

平成23年6月2日

生活文化産業学 第3回レジュメ

北出 至

「リスクマネジメントの海外事例から考察する生活文化産業」

生活文化産業学の第1回のレジュメに大倉さんが、「国際的に競争する力量を身につける“国際競争力”というより、国際的に協調しながらも独創性を発揮する“国際独創力”を身につける考え方が重要ではないか」また、「表面的な部分だけ刷新する“イノベーション”より、根本的に創り直してゆく“クリエーション”、つまり、地域資源に対し従来の視点を変えて新たな価値を見出し、それを有効利用しようとする“独創力”が不可欠である」と書いています。

そして、「日本各地の地域資源、それぞれの土地に伝わる生活文化を基盤とした固有の文化こそが、まちづくりの基幹産業やシンボルとして振興されてゆくことが強く求められる」と強調しています。つまり、各地域のブランドの創出です。

ブランドに関しては、経済産業省が二つの調査を行っております。「生活文化産業対策調査（平成17年度）経済産業省委託事業 三菱総合研究所報告書」と「文化産業支援のあり方に関する調査 経済産業省製造産業局 株式会社博報堂報告書」です。加えて

これに加えて、「日本の文化産業立国戦略」（経産省作成）を参考に、私が日頃、興味を抱いているリスクマネジメントを絡めて、下記の順でお話をさせていただきます。

1. はじめに （5分）
2. ブランド資産の重み
a. ブランドの定義
b. ブランド資産の企業における比重
c. ブランドが影響する消費者への影響
d. ブランド価値の高め方
・ルイ・ヴィトン
・パナソニックとサムスン
3. 海外ブランド振興政策と日本の文化産業立国戦略 （15分）
 - e. ブランドの各国イメージ
 - f. ブランド競争力に対する国の支援
 - g. 海外のクリエイティブ産業振興

- ・ イギリスのクリエイティブ産業振興
 - ・ 韓国のデザイン産業振興政策
 - h. 日本の文化産業立国戦略
 - ・ 伝統文化と先進技術の融合
4. ブランド・リスク (10分)
- i. バランスシートに現れないリスク
 - j. ブランド・リスクは企業を脅かす
 - k. ブランド・リスクの種類
 - l. ブランド・リスクマネジメントの目的と役割
5. リスクマネジメント・プロセスの一部 (10分)
- A. リスクアセスメント
 - ・ リスクの特定
 - ・ リスクの分析
 - ・ リスクの評価
 - B. リスク対応
 - ・ リスク・コントロール
 - ・ リスク・ファイナンス
6. ブランド・リスク顕在化の海外事例 (30分)
- A. イベントリスク
 - ・ エンロン、ワールドコム、2つの企業スキャンダル
 - ・ ソニーUSAの顧客情報流出
 - B. グラデュアルリスク
 - ・ ナイキ
 - C. 風評(Reputation)リスク
 - ・ アップルのスティーブ・ジョブスの入院
 - ・ ジョンソン・アンド・ジョンソン
7. 各地域のブランド創出 (15分)
- ・ 京都の伝統産業と先進技術の融合
 - ・ 我が郷里、伊賀上野のブランド創出
8. 質疑応答 (20分)

以上