2023年5月23日

＜インタビュー記事制作にあたって＞

**■ミスターマーケティングに関する理解**

当社は、中小企業専門のマーケティングコンサルティング会社として、2007年に創業しました。これまで１６年間活動し、３００社以上の会社のマーケティング支援を行ってきました。

当社のマーケティングの支援を通じて、売上成果をだすことを目的としています。

当社の顧客対象は、年商５億～５０億ほどの中小企業でして、業種は、ＢｔｏＢが半分、ＢｔｏＣが半分です。メーカーが多い傾向にありますが、サービス業、小売業と幅広く対応しています。以下の当社サイトで、成果を出した企業の事例を多数掲載しているので参考にしてください。

<https://www.mr-m.co.jp/category/case-study/>

マーケティングという語義の範囲は広く、価値を生み出すところから、価値を顧客に届けるまでの一連の活動と捉えています。

当社が特に力をいれているのは、価値を生み出していく部分、つまり、商品・サービス・事業そのものを差別化していくことです。

これを「カテゴリーキラーづくり」と称しています。カテゴリーキラーの定義は、「競合他社を圧倒する差別化された商品・サービス・事業のこと」としています。当社のメインサービスは、「カテゴリーキラーづくりコンサルティング」です。

**■今回の取材の経緯**

当社のカテゴリーキラーづくりコンサルティングを通じて、売上成果をだしてもらうことは、第一目的ですが、中小企業の本質的な成長のためには、そのノウハウを活用して、自力で、成果を出してもらうようになることです。

つまり、一度当社の指導を受けてカテゴリーキラーを生み出し、その後は、そのノウハウを活かして、当社の指導を受けなくても、自分たちで成果を出せるようになることです。

それが、中小企業の成長に絶対に必要だと考えています。

これまでもそのように当社の指導を受けた後に、そのノウハウを活かして成長していった会社は多数ございますが、今回のテオリアハウスクリニック様も一度当社の指導をうけて成果をだし、その後、今回取材のきっかけとなったプロジェクトを成功させました。

前回は、当社の指導を受けて成果をだしていますので、その時のインタビュー記事を以下のURLよりご確認ください。

<https://www.mr-m.co.jp/case-study/teoria-houseclinic/>

このインタビューは、2020年8月27日に実施したものです。

そこから、約３年が過ぎまして、以下の報告がございました。

-------------------------------------------------------------------------------------------------

>> 2023年5月12日(金) 18:09 野田恒徳 <t-noda@teoriagroup.com>:
>>
>> >
>> > 株式会社ミスターマーケティング
>> > 村松様
>> > 吉田様
>> >
>> > いつも大変お世話になっております。
>> > テオリアハウスクリニックの野田です。
>> >
>> > ご無沙汰しております。
>> > シロアリ1番！の制作では本当にありがとうございました。
>> >
>> > いまでも御社のホームページを時折、拝見させていただき指導してくださったことを改めて思い出したりしています。
>> >
>> > ご指導いただいた時期はまだコロナ前だったこともあって、直接対面でお話できていたことが良かったと思っています。
>> > お陰様でコロナ禍ではご指導してくださったことを基に断熱サイトをリニューアルしたところ、**シロアリ1番！以上の反響を得ることができました。**
>> > ぜひお時間がある時にでもチェックしていただけると嬉しいです。
>> > 「断熱リフォームの匠」
>> > <https://www.dannetsu-takumi.com/>
>> >
>> > ご指摘いただきましたお客様の声のアップデートについて、たまたま昨日木村からも話があったのでびっくりしました。
>> > 過去、シロアリ1番！のお客様の中にきちんと更新されていることが依頼される要素の一つだったと言われたことを思い出しました。
>> > 早急に修正に取り掛かりたいと思います。
>> >
>> > 今後はホームインスペクションのリニューアルや新規事業にもチャレンジしたいと考えております。
>> > またミスターマーケティングさまにご指導をお願いする機会があるかもしれませんが、今後ともよろしくお願いいたします。
>> >
>> > --
>> >
>> > ＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/＿/
>> >　 株式会社テオリアハウスクリニック
>> >　 経営企画部 取締役部長　野田 恒徳

-------------------------------------------------------------------------------------------------

**■テオリアハウスクリニック様の理解と取材の趣旨**

テオリアハウスクリニック様の事に関しては、前述のインタビュー（<https://www.mr-m.co.jp/case-study/teoria-houseclinic/>

）をお読み頂ければご理解頂けると思いますが、もともと、大手ハウスメーカーからの受託でシロアリの予防の仕事がメインでした。

この事業とは別に、受託ではなく、自社ブランドとして、「シロアリ予防・駆除」の事業で売上を拡大したいということで、当社がお手伝いさせて成果をだしたものです。それが、前回のインタビューでした。

そこから、メールのご報告の通り、当社の指導をもとに、別の断熱リフォームの事業も成功させたというご報告でした。

実は、前回のシロアリ事業のコンサルティングのときにも、何をテーマにしようか最初、考えられていたときに、こちらの断熱リフォームの事業も候補に挙がっていたと思います。

テオリアハウスクリニック様が素晴らしいのは、「シロアリ予防・駆除」の事業で得たノウハウをもとに、自分たちの力で、今回、断熱リフォームの事業を成功させたということです。

当社としては、断熱リフォームの事業も指導を依頼されれば、それはそれで、当社の売上としては嬉しいことではあるのですが、当社の理念の本質的な部分では、彼らが、自らの力でカテゴリーキラー戦略を応用して、成長できることが大切と考えています。

ちなみに、当社のビジョンは、**「“日本の中小企業はマーケティングが強い”と**

**世界から評価される時代をつくる」**です。詳しくは、以下のページをご覧ください。https://www.mr-m.co.jp/company/

このビジョン達成のためには、当社がずっと関わって指導をし続けるスタイルではなく、しっかりと先方の企業にノウハウを残して、自立してもらうことがとても重要と考えています。

先のメールに対して、私から以下の返信をしています。

-------------------------------------------------------------------------------------------------

> 2023年5月13日(土) 13:33 村松勝 <muramatsu@mr-m.co.jp>:
>>
>> 野田様
>>
>> ご無沙汰しております。
>> 嬉しいご報告ありがとうございます。
>>
>> 断熱サイトの躍進、とても嬉しいです。
>> 「断熱リフォームの匠」のサイトもとてもいい感じにできてますね。
>> 新規受付けができないほどの人気ということで、すごいですね！
>>
>> きっと、貴社のことですから、こちらのプロジェクトも
>> スタッフの皆様の熱い想いを集結して、精力的に
>> 取り組まれていることと存じます。
>> シロアリ１番のメンバーの方も、戦略プラニングの経験者として、
>> かなり力を発揮されたのではないでしょうか。
>> とても嬉しいです。
>>
>> 当社が目指しているのは、まさに貴社のように
>> 当社からお伝えしたノウハウをしっかり活かして、
>> １つではなく、その後のプロジェクトにも応用していただき
>> 成長していただくことです。
>>
>> そして、プロジェクトの成功を通じて、売上が上がる
>> だけでなく、人も育ち、組織として、マーケティングに
>> 強い会社になって頂くことです。
>>
>> 厳しい市場環境におかれる中小企業は、
>> マーケティングに強い会社になることで、
>> 価格競争を回避し、しっかりと利益を出し、
>> 社員に還元し、また次の投資に活かしていける
>> 経営のエンジンになると信じて、１６年前に
>> ミスターマーケティングを立ち上げました。
>>
>> 貴社のお取り組みは、理想的です。
>>
>> もし、よろしければ、近々、お伺いさせて
>> いただき、断熱リフォームのお取り組みの話を
>> お聞かせいただけないでしょうか。
>>
>> 可能であれば、以前、シロアリ１番のときのように、
>> 当社のお客様インタービューレポートとして、
>> 取材させて頂き、多くの中小企業の経営者に
>> お伝えさせていただきたく存じます。
>> きっと、経営者の皆様の参考になると思います。
>>
>> また、その際にシロアリ１番の
>> その後もお話を伺いたいと思っています。
>>
>> ご検討のほどよろしくお願いいたします。
>>
>>
>> 村松
>>
>>
>> \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*
>> 株式会社ミスターマーケティング
>> 代表コンサルタント
>> 村松　勝

-------------------------------------------------------------------------------------------------

以上の流れで、今回の取材の趣旨は、前回、テオリアハウスクリニック様が当社の指導を受けてシロアリ事業で大きな成果を出した後、今回は、そのノウハウを活かして、自分たちの力で、さらに大きな成果をあげたことです。

ちなみに、彼らがやったことは、もともとあった断熱リフォームの事業のサイトを、ブランドリニューアルしたことで、成果につながったと理解しています。（詳しい内容は、私もまだヒヤリングできていません。今回詳しく聞かせてくださいということになっています）

**■取材の目的・ポイント**

今回の取材の目的は、このレポートを読む中小企業の経営者に、当社のカテゴリーキラーづくりコンサルティングのノウハウが、目先のプロジェクトの成果を出すだけでなく、その後もクライアント企業で応用できるノウハウであることをアピールし、信頼を得ることにあります。

このレポートを読む中小企業の経営者は、既存のお客様もいらっしゃいますし、当社のコンサルティングを検討中のお客様もいます。どちらかといえば、後者の当社のコンサルティングを検討中のお客様にむけて、興味関心を持ってもらうように訴求したいと考えています。

取材の中で訴求していきたいポイントは、大きく以下の２点です。

1. **コンサルティングを活かして成果をあげていること**
	* 野田様のメールに「シロアリ1番！以上の反響を得ることができました。」とありますが、どのぐらいの成果があったのかを、メインタイトルでしっかり訴求してインパクトをつけたいです。
	* その際に、一番インパクトのある数字を、メインコピーで使いたいと思います。たとえば、売上が年商で数千万円から、数億になったということであれば、その具体的な数字を入れたいと思います。
	* また、プロジェクト実施前と比較して、売上２倍とか３倍というのもインパクトがあるかもしれません。
	* それと「断熱リフォームの匠」 <https://www.dannetsu-takumi.com/>のサイトを見ますと、現時点で、注文が多すぎて対応ができないという趣旨のコメントがあります。この点もアピールできる要素として魅力ですのでうまく表現して欲しいと思います。
	* また、前回のシロアリ事業のその後もアピールできる点があれば、レポートに盛り込んで欲しいと思います。（前回も継続して、市場拡大、売上拡大ができているし、今回の事業もうまくいってよかったとう流れをつくりたいです）
2. **当社のコンサルティングノウハウは、別プロジェクトにも応用できる**
	* 当社の強みは、以下の３つです。この強みの裏付けとなるようなコメントをとっていけることができれば理想的ですので、工夫して引き出してもらいたいと思います。

----------------------------------------------------------------------------

**（１）独自市場づくりノウハウ**

①経営者の想いを汲んだ戦略づくり

②強みを活かした差別化とポジショニングづくり

③魅力的に伝える、ブランド表現開発

④ブランド価値を高める顧客開拓ノウハウ

**（２）戦略を、中小企業の現場に落とし込む力**

①腑に落ちる明瞭なステップ

②シンプルにわかりやすく伝える力

③自立を促す再現性の高い戦略ノウハウの移植

**（３）人の想いに寄り添う指導力**

①参加者の意見を引き出す力

②納得度を追及した合意形成プロセス

③プロジェクトを前向きに進める、勇気づけ力

　　 ----------------------------------------------------------------------------

* + 以上の強みの裏付けが全部コメントとして引き出せるとは思いませんが、おそらく、赤字の「腑に落ちる明瞭なステップ」という点が評価されると思います。
	+ なぜ、当社のノウハウを活かすことができたかという質問をしたら、想定できる回答は、「腑に落ちる明瞭なステップ」の他に、前回のプロジェクトを成功させているので、自信があったとか、そういう意見も出てくると思いますが、実践で体験して腹落ちしていく感じが、次のプロジェクトの成功につながっていると思います。この点は、座学を中心にやっているマーケティング研修会社との大きなちがいでして、しっかりアピールしたいと思います。座学では、頭でわかっても成果になかなかつながらないので、**実践で指導している**当社のコンサルティングスタイルをアピールしたいと思います。（マーケティング研修会社は、直接競合にはなりませんが、間接競合と捉えています）

**■質問（案）**

**（１）前回もコンサルティングを受けられていると思いますが、前回の事業はその後いかがでしょうか？その後の進捗や成果などを少し教えてもらえますか。**

（前回のレポートを読まれていない方も対象としますので、概略がわかるような入口にして頂ければと思います。シロアリ事業は、その後もうまく市場開拓ができていうという解が得られればベストです）

**（２）今回成果をだされている断熱リフォームの事業について、どんな事業をされているか教えてもらえないでしょうか。**

（私もあまり理解できていないので聞いてみたいポイントです）

**（３）今回のプロジェクトは、どのように発足されたのでしょうか？それまでに、抱えていた課題や、解決にむけて立てた仮説などがあれば教えてください。**

　（想定できる回答例：断熱リフォームの事業が、なかなか売上が立たず困っていました。そこで、シロアリ事業で得たノウハウを活かして、ブランドリニューアルをすることで、活性化できると考えてプロジェクトチームを立ち上げました）

**（４）メンバーはどのように選定したのですか？また、どのような役割分担でプロジェクトを進めましたか？**

　　（前回のメンバーに加えて、新しいメンバーが入っていると聞いています）

**（５）今回のプロジェクトは、ミスターマーケティングさんのノウハウを活かしたということですが、直接の指導がない状況でのトライでしたが、どんなことを意識して実行されたのでしょうか？**

**（６）大変だった点、特に工夫した点などについて教えてください。**

**（７）プロジェクトを実行した結果、得られた成果について教えてください。**

**ホームページには、注文を受けられない状況と出ていますね。**

　　　（前述の通り、キャッチコピーで使えそうな数字が欲しい質問です。インタビューで一番重要な質問になります）

**（８）成果をだされた後の社内の評価や影響などはどうですか。**

　（社内に良い影響をあたえている、モチベーションがあがっている、自分も挑戦してみたいというような前向きな意見がでてくると良いと思っています）

**（９）今回のプロジェクトを通じて、気づきや学び、感想などありましたらお願いします。**

　　　（メンバーひとりひとりの意見が欲しいです）

**（１０）ミスターマーケティングさんのコンサルティングをどう評価していますか？**

　　　（当社の理念的な共感や、指導力、使えるノウハウ、など、よいコメントがひきだせればと思います）

**（１１）今後、ミスターマーケティングさんに期待することがあれば教えてください。**

以上の質問は、私の案ですが、アレンジして頂いて結構です。

また、私は現場に入りますので、フォローさせて頂きながら進めていければと思います。

先方は、野田さんという取締役の方と、担当の木村様、岡田様で対応して頂けます。

どなたがメインで回答されるかわかりませんが、おそらく野田さん中心になると思いますが、野田さんの判断で、他の方が回答されるということになるかもしれません。当日の流れでやりとりできればと思います。

まとまりがなく恐縮ですが、以上を参考にインタビューをお願いできればと思います。

何卒宜しくお願い致します。

以上

（株）ミスターマーケティング　村松