

01 ネット時代の
成功例に学べ!

**世界地図でフライドチキンを探せ!
低予算でバズったキャンペーン**

▶ 中米で展開するフライドチキンチェーンA社がSNSを使ったキャンペーンを行った。

Googleマップで、フライドチキンのような形をした国や地域をスマートフォンのスクリーンショットで撮ってSNSに投稿すると、店舗でフライドチキンが無料でもらえる引換コードが送られてくる。

キャンペーンが始まると、イタリア、ニカラグア、南スーダン、コスタリカの南半分、ボルネオ島、グアテマラの首都グアテマラシティの一部など、世界中のさまざまな地形がフライドチキンに似ていると投稿された。中には、アメリカのミシシッピー・アラバマ・ジョージア・フロリダの4州合わせた地形といったものもあった。

フライドチキン型の地形探しに夢中になった人が多かったのか、SNSのエンゲージメントは前年と比べて253%上昇。売上は9.8%増加した。A社は巨額の広告予算をかけることなく、大々的なキャンペーンを実現できた。

02 繁栄企業の
成功要因を探る

**コーヒー1杯で時間無制限
店員のいないカフェが人気急上昇中**

▶ グランピングやBBQ施設の運営会社B社が展開するカフェが名古屋を中心に人気になっている。それは、店員のいない「無人カフェ」。ビルの一角やショッピングセンターの中などにあり、床に人工芝を敷いた明るい雰囲気が好評だ。

利用方法はカップ式自動販売機でコーヒー、紅茶、抹茶ラテなど400円程度の飲み物を1人一杯以上購入するだけ。会員登録不要で、時間制限なく利用できる。無料Wi-Fiと電源完備で、スマホもパソコンも自由に使える。会話もOKだ。監視カメラやスタッフの見回りがあって防犯対策も講じられている。利用客から気軽に立ち寄れて時間を気にせず勉強や仕事ができると喜ばれている。店にとっては店員が不要のため人手不足の悩みから解放される。

空き物件活用事業として始めたが、5月現在で愛知、大阪など46店舗に拡大している。



Check! 進化するプロモーション手法に
要チェック! 必要な基礎知識

**今さら他人に聞けないマーケティング用語
業界の競争環境を理解する
ファイブフォース分析《前編》**

新規事業参入や既存事業の見直しなど、競争戦略や事業戦略を立てるためには、業界全体の状況を理解する必要がある。その際に使えるのが、自社を取り巻く業界の構造的な競争要因を分析するフレームワークであるファイブフォース分析だ。

5つの要素で分析

ファイブフォース分析は、業界の競争環境を構成する5つの力(フォース)を明らかにし、それぞれの力が企業の収益性にどう影響するかを解明する手法だ。これにより競争戦略の立案が可能になる。

1 業界内の競争

業界内の企業同士の競争が激しいと価格競争が起きやすくなり、利益率が低下する。成熟した業界では顧客の奪い合いが激化しやすく、企業は差別化戦略やコストリーダーシップ戦略などを駆使する必要がある。

2 新規参入の脅威

新たに業界に参入しようとする企業の存在も競争を激化させる。この要因から自社の防衛戦略や投資判断の指針が得られる。ただし、大規模な初期投資や許認可が必要といった、参入障壁の高い業界では新規参入が困難で、既存企業にとっては安定した収益が期待できる。

3 代替品の脅威

航空業界にとっての新幹線やオンライン会議のように、顧客が同じニーズを満たす代替製品・サービスに乗り換える可能性も収益性に影響を与える。顧客の切り替えコストが低い、代替品の価格性能比が良いといった、代替品の脅威が高まると、価格競争や製品改良のプレッシャーが強まる。

4 買い手(顧客)の交渉力

買い手が少ない、購入量が多いなど、顧客が強い立場にある場合、企業は価格の引き下げ、サービスの向上を迫られることになり、利益率が下がる恐れがある。B to Bビジネスでは少数の大口顧客が価格交渉力を握ることが多く、戦略的な対応が必要になる。

5 売り手(供給業者)の交渉力

原材料や部品の供給業者が、独占的な技術や資源を持っているなどの事情で力が強ければ、価格の引き上げや供給条件の変更を要求されコスト上昇のリスクが高まる。この力を抑えるために複数の供給元の確保や自社での内製化などの戦略が必要となる。

では、ファイブフォース分析はどのように使われるのか。

次号に続く