



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に集約されるとエンドモント・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) こりゃ手も足もでる商品でんがな（笑）

生活雑貨のアメイズプラスは、切り込みを入れた布団から手足だけを出す夏布団「手足だけ出る夏布団」を発売。寝返りを打つてもはだけにくい作りにした。熱帯夜に使うエアコンの冷風による寝冷えを防ぐ効果にも期待。価格は1万7468円。これぞ令和ならではのイノベーションかもしれない（笑）



事例2) ファン付きTシャツで通勤しよう！

はるやま商事は小型ファン付きTシャツを初めて発売。左右に直径8.5センチのファンを付け、首元や袖口の調整紐で空気の流れる量や好みのシルエットを調整する。価格は1万7900円也。この夏、デキる男のたしなみとして定番になるかもね（笑）



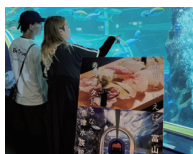
プロダクト戦略を妄想せよ！

今年も酷暑が想定されるニッポンの夏。昼間はファン付きTシャツで涼をとり、夜間は手足を出せる布団でぐっすり睡眠。自然環境が厳しくなると人間の知恵がどんどん爆発。まるでカンブリア紀のように新たな種が生まれてくる訳でんな。どうする？次なる酷暑対策プロダクト？

PLACE(販路)戦略／ CONVENIENCE（利便性）

事例1) 水族館ですしネタを鑑賞しよう？

富山県の魚津水族館は、25年から「寿司ネタ見るなら魚津水族館」というコピー展開で大人の来館者を増加。館内では、富山湾大水槽の前で地魚を使ったにぎりずしを味わう寿司イベントを実施。魚津漁業組合と連携して隣接する食堂「魚津丸キッチン」で旬の魚を使った限定メニューを月替わりで提供。水族館が魚を「見るところ」から「食べるところ」へ出世でんな魚だけに（笑）



事例2) 映画を観るならスマホは封印で！

東急レクレーションは、川崎市内の映画館で「デジタルデトックス」を応援するイベントを開始。高校生と大学生が対象で、109シネマ川崎で映画を鑑賞する学生に、封筒を配布し、電源を切ったスマホをいれてもらう。封筒の引換券で次回来場時にポップコーンと交換が可能。若者のデジタルデトックスへの関心に対応した企画だが、シニア層も対象にしてもらいたいもんでんな。



プレイス戦略を妄想せよ！

水族館ですしネタを鑑賞するというテーマで集客する仕組み。映画館でデジタルデトックスを体験するという仕組み。水族館も映画館も同種の施設は多数あり、消費者からすれば、ここを選ぶ理由が欲しいところ。水族館→魚→寿司。映画館→スマホオフ→デジタルデトックス。という連想ゲームからアイデアが生まれそうでんな。

PRICE(価格)戦略／ CUSTOMER COST（顧客コスト）

事例1) 関西最高40億円のマンションでどやさ！

積水ハウスはグラングリーン大阪の南街区のタワーマンション「グラングリーン大阪 THE SOUTH RESIDENCE」の概要を発表。総戸数538戸で平均2億円前後。最上階の4戸はなんと40億円で関西最高額になる。JR大阪駅から徒歩3分で、27戸には専用エレベーターで自家用車のまま乗り入れられる「カーギャラリー」もある。自分で買うのではなく、ここに住む人と友達になりたい（笑）



事例2) クジラの生肉1キロ40万円でどやさ！

仙台市中央卸売市場でナガスクジラの生肉が取引された。その取引量は約2トンで最高値はなんと1キロ40万円。最高値がついたのは「尾の身」と呼ばれる希少部位で、水産卸の鈴木水産が競り落とし。つい先日ハリハリ鍋を食べたけど、またクジラが恋しくなりまんな。



プライス戦略を妄想せよ！

関西最高額のマンションが40億円、仙台港最高額のクジラ肉が40万円。プロダクト（商品）の価値が高いとプライス（価格）も高くなるが、逆にプライス（価格）が高いので、プロダクト（商品）の質が良いとも判断できる。プロダクトを見るか？プライスを見るか？それが問題であ〜る。

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

事例1) はたちになったらウイスキーで乾杯！

キンビールは蒸留したてのウイスキーを販売し、20年間熟成させた後に購入者に届ける新サービス「人生を共に生きるウイスキー」を発売。参加費は11万円で富士御殿場蒸留所で2019年から2026年までに製造した原酒を購入。20年間の期間中に計6回、熟成途中のウイスキーのサンプルも届ける。ウイスキーに負けないように自分も熟成しとかんなあきまへんな。



事例2) 24時間の二酸化炭素回収走行とは？

マツダは24時間耐久レースで、走行中の排気から二酸化炭素を回収する車の実証走行を実施。スーパー耐久シリーズ2026で、マツダ3をベースにした車両CO2を回収する装置を着用。今年のレースでは804グラムのCO2を回収し、2035年をめどに実用化を目指している。走れば走るほどCO2を回収する仕組みはさすがでんな。



プロモーション戦略を妄想せよ！

大人にならなければ飲めないウイスキーを20年間熟成してくれるキンビールのサービス。車で走りながら二酸化炭素を回収してくれるマツダの技術。ウイスキーも車も大人が対象の商品ではあるものの、これまでとは違うヒネリを加えることで、新たな魅力を創造している。まだまだアイデアは尽きまへんなあ。

■発行元 株式会社スマイルマーケティング 高橋健三/グロービスMBA URL: www.smile-mk.com
〒540-0037 大阪市中央区平野町2-1-2 アイエスビル4E / 東京サテライト 〒103-0005 東京都中央区日本橋久松町9-9-6F
TEL: 06-6966-2525 (ニコニコ) FAX: 06-6966-2277 E-MAIL: kenzo@smile-mk.com

すべてのマーケティングは「笑顔」のために！

スマイルマーケティングトピックス

第3回一般雑談法人「日本マーケティング放談会」開催！

先月発足した新たな集まり。第2回を開催します。ちょっと気になる雑談から未来を妄想する放談へ。視点を増やす機会としては是非お越しください。

日時：2026年7月16日（木）19時～21時30分
会場：アイエスビル3Fレトロルーム
住所：大阪市中央区平野町2-1-2アイエスビル
参加費：投げ銭にて
プログラム：ちょっと気になる4P、五感に響くアクション、そうだ！博物館へ行こう！など、そして今月はゲストトークも準備中です
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



「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MJ6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？

「触覚」に響く軽量ポロシャツ

はるやま商事は、薄く通気性が高い素材を使用した軽量ポロシャツ「アイボロ超軽量シリーズ」を発売。既存の商品から約4割軽くなった。自宅で洗濯ができ、アイロン不要でシワになりにくい。価格は5690円也。



「嗅覚」に響く無香料洗剤

無印良品は水で薄めて使う無香料の家庭用洗剤を発売。店舗から持ち帰る負担を減らし、収納もしやすくなる。香りがいいものが欲しいというニーズに対応。食器用、風呂用、トイレ用、と家中の掃除用洗剤を揃える。価格はいずれも299円也。



「味覚」に響くラーメンスタンプラリー

山形県南陽市、福島県喜多方市、山形市は各市のラーメン店を巡るデジタルスタンプラリーを実施。7月11日から10月13日まで。条件を満たし抽選に当たれば各市の特産品をもらえる。3市の225店が対象。



だいぶ気になるコラボレーション戦略（日経MJ6月1日～30日記事より）

■ジャングリア&オリオンビール

ジャングリア沖縄は7月25日の開業1周年に合わせて、オリオンビールとコラボし、Tシャツやタオルなど10種類のコラボ商品を発表。オリオンのロゴを描いたTシャツや、ジャングル柄のシャツやタオル、タンブラー、キーホルダーなどを展開。



■エステー&スズキ

エステーはスズキとコラボし、自動車向けの消臭・芳香剤を発売。商品名は「Air Forest YOWAN」北海道産のトドマツの間伐材から抽出した天然精油を配合。実勢価格は本体1980円、詰め替え1480円也。



■ローソン&ナルミヤ

ローソンはナルミヤ・インターナショナルとコラボし、Tシャツやレギンスなどオリジナル子供服を発売。サイズ80センチと90センチのTシャツ、レギンス、スタイ、ハンカチなど。ナルミヤの子ども服ブランド「petit main」からローソン限定商品として展開。



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.280 七夕の願い事

7月7日の七夕は、願い事を書いて笹に吊ると叶うと言われています。年に一度の七夕なので、願い事をあれこれ考えてみました。

願い事一)

楽しかった大阪・関西万博。
来年も夢洲で開催されますように！

願い事二)

勝てそうで勝てなかったワールドカップ。
敗者復活戦がありますように！

願い事三)

益々暑くなりそうな今年の夏。
自分の周りだけ、涼しくなりますように！

願い事四)

毎年上がる新入社員の給料、
ベテランの私の給料も上がりますように！

願い事五)

関西最高値40億円のマンション、
宝くじが当たって買えますように！

結局、お金の願い事になってしまった・・・

あなたの願い事も叶いますように！

来月も引き続きしょ～むないネタにご期待ください。

