

WEEKLY

ツーリズムビジネス専門誌
週刊トラベルジャーナル

2014年7月28日発行(毎週月曜日発行)
第51巻第30号通巻2912号
1984年9月17日第三種郵便物認可

50th
ANNIVERSARY

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine

観光立国を支えるすべての人々に向けて

2014
7/28

5分でわかる ツーリズム **拡大版**

教えて、2000万人達成プログラム



■ Top Interview

観光立国から観光大国へ

田川博己氏 (JATA (日本旅行業協会) 会長)

■ 誌上セミナー

JNTO 発外客攻略のヒント

訪日市場としてのカナダ

好評連載

視座

高橋敦司 (東日本旅客鉄道営業部次長)

SCRAP

増加する高齢者の出張旅行

MICE の舞台裏

日本人が気づかない魅力

eマーケティングの透視眼

購買プロセスは「SSAA」に変化

ツーリズムのヒント

繁忙期需要も逃さず

ビジネスパーソンの日々雑感

東園 絵 (ウナギトラベル代表取締役)

e

マーケティングの

透視眼

vol.

06

荒木篤実

ベルトラ代表取締役会長

購買プロセスは「SSAA」に変化

ネットでは以前からクレジットカード払いが主流だ。10年前には抵抗がある人もかなりいたようだが、最近はあまりそうでもない。ネットでの商品・サービスの購入は完全に市民権を得ている。

オンラインショッピングが普及した背景のひとつには、楽天やアマゾンのようなEC(Eコマース)の普及により、ネットで物を買うのが当たり前になったことが挙げられるだろう。だが、それにも増して、スマートフォンやタブレットなどのいわゆる「モバイルデバイス」の普及により、時間や場所の制限なくネットショッピングができるようになったことの影響が大きいと思う。

ネットユーザーは実際のところ、どのようにして、商品・サービスを購入しているのか。

かつて広告業界を席巻した「AIDMA(アイドマ)」という伝統的なマーケティング理論がある。大雑把にいうと、人が購買行動に出るときには必ず段階があり、認知→感情→行動という段階を踏む、という理論である。これは、広告会社を儲けさせる都合の良い理論にもなったわけだが(認知されないと人は物を買わない、よって広告が有効だという広告擁護論)、果たして現代でもこれが通用するのだろうか。もはやそうでもなさそうだ。

消費者の購買段階を機能面から考察してみたい。旅行を例にとると、①初期段階(探す):旅行エリアのリサーチ、②中期段階(比べる):旅先エリア決定。旅行会社、航空会社、ホテルやアクティビティなどの比較、③最終段階(決める):見積もりの比較および決定、という流れだ。

しかし、より本質的な視点、つまりユーザー心理と現代のネット環境をベースに分析してみよう。当方は学者ではないが、せっかくなので、頭文字を取

って、SSAA理論(Source→Search→Ask→Action)と名付けてみたい。SSAA理論では、ユーザーが商品・サービスを認知しているかどうかはあまり問題ではなく、どこからその情報を得たかという情報源(Source)が重要だ。ソーシャルメディア(SNS)が普及している現代においては、実はきっかけとなるソースのほとんどがフェイスブックなどのSNSからシェアされたものであることが多い。ここで興味が喚起され、自分でも調べたい、となった場合に最初に頼るのがネットである。

ただ、パソコンが主流だった時代から、今や浴室以外は常にスマホを肌身離さず携帯する時代。知らないことや初めて聞いたことを調べれば、手元にあるスマホで検索(Search)すればいい。とはいえ、出てきた情報を見て一度ですべてわかればいいが、グーグルもそこまで便利ではない。情報はヒットすれども、それが本当に信頼に足る情報かどうかかわからないからだ。そこで自分でわからないことは、知っていそうな人に聞く(Ask)という行動に出る。そのうえで、納得できたら購買という行動(Action)に移るのだ。

企業活動は、消費者との対峙の歴史であり、インターネットが果たす役割は、当初の想定を超えた範囲に広がりつつある。過去の経験だけに固執していると機会損失も大きいはずだ。試行錯誤を重ねながらもよりスピーディーにより良いサービスを実現し、自らの強みを最大限活用できた企業が世界を制覇している。もはや世界中どこにいても同じ話題が一瞬で駆け巡る真のボーダーレス社会。何事にも素早くかつ正しく対応できた者だけが生き残れる時代に入ってきたといえるだろう。



あらき・あつみ ●長崎県出身。慶應義塾大学経済学部卒業後、日産自動車入社。海外マーケティング業務を担当。91年IT & マーケティングサービス会社のアランを創業。04年世界オプショナルツアー予約「Alan1.net」(現VELTRA.com)で旅行業に参入。

(次回は8月25日号に掲載します)