

基調講演

適時・適切な“タイミング”とモバイル・マーケティング

中央大学商学部教授 寺本 高 氏

<プロフィール>



中央大学商学部教授。慶應義塾大学商学部卒業，筑波大学大学院ビジネス科学研究科博士後期課程修了，博士（経営学）。流通経済研究所主任研究員店頭研究開発室長，明星大学准教授，横浜国立大学准教授・教授を経て，2022年より現職。

<講演概要>

モバイル・マーケティングの市場は伸長しており，活用可能な情報のスペック次第では，消費者へのアプローチの幅は格段に広がることが期待される。

しかし企業各社がこぞってモバイルでの情報提供をする状況に対して，消費者側は辟易している部分も否めない。そのため，消費者が受け入れてくれやすい，適時・適切な“タイミング”が重要となってくる。近年提唱されているモバイル・マーケティング・ミックスは6つのP(Personalization, Product, Price, Place, Promotion, and Prediction)で構成されており，特にPromotionではモバイルならではの大きな特長であるタイミングによる区分で整理されている。タイミングの区分は「時間」「場所」「状況」の3つがあり，これらの区分を観点にした先行研究は欧米を中心に多岐にわたっている。

しかし，日本の市場環境に照らしてみると，消費者のプライバシー意識という面での過剰性が懸念されるため，日本の環境ならではのタイミングを活かしたアクションを考えるべきである。