

都市部の高齢化、商店街の疲弊… 買い物難民を救え! 偉人列伝 山中 鑽

時代を切り拓く
経済の新潮流



経済界

平成23年3月8日発行
(隔週火曜日発売)
第46巻第5号(通巻938号)
昭和45年9月3日第3種郵便物認可

2011 No.938

3.8

隔週火曜日発売
定価 600円



都市部の高齢化、商店街の疲弊…

買い物難民を救え!



セブン&アイ・ホールディングス社長兼COO

村田紀敏

インタビュー

「新興国シフトを加速し、
世界一を自指します」

パナソニック社長 **大坪文雄**

レポート

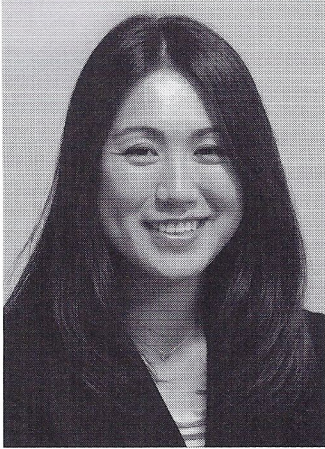
新副会長が内定!
第2次米倉経団連・
組閣人事の舞台裏

真のグローバルネーミングで日本企業を支えたい ノーメン・ジャパン

<http://www.nomenjapan.com/>

島田千草社長のプロフィール

生年月日／1966年7月31日
出身地／栃木県佐野市
出身校／中央大学法学部法律学科
趣味／自然を感じることを、芸術鑑賞、フランス文化全般
座右の銘／No pain, No gain. (苦勞なくして得るものなし)



企業や商品のネーミング、ブランディングを手掛けるノーメン・ジャパン、その強みは、グローバルに通用するネーミングを提案できることだ。この事業に懸ける島田千草社長の思いとはどんなものか。その展望と併せて聞く。

—— 貴社の概要から。

島田 「ノーメン」は、欧州屈指のネーミングコンサルティングファームで、約30年前にフランスで設立されました。現在、世界各国20カ所で事業を展開していますが、弊社はその日本人になります。

これまでさまざまな企業、サービス、商品の各種ネーミング、ブランディングを手掛け、われわれノーメン・ジャパンとしても2005年の創業以来、日立ソフトウェア、ソニー、プリヂストンといった大手企業などをクライアントに、実績を重ねてきました。

—— では、強みについて聞かせてください。

島田 何より、グループとしてグローバルに展開をしている

こと。各国にはその文化的背景や言語を知り尽くした現地スタッフがいりますが、お客様が海外展開をする際のネーミングについては、そのスタッフを通じて調査を実施します。

例えば、ある国ではいい意味に感じられるような名前であっても、他の国ではマイナスのイメージを与えるかもしれない。やはり、それぞれの国でどうとらえられるかをチェックする必要があるのです。また、その名前がどこかの国で商標として登録されている可能性もあります。そこでわれわれが、対象国における言語調査、マーケティング調査に加え、商標調査などを行います。

ネーミングは、コピーライターの思いつきだけでできるものではありません。私は、すべてのローカルマーケットで通用するネーミングこそが、真の意味でのグローバルネーミングだと信じています。そしてお客様に対して最も適したグローバルな

名前、ブランドを提案、提供できる企業こそが、われわれノーメン・ジャパンなのです。

—— 今後の事業展開、求める企業像などは。

島田 もっと幅広いサービスを提供できればと考えています。バーバルアイデンティティ(言語的表現)に加え、デザインロゴを含めたビジュアルアイデンティティ(視覚的表現)の面での支援にも力を入れていきたいですね。

今の日本企業は、いい技術や素晴らしい商品を持っているにもかかわらず、あまり元気がありません。もつと挑戦し、グローバルに通用する企業に出てきてほしい。ネーミング、ブランディングの事業を通して日本企業が元気になるようお手伝いをす、そんな会社でありたいと考えています。

【会社データ】
創業／2005年5月
資本金／300万円
従業員／6人
所在地／東京都江東区