

地域創生

keyword

- 産学公連携
- グローバル生活研究
- 顧客起点のストーリーマーケティング
- 360° マーケティング

【代表的な研究テーマ】

産学公連携による地域創生

顧客を起点としたストーリーマーケティング／360° マーケティング

上田 雄三郎
Yuzaburo Ueda

社会連携研究センター
主任社会連携
コーディネーター

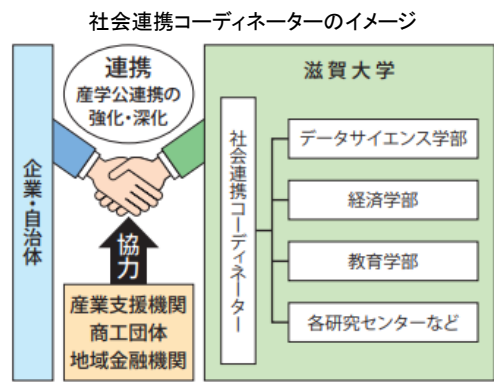
【プロフィール】
慶応義塾大学 法学部法律
学科卒業後、松下電器産業
株式会社(現 パナソニック)
に入社。
2018年4月より、滋賀大学
社会連携研究センター所属。

【主な講演】

- ・「The Business of Longevity2017」
2017年10月 香港
The Economist
- ・第151回「未来洞察×社会
課題×ビジネスイノベーション」シンポジウム
2018年2月 日本・東京
政策分析ネットワーク
- ・子育て家電というマーケティング
2007年10月 日本・東京
日経マーケティング ジャー
ナル

課題解決に役立つシーズの説明

1) 産学連携による地域創生
社会連携コーディネーター活動を通じて、地域金融機関・産業支援機関・商工団体などの協力を得ながら、様々な企業との連携や、新産業の創出等の地域創生活動の核として、産学公連携の強化を図ってまいります。



2) 顧客を起点としたストーリーマーケティング／360° マーケティング
この30年を見ると顧客価値が、機能的価値から意味的価値に変わってきています。このことは、機能・スペックを強化するだけでなく、商品・サービスにストーリーがより重視されていることを表しています。



そこで、ライフスタイルの中のニーズ・ウォンツに、トレンド、マクロを掛けあわせて、顧客インサイトを導出し、商品・サービスを実現することが、競争優位につなげる条件となります。これらを、購入時だけでなく、購入前・購入後も360°で実行することが、真の顧客の信頼を勝ち取ることができます。

顧客インサイトの情報整理

ライフスタイル	衣	食	住	エンタメ								
ニーズ ウォンツ	環境に良いことを 人に魅せたい	安全な食品 挑戦したい	楽しくやりたい アクティブでいたい	委ねたい 逃避したい	広々と使いたい 危険を回避	ムダをなくしたい 世話をしたい	予防したい 参加したい	健康になりたい 発信したい	美しくなりたい 人と繋がってほしい	癒されたい 効率的に学びたい	カスタマイズしたい 自分で組立てたい	応援したい
トレンド	高齢者増加 少子化 世界人口減少 都市化	女性社会進出 閉塞感 教育水準上昇 デジタルリテラシー	海外旅行ブーム 先進国の模倣 肥満増 長時間労働	エコ意識 ワークライフバランス 構造的発信 健康・QOL	健康・QOL ストレス SNSからの発信 SNSの活用向上 一人多様化	より高い品質 意識変化 ネット購入 より情緒的 リアルタイム	消費意識変化 シニア シニア					
マクロ	Geographic	Culture	Population	Economy	Infrastructure	Income/Expenditure	Possession	Living condition				

これらは、一例です。

イノベーションの出発点は、顧客がどんな結果を求めているかを解明し、自分の組織がその要求を満たすにはどうすればよいかを検討すること(「競争優位の終焉」リタ・マグレース著 日本経済新聞出版社より)