



「木の葉ブログ」(ビジネススキル強化お役立て情報)

「マーケティング・その他」「モチベーション・アップ研修」の話題から(2012年8月25日投稿)

マーケティングの世界でよく知られた「靴」に関するお話

前回は靴に関するお話でしたので、今回は、山本が大好きな靴の市場調査に関するお話です。これは、フィリップ・コトラーというマーケティングの大家の本にあったもので、モチベーション・アップ研修でよく使わせていただいています。教訓に満ちたお話なのですが、身近な靴が素材であり受講生からの反応は上々です。

同じ指示を受けた「ご用聞き」「販売員」「マーケッター」の報告は？(原文転載)

香港に靴メーカーを経営する人物がいた。ある日彼は、南太平洋の孤島に靴の市場が存在するかどうかを知りたくなり、ご用聞き(オーダー・テイカー)の男を派遣した。ご用聞きは、ざっと様子を調べて電報を打った。「島の人間は靴をはきません。ここには市場はありません」。

納得のいかない経営者は、次に販売員(セールスパーソン)を派遣した。販売員からの電報には、こうあった。「島の人間は靴を履いていません。ものすごい市場があります」。裸足の人間をおおぜい見かけて、すっかりのぼせてしまったのかもしれない。

そう思った経営者は、第三の使者としてマーケッターを派遣した。マーケティングの専門家である彼は、部族長ならびに数名の現地人にインタビューしたうえで、こう打電してきた。

「島の人間は靴を履きません。そのため、彼らの足は傷つき、瘡(あざ)もできています。私は部族長に、靴を履けば島民も足の悩みから開放されると説明しました。部族長は非常に乗り気です。彼の見積もりでは、1足10ドルなら島民の70%が購入するとのこと。おそらく初年度だけで5,000足は売れるでしょう。

島までの輸送と流通経路の確立に要するコストは1足当たり6ドル程度と思われます。初年度の純益は2万ドルですので、投資額から判断して投資収益率(ROI)は20%となり、わが社のROIを5%上回ります。もはやいうまでもないことですが、この市場に参入すれば将来大きな利益が見込まれます。ぜひ話を進めましょう」。

●未知の分野に挑戦しようとするとき、20%以上の人賛成したら見送るという話を、ある経営書で読んだことがあります。20%も賛成するなら、他でもすでに検討している可能性が高く、パイオニアとしてのメリットを享受できないからとの判断のようです。でも、この「靴」のお話なら、自信を持ってチャレンジできそうですね。

『コトラーのマーケティングコンセプト』(フィリップ・コトラー著/東洋経済新報社)