

## マーケティングの出番ですか？

## 第34回 女性マーケターの着眼点と思考回路

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

2017年が、皆様にとって怒涛の新製品開発ラッシュの年となりますことを祈念しております。新春に当たり、今回は女性マーケター3人のマーケティングに関する着眼点、思考回路を紹介させていただきます。

## ■山崎 洋子 (マーケティングリサーチコンサルタント)



## ●最近、気に入った商品は何ですか？

キリンビバレッジ「世界の Kitchen から」です。恐らく、あらゆる飲料メーカーで・何十年と、同じような切り口で狙上に上がっては消え…になっているタイプのコンセプト・アイデアだと思

います。それをカタチにし、やりきっていらっしやること。開発に関わるチームの皆さんの強い意思と、何より愛情を感じます。感服します。周囲でも季節毎に出るアイテムを心待ちにしているファンが多いです。

※「世界の Kitchen から」の趣旨：“世界の家庭を訪れ、おいしい知恵やワザを学んでいます。そこでひらめいたアイデアを、自分たちのキッチンに持ち帰り、新しいおいしさをつくります。”

## ●商品のどういう点に惹かれますか？

- ・ そうだよ、確かに！なぜにいままでなかったのか！と膝をうつもの
- ・ 自分の生活が少し変わりそうな予感がするもの
- ・ 自分にメッセージを送ってくる気がするカワイイもの (笑)

## ●あなたが、商品開発で最も重視することは何ですか？

それが例えたった1人でも「自分のために作ってくれた」と思わせるかどうか。「市場はいつも、とても個人的なところから生まれる」というかつての上司の教えが心にあります。

## ●あなたは、どんな時にインスピレーションが湧きますか？

自分と違うパターンの生活をしている人たちとの飲み席。インスピの宝庫ですが、酔いが回るほどにメモを忘れます…

## ●こっそり教えたいマーケティングノウハウは何ですか？

「調査」ではなく、相手の「エピソード」を引き出すような問いかけからヒントは生まれると思っています。

## ●マーケターに必要な資質は何ですか？

好奇心。経験を積む毎にいろんなことがうまくなった、自分なりのスタイルが出来ていくものですが、そこが破壊されるような出会いや発見を、おののきながらも楽しめるかどうか…。DM?

## ●マーケティングと商品はどちらが先だと思いますか？

マーケティング。モノから商品になる、ということだと思います。

## ■喜多 左知子 (マーケティングリサーチコンサルタント)



## ●最近、気に入った商品は何ですか？

沢山あります。食べ物関係では、一人鍋という、なかなかできないシーンをただが200円台で手に入る「鍋キューブ」や、豆腐と玉子というありふれた食材が生きる「スンドゥブの素」どちらも手

軽で本格的な味です。

メディア関連では、「シンゴジラ」がゴジラという架空の存在を使った日本の組織のリアルな表現が面白く、また「君の名は。」は、アニメなのに本当の場所、見慣れているはずの風景が写真では得られないリアルさ(?)と美しさで表現されている点が新鮮で、内容的には、一つの事がらをじっくり掘り下げるといよりは、ザッピングするようにおいしいとこ取り表現していて、ネットでの情報収集をする若者世代に伝わりやすい表現だと思いました。

## ●商品のどういう点に惹かれますか？

- ・ 自分の気持ちが楽しくなるもの。
- ・ 知る人ぞ知るものを使って (持って) ニヤリとできるもの。

・ これは、今の時代や日本の気持ちを表しているんじゃない?!と感じさせるもの

## ●あなたは、どんな時にインスピレーションが湧きますか？

友人や知り合いなどと様々な話をしてる時。一見関係ない話題でも、気になっていることと関連付けられた時でしょうか。

## ●マーケターに必要な資質は何ですか？

一つ目は、他者、(様々な世代の人)への興味、関心をいつも持っていること、二つ目は、街かどや通り、電車の中など、様々な場所を観察したり、様子を見たり、ネットニュースや新聞、本などを読むなど、アンテナを張ることだと思います。

## ●あなたが仕事で強くこだわっていることは何ですか？

期日を守る。アウトプットの質・・・などの当たり前をきちんとこなしつつ、プラスアルファの価値を出すことです。

## ●マーケティングと商品はどちらが先だと思いますか？

鶏と卵?の関係の様に悩ましいですが、マーケティングというか、市場のニーズが先だと思います。

## ■日置 孝子 (マーケティングコンサルタント)



### ●最近、気に入った商品は何ですか？

シュウウエムラのクレンジングオイルです。

### ●商品のどういう点に惹かれますか？

オイルクレンジングは、海面活性で汚れが良く落ちるけれど、その分肌に負担が大きいのと言われています。シュウウエムラは、「汚れ落ち感」を感じさせつつも「皮脂の落ち過ぎによる肌のツッパリ感」を感じさせず「うるおいキープ感」が保たれる感触が、他社より絶妙で抜き出しています。

### ●あなたが、商品開発で最も重視することは何ですか？

まずは、感情のシズル感（生き生きした実感）です。場を、自身がリアルに頭の中で浮かべ、効果、結果を考えることです。そして、市場機会を発見する局面での観察、コンセプト開発のペルソナ、使用者等々、その人がわが身を置き換えることが重要です。

### ●あなたは、どんな時にインスピレーションが湧きますか？

何か怒りを感じた後に、スイッチが入ります。怒りは

パワーであり、それが右脳を刺激して発想に繋がるからではないでしょうか？また、この怒りを乗り越えて前進したいという自己実現欲求が発想に繋がっているのかもありません。

### ●こっそり教えたいマーケティングノウハウは何ですか？

好き嫌いを捨てて、まずは観察。そして分析にとどまらず、必ず頭の中で絵を描いてみることです。

### ●メーカーに必要な資質は何ですか？

明るい性格、リスクを取りに行く向こう見ずさでしょうか。

### ●あなたが仕事で強くこだわっていることは何ですか？

「もし！」と、妄想しまくりです。妄想属レディースです。

### ●マーケティングと商品はどちらが先だと思いますか？

マーケティング。まずは人ありき。

ウェルコインターナショナルの

女性マーケターによる「感性アプローチ」マーケティングサービス

女性ならではの感性で市場を観察し、新たな視点から製品の顧客を創造します。

# 女性の視点で

## approach to customers in marketing

<https://robobakkon.jp>

デンプロクシー  
ウェルコインターナショナル

〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ピーク4F号  
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿重友ビル 8F

Tel. 03-6412-8780  
Tel. 03-6418-5519

info@robobakkon.jp  
info@wellco.org