

社外重役

Selected Clients & Professionals Relationship

発行)株式会社ノースアイランド
 東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F
 Tel.03-3216-2004 Fax.03-3216-0439
 大阪支社)大阪市北区中之島3-3-23 中之島ダイビル9F
 Tel.06-6448-2004 Fax.06-6448-0539

マーケティング

マーケティング・ミックス4Pの罫 製品の差別化成功は顧客視点が基本

マーケティング理論の「マーケティング・ミックスの4P」は1960年代初頭、アメリカで生まれ現代でも応用される。4つのPとは、製品(Product)、価格(Price)、プロモーション(Promotion)、流通(Place)を指し、その組合せ如何で市場優位性を保てる、というもの。

専修大・高橋義仁教授(商学部)は「それは市場での差別化」と同義で、「差別化製品は、マーケティング・ミックスの内、1つないし複数の点を差別化の対象とし、顧客から望ましい反応の引き出しに成功している」という。

その好例としてヤマト運輸の宅配事業を挙げている。しかし一方では、顧客視点ではなく、自己満足(自社満足)と思えるような「誤った差別化」が横行しているとも警告する。それは海外で通用しない携帯電話、家電・電子製品等で、象徴はアップル社のiPhone、iPadが世界を席卷したことで日本の敗着を決定づけた。

同教授は日本には「イノベーションのジレンマあるいは技術開発優位の罫がある」と指摘する。日本企業はこれまでアメリカにマーケティング理論など教えてもらい自動車を筆頭に成功をおさめてきた。しかし次代の差別化製品が生めなくて、例えば電子製品で苦戦しているシャープが新分野へ転進するという。

4Pの基本として、顧客視点抜きでの差別化成功はあり得ないのだ。今、過去の栄光との決別に改めて4Pが注目されている。

税務会計

今年3月末「国の借金」997億円 国民1人当たり779万円の勘定

財務省がこのほど公表した2013年3月末時点での国債や借入金などを合計した「国の借金」は991兆6011億円となり、前回発表の過去最大を更新した2012年12月末時点(997兆2181億円)を5兆6170億円下回ったものの、2011年度末からは31兆6508億円の増加となった。地方が抱える長期債務残高は2012年度末で約201兆円程度と見込まれており、国と地方を合わせた借金は、大台の1000兆円を軽く突破する状況にある。

昨年12月末に比べ、国債は約9.3兆円増の約821.5兆円で全体の約83%を占め、うち普通国債(建設国債+赤字国債)は、東日本大震災の復興債発行は約3兆円減少も全体では約14兆円増の約705兆円と過去最高となった。また、一時的な資金繰りに充てる政府短期証券は約16.1兆円減の約115.3兆円、財政投融资特別会計国債も約4.1兆円減の約109.3兆円とともに減少したが、借入金は約1.2兆円増の約54.9兆円と増加している。

この「国の借金」991兆6011億円は、2013年度一般会計当初予算の歳出総額92兆6115億円の約11倍、同年度税収見込み額43兆960億円の約23倍である。

年収500万円のサラリーマンが1億1700万円の借金を抱えている勘定だ。また、わが国の今年4月1日時点での推計人口1億2734万人(総務省統計、概算値)で割ると、国民1人当たりの借金は、昨年3月末時点の約752万円から約779万円に上昇する。

今週のキーワード

4P

高橋教授の4Pの具体的なターゲット=「製品」には製品ラインナップ、品質、デザイン、特徴、ブランド名、保証、アフターサービスなど。「価格」には標準価格、割引率、報奨金、信用取引条件など。「プロモーション」には広告、人的販売(セリング)、パブリシティ(無料媒体による広報)、口コミなど。「流通」には販売チャネル、流通範囲、品揃え、店舗立地、在庫、輸送など。氏は東北経済連でマーケティング支援チームのコーディネータ担当、被災地の経済復興支援で奮闘中。