



テクノロジー -新しいマーケティングとマーケットモデルの進展-

近年のIT/デジタル技術の進化は、凄まじいものがある。モバイルデバイスやクラウドのみならず、IoT(モノのインターネット)やAI(人工知能)の高度化は、マイクロレベルでのタイムリーな情報収集・分析・活用を可能にしている。それは、クロスセクタなどからも確認できる通り、リアルタイム性の高い、個別最適化ソリューションの提供へとつながっている。

また、これらのテクノロジーは、サステナビリティや新型コロナウイルス感染症対策などの領域においても、重要視されている。同領域では、企業のみならず、日本政府や地方自治体などの行政機関が関わる大規模プロジェクトがほとんどで、そのタイムスパンも10年などの超長期的なものも存在している。

このような動きは、ビジネスにどのような影響を与えているのであろうか？ひとつは、膨大なデータを瞬時に活用できることから、マーケティング・コンセプトが変化している。もうひとつは、様々なビジネスのマーケットモデルの変化である。このふたつの変化は、新たな競争環境を創造しており、企業は適応が求められている。

認識すべき変革

- ①マーケティング・コンセプトの変化
- ②マーケットモデルの変化

■ マーケティング・コンセプトの変化とは

これまでのマーケティングは、全体最適化による売上の最大化が大目的とされてきた。消費者ニーズはある程度画一的であることが前提で、アンケート調査結果や顧客データからマクロな相関性が重視されてきた。そのため、共通の特徴のある大きなセグメントをターゲットとして、マーケティング活動を展開してきた。

ただ、デジタル環境の進化は、新たな考え方の重要性を正当化している。事実、消費者ニーズは多様であり、現在の情報インフラは、個人レベルの情報をタイムリーに収集・処理できる環境が整ってきている。

【マーケティング・コンセプトの変化(過去と現在)】

	これまでのマーケティング	現在進行形のマーケティング
目的	全体最適化による売上の最大化	個別最適化による顧客経験(CX)価値の最大化
前提	消費者ニーズはある程度画一的	消費者ニーズは多様
情報分析	アンケート調査や顧客データなどマス情報の一括処理によるマクロな相関性重視	行動把握など個人レベルでのタイムリーな情報のリアルタイム収集・処理
ターゲット	共通の特徴のある大きなセグメント	特徴のあるグループや個人
コミュニケーション	一方向でのコミュニケーション プロモーションによるトレンドの創造	SNSなど双方向でのコミュニケーション 社会的共有価値の創造も重要

それにより、ターゲットは特徴のあるグループや個人となり、企業と双方向のコミュニケーションを通じた個別最適化による、顧客経験(CX)価値の向上が重要視されている。実際、新たなる台頭している新興国市場の一般消費者や、新たな価値観を持つZ世代の開拓においては、細分化された消費者ニーズへの対応が必須となっているが、テクノロジーの進化によって、それが実現されつつある。

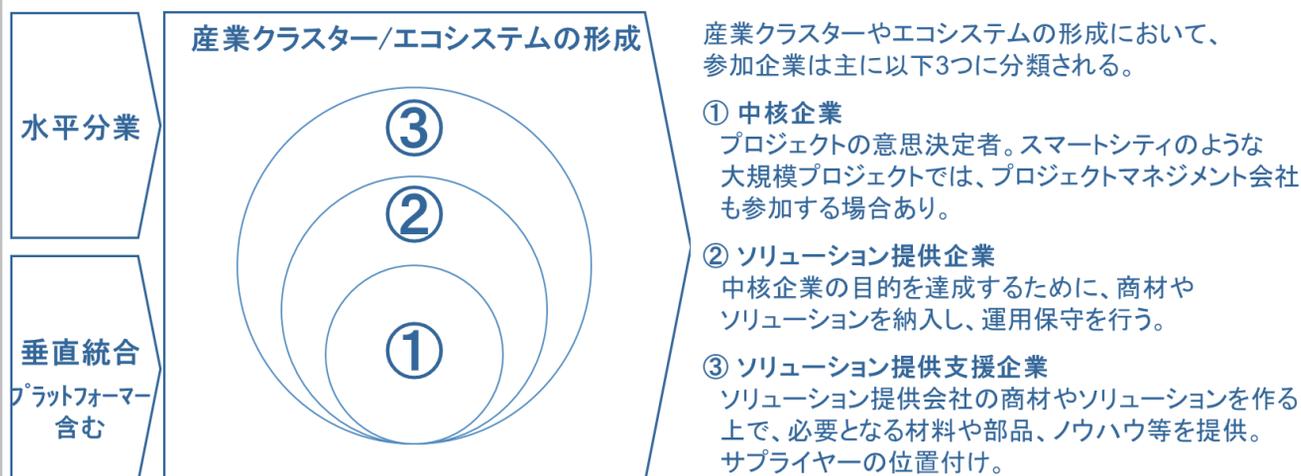
■ マーケットモデルの変化

もうひとつ顕著になっている変化は、IT関連事業を中心としたマーケットモデルである。過去のマーケットモデルは、ハードウェアとソフトウェアベンダー、チップメーカー、システムインテグレーターなどから成る、水平分業型であった。その後、クラウドやSNS、モバイルデバイスを中心とした時代になり、プラットフォームに代表される垂直統合型モデルへとシフトしていった。

現在は、プロジェクトの規模やソリューションの幅が非常に大きくなったこともあり、様々な組織体が参加する産業クラスターやエコシステムの形成がカギを握るようになってきた。[SVPインサイトVol. 19「テクノロジー④-サステナブル時代のデジタル社会-」](#)では、スマートシティ・プロジェクトについて述べているが、それは産業クラスター形成の代表例と言える。

既に、数々の産業クラスターやエコシステムが形成されているが、その参加組織は、役割などから3つに分類することが出来る。中核となるのが、プロジェクトの企画や方針など意思決定をする企業や政府組織である。その組織を中心に、目標を達成するためのソリューションを提供する企業層、さらに、それらソリューションの提供を支える企業群から構成されている。

【マーケットモデルの変化(産業クラスター/エコシステムの形成)】



このような大規模プロジェクトは世界中で進行しており、企業にとって非常に重要な投資案件となる。成功プロジェクトはパッケージ化され、海外展開されるケースも見られ、収益インパクトは大きい。ただ、長期に渡るプロジェクトで収益回収まで時間がかかることや、開始時点でのプロジェクトの成否が読みづらいこともあり、企業はクラスター/エコシステムのどのポジションをとるのか、どのプロジェクトや企業が有望なのか、慎重に見極めなければならない。次回のSVPインサイトでは、その事例や傾向について考察する。

■ 終わりに

SVPジャパンでは、会員様向けサービスを通じて、世界のビジネス情報や市場データ、技術動向、成功事例などをご提供させていただきます。新サービス「[SVPナレッジ\(ニュースリリース参照\)](#)」においては、テクノロジー関連の市場調査レポートも提供します。是非、当社サービスの利用をご検討ください。



—SVP JAPANのサービスについて—

2営業日以内に調査結果をご報告

クイックリサーチ

[詳しくはこちら](#)

カスタムメイドのリサーチサービス

プロジェクトリサーチ

[詳しくはこちら](#)



—各種お問い合わせ—

資料ダウンロード

[こちらをクリック](#)



お問い合わせ

[こちらをクリック](#)



s'il vous plaît
SVP JAPAN
株式会社SVPジャパン

まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3249-0771

