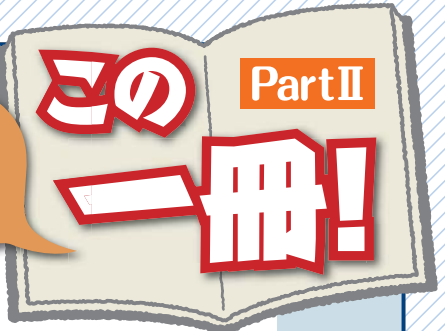




経営コンサルタントが 第2回 オススメする



【発行】日経BP社
【著者】デイヴィッド・ミーアマン・スコット、ブライアン・ハリガン
【監修・解説】糸井 重里 訳 渡辺 由佳里
【価格】1,836円(税込)

中小企業診断士、キャリアコンサルタント **豊田 礼人**

グレートフル・デッドにマーケティングを学ぶ

風変わりなロックバンドの逆張りマーケティング

グレートフル・デッドの何がすごいのか。彼らはロックバンドの常識に逆らい、観客がライブを録音することを許しました。許したどころか、なるべく高い音質で録音できるように、わざわざ専用の場所をライブ会場内に用意したというから半端じゃない。録音した音源は、ファン同士でシェア(交換)して楽しむ。録音はフリー、撮影もフリー、音源はシェアOKだ。彼らは今から40年以上も前の、インターネットも無かった時代に、フリーやシェアをビジネスに取り入れ、他とは違う自分たちのスタイルを築きあげました。先見の明。何より、ファンを喜ばせたかったのでしょうか。

従来のミュージシャンはレコードやCDを制作し、それを売するためにコンサートツアーをやりまだったため、音源はしっかり管理

され、観客が録音や撮影することなど絶対に許さない。しかし、グレートフル・デッドは正反対のことをやりました。まさに逆張りのマーケティング。即興性の強い彼らのライブは毎回演奏も曲も変化します。その音源を録音し、シェアして楽しむファンは、ライブにも何度も足を運びます。そこで生の演奏を体感すると同時にファン同士が交流する。バンドを中心に「デッドヘッズ」と呼ばれるファンのコミュニティができ、ライブは常に満員。グレートフル・デッドはモノではなくコト(ライブ)で稼ぐというビジネスモデルを作り上げ、ロック史上最も人気のあるツアーバンドの地位を確立したのです。

この本には、グレートフル・デッドという風変わりなロックバンドが、どんな風にファンを増やしていったかが書かれています。真ん中にあるのは、ファンを思う愛。ファン

を愛するからこそ、ファンが喜ぶことをやる。だからフリーもシェアも奨励する。結果、それが大きなセールスを生み出すことにつながったのです。自分らしさとファンを愛する姿勢。どんなビジネスでも大切なこと。堅いビジネス書にウンザリな人におすすめです。



レイマック・コンサルティング 代表
中小企業診断士、
キャリアコンサルタント(国家資格)

Profile

マーケティングを専門とする経営コンサルティング事務所レイマック・コンサルティングの代表。「中小企業のNewをサポートする」をキャッチフレーズに、新規事業や新規開拓など中小企業の新しいチャレンジを支える。自らマーケティングを実践し、その結果をもとにアドバイスすることがモットー。妻と2男児の父。好きな食べ物はカレーライス。

<http://raymac.jp>