

企業認知度を最大化！ブランド×ストーリー戦略
～ファンの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
 2026

第1例会	5月	X Corp.Japan (旧Twitter Japan) / (株)フラッグ
第2例会	7月	トヨタ車体(株) 【ランクルBASE】
第3例会	9月	名古屋ステーション開発(株) 【NAKAGAWA CANAL DOORS】
第4例会	10月	Olive(株) / (株)アクセス
第5例会	11月	折衝中
第6例会	2027年1月	全日本空輸(株) / 折衝中

 中部マーケティング協会

www.cpc.or.jp

2026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!ブランド×ストーリー戦略 ～ファンの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 佐々木 一郎
(ブラザー工業株 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) 執行役員レクサス事業責任者 レクサス事業部長レクサス営業部担当	藤田 浩司 氏
株 中日新聞社 メディアビジネス局 デジタルビジネス部 部長	大谷 朋子 氏
ブラザーリビングサービス(株) 総務部 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戦略第2部 副部長 ディレクター	林田 充弘 氏

▶第1回幹事会
2026年9月10日(木)
名古屋市内
▶第2回幹事会
2027年1月8日(金)
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:2026年 5月27日(水) 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 ※17:00~18:00メンバー交流会

テーマ

Xの現状とマーケティング最新活用法

～X広告の最新事例紹介～

X Corp.Japan (旧Twitter Japan)

Partner Manager Anime, Manga & Music Global Content Partnerships

高田 博太 氏

視点

急速に変化するXは、ユーザー行動やアルゴリズムの変化に伴い、企業のマーケティング活用にも新たな戦略が求められています。本例会では、Xの最新動向を整理しつつ、企業が成果を上げるための実践的な活用ポイントを解説します。特に、X広告の最新事例を通じて、ターゲティング精度の向上やクリエイティブ最適化、キャンペーン設計の成功要因を具体的に紹介し、これからの顧客コミュニケーションにおけるX活用の可能性を探ります。

テーマ

『運用』から『熱狂』へ。ブランド価値を最大化するファンコミュニケーション戦略

(株)フラッグ

取締役COO

近藤 幹也 氏

視点

情報過多の現在、企業のSNS活用は単なる日々の「運用」から、ユーザーを巻き込み「熱量」を生み出す場へと役割を大きく変えています。本例会では、作業としてのSNS運用から脱却し、共感と熱狂を通じてブランド価値を最大化する実践的なコミュニケーション戦略を解説します。若年層をはじめとする新しい世代のインサイトを捉えたストーリー設計を軸に、最新のAI技術の活用、最新の広告ソリューションを掛け合わせたリーチの最大化、さらには次世代プラットフォームを通じた飾らない関係構築まで、実践的な知見を交えてご紹介します。これからの企業に求められる「長く愛されるブランドづくり」のヒントを探ります。

第2例会

と き:2026年 7月27日(月) 13:30~16:00

と ころ:トヨタ車体(株) ランクルBASE(愛知県刈谷市)

テーマ

なぜランクルBASEには、ファンが集まるのか ~ファンづくりは、戦略の“先”にある~

トヨタ車体(株)

LC業務推進部 LCBASE事業推進室 室長

永田 昌司氏

視点

なぜランクルBASEには、多くのファンが自然と集まり、豊かな関係性が育まれていくのか。その背景には、単なる集客施策や話題づくりではなく、信頼関係を軸とした日常的なコミュニケーションの積み重ねがあります。本講演では、まず、「信頼関係の構築とは何か」をテーマに、戦略の“先”に生まれるものであり、決して偶然に築かれるものではないことを、具体的な実例とともにご紹介いただきます。続いて、ファンづくりは特別なキャンペーンや派手な仕掛けによって生まれるものではなく、日々の活動の延長線上にこそ本質があるという視点を、ランクルBASEの取り組みを通じてお伝えいただけます。さらに、「愛すべきファン」とはどのような存在なのかについても触れ、実際に出会ってきた多様なファンのエピソードを、少しユーモアも交えながらご紹介いただきます。本講演が、企業やブランドがファンとどのような距離感で向き合うべきかを考えるうえで、皆さまのヒントとなれば幸いです。

第3例会

と き:2026年 9月 2日(水) 13:30~16:30

と ころ:NAKAGAWA CANAL DOORS(名古屋市)

※16:45~18:00オプション交流会

テーマ

顧客と共創するブランド体験 ~ローカル価値の再編集~

名古屋ステーション開発(株)

人選中

視点

名古屋の暮らしとモノづくりを支えてきた中川運河。その歴史的役割を尊重しつつ、都心と名古屋港を結ぶ広大な水辺空間に新たな価値と役割を見出し、うるおい・憩いにぎわいを生み出す場として再編集したのが「NAKAGAWA CANAL DOORS」です。本プロジェクトは、中川運河が育んできた歴史・文化・自然とつながる「未来を編む滞在」をコンセプトに、2026年春以降、順次開業するウォーターフロント施設群です。ホテル、ペーカリー、スポーツ施設(ビーチバレー・ビッケルボール)を核に、水辺の魅力を活かした体験型コンテンツを提供し、地域住民や来訪者とともに新たな日常と価値を創り上げるブランド体験の実現を目指しています。中川運河掘止エリアに誕生する新たなにぎわい拠点として、その取り組みと可能性を現場見学を通して体感いただけます。

第4例会

と き:2026年10月 6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

※17:00~18:00メンバー交流会

テーマ

ヒトの感情の見える化と顧客コミュニケーション革新

~感情データで広がる新しい顧客理解のかたち~

Olive(株)

代表取締役 CEO

竹内 精治氏

取締役& CFO

宮田 豊氏

視点

顧客理解の高度化が求められる中、同社は生体反応から感情を推定し、喜怒哀楽や集中度、ストレスなどを客観データとして取得できるクラウド型プラットフォーム「La Cause(ラクーズ)」を提供しています。本例会では、従来のアンケートでは捉えきれない“本音”を可視化し、顧客体験の最適化や購買行動の洞察、施策改善にどのように活用できるかをマーケティングの視点から説明いただきます。OMO/O2O、店舗・EC、観光など多様な領域での活用事例を通じ、感情データがもたらす新たな価値創造の可能性を伺います。

テーマ

クリックされない検索時代とSEOの新戦略

~企業のWeb集客戦略に大きな影響を与えるゼロクリック検索への対応~

(株)アクシス

代表取締役 CEO

臼井 教司氏

視点

生成AIを活用した検索が急速に普及し、ユーザーは検索結果をクリックせずに情報を得る「ゼロクリック検索」が当たり前になりつつあります。この変化は企業のWeb集客に大きな影響を与え、従来のSEOだけでは成果を維持できない局面が訪れています。本例会では、AI検索時代における検索行動の変容を踏まえ、検索結果ページ上での露出最適化、構造化データの活用、ブランド想起を高める情報設計など、新たなSEO戦略を事例とともに伺います。

第5例会

と き:2026年 11月13日(金) 13:30~16:30

と ころ:現場見学(予定)

テーマ

つながりを価値に変えるブランド体験 ~新たな顧客体験の姿~

(折衝中)

視点

第6例会

と き:2027年 1月 8日(金) 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

※17:00~18:00メンバー交流会

テーマ

香りをつくるブランド体験 - ANAが実践する感覚マーケティングと顧客共感

~五感に触れるコミュニケーションが生む“記憶に残る旅”とファンづくり~

全日本空輸(株)

人選中

視点

多様化する価値観の中で企業が顧客との信頼関係を築くには、商品・サービスの品質だけでなく、心に残る体験価値の創出が不可欠です。ANAは独自アロマを活用した「香りのコミュニケーション」により、空港ラウンジや機内といった重要なタッチポイントで“ANAらしさ”を五感に訴求してきました。本例会では、香りをもたらす情緒的価値、旅の記憶を呼び起こすアンカー効果、そして自宅へ体験を持ち帰るEC展開など、ブランド体験を深化させる実践的アプローチを紹介します。感覚マーケティングを通じて顧客との絆を強化し、ファン基盤を構築するためのヒントを探ります。

テーマ

デザインで実現するブランディング戦略(仮題)

~競争と差別化する成功法則とは~

(折衝中)

視点

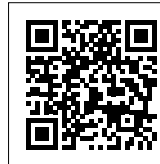
申込み方法

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

2026年5月27日(水)～2027年1月8日(金)

参加対象

CS推進部門、販促・マーケティング部門、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日程前**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20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

2026年5月20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	
14:30～15:40	テーマ講演①	13:30～14:30	テーマ講演
15:40～15:50	休憩	14:30～16:15	見学
15:50～17:00	テーマ講演②	16:15～16:30	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・中川欣契・岩本沙樹・植田健太・伊藤大貴
〒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** リアルなコミュニケーションにより生まれる新たな価値～繋がり、交わり、掛け合わせることでチャンスを得る～
- 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～
- ビジネストrend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～
- 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～
- 顧客コミュニケーション研究部会** 企業認知度を最大化!ブランド×ストーリー戦略～ファンの心をつかむコミュニケーション～
- 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～
- 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～