

ナンバーワンブランド研究会



リーダー
林崎 文彦



サブリーダー
林 洸一



サブリーダー
平井 栄太



サブリーダー
平井 克幸

開催要項 ※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

| | | |
|-----|-------|---------------|
| 第1回 | 2023年 | 9/26(火)・27(水) |
| 第2回 | 2023年 | 12/6(水)・7(木) |
| 第3回 | 2024年 | 2/7(水)・8(木) |
| 第4回 | 2024年 | 4/17(水)・18(木) |
| 第5回 | 2024年 | 6/4(火)・5(水) |
| 第6回 | 2024年 | 8/6(火)・7(水) |

○1日目/午後開始・2日目/午前終了

参加概要 ※金額は全て税込表記です。

受講対象 経営者、役員、ブランドマネージャーなど

定員 30名様

会費 お1人様(全6回通し) **495,000円**

お申込みされた方以外の受講もOK!
例えば1・2回目参加者は社長様、3回目参加者は他の経営幹部様など変更可能です。

1名様追加料金(同一企業様)

1回 **66,000円** 全6回通し **429,000円**
※FCCF受講費を含みます。

ファーストコールカンパニーフォーラム2024
100年先も一番に選ばれる会社の条件と、そのビジネスモデルを研究し、研究成果の集大成として毎年開催。

研究会参加者にはFCCFの視聴アカウントを進呈
ファーストコールカンパニーフォーラム(FCCF)の詳細は、弊社ホームページをご参照ください。※開催方法は変更になる場合がございます。

※教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただきます。
※お申込み期限日(第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は各回開催の1週間前)までの取消につきましては全額返金いたします。
※お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。
①お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日:会費の40%(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日)②第1回開催日以降:会費の全額(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日)
※諸般の事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。 ※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。 ※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。

お申込み

Web | タナベ ナンバーワンブランド研究会 ホームページで本研究会の詳細・規約をご確認いただけます! 携帯・スマホはこちらから

E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp | FAX | 03-6758-0074

FAX申込書 ※[FAX番号の入力誤り][0(ゼロ)発信機の0入力漏れ]にお気をつけください。 FAXの場合は下記申込書に必要事項をご記入の上、上記番号まで送信してください。

| | | | | | | | | |
|------|--|--|-------------------------------|---|-------|---|---|---|
| 希望 | 該当するものにチェック <input checked="" type="checkbox"/> をご記入ください | | <input type="checkbox"/> お申込み | <input type="checkbox"/> お問い合わせ | お申込み日 | 年 | 月 | 日 |
| 会社名 | | | | | | | | |
| ご住所 | 〒 | | | | | | | |
| | TEL | | | | | | | |
| | FAX | | | | | | | |
| ご参加者 | お役職 | | | | | | | |
| | ご氏名 | | | | | | | |
| | E-mail | | | | | | | |
| お二人目 | お役職 | | | | | | | |
| | ご氏名 | | | | | | | |
| | E-mail | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> 全回参加 ※全回参加の場合のみFCCFの受講も含まれます。 <input type="checkbox"/> 第1回 <input type="checkbox"/> 第2回 <input type="checkbox"/> 第3回 <input type="checkbox"/> 第4回 <input type="checkbox"/> 第5回 <input type="checkbox"/> 第6回 <small>※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に全回参加の方1名以上のお申込みが必要です。</small> | | <input type="checkbox"/> お申込者とご請求先が異なる <small>※お申込者・連絡窓口とご請求先が異なる場合はチェック<input checked="" type="checkbox"/>をご記入の上、下記にご請求先をご記入ください。</small> | | ご請求先 お役職 ご氏名 TEL FAX E-mail | | |

研究会規約に同意します 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、をお入れください。
研究会規約▶<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab/terms.html>

ナンバーワンブランド研究会

テーマ

「真の価値を魅せる」
選ばれるナンバーワンブランドへ

NUMBER ONE BRAND

本研究会のポイント

- 01** ブランディング活動におけるモデル企業から直接、深い学びが得られる
- 02** 現地・現場主義にもとづく実践的で使えるノウハウが習得できる
- 03** 会員同士の異業種交流を通して、新たな気づきや発見が得られる

良い商品・サービスを「安く」「早く」「大量」に提供していても生き残れない

日本の企業がブランド力を持てば強く、元気になれる。

日本の技術力は高く品質も良いが、どうしても目先の業績を追い、どうやって安くするかに没頭してしまう傾向があります。今後、世界はVUCAの時代、また日本においてはマーケットの縮小・競争激化が余儀なく進みます。私たちは今、「勝負をする価値は何か」「顧客にどんな価値で選んでもらうか」を決め、それをどう「魅せるか」が問われています。それが自社のブランドに繋がり、その企業特有の価値へと昇華していくのです。今回のコロナショックによるマイナス成長、世界同時リセットは私たち企業にとって、新たなリセットの機会を与えているとも言えます。すなわち今まで自社が選ばれてきた真の価値を見つめ直すタイミングなのです。本研究会ではモデル企業の実例をもとに、そのヒントを学んでいきましょう。

過去の視察・講演企業

(一部のみ掲載)

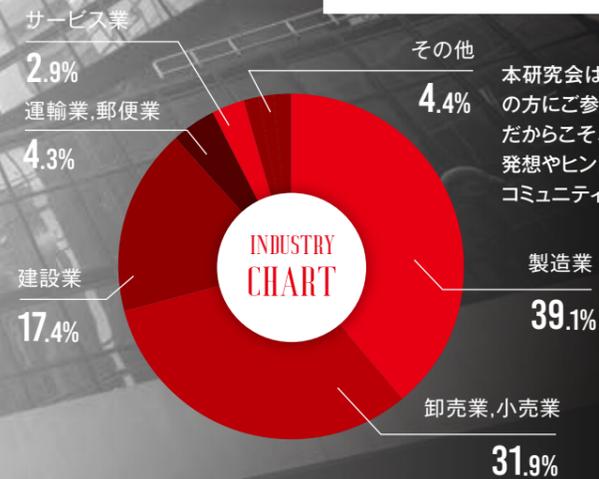


PAST / INSPECTION

過去視察の様子



参加企業の業種別割合



本研究会は業種を問わず、様々な立場の方にご参加いただいております。だからこそ、自業種では思いも寄らない発想やヒントを得られることも多く、コミュニティを広げる機会にもなります。

BRAND STORY

ブランドストーリー

BRAND CONCEPT

自社のブランドの目指す目的・価値観を表現

このコンセプトは、ブランドミッション・ブランドビジョンにも繋がる

BRAND MANAGEMENT

ブランドを維持・管理する社内体制の構築

STORY.1

自社の強み

OWN STRENGTH

唯一無二とする「自社の価値は何か」「顧客にどんな価値で選んでもらうか」を決める

STORY.2

ブランドコンセプト

STORY.3

ブランドターゲット

BRAND TARGET

自社の「真の顧客」は誰かを定義する
また、選ばれるために「やらないこと」を決める

STORY.4

ブランドマネジメント

STORY.5

インナー・アウター

INNER/ OUTER

ブランドの理解・浸透のための社内活動と顧客に正しく価値を伝える手段の最適化

NUMBER ONE BRAND

STUDY GROUP

2013年にスタートした本研究会も、今年で10年目を迎えることができました。応援していただいている皆様には深く感謝申し上げます。経済はインフレの中で、正しく投資をしたうえで成長し、賃金を上げ、個人消費を拡大し、暮らしが良くなる社会を創り出さなければいけません。そのカギとなる「日本のブランド」を全国各地を巡りながら学んでいく研究会です。ぜひ、皆様のご参加をお待ちしております。

ナンバーワンブランド研究会リーダー

FUMIHIKO HAYASHIZAKI

林崎 文彦

PROFILE

企業のトップと業績に向き合い、常に新しい方法を模索して、地域の特色を活かした成功事例を次々に生み出している。中堅企業をメインに、中期ビジョン・中期経営計画の策定、BtoBブランド戦略立案、人材開発体系構築、動画を活用した技術伝承、ジュニアボード運営支援など、幅広い分野で多くの実績を残している。また、幹部や若手社員育成も得意としており、クライアントから高い評価を得ている。

こんな方はぜひご参加ください

- 自社の価値を見直したいが、どのような視点で見ればよいかわからない
- 「真の値上げ」を実施したい
- 現地・現場で体感できるブランドを体感したい

