

感性商品研究部会企画「日本発ラグジュアリーブランディング」

日時：2025年9月17日(水)18:15～19:45

会場：A会場（桃源）

主旨：“日本らしさ”や“日本らしいものづくり”を中核に据えて、“高くても売れる製品、熱烈なファンのいるブランドづくり”＝ラグジュアリーブランディングの道を探り、これからの日本企業のものづくりやブランド構築に示唆を与えます。

早稲田大学ビジネススクール(WBS)で開講している講義「ラグジュアリーブランディング論」および「感性産業&ブランディング論」で2022～2024年度に招聘したゲスト講師のうち、日本酒2社およびファッション関係2社のトップ4人によるゲスト講義の事例を紹介します。

注) 長沢伸也編『日本発ラグジュアリーブランディングー瀬祭、七賢、MIZEN、ジャパン マスタリー コレクションのトップが語るー』同友館、286pp.、2025.9.10、ISBN 978-4-496-05777-9（長沢の137冊目）の内容に基づきます。

内容：①基調講演：長沢伸也（感性商品研究部会長沢）による基調報告  
②公募講演者による研究発表または指定討論者によるコメント  
③全体討論



日本発  
ラグジュアリーの  
ブランディング

瀬祭、七賢、MIZEN、ジャパン マスタリー コレクションのトップが語る

早稲田大学ビジネススクールで  
経営者が語った講義録

長沢 伸也 編

同友館