

書名 マーケティング探偵 高岡ミレイ(仮) - 小説

副題 探偵は、マーケティング・コンサルタント！

著 幸本陽平

著者略歴 一橋大学商学部卒。2002年、日本ロレアル入社。高級ブランドのオンライン販売開始やメンバープログラムの運営などを担当。2005年よりカネボウ化粧品、2008年よりポーラの子会社にて百貨店向け化粧品ブランドのマーケティング、経営企画などに携わる。2010年、幸本陽平事務所(現・東風社)を設立。マーケティング、ロジカルシンキング等を中心とした研修やセミナー、コンサルティングなどを手がける。中小企業診断士。

主な著書・今ある在庫がみるみる売れる12の方法 (自由国民社、2015年)

・あっ、欲しい！のつくり方 (日本経済新聞出版社、2015年)

・実践トライアングル式 問題解決法 (日本経済新聞出版社、2019年)

・脱！残念な考え方 (自由国民社、2021年) ※いずれもビジネス書

[ねらいと内容]

探偵は、経営コンサルタント！？

推理小説とマーケティングが合体！

読み進めるといつの間にかマーケティングがわかる、今までにない推理小説。

就職活動に失敗した僕、黒木誠は「高岡経営事務所」でインターンをすることに。しかし経営コンサルタント、高岡ミレイさんのもう一つの顔は「探偵」だった — ！？

推理小説・ミステリー小説は、書籍の人気ジャンルの一つです。今ではフジテレビの月9ドラマでもミステリーが取り扱われるなど、ミステリーは普遍的かつ歴史があるジャンルです。

筆者はマーケティングを中心とした経営コンサルタントです。企業や商品の成功事例を知ると「なるほど！」「その手があったか！」と気づかされることが多いものです。たとえば「冷凍餃子をおいしく焼いてもらうには→水の計量を消費者にさせるからいけない、最初から水なしで焼けるようにする」「もっと気軽にステーキを食べたい→前菜なし、いきなりステーキを立ち食いで提供する」などです。

これらはいずれも「後になってみると当たり前だが、今までは思いつかなかったアイデア」です。そして、これらは推理小説に似ていると感じました。推理小説も、トリックを知るとやられた！気づかなかった！と思うと同時に、爽快感や開放感があります。推理小説とマーケティングは親和性があるのでは、両者を融合させることはできないか、と思い至りました。

そこで、読み進めるうちにいつの間にかマーケティングの知識が身についている推理小説があれば、双方に興味がある読者のニーズがあるのではないのかと思いました。しかし、筆者はマーケティングについては実績があるものの、これまで推理小説をほとんど読んでいません。コロナ禍、妻のすすめで昔のテレビドラマのシャーロック・ホームズを見ることから始め、42歳にしてほぼ初めて推理小説を読むようになりました。そして43歳にして推理小説を書き上げました。

本書は、マーケティング・コンサルタント兼探偵の高岡ミレイと、大学生の黒木誠が事件を解決する推理小説です。推理小説の謎解き・トリックを楽しみつつ、マーケティングの解説も頭に残るように構成しています。登場人物や事件はわかりやすくし、推理小説になじみが薄いビジネスパーソンも読みやすい内容になっています。ミステリーファンにも、マーケティングに興味がある人にも、ぜひ読んでほしい一冊です。

※第一章～最終章まで、原稿はすでに書き上げています。

ただし、マーケティングの要素をどこまで入れるか(追加するか)は要ご相談、とさせていただきます。

※一章あたり2万～3万字です。

目次・構成案

1章 ハンバーグの秘密と4P

洋食屋の亡き父が残したメッセージは「4P」。何を意味するのか？

2章 電子ロックの秘密とイノベーター理論

密室のはずの社長室から宝石が盗まれた。トリックの「鍵」は電子ロック？

3章 タオルの秘密と買い回り品

窃盗未遂現場に残された、発売前のタオル。いったい誰が？

最終章 スーパーマーケットの秘密と3C

※詳しくは本書をお読みください。

参考 類似書籍

■ミステリアス学園（光文社文庫）

※「東西様々なミステリー小説を紹介する、ミステリー小説」という形式の小説。

推理小説内で専門知識を提供するという形式は同一なので。

■数学女子智香が教える 仕事で数字を使うって、こういうことです

※小説形式でのビジネス書。

ビジネスの比率が高く小説は形式を取っているのみで、本書とはその比率が逆です。