

製品開発におけるデザインマーケティングの研究

— 3Dシミュレーション経験がカスタマーロイヤルティに与える影響 —

M051623 橋本 公美子

1. 研究の背景と目的

日本の自動車製造業は、環境変化のスピードが加速している現代において、顧客が本当に求めているものが何かを理解することが難しい状況となっており、伝統的マーケティングの方法が通用しないという深刻な問題に直面している。一方で、近年の製品開発では、3DCAD (Three Dimension Computer Aided Design) の活用機会が増えている。このシステムにより生成される3D情報は、Webをはじめ多くのメディアで広範囲に活用されており、顧客と企業の間にもたらす新たな効果が期待される。

本研究では、環境変化とともに変わる市場ニーズを、製品やサービスの総合的な価値に反映させていくためのアプローチとして、2つの視点から検討する。第1に、顧客は3Dシミュレーション経験を通して、製品に対する期待やブランドに対する信頼という心理的な意識が働くことで、結果的にカスタマーロイヤルティに影響するのではないか、第2に、顧客と企業のコラボレーションの可能性として、顧客が3Dシミュレーション経験をすることで、顧客と企業の相互作用により新たな情報が生まれるのではないか、という点である。これらの検討結果により、その実践に向けた応用可能性を明らかにする。

2. 先行研究レビュー

3DCADシステムは、本来は開発工数や開発コストの削減など開発リソースの効率を高める目的で導入された。そのため、これまでの新製品開発研究での活用効果は、企業間や部門間の効率化を中心に議論されてきた。

最近のマーケティング研究では、関係性マーケティングの展開において経験価値マーケティングが注目されている。また協働型マーケティングの枠組みのなかで、顧客と企業によるコラボレーションの議論に関心が集まっている。これは、市場ニーズの不確実性が高まる問題に対し、顧客と企業の関係性がより重視される傾向にあることを裏付けている。しかし、これらの研究においては、顧客と企業のコラボレーションの具体的な方法についての議論は少ない。また3D情報の活用効果をカスタマーロイヤルティの視点で捉えた研究はあまり見当たらない。

3. 分析のフレームワーク

本研究では、先行研究を踏まえて、自動車製造業という特殊な産業が、今日の厳しい環境変化のなかで限りある開発リソースの一つである3D情報を有効活用し、顧客に3Dシミュレーション経験とコラボレーション機会を提供する新たなしくみをつくることで、

どのようなパフォーマンスにつながるのかを探る。このリサーチクエストに対し、3つの課題を設定した。顧客が3Dシミュレーション経験を獲得した場合において、1) 製品に対する期待が高まる方法の探索、2) ブランドに対する信頼が高まる方法の探索、3) 上記を通じてカスタマーロイヤルティが高まるとともに新たな情報が生まれる条件の探索、である。

4. 分析

調査対象は、自動車製造業の顧客を選択した。分析は、仮説探索型としGTA (Grounded Theory Approach) による分析手法を採用した。この理由は、3DCADを活用した実験的な調査により、3Dシミュレーション経験前後の意識変化を、被験者の記憶の残るうちに行えるだけ効率よくスピーディに把握する必要があったからである。調査により得られた結果を分析フレームワークに基づき整理し、カテゴリー関連図を作成した。

5. 考察

分析の結果、設定した課題に対し、3Dシミュレーション経験により製品に対する期待やブランドに対する信頼が高まるメカニズムとその条件を確認することができた。また上記を通じて、カスタマーロイヤルティにつながることを明らかにした。さらに、この過程で生まれる新たな情報が、製品の価値につながる条件を確認した。これらのことから自動車のように開発期間が長期にわたる製品では、顧客と企業が3D情報を共有することで、経験という価値を見出し、また協働で製品を創っていくプロセスが、カスタマーロイヤルティの向上だけでなく、製品の価値までも高めていくことにつながる可能性を明らかにした。

6. 研究の成果と今後の展望

本研究の学術的貢献としては、次の3つをあげることができる。第1に、製品開発プロセスでの3D情報をマーケティングプロセスにおけるカスタマーロイヤルティの視点で捉え直し、そのパフォーマンスの可能性を示した。第2に、環境変化に伴う顧客ニーズの進化に対する問題解決のアプローチとして、経験価値マーケティングとコラボレーションの可能性を統合的に検討した。第3に、この過程で生まれた新たな情報が、製品の価値へとつながることを明らかにした。

今後の展望としては、他のケースや他業種においての検討や新たな情報のトラッキングなどを行う必要がある。但し、性差や個人差による影響も伴うため、この計測手法を確立させ精度を高めていくことが重要と思われる。