

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『売上を3倍にするマーケティング

革命』 安田尚司著 河出書房新社

1,400円+税 181頁

著者は工学部出身のマーケティングコンサルタントです。人の行動を科学的に分析してマーケティングに利用する方法を指導していて、本書でもアイトラッキングデータ（人が何を見ているかを知るための眼球の運動に関するデータ）を使用したコンサルティングを紹介しています。

少し中身をご紹介します。

★AIDMA：1920年代に発表された広告宣伝に対する消費者のある商品を知ってから購入に至るプロセス。①Attention（注意）⇒②Interest（関心）⇒③Desire（欲求）⇒④Memory（記憶）⇒⑤Action（行動）

著者はこれをベースに店頭AIDMAモデルを作成

★店頭AIDMA：①Attention（注意）⇒②Interest（関心）⇒③Desire（欲求）⇒④Match（適合）⇒⑤Action（行動）。AIDMAの記憶を適合に置き換えたもの。店頭である商品に目が行き（Attention）、その商品や店頭販促物の情報から興味を持ち（Interest）、自身の“価値観”と照らし合わせ買いたいという欲求が生じ（Desire）、予算や入数などの条件に適合（Match）したものが購買（Action）に至る。

消費者の購入プロセスを考えることで、購入に至らなかった場合にどのステップに問題があるのかを捉え、それを解決する。モノ・サービスが売れない理由の多くは、最初のステップであるAttentionでつまづくため。

そこでお客様の視線を集める工夫が大切になる。人の視線の動きには二通りある。トップダウン注意とボトムアップ注意だ。

夏の暑い日に炭酸飲料を買いたくてコンビニに入ったとする。飲料ケースの前に立ったとき、炭酸飲料を買うというトップダウン注意が働いている。トップダウン注意とは、欲しいものを探そうということだ。炭酸飲料を探していると、突然周りの商品とは違った色合いの商品に目がとまる。飲んだことないけどおいしそう、と思ってその商品を買う。このちょっと違った商品に目を向けさせたのがボトムアップ注意。買うことにおけるボトムアップ注意とは、店頭で意図していなかった商品に目を向けさせ、その商品へのスイッチを起こさせるとも重要なきっかけだ。

買い物に来るお客は、何かを買おうというトップダウン注意の状態だ。そのお客に不快感を与えずにボトムアップ注意を引き起こさせ、店が売りたい商品に誘導する。買うことの最初のステップであるAttentionを活性化させる。

★ヒューリスティック：ヒトの脳は、すべての事柄をひとつひとつしっかりと判断するよりも、すぐに答えを出したがる。直感的にひらめいたものがあればそれで処理を打ち切ってしまう。その直感による意思決定のことをヒューリスティックという。販売にもヒューリスティックを利用できる

★人は多くのことを同時に覚えられない。人が同時に頭に保存できる情報は4±1要素であるとされている。つまり一度にたくさんものを提示されても選ぶことができない。たくさんものを提示しなければならぬ場合は群れ化するとよい。たとえば、ランチメニュー。50種類ものメニューが書かれていたら、すぐに食べたいものを選ぶことはむずかしいだろう。しかし、「定食」「麺類」「丼もの」などジャンルごとに分類されていたら、選ぶという作業はずっと楽になる。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

デジタル音痴

以前の日経ビジネスを見なおしていたら、「デジタル音痴社長が会社を滅ぼす」という記事を見つけました。その中に、「ピンと来ないなら音痴確定!？」というコラムがあって面白いのでご紹介します。

- ・ CSRIT (シーサート) : サイバー攻撃の予兆を監視し、問題が発生した際には指揮命令系統を担う組織のこと
- ・ データセキュリティー : 仮に漏洩しても攻撃者が機密情報を読み取れないようにすること。
- ・ 戦略的プライシングマネジメント : 営業の前線で最適売価を算出できるシステム
- ・ PLSA (確率的潜在意味分析) : ビッグデータを簡単に分析できる新手法。小売業やサービス業で採用が始まっている。
- ・ 経費精算クラウド : 経費精算システム・多くの社長が見逃しているデジタル化の盲点。

いくつ知っているものがありましたか? 経費精算システムは会社が小さくても利用できるかもわかりません。調べてみました。

導入メリットとしては、次のようなものがあげられています。

- ・ ペーパーレス化
- ・ 業務にかかる時間そのものの短縮
- ・ ヒューマンエラーの最小化
- ・ 実績データのリアルタイム集計の活用
- ・ 情報の見える化

経費精算システムの比較サイトがあって、ほんとうにたくさんの種類のシステムがあることがわかります。

<http://keihisystem.seesaa.net/article/433494190.html>

砂糖税

英国が砂糖税を導入するようです。目的は小児肥満症患者を減少させるためです。

約355ml当たり17.7g以上の砂糖が含まれている場合に税金がかかります。例えばコカ・コーラだと約12セント(約14円)値上がりします。砂糖ティースプーン1杯で約5グラムです。そんなに多くないじゃないかと思われる方も多いと思います。

私は、この記事を見て、びっくりしました。砂糖税なんて考えたこともなかったからです。また、砂糖の害がそれほど強調されているとは思っていませんでした。しかし、同様の税はすでにフィンランド、フランス、メキシコ、カリフォルニア州バークレイなどで導入されていますし、導入を検討している国もあるようです。

米国では、全国でこうした税制が導入されれば、国民の健康にもたらす効果は非常に大きいとみられています。ある統計によれば、心臓病と脳卒中の発生件数はそれぞれ10万件、8,000件減少すると見込まれるほか、2万6,000人の命を救う可能性があるそうです。

ジャンクフードへの課税も選択肢に入ってきているようです。肥満や糖尿病、その他の健康に関する問題が増加してきているからです。

米国では、ナバホ族が一定の自治権を保有する保留地「ナバホ・ネーション」で、ジャンクフード税が実施されています。

国や地方公共団体が、健康に関する支出を抑えようと必死になっているわけです。また、こういう風に砂糖が規制されてくると、砂糖の代替物や規制逃れの商品がたくさん出てくるでしょう。どんなものが出てくるのか楽しみです。