

2012年5月31日(木) 8:00~10:50 第7回

・本日の小咄①(担当者:大内)―「スマホでも使える、無線接続の携帯型 HDD アイ・オー(2012.5.30 日本経済新聞)」

アイ・オー・データ機器がスマホ対応の 2.5 インチ型(回転型)の携帯型 HDD 「WNHD-U500」を発売。

パソコンだけではなくスマホからもデータ閲覧ができ、無線 LAN 経由で接続できるのが特徴。無線 LAN モジュールやリチウムイオン電池を内蔵。従来のものは通信回線の遅さがネックだったがそれを改善。ポータブル HDD は通常のものに比べ割高であったり販路が限られていたりしてあまり普及していない。クラウドもある昨今においてセキュリティー上の理由から携帯型 HDD の需要がある。アイ・オーは今後、フラッシュメモリーを搭載した小型・軽量のスマホ向け無線リゾート・ステート・ドライブ(SSD)なども用意する意向。

※NAS とは Network Access Storage

IP アドレスを持ちネットワークに繋がっている HD。

同じアクセスポイントにあるから通信が早く、セキュリティーも安心。

・輪読(担当者:Microsoft 班)―「第 8 章 マーケティング戦略 売れるものを創るための工夫と顧客」

・MOT 的マーケティングは「市場およびニーズ(demand, not wants)の把握」「製品に技術で付加価値をつけて商品にすること」

・4C : 3C+1C(collaboration, cooperator 等)

・1C は SWOT 分析においてどこに含まれるか?―自社にどのくらい近いかによって S/O

・3C+SWOT=現状把握

・ネットの浸透によって Place 要素の重要性が低下

・マーケティングにおける 3つの不確実性①ニーズの変化③意思決定者の変化③会社の風土・体質

・MOT 的マーケティングは環状

・ハイテク製品のマーケティング:顧客のセグメント化

・ハイテク製品のマーケット構造:連続的でない

イノベーター:オタク層 研究ステージ

アーリー・アダプター:技術指向ではなく機能指向 開発ステージ ←タブレット端末はまだここか?

<ハイテクの落とし穴(キャズム理論:ハイテクを使う集団は決して連続性的手段ではない)>

アーリー・マジョリティー:機能指向 この層の割合高なので商業ベースのキーとなる 事業化ステージ

レイト・マジョリティー:保守派 産業化ステージ この段階になるとイノベーターやアーリー・アダプターは離れていく

ラガード:ハイテクに目を向けない

・自社にはどこが成長・成熟期か分からない=戦略が打てない→マーケット調査会社が予測を立てる

・研究→開発→事業化→産業化

発散→収束→発散 →収束

・研究者は売るための技術を作るべきである 悪例:旭山動物園

・事業化・産業化への変化の見極めが肝心 好例:サムスン(乗り遅れずマーケットを見据えた投入)

・ハードも扱う会社の開発において、同じ方向へと動いているなら過程で多少ソフト部がぶれても大丈夫

・ニーズと技術のマッチング

・具現化していない潜在ニーズ(wants)をいかに demand に上げるか

・スピンアウト・スピンオフについては次回プレゼン。