

「コトラーのマーケティング論」②

～ ニーズ・ウォンツ・需要 ～

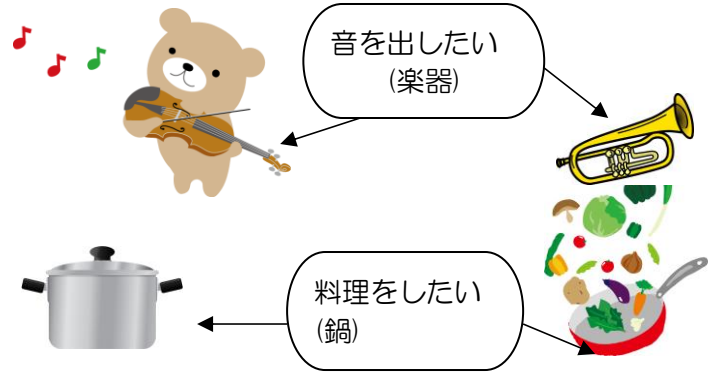
ニーズ

「何かの不足を
感じている状態」



ウォンツ

「ニーズが形をとったもの」



ニーズを持つ人の

文化的背景や個人的な特徴によって「形」は異なる。

《製品の多様なタイプ》

1	財	手に持てる有形の財。製品の大部分を占める。
2	サービス	顧客をもてなすこと。もてなし。財とサービスが混ざり合っていることが多い。
3	イベント	コンサートやコンベンション、スポーツ大会、演劇、展示会などの催し物。
4	経験	財やサービスなどを組み合わせることで人が得る経験。
5	人	人そのもの。芸能人やミュージシャンはその代表例。
6	場所	特定の場所や地域や国を指す。観光地や商業地など多様な場所がある。
7	資産	不動産や金融資産などの所有権。
8	組織	特定の社会的・個人的ニーズの解消を目指す統一体。
9	情報	紙媒体やネット上などで提供される情報。
10	アイデア	知恵。たとえばコンサルタントは豊富な知恵でビジネスを展開している。