

(ご説明資料)

「博報堂グローバルブランドフォース」設置のお知らせ

2001. 8. 17
博報堂広報室

株式会社博報堂は得意先企業のブランド戦略に、グローバルに対応するためにグループ会社の横断的な体制「博報堂ブランドフォース」を9月1日、設置致しますので、お知らせします。

顧客からの価値、株式市場における価値、さらには従業員にとっての価値等昨今、企業のブランド戦略が経営課題として重要視されています。博報堂ではこれまで、さまざまな得意先企業のブランド戦略に対応してまいりましたが、社内、グループ会社および関連提携先等のノウハウ、スキル等を統合化し、企業のブランド戦略に博報堂グループ挙げて対応していくために、この度「博報堂グローバルブランドフォース」を設置致しました。

「博報堂グローバルブランドフォース」は、ブランドコンサルティングの専門会社博報堂ブランドコンサルティング（2001年4月独立法人化）と、MD推進局を中核としたグループ内の横断的なメンバーと、国内外の協力会社（提携各社）との連携で構成されるタスクフォースです。

ブランド戦略においては、

- 1、経営理念・経営戦略に基づき、ブランドを企業ブランド・カテゴリーブランド・商品ブランド等の体系に位置付けて、企業のブランドポートフォリオの中での戦略を構築していく「**ブランドコンサルティング**」的な領域（主に博報堂ブランドコンサルティング社が対応）
 - 2、ブランド戦略の策定から、商品・店舗空間・人的サービスを含む幅広い顧客との接点をトータルにデザインしていく「**コンサルティング/デザイン開発**」的な領域（主に博報堂が対応）
 - 3、ブランド戦略に基づいて“情報価値の創造”と“情報演出のシステム”としての、企業・ブランドのシンボル開発を行っていく「**シンボル開発**」的な領域（博報堂が対応。本領域の国内外の専門会社多数と協働）
 - 4、広告を含めたコミュニケーションでブランド価値の浸透、ブランド力の増強を図る「**広告・コミュニケーション**」的な領域（博報堂が対応）
- という4つの領域が求められています。

今回の「博報堂グローバルブランドフォース」は、博報堂グループおよび提携各社のブランド戦略に関わるすべてのノウハウ、スキルを集大成するもので、強固なスキームとして、得意先企業のさまざまなブランド戦略に関するニーズに対応することが可能となります。