

# インターネットがもたらすマーケティングモデルの質的な変化

及川直彦（株式会社電通コンサルティング）

インターネットに代表されるデジタル・プラットフォームの登場によって、企業と顧客の関係性が変化し、それにもなって新たなマーケティングモデルが有効になる可能性があります。

本発表では、このようなマーケティングモデルの特徴を物語る概念群を俯瞰した上で、それらの一つとして注目されている「顧客参加型の商品開発」について、実務の事例と先行研究から概念を整理した上で、どのようなカテゴリーやブランドがこのアプローチを活用しやすいかについて、実証的な検証を通じて得られたファインディングスを紹介します。