2021年に描くマーケティングのニューノーマル

産業能率大学 経営学部 小々馬敦研究室

The Sky is The Limit

KOGOMA SEMINAR

SANNO UNIVERSITY

カタチ ⇒ 実感

幸せを型（カタチ）にはめないで

消費と幸せがつながっていた「お金中心」の時代
幸せはカタチだった？

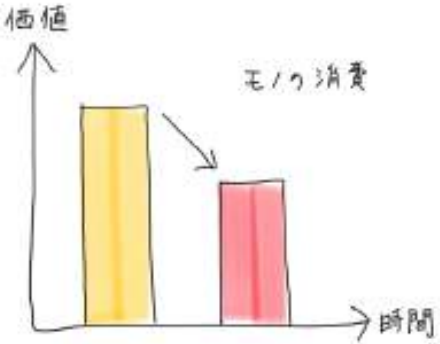
価値の中心＝モノに交換できる「お金」

幸せを型にはめず, 心で感じる時代

幸福感は高めあうことができる

幸せのカタチ ＜ 幸福感

Happiness / Well-Being



形のあるものを消費すると
価値が減損していく

幸せの思いは共感・共有できるから
限界なく増幅していく

The Sky is The Limit

KOGOMA SEMINAR

SANNO UNIVERSITY

等価交換 ⇒ 幸せの増幅

私たち、消費も価値交換もしてない？

消費は最小限に！
価値をお金で測る“等価交換”はしていません
“コスパ意識”は, 付加価値よりも
<u>思いのようなものを感じています</u>

何かの思いを受け取る直観力が強いので
提供価値・差別性・付加価値にピンとこない
価値や意味は自分たちで判断したい

あるいは「コスパ」って「企業のこだわり」かも

たとえば一杯のコーヒー

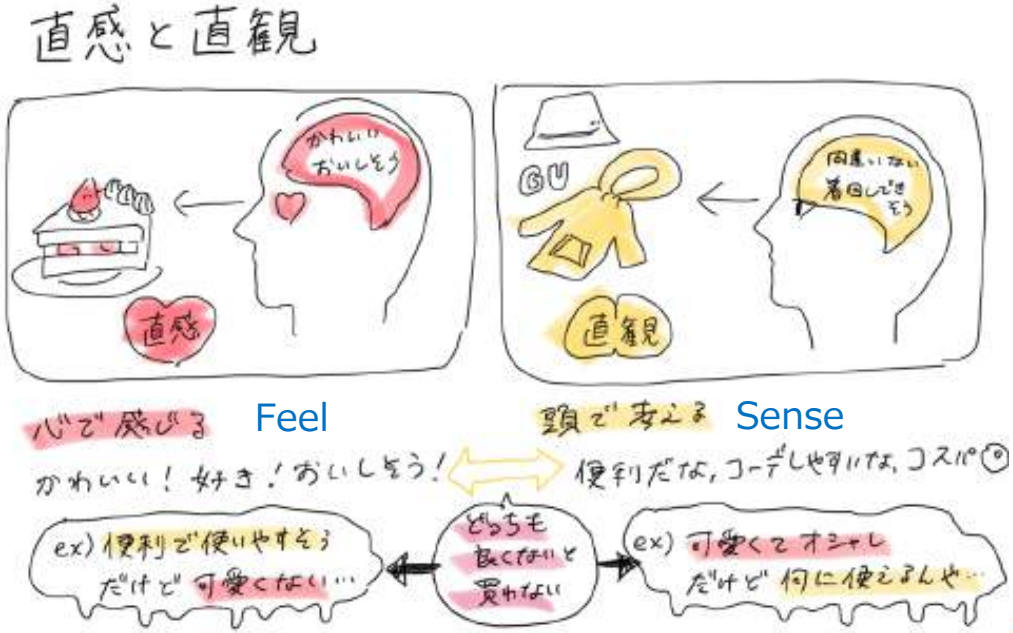
倫理的な調達がされている

落ち付ける空間づくり

商品のデザイン

これは「付加価値」というより「共感」や「応援」

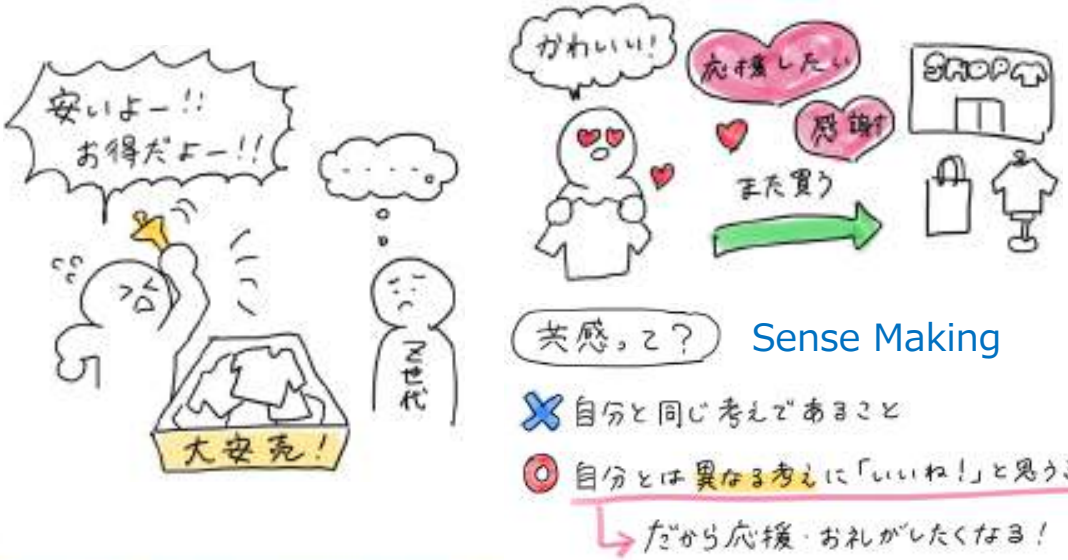
“思い”を直感と直観で実感する
実感できないものを衝動買いしない



“思い”= 共感 × 応援 × 感謝

新しい価値観に出会い共感する時

「かわいい！」と感嘆し 応援・感謝したくなる



自分だけでなく周りの人と幸福感を高めあいたい！
「利他の思いを循環」できれば良いのに

徳＝利他の思い（共感・応援・感謝）

The Sky is The Limit
KOGOMA
SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

AIDMAは
幸せと夢のときめきモデル？

マーケティングにときめきを戻したい

“夢みるときめき”をサポートしよう

A ▷ I ▷ D ▷ M ▷ A

Attention　Interested　Desire　Memory　Action

1920年 米国のローランド・ホールが提唱

Desire/Needsは, 欲望
Wantsは, 欲求

1890年 『経済学原理』
アルフレッド・マーシャル

2000年代 “Desire・欲望”が消えた

夢みるときめき

A ▸ I ▸ S ▸ A ▸ S

Attention　Interested　Search　Action　Share

2004年 電通が提唱

購買プロセスに
ひとが夢や,やりたいことを見つけられる
ときめきを戻したい！

私たちの言葉で言い換えてみました →

KOGOMA SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

私たちの“幸せ”の定義

自分がやりたいことを,
やりたい時にやれている
ときめきを実感できること

私たちの理想の買い方
“ずっとときめいていたい”

2019年 小々馬敦ゼミ 公開

コロナ禍で加速した
“自己肯定感を高めたいニース”

E	I	E	E	B
Encounter	Inspired	Encourage	Event	Boost up
偶然に出逢う	やりたいことが見つかる	自分で選んだ肯定感	実感を得る	高めあう

幸福感を高めあう ハピネス・ブースターモデル

セレンディピティ

素敵なものに偶然に出会い
ドキドキする

セルフ・アウェアネス

ちゃんと調べて不安を解消
自分で選択した実感を得て
自己肯定感が高まっていく

セルフ・コンフィデンス

誰かの役に立つ
自己有用感

共感・応援・感謝の思いを伝えたい！

2020年 小々馬敦ゼミ 公開

みんなで幸福感をブーストアップしよう

The Sky is The Limit
KOGOMA
SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

互いの価値観を寛容できる
ウェルビーイングの時代

多様性の時代に
自己肯定感ニーズが高まる

多様性の時代に自分らしさ・アイデンティティに自信がない人が多い

マーケターへの期待

ウェルビーイング＝自分らしくある・いる
自分がやりたいことを見つける切っ掛け
選択肢をアドバイスして欲しい

”Callingサポート“

The Sky is The Limit
KOGOMA
SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

No More べき論

VUCAの時代のウェルビーイングは
「べき」より「いる・ある」

未来のために「～すべき To be」よりも
ミライのために「今こうある・いる Being」が
これからのミライ思考

スマホの中の私と素の私, 両方とも自分
今の自分を受け入れることから始めたい

自己肯定感が大事!
今の自分も「ok」と受け入れた人から
現実を変えて行ける!

The Sky is The Limit

KOGOMA SEMINAR

SANNO UNIVERSITY

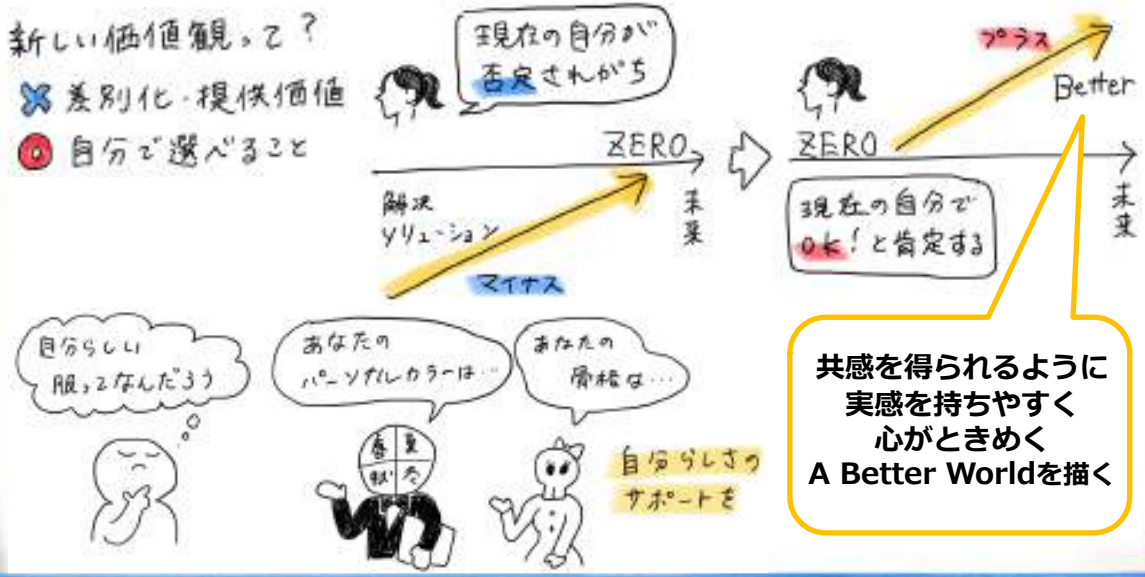
マーケティングの
ニューノーマル

ZERO + Better マーケティング

提案するのは「提供価値・～すべき」でなく
<u>選択肢と選択のアドバイス</u>
失敗しても大丈夫！のサポートも嬉しい！

ZERO + Betterマーケティング

現在の自分を肯定しBetterなミライを描く
完璧よりも最善で



共感を得られるように
実感を持ちやすく
心がときめく
A Better Worldを描く

The Sky is The Limit
KOGOMA SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

令和の

2030年までの10年間で
幸福感を倍増する

KOGOMA SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

お金中心の市場経済の成長と
持続可能なサステナブル社会の実現
２つの世界が矛盾にならないように融和したい

そもそも「徳」って？

善い行いをする性格、身についた品性（広辞苑より）
均整のとれた精神の在り方を指すもの

【利他の思いチェックリスト】

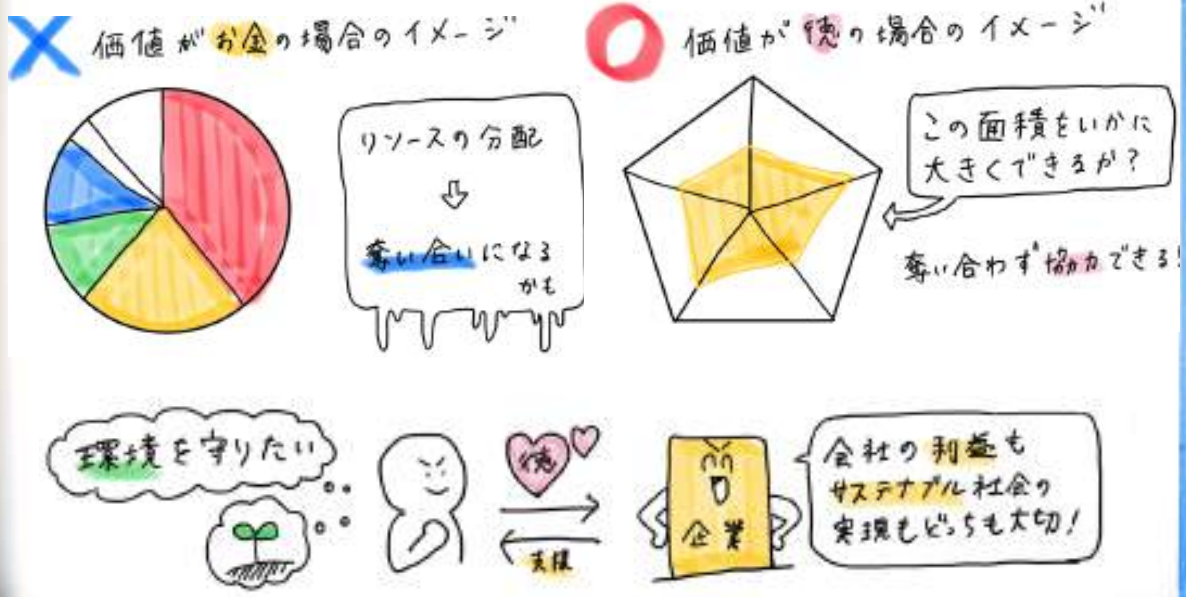
- ☑ 倫理的な考え方である
- ☑ 持続可能な社会を目指す
- ☑ 包摂的な成長を求めている

これらのチェック項目を満たしていると自信を持って言える状態

徳ポイントGET！

注：利他とは自己犠牲ではない。また、自分と他者の対立関係とも異なる。「自分を含めた集団が良くなること」

奪い合わず、包摂的な成長をサポートする「徳ポイント」のイメージ



パーパスを起点として
“徳が循環する社会”を共創する

所徳：幸福感

ブロックチェーン
信用スコアなどのTECで実現

所得・GDP

2021年 産学協同研究 共創スローガン

これからの時代の幸福感を探究

令和の
所徳倍増
計画

・生きがい ・働きがい・暮らしがい

ありがとうございました

阿部百花
犬飼莉菜子
長島優香
矢口真優