

ダイバーシティとマーケティング:
LGBTの事例から理解する新しい企業戦略 実践と応用シリーズ

ダイバーシティと
マーケティング

LGBTの事例から理解する
新しい企業戦略

四元正弘・千羽ひとみ
著

ダイバーシティ経営を実践すると
企業価値を向上させる
本当のマーケティングが見えてくる！

ビジネスに求められる本質的な知識と
ノウハウをこの一冊にまとめました！

◎ 宣伝会議

宣伝会議
実践と応用
シリーズ

発売日: 2017年2月27日
出版: 宣伝会議
著者: 四元正弘, 千羽ひとみ
ページ: 199

ダイバーシティ経営の実践こそ企業価値を向上させる本当のマーケティングだ!

企業の経営課題として必ず話題になる「ダイバーシティ」。
多くの場合、対応しなければならない、考慮しなければならない、配慮しなければならない、
といった「負わなければならない責任」として語られています。

また逆に、近年、社会的にもLGBTへ注目が集まり、
その消費行動の分析から、「いま企業が狙うべき消費者ターゲット」として、語られること
も多い。

本書は、LGBTの当事者や企業戦略担当など、ダイバーシティの現場にいる人への取材を通して、
このどちらにもあてはまらない、「イノベーションにつながるダイバーシティ戦略」や
「性的マイノリティの視点」を取り込むことで生まれる新しい企業戦略、マーケティングに
ついてまとめた書籍です。

【目次】

- はじめに ドラッカーで考えるマーケティングの基本と本質
- 第1章 ダイバーシティとはなにか
- 第2章 性的マイノリティ差別の背景と転換点
- 第3章 市民・政治の両面で進む性的マイノリティ支援の動き
- 第4章 LGBTマーケティング1 -LGBT当人を顧客に想定するケース
- 第5章 LGBTマーケティング2 -LGBTを社会運動のテーマとするケース
- 第6章 性的マイノリティとイノベーション経営
- 第7章 当事者から見たダイバーシティ・マーケティング参入の注意点
- 第8章 LGBT視点のマーケティング事例
- 第9章 改めて考える「ダイバーシティに企業やビジネスはどう向き合うか?」

<https://k2s.cc/file/50b7062d62984/hOydUmT10.pdf.rar>