

マーケティング用語集

マーケティングマスター 用語辞典

編集の用語検索が又は下記簡易目次利用ください

簡易目次

下記数字にカーソル移動すると各行へジャンプします

あ行	1
か行	5
さ行	11
た行	17
な行	22
は行	22
ま行	27
や行	30
ら行	30

チェック覧の使い方

一度目で用語の説明ができなかったもの



二度目で用語の説明ができなかったもの



三度目で用語の説明ができたもの



一度又は再チャレンジで説明できたもの



●行

IR活動 investor relations
我が国では企業の情報公開（ディスクロージャー）の要請の高まりとともに活発化しはじめた活動であり、広報活動の一環として特に一般投資家、機関投資家、証券アナリストに向けた企業の活動の理解を高めたための活動。

IMC インテグレートドマーケティング・コミュニケーション

アメリカのノースウエスタン大学を中心にして提唱された企業の対外的なコミュニケーション活動に関する概念や考え方であり、広報、広告、販促、人的販売といった企業のコミュニケーション活動を統合した活動と組織の必要性を説いたもの。

アウトレット

アウトレットとは排出口、はけ口の意。余剰品を低価格で販売するアウトレットストアが、アメリカでは急成長している。もともとは、メーカーが工場の過剰在庫品を売ったのが始まり（ファクトリー アウトレット）。最近では、大手小売店が売れ残り品を処分する店（リテイルアウアウトレット）として展開する事で成長に弾みがついている。一方、日本では、アウトレットストアと称する大半はオフプライズストア（メーカーの過剰在庫や他の小売業の売れ残りや仕入れて販売する店）で、本物のアウトレット店はDCアパレルメーカーや専門店の一部が手がけている程度に過ぎず、名前だけが先行している。

アーキテクチュア

設計思想。ブランドのアーキテクチュアの確立とは？日本のブランド体系は無理な増政策を重ねた家屋のごとく広く伸び切った企業ブランドの傘の下に不揃いなブランドが乱立している。

アカウンタービリティ

説明義務。実施義務。特に科学技術研究活動で多大な資金援助を受ける研究者が、その意義を説明する責任、義務を負うとする考え方。会計用語では、会計責任のことであるが、アカウンティング（会計）とレスポンシビリティ（責任）の合成語で「説明責任」と訳される。企業情報の開示を求める会計用語として使われているが、最近では金融機関が不良債権を抱えている事実が隠されている事実がかくされていたことや原子力発電所の放射の漏れ事故の虚偽の報告がなされた事などで国民に対する行政側の説明責任として使われはじ

マーケティング用語辞典

めている。関連語（グリーン・アカウンタビリティ）環境問題においても地球温暖化やオゾン層の破壊、酸性雨、産業廃棄物の投機など、環境破壊に対する企業のアカウンタビリティが問われ、その対策に対する企業側の報告説明が要求されるようになってきている。

アドボカシー広告

企業がその活動の現状や実態を消費者に正しく理解してもらおう事で、自社の活動に対しての支持を求めるための広告活動を、アドボカシー広告（擁護広告・主張広告）と呼ぶ。社会の要求や利益を無視して、自社の利潤のみを追求する企業姿勢は許されなくなってきた。しかし、適性な利潤の追求は、企業が健全に成長し継続していくために不可欠であり、この事を正しく消費者に理解してもらい、その支持を得る事が重要となってきた。企業が適切な利益を確保する事によって、社会に対する利益の還元が可能となり、その事が社会全体の利益につながっていく事を、企業が明確に主張してはじめて、消費者の正しい理解と支持を得られる事となる。

AIDMA（アイドマ）の法則

人間の消費行動の特徴を表す英語の頭文字をつないだもの。人が物を買うのは、その商品なりブランドにA（attention注目）、I（interest興味）、D（desire欲望）、M（memory記憶）してからA（action行動）という段階を追うというもの。1925年、E・K・ストロングがAIDAの法則を主張。これに、55年タウンゼントという人がMを加えた。わが国では「アイドマ」が使われるが、欧米では「アイダ」が使われる事が多い。このように、人の行動が順を追って認知から行動に至ると言うモデルをハイアラーキーモデル（hierarchy model階層モデル）と言う。このほか、Mの代わりにC（conjunction確信）を加えたアイドカ（AIDCA）の法則を唱える人もいる。

アルゴリズム...十進法

モノとモノををくっつける基準の事。演算法、問題を

解くための論理構造。ワード法が推奨される。

アンラーニング

過去の成功体験を捨てる。

APS

新写真システム。コダック、キャノン、富士写真フィルムと連携している。

アップスパイラル

上昇に向けての相互連鎖

暗黙知

生まれつきに人間に備わっている知恵のようなもので、誰にも言語化できない。実際にはその暗黙の知によってお互いにコミュニケーションができる。例えば生まれた赤ちゃんをプールにいれると一人で息継ぎをして泳ぎ出す。この暗黙知を自覚して、さらに包括的な知を目指して目的意識を組み立て直していくことで、創造的な活動を展開する端緒が切り開かれていく。この概念はハンガリーの科学者でマイケル・ボラニーにより打ち出された。人間の非言語的な暗黙知は人間とおしの理解を生み出すばかりでなく、自然の諸現象、科学上の問題発見など、さまざまな、創造性発現の原動力になる。

威光価格

品質の高さやステータスを消費者へ訴えるために、意図的に高く設定された価格を言う。威光価格はカルティエやロレックスのように、高級宝飾品や高級時計を販売する企業にしばしば採用されている。

イニシエーター

マーケティングでは変換プロセスにおいて満たされないウォンツやニーズに気付く人物。

初発因子、遺伝子を変質させてがん化のきっかけを作る物質。命令を出す方の装置、受け取る側はターゲットという。

インプリメンテーション

実行する

インスタ・マーチャントライジング

価値観が多様化している現在、小売業もメーカーの

マーケティング用語辞典

提供する商品をそのまま店に陳列するのでは生き残れない状況下にある。そこで、小売業自ら積極的に新しいコンセプト創造のもとに、マーチャンタイジングを行う事をインスタマーチャンタイジングという。具体的には、小売店の売場の中でどういう工夫をすれば売り上げが増えるかという事。ISM(イスマ)とも略称される。ある調査によると、客の購買動機のうち始めに計画されていた部分はわずかに23.9%、残りは店内で決定されている。となると、ISMの工夫如何が大きな影響を与える。ISMの中心技術は品揃えと陳列。品揃えは、売れ筋死に筋の問題。陳列はどこへ何を並べるかの問題。

IT

インフォメーションテクノロジー

EDI

電子データ交換

ECR...Efficient consumer response

ERP(Enterprise Resource Planning)

全社的な業務管理。経理や生産管理、販売管理、人事管理などの基幹業務を情報技術を使って有機的に結びつけて実行すること。これらの機能を備えたソフト群を統合業務パッケージと言う。アメリカ生産者管理協会(APICS)の定義によれば、ERPシステムとは、最新のIT技術を活用した、受注から出荷までの一連のサプライチェーンと、管理会計、財務会計、人事管理を含めた企業の基幹業務を支援する統合情報システムである。福島氏著の「サプライチェーン経営革命」では、ERPの特長は(1)巨大なデータベースに基幹業務のあらゆるデータが統合され、リアルタイムに連携できる、(2)一つのパッケージで複数拠点の基幹業務をオペレーションできる、(3)オープンシステム型のパッケージである、などがあげられている。<参考> NECのERPソリューション

EVA革命

株主資本利益率(ROE)重視の経営が広く浸透している米国において、最近ROEに次ぐ新たな経営指標

として経済付加価値(EVA)を導入、企業の資本効率と実力を評価しようとの動きが強まっている。EVAとは一言でいえば、企業における金融力と営業力を可能な限り仕分け、営業力の結果としての税引き後の営業利益と営業用に投じた資本(株主資本+負債)コストを比較し、その差をEVAと呼び、これを企業本来の収益力(付加価値力)とみなそうとの考え方である。つまり企業が有する金融資産はもともと株主・投資家のものであり、彼らに代わって企業が保有運用するだけで企業の実力そのものには直接関係はない、と考える。従って企業価値総額から金融資産の市場価値を除いた正味企業価値と、これに対応する営業用資産に注目し、この間の比率やその価値の推移でもって、企業の収益力や将来性を評価しようとの考え方である。もちろんEVAは投資家のための判断基準のみならず経営者のための判断基準でもある。コカ・コーラ、コダック、AT&T、CSXなどの米国企業はEVA経営を志向し、年次報告書などでもこの考え方を取り上げている。とりわけコカ・コーラ、コダックなどではここ数年のリストラや事業の選別にあたりEVAの考え方を大胆に導入、結果として高い資本効率とROEの大幅改善を実現した。EVA向上を志向する企業はROEの高さとともに、証券市場でも高い評価を受けることとなり、今日の米国の高株価を支える一因ともなっている。こうした手法は日本では会計技術的にも難しい面があり、残念ながらそのまま適用することは容易ではない。しかし、金融資産収益とは切り離し、企業が本来の営業力を通じてどれだけ価値を創造したかに注目して企業評価を行うと、この考え方は今後わが国でも、大いに参考にすべきと思われる。(三菱商事企画部長代理 堀内義明)

インセンティブプロモーション

「インセンティブ」とは訳すと「刺激策」という事。生活者の購買意欲を刺激するプレミアムキャンペーンが代表的な例。生活者に限らず、インセンティブの対象者を分類すると次のようになる。

マーケティング用語辞典

自社の販売員（ルートマン、フィールドマン） 問屋、小売店（専門店、量販店、百貨店）の営業窓口担当者（バイヤー） 小売店の売場担当者（販売員、パート、アルバイト） 末端生活者 においては、売り上げ拡大への協力・貢献に対して、プレミアムプレゼントや、ステータス付与といったインセンティブプロモーションが行われる。 に対しては、取引量に応じて割り引いたり、プレミアムが付いたりするインセンティブもある。 においては、商品を買うとプレミアムがもらえるという購買条件付き（クローズド）インセンティブや、買わなくても新聞などのクイズに答えると当たる（オープン）インセンティブがある。

インフラストラクチャー（社会資本）

一般的には、産業、社会の基盤となる施設や基本設備の事。道路、鉄道、空港、港湾、治水などの土木事業を中心とした公共投資分野を意味する事が多いが、最近では新社会資本という表現で、高度情報化のための次世代情報通信網の整備、高齢化社会への対応としての医療、福祉施設の整備などを意味する事が多い。

その他流通領域では、バーコードの普及や、POSシステムの整備、それに通信手段の統一はインフラストラクチャーに相当する。

FOB価格（free on board pricing）

本船渡し価格とか甲板渡し価格と呼ばれる。売り主は、指定の船積み港において買い主が手配した船舶に貨物を積み込み、船舶上で引き渡すまでの一切の費用を負担し、それ以降は買い主の負担となる、という条件の事である。従って、買い手は送貨に関連するいかなる貨物運送額をも負担するものである。時により、売り手側の運送機関を利用する事もあるが、その場合には、運賃諸掛りの実額が商品価値に加えられて請求される事になる。

CI F (cost insurance and freight)