

マーケティング思考を養う 顧客創造のヒント vol.32

Profile 伊藤友紀

(株)フィットネスビス代表取締役社長。プロサッカー選手を目指すも挫折、フィットネス業界ではトレーナーやマネージャーを経験し、開業集客などを多数担当。現在はクラブ運営と収益改善のコンサルティングを実施。得意分野はマーケティングとマネジメント。



皆さま、こんにちは。いつもながら事例を交えた顧客創造につながるキーワードを取りあげます。今月のキーワードは「意味と価値の転換」です。

今回取り上げる題材は先月から香川県で新たに始まった交通事故防止のためにドライブレコーダーを用いた音声ガイダンスの試みです。概要は自動車の運転中にドライブレコーダーを通じて、香川県内で交通事故の危険性が高い場所を音声で通知するもので、具体的には香川県が作成した「交通事故危険度予測マップ」に基づき、予測される約100ヶ所の地点に近づくと、100メートル手前から音声で警告するようになっています。こうした取り組みが進められている背景は香川県が人口あたりの交通事故死者数が2020年に全国で最多となっており、注意喚起でその改善を進めたい意向があるためです。

現状では三井住友海上火災保険とあいお

いニッセイ同和損害保険が自動車保険の契約者に提供している通信型ドライブレコーダーから通知する形になっており、サーバーに危険地点を登録しておくため、利用者側が機材の設定変更などをする必要もないそうです。三井住友海上はこのドライブレコーダーを全国で18万件、香川では2千件の提供ということなので、まだサービスの対象者が限定的ではあるものの、良い試みではあるでしょう。その場所を通るたびに注意喚起されるのはドライバーにとって煩わしく感じることもあるかもしれませんが、それによって間違いなく場所に対する意識づけは強化されるはずです。

あおり運転の問題が社会的に認知されるようになってから、自動車へのドライブレコーダーの設置は進みました。これまでのドライブレコーダーは何かあった際の証明、保険として「記録する」ことが主たる役割であっ

たと思います。それに対して今回のチャレンジにあるような機能が付加されていけば、事故を未然に防ぐ「予防」の役割を担うことができます。このようなプラス方向へ踏み込む意味の転換、価値の転換はIoTの本質とも言える領域です。私たちフィットネスクラブであれば、来館数や利用エリア、参加したスタジオレッスンなど館内での様々なデータを拾うことができますし、今では様々なデバイスやアプリを通じてクラブ外のお客様のライフログを得ていくことも可能です。こうしたトラッキングの要諦は従来の記録や現状把握だけではなく、その先にある踏み込んだ価値への転換にあります。それによりお客様への個別性の高いサポート、問題解決の提案もできると思うので、今後のフィットネスクラブのサービスや担うべき領域の拡大に向けて、一考してみるべき観点だと思います。