



SMART
INDUSTRY
LABORATORY

生産財マーケティング（３）

－ 情報化社会における変化 －

早稲田大学

大学院情報生産システム研究科

藤村 茂

情報化社会における変化

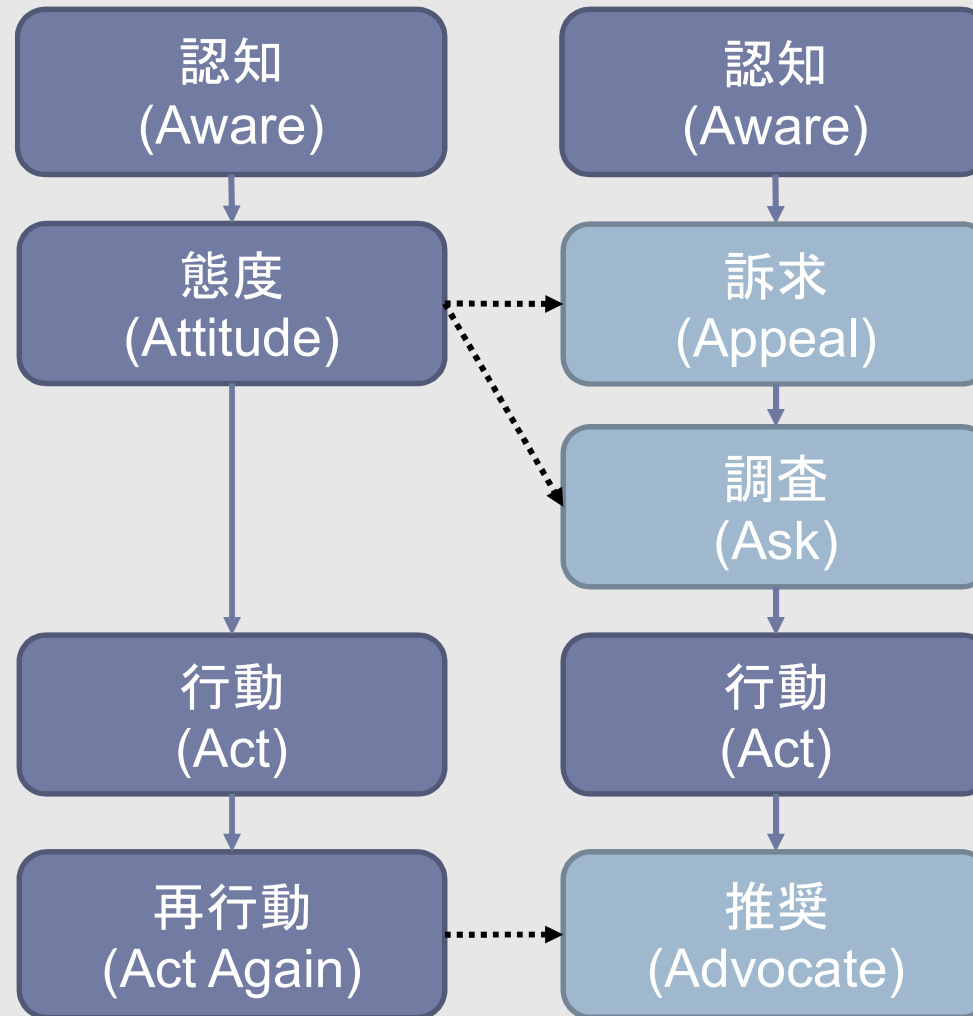
1. Web情報の利用
2. 生産財における情報技術の利用
3. 情報技術を利用した顧客ニーズ
調査・分析手法

キーエンスのWebページ例



フローティング広告
バナー広告
リスティング広告
など

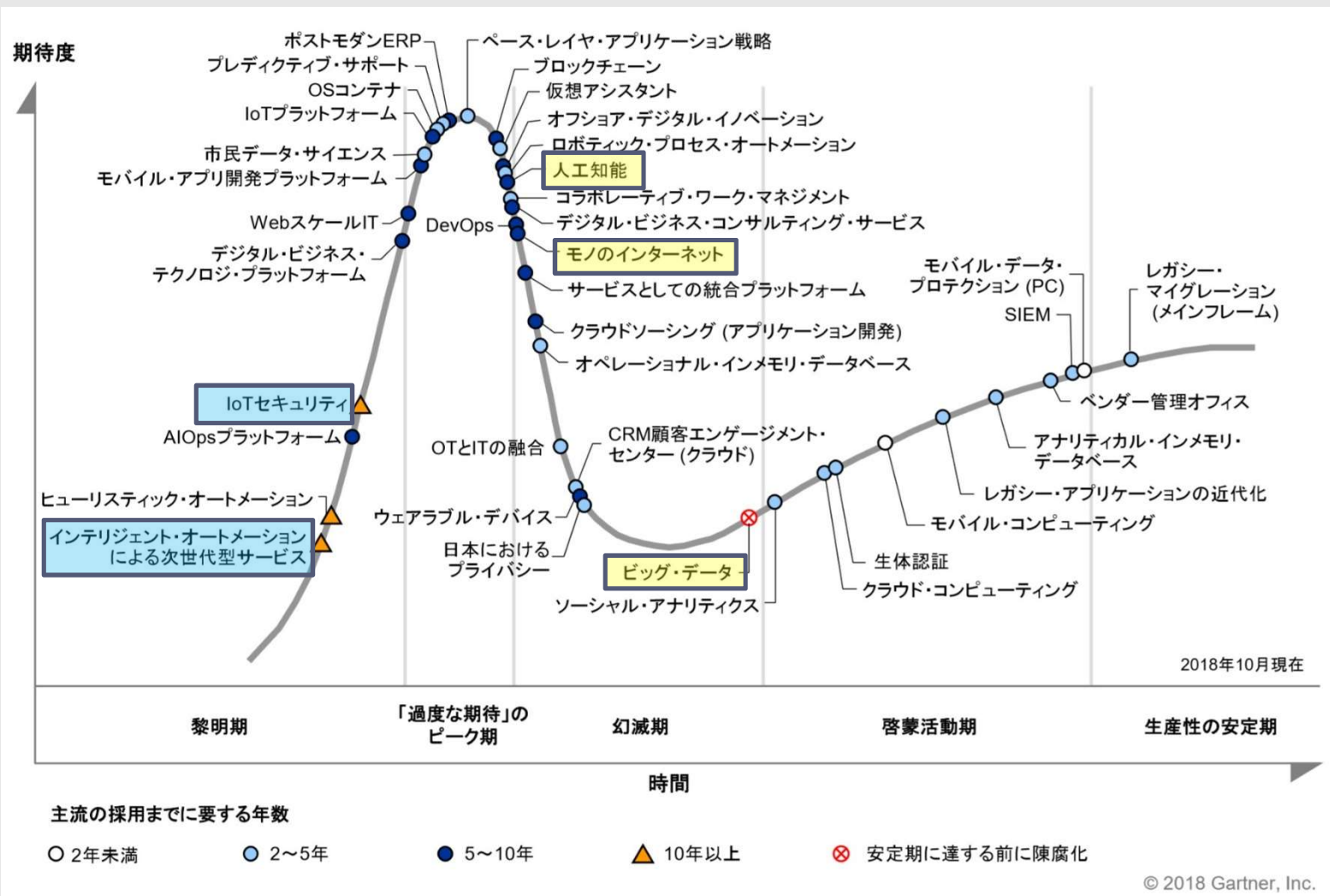
顧客の購買挙動モデルの変化



Web情報の利用

- 生産財マーケティングで製品ニーズをとらえるためには
 - 顧客密着型営業
 - バリューチェーンを通じた顧客ニーズの把握
 - Webマーケティング
 - 社会情勢，法律改正等の環境変化の把握
 - 技術動向の把握

技術動向の把握



日本におけるテクノロジーのハイプ・サイクル：2018年
(出典：2018年10月11日 Press Release, ガートナー・ジャパン株式会社)

現在, AI導入のために必要なもの

- 「改善レベル」から「戦略レベル」へ
- AI, IoT, ビッグデータ,
セキュリティ,
インテリジェント・オートメーション
を融合した人間とコンピュータの協調関係

インダストリー4.0による製造業の将来

Future production with Industry 4.0

出典：

<https://www.youtube.com/watch?v=ISk64bJ35yM>



情報技術を利用した顧客ニーズ調査・分析

簡易IoTセンサーによる業務簡易解析の実施(1)

作業員の視線の動きあるいは動線(位置の移動)を可視化し分析することにより、いままで整理できなかったことに気づきを与える。



- 1 熟練者の視線の動きを解析することによって、熟練者は何を考え作業を行っているかを議論することができ、熟練者の暗黙知を形式知として整理する。

熟練者の考えを整理することによって、熟練者がより作業し易い環境の提案や、初心者との連携による作業効率の向上を目指す。

- 2 生産管理者が行っている作業(コンピュータ画面、書類などの情報参照や、コンピュータ画面操作)の視線の動きを解析することによって、思考の過程を整理することができる。

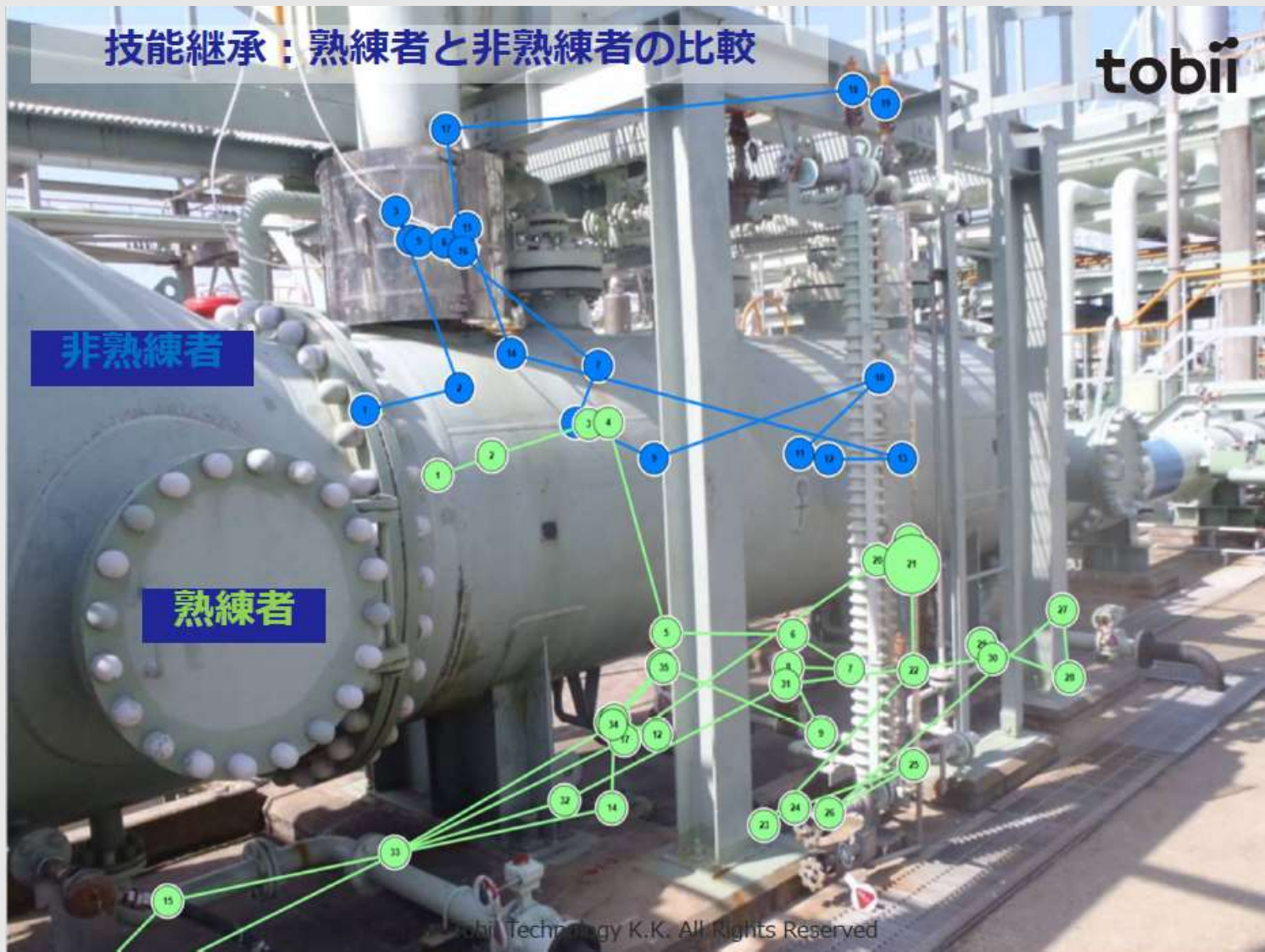
情報システムのサポート機能を実現し、生産管理者の作業の効率を高め、リアルタイムな意思決定システムの実現を目指す。

技能継承：熟練者と非熟練者の比較

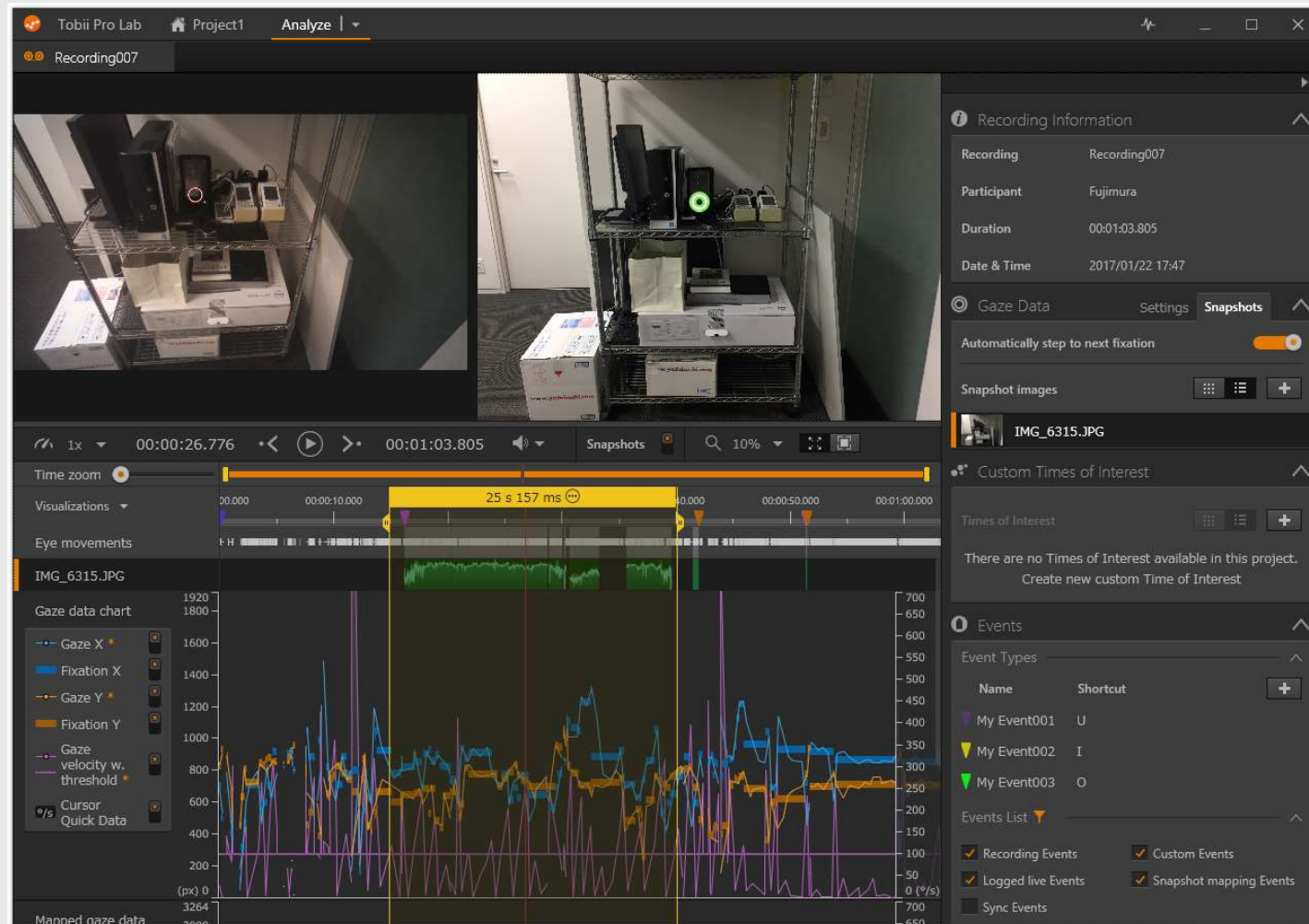
tobii

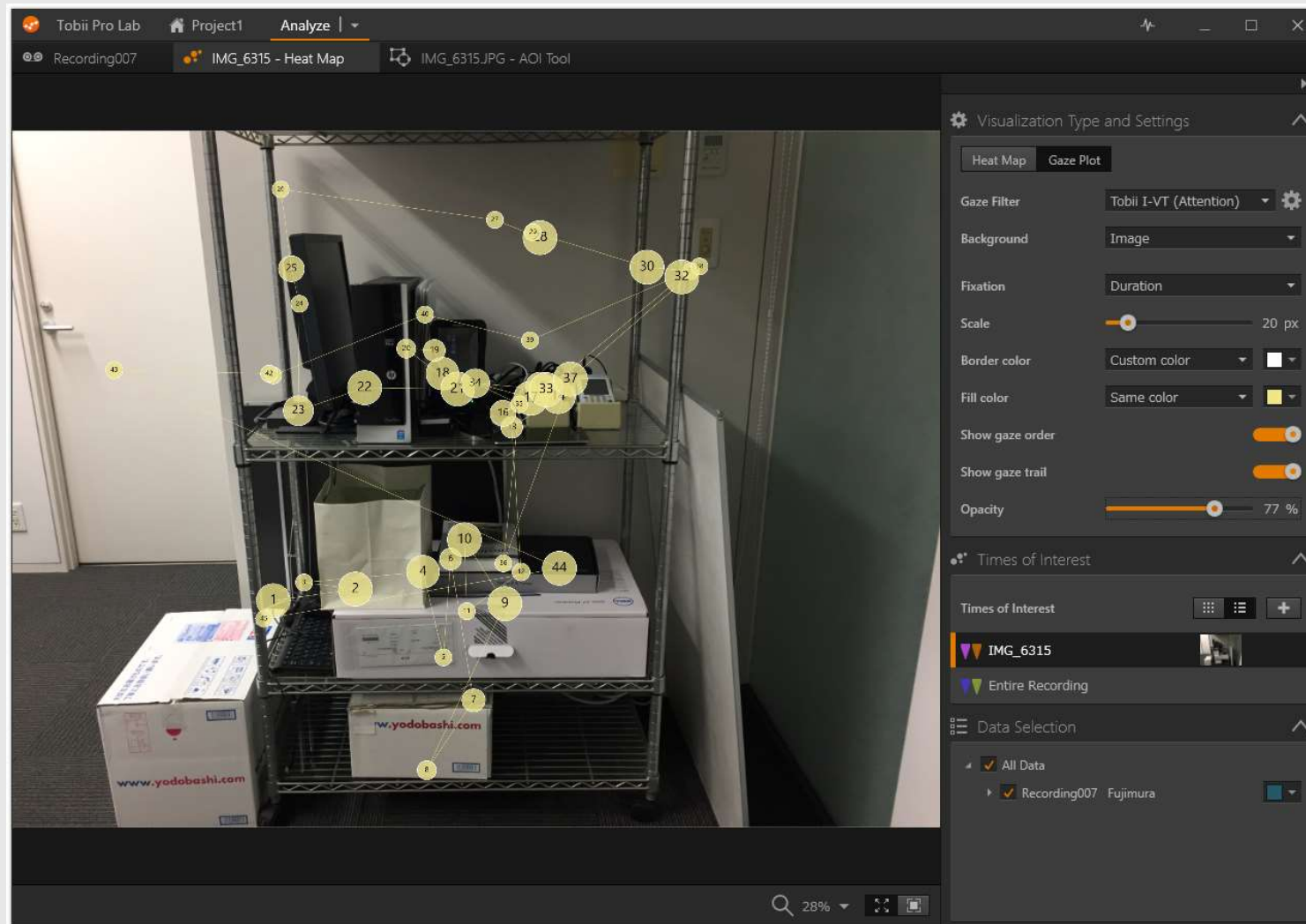
非熟練者

熟練者



© 2019 Tobii Technology K.K. All Rights Reserved





- 生産財マーケティングにおいては、製販一体になった取り組みが極めて重要であり、将来を見据えて顧客ニーズを正確に捉え市場の変化に対応したマーケティングが必要である。
- 今後の生産財マーケティングは、情報・通信技術の進展により、顧客ニーズ自身、マーケティング手法自身に変化が生じてくるのではないか。このような変化に耐えるための備えも生産財マーケティングにおいては必要ではないだろうか。

SMART
INDUSTRY
LABORATORY



Thank
you