



J S P 講座

販路開拓・販売手法開拓

現代の北前船

ジャパンシーライン プロジェクト

(株)シーズコア 代表取締役 渡部 紘士

北前船に学ぶこれからの日本 地産品を域外に出す！





21世紀の北前船JSPの目指すもの

生産者と共に 消費者のために
伝統日本の食と職を広く世界に発信する



J S P ジャパンシーライン プロジェクトの目的

- ▶ 1. 日本各地に潜在する伝統の【職と食】に関する**情報を発掘**する。
- ▶ 2. 日本伝統文化の魅力や価値を発掘・創出して、広く**国内外に発信**する。
- ▶ 3. 日本伝統の職と食に関する市場を国内外に開拓し、商品を**広く流通**させる。
- ▶ 4. 日本の**地方の活力を呼び起こす**ことに貢献する。
- ▶ 5. 日本伝統の職と食を**次世代に伝える**役割を果たす。

『アウトバウンド』

と

『インバウンド』

『インバウンド』を促す『アウトバウンド』

インバウンドとは何か

インバウンドはなぜ起きるか

インバウンドを起こすには



6

上質のアウトバウンドは上質のインバウンド
を起こす

アウトバウンドとインバウンド 海外へ上質の情報を発信する（アウトバウンドする）



同質化

と

差別化



グローバル化は同質化

同質化を避けるには理念しかない

同質化の種類について

1. 価格の同質化
2. 機能の同質化
3. サービスの同質化



夜更かしをしたけれど、明日は朝早くからレストランの仕入れに市場に行かなくてはなりません。寝坊をしなければ良いですね。

コモディティとコンテキスト - 1

10

- ➡ 競争店、競争品が増えると同質化（コモディティ）を避けるためにコンテキスト（文脈・物語）が重要になる。
- ➡ 品質や価格の優位さをアピールするか、製品にまつわるライフスタイルを表現して戦うか。
- ➡ マーケティングによりターゲットの設定をして表現の仕方を変えます。
- ➡ 製品・サービス以外の独自性を探しコモディティ（同質化）からの脱却を目指す。

コモディティとコンテキスト - 2

- ➡ 理念に共感してもらい、品質価値以外の『顧客価値』に集中し、他社製品と比べられない価値を表現する
- ➡ 消費者に応援してもらえ企業になるための企業活動をし、活動を通して未来を描き、消費者に支持をしてもらう。
そんな企業の商品が売れる。
- ➡ 素敵な未来を描けない企業の製品は消費者に受け入れられなくなる。

コンテキストは重要な販促ツールです。

企業活動→豊かな未来想像→豊かな生活の実現→購買行動とつながっていきます。

グローバル化とはコモディティ化であることを認識する。

◎ 同質化を避け市場・顧客を動かすには

* 歴史、思い、ストーリー、コンセプトは同質化しない

◎ 商品に必要となるストーリーの確認

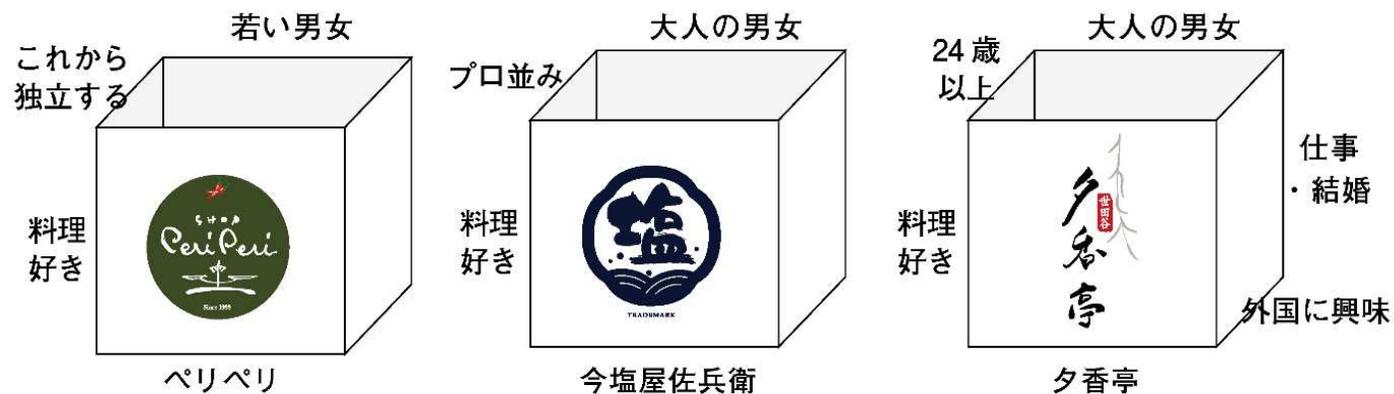
商品化に至った理由、このビジネスを始めた理由などを商品に表す

他社との同質化を避けるために自社の商品コンセプトの再確認をする。

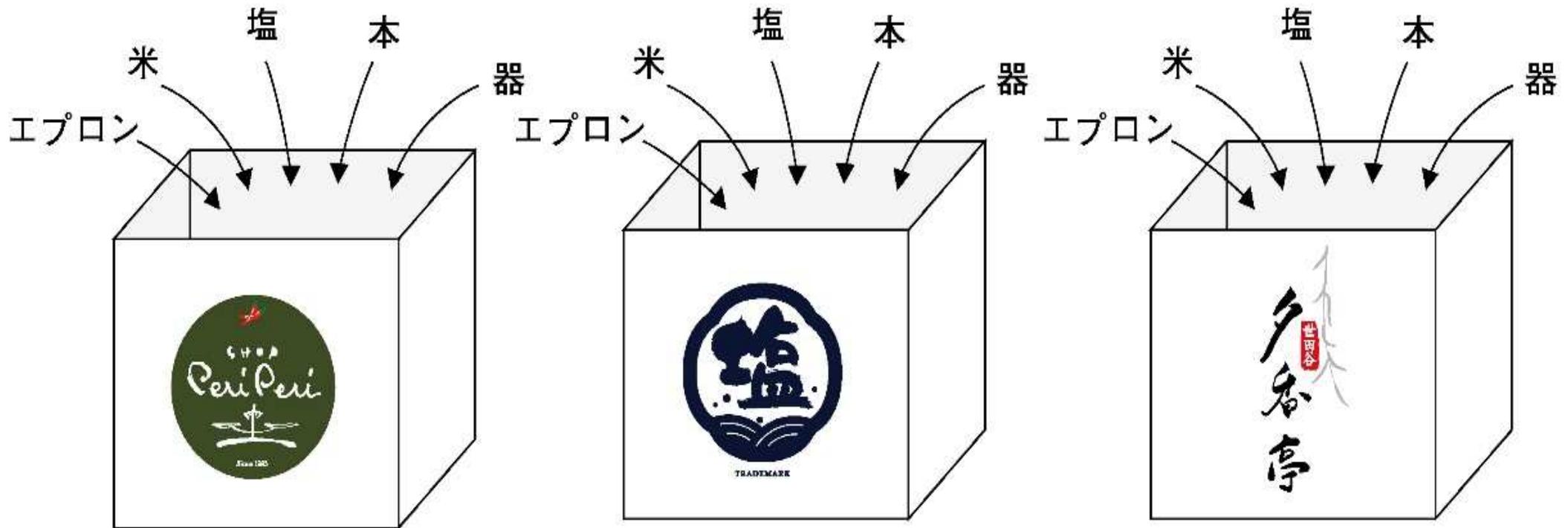
コンセプトの無い商品はストーリーが描けない、そして他社製品と同質化をする。

『市場を構成する要素』 の考え方

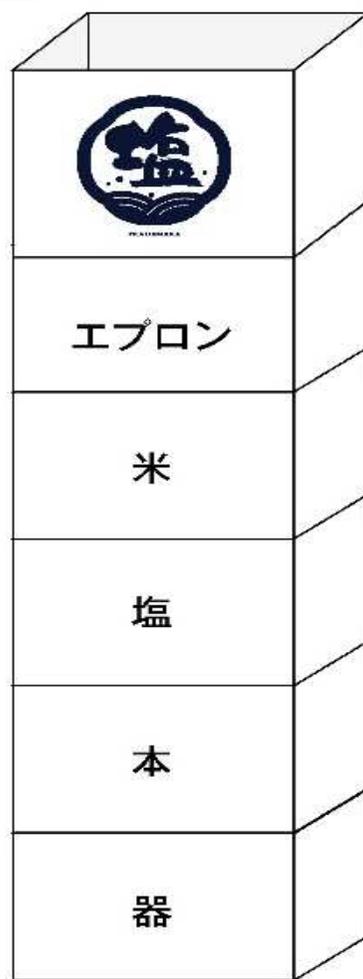
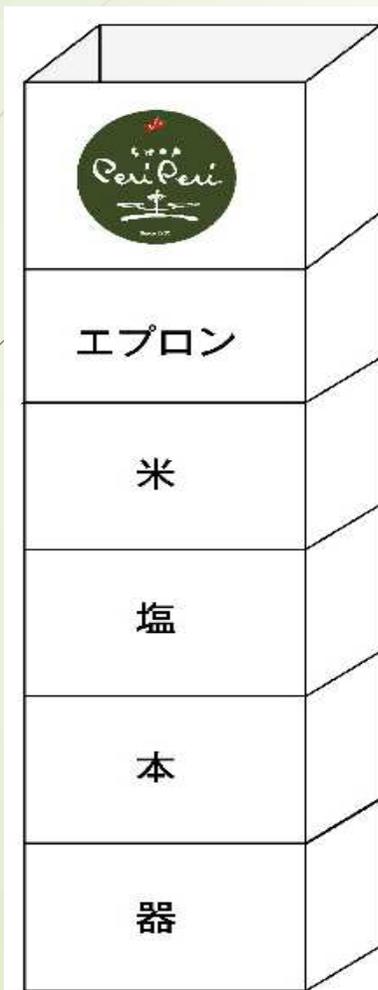
同質化を避ける 『市場を構成する要素』の考え方



箱の中に入れる物（商品・考え方）



箱に入った物（商品・考え方）の建物



横串（理念・コンセプト）を刺す



市場（顧客）を明確に設定する

母と子供



食を通して子供達に社会勉強をしてもらう絵本を中心の品揃えに

男性<女性



”キーワードは女性は近づくな”
男性好みのアイテム群であるが女性から男性へのプレゼントを提案する。

働く女性



働く女性の夜9時から朝の8時までを食を通してサポートする。
売り場はバストイレ用品、健康用品、美容用品

同質化を避ける具体的な商品コンセプト 例 1

・ 白か黒かハッキリしろ

CAFÉ & BAR

W O R B

A comfortable, relaxing atmosphere where time flows leisurely. A jazzy modern ambience.

Café & Bar ICI is the perfect place where you will find peace and relaxation.

- ・ ジャズ、珈琲、カクテル
- ・ 男のたまり場
- ・ 女性は近づくな
- ・ ターゲットは女性
- ・ 女性から男性への贈り物
- ・ 紳士服売り場の新企画
- ・ 100店舗を確保
- ・ 高額品ではない

白か黒かハッキリして



市場確保の基本行動

◎ 市場確保の基本行動

* 情報の収集

- ・ 集めただけでは何もならない

* 収集した情報の分析

- ・ 何故これが起きたかを考える

* 分析した情報を基に戦略を立てる

- ・ 理念を実行に移すための行動指針をつくる

* 戦略に基づいた作戦を立てる

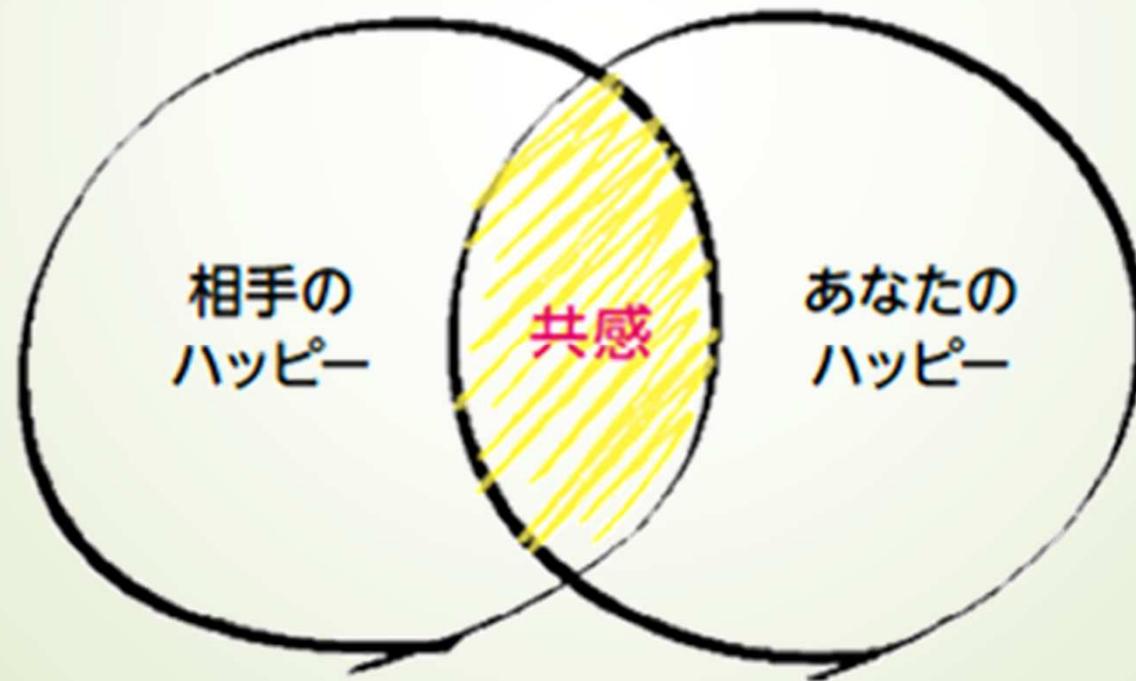
- ・ 実行に移すための役割分担をする

* 決断をする

* 実行に移す：決断をしても実行しなければ意味がない

市場確保の基本行動

4つの言葉



市場確保の基本行動 4つの言葉

1. **挑 戦** : 挑戦している姿は魅力的で人をひきつけるか。
2. **共 感** : 共感を得る生き方しなければならない。
3. **社会性** : その挑戦は社会的であるか。
4. **市場性** : 我々はビジネスマンです。その挑戦は利益は出るか。

まとめ





