

今こそ顧客ニーズを正しく把握しよう

1. 本当に欲しい情報はネット上に無い

立ち食い蕎麦屋のメニューの多くは「そば」か「うどん」を選択できます。その注文割合を御存知でしょうか？ ネットで検索してみてもそれらしき答えは見つかりません。答えは、そば：うどん＝94%：6%だそうです。都内十数箇所で、筆者が実際に店員に聞いて得た答えの平均値です。

次に「バッグはどこでいつ買う」という質問にはどう答えられるのでしょうか？ これを女性50人に街頭アンケートをしてみたところ、一番多かった答えは、「衝動買い(45%)」です。気に入ったものであれば、「場所やブランドは気にしない」と答える方が実に9割を超えました。アパレル企業であれば無視できない情報ではないでしょうか。この情報を得て、アパレル企業A社では、実店舗を増やすよりも販売チャネルを増やすことを意思決定し、売上を伸ばすことができました。この情報も当時ネットでは知ることができなかった内容です。

2. 誰も知らない情報が成功の確率を上げる

筆者自身も、並いる競合企業の中にあって、とあるビジネスを成功させた経験を持ちます。今でこそ中国人の爆買いや訪日外国人が過去最高を記録(2015年上半期)したことがニュースで何度も取りあげられています。今から数年前にもクールジャパンブームがありました。ネット販売を海外顧客に行なうために必要なのは、何はともあれプラットフォームです。大手各社がこぞってこのプラットフォームを構築し、顧客を開拓する市場に参入しました。大手と同じ取り組みでは勝てるはずもなく、筆者はこのビジネスの中の“隙間”を見つけることに時間を割きました。それが顧客アンケートを中心とした市場調査です。

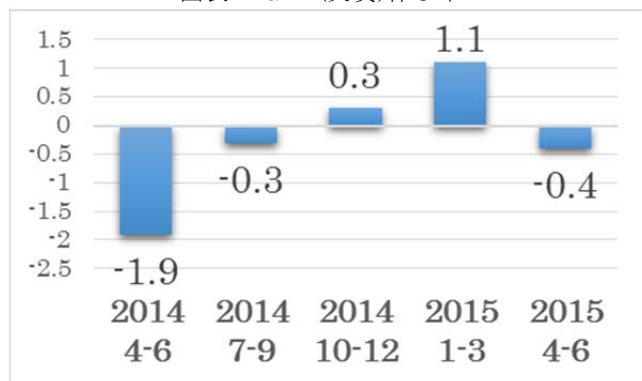
見込み客を飛び込みで訪問し、さらにはターゲット層を絞ってネットアンケートを行なった結果、「顧客の一番の困り事」を発見することができました。大手企業のプラットフォームが顧客獲得で苦しむ中、アンケート結果を元にして開発した筆者のサービスは、多くの顧客に受け入れて頂きました。

3. 勢いに乗るにしても「慎重」に

ところで、ビル建築や新店の出店ラッシュの様相を見せる街中を見渡す限り、確かに景気が上向いてきたのかと実感するところですが、8月を過ぎたところが一転、中国経済の減速や個人消費が大幅にマイナスに転じたこともあって、GDPは3期ぶりにマイナスに転じたと発表されました。(図表1)

甘利明経済再生担当相は8月17日の会見で、天候不順などの「一時的な要因が大きい」との見方を示し、同時に「回復の見込みはかなりある」と語っています。一方、景気は踊り場に差し掛かり、回復見込みには慎重な見方を示しているエコノミストも少なくありません。

図表1 GDP(実質)伸び率



内閣府公表データより作成

各方面で様々な憶測が飛び交う中、自社に都合のいい情報を信じたい気持ちから、数年先に控えたオリンピック開催への期待感なのか、または競争相手に遅れを取りたくない焦りの気持ちからか、楽観的な拡大戦略を描いてしまう企業は要注意です。

一時の売上拡大は実現できても、中期的に安定した収益基盤を作ることができなければ、投資は失敗に終わります。どんな時でも重要なのは、顧客ニーズを捉え、顧客が価値を感じる商品やサービスでなければ、市場に長く留まることはできません。そのためには、顧客の声を「見える化」することが欠かせないのです。

4. どうすれば顧客の声を「見える化」できるのか？

このような相談をクライアントから度々いただきますが、難しいことは何もありません。以下、その方法を紹介します。

図表2 顧客アンケートの方法

方法	内容
① 直接質問	街や人が集まるところで直接声をかけて聞き取ります
② ネットモニター	インターネットアンケートサービスを活用します
③ 集合調査	特定の人を一同に集め、座談会形式でヒアリングします
④ 会場調査	サンプル品の利用、試食に対する意見を収集します
⑤ 紙面回収	配布物や商品へ同梱して返送してもらいます(ネット形式も含む)

筆者の経験に基づき作成

本資料は当社が信頼できると判断した情報源から入手した情報に基づいて作成されていますが、明示、暗示にかかわらず内容の正確性、あるいは完全性については保証するものではありません。また、発行日現在の法令・関係規制等をもとに作成しておりますので、その後の改正等にご注意ください。なお、本資料は有価証券の取引その他の取引の勧誘を目的としたものではありません。

いっしょに、明日のこと。
Share the Future



SMBC日興証券

「難しい」とか「やったことが無いからわからない」という方がいれば、それは単純に“食わず嫌い”だと言わざるをえません。確かに①の直接質問は多少の勇気と労力が必要ですが、思い立ってすぐ実行に移せることにメリットがあります。迅速な意思決定が必要な場合には、是非採用したい方法です。この方法がどうしても採用できない場合には、②以降の方法の採用を検討すると良いでしょう。

5. ただやれば良いというわけではない

このアンケート、ただやれば良いというわけではなく、まず「目的」を明確にすることが重要です。一般的にアンケートの目的には、A: 事実発見型とB: 仮説検証型の二つがあります。

図表3 顧客アンケートの目的

方法		目的
A	事実発見型	問題の構造や原因がよくわからない、問題があるのかどうかすらわからない状況で、調査対象の実態を把握する
B	仮説検証型	問題の構造や原因が過去の調査や経験からある程度推測(仮説)でき、これを正しいか間違っているのかを確かめる

会社の提供する商品やサービスが、“顧客のどんな要求を満たすのか”を今一度明確にしましょう。実態をあいまいな理解でしか捉えていない場合は事実発見型のアンケートで、より深く踏み込んで商品やサービスの特徴を明確にし、差別化の要素を具体化したい場合は、仮説検証型のアンケートを行ないます。ひと手間惜しまないことで、ビジネス成功の確率は格段に変わります。

(提供: 朝日税理士法人)

本資料は当社が信頼できると判断した情報源から入手した情報に基づいて作成されていますが、明示、暗示にかかわらず内容の正確性、あるいは完全性については保証するものではありません。また、発行日現在の法令・関係規制等をもとに作成しておりますので、その後の改正等にご注意ください。なお、本資料は有価証券の取引その他の取引の勧誘を目的としたものではありません。

いっしょに、明日のこと。
Share the Future



SMBC日興証券

金融商品取引法第 37 条(広告等の規制)にかかる留意事項

本資料は、法制度/税務、自社株評価、相続/事業承継、株主対策/資本政策、オファリング、M&A/IPO、年金/保険等の諸制度に関する紹介や解説、また、これに関連するスキーム等の紹介や解説、及びその効果等に関する説明・検証等を行ったものであり、金融商品の取引その他の取引の勧誘を目的とした金融商品に関する説明資料ではありません。記載の内容に従って、お客様が実際にお取引をされた場合や実務を遂行された場合の手数料、報酬、費用、その他対価はお客様のご負担となります。なお、SMBC日興証券株式会社(以下「弊社」といいます。)がご案内する商品等へのご投資には、各商品等に所定の手数料等をご負担いただく場合があります。例えば、店舗における国内の金融商品取引所に上場する株式等(売買単位未満株式を除く。)の場合は約定代金に対して最大 1.242%(ただし、最低手数料 5,400 円)の委託手数料をお支払いいただきます。投資信託の場合は銘柄ごとに設定された各種手数料等(直接的費用として、最大 4.32%の申込手数料、最大 4.5%の換金手数料又は信託財産留保額、間接的費用として、最大年率 5.61%の信託報酬(又は運用管理費用)及びその他の費用等)をお支払いいただきます。債券、株式等を募集、売出し等又は相対取引により購入する場合は、購入対価のみをお支払いいただきます(債券の場合、購入対価に別途、経過利息をお支払いいただく場合があります。)。また、外貨建ての商品の場合、円貨と外貨を交換、又は異なる外貨間での交換をする際には外国為替市場の動向に応じて弊社が決定した為替レートによるものとします。上記手数料等のうち、消費税が課せられるものについては、消費税分を含む料率又は金額を記載しております。

本資料は、弊社が信頼できると判断した情報源から入手した情報に基づいて作成されていますが、明示、黙示に関わらず内容の正確性あるいは完全性について保証するものではありません。また、別段の表示のない限り、その作成時点において施行されている法令に基づき作成したものであり、将来、法令の解釈が変更されたり、制度の改正や新たな法令の施行等がなされる可能性もございます。さらに、本資料に記載の内容は、一般的な事項を記載したものに過ぎないため、お客様を取り巻くすべての状況に適合してその効果等が発揮されるものではありません。このため、本資料に記載の内容に従って、お客様が実際に取引をされた場合や実務を遂行された場合、その期待される効果等が得られないリスクもございます。なお、金融商品の取引その他の取引を行っていただく場合には、株式相場、金利水準、為替相場、不動産相場、商品相場等の価格の変動等及び有価証券の発行者等の信用状況(財務・経営状況を含む。)の悪化等それらに関する外部評価の変化等を直接の原因として損失が生ずるおそれ(元本欠損リスク)、又は元本を超過する損失を生ずるおそれ(元本超過損リスク)があります。なお、信用取引又はデリバティブ取引等(以下「デリバティブ取引等」といいます。)を行う場合は、デリバティブ取引等の額が当該デリバティブ取引等についてお客様の差入れた委託保証金又は証拠金の額(以下「委託保証金等の額」といいます。)を上回る場合があると共に、対象となる有価証券の価格又は指標等の変動により損失の額がお客様の差入れた委託保証金等の額を上回るおそれ(元本超過損リスク)があります。また、店頭デリバティブ取引については、弊社が表示する金融商品の売付けの価格と買付けの価格に差がある場合があります。上記の手数料等及びリスク等は商品毎に異なりますので、当該商品等の契約締結前交付書面や目論見書又はお客様向け資料等をよくお読みください。なお、目論見書等のお問い合わせは弊社各部店までお願いいたします。また、実際の取引等をご検討の際には、個別の提案書等をご覧いただいた上で、今後の制度改正の動きに加え、具体的な実務動向や法解釈の動き、及びお客様の個別の状況等に十分ご留意いただき、所轄の税務署や、弁護士、公認会計士、税理士等の専門家にご相談の上、お客様の最終判断をもって行っていただきますよう、お願い申し上げます。

商号等：SMBC日興証券株式会社 金融商品取引業者 関東財務局長(金商)第2251号
加入協会：日本証券業協会、一般社団法人日本投資顧問業協会、
一般社団法人金融先物取引業協会、一般社団法人第二種金融商品取引業協会

(2014年12月1日現在)

いっしょに、明日のこと。
Share the Future



SMBC日興証券