

売り込まない、販促しない、 共感で促進する顧客と企業の コミュニケーションづくり

前田めぐる事務所

「売り込まない、販促しない」「共感で促進する顧客と企業のコミュニケーションづくり」をモットーにしているプランナー、コピーライター、前田めぐるさん。彼女と知り合って4年目だが、その発想の柔軟さ奥深さにはたびたび感銘を受ける。最大の特徴は「自分が嫌なことは相手にもしない」という考え方だ。2児の母であり、生活者の視点を持つ前田さんはこう語る。「生活者の時間を邪魔し、売れないように仕向けているとしか見えない企業が多い。そこを改善するだけでもかなり反応は上がる」と。言われてみればうなずけるが、多くの企業が陥りがちな穴を、彼女は「生活者の普通の視点」で敏感に察知する。そして、顧客が共感できる企業の強みを引き出し、表現する。

著書の『Value Seeds100』（カナリア書房）では、そうした暮らしの視点でメディアをひもといた100のキーワードが示され、めくるだけでビジネス脳が活性化される。また今春出版の『ソーシャルメディアで伝わる文章術』では、「全国書店ネットワーク e-hon」というサイトでキャンペーンを行い、5日間連続1位を記録。各地で品切れが相次ぎ、増刷された。e-honとは簡単に言えば「マイ書店登録をして、ネットで注文し、街の書店で受け取る」という仕組みだ。1,500円以上は宅配もできるのだが「街の本屋さんを応援したい」という彼女の趣旨に共感し、あえて本屋に足を運ぶ人が大勢現れたのだ。ネットからリアルへ。ソーシャルメディアでのシェアが相次ぎ、その試みによって大勢の読者が街の本屋という存在を捉え直したのだ。主婦でフリーランスで企業支援。いそうでない独自のスタイルで仕事を続ける前田さんは、ずっと順風満帆



だったわけではない。大学卒業後4年間、京都の企画制作会社で働く。立案、制作、商品開発、営業など企画に必要なあらゆる業務を経験し、結婚を機に独立。起業後は順調ながらも、出産、育児を機に、広告制作からウェブやネットショップにシフトした時期もあった。特に、2年間に及ぶ子供の持病と向き合った時期は、打ち合わせの多いコピーライターの仕事は休業せざるを得なかった。しかし、彼女はそこでコピーライターの仕事にしがみつかず「自己完結できることをすればいい」と、限定的にウェブに軸足を移した。「書く、発想するという幹を持っていれば、それを活かす仕事は何でもいいんです。その時々に応じて、どの枝を太くするか、どの仕事にシフトするか、柔軟に考えればいい」。女性ならではのハードルを体験した前田さんがそう語るのには「コア」となる発想と言葉のスキルを磨き続けてきたからこそだ。最後に、「自身の体験を生かし、働き続けたいと願う女性の支援もしていきたい」と語った。

前田めぐる事務所 前田めぐる

TEL 090-4765-5590

E-mail: valuep@gmail.com

HP: <http://www.maedameguru.com>Blog: <http://ameblo.jp/comkeigo>

(取材担当: 赤石崇士)