

博報堂、莫 邦富氏とアドバイザー顧問契約を締結し、  
中国語ブランド名称診断・開発パッケージ「博報創名」を開発

博報堂は、中国人ジャーナリストとして日本で活躍中の莫 邦富（もう・ばんふ）氏とアドバイザー顧問契約を8月12日に締結し、日系企業が中国市場に参入する際のブランド名称開発パッケージ「博報創名（はくほうそうめい）」の開発を発表致しましたのでお知らせ致します。

このブランド名称開発パッケージは、中国語名称の診断や、適正の評価、中国市場で機能するブランド名称の開発およびロゴ開発、さらに中国における広告・販促サポートまで一貫したブランディングサービスを提供するものです。

日系企業による対中直接投資件数は、1999年の1167件が2001年には2019件\*と伸びており、また、広告市場も、継続的に二桁成長を続けています。（\*三菱総研 調べ）

いっぽう、日本と同じ漢字圏である中国に進出する際に、日系企業は日本で使用している漢字表記をそのまま中国に持ち込もうとするケースが多く、その結果、予期していないイメージや誤解を与える危険性が欧米企業よりもかえって高いといわれています。

今回、博報堂が莫氏と共に開発した「博報創名」は、こうしたコミュニケーションリスクを回避し、誤ったネーミングの使用による無駄な広告投資や、流通・生産・パッケージデザインの変更といったビジネスリスクを抑えることを可能とするものです。

「博報創名」の実施プロセスは、まず保有するデータベースを活用してターゲット市場の競合ブランドの名称調査と、現在クライアントの使用している中国語名称の適正を評価刷るところから始まり、その分析結果に基づいて、ネーミングの修正や新規開発のネーミング戦略を立案します。そして候補案の中から最適な名称を選択した後、V I化（視覚化）を行い、商品・広告・広報・S P物等、様々なアプリケーションに展開していきます。

博報堂は、中国語ネーミングの第一人者、莫氏の言語・中国文化に関する深い造詣と、博報堂がこれまで培ってきたブランディングのノウハウや中国におけるマーケティングスキルを掛けあわせ、中国市場におけるクライアントの効率的・効果的なブランド資産の蓄積をサポートしていきます。

この件に関するお問い合わせは

博報堂	広報室	平澤・宮川	03-5446-6161
	リサーチ&コンサルティング局	箕（かけい）	03-5446-8646

< 添付資料 >

### 「博報創名」の実施プロセス



中国市場における、クライアントおよび競合の企業ブランド、商品ブランドの現状評価、中国語ブランド名称の適正評価、課題の抽出。

分析結果に基づき、開発・修正が必要なネーミングの基本戦略を立案。

戦略に基づき、中国市場で機能するネーミング候補案を開発。

開発したネーミング案を言語的視点、生活者視点、そして商標視点から、スクリーニングし、使用可能で機能する最適なネーミングを選択。

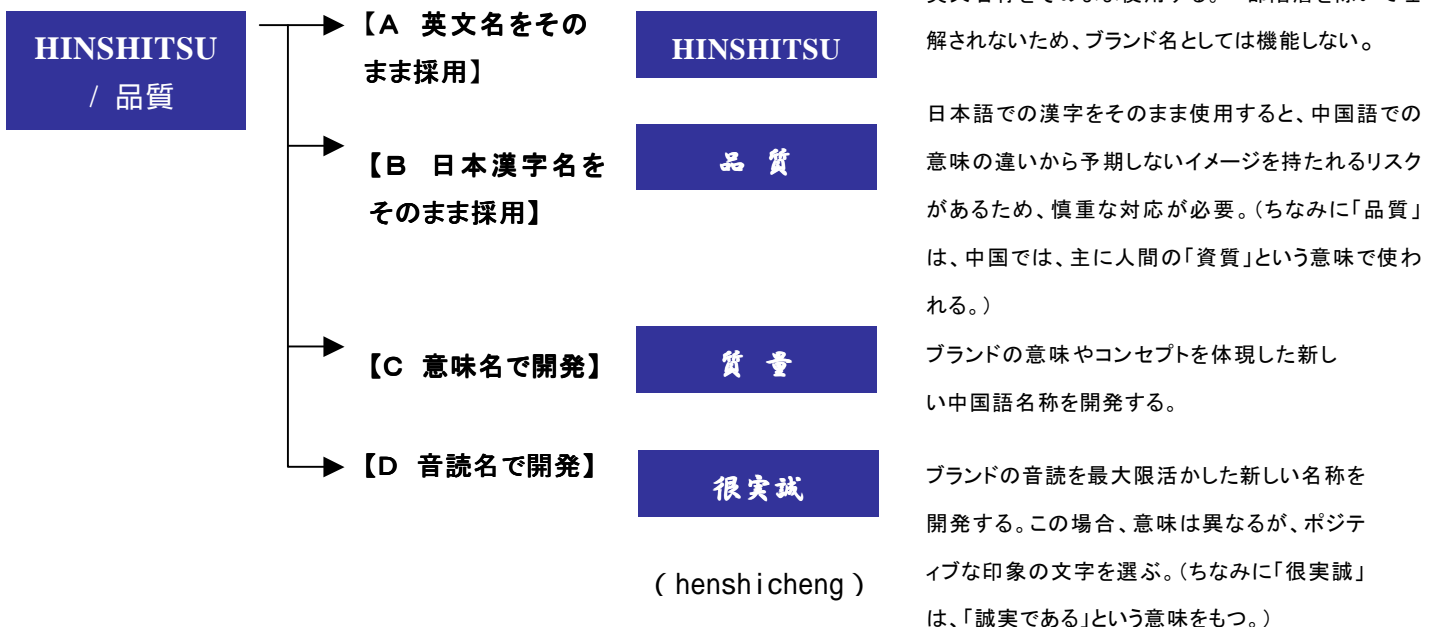
ネーミングをV.I .化（視覚化）。VI 化し、一定のルールの下で使用することにより、ブランド価値はより効率的、効果的に伝わる。また、視覚化を考える際には、英文名称との組合せ等も考慮。

決定したネーミングを商品、広告、広報、SP 物等、様々なアプリケーションに展開。

\* 一貫したパッケージとしても、カスタマイズして一部のみを活用することも可能です。

### 中国語名称開発の方法

例えば、ある企業が日本で「HINSHITSU/品質」というブランドを展開している場合、中国語ブランド名称を開発する際の選択肢は、大きく分けると4つあります。



## 莫 邦富（もう・ばんふ）氏プロフィール

上海市生まれ。上海外国語大学同大学講師を経て、85年来日。知日派ジャーナリストとしてTVドキュメンタリー番組や新聞・雑誌等で活躍。東京メトロポリタン（MX）テレビ・放送番組審議会委員。「新華僑」、「蛇頭（スネークヘッド）」といった新語を日本に定着させた。著者は、「蛇頭」、「中国全省を読む地図」、翻訳書「ノーと言える中国」（新潮文庫）、「新華僑」（中公文庫）、「日本企業がなぜ中国に敗れるのか」（新潮0h!文庫）、「これは私が愛した日本なのか」（岩波書店）、「中国『新語』最前線」（新潮選書）他、多数。最新作は「日中英 企業ブランド名辞典」（日経新聞社）。また、日本企業の中国語ブランド名に関する書籍を今秋発売予定。