ЯПОНСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА — концепция, основной принцип которой — учет пожеланий, запросов потребителя без критики, рассмотрение их производителем как своих собственных; главный лозунг: "Пусть за себя говорят товары и услуги" — вместо американского лозунга: "Пусть говорят продавцы".