



株式会社ニックスから学んだもの ～ブランディングの視点から～



名古屋経済大学経営学部

らしさを生み出すブランドづくりを企業と共に考える 体験型プロジェクト
一部抜粋



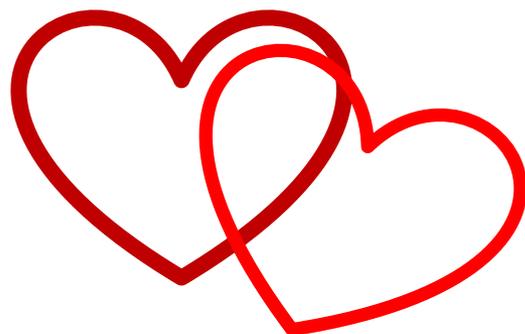
徐 誠敏 & 李美善

2017年 11月28日(火)

名古屋キャンパス 93教室

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



目次

**I 株式会社ニックスの経営戦略・
ブランディング** By青木社長

**II 虫がイヤがる網のブランド・
マーケティング戦略** By中山部長

**III 株式会社ニックスと名古屋経済大学
経営学部学生たちとのQ&A**

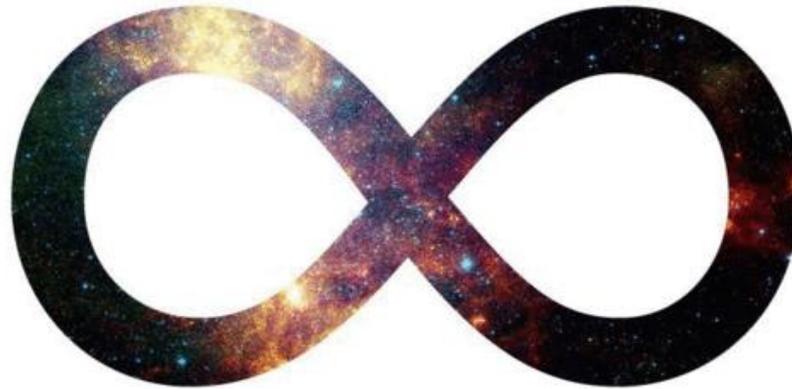
NIXの ブランド・ビジョン



PLASTIC NEW VALUE

プラスチックの新しい価値を創造する

NIX社名の由来



**NIX社名の由来は、最初の会社名が日幸工業で、
この会社が持つ潜在力は無限大であるという
意味を込めた英語表記の略語である。**

NIXの創業者の強靱な 起業家精神



**創業当時大変厳しい状況下で、屈しない創業者の
強靱な起業家精神があっからこそ、今日の株式会社
ニックスは存在している。**

NIXの創業当時から 変わらない精神



**現状に満足せず常に新しいことに挑戦すること、
それこそが株式会社ニックスイズムである。**

NIXのダイナミックス



NIXは絶えずダイナミックに動いている市場という生態系において、生き残るだけではなく、勝ち残るために、急激な変化に柔軟かつ迅速に対応しつつ、進化を遂げなければならない。

NIXの脱下請け



時代の変化に対応しつつ脱下請けを目指した大転換期を
通して、自社の事業をグローバルに展開することで、
グローバルにも通用し、信頼される企業を目指している。

NIXの社風



**青木社長は、良い緊張感の中で、社員同士の
コミュニケーションを強化し、チームの輪を
大事にし、アットホームかつ家族主義的な
社風づくりに力を注いでいる。**

NIXの取り組み方

株式会社ニックスの価値観に合う顧客企業、すなわち
時代の変化を先取りし、常に新しいことに挑戦する



顧客企業を見つけ、お互いリスペクトし合いつつ、
何らかの形でシナジー効果を生み出していくことを
常に意識している。

予期せぬ出来事で 「虫がイヤがる網」誕生



「虫がイヤがる網」は、最初からBtoCの商品を作ろう
としていなくて、北米の日産からの相談から始まった。

日産の車にクモが巣を作ってトラブルが発生した。

予期せぬ出来事で 「虫がイヤがる網」誕生



そのため、そこに虫が寄せ付けないような薬剤を
練り込んだ網やプラスチック部材を提供することで、



顧客企業(日産)の問題を解決した。



すなわち、日産にとって、

「虫がイヤがる網」は、目的ブランドであるといえる。

NIXのブランド価値

quality
awareness
strength
loyalty
perception
marketing
BRAND
trust
identity

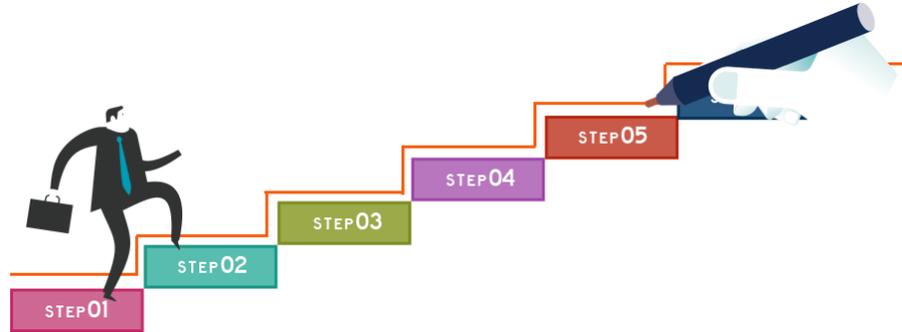
青木社長からのご助言



会社の説明会をしっかりと聴きながら、人事担当者と
色々話し合って、自分なりに仮説をたてたうえで
自分の価値観と合うかどうかを総合的に考え、
就職先を決めることも大事である。

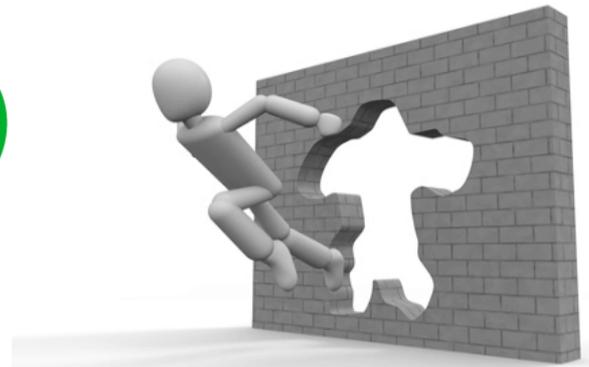
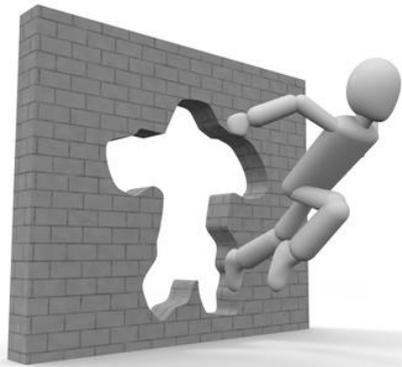


青木社長のキャリア



**青木社長は、大正製薬会社で5年間営業の
キャリアを積んで、自社に入社した。
自社と異なる業種の会社に入り営業活動を行っていたからこそ、自社と比較しながら、
経営戦略を構想することができる。**

中山事業部長からのエール



**全ての面において、自分の意思で決断し
行動する習慣を身につけてほしい。**

自ら考え、自分の言葉で判断し、行動していく。

その積み重ねが自分の主体性を高めていく。

そうすることにより、良い成果をあげることができる。

笠井さんからのエール



**人とのつながりを大事にし、積極的にコミュニケーションを行っていくスタンスを保ち続ける。
そうすることにより、相手の良さを吸収することができるし、改めて自分の良さもわかってくる。
毎日、新たなことにチャレンジしていく。**

青木社長からのエール



**学生時代しか出来ないことを
思う存分経験した方が良い。
5年後、10年後、20年後の
自分の夢を語れるようにしておく。**

NIXのチャレンジ精神

チャレンジに
失敗すること
恐れるよりも、
何もしないこと
を恐れる！
和田宗一郎



knowledge

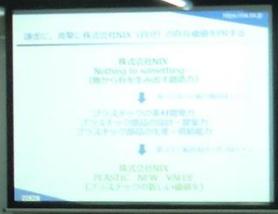
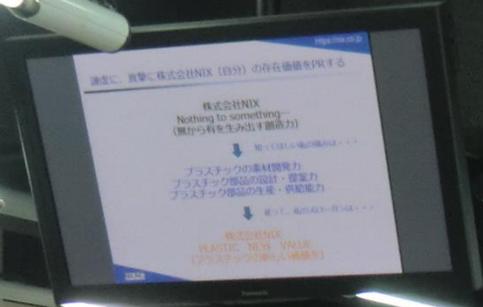


青木社長と中山事業部長の 講演会&名古屋経済大学 経営学部学生たちとの Q&Aの様子



Panasonic





（参考）企業アイデンティティ（※自己・下策）の表現はいろいろ

「PLASTIC NEW VALUE」はこの中期的発想

企業ロゴの構築	経営の理念の共有	事業の特性化	経営体制構築の目的
IBM	CANON	Hatubaku	中国製薬

▶ 自己紹介や企業の特徴（強み）、存在意義など、各社が種々な目的で企業アイデンティティを構築しています

企業アイデンティティの構築プロセス

企業戦略
経営理念
事業の特性化
経営体制構築の目的





事業の明確化① <https://mix.co.jp>

ヒアリ対策関連株が思惑から急騰、フマキラーは30年ぶり高値

【関連記事】 ヒアリ関連株が急騰して 相場急が4日、大坂南港の大規模なヒアリ発生で、高値を叩きつけた外資系生物とアリの女王アリ

銘柄	変動	価格
ヒマックス	▲	1,000
ヒマックス	▲	1,000
ヒマックス	▲	1,000

関連株は思惑から急騰、富士通も急騰
ヒアリ対策関連株が急騰して、相場急が4日、大坂南港の大規模なヒアリ発生で、高値を叩きつけた外資系生物とアリの女王アリ



5000億円



ヒアリ

講師の発言

聴衆の発言



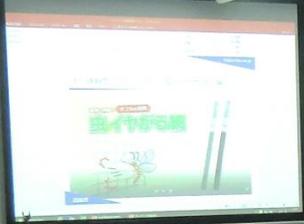


プラスチックの新しい価値
PLASTIC NEW VALUE

プラスチックの新しい価値
PLASTIC NEW VALUE





































Thank
you



**らしさを生み出すブランドづくりを企業と共に
考える 体験型プロジェクトの目標達成に積極的
に協力してくださった株式会社ニックスの
青木社長、中山事業部長、笠井様に
心より感謝申し上げます。**

The End

BRAND
BRAND
BRAND

