MARKETING
×DESIGN

マーケティングにおける デザインの重要性とは？

役割とプロモーション施策の例も解説

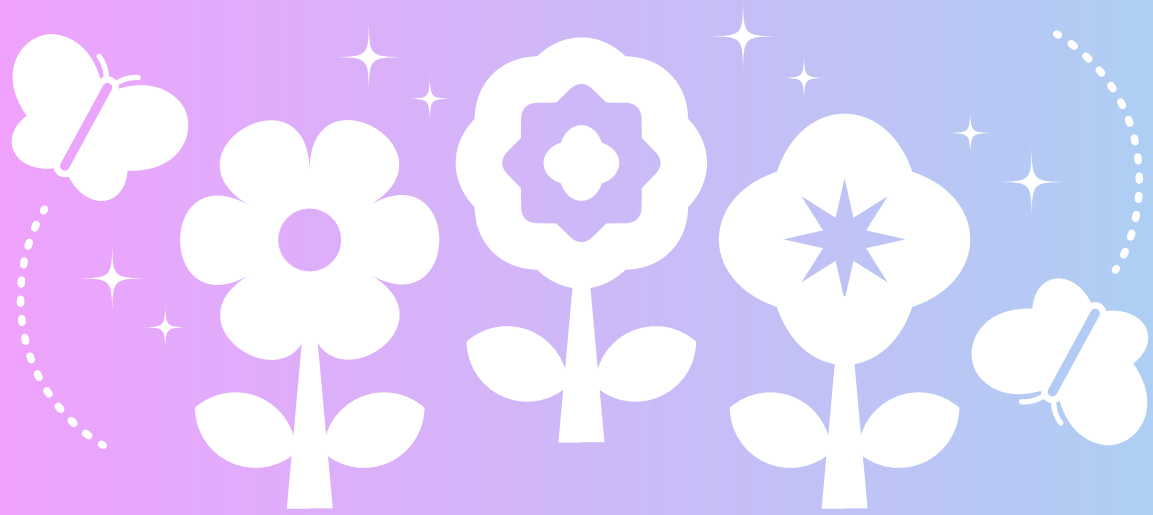
テレアート

マーケティングにおける
デザインの重要性

デザインという言葉から、商品・サービスの見た目や
特徴などをイメージする方も多いでしょう。

美しさや個性をビジュアルで表現するのも、
デザインが担う大切な要素のひとつです。

しかし、マーケティングにおけるデザインとして考えるときには、
その領域はさらに広いものになります。

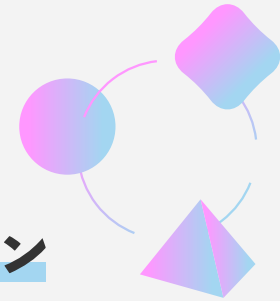


マーケティングにおける デザインの考え方

◆マーケティングにおけるデザインでは、顧客ニーズを把握してから必要な特性や機能を考え、ターゲットに適したビジュアルで表現するまでのトータル的な視野が求められます。そのため、デザインを構成する際には、どのような意味やメリットがある商品なのかが明確に伝わらなければなりません。

◆また、ビジュアル面におけるデザインは、ターゲットに与える第一印象を大きく左右するだけでなく「その商品を使用したことでどのような感情になるか」といった情緒的価値をイメージさせる役割も担っています。どれだけ商品・サービスのクオリティが高くても、デザインの構成が適切でなければ企業がユーザーに伝えたい価値はうまく届きません。

デザインから 創出されるコミュニケーション



良質なデザインは、顧客と企業の
効率的なコミュニケーションに大きく貢献します。
ユーザーとコミュニケーションをとる機会が増えれば、
商品・サービスのイメージが浸透しやすくなり、
ブランド力の維持や話題性に結びつきやすくなります。

これらを実現するには？

企業が伝えたいメッセージ、商品に抱いてほしいイメージを整理してデザインを構成することが大切です。デザインの本質であるさまざまな役割に目を向けることで、より成果につながりやすいマーケティング戦略が見出せるようになります。

マーケティングにおけるデザインが果たす役割

マーケティングにデザイン思考を取り入れるとき、もっとも重視すべきは**ターゲットの視点**です。
マーケティングの領域において、デザインが果たす役割は主に**6つ**挙げられます。
それぞれの役割をよく理解しておけば、思うような効果が出ずに修正が必要になった場合でも、
素早く代替案を検討できます。

デザインが果たす6つの役割

マーケティングにおいてデザインが果たす役割は、主に以下に分けられます。

- コミュニケーション手段
- コンセプトの伝達
- 経験価値の創造
- 競合他社との差別化
- ブランドイメージの形成と認知
- 決定回避の法則を働かせない

これら6つの役割について詳しく見ていきましょう。

1 コミュニケーション手段

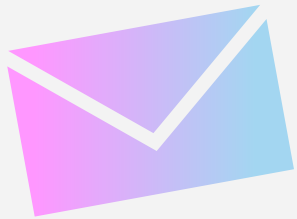
競合にシェアを奪われないためには顧客と効率よくコミュニケーションをとり続ける必要があります。その手段のひとつがデザインです。

◆その商品の魅力が瞬時に伝われば、より成果につながりやすいマーケティング活動が実現します。顧客にどのようなアクションを起こしてほしいのか？ユーザーの行動を促進するための動機づけを意識しながら、顧客が求めている情報を的確に提供するようにしましょう。なお、顧客が目的の情報へスムーズにたどり着けるよう、ナビゲートへの配慮も重要です。

2 コンセプトの伝達

◆商品・サービスをどのようなシーンで使用するのか、どのようなユーザーに向けて販売する商品なのかといったコンセプトは、ブランド力の強化に欠かせません。クール、ナチュラル、ゴージャスなど、ブランドや企業の世界観に沿って商品に適したデザインを設定すれば、商品のコンセプトは正確に伝わります。WEBサイトやSNSなど、異なる媒体でブランドの世界観を統一することも意識しましょう。

イメージに一貫性を持たせることで、ユーザーの信頼感を獲得しやすくなります。



3 経験価値の創造

◆現代では、商品の所有を価値とする「モノ消費」から、商品を通して得た経験や体験を価値とする「コト消費」に価値を感じるユーザーが増えてきました。そのため、いかに経験価値を提供するかといった意図的なマネジメントも、デザインを構成する重要な要素に含まれてきます。

◆魅力的なデザインの商品・サービスには経験価値が付与されるため、心理的な満足感に結びつきやすくなり、顧客ロイヤリティの向上によるメリットも期待できます。

商品を購入してから廃棄するまでの期間、どれだけ高い経験価値を味わってもらえるかがポイントです。

4 競合他社との差別化

◆ひと目見ただけで記憶に残るようなインパクトのあるデザインは、競合他社と差別化を図ることに効果的です。他社が提供している商品・サービスとの差異を明確にする差別化戦略を実践するとき、視覚的に一瞬で独自性を感じてもらえる工夫が求められます。
ユニークなデザインや販売条件などの差別化を図ることで、他社商品では得られない価値ある商品だと位置づけることができれば、競争優位性の維持に効果的です。

市場で商品の価値が高まると...

リピーターやロイヤルカスタマーの確保、
新規顧客の獲得が期待できます。

5 ブランドイメージの形成と認知

◆ブランドに対してどのようなイメージを抱くかは、ユーザーによってさまざまです。実際に商品を利用して得たイメージと企業が意図的に発信した広告から得るイメージで印象は大きく異なるはずです。

> SNSの書き込みがイメージを大きく左右するケースも珍しくありません。

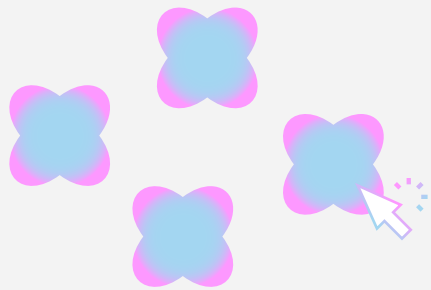
◆ブランドイメージは、企業スタイルの確立を土台に形成されます。ブランドが展開する商品を利用すると、どのような利益があるのかといったストーリーを地道に展開していくことも、ブランド力の強化に有効です。

➡ 根強いファンの育成は、
企業の認知度拡大を現実に導きます。

6 決定回避の法則を働かせない

「決定回避の法則」とは？

◆多すぎる選択肢を目の前にすると決断力が低下し、選択しないという行動や決断を先延ばしにするといった心理のことです。この決定回避の法則をうまく活用してユーザーの行動を促す方法もあります。たとえば、ターゲットを限定したうえで、それぞれひとつの商品・サービスをアピールすると、決定回避の法則を働かせずに顧客の購買意欲を後押しできます。このような発想も、良いデザインを構成する大切な要素です。



マーケティング戦略の4P概念

マーケティングの戦略を立案するうえで、よく用いられているのが4Pの概念です。

販売者側の視点から、

Product (製品)	Price (価格)	Place (流通)	Promotion (プロモーション)

といったそれぞれの要素について考え、とるべき戦略を明らかにしていきます。

どんなに優れた商品でも、

まず顧客に認知してもらわなければ成果につながりません。

商品の印象を決めるデザインは、特にプロモーションで重要な役割を果たします。

よく用いられるプロモーション施策を見ていきましょう。

プロモーション施策①

WEBサイト

スマートフォンやパソコンを通して24時間365日、いつでもどこでも自由に閲覧できるWEBサイトは、ユーザーにとってもっとも重要な広告です。初めてブランドを目にしたユーザーが企業価値を判断する材料となるため、初期投資を誤らなければ貴重な資産へと成長する可能性があります。

ロゴデザイン

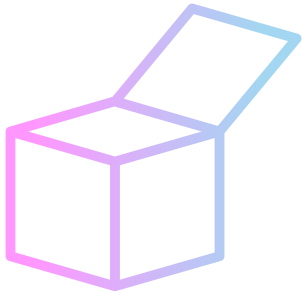
魅力のあるデザインのロゴは、ブランドイメージの浸透を円滑にします。ブランディングのメインツールとなるため、ブランドそのもののイメージを決めると言っても過言ではありません。目指す方向性を明確に提示して幅広いユーザーに認知してもらえるようになれば、ロゴそのものに存在価値が与えられます。

展示会イベントブース

展示会やイベントは、見込み顧客との接点を創出し、自社の魅力を直接売り込める場です。より多くの見込み顧客に商品・サービスをアピールするためには、まず集客を成功させなければなりません。ブースデザインも来場者にブランドの世界観を伝える重要なツールです。デザインを考える際は、世界観がうまく伝わるように意識しましょう。

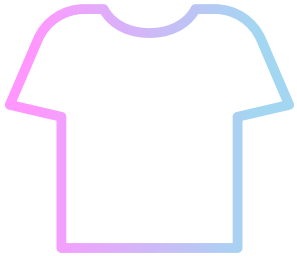
プロモーション施策②

パッケージデザイン



店頭やオンラインでユーザーが商品を直接購入しようとするとき、ブランドのイメージを伝えるツールとしてのパッケージデザインがあります。商品の内容自体が魅力的であることはもちろん、その商品を包むパッケージが魅力的で、ブランドの世界観を表現していることで、顧客はよりブランドの世界観に没入することが出来ます。

ノベルティ・グッズデザイン



ノベルティやグッズはユーザーにより世界観に没入してもらうための良いツールです。主力の商品以外のグッズはユーザーによりファンになってもらうために有効です。企業であればノベルティを制作することでイメージをさらに深めることができます。良いデザインのものであれば、さらに印象を上げユーザーや見込み顧客に良い印象を与えることができます。

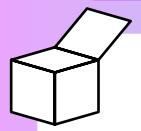
キャラクター

ブランドや企業にキャラクターを制作することは、ユーザーに親しみを持ってファンになってもらうきっかけになります。キャラクター自体が魅力的で個性的なデザインであれば、それ自体がコミュニケーションツールとなり独立した存在として、貴重な価値を持つようになります。見た目だけでなく、性格や設定など一貫したキャラクター性も重要になります。

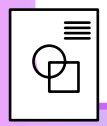
テレビの世界で培った経験から
国内屈指のハイクオリティなデザインを届ける 日テレアート

WEB/デジタル分野の
あらゆるニーズに対応した
ハイクオリティのコンテンツを提供

ＷＥＢサイトなど、多様なコンテンツ制作の実績が豊富です。企画開発からデザイン・UI設計、コーディングやスクリプティングまでの全工程を視野に入れ、品質の高いコンテンツを提供します。日本テレビのＷＥＢサイトデザインで得たノウハウを活かし、ＢＳやＣＳ、独立放送局などのＷＥＢサイト制作も手掛けています。

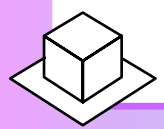


コンセプトワークからデザインまで
トータルでのグラフィック制作が可能



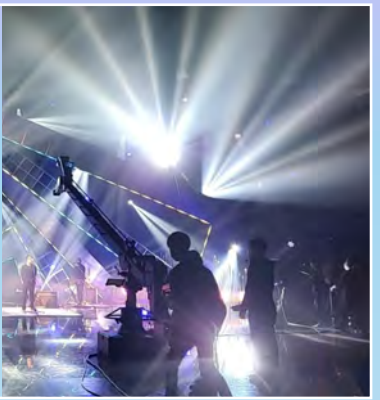
パッケージやキャラクターのデザイン、商品ロゴなどあらゆるグラフィック制作も対応可能です。コンセプトの設計から、デザインの美しさや伝わりやすさまで、プロジェクトを総合的な視野で捉え、魅力的なグラフィックを作成して提供します。柔軟な発想と斬新なアイデアを取り入れながら、楽しいコミュニケーションを提案します。

テレビの美術制作で磨いたスキルで
理想の空間づくりをサポート



イベントブースやステージの設営を初めて発注する場合、複数ある発注先とのやり取りに戸惑うことも少なくないでしょう。「日本テレビアート」なら、ワンストップで発注できるため、イメージをスムーズに共有しスピーディーな空間づくりが可能。現場の安全性を確保し作業を進めるアートプロデューサーと、クオリティを管理するセットデザイナーがジャンル・規模を問わず、総合的なサポートを提供します。

Thank you for reading



テレビ放送を通じて多くの視聴者の目に触れる
デザイン制作を日々行っているため
各種ニーズに沿った柔軟な提案が可能です。

イベントやセミナーのオンライン配信サポートも行って
おりますので、ぜひ一度、ご相談ください。

▼CLICK▼
WEBサイト
はこちら

日テレアート

株式会社日本テレビアート　〒105-7421東京都港区東新橋1-6-1 日テレタワー21F
TEL:03-5962-8600　FAX:03-5537-3570　WEB :https://www.ntvart.co.jp/