

第5回ディベート・開題

井上貴晴 神谷光俊 中島崇浩 白木俊介

市場シェア志向 対 顧客満足志向

1990年代以降「関係性マーケティング」というマーケティング理念が台頭してきたのに関連して、「攻めの戦略」から「守りの戦略」への重点移行を主張する論者たちが現れた。「攻めの戦略」とは、よりマスな市場を睨んでシェア拡大を目指し、より多数の顧客からの愛顧を獲得することによって利益を上げようと企図する市場戦略である。それに対して、「守りの戦略」とは、ニッチ市場に留まって既存顧客を維持し、彼らによる再購買によって利益を上げようと企図する市場戦略である。このような考え方は近年、「新規顧客の獲得より既存顧客の維持のほうが容易である」や「売上のなかの大半は顧客のなかの少数によって創出される」という分析報告によって一層強化される傾向にある。そして、市場シェア軽視・顧客満足重視の傾向は、「ワントゥーワン・マーケティング」というマーケティング理念の提唱によってその極地を迎えたと見なしうる。しかし「ワントゥーワン・マーケティング」を行い既存顧客の維持をするだけで、果たして一企業が存続していくだけの利益を得られるかは疑問である。

今回のディベートの目的は、マスな市場を睨む市場シェア志向とターゲットを絞る顧客満足志向の戦略に焦点を当て、既存の研究を検討し、討論することにある。

またオープンゼミのディベートもこのテーマで行う可能性が高いため、このことを考慮に入れて討論を行うように心がけてほしい。

市場シェア志向

勝木啓太
井上貴晴
石井隆介
中嶋浩章
白木俊介
柳川政人

ジャッジ

木村泰之
中島崇浩
中村友香

顧客満足志向

神谷光俊
内藤聖一
向井崇平
中谷麻希
坂本愛
高垣綾子