

# ビジネスの結果が変わる

## N1 分析

著：西口一希

単行本：320 ページ

出版社：日本実業出版社

価格：2,200 円（税込）

### はじめに

現代のビジネス環境では、多様化する顧客ニーズを的確に捉えることが企業の生き残りを左右します。従来のマーケティング手法では「数字」に埋もれ、一人ひとりの声が見えにくい面がありました。本書では、たった1人の顧客に注目する「N1 分析」を紹介し、顧客の本質的なニーズを浮き彫りにする方法を紹介しています。

### 「N1 分析」とは

N1 分析とは、大多数の統計データではなく、実在する一人の顧客に徹底的に目を向ける手法です。その顧客の購買動機や使用シーン、心理変化を時系列で追い、企業が提供すべき価値を見極めます。こうした深掘りにより「なぜその人がその商品を選ぶのか」を具体的に把握しやすい点が特徴です。

特に「積極ロイヤル顧客」に着目すれば、製品やサービスの核となる魅力を明確にし、戦略を定めやすくなります。平均値に埋もれた個々の想いをすくい上げる N1 分析は、新たな価値を創出する強力なアプローチとして注目されています。

### 顧客視点を貫くメリット

顧客視点を貫くことは、企業の持続的な成長を後押しします。リアルな声を分析することで、データだけでは見えない潜在ニーズを掴めるのが強みです。その結果、新商品やサービスのコンセプトが明確になり、改良や価格設定にも説得力が増します。

さらに、顧客に寄り添う姿勢が社内に浸透すれば、部署間の連携が円滑になり、ブランド全体としてロイヤルティを高める施策を打ちやすくなるでしょう。また、本当に求める体験を捉えることで、長期的なファンづくりや口コミ拡散にもつながり、競合優位を築くうえでも大きな効果を発揮します。

### 成功事例でみる N1 分析

N1 分析がもたらすインパクトは、多くの企業の成功事例によって証明されています。例えばビールメーカーが「生ビールを缶で味わう」という一見無謀にも思える発想を形にできたのは、ある顧客の生の声と行動パターンを深掘りした結果でした。

その顧客が抱く「家でも生ビールのような体験を楽しみたい」という願いに着目し、既成概念を打ち破る商品開発に踏み切ったのです。

※この事例はフタが全開できるタイプの商品を指しています

また、化粧品業界でも、特定の顧客が「どんなシーンで使い、何を決め手としてリピートしているのか」を詳細に調べることで、競合商品の中では埋もれていた強みを再発見し、独自路線を確立する例が見られます。

このように、1 人の声に真摯に向き合うからこそ発掘されるニーズは、従来のデータ分析では得られない、画期的な商品やサービスを生み出すきっかけになるのです。

### N1 分析の可能性

今後、N1 分析は AI やビッグデータ解析とも連携し、より高度な顧客理解につながると期待されます。たとえば、インタビューなどの定性情報と大量の定量データを組み合わせることで、顧客の行動変化をリアルタイムに把握し、新たなインサイトを得やすくなるでしょう。

また、組織全体で N1 分析の考え方を共有すれば、部門間の連携が強化され、競争力が飛躍的に高まる可能性もあります。結局、ビジネスの核心は「顧客をどう深く理解し、喜ばせるか」に尽きます。一人ひとりの声に向き合う N1 分析は、マーケティングだけでなく、あらゆる企業活動の指針となるでしょう。