

「公」を生きる 加藤勝信 × 徳川家広
一億総活躍担当大臣 徳川宗家19代目

経済界

定価 630円
平成28年11月26日発行・発売
（隔週火曜日発行・発売）
第51巻第3号（通巻1058号）
昭和45年9月3日第3種郵便物認可

2.9
2016 No.1058

経営のトップに立つ人にクローズアップ



ソフトバンクグループ社長
孫正義

エイチ・アイ・エス会長
澤田秀雄

サイバーエージェント社長
藤田晋

特集

2016年 注目企業 33

Special Interview

寺島実郎 日本総合研究所理事長

強みから「魅力」への翻訳と発信。企業のブランド力を高める新たなPRを

メディアの多様化とパーソナル化が加速する今、よりターゲットのメリットに直結するPR戦略が求められる。



株式会社MOPS 代表取締役
江里 洋平 (えざと・ようへい)

【会社概要】

設立/2013年1月 事業内容/PR企画立案及び実施、USP抽出によるブランド設計、全体プロモーション設計及び実施、イベントの演出・運営、出版プロデュースなど
URL/<http://www.mops-pr.net/index.html>

景

気回復に伴い、過当競争が激しさを増し、勝ち残るためには企業や商品の持つブランド性をより際立たせ、より強く「伝わる」コミュニケーションが必要になってきた。

「ブランド力の強化には、企業や商品の持つ社会的価値をどううまく『切り口』にするかがポイント。今の時流にマッチするか。ターゲットの興味・関心を刺激するストーリーやメッセージが

あるか。それらをクリアしてこそ、ターゲットとの間に共感・好感のリリースションが確立できる」と、MOPSの江里社長は説明する。

「いい『切り口』づくりの上で最も大切なのが、企業・ブランドとしての『魅力』の発見。当社保有のメソッドによりUSP(独自の強み)を抽出し、それをさらにターゲットにとってメリットが明確に感じられるストーリー

やメッセージに切り替える。つまり、強みを『魅力』にする翻訳力こそが当社のこだわりです」

その『魅力』は、パブリシティだけでなく、ネットワークメディアから映像・イベント・リアルツールまで各種プロモーションに展開され、さらなるブランドの個性化を実現する。そのためにも、時流を常に把握するためのリサーチと分析ノウハウの蓄積は欠かせない。

「市場で独自性のあるポジションニングをつかみたい、一方的になりがちな広告とは違う形でパフォーマンスを上げたい。そんな次のステージを本気で目指す前向きな企業を全面的にサポートしたい」と、江里社長。

多様化するメディアによって企業と社会との関わりが強くなった今、MOPSが提供することで、そのPR戦略に注目したい。

K