

PART 2

Panasonic

グローバルブランドの構築に向けて

パナソニックのブランディング戦略

野田ブランドコミュニケーションズ代表
国際CCO交流研究所 常務理事

野田 光一

PART 1

- パナソニックの概要
- CC部門とブランディング活動

PART 2

- コーポレートブランド戦略
- 社名変更とブランド統一

PART 3

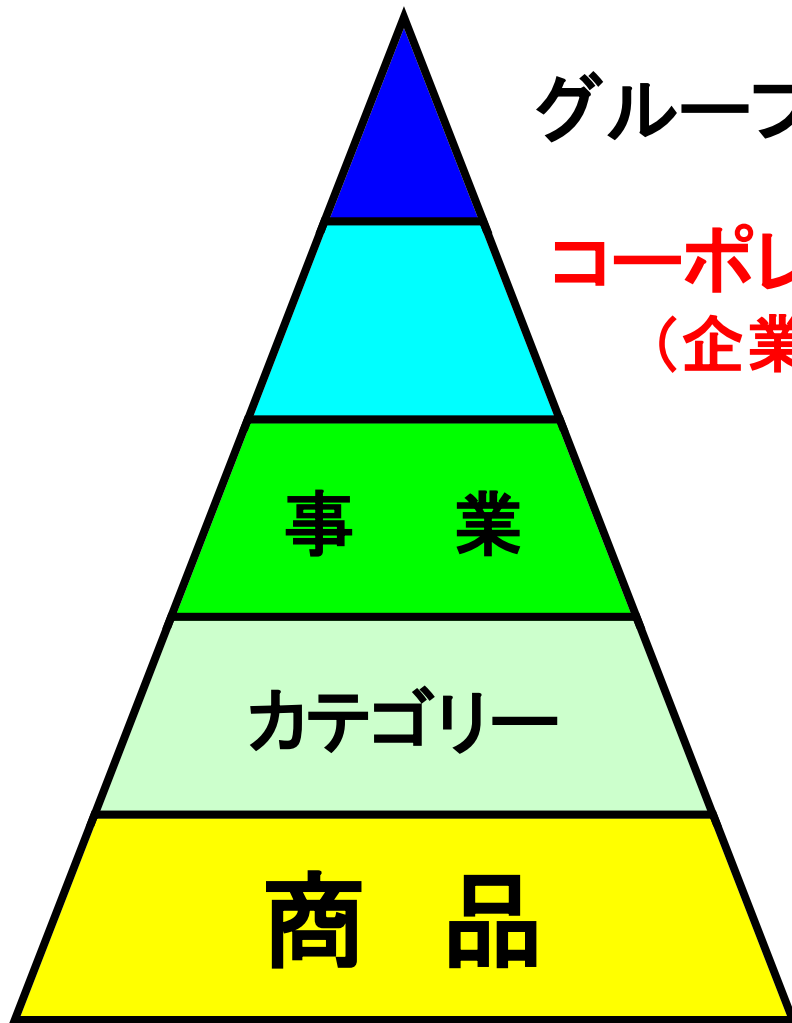
- 経営に活かすCC活動評価
- 新しいパナソニックに向けて

3. コーポレートブランド戦略

街を歩けば 「ブランド」だらけ



ブランドの階層



三菱、住友、イオン、セブンアイ
LVMH(モエヘネシー・ルイヴィトン)

トヨタ、パナソニック、マイクロソフト
ソニー、セブンイレブン、西武百貨店
アップル、ユニクロ、麒麟ビール
ルイ・ヴィトン、クリスチャン・ディオール
NTT、ソフトバンク

ナショナル、スバル、ドコモ

TOPVALU、TUBAKI、植物物語

プリウス、 아이폰、LUMIX、Wii
コカコーラ、スーパードライ、ビッグマック
おいしいお茶、こしひかり、ポッキー

ブランドとは

歴史 ブランドの語源は、英語 burned 焼印を押す

- 中世 イギリスで、放牧している牛の識別のために「焼印」
- 18世紀 スコッチウイスキーの樽に、偽造防止のために「焼印」
- 19世紀末 アメリカでクラシックブランドが誕生
コカコーラ社 コーク 、 P & G社 アイボリー石鹸

アメリカ・マーケティング協会(AMA)の定義

ある売り手あるいは売り手の集団の製品およびサービスを識別し、競合他社の製品およびサービスと差別化することを意図した名称、言葉、シンボル、デザイン、あるいはその組み合わせ

ブランドとは・・・企業・商品・サービスの「顔」である

「強いブランド」は価値を高める

TIFFANY



BVLGARI



CHANEL



Louis Vuitton



いま、なぜ「ブランド」が注目されるのか

強いブランドとは

企業活動のケース

プレミアム価格 ... 少々高くても、このブランドを選ぶ

高い選好性 同じ価格や機能なら、このブランドを選ぶ

高いロイヤリティ ... 継続して購買、継続して使用

信頼と責任 無形資産の重要性、企業価値の増大

高いモチベーション .. 全社員のモラルアップ

グループ経営の求心力

ナショナル ブランド の語源

1927年「角型Lamp」で初めて使用

National

（国民の、国民のための）

「松下電器の商品を、国民の必需品に！」



National



松下幸之助のDNA

初めてのブランドプロミス

This is a large, dense newspaper advertisement for National Lamps. It features various text blocks, logos, and illustrations of people using lamps. The text is in Japanese and includes details about the product and the company.

松下幸之助創業者が創った
ナショナルランプの三行広告
1927年(昭和2年)

This is a vertical advertisement for National Lamps. It features a large illustration of a lamp at the top, followed by the text 'ナショナルランプ' (National Lamp) in large, bold characters. Below this, there is more text and a small illustration of a person using a lamp.



1925年竣工の
ランプ組立工場

ナショナル
商標出願広告

This is a newspaper advertisement for National Lamps. It features the text 'NATIONAL ナショナル' in large, bold characters. Below this, there is more text and a small illustration of a lamp. The text is in Japanese and includes details about the product and the company.

This is a colorful advertisement for National Lamps. It features a large illustration of a lamp at the top, followed by the text 'ナショナルランプ' (National Lamp) in large, bold characters. Below this, there is more text and a small illustration of a person using a lamp.

ホーロー看板
1927年4月
(昭和2年)

パナソニック ブランド の語源

アメリカ、カナダでは「National」ブランド が使えず
⇒1955年 輸出用HiFi スピーカの愛称として誕生

Pan + sonic

(汎、あまねく) (音)

「松下電器の音を、あまねく、世界中に！」



Panasonic



Panasonic ブランド 戦略の変遷

- 1918年 松下電気器具製作所 創業
- 1925年 **National** 誕生
- 1955年 **Panasonic** 誕生
- 1988年 日本で **Panasonic** を本格展開
- 2003年 **Panasonic** を Global Brand に統一
- 2008年  ブランドスローガンに Panasonic ideas for life
Panasonic に社名変更
全世界統一 ブランド に

- 投資の分散を避け、資源を集中
- 真のGlobal Panasonic の実現

- 2013年 新ブランドスローガンを導入
A Better Life, A Better World

ブランド についての 5つの考え方

パナソニックの定義

- お客様に対する責任の表象
- 会社と商品の顔
- お客様からの信頼と満足の証
- 会社のかけがいのない資産
- 社員の誇り

ブランド についての 5つの考え方(私見)

Global Corporate Brand 時代の再定義

- 社会の公器としての **企業の顔**
- すべてのステークホルダーに対する **信頼と責任の証**
- 株主価値を高めるための **企業のシンボル**
- 目に見えない **企業のかげいのない資産**
- グローバル全社員の **結束とプライドの象徴**

コーポレートブランド

Panasonic

とは

将来にわたってお客様とつながり続ける絆

お客様にとって

なくてはならない
パートナーとして

信頼の象徴

社会にとって

健全な経営
安定した成長

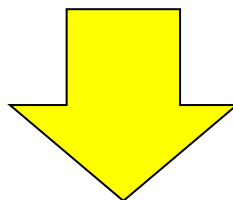
期待の象徴

社員にとって

パナソニックの
一員である

誇りの象徴

パナソニックの企業価値向上

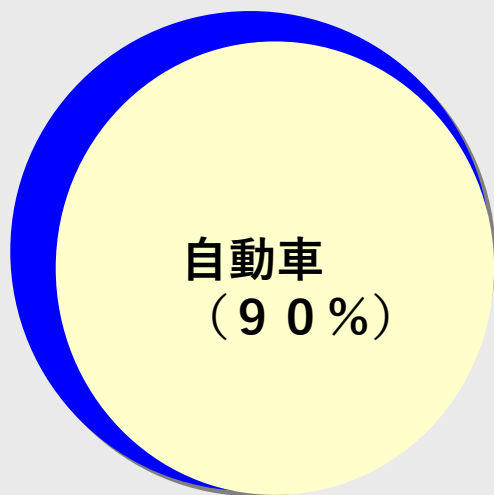


成長戦略の実現に向け、ブランド戦略を革新

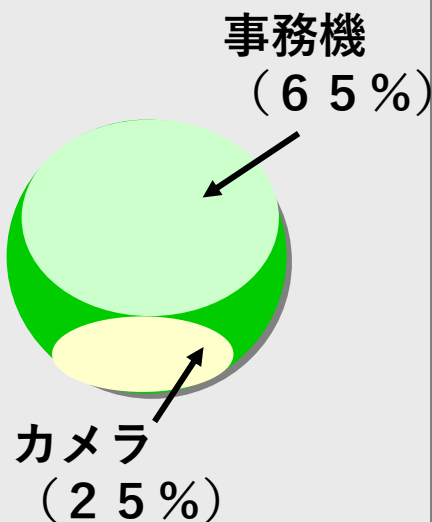
パナソニックの事業特性

Panasonic “小企業”の集合体

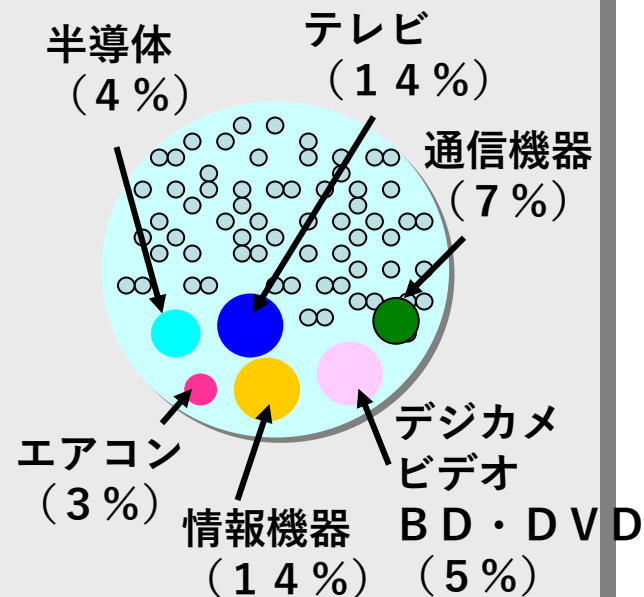
トヨタ自動車



キヤノン



パナソニック



売上高

19.0兆円

(2009年3月期)

4.1兆円

(2008年12月期)

7.4兆円

(2010年3月期)

パナソニック「ブランド価値向上の公式」

商品力

×

マーケティング力

×

社会的活動

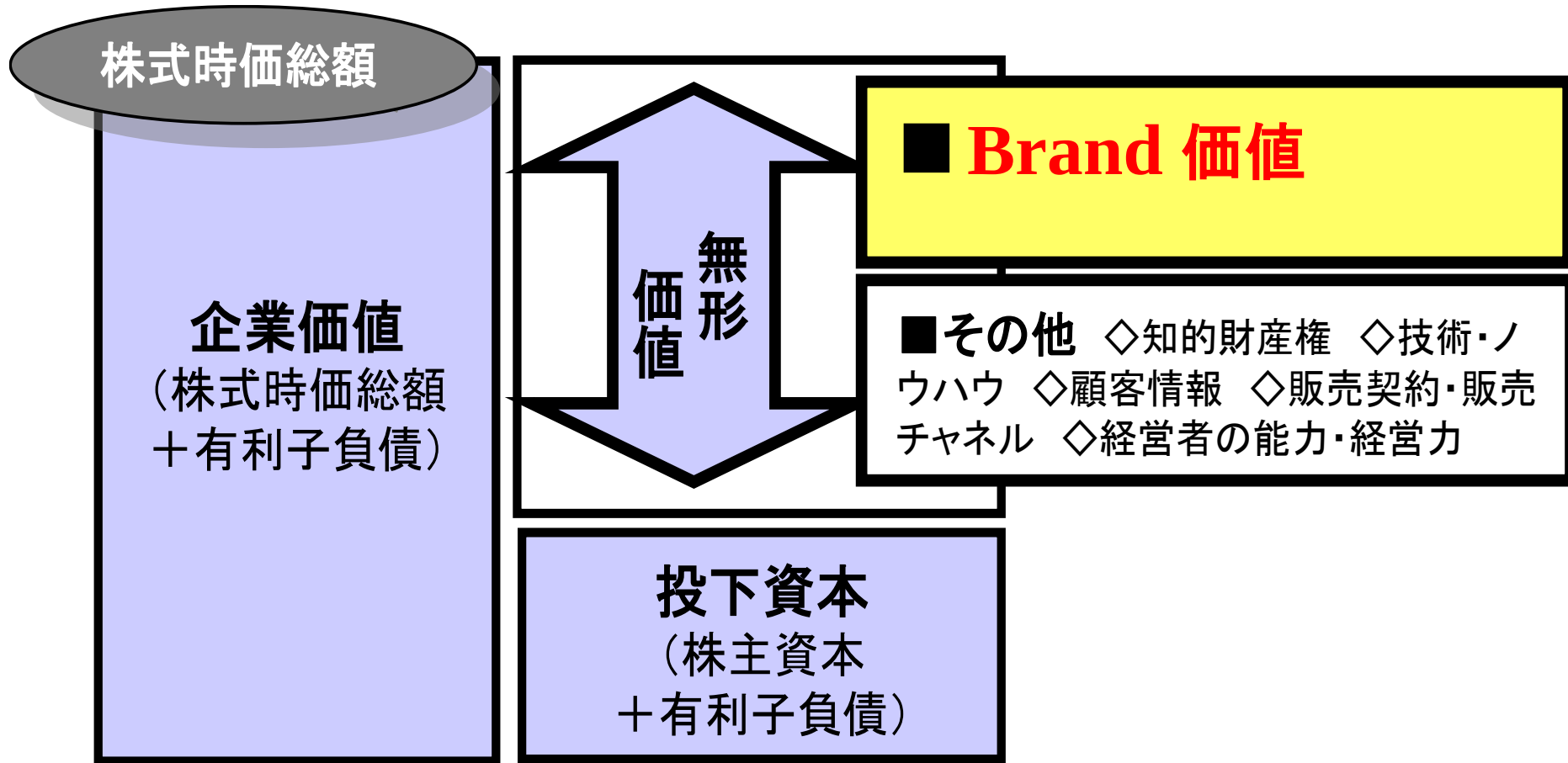
×

業 績

=

ブランド 価値向上

ブランド 価値



4. 社名変更とブランド統一

経営方針発表 2008.1.10

Panasonic

新社名
全世界統一ブランド

- 投資の分散を避け、資源を集中
- 真のGlobal Panasonic の実現

全社員の知恵、心、思い、パワーを結集し
全社員の一秒の努力、一滴の汗も無駄にせずに
商品として結実させる

強い商品力
強いブランド戦略

Panasonic
ideas for life

突然発表！

「松下」から「パナソニック」へ

2008年10月1日 社名変更 新聞広告



本社 屋上看板

松下が消える！

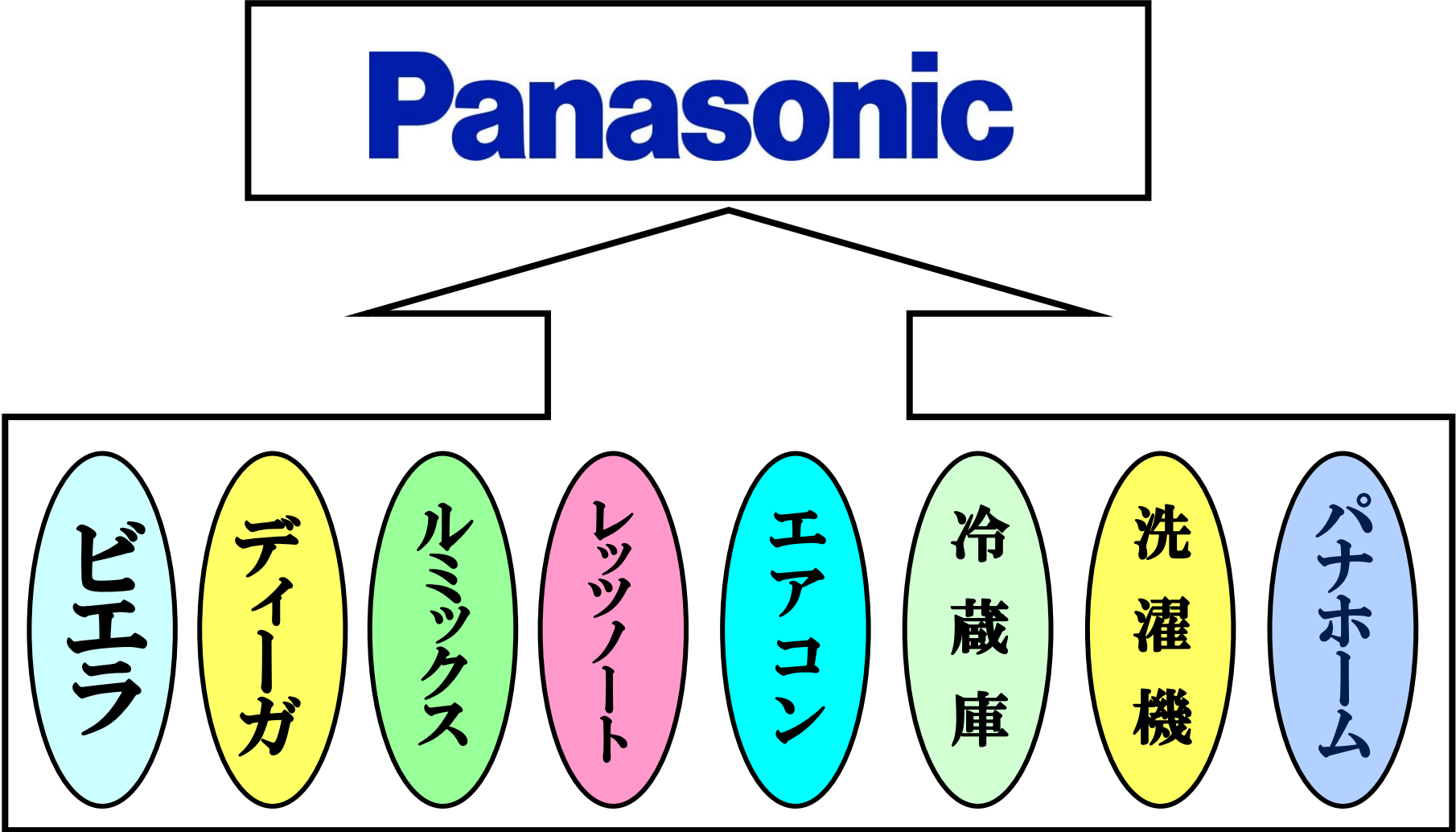


National が消える！



コーポレートブランドと商品ブランド

Panasonic



```
graph TD; A[Panasonic] --> B[ビエラ]; A --> C[デイジーガ]; A --> D[ルミックス]; A --> E[レッツノート]; A --> F[エアコン]; A --> G[冷蔵庫]; A --> H[洗濯機]; A --> I[パナホーム];
```

ビエラ

デイジーガ

ルミックス

レッツノート

エアコン

冷蔵庫

洗濯機

パナホーム

不変の「松下経営理念」

綱領・信条・七精神

朝会で唱和
巻物から、ブックスタイル(日本語・英語併記)へ



Panasonic グループソング

グループソングに統一し、一体感を醸成

作詞 森 雪之丞 (もり ゆきのじょう) 先生

作曲 久石 譲 (ひさいし じょう) 先生

「この夢が未来」

Panasonic グループ章

会社により異なっていた社章を統一

Panasonic