び成果、今後の展開についてお話しいただいた。

クボタ

株式会社クボタ
KESG推進部
担当部長
推進第二課長
廣瀬 文栄 氏

★ For Earth, For Life につながるクボタのブランディング ～社会課題解決企業・クボタがめざすもの～

クボタは現在、世界120か国以上で事業を展開。海外売上比率は2000年の19%から2020年には68%と急速にグローバル化が進んでいる。

この世界規模での事業拡大にともない、経営の中長期目標として、「グローバル・メジャー・ブランド（GMB）」を掲げ、単に売上や利益をあげるだけでなく、「最も多くのお客様から信頼されることによって、最も多くの社会貢献をなす企業（ブランド）」になることをめざしている。そしてコーポレートブランディングにおいても、全社的かつ体系的に、グローバルでの一貫性を持たせることを重視し、社会課題の解決企業として、For Earth, For Lifeにつながる企業の姿勢を発信している。

本講演では、同社でグループ全体のブランディング責任者を務める廣瀬氏に、近年進めてこられた、ブランドマネジメント、国内ブランディングの強化策などについてご紹介いただいた。