

～モノが売れない時代の、「売れ続ける仕組み」の作り方～  
『**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-**』  
7月5日(火)宣伝会議より刊行

IMC(統合型マーケティング)を専門的に実践しているマーケティング・コンサルティング会社、株式会社インテグレートの代表、藤田康人(株式会社インテグレート代表取締役 CEO)と、プランニングディレクター 三宅隆之(同・執行役員)、戦略コンサルタント 村澤典知(同・執行役員)との共著『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-』が7月5日(火)に株式会社宣伝会議(港区・取締役社長 東彦弥)より発刊の運びとなりました。

本書タイトルの「カスタマーセントリック」について、著者は冒頭で以下のように著しています。

—カスタマーセントリック(顧客中心主義)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。(中略)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込んでいくリアルな戦術論です。—

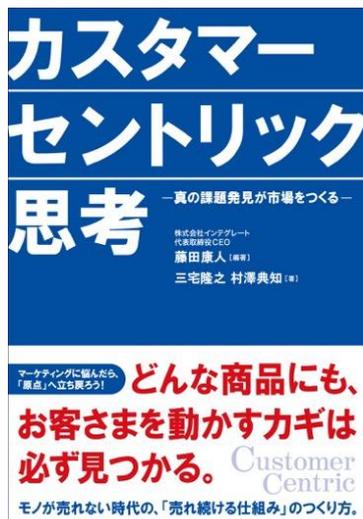
「売れ続ける」モノは偶然売れているのではなく、そこには必ず仕組みがあります。カスタマーセントリックな思考を基盤として「売れ続ける」ための仕組みをつくるには、真に顧客が求めていることは何なのかを考え、顧客のインサイト=本音を捉えていく必要があります。

デジタルの普及によって消費行動が複雑化した今、現状で起こっている問題や過去の施策の結果を、表層的に捉えるのではなく、リサーチやデータの分析・洞察によって認知から購買に至るまでのプロセス=カスタマージャーニーを把握し、消費者を動かすマーケティング・ストーリーを開発することが重要なのです。

いかに顧客視点によって“本当の課題”を発見し、“売れるマーケティング・ストーリー”をつくるか。

消費者インサイトの分析からカスタマージャーニーの把握、マーケティング・ストーリーの開発まで、マーケティング戦略策定のための一連の情報を開発する独自メソッド「情報クリエイティブ(iCR)」のプロフェッショナルである三宅隆之。マーケティング・ストーリーを実現させるために、カスタマーセントリックの思想で組織づくりへ切り込む村澤典知。

そして、様々な企業のマーケティング課題を真に解決すべく奔走し続ける藤田康人が、意思決定の基準を「顧客」に置き、新たな需要創造のイノベーションを起こすメソッドをお伝えします。



◆詳細

タイトル : 『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-』

著者 : 藤田康人(株式会社インテグレート代表取締役 CEO)

三宅 隆之(株式会社インテグレート 執行役員)

村澤 典知(株式会社インテグレート 執行役員)

発行 : 株式会社宣伝会議

発行日 : 2016年7月5日(全国書店にて順次発売)

仕様 : 四六判

ページ数: 192 ページ

定価 : 本体 1,600 円 + 税

URL : <http://www.itgr.co.jp/companyinfo/book/>

ISBN : 978-4-88335-365-1

## ◆本書の内容

- 【Introduction】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
  - 【Chapter1】機能不全に陥った、日本企業“マーケティング”のなぜ?
  - 【Chapter2】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?
  - 【Chapter3】モノが売れない時代に必要な戦略企画「2つのステップ」
  - 【Chapter4】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
  - 【Chapter5】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!
  - 【Chapter6】デジタル&データを、売れるストーリーづくりに活かす!
  - 【Chapter7】ストーリーに巻き込むべき、最強の敵は社内他部門!?
- おわりに

## ◆著者プロフィール



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]

味の素株式会社を経て、ザイロフィンファーマーイースト社(現ダニスコジャパン)の設立に参画。キシリトール・ブームを仕掛け、キシリトール製品市場をゼロから2000億円規模へと成長させた。2007年5月、IMC(Integrated Marketing Communication)プランニングを実践する、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。著書に『THE REAL MARKETING—売れ続ける仕組みの本質』(宣伝会議)、『99.9%成功するしかけ』(かんき出版)など。



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)  
[インテグレート執行役員  
／itgコンサルティング執行役員]

戦略コンサルタント  
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。

## ◆株式会社インテグレート 会社概要

- 【社名】株式会社インテグレート
- 【代表者】藤田 康人(代表取締役CEO)
- 【所在地】東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1 パークアベニュー
- 【設立】2007年5月1日
- 【資本金】3000万円
- 【Webサイト】<http://www.itgr.co.jp/>

### 【事業内容】

IMC(統合型マーケティング)プランニングを専門的に実践しているプランニング・ブティック。コンサルティング会社とPR会社を傘下におき、従来の戦略コンサルティング会社、広告代理店、PR会社ともまったく違った新しい業態を創り出している。販売や集客、商品企画などマーケティング領域に特化し、調査分析に基づいた事業シナリオ設計から、PR・AD・SP・デジタルなど、プランニングから実践までワンストップでサービスを提供している。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社インテグレート 担当:小暮・菊田

TEL:03-5771-5514 FAX:03-5771-5524 MAIL:pr@itgr.co.jp