

## マーケティングの出番ですか？

# 第55回 商品開発、事業開発の “いま”を問う

武道誠芳 (株) テンプロクシー 代表取締役

あけましておめでとうございます。

今年も「マーケティングの出番ですか？」を宜しくお願ひ申し上げます。

さて、今回は、新年の抱負を語るに代えて、昨年弊社で「商品開発、事業開発の過去、現在、そしてミライ」をメインテーマに開催した有識者座談会の内容をご紹介します。

## ●座談会メンバの最近の注目、関心事は？

座談会には、様々な立場でマーケティングに携わる5名の方々にご参加頂きました。



木村教授（早稲田大学大学院経営管理研究科 事業開発、マーケティング戦略専門）は、Amazonの事業構想、ビジネスモデル、展開力について改めて調査、研究中、他方で、Amazonに対抗する日本の商流としてコープ、生活協同組合も関心事。繁氏（元ホンダN-Box開発統括）は、昨年、台風被害にあった関西空港での旅行者インタビューで「こんなに英語の通じない空港は初めてだ」とのニュースを見て、日本の実態に啞然。海野氏（マーケティングコミュニケーションコンサルタント）は、インバウンドの影響なのか？最近、駅や地下鉄で歩きながらパンやデリを食べる人が増加中。山崎氏（一般消費財マーケティングコンサルタント）は、CtoCビジネスやハンドメイドマーケットなど個人主導のビジネスに関心、

「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。

そして、日置氏（クリエイティブコンサルタント）は、サブスクリプション型定額サービスを通じた新しい消費動向に注目など、事業から商品動向、市場、社会環境まで幅広く問題意識を持つ個性的な面々が集いました。

## ●「商品」現状と問題認識は？

座談会メンバに自身の消費スタイルを起点に、消費動向や商品価値に関して意見交換した結果、『商品』の現状と問題認識は、「面白いもの」、「役立つもの」、「欲しいもの」、「必要なもの」、「十分なもの」、「つまらないもの」、「危ういもの」と、商品に対する期待の温度差から7つの要素に集約されました。※マインドマップで作成

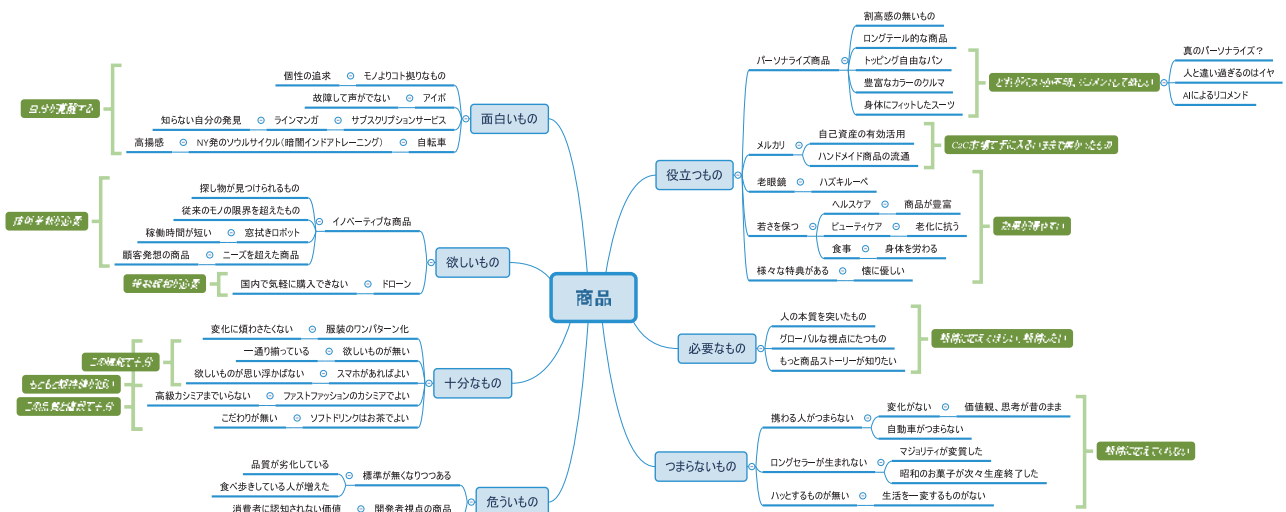
「十分なもの」には期待値が低い一般消費財が、「つまらないもの」には自動車やロングセラー商品の減少傾向など期待に届いてくれない商品群が、「必要なもの」には人の本質を突いた商品やグローバル性のある商品など、より普遍的な商品への希求がみられます。

これらのコモディティ商品群は、機能や品質に大きな差が無く価格が重視されるため、商品バリエーションを増やす展開やブランド戦略、コミュニケーション戦略による差別化が行われていますが、ここ数年の新たな潮流として機能、品質を抜本的に見直し、更に高性能を追求することで顧客の“期待を再創造”する商品が登場しています。期待が再創造され顧客の認知レベルがアップすることで、コモディティ商品が新たなステージを迎えるかもしれません。

他方、商品と消費の関係性が個別性を帯びる「欲しいもの」や「役立つもの」、「面白いもの」に位置する嗜好性の高い消費群にあっては、商品そのものよりも、商品で”変わる自分”の期待値へと対象がシフトしている感があります。

商品の流通形態がBtoCからCtoC、入手形態が購入からシェアやレンタルなど、より一層多様化し質的にも量的にも拡大する中、パーソナライズ化された商品を通じて本来の自分を知る、新しい体験を通じて未知の自分に出会うなど、いままで無かった“期待を創造する”商

### 国内商品の現状と問題認識20181114



品が台頭してきています。

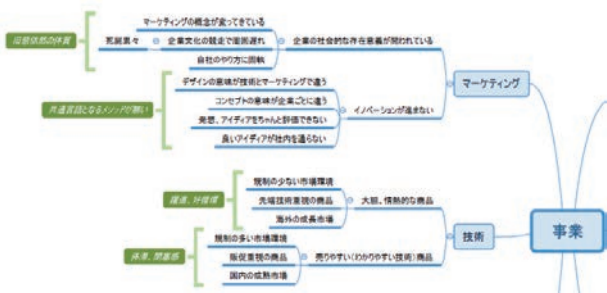
商品と顧客のインタラクションは、新しい消費スタイルを創造しつつあり、顧客満足に変わる価値観としてユーザーエクスペリエンスは、今後益々重要視されると思われれます。

### ●「事業」現状と問題認識は？

『事業』の現状と問題認識は、「マーケティング」、「技術」、「経営」、「バリューチェーン」、「(人の)特徴」、「組織」の6点に集約されました。※マインドマップで作成(一部抜粋掲載)

失われた20余年の停滞は、「マーケティング」には旧態依然の体質、「技術」には保守的な商品開発、「経営」にはイノベーションマインドの欠如、そして「組織」にはモチベーションの低下という膠着状態を生み、日本人の特性とも相まって、事業革新を阻む元凶となっていることが浮き彫りになりました。

他方、停滞期における経営戦略として事業の集中と選択が推進されてきましたが、収益性と効率性を追求する



あまり、リスクテイクする大胆な戦略や事業展開ノウハウが蓄積、共有されず、組織力も疲弊し行き詰まり感が横溢しています。

この状況を打開すべく、大企業とスタートアップベンチャーの共創やネットを活用した商流、物流の再構築など、事業革新の突破口として「バリューチェーン」をテコとした様々な取組みが進展する現在、“いま”、事業革新の情熱、力量、そして本気度が問われています。

### ●変化を進化に変える節目の年

2019年は、変化を進化に変える節目の年としたいものです。

新年1月に、今回認識された「商品」と「事業」の様々な問題、難題への処方箋やアプローチ方法について議論、考察する「座談会」第二弾の開催を予定しています。

ご関心のある方は、<https://www.mo4ma.org> をご覧ください。※各マインドマップも同WEBサイトでご確認頂けます。



武道 誠芳 (マネジメントコンサルタント)

所属：(株) テンプロクシーにて、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、ロボットビジネスを展開

生年：1960年生まれ

出身：富山県出身

学歴：横浜市立大学商学部卒業

経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイパン航空事業への参画後、1996年起業

問合せ先：s.budo@tenproxy.co.jp



# アイデアを生み出す

## BREAK WORKSHOP

<http://robobakkon.jp>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ピーク4F号  
 ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿董友ビル 8F

Tel. 03-6412-8780 info@robobakkon.jp  
 Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 11901-04701