

%company%
%free1%
%free2%
%name_sama%

◆テーマ:2025年中小企業はどう動くべきか

現在の日本では様々な社会的変化とともに
今後50年に渡り大きく影響を及ぼすであろう
日本経済の大きな経済構造の変化が起こっています。

それに対して中小、スモール企業はどう対処するべきなのか
4回に分けて論考してみたいと思います。

【済】第1回 停滞期を経て、高度経済成長に匹敵する大きなトレンドが動き出している

【済】◆第2回 社会を動かすのは誰だ！これからの世論をリードするもの

◆第3回 世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情

◆第4回 2025年中小、スモール企業はこう動け

~~~~~  
第3回 世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情

【目次】

■初めに

■情報過多の時代と注意力の希少性

■AIと映像によるアテンション経済

■サステナビリティと信頼の構築

■タコつぼ化への対策とエンゲージメントの強化

■中小企業への具体的提言

■まとめ

■初めに

2025年に向けて、世界のマーケティング環境は急速に変化しています。

AI技術の進化や、消費者行動の変化、情報過多の時代におけるアテンションの希少性、

さらにはサステナビリティの重要性など、多くの要素が絡み合い、マーケティングのあり方を再定義しています。

この変化は、日本の中小企業にとっても、今後の生存戦略を左右する重要な課題となります。

本記事では、こうしたトレンドの中で、特に注目すべきポイントとその具体的な対策を解説します。

---

### ■情報過多の時代と注意力の希少性

現代は「情報過多の時代」と呼ばれ、SNS や動画プラットフォーム、ウェブ広告を通じて、1 人当たり 1 日に数千件の情報に接する環境にあります。

この結果、消費者の注意力(アテンション)は、マーケティングにおける最も貴重な資源となっています。

マーケティングフレームワークの進化も、この状況を反映して変化しています。

従来は AIDMA(Attention, Interest, Desire, Memory, Action)が主流でしたが、近年では DISAS(Discovery, Interest, Search, Action, Share)や VISAS(View, Interest, Search, Action, Share)、あるいは SIPS(Sympathize, Identify, Participate, Share)といった新しいモデルが登場しました。

これらのモデルは、双方向的な消費者との関係構築や、共感を軸にしたマーケティングの重要性を強調しています。

中小企業がこの時代に成功するためには、消費者のアテンションを留めるための工夫が不可欠です。

例えば、SNS でのキャンペーンや動画広告では、最初の 3 秒間で最大のインパクトを与える内容を設計する必要があります。

「最大の学びは最初に言う」という原則を守ること、消費者の興味を効率的につかむことができます。

---

### ■AI と映像によるアテンション経済

AI は、マーケティングの効率化だけでなく、消費者体験を大きく変える力を持っています。

たとえば、AI を活用して消費者の行動データを分析し、パーソナライズされたメッセージを送ることで、広告の効果を最大化できます。

また、AI は最適なクリエイティブを自動で生成し、効果最大化を目指しますので短時間で多様なバリエーションを生み出し、ターゲット層ごとに最適化された広告を提供することが可能です。

特に動画コンテンツの重要性は増す一方です。

YouTube や TikTok などのプラットフォームを活用した動画広告は、視覚的なインパクトを与え、消費者のエンゲージメントを高める有効な手段です。

さらに、TV などの映像は、常に画面を変化させ続け、視聴者にどんどん刺激を与えるという視覚効果の原則をデジタル広告に応用し、短尺動画やインタラクティブな要素を取り入れることで、消費者の興味を維持することができます。

---

#### ■サステナビリティと信頼の構築

2025 年に向けて、サステナビリティはマーケティングにおける重要なテーマとなります。

調査によると、消費者の 76% が「環境に配慮した企業から商品を購入したい」と回答しています。

中小企業でも、環境に配慮した製品やサービスを提供し、それを明確にマーケティングメッセージとして発信することが必要です。

また、信頼と透明性の確保も重要です。消費者は、企業の行動が倫理的であり、製品やサービスが誠実であることを求めています。

このような期待に応えるためには、企業が提供する情報の透明性を確保し、消費者の意見を積極的に取り入れる双方向的なコミュニケーションを実現することが求められます。

---

## ■タコつぼ化への対策とエンゲージメントの強化

情報アルゴリズムの影響により、SNS では「タコつぼ化」と呼ばれる現象が進んでいます。

消費者は、自分の興味や関心に基づいてパーソナライズされた情報だけを受け取るため、新しいアイデアや商品に触れる機会が減少しています。

この現象に対処するためには、インフルエンサーとの連携や、幅広い層にリーチするためのキャンペーン設計が重要です。

たとえば、ユーザー生成コンテンツ(UGC)を活用したキャンペーンは、消費者が自らブランドに関与し、他の消費者にも影響を与えるきっかけを作ります。

また、SNS 広告では消費者が参加しやすいゲーム性やインタラクティブな要素を取り入れることで、エンゲージメントをさらに高めることができます。

---

## ■中小企業への具体的提言

情報過多の現代において、中小企業が競争力を維持するためには、以下のようなアプローチが有効です

### 1. パーソナライズとデータ活用の徹底

AI を活用し、消費者ごとにカスタマイズされた広告やメッセージを提供する。

### 2. 映像コンテンツを最大限に活用する

短尺動画やインタラクティブな広告を通じて、消費者の注意を引きつける。

### 3. サステナビリティを軸にしたマーケティング戦略

環境配慮を強調し、信頼と共感を得る。

### 4. 双方向的なコミュニケーションを構築する

SNS を活用して消費者と対話し、ブランドへの信頼感を高める。

### 5. 「最大の学びは最初に言う」を実践する

消費者の注意を短時間で引きつけるよう、メッセージの構造を最適化する。

---

## ■まとめ

2025 年のマーケティング環境は、情報過多、AI 技術、サステナビリティ、そして消費者行動の変化に大きく影響を受けています。

このような状況下で中小企業が成功を収めるためには、迅速な適応と柔軟な戦略が必要です。

消費者のアテンションを確保し、信頼を築き、双方向的な関係を深めることで、

次世代のマーケティングにおける競争優位性を確立することが可能です。

編集長 岩下一智 (株) I&C・HosBiz センター 執行役員  
マーケット・クリエーター(MRC)

いかがでしたでしょうか、お楽しみいただけましたか？

次回は

◆テーマ:2025年中小企業はどう動くべきか  
第4回 2025年中小、スモール企業はこう動け

を、お送りいたします  
お楽しみに！

【告知】岩編集長 MRC のセミナーのご案内

※お申込み:<https://reserva.be/rockunmr>  
すべて Zoom 開催です。

紹介者が自然と増える！毎月安定した売上を実現する新メソッド

■営業の悩みをゼロにする！毎月安定受注を生む科学的アプローチ実践セミナー

「売上が上がらない…その原因は、あなたの努力不足ではありません！」  
営業の成功を左右するのは、実は「正しい仕組み」があるかどうかだけ。

心理学にも基づいた科学的な営業ノウハウで、  
たった 2 時間であなたのビジネスを安定させる仕組みを手に入れませんか？  
6 ヶ月以内に売上 4 倍を実現した経営者が続出中！  
今だけ特別価格で受講可能です。

▼会費:はやぶさ読者特別価格 2500 円

※お申込み:<https://reserva.be/rockunmr>

~~~~~

■参考図書■Amazon 電子書籍&オンデマンド版

「理念経営道実戦教本」25年3月発売予定・・・予価：5000円（税込み）
B5版 約180頁

* 委細は HP 等でご案内いたします。

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

~~~~~

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

heart\_gaia\_gi@hosbiz.net

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく申し上げます。

次回、第 683 号・

◆テーマ：2025年中小企業はどう動くべきか

現在の日本では様々な社会的変化とともに  
今後50年に渡り大きく影響を及ぼすであろう  
日本経済の大きな経済構造の変化が起こっています。

それに対して中小、スモール企業はどう対処するべきなのか  
4回に分けて論考してみたいと思います。

【済】第1回・・・停滞期を経て、高度経済成長に匹敵する大きなトレンドが動き出している

【済】第2回・・・社会を動かすのは誰だ！これからの世論をリードするもの

【済】第3回・・・世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情

第4回・・・2025年中小、スモール企業はこう動け

次回は、第4回 2025年中小、スモール企業はこう動け

を、25・01・31(金)にお届けする予定ですので、

楽しみにしててくださいね。

※なお内容は予告なく変更する場合がありますので、ご承知ください。

■LittleBiz 企業・中小企業で働く人々や、経営者が幸せでなければ、  
私たちは「世のため・人のため」になれない。  
とクルー一同尽力しております。

■平本靖夫、50年の経営支援家人生の集大成 第1弾！

『合本主義「義利合一」の時代がきている』

Amazon kindle にて発売中！！ 2000円

<https://www.amazon.co.jp/dp/B0CB9M6D2T>

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

◆発信日・・・・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・Captain 平本靖夫

◆編集長・・・・・・岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエーター(MRC)・・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

お問い合わせは「<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>」まで

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>

◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu\_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本靖夫、

編集長：岩下一智 MRC