

PWコミュニティビジネス研究会

- ●マーケティング
- ●ポジショニング
- ●ターゲッティング

マーケティングの定義

- 「顧客満足」をキーワードに
- 「売れるしくみ」を
- 全員で考える「企業の組織的行動」

(法政大学 佐野教授)

一般社団法人日本ポールウォーキング協会の マーケティングの定義

- 「()満足」をキーワードに
- 「(PW の普及・啓発)のしくみ」を
- 全員で考える「()の組織的行動」

協会のマーケティングの具体的活動

※PWコミュニティビジネス研究会は 過去の10年間のポールウォーキングの普及・啓発にプラスして「メディカルポールウォーキング」の普及・啓発について研究する場である。

- 対象者及び連携先のニーズを探る
- その大きさ(人口)を測る
- 利用される方法を考える
- 対象者及び連携先の期待を裏切らないように、関係部門の諸機能を統合する
- より良い戦略へと変革していく

※従来のフィットネス市場は 人口の3%を 奪い合うレッドオーシャンであった。

プロダクトアウトとマーケットイン

プロダクトアウト

- 良いものを作れば、売れるはず
- 良いサービスを提供すればお客は来るはず

マーケットイン

- 顧客の要望や市場調査、アンケート結果にとことん耳を傾け、答えることによって、顧客が欲しい、あるいは満足する商品やサービスを開発

普及・啓発とはプロダクトアウトである。

音楽をいつも聞きたいと ウォークマンを 考えた井深大は マーケットインではなかった(自分一人のため)プロダクトアウトであった。

次の文言は スマホを 世に出したジョブスの2007年の発売時のプレゼンです。

「本日、革命的な新製品を3つ発表します。1つめ、ワイド画面タッチ操作の「iPod」。2つめ、「革命的携帯電話」。3つめ、「画期的ネット通信機器」。3つです。タッチ操作 iPod、革命的携帯電話、画期的ネット通信機器。iPod、電話、ネット通信機器。iPod、電話.....おわかりですね？ 独立した3つの機器ではなく、ひとつなのです。名前は、iPhone。」マーケットインから生まれたのではなくプロダクトアウトである。

2006年にポールウォーキングを 世に出した 安藤邦彦ドクターも ポールウォーキングプラス vol.9 の巻頭で その誕生秘話を 明かしている。マーケットインではなくプロダクトアウトである。医者として10年間何をしてきたのかという思いから「生活習慣病を変え身体活動量を稼ぎ、豊かな人生に向けウキウキする運動様式」としてポールウォーキングを技術開発した。「右手が赤・左手が灰」というコンセプトが シナノのマーケットインから 一時同色になったのは最近の出来事です。

協会のポジショニング

(強みは何か?他と差別化できるか?)

協会の強み

●ポールウォーキングプラス vol.9 の巻頭の誕生秘話にもあるように インストラクター育成のベテランコーチ杉浦さんに 地域の人がコーチになれるプログラムを依頼した。理論確立者と普及・啓発者を分離したこと。

他との差別化

●実技だけでなく、理論編の テキストがある

「メディカルポータルウォーキング」の普及・啓発の為の協会の戦略

- 対象者及び連携先のニーズを探る
- その大きさ(人口)を測る
- 利用される方法を考える
- 対象者及び連携先の期待を裏切らないように、関係部門の諸機能を統合する
- より良い戦略へと変革していく

協会を取り巻く環境 (国や地域の課題)

A. 地球上に76億人の人間が生存し、日本で65歳以上が約4000万人弱 15歳以上が約1億1000万人弱生存している。

B. 社会保証財源

2018年度国家予算97兆円 (厚生労働省概算要求31.4兆円)

C. 人口減と少子高齢化社会

高齢者の6割以上がメガポリスである。過疎地の 高齢者問題ではない。今までのように施設に高齢者を収容し 一律のサービスをするのは不可能である。これからの高齢者は 地域包括支援システムの中で生き続ける「覚悟を決める」必要がある。

D. 価値観の変化

これから増える高齢者は 団塊の世代である。造反有理を掲げ、フォークソングを歌い、パソコンで情報を入手するわがままな高齢者である。結婚するのに 仲人のいない人が多い。女性の社会進出で 家に誰もいない。在宅医療が必要になる世代。自助が期待できなくなる中、人口減・時短・働き方改革で公助(税金)共助(保険)は減少し、老人クラブ・自治会・ボランティア・NPO などの 互助(地域包括支援システム)に たよらざるをえない。

E. ICTの進化

- ①キャラクターユーザーインターフェイス CUI 40年前 プログラム
- ②グラフィカルユーザーインターフェイス GUI 1995年 OSで動く
- ③ナチュラルユーザーインターフェイス NUI 2015年 プラウザで動く

Did you Know?と 検索してみてください。今現存している仕事は2030年には半分以上なくなっているという未来予測です、<https://www.youtube.com/watch?v=R6vpEcS2-nM>

※国が取り組む2025年問題の目標は 住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで 続けることができるよう 住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供される地域包括ケアシステムの構築を目指しています。(厚生労働省ホームページ)
2018年の診療・介護報酬同時改定は 点数改定ではなく ロジックの改定で地域包括ケアシステムをささえるものになっています。ますます 歩行状況のチェックが重要な時代になっています。

「メディカルポールウォーキング」の普及・啓発と国の政策

アクションプラン(国の政策)

ポイント2点

■「ロコミ」

■「インセンティブ」

スマート・ウェルネス・コミュニティ協議会 の提言

つくばウェルネスリサーチの久野社長は 筑波大の教授で協会のACテキストの編集協力に名を連ねている。

地域包括支援センター(国の政策)

今年の診療・介護報酬の同時改定は人口推移に合わせた改定で地域包括支援センター構想を実現する方向にロジックを合わせるもので 飯島教授の所属する東京大学高齢社会総合研究機構のフレイルモデルを取り上げて ポールウォーキング 誕生10周年記事を掲載しベクトルがっている。

「メディカルポールウォーキング」の普及・啓発と協会の戦略

テキストの改定について

- 協会の強みである理論編重視のテキストは国の政策が変更される3年ごとに見直しをする仕組みにする。
- 今回の場合は手首の可動域についてと デモンストレーターに実技写真を入れ替える2点の追加修正とする。
- ウォーキングプラスの表紙制作に大学のデザイン部門に 補助金制度を新設する。

専門家によるコラボ体制

- 理学療法士・作業療法士への資格制度新設
- 普及・啓発の専門家
- 行政アプローチの専門家
- 体験教室の実技専門家
- エビデンス研究家
- アプリ開発者(スマホ)
- 2019年度から始まる1200億の冬眠預金補助制度対応
- 研究部門による ISO提案

「メディカルポールウォーキング」

協会に用意して欲しい開設小道具

- ディスプレイ台
- バナー
- 横断幕
- ドレスコード

協会に用意して欲しい用紙類

- 免責事項同意書
- 肖像権使用承諾書
- 運動参加当日の体調チェック表
- スクワットポイント
- PW3点 ポイント

協会の本来業務の確立

Mission ▪ Vision ▪ Value

指導員の養成

- コーチ資格取得セミナー
- マスターPROは 必ず協会の開催のコーチ資格取得セミナーの講師を務めること。

普及・啓発

- ポールウォーキング体験会スケジュール
- コーチ資格取得者は 体験教室の開催が決まったらスケジュールを協会のホームページへ掲載しなくてはならない。

協会は 年1回は海外で体験教室を開かなくてはならない。