

マーケティングの出番ですか？

第101回 「マーケティングの出番ですか？」をレビューする！

武道誠芳 (株) テンプロクシー 代表取締役

「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。

おかげさまで「マーケティングの出番ですか？」の連載が100回を超えました。この間、まともにレビューすることなく回を重ねてしまい、今回は、自戒を込めて2022年のコラムをセルフレビューさせていただきます。

●読者の反響は？

セルフレビューの最初は、ずばり読者の反響です。時折、経営層の方々より弊社サービスについて資料請求やお問合せの電話を頂くことがあります。が、残念ながら読者の反響の傾向を把握できるほどの件数ではありません。また、請求、お問合せを頂いた後、具体的な提案に至ったケースも僅かです。

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読者層に、マーケティングへの問題意識や関心喚起を狙って様々なテーマを取り上げていますが、的が外れていると思われる。

●役に立ってる、必要、面白い???

読者層が求めているものからテーマが外れている場合、「役に立っている」、「必要」かは明らかにNOですが、求めている



ないけれどもお読み頂けている場合は、「面白い」と評価されている可能性が僅かにあるかもしれません。テーマの選定に際しては、この「面白い」の評価に応えられる様に、最先端の技術やマーケット動向を始め、旬なテーマや共通の課題を深掘することを心掛け、机上の不完全性を斟酌しつつ、将来展望や現状課題を胸い交ぜに様々織っています。

もっとも、職種、年齢、階級を問わず、技術に勤しむ万人に「面白い」とご評価頂くことを目指すのも、かなり無理のある所です。率直な所、私自身が仕事に取り組む中で知り、学び、必要に迫られて情報収集し、役に立て、面白がっている構図になっています。

●2022年のテーマ

それではここで、2022年に取り上げたテーマを最新事情を交えレビューしてみます。

テーマ	レビュー
最先端の技術 	「金融とアートの中心、ニューヨークで生まれたNFTアート」 世界経済がインフレに揺れる中、NFTは大きく下落、NFTの価値が確立され市場が成長するか否か不透明な状況。現状は、将来の市場拡大や価格高騰に期待する投資目的が主流だが、NFTの特徴であるデジタルコンテンツの販売数量に基づく価格決定方式はメタバースと親和性が高く、今後の流通が注目される。
製品・サービス開発 	「アメリカの製品・サービスに見る、“効率”の哲学とデザイン発想」 効率重視の“Disruptive (破壊的)”なサービスが次々登場するダイナミックな米国市場、一方、経済の低迷状況を打破できないままの日本市場、その様な各国の市場が今後のグローバル経済の変化において、どの様に変質するか。
サービス開発事例 	「youreturnへようこそ！」 投稿、参照技術で差別化されている現状SNSのアンチテーゼとして、特定ユーザーとコンテンツに特化したSNSサービスの潜在市場の可能性に着目。コロナ禍を期に10年早まった社会のデジタル化が、この種のサービス革新のテコとなるか否か、市場と社会動向を注視。
市場・社会動向 	「未来に向けた変化の兆し」 社会情勢、経済情勢が混迷を深める中、若者を中心としたサステナブルな価値観の伸展や米国パタゴニア創業者シュイナード氏による環境保護団体への30億ドル株式の寄付など、大量消費主義の見直し、顧客と企業、市場と社会の新たな関係性が模索される。※ちなみに氏は「日本は時代を先取りした社会で、現代世界に対する順応や対応について常に先を行っている」と評価。
サービス評価 	「テストマーケティング」 新製品開発に立ちはだかる「魔の川」「死の谷」「ダーウィンの海」を超えてなお、成功には「タイミング（一瞬）を計り」と「時の運（時流に乗る）」が不可欠。目まぐるしく変わる社会はタイミングと時流が渦巻き、製品の新旧交代を加速。
組織のDX 	「組織のインテグレーション」 生産性の向上にビジネスのオンライン化、商品開発からマーケティング、営業活動のインテグレーション（業務のDX）が希求される一方、過半数の企業ではコロナ禍の収束とともにリアル（現場オフィス）回帰の傾向あり。デジタルの良さとリアルの良さを使い分けるノウハウの蓄積が、今後の企業の趨勢を決めると目される。
マーケティングの4P 	「古くて新しい価格問題」 コロナ禍、ウクライナ戦争、インフレ、円安等、様々な要因から価格を見直すことが迫られる現在、顧客、競合他社、製品力、販売手法まで、価格に連動する全ての要素を踏まえ、将来に向けて「価格決定力」を如何にに強化するかが重要。

テーマ	レビュー
生産性 	<p>【“コロナ禍での人材採用”に映る日本人の働き方の意識変化と生産性】</p> <p>テレワーク推進/後退企業の二極化、テレワークの希望社員が増加する一方で、テレワークにより生産性が低下する現状、若者の転職志向と”できることなら一社で働き続けたい”という一見矛盾する意識、それらの根っこにある「働きがいを感じる社員の割合は低い」問題をどう解決するか。</p>
マーケット動向 	<p>【ECの進展と岐路】</p> <p>EC化率44.0%、市場規模253兆円、中国の驚異的な成長を象徴するSHEIN（シーイン）の躍進、ライブコマースやTiktok、「独身の日」などが格差是正の政府方針のもと今後どの様に変転し、各国のEC事情に影響を及ぼすか。</p>
最先端の技術 	<p>【メタバースが開く新市場】</p> <p>メタバース市場のけん引役であるメタ社の（広告事業）業績不振下のメタバース事業への大規模投資継続の成否を始め、今後、ゲーム市場に地盤を持つソニーや任天堂など、国内プレイヤーの動向が注目される。</p>
市場開発 	<p>【意外と身近な？フェムテック市場】</p> <p>女性の社会進出、活躍が重要性を増し期待される中、日本でも女性を支えるフェムテック市場が成立。国ごとに社会状況や文化的背景、価値観など男女を取り巻く環境が異なるため、フェムテック市場の成長には各国市場各様のアプローチが必要と目される。</p>

●これからのテーマ

今年度で「マーケティングの出番ですか？」を一区切りさせて頂くことになりました。残す3回のテーマは「Web3.0」、「深化するゲーム」、「理想的（ナィーブ）な組織」を予定しています。

あと少しおつきあいください。



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

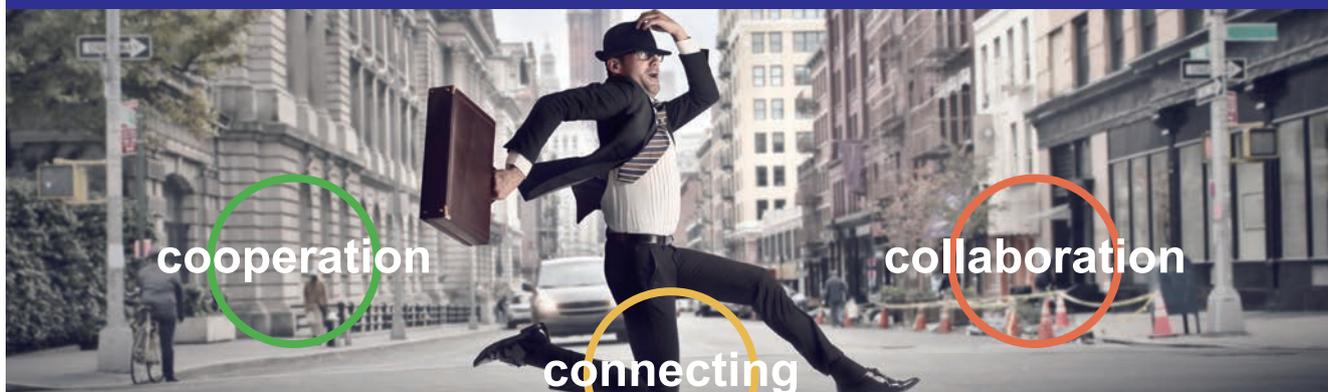
経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイバ

ン航空事業への参画後、1996年起業

問合せ先：s.budo@tenproxy.co.jp

独創的な新製品/サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

mothership4marketers



mothership4marketersは、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ（Connecting）、共同（Cooperation）、協力（Collaboration）することで新製品/サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



mo4ma
<https://www.mo4ma.org/>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13号・ピーク4F号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org
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 原宿華友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12212-03701