

インド出身クリエイターが語る ブランディング戦略 ～自分の“オリジン”を知ろう～

伊勢神宮

平成二十五年へ 第六十二回 神宮式年遷宮

ISE JINGU, JAPAN

「日本企業は、日本のものづくりの“オリジン”である『目に見えないところまで行き届いた気配り』を大切にしながら、会社の独自性をアピールする戦略をとるべきである。」

インド出身のクリエイター、マンジョット・ベディ氏はこう語ります。会社のオリジナリティ(独自性)は、文字通り“オリジン”にこそ起因するからです。

日本の若者に“オリジン”に触れてもらいたいと、伊勢神宮の式年遷宮プロモーションに携わられたこともあるベディ氏。日本文化の象徴とも言える伊勢神宮の広報に外国人が携わるのは、前代未聞のことでした。

トヨタの世界各国でのコミュニケーション戦略を任されるなど、世界中を飛び回ってお仕事されているベディ氏の貴重なご講演を通して、みなさんも自分の“オリジン”について考えてみませんか？

日時：6月18日(水) 16:30～18:00 (開場:16:10)
会場：大隈ガーデンハウス(25号館)1階
対象：早大生・教職員・一般
事前登録：不要 言語：日本語
参加費：無料



ゲスト・スピーカー：
マンジョット・ベディ
(株式会社ティールワイオー 1stAvenue代表)

インド・ニューデリー出身。幼い頃より外交官の父の仕事の関係で世界各地を転々とする。17歳のときに父と共に来日。日本の広告業界と撮影業界の裏と表の立場を経験、その後本格的にクリエイターとして活動を始める。