

NewFace

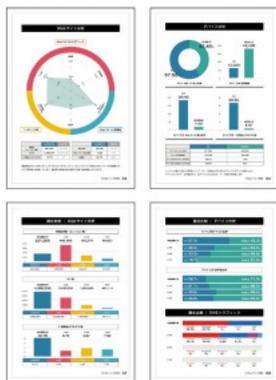
成長戦略は日本と
いうブランド価値
を世界に発信して
いくことが最重要
課題であるとし
て設立に至ったも
のである。
ものづくりは、



学費ナビ

大学進学 専門学校

日本初の学費比較サイト「学費ナビ」



マーケティング調査・アクセス解析

当社は、広告ブランディングコンサルタン
ト業として1990年7月に設立された会社
である。戦後の日本は、物資不足から、もの
づくり大国へ道を歩んできたことは周知の事
実だ。当社が設立された1990年はバブル
の絶頂期であり、戦後続けてきたものづくり
の頂点を日本が世界的に凌駕していた時代で
ある。そのような中で、次の時代の取るべき

と
思
え
て
仕
方
な
い。
当社の仕事は、顧客との多くのディスカッ
ションを通して、単純に品質やコストだけの
価値観で判断されない商品、つまり唯一無二
のブランドづくりとは何なのかを作り上げて
いくところにある。



株式会社アイガー

- 資本金：1,700万円
- 設立：1990年7月
- 従業員数：85名(2022年10月31日現在)
- 本社所在地：〒100-6736
東京都千代田区丸の内1-9-1
グラントウキョウノースタワー
36階
- 事業内容：広告ブランディング事業、
マーケティングコンサルタント
- URL：<https://field.ne.jp/>

最終的には生産コストの安い地域に覇権を
取られてしまう。もちろん先行者利益はあ
るにせよ、プラザ合意以後の円高ドル安に
よって、徐々に日本の先行者利益は勢いを
失った。ものづくりには、先行者利益以外
にも品質や性能といった価格だけで判断で
きない優位点もある。そういった意味で、
生産コストが安いだけで覇権を奪われるも
のでもないのも事実である。しかしながら、
プラザ合意から35年以上がたち、日本以外
の生産拠点多もノウハウや品質を蓄積し獲得
してきているのも事実である。ものづくり

MESSAGE

企業ブランディングの
リーディングカンパニーを
目指して

社長

木田裕士

きた ひろし



1986年に大学在学中にブランディ
ング事業に着目し準備を進め、1990
年に株式会社として起業しました。その
後、バブル崩壊等を経験しましたが、幸い
にも業績を順調に伸ばすことができ、2
022年6月に東京証券取引所「TOKYO
PRO Market」に上場しました。現在、多
くの企業や学校法人のブランディングを
手掛けております。
また、自社開発メディアの「学費ナビ」
やYouTuber番組「MONOSASHI」等、
自社メディア開発に積極的に取り組んで
おります。経団連会員の皆さまには何卒
ご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしく
お願い申し上げます。