

# 日本の小さな巨人(中堅・中小企業経営者)向けに特化した 『スモール・ブランド・マーケティング研究会』

常に新しいことに挑戦する、小さな巨人たちの  
マーケティング活動や企業ブランドづくりを支援する



中央大学商学部兼任講師 & 静岡産業大学情報学部非常勤講師  
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業の  
マーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

徐 誠敏

ソ ソンミン

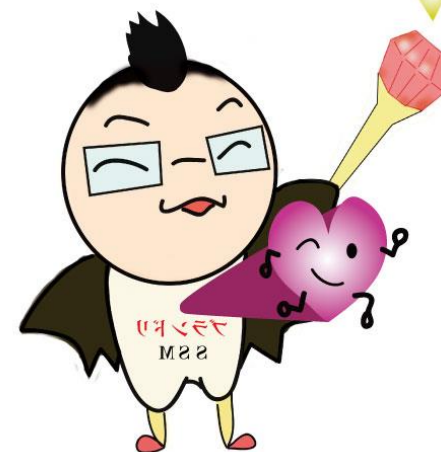
2014年 5月10日(土)

TKP神田ビジネスセンター 701号

14:00~17:00(受付開始: 13:30~)

ssmkorjp@gmail.com、090-6137-1579

www.ssm-gcbm.com/





**プレゼンター：徐 誠敏(ソ ソンミン)**

**後 援：本多プラス株式会社**  **20年以上にわたり黒字経営を実現**

**(財)ブランド・マネージャー認定協会**  一般財団法人  
ブランド・マネージャー認定協会  
Association for the Certification of Brand Managers Japan

**製造業の会**

**日 時：2014年5月10日(土) 14:00～17:00(受付開始：13:30～)**

**場 所：TKP神田ビジネスセンター 701号**

**東京都千代田区神田美土代町3-2 神田アベビル**

**※アクセス：都営新宿線「小川町」駅、東京メトロ丸ノ内線「淡路町」駅**

**東京メトロ千代田線「新御茶ノ水」駅 B6出口徒歩3分**

**JR山手線「神田」駅、東京メトロ銀座線「神田」駅 徒歩6分**

**都営三田線、東京メトロ千代田線、丸ノ内線、東西線、半蔵門線「大手町」駅**

**C1出口徒歩7分**



**定員50名(事前申し込み先着順)**

**参加者対象：中小企業の現役の経営者・後継経営者限定**

**※本研究会は、現役の経営者・後継経営者限定ですので、  
大変恐縮ですが、対象者以外の方の参加はご遠慮願います。**

**マーケティング&ブランディングにご興味・ご関心のある**

**中小企業経営者の皆様のご参加を心よりお待ちしております。**

**参加費：5千円(当日会場にてお支払い下さい)、**

**研究会・懇親会への参加表明の締切：5/9(金)23:59**

**研究会・懇親会への参加表明の連絡先：メールでのお申し込みは、参加者名、所属、  
メールアドレスをご記入の上、ssmkorjp@gmail.comへお申込みください。**

**お電話でのお問い合わせ：090-6137-1579**

**研究会終了後、懇親会を行う予定です。**



# 目次



## I. 自己紹介

## II. なぜ中小企業にブランディングが必要なのか

## III. 2つの視点(消費者側と企業側)から見るブランドとは

## IV. 今日的な視点(外向けの活動と内向けの活動)から見るブランディングとは

## V. ブランドを構築するための3つのポイント

## VI. 不況でも強い、先進的な中小企業のブランディングへの取組事例①②③

## VII. まとめ





## 中堅・中小企業が目指すべきブランディング

### ブランド弱者ならではのブランディングへの取組事例を解説

品質と技術が優れた製品にもかかわらず、名も知らない中小企業のブランドだという理由で、市場で実際の価値より低い評価を受ける「中小企業のディスカウント現象」を克服するためのブランディングやブランド戦略が必要不可欠である。

### スモール・ブランド・マーケティング研究会の3つのキーワード

#### ①持続的成長企業を実現するための

『ものづくり競争力』×『市場づくり競争力』のハイブリッド戦略の確立

#### ②中堅・中小企業にも適用可能な『ブランド創発型企业』を創るための

インターナル・ブランディングの重要性とその戦略的取組

#### ③不況でも強い、中堅・中小企業のブランディングへの取組



## <『スモール・ブランド・マーケティング研究会』が目指すところ>

**持続的成長企業の原動力＝ものづくり競争力×市場づくり競争力のバランス戦略の確立**

「一寸法師の針」のコア技術(ブロー成形技術)  
に裏打ちされた「強い製品力」



「タコノキ」のように様々な業種の顧客を  
増やすための全社的「マーケティング力×  
企画力×営業力×デザイン力」



×

出所：徐誠敏作成。

HONDA PLUS+ 持続的な成長の実現  
HONDA PLUS CO., LTD.



## 本研究会でいう 「ものづくり競争力」と「市場づくり競争力」のバランス戦略

### 日本企業の強み

**ものづくり  
競争力**

製造工程における生産性、  
製造原価、適合品質、  
設計品質、生産リード  
タイム、製品開発リード  
タイム、工程内不良率など

### 欧米企業の強み

**市場づくり  
競争力**

価格、納期、ブランド知名度と  
認知度、ブランド・ロイヤル  
ティ、サービス、知覚品質と  
知覚された製品の内容、信頼性、  
ブランドカ、デザインカ、サー  
ビス、広告の効果、市場シェア、  
企業評判、企業ブランド・イ  
メージ、マーケティングカ、  
顧客の満足度など

**市場の特性に応じたバランス**

**推進**

**支援**

**持続的成長の促進**



持続的成長企業は、「競合他社に対して模倣困難性の高い「自社独自のコア技術」に裏打ちされた製品づくりを強化すると同時に、顧客の潜在的なニーズと時代の要請を的確に捉え、それらに見合った製品を創り出すための「デザイン力」と「マーケティング力」、「ブランド力」を全社で徹底的に強化することで、急成長を遂げている。

「ものづくり競争力」と「市場づくり競争力」のバランス戦略こそが、

日本企業(大企業・中小企業)の成長の鍵となる!

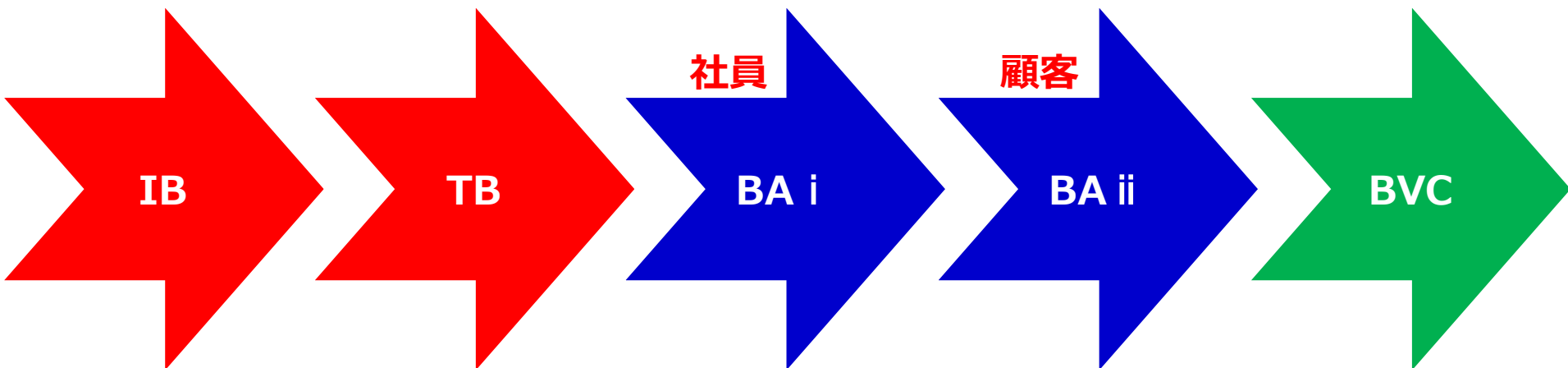




# 本研究会でいう インターナル・ブランディング

インターナル・ブランディングとは、自社ブランドの目指すべき姿を中長期的な視点から組織内部に着実に定着させると同時に、それらを全社員が共有し、それらに則した形で顧客・消費者に対して一貫性のある行動ができるよう全社的に取り組む諸活動である。

(詳しい内容については、徐誠敏[2010]『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—』創成社、254-309頁をご参照されたい)



注：IB(Internal Branding)、TB(Team Branding)、BA i (Brand Ambassadors)、BA ii (Brand Advocates)、BVC(Brand Value Creation)。

出所：徐誠敏[2014]『中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創るためのインターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的な取組事例—技術と感性を融合したクリエイター型企业、本多プラスの事例を中心に—』東洋出版。

**\*ブランド・アンバサダー(Brand Ambassador)とは、自社独自のブランド・ビジョンに共感し、顧客に自社ブランド価値を積極的に伝えようとする社員を指す。**

**\*ブランドアドボケイト=ブランドの熱狂的支持者(Brand Advocates)とは、自社ブランドに対する忠誠心と愛着心が強く、知人や友人などに自社ブランド価値を自発的に推奨する顧客を指す。**



# I. 自己紹介

## 目指すビジョン

常に新しいことに挑戦する

小さな巨人たちの企業ブランドづくりを支援する



徐誠敏(ソソンミン)の  
オリジナル・キャラクター  
「ブランドリ」



## プレゼンター：徐誠敏(ソソンミン)



**1972年 韓国全州市に生まれる。**

**2010年 中央大学大学院商学研究科博士後期課程修了(商学博士)。**

**中央大学商学部兼任講師 & 静岡産業大学情報学部非常勤講師**

**企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業の**

**マーケティングとブランディングのコンサルティング 代表**



## プレゼンター：徐誠敏(ソソンミン)



# 徐誠敏のプロフィール

中央大学商学部兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部非常勤講師

企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &

日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

「中小企業にも適用可能なブランド創発型企業を創るためのインターナル・ブランディングの重要性とその戦略的取組事例」

「新興国市場における韓国企業のグローバルマーケティング戦略—国・地域別市場最適化戦略(カメレオン型現地化戦略)—」に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



■ 2010年3月 中央大学大学院商学研究科 博士課程修了  
(商学博士：中央大学 商博甲第49号)



# 徐誠敏のプロフィール



研究分野：マーケティング論、グローバル・マーケティング論、  
企業ブランド・マネジメント論(インターナル・ブランディングと  
チームブランディング、ブランド・マネージャー養成、とりわけ、CEOブランド  
と企業ブランド、製品ブランド間の価値創造マネジメントについて理論と実証の  
両面から研究を行っている)、中小企業論、経営戦略論、韓国型企業文化論など

## <主な論文>

- ・ 2007年  
「企業ブランド研究の現状と課題」 出版社：中央大学企業研究所  
雑誌名：『企業研究』第11号



企業のグローバルな競争力と価値向上のための  
**徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &  
日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング**  
一生、知的好奇心のアウトバースを走り続ける!

## <主な論文>

- ・ 2008年  
「マーケティングにおけるブランド概念に関する研究の発展プロセス—研究史的考察を中心に—」  
出版社：中央大学大学院研究年報編集委員会  
雑誌名：『中央大学大学院研究年報』
- ・ 2008年  
「企業ブランド・マネジメントの深層的なメカニズムに関する理論的研究  
—統合的な視点を中心に—」  
【特集】「企業の戦略とマーケティング」  
出版社：中央大学企業研究所 雑誌名：『企業研究』第13号

企業ブランド・  
マネジメント戦略  
—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—  
徐 誠敏 [著]  
Management  
Strategy  
Corporate  
ブランド競争力を高める!  
CEOにとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック  
中央大学大学院経営学研究科教授 田中 洋 (監修)  
新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する!  
中央大学出版 三浦 俊彦

# 徐誠敏のプロフィール



## < 主な論文 >

### ・ 2009年

「インターナル・ブランディングの戦略的活用に関する研究

—企業ブランドの形成・定着を中心に—

出版社：中央大学大学院研究年報編集委員会

雑誌名：『中央大学大学院研究年報』



企業のグローバルな競争力と価値向上のための

**徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング**

一生、知的好奇心のアウトバーンを走り続ける!

## 企業ブランド・マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

Management  
Strategy  
Corporate

**ブランド競争力を高める!**

「CEOにとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」  
中央大学大学院研究年報編集委員会 監修 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」  
中央大学大学院教授 三浦 俊彦

## < 主な論文 >

### ・ 2010年

「企業ブランド研究の現状と課題—日韓企業の全社横断的企業ブランド・マネジメント専門組織を中心に—」

出版社：富士ゼロックス小林 節太郎記念基金

雑誌名：『富士ゼロックス小林 節太郎記念基金 2008年度研究助成論文』

### ・ 2010年

「戦略的企業ブランド・マネジメントに関する研究の理論と実践—ブランド価値創造をめぐる深層的なメカニズムの解明—」『博士学位論文』

出版社：中央大学出版部

国立国会図書館蔵書

# 徐誠敏のプロフィール



## < 主な著書 >

### ・ 2010年

『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造の  
リンケージ』 出版社：創成社



## 企業ブランド・ マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

## < 主な論文 >

### ・ 2012年

「先進国市場と新興国市場におけるサムスン電子の躍進要因に関する研究—デザインカ、  
グローバル・マーケティングカ、グローバル・ブランドの革新期に着目して—」

出版社：富士ゼロックス小林 節太郎記念基金

雑誌名：『富士ゼロックス小林 節太郎記念基金 2009年度研究助成論文』

国立国会図書館蔵書

# 徐誠敏のプロフィール



## < 主な著書 >

### ・ 2014年3月(共訳)

「第1章 国家ブランディングの妥当性と範囲、発展」(共訳)、林田博光・平澤敦監訳  
『国家ブランディング—その概念・論点・実践—』中央大学出版部。



## < 主な著書 >

### ・ 2014年4月刊行(単著)

『中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創るためのインターナル・ブランディングとチームブランディングの重要性とその戦略的取り組み事例—20年以上にわたって黒字経営を続けている、技術と感性を融合したクリエイター型企业、本多プラスの事例を中心に—』東洋出版。

### ・ 2014年12月刊行予定(協力執筆)

「全社員参加型のインターナル・ブランディングとチームブランディングの重要性とその戦略的取り組み」(財)ブランド・マネージャー認定協会編著『社員をホンキにさせるブランド構築法(仮題)』同文館出版。



# 徐誠敏のプロフィール



## < 主な著書 >

- ・ 2014年4月刊行(単著)

『新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング戦略—国・地域別市場最適化戦略に着目して—』 東洋出版。



## 企業ブランド・マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

## < 主な著書 >

- ・ 2014年8月刊行予定(共著)

「サムスン電子がグローバル市場で存在感のあるグローバル・ブランドになった戦略的要因とは」  
田中洋編著『ブランド戦略への招待(仮題)』 有斐閣。

ブランド競争力を高める!

「CEO にとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」

中央大学大学院経営学研究所教授 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」

中央大学名誉教授 三浦 俊彦

# 徐誠敏のプロフィール

国籍：韓国 全州市(ビビンバの本場、少女時代のリーダーテヨンとユンソナも同様)



全州市(チョンジュシ)は、  
大韓民国全羅北道中部の市。  
道庁所在地  
全州ビビンバで有名

歴史と伝統が沢山残っているので、観光客が多く訪ねている。

特に韓国の古い家々が多く、  
昔から味の都と呼ばれる。  
全州の食べ物は韓国の中でも  
最高の味を自慢し、全州の人の  
味覚のレベルは高いと言われる。

姉妹都市

米国カリフォルニア州サン・  
ディエゴ、中国江蘇省蘇州市、  
日本石川県金沢市



テヨン(K-pop歌手)



ユンソナ(タレント)

# 韓国全州市の代表的グルメ(全州ビビンバ)



美味しい食べ物が沢山ある全州の名物中でもビビンバは、世界に誇る食べ物である。  
安くておいしい、いわば「**モジュール型の食事**」である。

**地域ごとに組み合わせ方は異なる。**

使うご飯は麦飯でもいいし、他国の米でもいい。載せる具も決まっているわけではなく、  
卵、ホウレンソウ、ハクサイ、ニンジンなど種類を問わない。  
その土地ごとに、季節ごとに、安価で新鮮な食材を使えばいい。



出所 : [http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU\\_EN\\_15.jsp?cid=904755](http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=904755)(2013年6月16日確認)。  
<http://www.yonhapnews.co.kr/international/2009/12/21/0601090100AKR20091221207200072.HTML>(2013年6月16日確認)。  
<http://news.ichannela.com/list/3/all/20130214/53027287/1>(2013年6月16日確認)。

# 1994年10月20日 徐誠敏のソロアルバム発売(\*^-^\*)



CEOブランドと企業ブランド、製品ブランド間のブランド価値を創造する

# 企業ブランド・マネジメント戦略

— Samsung(サムスン電子)&Appleの事例 —



## 第1部 企業ブランド・マネジメントへの理論アプローチ

【第1章】 ブランド概念に関する研究の発展プロセス

【第2章】 企業ブランド研究の現状と課題

【第3章】 企業ブランド・マネジメントの深層的なメカニズムに関する研究

## 第2部 企業ブランド・マネジメントへの実践的アプローチ

【第4章】 CEOブランドの戦略的競争優位性に関する研究

【第5章】 インターナショナル・ブランディングの戦略的活用に関する研究



## 【徐誠敏の著書】

徐誠敏[2010] 『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—』 創成社。

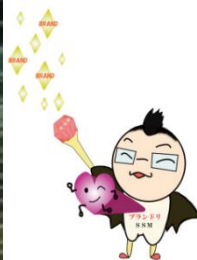


日本の消費者行動論、マーケティング論、ブランド戦略論の権威

中央大学大学院戦略経営研究科

田中洋 教授の推薦メッセージ

「CEOにとって企業ブランド・マネジメント  
のための良質のガイドブック」



中央大学商学部

三浦俊彦 教授の推薦メッセージ

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略を展望する」



amazon.co.jp

<http://www.amazon.co.jp/dp/4794423500>

# 徐誠敏の著書のメインキーワード

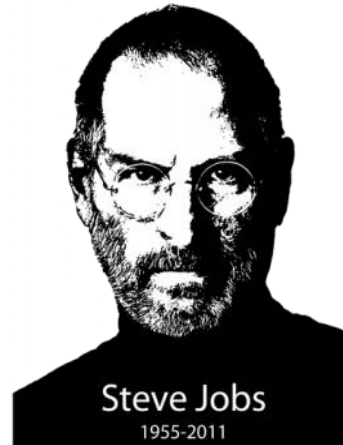
## CEOブランドとは



徐誠敏[2010]『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ』創成社。

**CEOブランド、企業ブランド、製品ブランド間の相関関係を解明した  
『企業ブランド・マネジメント戦略書』**

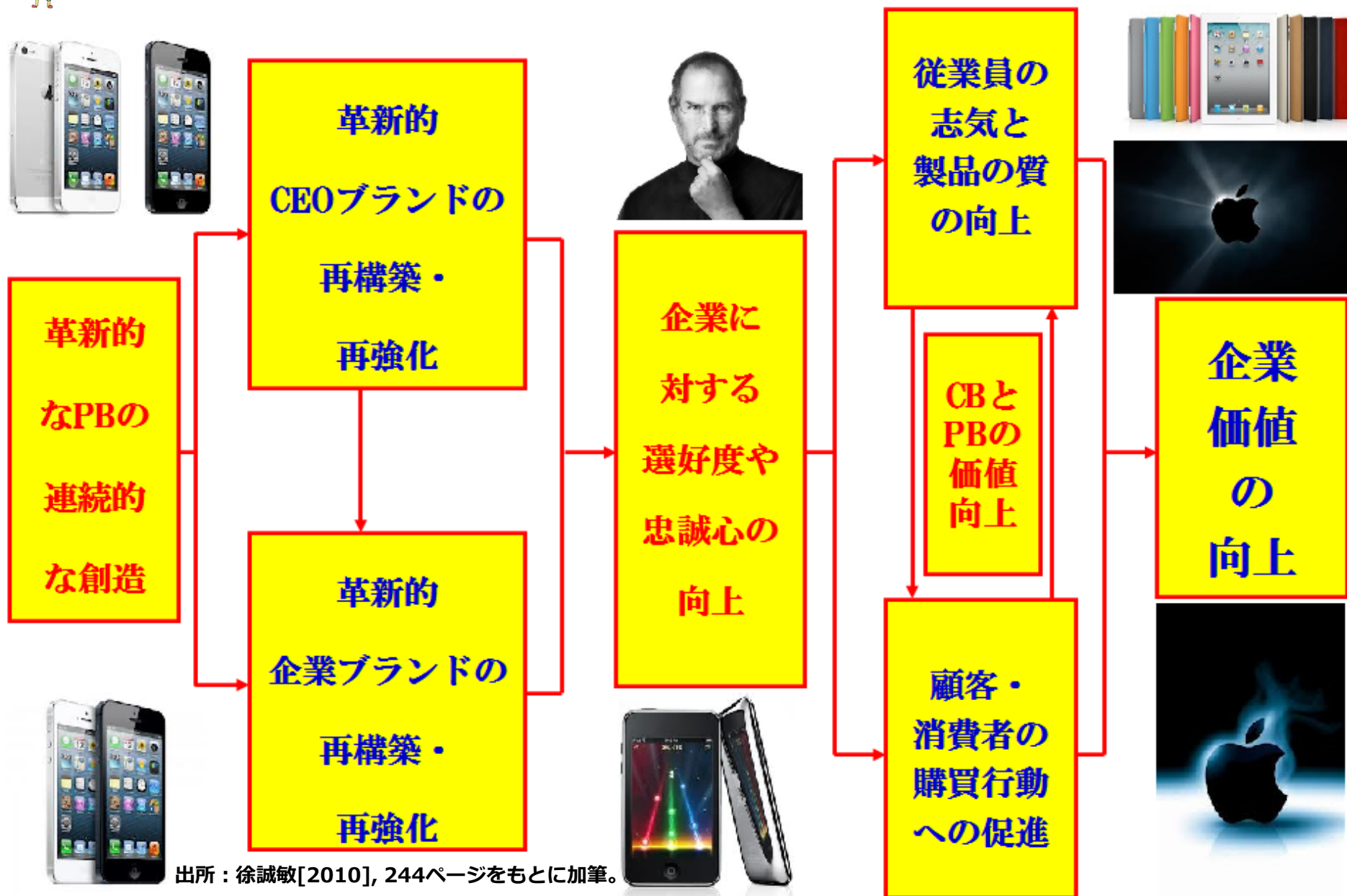
### 代表的なCEOブランド



Appleのスティーブジョブズ、サムスンの李健熙(イゴンヒ)、Panasonicの松下幸之助  
**CEOブランドの定義**

**CEOブランドとは「企業のCEOが有する卓越した資質と能力、とりわけリーダーシップとコミュニケーション能力を発揮し、実質的な企業価値の向上に大いに貢献した結果、競合他社と異なる自社独自の企業ブランドの差別的な優位性を生み出すと同時に、組織内部と外部のステークホルダーにさまざまな側面において多大な影響を与えることにより、一種のパーソナル・ブランドとしての役割を果たす企業の最高経営者」を指す。**

# CEOブランド、企業ブランド、製品ブランド間の相互補完関係



# 企業ブランド・ マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

Management

Strategy

Corporate

## ブランド競争力を高める!

「CEO にとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」

中央大学大学院戦略経営研究科教授 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」

中央大学商学部教授 三浦俊彦



1994年10月20日

徐 誠敏 ソロアルバム 発売



2010年10月20日発売

徐誠敏[2010]『企業ブランド・マネジメント戦略 —CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—』創成社。

# 徐誠敏の現在の活動

現在：中央大学商学部兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部非常勤講師

企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業のマーケティングとブランディングの  
コンサルティング 代表、日韓企業のブランド・アドバイザー

日本企業の経営者・実務家を対象にした戦略的マーケティング & ブランディングに関する講演会・セミナー  
など幅広く活動中

専攻：マーケティング論、グローバル・マーケティング論、企業ブランド・マネジメント論(CEO ブランドと企業ブランド、製品ブランド間の価値創造マネジメントについて理論と実証、インターナル・ブランディング、チームブランディング)、中小企業論、経営戦略論、韓国型企業文化論、流通論など

[www.ssm-gcbm.com/](http://www.ssm-gcbm.com/)



2011年7月12日

「徐誠敏の企業ブランドマネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業の  
マーケティングとブランディングのコンサルティング」PCサイト開設

戦略的視点から、日韓 企業の経営者とマーケティングとブランディング  
関連のマネージャーたちとの関係構築と知識共創 コミュニティ創造を  
目指している。



一生、知的好奇心の  
アウトバーンを  
走り続ける!

企業のグローバルな競争力と価値向上のための

# 徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

● ホーム

● 著書紹介

● 履歴・経歴・教育研究業績およびPR

● セミナー・トピックス・他

<http://www.ssm-gcbm.com/>

## 企業ブランド・ マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

Management  
Strategy

徐 誠敏 [著]

## 企業ブランド・ マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間の  
ブランド価値創造のリンケージ—

ブランドの競争力を高める

「CEOにとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」

中央大学戦略経営研究科教授 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」

中央大学商学部教授 三浦 俊彦

### メニュー Menu

→ [ホーム](#)

→ [著書紹介](#)

→ [履歴・経歴・教育研究業績およびPR](#)

→ [セミナー・トピックス・他](#)

→ 「グローバル市場(新興国市場)に通用する韓国企業のグローバル・マーケティング&ブランディングの事例研究室」[問い合わせ](#)

→ 「日・韓企業のグローバル・マーケティング&ブランディング、通訳・翻訳などのサポート室」[問い合わせ](#)



企業のグローバルな競争力と価値向上のための

# 徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

一生、知的好奇心の  
アウトバーンを  
走り続ける!

## 徐 誠敏(ソ ソンミン)の出張講演会・セミナー・ミニ勉強会のキーワード

お問い合わせメールアドレス  
[ssmkorjp@gmail.com](mailto:ssmkorjp@gmail.com)

下記のようなテーマに関する講演会・  
セミナー・資料にご興味・ご関心の  
ある方は、上記の連絡先にお気軽に  
お問い合わせください^^



ホームページ  
<http://www.ssm-gcbm.com/>

お電話でのお問い合わせ Tel

☎ 090-6137-1579

「サムスン電子のグローバル・マーケティング戦略の徹底解剖」

「サムスン電子のカメレオン型現地適合化戦略の徹底解剖」

「韓国企業の新興国ボリュームゾーン・マーケティング戦略の徹底解剖」

「日韓企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略の徹底解剖」

「中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創出するための  
インターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的取り組み事例の徹底解剖」

「企業価値を高めるための企業ブランド・マネジメント戦略の徹底解剖」

「CEOブランドの戦略的競争優位性」「K-popマーケティング戦略の徹底解剖」等々





企業のグローバルな競争力と価値向上のための

# 徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

一生、知的好奇心の  
アウトバーンを  
走り続ける!

## 徐 誠敏(ソ ソンミン)の出張講演会・セミナー・ミニ勉強会

お問い合わせメールアドレス  
[ssmkorjp@gmail.com](mailto:ssmkorjp@gmail.com)

下記のようなテーマに関する講演会・  
セミナー・資料にご興味・ご関心  
ある方は、上記の連絡先にお気軽に  
お問い合わせください^^



ホームページ  
<http://www.ssm-gcbm.com/>

お電話でのお問い合わせ Tel

☎ 090-6137-1579



グローバル規模で事業を展開する大企業・中堅・中小企業を中心に、  
「グローバル競争を勝ち抜くためのグローバル・マーケティング戦略」  
に関する社内外での講演会・セミナーやその活動を支援する。同時に、  
「常に新しいことに挑戦する、小さな巨人たちの企業ブランドづくりを  
支援する」というビジョンのもとで、「中堅・中小企業が目指すべき  
ブランディング & 中堅・中小企業にも適用可能なインターナル・ブラン  
ディング」に関する社内外での講演会・セミナーをはじめ、ブランド・  
アドバイザーとして日本のものづくり中堅・中小企業を中心に  
コーポレート・ブランディングを支援するなど幅広く活動中。





企業のグローバルな競争力と価値向上のための

# 徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

一生、知的好奇心の  
アウトバーンを  
走り続ける!

## 徐 誠敏(ソ ソンミン)の中小企業サポート内容



お問い合わせメールアドレス  
[ssmkorjp@gmail.com](mailto:ssmkorjp@gmail.com)

下記のようなテーマに関する講演会・  
セミナー・資料にご興味・ご関心の  
ある方は、上記の連絡先にお気軽に  
お問い合わせください^^



ホームページ

<http://www.ssm-gcbm.com/>

お電話でのお問い合わせ Tel

☎ 090-6137-1579



- ・ 日韓中小企業の経営者・実務家を対象とする戦略的マーケティング & ブランディングに関する社内外の講演会・セミナー
- ・ 日韓中小企業内でのブランド・マネージャー育成およびブランド構築ステップ支援
- ・ 日韓中小企業のブランド・アドバイザー
- ・ マーケティングおよびブランディングの基本的な知識とプロセスの定着支援
- ・ 企業ブランディングと企業トップのCEOブランディング支援
- ・ 経営理念やコーポレート・メッセージなどを社内に共有・浸透させる内部活動支援
- ・ 企業ブランドの知名度・選好度を高めるためのキャラクター・マーケティングやコーポレートキャラクターづくり支援
- ・ 企業のホームページと各種資料・専門書の日本語⇔韓国語の翻訳および商談・ビジネス通訳、海外ビジネスコーディネート・同時通訳・交渉通訳・会議通訳・輸出入代行・技術翻訳・契約書翻訳など

# QBハウス創業者小西國義氏から学んだもの



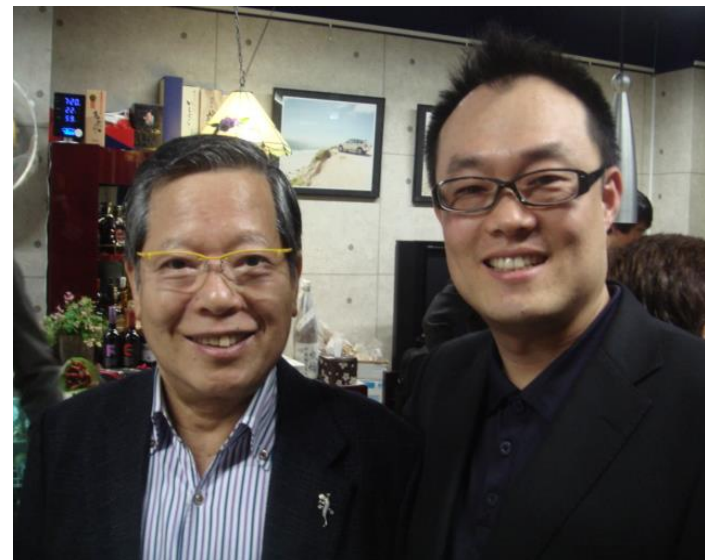
成熟した産業の隙間に挑む！-QBハウス創業者小西國義氏ご講演  
2012年3月17日小西國義氏のご自宅にて

QBハウスという店名には、「Quick Barber」「Quick Beauty」「Quality Business」などといった基本理念や戦略的な意図が込められている。

「経営者は、常に物事に対して問題意識を持ち、リスクを冒しても新しいことに挑み続けるべきである」

「過剰な設備投資や過剰なサービスではなく、本当に必要とするサービスだけを低価格で提供することが必要不可欠である」

「皆が困っているところには、必ずビジネスチャンスがある」「成功の秘訣は、周りの人が何に困っているかを観察すること」





2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング  
(カメレオン型現地適合理化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)

2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

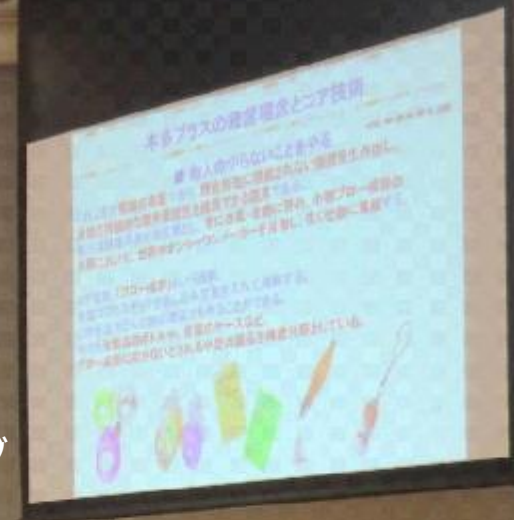
場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング  
(カメレオン型現地適合化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)





2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング  
(カメレオン型現地適合化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)

# 本多プラス株式会社の大宮工場



2012年7月20日金曜日  
「志成会」夏の工場見学会および本多社長のプレゼンテーション企画



### 新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング戦略

#### —国・地域別市場最適化戦略に着目して—

研究の目的は、新興国市場における韓国企業の成功要因をグローバル・マーケティングの視点から徹底解剖することで、そこから日本企業の国際競争力低下の原因の一つである新興国市場におけるグローバル・マーケティング力不足の突破口を提案するためである。

研究の貢献は、新興国市場で躍進し続ける韓国企業のグローバル・マーケティングのベストプラクティス(成功事例、業務推進の方法・ノウハウなど)を単に紹介するレベルにとどまらず、数多くの事例分析の結果から導き出された含意から、日本企業が今後実行可能な新興国市場開拓の突破口となる「ボリュームゾーン・マーケティング戦略」の方向性と市場センシングの仕組みを示している点である。



# 中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創るためのインターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的な取組事例

—技術と感性を融合したクリエイター型企业、本多プラスの事例を中心に—

本研究では、「ブランド創発型企业」を創るために「社員の、社員による、社員のための社内改革」であるインターナル・ブランディングとチームブランディングの重要性とその戦略的な取組事例を考察することにより、業種業態や事業規模を問わず、あらゆる中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディングとチームブランディングのアプローチを提示することを目指している。





## 業務内容



- ・ 日韓企業の経営者・実務家を対象とする戦略的マーケティング & ブランディングに関する講演会・セミナー
- ・ 日韓中小企業内でのブランド・マネージャー育成およびブランド構築ステップ支援
- ・ 日韓中小企業のブランド・アドバイザー
- ・ マーケティングおよびブランディングの基本的な知識とプロセスの定着支援
- ・ 企業ブランディングと企業トップのCEOブランディング支援
- ・ 経営理念やコーポレート・メッセージなどを社内に共有・浸透させる内部活動支援
- ・ 企業のホームページと各種資料・専門書の日本語⇔韓国語の翻訳および商談・ビジネス通訳、海外ビジネスコーディネート・同時通訳・交渉通訳・会議通訳・輸出入代行・技術翻訳・契約書翻訳など



## 業務内容のキーワード



CEOブランディング、企業ブランド・マネジメント、企業ブランド・キャラクター、  
ブーメラン効果、ブランド・アイデンティティ、インターナル・ブランディング  
(経営理念やコーポレート・メッセージなどを社内に共有・浸透させるための内部活動)  
チームブランディング、グローバル・マーケティング、ブランド・アイデンティティ、  
ブランド価値の創造、グローバル・ブランディング、文化マーケティング、  
キャラクター・マーケティング、ブランド・コミュニケーションなど



## ◆ 韓国男性が軍隊から学ぶもの



- ①強い責任感とリーダーシップ
- ②強い忍耐力
- ③強靱な体力づくり
- ④状況判断力
- ⑤明確な上下関係の意識
- ⑥愛国心と家族愛の向上、
- ⑦チームワーク&帰属意識の向上





## 会場の地図

<http://www.ssm-gcbm.com/pr/pdf/ssmoriginalcharacter.pdf>





中堅・中小企業経営者の皆様のご参加、  
心よりお待ちしております!

