

企業認知度の向上にお悩みではありませんか？

- 企業認知度を最大化!ファンを生むストーリー戦略
~ブランドの魅力を広げ、心をつかむコミュニケーション~

顧客コミュニケーション 研究部会

Chubu Marketing Association
2025

第1例会	5月	BeReal / (株)農心ジャパン
第2例会	6月	(株)木村鋳造所
第3例会	7月	(株)島田電機製作所
第4例会	9月	(株)CBCテレビ / (株)中日新聞社 / 日経クロストrend 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)
第5例会	11月	ホーユー(株)
第6例会	2026年 2月	折衝中

 中部マーケティング協会

www.cpc.or.jp

2025 年度

顧客コミュニケーション研究部会

総合テーマ

企業認知度を最大化！ファンを生むストーリー戦略 ～ブランドの魅力を広げ、心をつかむコミュニケーション～

ライフスタイルの変化や価値観・嗜好の多様化が進む中、顧客満足度を高めることがますます難しくなっています。このような環境で企業が競争力を維持し成長するためには、顧客との信頼関係を築き、強固なファン基盤を獲得することが不可欠です。信頼関係の構築は、良質な商品やサービスの提供にとどまらず、顧客との接点で共感を生むコミュニケーションが求められます。本セミナーでは「企業認知度を最大化！ファンを生むストーリー戦略」をテーマに、効果的なコミュニケーション戦略と顧客体験価値の向上に向けた実践的な手法を学び、これからの企業が信頼を築き、ファンの心をつかむために必要なポイントを探ります。

中部マーケティング協会 会長 小笠原 剛

(株三菱UFJ銀行 顧問)

幹事(順不同)

当研究会の企画・運営における中心的な役割をお願い申し上げます。

株 アイシン E-V C 営業部 部長	橋本 さとる 氏
NTP名古屋トヨペット(株) 執行 役員	岩内 裕二 氏
株 中日新聞社 広告局 広告二部 部長	鈴木 宏英 氏
ブラザーリビングサービス(株) 総務 部長	黒野 貴見 氏
三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株) コンサルティング事業本部経営コンサルティング第2部 副部長 ディレクター	林田 充弘 氏

▶第1回幹事会
2025年9月12日(金)
名古屋市内
▶第2回幹事会
2026年2月12日(木)
中部生産性本部
セミナールーム



特徴とおすすめポイント

01 「企業認知度向上」に特化

- ・競争が激化する今、認知度を上げることで新規顧客の獲得や採用活動にもつながります。
- ・企業のブランド価値を高めるための最新の事例が学べます。
- ・ファンづくりやストーリー戦略を重視した、実践的な内容です。

02 現場研修会・ネットワーキングの機会

- ・現場研修会(3回実施)にて、リアルな成功事例を直接体感できます。
- ・参加者同士の交流の場もあり、新たなビジネスチャンスが生まれる可能性が高まります。

第1例会

とき:2025年 5月13日(火) 14:30~17:00

ところ:中部生産性本部 セミナールーム&オンライン ※例会終了後メンバー交流会実施

テーマ

BeRealが変えるリアルなつながり
～Z世代の心をつかむ新時代のSNS戦略～

Z世代に大人気！BeRealの魅力

視点

BeReal

代理店パートナーシップリード兼コンテンツソリューションマネージャー

国定 希生 氏

2020年にフランスで誕生したBeRealは、Z世代を中心に支持を集め、日本でも450万人以上が登録するSNSへと成長しました。その魅力は「リアルであること」。決まった時間に通知が届き、その瞬間を飾らずにシェアするというシンプルな仕組みが、従来のSNSとは一線を画し、若者の共感を呼んでいます。BeRealの成功要因を紐解くとともに、Z世代の価値観や行動心理に基づいたブランドとの接点の作り方を考察。企業はこの新たなSNSをどのように活用し、認知度を高めていくのか。国内外の事例を交えながら、BeRealがもたらす新しいマーケティングの可能性についてうかがいます。

テーマ

辛いつて、たのしい??
Z世代と親世代を繋ぐ『辛ラーメン』の戦略PR

辛ラーメンの人気の秘訣

視点

(株)農心ジャパン

成長戦略部門マーケティングチーム課長

三浦 善隆 氏

農心が展開する『辛ラーメン』は、世界100カ国以上で愛される人気ブランド。韓国ならではの辛さや旨味の絶妙なバランスにより日本国内にもファンを広げてきました。韓国における農心・辛ラーメンの存在やインスタントラーメンに対する深い愛情、新たなインスタントラーメン事情などと共に2002年日本法人が出来てから3度の韓流ブームでのアップダウンを経験し、海外の即席麺メーカーの参入が難しいといわれている日本市場での戦い方を事例を交えてうかがいます。特に2020年以降、韓流ブームの後押しからSNSを活用した情報発信や、Z世代をターゲットにした取組などが売上拡大にも大きく貢献しています。さらに、2024年秋には日本で初となる『辛ラーメン』のポップアップイベントを開催し、多くのファンとの直接交流を実現しました。日本市場で長く愛されるブランドを育てた同社の取り組みについてうかがいます。

第2例会

と き:2025年 6月4日(水) 13:00~17:00
と ころ:御前崎製作所(静岡県御前崎市)

テーマ

BtoB企業の可能性を広げる!
フォロワー6万人を魅了した木村鋳造所のSNS戦略
~「面白い」だけじゃない!成果につながるSNS運用術~

Xフォロワー6万人超!
木村鋳造所の発信力とは?

視点

(株)木村鋳造所

営業部広報課 水木 玲 氏

「BtoB企業にSNSは向かない?」そんな常識を覆した木村鋳造所の挑戦と成功の裏側についてうかがいます。等身大の大型発泡スチロールやユニークな動画投稿が、なぜSNSで注目を集めたのか?ミニ四駆メーカーとの偶然の出会いや他社アカウントとのやり取りから生まれた予想外の広がりとは?SNSを活用して受注数アップや採用活動の強化、さらにメディア露出まで実現したユニークな事例をもとに、企業アカウント運営のヒントについてうかがいます。

第3例会

と き:2025年 7月11日(金) 13:00~17:00
と ころ:OSEBA(東京都八王子市)

テーマ

事業活動はファンづくり
~社員も顧客も丸ごとファンにする~

当選確率1%!日本一予約の取れない工場見学

視点

(株)島田電機製作所

代表取締役社長 島田 正孝 氏

島田電機製作所は、1933年に創業し、エレベーターの押しボタンや到着灯などをオーダーメイドで製造するモノづくり企業です。「事業活動はファンづくり」という基本理念のもと、自社のファンである社員が中心となって進める、「当選確率は1%、日本一予約の取れない工場見学」や、毎月2000人が来場する『OSEBA』や広報活動、SNSを活用した情報発信などを通じて、ファンとのつながりを深めるための戦略を実施しています。従来の上下関係を重視した組織風土から脱却し、「社員がまず自社のファンになる」という新しい組織づくりに挑戦している同社のファンづくりについてお話しいただきます。

第4例会

と き:2025年 9月9日(火) 15:30~17:00
と ころ:中部生産性本部セミナールーム&オンライン ※例会終了後メンバー交流会実施

テーマ

ニュースになる瞬間
~マスメディアが注目する企業情報の作り方~

自社の魅力を引き出すチャンス到来!

座談会

(株)CBCテレビ

報道部統括編集長 伊奈真樹子 氏

(株)中日新聞社

経済部部長 阿部 伸哉 氏

(株)日経BP

日経クロストrend編集長 勝俣 哲生 氏

(コーディネーター)

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

コンサルティング事業本部 経営コンサルティング第2部副部長 ディレクター 林田 充弘 氏

視点

企業から提供される情報がどのようにメディアで取り上げられるのか、その裏側を解き明かす貴重な機会です。企業情報の評価基準やニュース化のプロセスを徹底解説。直近でメディアが注目しているホットなテーマや効果的なアプローチ方法を具体的に紹介いただきます。「どのように情報を伝えればメディアに響くのか?」といった企業広報担当者が抱える課題に対して実践的なヒントが得られる充実した内容です。広報力を高め、自社の魅力を最大限に伝えるためのアイデアを掴むチャンスです!

第5例会

と き:2025年 11月25日(火) 14:30~17:00
と ころ:ヘアカラーミュージアム(愛知県名古屋市)

テーマ

カラーリング啓蒙を通じての企業ブランド向上
~オウンドメディアからイベント、PRなど広報的アプローチでの顧客接点創出~

日本初、
唯一のヘアカラーミュージアム

視点

ホーユー(株)

経営企画室広報課課長 石井 芳行 氏

ホーユーは長年、ビゲンやシエロなどの商品ブランドを中心に、マス広告を活用したコミュニケーション活動を展開しています。2005年には企業ブランドとして「hoyu」のVI(ビジュアル・アイデンティティ)を策定しましたが、企業の認知やイメージ強化は十分に進んでいません。そこで、創立100周年を記念して設立したヘアカラーミュージアムをはじめ、カラーリング文化の発展に向けたさまざまな施策を強化しています。単なるロゴや会社名の認知にとどまらず、ヘアカラーリング剤のトップメーカーとして、顧客接点をWEBやリアルイベントなどを通じて横断的に拡張し、顧客から真に信頼される企業を目指す活動についてお話を伺います。

第6例会

と き:2026年 2月12日(木) 14:30~17:00
と ころ:中部生産性本部セミナールーム&オンライン

テーマ

〈折衝中〉

申込み方法

中部マーケティング協会ホームページよりお申込みください。

<https://www.cpc.or.jp/mg/pages/69/>

※昨年度登録されている場合、別途ご案内いたします。

中部マーケティング協会 検索



申込みページ

開催要領

2025年5月13日(火)～2026年2月12日(木)

参加対象

CS推進部門、販促・マーケティング部門、広報部門、お客様関連部門、経営企画関連部門責任者・担当者

運営方法

- ①講師の都合などの事情により、日程・時間・内容並びに開催形態の変更、参加の制限をさせていただく場合がございます。
- ②各例会は登録法人によるメンバー制で運営をいたします。(1口2名登録。代理参加可)
- ③各例会、行程表/集合方法も含めて詳細案内を開催40日前に事務局よりご連絡いたします。
(各例会出欠確認をとりますので必ずご返信ください)
- ④各例会とも指定いたしました集合場所へ各自でご集合ください。(現地集合、現地解散)

セミナー参加における注意事項

下記に記載の注意事項をご確認、同意の上お申込みをお願いいたします。

- ①講演の録画、録音、配布資料記載事項の無断転載、オンライン参加の場合は画面撮影、画面キャプチャー、SNSなどへの掲載を固くお断りいたします。その様な行為が発覚した場合、事務局より削除を要請し、損害賠償を請求させていただきます。
- ②(オンラインの場合)当方に起因しないシステムトラブルにより画像・音声に乱れが生じた場合については、再送信や返金はいたしかねますのであらかじめご了承ください。
- ③登録者並びに代理参加以外のご参加はご遠慮願います。(オンラインの場合、視聴URL等は参加されるご本人のみ有効です。第三者への転送はご遠慮ください。)
- ④講師・見学先の都合により、同業者の方々のご参加をお断りする場合がありますのでご了承ください。その際には他の例会に人数追加でご参加いただくなど配慮させていただきます。
- ⑤本注意事項については、年度登録者並びに代理参加となった場合は、代理参加者に自動的に適用されます。

年間登録費

中部マーケティング協会会員 83,600円(消費税10%、資料代含む2名分 原則、現地集合・現地解散)
— 一般 116,600円()

※見学先が遠隔地で公共交通機関の利用が難しい場合には専用バスなどを手配しますので、その料金の一部をご負担いただく場合があります。

- ①年間登録費のお支払いにつきましては、お申込み受付後請求書をご送付いたしますので、請求書に記載の振込期日までに指定銀行へお振り込み願います。なお、お支払いの際に発生します銀行へ支払う振込手数料については、お客様側にてご負担願います。
- ②お申込み後のキャンセルについては、5月7日(水)15:00までにお願います。それ以降のキャンセルは年間登録費を返金いたしかねますのでご了承ください。

申込締切

2025年5月7日(水)15:00 (遅れる場合はあらかじめご連絡ください)

基本運営パターン

講演会		現場研修会	
14:30～15:30	テーマ講演①	13:00～14:30	テーマ講演
15:30～15:50	休憩	14:30～16:30	見学
15:50～16:50	テーマ講演②	16:30～17:00	質疑応答

内容充実のためのオプションメニューを随時設定いたします。その際飲食及び宿泊等伴う場合の実費は参加者各自のご負担となります点予めご了承ください。なお、その内容は例会通知にて事前案内をいたします。

お申込み・
お問い合わせ先

中部マーケティング協会 担当/古池裕裕・夏秋光伸・^{はひろ}羽広隆博・中川欣契・岩本沙樹
〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15 豊島ビル11階(中部生産性本部内)
TEL(052)221-1261 FAX(052)221-1265 <https://www.cpc.or.jp>

中部マーケティング協会 研究部会 Chubu Marketing Association

- マネジャークラブ** — 新たな発想を生むためのリアル・コミュニケーション ～人と繋がり、交わることで生まれる価値～
- 顧客コミュニケーション研究部会** — 企業認知度を最大化!ファンを生むストーリー戦略 ～ブランドの魅力を広げ、心をつかむコミュニケーション～
- デジタルイノベーション研究部会** — イノベーションに必要なデジタル活用 ～DXにチャレンジする企業やデジタルの今を学び、自社を変革へ導く～
- 商品企画研究部会** — 共創時代の商品企画 ～現地現物で感じる企画の着眼点～
- ビジネストレンド研究部会** — 現代のなかに未来を観る ～市場は変わる・顧客と共に～
- 営業力強化研究部会** — 営業の原点に立ち返る! ～人間力が勝負!信頼と共感で築く本物の営業力～
- 経営戦略研究部会** — 企業経営の持続的成長戦略 ～激動の時代を生き抜くための企業経営のあり方～