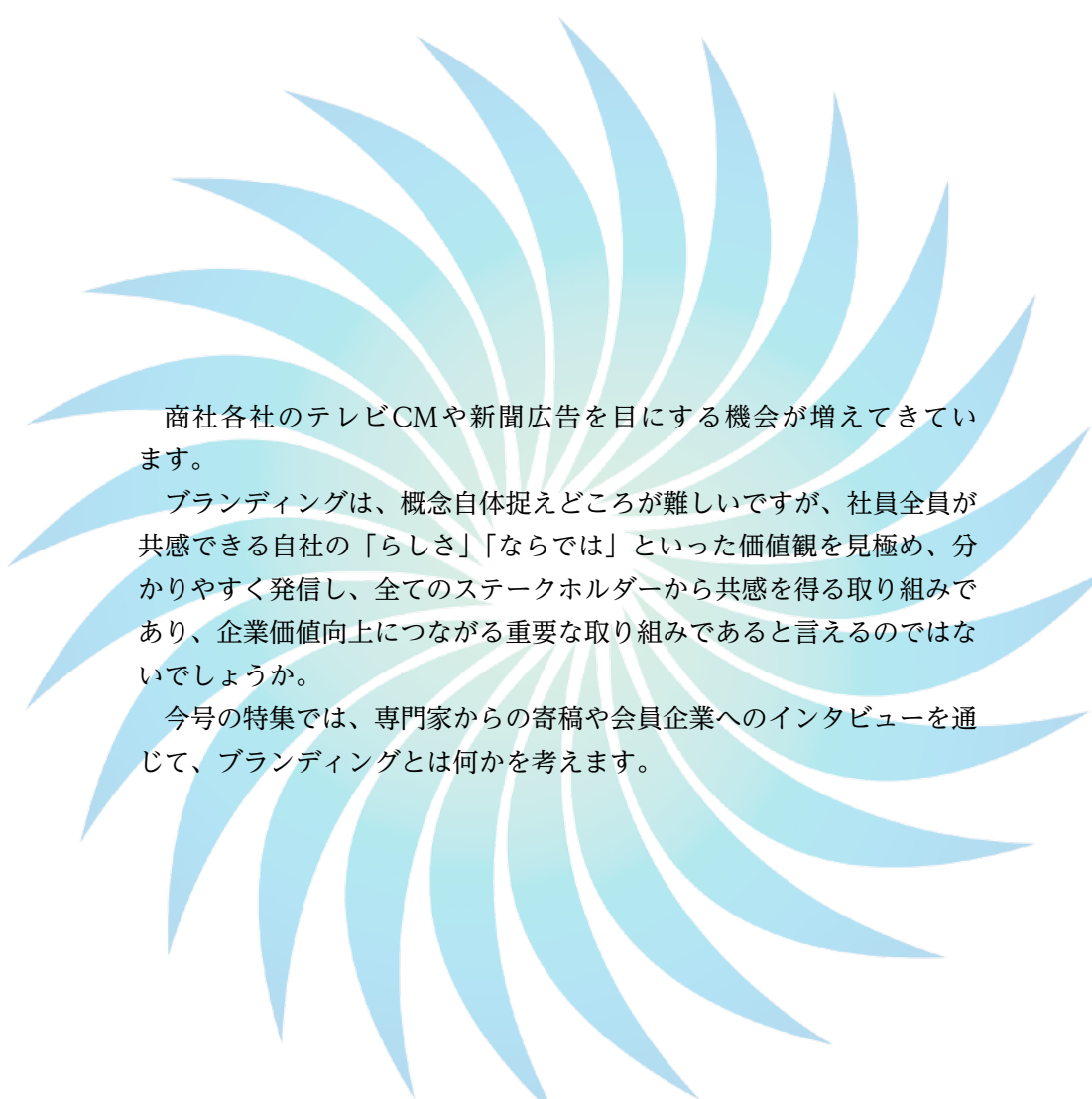


# 商社のブランディング



商社各社のテレビCMや新聞広告を目にする機会が増えてきています。

ブランディングは、概念自体捉えどころが難しいですが、社員全員が共感できる自社の「らしさ」「ならでは」といった価値観を見極め、分かりやすく発信し、全てのステークホルダーから共感を得る取り組みであり、企業価値向上につながる重要な取り組みであると言えるのではないのでしょうか。

今号の特集では、専門家からの寄稿や会員企業へのインタビューを通じて、ブランディングとは何かを考えます。