

01 ネット時代の
成功例に学ぶ!

ストレスなくメッセージを届ける
スマホゲームのオーディオCM

▶ オーディオ広告を手掛けるA社は、スマホのオンラインゲームのプレイ中に音声広告を重ねて配信するサービスを行っている。ゲームを中断せず音声にCMを自然と溶け込ませることで、ユーザーのストレスにならずにメッセージを届けられる。また、年代や性別など、ゲームユーザーの傾向に合わせて配信先を選ぶこともできる。

▶ 化粧品メーカーB社はEC専売のリップスティックのPRにこのサービスを利用した。制作したオーディオCMは5本。耳元で囁くように教えるもの、ラジオの悩み相談番組風に話すもの、CMソングなど様々な内容だ。いずれも30秒で、ゲームに夢中で寝落ちして翌朝唇がガサガサに乾燥するのを防ぐために寝る前のリップケアを勧める。そのため、ユーザーが就寝前にプレイするような癒し系やパズル系スマホゲームで流される。ゲーム画面には小さなアイコンバナーも設置し、オンラインストアで購入できるようにもした。この音声CMをきっかけに売り上げが増加している。

02 繁栄企業の
成功要因を探る

高価なものでも気軽に試用できる
伝統工芸品のサブスクリプションサービス

▶ 輪島塗の椀や九谷焼の皿など伝統工芸を日常生活で使いたいが高価という人は少なくない。値段が高い、使い勝手が悪かったらどうしようといった不安がネックのようだ。

そんな心配を解消するため、石川県輪島市の漆器店C社が伝統工芸品をサブスクで使えるサービスを行っている。

利用できるのは輪島塗、江戸切子、九谷焼、有田焼、大館曲げわっぱ、備前焼など、全国の伝統工芸品の食器で、すべてが新品。どれも職人の手による繊細な加工が施されたものばかりだ。試しに使って商品が気に入らなかった場合は、開始後2か月で返却できる。使用中に破損しても、翌月の利用料金を払うだけで弁償する必要はない。料金は月額数千円からで、5か月間使うと商品は返却不要で自分のものになる。高価な伝統工芸品でも気軽に使えると評判になっている。



Check! 要チェック! 進化するプロモーション手法に
必要な基礎知識

業界の競争環境を理解する
ファイブフォース分析《後編》

ファイブフォース分析は、①業界内の競合、②新規参入の脅威、③代替品の脅威、④買い手(顧客)の交渉力、⑤売り手(供給業者)の交渉力、これら5つの力(フォース)に基づいて業界の構造的な競争要因を明らかにするフレームワークである。これをどのように使うのだろうか。

ファイブフォース分析の活用方法

例えばカフェ・チェーンのファイブフォース分析を行うと以下ようになる。

- ①業界内の競合.....
同様の形態のチェーン店がいくつもあって、脅威は比較的大きい。
- ②新規参入の脅威.....
回転寿司チェーンなどの他業種がコーヒーやデザートの提供に参入しているため、脅威は比較的大きい。
- ③代替品の脅威.....
高品質で安いコンビニのコーヒーを好む人も増えていて、代替品の脅威は小さくない。
- ④買い手の交渉力.....
カフェは全国に多数あって消費者の選択肢が多いため、買い手の交渉力は強い。
- ⑤売り手の交渉力.....
コーヒー豆など原材料の仕入れに関する売り手の交渉力は強くない。しかし、好立地への出店が必要のため、不動産業者は売り手の交渉力が強い。

このように分析することで、市場の競争環境を見極めて収益性を予測し、新規事業の市場参入可否判断に役立つ。

既存事業にとっては、業界構造の変化を把握し、再投資や撤退の判断材料となる。また、競争の激しい分野ではニッチ市場への特化や、差別化、コスト削減戦略などの検討にも役立つ。

さらに、業界の変化に伴う脅威に備えるための予測材料にもなる。

ファイブフォース分析の限界と注意点

ファイブフォース分析は業界全体の構造的な競争要因を捉える枠組みであり、企業の内部資源や能力の視点に欠けている。VRIO分析などと併用して、自社のリソースや能力も同時に考慮する必要がある。また、DX化などイノベーションの影響を考慮していないため、新技術による大きな変化に対応が難しいことがある。

ファイブフォース分析により、企業は立ち位置を見極め、競争優位を築くための戦略を立てることができる。これに加えて、他の分析手法と組み合わせることでその効果を最大化できる。