

日本マーケティング協会・「ホライゾン」 Professor's Choice 書評

「パワー・ブランドの本質」片平 秀貴著、ダイヤモンド社。1998 年刊。

田中 洋

この本はブランドについての啓示的な書物である。ブランドを真の意味で理解するためには、ブランドに「憑かれる」他はない。マーケティング・サイエンティストとして既に高名な片平教授は「パワー・ブランド・プロジェクト」をスタートさせた。世界の有力ブランド企業の経営者たちにかたはしからインタビューをしたその記録と、パワー・ブランド構築のための「戦略」が語られたのがこの本である。なぜ片平教授がこのようなプロジェクトを進めなければならなかったのか？ わたしの考えではそれはブランドに彼が「憑かれた」からだ。ここにはそのような「憑かれた」者だけが語れるような知見が語られている。例えば「パワー・ブランドの九法則」で一番目に「夢の法則」が挙げられている。「夢」というコトバにとまどってはいけない。ブランドについて手短にわかりやすく語ろうとすれば、我々は「夢のようなもの」について話さないわけにはいかないのだ。この本には豊富な企業インタビューの成果が盛り込まれている。しかし注意すべきは、この本から「実例」を学んで自分の企業に当てはめようとするそのような態度である。本当のことを言えば、ブランド造りは実例で学べるようなものでは有り得ない。なぜなら「夢」の見方について誰が他人の事例から学ぼうとするだろうか？ この書の真の価値はそのような安易な読者に警告を発し、ブランド構築の理解に我々をさらに近づけてくれるところにある。

(了)