8．書評

『ウサギくんと少年ルッコラのマーケティングの物語』

著者：小川　亮
出版：日本能率協会マネジメントセンター
発行：2013 年 10 月 6 日



「50 年も変わらない、売れるモノをつくる 10 の基本」この本のサブタイトルである。お母さんと二人暮らしの小学生ルッコラがある日突然空から舞い降りてきたロボットの「ウサギくん」と一緒に発明品を多くの人に売ろうと挑戦する。その経験を通じてモノをつくって売ることにはどんなことが大事かを学んでいく絵本仕立てのストーリーである。その中でマーケティングとは「商品をつくり、お客さんに喜んでもらい、お客さんとずっといい関係を作るための仕組みづくりである」と書かれている。

物語は以下の 10 章で構成されており、各章はまず、絵本によって物語が描かれ読み手に興味関心を抱かせて、そこからマーケティング理論を学ぶといった展開になっている。

1 章　コンセプト
2 章　顧客満足
3 章　商品の話
4 章　価格の話
5 章　流通の話
6 章　広告の話
7 章　競争戦略の話
8 章　事業戦略の話
9 章　サービスの話
最終章　イノベーションの話

１章と２章では、すごいモノだからといって売れるわけではなく、顧客にとって何の役に立つのかが明確でないと売れない。つまり顧客満足を実現するコンセプトの重要性を学ぶことができる。物語の中では空飛ぶ傘とハンドくんといった高機能製品に欠けているコンセプトと顧客満足の重要性が描かれている。３章から６章ではマーケティングの４Ｐを学ぶことが出来る。商品には「基本価値」「便宜価値」「感覚価値」「観念価値」といった４つの価値があること。価格は「品質÷価格」によって「お買い得感」をお客さんに感じてもらえるかが大切であること。流通ではチャネル選択が重要であること。そして広告をはじめとしたセールスプロモーションについて学ぶ。７章、８章では競合他社との戦い方について学び、最終章ではイノベーションについて学ぶ。

絵本といった物語によって、親近感が湧く表現にはなっているものの、内容はまさにビジネスにおけるマーケティングのお話であり、そこには非現実的なファンタジーが描かれているわけではない。ルッコラ少年とウサギくんが繰り広げるビジネスの物語である。

起業教育研究会 企画委員
京都府立京都すばる高等学校 企画科学科長　貴島良介