

第93回 テストマーケティング

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。

今回は、新製品・サービスのテストマーケティングについて、弊社新Webサービスyoureturnの実践例を交えてご紹介させていただきます。

●荒れ狂う「ダーウィンの海」

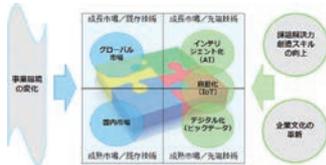
技術先行型製品においては、古くから「魔の川」「死の谷」「ダーウィンの海」が立ちはだかると言われています。

「魔の川」は研究・技術シーズを製品化する段階のハードルです。自社の技術をどう市場ニーズに合致させ製品化するのか、ターゲットとする市場や顧客が不明なまま製品化できないことは多々あります。

「死の谷」は開発した製品・サービスを市場へ投入する段階のハードルです。どのようにマーケティングの4P（製品、販売チャネル、価格、販促）の整合性を取るか、事業展開力を視野に取り組みが必要があり、新製品・サービスにおいてもっとも高いハードルです。

最後の「ダーウィンの海」は製品・サービスの導入期から成長期までの間の顧客拡大や他社参入による市場形成段階のハードルです。

どの様に製品を普及、顧客を拡大し、競争優位を確保していくのか持続的な進化が問われます。



今日、脱炭素社会やグローバル市場における保護主義化に代表される事業環境の大変化、AIを始めとする革新的技術の進展、また、ジョブ型マネジメントや人材リスキリングにおける組織改革等、「ダーウィンの海」は荒れ狂っています。思わず十戒のモーゼの様に紅海を二つに割る奇跡を期待してしまいます。

●「魔の川」に渡る吊り橋、「死の谷」を超える道

「魔の川」を渡る吊り橋に「プロトタイプング」、「死の谷」を超える道に「テストマーケティング」があります。

「プロトタイプング」は製品化の前段階で設計内容の検証、機能やアイデアが評価できます。これにより「魔の川」を無事に渡る確率が高まり、リスクと開発コストも低減できます。「テストマーケティング」は想定する顧客層における製品の受容性や購入意向等の評価が可能です。これにより「死の谷」の深さを見極め、マーケティングの課題が浮き彫りになります。



「プロトタイプング」や「テストマーケティング」では単に“良いか悪いか”、“売れるか売れないか”という評価だけでなく、“悪い点は多くあるも卓越した一点がある”や、“最初は良かったがだんだん使わなくなった”等、開発者やマーケターが気づいていない、数値に表れない製品潜在力や限界を発見できることがあります。

●テストマーケティング手法のあれこれ

ここで「テストマーケティング」手法を概観してみます。

●市場調査



市場調査は、想定利用者層のニーズ、受容性、市場規模等を分析するのに役立ちます。代表的なものに多くの人を対象に選択式設問に回答してもらい集計する定量調査と、少数の人を対象に自由に回答してもらう定性調査があります。

●クラウドファンディング

クラウドファンディングはテストマーケティング手法としてここ数年急速に普及しており、資金提供者から新商品・サービスの反応を得ることができます。米国大手のKickstarterは、62億ドル以上の資金を調達し、21,000以上のプロジェクトにファンディングしています。

●アワード（賞）やコンテスト

アワード（賞）は、数ある候補の中から審査や選考を通して授与するもので、市場の活性化等を主目的に国内外で様々な賞が設けられています。世界的な「A'Design Award & Competition」は、著名な学者、ジャーナリスト、デザイナー、経営者たちによる審査を経て、105のデザイン分野で114か国2418人の受賞者が選ばれています。



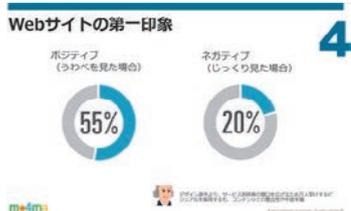
●youreturnのテストマーケティング実践例

現在、弊社のWebサービスyoureturnでは、ターゲットとする利用者層の検証、サービスコンセプトの受容性、利用意向度等の評価を目的に、少数の人を対象にした事前Webアンケートと自由回答が得られるオンラインパーソナルインタビュー調査を実施中です。調査のキ

モは、どの様にわかりにくい新製品・サービスの理解度を高め、顕在ニーズと潜在ニーズを探るかです。

<オンライン調査概要>

1. 対象者：30～70代、各年代の男女10名
2. 事前アンケート調査：10設問
3. インタビュー調査：30～40分／1名、10～15問
4. 設問：コンセプトの受容性／サービス評価／利用意向
5. レポート形式：フラッシュ（速報）レポート



初回調査の総括は以下の通りです。

- * サービスコンセプトは理解されているが潜在ニーズを掘り起こし切れていない
- * 特徴であるコミュニティ（共同体）サービスの効果的なアピールが必要
- * 分かりやすさ、メリット、面白さのアピールが必要
- * 対象者全てが招待制やアバター登録をメリットと感じている
- * 対象者全てが押し付け的なテーマだけでなく、より自

由なテーマを求めている

初めての新製品・サービス開発は、コンセプト作りの右往左往に始まり商品化段階で機能を追加したり削ったり、またユーザビリティ設計とデザインが統一性を欠いたりしがちですが、テストマーケティングを通じて各開発プロセスの改善課題も見えてきます。

「プロトタイピング」や「テストマーケティング」は「魔の川」、「死の谷」を超える有効な方法ですが、万能でなく一長一短があります。詰まるところ川を渡るのも谷を超えるのも人であり組織です。

あなたもyoureturnの第2回ユーザテストに参加してみませんか？

<https://youreturn.net> でお待ちしています。



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

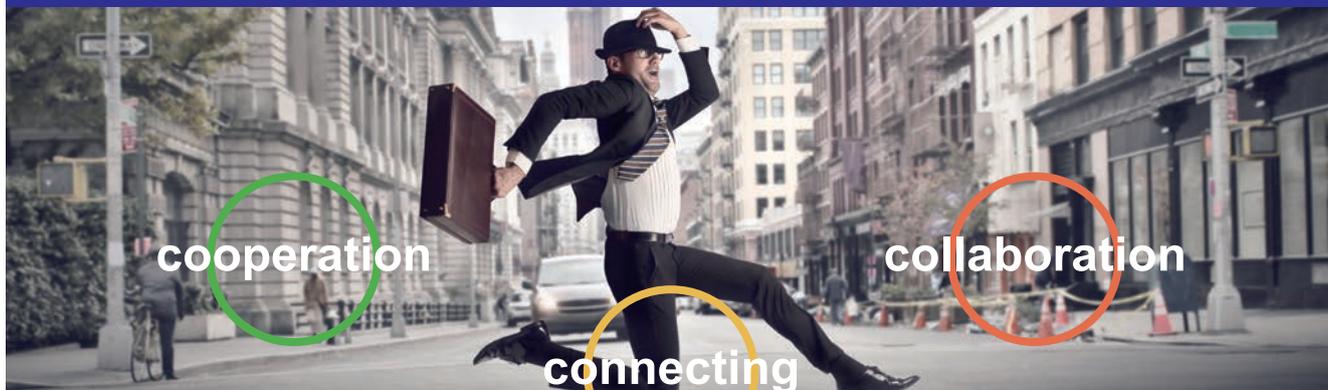
経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイバ

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

mothership 4 marketers



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ザ・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 12203-05701