

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://tezfiles.com/file/5801ddc3fa792/FeHVOLIDX.pdf.rar>