

『課題発表：マーケティング事例検証』

■□要旨■□

1. 課題の目的

これ迄学んできた、マーケティング戦略理論(一橋大学ICS/藤川先生)やマーケティング新潮流(アジャイルメディア・ネットワーク/徳力社長、カフェグループ/浜田社長)の講義等で得た内容・手法も踏まえ、塾生が実際に所属する企業の活動を研究、より実践的な提案・討議を通じて、マーケティングとは何かを会得する。

2. プレゼンテーションの特長・論点

(各プレゼンテーションの内容は添付資料ご参照。)

【Aチーム】：高波、井口、松井、今野

《タイトル》三井不動産(株)の事例に見る住宅分譲事業におけるマーケティング

土地調達、商品企画・開発、販売、あらゆる段階での緻密なマーケティング活動は今やこの業界の常識。厳しい競争の中で、今後同社が住宅販売シェアを高めるために、如何に同社のブランド価値を高め、「三井ファン」を増やすか…その鍵は、個人のライフプランへの働きかけに在りそうだ！

【Bチーム】：渡瀬、林、志村

《タイトル》児童教育市場における公文(KUMON)のマーケティングチャレンジについて

小学校の算数教育に違和感を覚えた創業者父子の手作り教材を発祥に、以降半世紀、国内140万人、全世界420万人に拡大した「公文式」学習。少子化進行で縮小する国内市場でのシェア拡大策として、ブランドの一段の強化・浸透に加え、従来一線を画してきた「受験教育」への参入を提案、創業者方針に堂々挑戦状を突きつけた！

【Cチーム】：牟田口、横内、新井、久保田

《タイトル》J:COM マーケティングプラン

多チャンネル、ワン・ストップサービス、地域密着等を武器に市場シェアを4分の1迄高めてきた同社がこの先注目すべきターゲットを、生活に余裕のあるシルバー世代と新生活を開始する若年・学生層に設定。彼らのニーズを分析し、サービス・メニューの具体案を提示！

【Dチーム】：柴田、谷村、守屋

《タイトル》NTTドコモの「iコンシェル」サービスについて

他に比較して圧倒的に優れた機能、コンテンツ整備環境に豊富な販売拡大余地を持つiコンシェルも、急成長を続けるスマートフォンの影に危機感を募らせる。どうやら市場の認知度、使い易さに対する理解度にまだまだ上積み余地がありそうだ…辿り着いた結論は、ヒツジの魅力を一層高め極限まで「シツジ化」すること！

【Eチーム】：浅井、伊東、松尾、千田

《タイトル》一休.comへのマーケティング提案

右肩上がりの急成長を遂げてきた高級ホテル予約サイトも景気悪化と競争激化で今が踊り場・正念場。会員の行動を徹底分析して「優良顧客」を抽出し、サービス拡充で囲い込み施設側のメリット増大も図るべしと提言。一方、全体議論は、同社の指導を通じた「格上げ」で契約施設自体を増やす、いわば供給拡大による需要喚起論に発展！

■□今回の学び ひとことというと■□

企業は成長するため、市場を良く知り、自分は誰のために、どういう商品・サービス・価値・ストーリーを提供するのか、その商品・サービス・価値・ストーリーの需要規模はどの位あり、適正な供給能力があるのか、等を念頭にマーケティングを展開する。現代の過当競争を勝ち抜くために必要なマーケティングの真髄は、特にB to Cの場合は、とことんヒトを知り、とことんヒトに尽くすこと。より短期間に多くのヒトと双方向のコミュニケーションを積み重ね、それを持続できる企業こそが、勝利への鍵を手にてできるのだ！



■□感想■□塾生の皆さんが所属する5社を題材に取り上げていただき、各社が現実に直面する課題に触れたリアリティー・臨場感が我々塾生の緊張感を更に高め、短い準備期間ながらも、質の高い議論に繋がったと思います。5社の皆さんの日頃のご活躍ぶりの一端も垣間見ることが出来、正に一石二鳥、三鳥の密度の濃いケース・スタディーでした。塾生の皆さん、お疲れ様でした。そして、特にケース企業に所属されている皆さん、真摯にご協力をいただき、大変有難うございました。