

## ペルソナ分析による顧客の行動パターンの把握

**Q.** 顧客増大、売上増加のため、他業種との業務提携を考えているが、どうすればよいか？

**要旨** 他業種との業務連携を成功させるためには、販路を互いに共有することで、市場が広がるシナジー効果が求められます。

そのためには、新たな販路を見出すことが必要で、それには、ペルソナ分析という手法で顧客の行動パターンを読み解くことが近道となります。

ペルソナ分析は、自社の商品・サービスを購入する顧客が、購入する場面以外で、どのように過ごしているのかを分析する手法です。

顧客の行動パターンを把握すれば、顧客がどのような場面で、どのような他業種と接点を持っているのかが見えてくるため、業務連携先の候補を絞り込むことができます。

**解説****1. ペルソナ分析の重要性**

顧客の趣向の多様化が進んでいる現代では、顧客の行動パターンを把握しなければ、「顧客にとっての購入する理由」が見えてこなくなっています。この顧客の行動パターンの把握に有効な手法が、「ペルソナ分析」です。

昨今、顧客の趣向が多様化しているがゆえに、企業が直接的に顧客にアプローチすることが難しくなっています。ペルソナを設定すると、自社がアプローチしている時点以外での顧客の行動も明らかになるため、その行動の取り巻きとして、アプローチしている他社の存在もクローズアップさせることができます。

つまり、顧客の行動パターンを読み解くうちに、自社が組むべき、他業種のパートナーを発掘する効果が生まれることとなります。

**2. 適切なペルソナ設定の必要性**

「ペルソナ」は、自社の商品・サービスを購入する顧客の最も代表的な人物モデルでなければなりません。

仮にコア市場を外した人物モデルを「ペルソナ」として設定してしまった場合、そのマーケティング戦略は、高い効果を望むことが難しくなります。

よって、顧客の行動パターンを実地で調査することが重要であることに加え、同タイプの人物モデルを集めて、「グループインタビュー」を行い、設定した内容が「ペルソナ」全体を表していることを入念にチェックする必要があります。

# ペルソナ分析で顧客との接点を増やす ～他業種との有効な業務連携～

## ＜ご提案のポイント＞

- ・他業種の業務連携先は、ペルソナ分析を行うことにより、探しやすくなります。
- ・ペルソナ分析は、自社の商品・サービスを購入する代表的な人物モデルを突き止める手法であり、その人物モデル（＝顧客）の行動パターンが見えてきます。
- ・代表的な人物モデルを「ペルソナ」として設定し、一連の行動を追跡すると、その取り巻きで存在する、他業種のアプローチ先（＝業務連携候補）を発掘できます。

## 1. ペルソナ分析の効果

「ペルソナ」とは、商品・サービスを購入する顧客の中で、最も代表的な人物モデルのことであり、ペルソナ分析は、その「ペルソナ」を明らかにする手法です。「ペルソナ」を設定して、一連の行動を追跡すると、「ペルソナ」の周囲には、様々なアプローチ企業が存在することに気づきます。そのアプローチ企業の中に、自社が業務提携して、相乗効果を発揮できる企業があれば、他業種のパートナーを発掘できたことになります。

顧客増大、売上増加のための方策を顧客に直接アプローチする場面に限定すると、成果をあげることが難しくなりますが、ペルソナ分析によって、これまでとは違った形で、顧客と接点をもつことができれば、顧客増大、売上増加の可能性は大きく広がります。

### 【食器製造業者のペルソナ例】

山田 花子 40歳 女性 専業主婦 都内在住  
夫、長女（8歳）、次女（3歳）の4人家族  
料理、カフェめぐり、ランチ女子会が趣味  
Instagramで料理系アカウントをチェック  
自身もレシピブログを開設  
友人とのやり取りはLINE、Facebookを使用

### 【顧客との接点の持ち方】

- ・料理本・サイトに食器掲載
- ・料理教室・イベントと提携
- ・女子会企画業者タイアップ
- ・レシピ開発業者タイアップ
- ・「インスタ映え」する食器に適したデザイナーと連携

## 2. ペルソナ分析の実践（実行のための方策）

自社の顧客の最も代表的な人物モデルをペルソナとして設定するためには、入念な調査が必要であり、次の手法を推奨します。

行動パターン実地調査	自社商品を愛用する顧客の行動パターンを実際に追跡する
グループインタビュー	同タイプを集め、最も代表的な人物モデルといえるか検証する