2016 年 7 月 5 日

NEWS RELEASE

報道関係各位様

Marketing & Creativity 宣伝会議

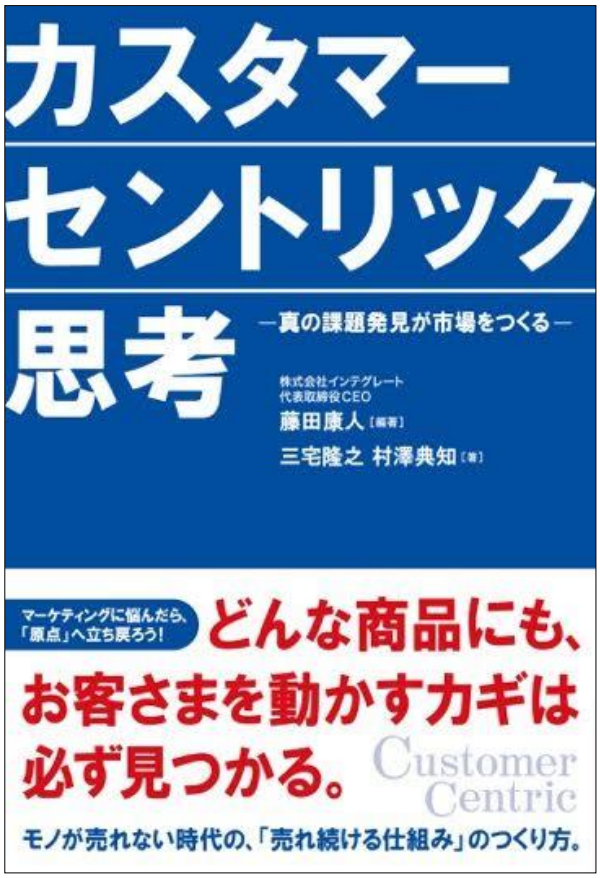
新刊書籍のご案内

悩めるマーケター必読！

『カスタマーセントリック思考　―真の課題発見が市場をつくる―』

どんな商品も、お客さまが動くカギは、必ず見つかる。

広告・マーケティングの専門誌を発行している株式会社宣伝会議（本社:東京都港区）は、書籍『カスタマーセントリック思考 ―真の課題発見が市場をつくる―』を 2016 年 7 月 5 日より、全国書店にて順次発売いたします。
「顧客の顕在ニーズを刈り取るだけで、新たな需要の創造ができていない」。そんな悩めるマーケターに、いま必要なのは、消費者の心の奥にある、彼ら自身も気づいていない本音をつかむこと。そして、企業内にカスタマーセントリック（顧客中心主義）の考え方を根付かせること。社内事情にとらわれずに、意思決定の基準を「顧客」に置き、イノベーションを起こすためのメソッドをお伝えする本です。



【CONTENTS】

売れ続けるための仕組みをつくるというイノベーション

機能不全に陥った、日本企業“マーケティング”のなぜ?

あなたは、本当にマーケティングの「課題」に気づいていますか?

モノが売れない時代に必要な戦略企画「2 つのステップ」

生活欲求×購買欲求で「売りにつながる」ストーリーをつくる 4 つのポイント

PDCA を回して小さな仮説を魅力的なストーリーに昇華させる!

デジタル&データを、売れるストーリーづくりに活かす!

ストーリーに巻き込むべき、最強の敵は社内他部門!？

株式会社インテグレート　代表取締役　CEO　藤田康人[編著]
三宅隆之　村澤典知〔著〕
2016 年 7 月 5 日より順次発売
定価　本体 1,600 円（＋税）／四六判／
192 ページ／ISBN 978-4-88335-365-1

◆お問い合わせ（表紙画像のご提供、著者への取材など　ご連絡ください）

株式会社宣伝会議　担当　浦野　TEL: 03-3475-3010
〒107-8550　東京都港区南青山 3 丁目 11 番 13 号　　http://www.sendenkaigi.com

◆著者プロフィール

［編著者］
藤田康人（ふじた・やすと）
株式会社インテグレート代表取締役 CEO
1964 年東京都生まれ。慶應義塾大学を卒業後、味の素株式会社に入社。1992 年ザイロフィンファーイースト社（現・ダニスコジャパン）を、フィンランド人の社長と 2 人で設立。1997 年にキシリトールを日本に初めて導入し、素材メーカーの立場からキシリトール・ブームを仕掛けた。この結果、ガムを中心とするキシリトール製品市場はゼロから 2000 億円規模へと成長。2007 年 5 月、IMC（Integrated Marketing Communication: 統合型マーケティング）プランニングを実践する日本初のプランニングブティックとして、マーケティングエージェンシー株式会社インテグレートを設立。代表取締役 CEO に就任。著書に『The Real Marketing ―売れ続ける仕組みの本質』（宣伝会議）、『どう伝わったら、買いたくなるか』（ダイヤモンド社）、『99.9%成功するしかけ』（かんき出版）などがある。

［著者］
三宅隆之（みやけ・たかゆき）
株式会社インテグレート　執行役員
消費者心理アナリスト／プランニングディレクター
大手広告会社に 17 年間勤務後、2008 年、株式会社インテグレート入社。食品、衣料品、化粧品、自動車など多くの商材に関する消費者行動分析～統合マーケティング戦略立案・実施を行い、クライアントが抱える様々な課題の解決を行う。

村澤典知（むらさわ・のりとも）
株式会社インテグレート　執行役員　戦略コンサルタント
一橋大学卒。トヨタ自動車、博報堂コンサルティング、A.T.カーニーを経て現職。業界大手企業を中心に、成長戦略の策定、新規事業開発、既存事業のデジタル変革、マーケティング組織変革等の多数のプロジェクトに従事。Business Journal 等、寄稿多数。

◆「カスタマーセントリック（顧客中心主義）」とは

（本書 p11 より抜粋）
　カスタマーセントリックの本質とは、「お客さまは神さまです」と唱え続ける精神論ではありません。「企業が、どの戦略や戦術を実行するかという意思決定の基準を、顧客に置く」ことが基本的な考え方です。どんな戦略や戦術も、顧客が支持してくれない限り結果につながりません。これまでの、プロダクトアウトをベースにした日本企業のアプローチとは、真逆の思想とも言えるでしょう。
　つまりカスタマーセントリックとは、顧客を正しく理解し、それに基づき企業として「やるべきこと」と「やらないでいいこと」の指針を決める戦略論であり、それを具体的な施策に落としていくリアルな戦術論です。

◆株式会社宣伝会議について

マーケティング・コミュニケーション（宣伝・広告、販売促進、広報・PR、クリエイティブ）に特化した、メディア・教育事業を展開。雑誌『宣伝会議』は、2014 年に創刊 60 周年、クリエイティブの専門誌『ブレーン』は今年 55 周年を迎えました。
アワード事業：「宣伝会議賞」「販促会議企画コンペティション」「Brain Online Video Award」「ピンクリボンデザイン大賞」など
フォーラム事業：「AdverTimes DAYS」「宣伝会議サミット」「プロモーション＆クリエイティブフォーラム」「インターネットフォーラム」
本社所在地：東京都港区南青山 3 -11-13　　創業：1954 年　　事業拠点：東京・札幌・仙台・金沢・名古屋・大阪・広島・福岡