

手にとって見てもらう機会を作る

先日訪れたとある商社のファミリーフェア。被服から食品、ベッドに至るまで取扱商品は非常に多く、広大なイベントスペースを回るだけでも一苦勞であった。また、来場者数も非常に多く、消費不振などどこ吹く風というように、大きな買い物袋を下げた人やスーツケースをひいている人も少なくない。購買意欲を最大限にして来場しているのではないかと思うほどだ。会場を見回してみると、お年寄りや家族連れが目立ち、広めに確保されていたフードコートや休憩所は空席待ちとなるなど盛況であった。

モノに溢れた時代のため、生活困窮から喉から手が出るほど欲しいと思いながら生活をするとは少なくなったかも知れない。しかし、今回のフェアを見る限り、消費者の購買意欲が飽和状態にあるとは思えなかった。実際に目にしたら欲しいと思う商品は多く、そして、消費者は「何か良いものはないか」と探している。また、数ある中から探すという行為にも価値を見出しているのだろう。現に、大きな買い物袋を下げた消費者がそこに存在している。

いま、販売事業を立ち上げ、商品を手軽に市場に流通させる手段として、最も手軽なのはインターネットであろう。あえて店舗を構える必要もなく、自宅で起業することも可能だ。私も、いままでは、ネットによる販売手法の手軽さと商圈を広く持てることの効果に利点を感じていたが、今回のフェアに行き、やはり実際に目にしてもらう機会を減らしてはいけないと、実感した。消費者が商品を目にしてどのような反応を示すかは、ネットであつたら知ることは難しい。何を求めているのかを直接知る機会となるのだ。表情1つだけでも、「〇〇だったらいいのに」という声だけでも商品開発においては貴重な情報である。

また、消費者においても、決まった欲しいものがあるならよいが、何かないかとネットで探すよりは、実際に手に取り商品を見た方が、商品イメージとのギャップが生まれることもなく、買い物の充実度も高まる。

消費者に買いたいと思わせるまでは、マーケティング論のなかで市場調査や販売戦略などあらゆる段階、手法があり、一見取っ付きにくいかもしれない。「いやいや。机の上で考えているだけではダメだ、習うより慣れろ」というならば実際に商品を持って売りに出るのも手だ。

展示会、即売会などに積極的に参加し、より多くの消費者と商品をマッチングさせる機会を持ってみてはいかがだろうか。販売経験が少ない企業はもちろん、すでに販売を行っている企業にとっても展示会・即売会は、販売者と消費者の距離が近いことで、生の消費者の声が聞ける絶好の機会である。

(小夏)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。

需要拡大が見込まれる水ビジネス

世界の水需要は、新興国の経済発展や人口増で急速に増加しており、インフラの整備が求められている。また、世界各国で水不足が懸念され、海水の淡水化、生活排水や工業廃水を上水として利用できるレベルにまで処理する造水市場も、今後の成長が期待されている。生活や経済活動に欠かすことのできない水を供給する水ビジネスは、上下水道事業をはじめ、海水淡水化技術や高度処理技術、下水排水処理技術など裾野は幅広い。世界的な水ビジネスの市場規模は 2025 年には 100 兆円を超えるとの説もある。

日本政府は新成長戦略のなかで、水関連インフラの輸出もその柱の一つとしている。しかし、海外の水ビジネス市場は、早くから民営化され実績のある欧州の水メジャーと呼ばれる企業が席卷している。さらにシンガポールや韓国などの企業も積極的に海外展開を進めており、競争は激しさを増している。また、グローバル市場ではプロジェクト全体の運営・管理までを含めた包括的なサービス提供が要求されるが、日本は優れた技術を持っているものの、水道事業の民営化は一部にとどまり、民間企業には運営管理の実績がほとんどない。そのため、現在水道事業の運営を行っている自治体との協力が必要となる。

こうしたなか、官民連携による海外展開に向けた取り組みを推進するため、2010 年夏から経済産業省、国土交通省、厚生労働省が事務局となり、海外水インフラ PPP 協議会が開催されている。PPP とはパブリック・プライベート・パートナーシップ (Public Private Partnership) の略称で、国や地方自治体が提供してきた公共サービスに民間の資金や技術、ノウハウなどを取り入れることを指す。財政負担を減らしながら良質な公共サービスを提供することや民間企業にビジネス機会を提供し、経済の活性化を図ることなどが狙いとなっている。また、独自に民間企業と連携を進めている自治体もある。最近では上下水道分野の高度な技術、ノウハウを国際貢献につなげるため、神奈川県川崎市で上下水道局が官民連携で水ビジネスを推進する組織を設立するなどの動きがあった。

国内は人口減少により市場の拡大は難しいが、海外市場は新興国を中心に拡大が見込まれる。新興国でも安心・安全な水が供給され、世界の水不足の解消に貢献し、日本の成長分野となるよう、官民挙げてさらに取り組みを進めていく必要がある。水道事業の民営化や官民連携にはさまざまなハードルがあるが、日本が遅れている間にも世界の企業が市場を拡大している。実績の乏しい日本は ODA を活用するなどの工夫を行い、市場を開拓するべきだ。また、海外のように民間に包括的な委託をすることやトップセールスを行う事も視野に入れ、官民連携を強化した体制を構築していく必要があるのではないだろうか。

(撫子)