

ちょっと気になる4P戦略

マーケティング戦略の打ち手はプロダクト（商品）プライス（価格）プレイス（販路）プロモーション（販促）の4Pに集約されるとエドモント・ジェローム・マッカーシーは提唱しました。このコーナーでは日経MJからそれぞれの事例をピックアップしてご紹介。次の一手のヒントにしましょう！サイトではバックナンバーを1000本以上掲載中。



PRODUCT(商品)戦略／ CUSTOMER VALUE (顧客価値)

事例1) ガンプラが戦う駒に進化する？

BANDAI SPIRITSは桌上ゲームの新ブランド「バンダイ・テーブルトップ・ゲームズ」を立ち上げ。10月にガンダムのボードゲーム「ガンダムアッセンブル」を売り出す。指先サイズのフィギュアを駒として用い、盤上で遊ぶゲームになっており、ガンダムが実際に戦っているように見える。眺めるだけのガンブラが、いよいよ戦う駒に進化でん。

事例2) 古本がピクニックシートに化けてん！

中古本売場のバリューブックスは、値段が付かずに古紙回収に回ってしまう古本をピクニックシートにアップサイクルした。表面は紙の質感を残しつつ、裏面はラミネート加工し、花見やピクニックなど屋外で利用できる製品「本だったピクニックラグ」にした。縦90センチ×横135センチで価格は2750円也。ソロピクニックで本も読めそうでん。

プロダクト戦略を妄想せよ！

鑑賞が主だったガンブラをボードゲームの駒として新たないのちを吹き込むバンダイの発想。古紙回収に回すしかなかった古本をピクニックシートとして新たないのちを吹き込むバリューブックスの発想。そこにあるプロダクトをもう一度見直し新たなステージを生み出す発想は、サステナビリティの観点からもヒントになりまん。



PRICE(価格)戦略／ CUSTOMER COST (顧客コスト)

事例1) 毎朝のコーヒーは顔パスで！

東急は回数券を使った「顔パス」でコーヒーを提供する実証を開始した。日立製作所の顔認証技術を活用し、大井町駅近くのカフェ「PARK COFFEE」で導入。顔認証専用コーヒー12杯分の回数券を4500円で販売し顔パスでコーヒーを提供する。毎朝通った昭和の喫茶店でのモーニングも、顔パスで出てきたこと思い出しまん(笑)

事例2) タダで飲めるか？今年の十六茶！

アサヒ飲料はブレンド茶「十六茶」の商品を刷新し、全国8カ所まで16万本を無料配布する計画。花火やお祭りなどで消費者との接点を増やし、夏の風物詩の水分補給に適した商品であることをアピールする。日本中のお祭りを回ったらあちこちで十六茶が飲めるかな？(笑)

プライス戦略を妄想せよ！

現金を使わないキャッシュレスの方法が拡がっているが、顔パスになればカードを出したり、スマホを出したりする手間も省けて何だか嬉しい。アサヒ飲料の十六茶はその商品名にかけて16万本を無料配布。なかなか太っ腹な振る舞いにこちらも何だか嬉しい。プライス戦略で顧客満足を獲得するアイデアには、まだまだ新たな一手がありそうでん。



PLACE(販路)戦略／ CONVENIENCE (利便性)

事例1) その手があったか！燃料費不要の輸送スタイル

フランスのサン・ナゼールに拠点を置くNeoline(ネオライン)社は世界最大級の帆走貨物船を運行。全長136メートル、帆面積約3千平方メートル、速度約11ノット(時速約20キロ)で、従来のディーゼル船に比べて二酸化炭素排出量を約80%削減可能に。荷主はブランド価値や環境価値を重視する企業で、クラランス、ロンシャンなどの高級ブランドやワインなど。早く運ぶよりも、環境に優しく運ぶことを選択するセンスはなかなかイケてまん。

事例2) 空港からはキャンピングカーでGO！

日本航空は空港でキャンピングカーを貸し出すサービスを開始。ウェブサイトから予約すれば1日あたり1万9800円からレンタル可能。利用料金に応じてマイルも付加する。今後はサイト内で車中泊スポットや、地域の体験サービスなども予約できるようにしていく。先ずは成田空港から始めて全国の空港に拡大予定。飛行機+キャンピングカーで旅の楽しみがグッと拡がりそうでん。

プレイス戦略を妄想せよ！

石油が高くなるというニュースの中、風の力で帆走する船で荷物を運ぶという発想は古くて新しい！ブランド企業にとっては物流方法までもがPRポイントになる。また空港からキャンピングカーに乗り継ぐサービスは、これまでの旅の行程を大きく進化させる期待が膨らむ。北海道から九州まで、添乗員にも同乗してもらうとさらに充実した旅になるかもね？知らんけど(笑)



PROMOTION(販促)戦略／ COMMUNICATION (コミュニケーション)

事例1) テレビはコンビニで見るメディアに？

ファミリーマートは店舗のデジタルサイネージの名称を「ファミリーマートビジョン」から「ファミマTV」に変更。広告と物販を組み合わせる「メディアコマース構想」の一環で、自社アプリ「ファミペイ」とも連動することで顧客接点を増やす。今後はタレントの中島健人さんや森香澄さんを起用した新番組を配信。全国約1万1000店のTVに広告出稿している企業は約440社ある。これからのテレビは家で見るものではなく、コンビニで見るものになりそうでん。

事例2) 堅気のあなたも賭博体験ができました？

東映太秦映画村は大規模改修を経て3月に再開業した。江戸期の京都を忠実に再現し、映画村の俳優らが町人や町娘、虚無僧などに扮して来場者を歓迎。家屋の中で丁半博打を体験したり、正座して重たい石を抱えるなど取り調べも体験できる。入場料は大人2800円で夜9時まで営業。仕事帰りに江戸時代にタイムスリップできまん(笑)

プロモーション戦略を妄想せよ！

家でテレビを見なくなった時代、コンビニでテレビが再生するのか？広告を出稿する企業にとっては、家のテレビよりも売り場のテレビの方がきっと魅力的な媒体に成り得る。これまでは撮影セットの一部を一般に公開してきた映画村が、改めて顧客のための施設に大改装。まさにマーケティング視点を取り入れた令和の変身に、おのおのがたも期待でん。



スマイルマーケティングトピックス

一般雑談法人「日本マーケティング商店街」(仮称)を発足!

長年連載している「ちょっと気になる4P戦略」を題材に、雑談力を鍛える集まりを始めます。先ずはテスト開催。みなさんのちょっと気になるモノやコトを持ち寄りながら、わいわいガヤガヤした雑談からビジネスのネタを発掘します。近所の井戸端会議のように気軽にお越しください。

日時: 2026年5月20日(水) 19:00~22:00

会場: アイエスビル3Fレトロルームにて+ご希望に応じてハイブリッド開催も検討中

住所: 大阪市中央区内平野町2-1-2アイエスビル

参加費: 投げ銭にて

定員: 10名(先着順)

講師: なにわのマーケティングコーチ高橋健三

イベント詳細及び申し込みはこちら ⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒



👤👤👤 妄想ワークショップ」導入ご提案!

ゲスト講師による最新情報をインプットした上で、自社の成長戦略や新規事業を妄想するカスタマイズ型のプログラムです。イノベーション、デザイン経営、生成AIなど。最前線で活躍中のゲスト講師が登場し、参加者とインタラクティブな対話を提供します。お問い合わせ: info@smile-mk.comまで

「次世代リーダー育成プログラム」導入ご提案!

次の時代を委ねたい若手リーダーを育成するプログラム。リーダーシップ、コミュニケーション、チームビルディング、そんな力を伸ばすためワークショップデザイナーが各社に合わせたカスタマイズプログラムを設計。スタッフの視座を高め、視野を広げます。お問い合わせ: info@smile-mk.comまで

NEW 五感に響くマーケティングアクション (日経MJ4月1日~30日記事より)

視覚、聴覚、嗅覚、触覚、味覚と人間の五感に響くアプローチに着目した新コーナーが誕生!
視覚と聴覚の2/5感に依存するデジタル世界を飛び出して人間が本来持っている5/5感にアプローチしてみませんか?

👅「味覚」に響く四季の羊羹

まるやは「たまよせ四季の羊羹」を発売。春は桜の葉を練り込んだ「さくら」夏は愛媛県産レモンの「レモン」秋は徳島産鳴門金時の「おいも」冬は「いちご」に定番の「あずき」を加えて5本入り。四季を感じるには、よう噛んで食べなあきまへんな。



👁️「視覚」に響く市流れ家具

建築会社やの組では、朽ちたり、穴が空いたりして木材市場で価値がつかず眠っていた「市流れ材」を活用したテーブル、イス、棚などの家具を商品化。唯一無二の商品であることからシリアルナンバーで記録している。1点ものには不思議な魅力があらまんな。



👋「触覚」に響く日本酒の入浴剤

菊正宗酒造は日本酒とエプソムソルトを保湿成分として加えた入浴剤「菊正宗酒蔵のととの入浴料 酒と塩」を発売。日本酒に含まれるアミノ酸14種と、8種の植物成分やパパイア酵素も配合。とろみある湯で温もりそうでんな。



👉 だいぶ気になるコラボレーション戦略 (日経MJ4月1日~30日記事より)

■ダイソー&ユニクロ

大創産業は300円均一の「スタンダードプロダクツ」誕生5周年企画の一環でユニクロとコラボTシャツを発売。ユニクロ銀座店「UNIQLO TOKYO」で取り扱い。Tシャツは1990円也。



■SOUSOU&クミカ工業

自転車ヘルメットのクミカ工業は、京都のテキスタイルブランドSOUSOUとコラボして帽子型のヘルメットを発売。キャップ型とハット型を展開。



■日比谷花壇&セガXD

日比谷花壇はゲーム開発のセガXDとコラボしてカードゲームを開発。植物の特徴や楽しみ方を教える「花育」に向けてゲーミフィケーションの手法で、若年層に訴求する。



👉 読んだら損するしょ〜むない話

毎月スマイルメルマガを締めくくるのはこのコーナー。読んだらほんまに損するか?損しないか?読んでみなければわからない(笑)

No.278 ゴールデンウィークの伸ばし方

4月29日から5月10日まで最長12連休のゴールデンウィークを楽しむ人がいる中で、暦通りに働く人もいる。それなら祝日をどんどん増やして、みんなが休めるようにしてみては?と妄想したのであります。

4月29日「昭和の日」で祝日

前半の平日を祝日に!

4月30日→平成を懐かしむ日に

5月 1日→令和を満喫する日に

5月 2日→改めて昭和100年を祝う日に

5月 3日「憲法記念日」で祝日

5月 4日「みどりの日」で祝日

5月 5日「こどもの日」で祝日



5月 6日「3日の振り替え日」で祝日
後半の平日を祝日に!

5月 7日→コナモンを大切にする日に

5月 8日→八で末広がりを祝す日に

5月 9日→互いにご苦労さんと称え合う日に

5月10日→ゴットンゴットン蒸気機関車の日に

これで来年から12連休取れそうでんな・・・知らんけど(笑)
来月も引き続きしょ〜むないネタにご期待ください。