

企業経営において世界的に注目を集める概念「ナラティブ」に関する情報を発信
本田事務所がオウンドメディア「Narrative GENEs ～ナラティブの遺伝子たち～」を
2021年6月1日より公開

株式会社本田事務所（所在地：東京都港区）は、企業経営において近年注目を集める「ナラティブ」をテーマとしたオウンドメディア「Narrative GENEs ～ナラティブの遺伝子たち～」を、2021年6月1日より公開することをお知らせいたします。



■「Narrative GENEs ～ナラティブの遺伝子たち～」について

「Narrative GENEs」は、企業と社会の関係性が見直される近年、企業コミュニケーションにおける新たなキーワードとして世界的に注目されている「ナラティブ」という概念に焦点を当て、「企業経営・事業展開・プロジェクト推進にとって、その軸となるナラティブの理解を促進する」ことを目的に、これからの企業経営におけるナラティブの重要性を、コンテンツを通し発信していくメディアです。

PRストラテジスト・本田哲也と、各界の企業経営者・有識者・専門家との対談記事を中心に、事例を交えながら様々な切り口でナラティブを紐解きます。ニューノーマル時代に生きるすべてのビジネスパーソンに向け、コミュニケーションにおけるヒントや、新たな企業価値創造のきっかけを提供し、ナラティブカンパニーの遺伝子(GENEs)を日本企業に広めていくことを目指します。

▼「Narrative GENEs」 サイトURL

<https://narrativegenes.com/>

■「ナラティブ」とは

「ナラティブ」とは、企業と消費者（生活者、ユーザー）との「共同体験」の物語のこと。同じ「物語」でも主人公が企業の「ストーリー」では、発信は一方通行になりますが、「ナラティブ」では生活者やステークホルダーも主人公となり、企業と共に物語を「共創」していくことが大きな違いとなります。特にコロナ禍から、「共同体験」の価値が高まり、企業側との距離感の変化、より企業に「自分らしさ（オーセンシティ）」が問われる等の変化が表れ始めました。今、社会的共創（企業と生活者、多様なステークホルダーの共創）の重要性が問われる中、新たなアプローチ概念として「ナラティブ」が注目されています。

本田 哲也（ほんだ てつや） プロフィール

「世界でもっとも影響力のある PR プロフェッショナル 300 人」に『PRWEEK』誌によって選出された PR 専門家。1999 年に世界最大規模の PR 会社フライシュマン・ヒラードに入社。2006 年にブルーカレント・ジャパンを設立し代表に就任。2009 年に『戦略 PR』（アスキー新書）を上梓。P&G、花王、ユニリーバ、サントリー、トヨタ、資生堂、ロッテ、味の素など国内外の企業との実績多数。2019 年より株式会社本田事務所としての活動を開始。著書に『その 1 人が 30 万人を動かす！ インフルエンサー・マーケティング』（東洋経済新報社）、『戦略 PR 世の中を動かす新しい 6 つの法則』（ディスカヴァー・トゥエンティワン）、共著に『広告やメディアで人を動かそうとするのは、もうあきらめなさい。』（ディスカヴァー・トゥエンティワン）などがある。国連機関や外務省のアドバイザー、Jリーグのマーケティング委員などを歴任。海外での活動も多岐にわたり、世界最大の広告祭カンヌライオンズでは、公式スピーカーや審査員を務めている。公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（PRSJ）理事。



株式会社本田事務所

URL: <http://hondaoffice.co.jp/>

お問い合わせ先: info@hondaoffice.co.jp