



並木 将仁

株式会社インターブランドジャパン 代表取締役社長 兼 CEO

Masahito NAMIKI, President & CEO, Interbrand Japan, Inc.

ボストン大学経営学士号、HEC 及び UTDT 経営修士号を取得。戦略コンサルティングファームにて、企業戦略、事業戦略、ブランディング、マーケティング、デジタル、イノベーション、組織変革などにおけるコンサルティングを中心に、包括的に企業の成長を支援する。現在は Interbrand Japan の代表としてブランドを介した企業成長を支援し、特に、ブランドと経営の融合をトップレベルで実現することによる、日本企業の飛躍的成長に注力している。ブランド戦略立案においては、KPI 設計に基づくブランドと経営の融合、カスタマーインサイトに基づくブランド体験設計、事業戦略実現に向けたブランド効果最大化などにおいて経験多数。プライスウォーターハウスクーパーズ、グローバルプラクシス、マッキンゼーアンドカンパニー、カートサーモンを経てインターブランドに参画している。著書に『ブランディング 7つの原則』（日本経済新聞出版社）等がある。

Masahito Namiki is the author of “The Seven Principles Of Branding” (Nikkei Publishing). In his career as a strategic consultant for PricewaterhouseCoopers, Globalpraxis, McKinsey & Company, and Kurt Salmon, he has focused on corporate and business strategy, branding, marketing, digital technology, innovation, and organization reform. He currently works for Omnicom Group, leading the Japanese division of Interbrand, the world’s largest branding agency.

Namiki is an expert in the high-level integration of brands and business administration based on KPI, brand experience through customer insight, and the maximization of brand effect to achieve business strategies and create organizational growth. He holds a bachelor’s degree in business administration from Boston University and an MBA from HEC and UTDT.