

先見経済

Management & Economic Information SENKEN KEIZAI Since1938

シリーズ・この国の未来

市場原理だけでは解決できない問題がある。
経済合理性を追求しすぎた結果が、
いまの事態を招いた

自民党地域活性化特命委員会委員長、元自治大臣 野田毅
聞き手／社団法人福祉社会研究所理事長 田中克人

Top Interview

「自社や商品のよさを一言で言えますか」

M&C研究所代表 弘中勝
聞き手／株式会社プロ・アクティブ代表 山口哲史

特集

絶対、部下に読ませたい!
ヒット商品をつくる
あきらめないマーケティング術

ビジネス・バリュー・クリエイションズ代表 山本 康博

「清話会ウェブセミナー」開講のお知らせ

自社や商品のよさを 一言で言えますか

正しい経営理念や
志が必要

前号に引き続き、今回もM&C研究所代表の弘中勝さんがゲストです。今号では、氏のコンサルタントとしての活動の中で「企業のPR」について感じたこと、そして企業の理想像をどう考えるか語っていただきます。なお、今対談は、本人の意向により、顔写真の撮影は控えさせていただきました。

M&C研究所代表

弘中 勝

聞き手／山口哲史 株式会社プロ・アクティブ代表

先見
トップ・インタビュー
TOP
先見
interview

とにかく短く 一言でまとめる

山口 メルマガ、セミナー以外にどのような活動をされているのですか。

弘中 私は、クイズとPRをまとめて「PRマーケティング」と呼んでいて、現在はそのPRマーケティングのコンサルティングをメインに活動をしています。PRというと、広報や宣伝活動とされていますが、私が考えるPRは、「お客さまとのコミュニケーション（問答）」です。そのためメルマガやニュースレター、ホームページの作り方などを通して、お客さまとの結び付きを指導しています。

山口 コンサルティングをされていて、企業の傾向をどのように感じますか。

弘中 まず「自社や商品に対する考え」を必ず尋ねるんですが、一言で言えない人が多過ぎます。自社や商品のよさを一言で言えなくて、遠回りで曖昧なことばかりを言っているのを見せようとするんです。社長やベテラン社員の方でも言えない人が多いですね。これができないと、PRは絶対にうまくいきません。

山口 意外と、自社や自社の商品がどういふものか見えていない状態で、PRをしてしまっているのですね。それは「よく見せたい」という思いが強過ぎるからですか。

弘中 そうですね。よくないのは、「カッ