

マーケティングの出番ですか？

第90回 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

Aya Kubosumi ノマドマーケター

今回は、製品やサービスデザインを一例に米国の“効率”の哲学をご紹介します。

●切れないなら、カッターで切ってしまう
—レイノルズのラップ

日本のサランラップ、クレラップは“パリッ”という音と共に切れ味よく、包むのも非常にスムーズです。かたやアメリカのラップはカッターの刃の品質はさほど良くなく、ラップフィルムの品質も悪く、ぴたっと包むことが出来なかったり、ラップが途中で破れて使い物にならなくなったりします。そんな中、それなりに使えると感じたラップがレイノルズのスライド式カッター付ラップです。



写真ではわかりづらいですが、スライド式のカッターがついており、スライダでバシッとラップを切るデザインになっています。他の類似商品と比較し、ダントツにカッターの切れ味はよいのですが、ラップフィルムの品質は日本の製品と比較すると密封しづらさが残っています。また、パッケージを捨てる際、スライド式カッター部分はパッケージ箱部分から取り外せないデザインでリサイクルがしづらく、ラップを利用してから捨てるまでの利用プロセスの全体の視点から観ると最適化されていません。ラップフィルムとカッターの刃の両方の品質を向上させ、切れ味の良いラップ製品を生み出している日本に対し、このアメリカのレイノルズは、“ラップフィルムをカットする機能”のみ、局所的にフォーカスし製品を改善するというデザイン思想が垣間見え、全体的な最適化より、個別的な課題の改善に目が行く点に、アメリカのデザインと効率性思想を感じます。

●ワンタッチで、効率的にオイルを塗布
—トレーダージョーズのスプレータイプのクッキングオイル

日本で馴染みのないものにスプレータイプのクッキングオイルがあります。スプレータイプは油の量が比較的少なく済むため、炒め物や焼き物の際にはフライパンにスプレーを一吹きして使えて重宝します。半面、揚げ物など油を大量に使用したいときには全く不向きです。

そんなスプレータイプのオイルを販売するトレーダージョーズが、最近パッケージデザインをがらりと変え、

スプレーの一吹きも刷新しました。使い方はごく簡単、キャップを取り除き、スプレーを一吹きするだけで、なんとオイルが90℃くらいの角度の扇状に噴出されます。この扇状のスプレー噴射により、手を左右に動かすだけで、フライパンに効率良く油を塗布できます。このユニークな噴射のデザイン、効率的にオイルを塗るといったニーズの中身を「より少ない量と時間でムラなくフライパンにオイルを塗る」という要件に定義した結果、この噴射口のデザインが発想されたと思われます。ここでも、“効率性”を具現化した機能が鮮やかに展開されています。

●どのショッピングサイトからも、2タップでショッピング完了
—新たなショッピング体験を作るネイト

3つ目は、“オンラインでモノを購入する”という行為をピンポイントに効率化し、未来の新たなショッピング体験を提供しようとしているショッピングアプリ、ネイト (<https://www.nate.tech/>) です。

ネイトが他のショッピングサイトやプラットフォームと大きく異なる点は、



商品を販売しているブランドやお店のウェブサイトを開き、そのウェブサイト上の商品ページをネイトアプリでシェアすることでAIが自動的に購入、決済処理を代行してくれる点です。通常、“オンラインでモノを購入する”場合、お店のサイトごとにアカウント登録し、商品ページで商品をショッピングカートに入れて、決済ページに進み、送付先や支払い情報を入力し、決済を完了するという、購買に何重もの煩わしい作業が要求されますが、ネイトの専用アプリは、この面倒な購買プロセスを一気に解消してくれます。

システム機能面で、まだまだ改善課題はあるものの、ネイトは、どのショッピングサイトからでもワンストップで購入ができる次世代ショッピングプラットフォーム

「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。

構築を狙っています。

●アメリカの"効率化"デザイン哲学から見えること 一鳴かぬなら…?

今回ご紹介した、「効率性」を機能化、もしくは価値化していくつかのアメリカ製品・サービスに触れると、アメリカの効率化に対する価値意識と課題解決への姿勢が見えてきます。レイノルズラップやトレーダージョーズのオイルスプレーは、効率化でもっとも効果のあがる特定の課題にフォーカスし、その課題を徹底的に解決しようとする製品サービスのデザイン哲学の一例です。ネイトのショッピングアプリは、ショッピング体験の中で購買というプロセスをピンポイントで革新することで、全く新たなショッピングソリューションを提供しています。

これらの製品・サービスデザインの共通点は、「鳴かぬなら殺してしまえホトトギス」という信長的な割り切りの良さ、革新的課題解決の姿勢です。半面、日本では、全体を無理のないように少しずつ改善する「鳴かぬなら鳴かせてみせようホトトギス」という秀吉的な姿勢から、中途半端なデザインやソリューションに陥ったり、「鳴かぬなら鳴くまで待とうホトトギス」という家康的な姿勢から、様々な組織や顧客のコンセンサスを最優先し、

結果、局所的な解決も全体的な解決も達成できない状況がしばしば起きています。

日本は海外の文化を輸入し、自国流にアレンジ、組み込みながら独自の文化を再生産することが得意な稀有な文化を持っています。アメリカのスタートアップに見る、信長的な“Disruptive (破壊的)”なサービスを生む課題解決姿勢と“効率化”デザイン哲学を日本流にアレンジすることで、今までと異なる製品やサービス改善、また日本独自のイノベーションを起こせるかもしれません。

以上

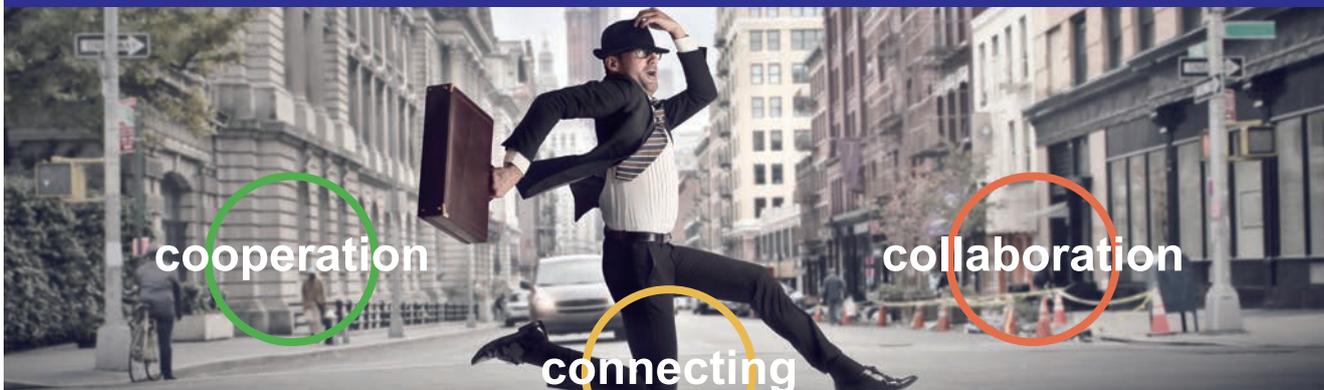


Aya Kubosumi (ノマドマーケター)

コニカミノルタ、大阪ガスで行動観察やユーザーリサーチに携わったのち、GOB Incubation Partnersを創業。夫の転職に伴い、東京から家族とともにNYに移住。ノマドマーケターとして、NYの人々、もの、ことを日々観察、体験したことを素材に、日本の商品開発に携わる皆さまと共有したいインサイトを綴ります。

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 原宿筆友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12112-03701