

マーケティングトレンド

2023年のマーケティングのキーワードは「オーセンティシティー」

2019年ごろから企業・組織はパーパス（存在意義）を策定し表明することが主流となり、現在では当たり前のようになってきました。そして2023年、パーパスの次に「オーセンティシティー」が求められるようになると言われています。

● オーセンティシティーとは

辞書をひくと、「信頼がおけること・確実性・真実性・信憑性・真正性」と訳されています。真実性や真正性と言われるとなんだか重く感じますが、捉え方としては、「その企業・組織らしさをありのまま見せる」というものと考えています。これまでのように「映え」を狙ったり、面白さや珍しさでのバズ（噂になる）を狙ったようなマーケティングは敬遠され、企業の本質や本音、本気さが伝わるようなマーケティング手法が重要になってきます。

パーパスを表明し、それを実行しているありのままの姿を見せることが消費者からの信頼獲得につながる時代になるということですね。

● オーセンティシティー時代に大切なこと

このオーセンティシティーが求められる時代に重要なことは2つあります。

- (1) パーパス（または経営理念）と行動が一致していること
- (2) 外へ向けて発信する情報と企業の実際の姿とが合っていること

当たり前のことではありますが、実際の姿を無視し過剰に飾り立て良く見せようとするマーケティングは逆効果になりますので注意が必要です。



● これもオーセンティシティー？

身の回りでオーセンティシティーを探してみたところ、これはもしや・・・という事例がありました。私は仕事柄、Googleの検索エンジンの動向を日々チェックしています。検索エンジンのアルゴリズムが定期的にアップデートされ、そのたびにお客様の検索順位に変動が出るからです。これまでは検索エンジンの詳しい仕組みやアップデート内容はブラックボックスのように分らないことが多く、アップデートのたびに推論が飛び交っていましたが、2022年を振り返ると実に多くのアップデートがありました。同時にアップデート内容の説明が詳細で丁寧になったという印象があります。世界的にデジタルプラットフォームの法規制が進む中、日本でも「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」が2020年に成立し、2021年から施行されています。この影響が大きいと思いますが、デジタル分野に関わらず、組織やサービスの中身を隠さずオープンにすることが評価される風潮になっていくのかもしれません。

ちなみに2022年はこんなアップデートがありました↓↓↓

日	概要
2月22日	PC向けページエクスペリエンスに関するアップデート
3月23日	商品レビューに関するアップデート（英語圏内のみ）
5月25日	コアアップデート（6月9日にロールアウト完了）
7月27日	商品レビューに関するアップデート （英語圏内のみ。8月2日にロールアウト完了）
8月25日	Helpful Contents Update （英語圏内のみ。9月9日にロールアウト完了）
9月12日	コアアップデート（9月26日にロールアウト完了）
9月20日	商品レビューに関するアップデート （英語圏内のみ。9月26日にロールアウト完了）
10月19日	スパムに関するアップデート（10月21日にロールアウト完了）
12月5日	Helpful Contents Update （全言語を対象が拡大。二週間程度でロールアウトが完了予定）

出典：<https://marketing.itmedia.co.jp/mm/articles/2212/09/news053.html>

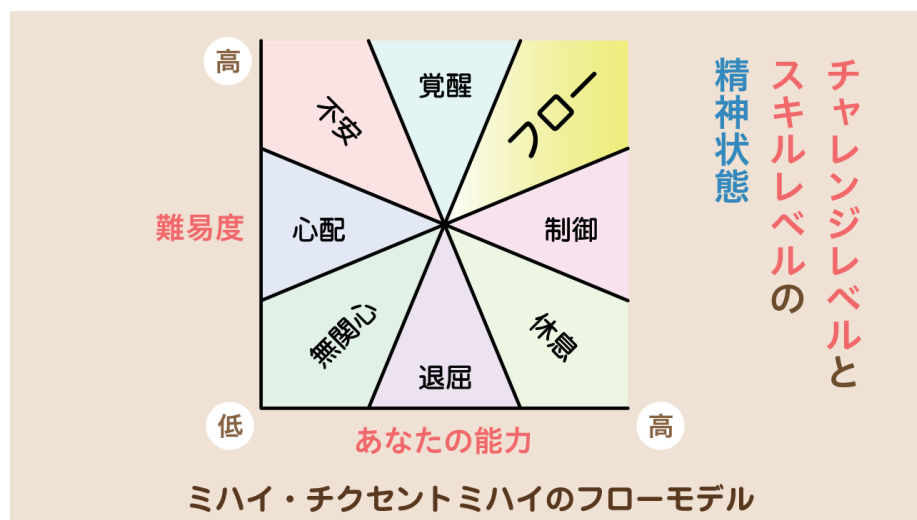
集中力を高め生産性を上げる「フロー」とは

マーケティングやブランディングから離れて、自分自身や従業員の集中力管理・モチベーション管理の分野を取り上げてみたいと思います。ご存じかもしれませんが、仕事をする上での理想の状態は「フロー」と呼ばれます。フロー状態にある人は、創造的な活動や高い技術力を必要とされる仕事などに没頭しているとき、非常に集中し、疲れをしらず、時間の過ぎるのも忘れて活動を続け、永続的な満足感を得られている状態にあります。誰しもが意図的にこのフロー状態になれるなら良いのですが、そうではありません。では、どうやったらフロー状態を作り出すことができるのでしょうか？

「最近集中力がなくなってきた・・・」「従業員さんのパフォーマンスがいまいちを感じる・・・」そんな悩みがある方はぜひ参考にしてください。

● フロー状態を作り出す「フローモデル」

このフローを分析し体系化したミハイ・チクセントミハイというアメリカの心理学研究者が以下の図をまとめました。人間には仕事において8つの精神状態があり、フロー状態は「Challenging Level（挑戦の難易度）」と「Skill Level（自分の能力）」を正しくコントロールすることで、意図的に作ることができるそうです。私はこの図を壁に貼って意識して仕事をするようにしています。



- 左上
能力の低い人が難易度の高い仕事に取り組むとき不安になる。
- 左下
能力の低い人が難易度の低い仕事に取り組むとき仕事に対して無関心になる。
- 右下
能力の高い人が難易度の低い仕事に取り組むとき退屈であり休息のようなものになる。
- 右上
能力の高い人が難易度の高い仕事に取り組むときフロー状態になる。

出典：旅レンズ <https://tabilens.jp/flow.html>

● フローに入る条件

最後に、チクセントミハイ氏はフロー状態に入る条件として以下を挙げています。すべて満たすのは困難かもしれませんが、いくつかが組み合わさるとフロー状態へ近づいていくそうです。

- 1, 目標の明確さ（何をすべきか、どうやってすべきか理解している）
- 2, どれくらいうまくいっているかを知ること（ただちにフィードバックが得られる）
- 3, 挑戦と能力の釣り合いを保つこと（活動が易しすぎず、難しすぎない）
- 4, 行為と意識の融合（自分はもっと大きな何かの一部であると感じる）
- 5, 注意の散漫を避ける（活動に深く集中し探求する機会を持つ）
- 6, 自己、時間、周囲の状況を忘れること（日頃の現実から離れたような、忘我を感じている）
- 7, 自己目的的な経験としての創造性（活動に本質的な価値がある、だから活動が苦にならない）

今年も大変お世話になり誠に有難うございました。来年もどうぞ宜しくお願いします。



出典：論学総研 <https://souken.shikigaku.jp/1109/>



株式会社ディーエーエム

〒810-0024 福岡県福岡市中央区桜坂 1丁目14-18 ESハウス3

TEL: 092-600-1121 Mail: info@dam.co.jp HP: <https://www.dam.co.jp>



代表取締役
齋藤 亮紀