

# ヒト・モノ・カネ・情報の重要性

## 製品と商品とブランドの違い

名古屋経済大学経営学部  
商品と流通の経営学

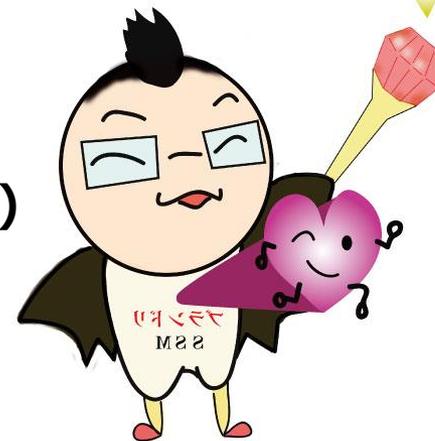
徐 誠敏

(ソ ソンミン)

2020年5月19日(火)・5月20日(水)

[s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp](mailto:s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp)

[www.ssm-gcbm.com/](http://www.ssm-gcbm.com/)





皆さんのお母さんとお父さんにとって最高の商品は皆さん自身なんです☆ ≡ ^-^ ☆ ≡

これから、「商品と流通の経営学」の学習を通して、皆さんの商品価値をよりいっそう高められるように前向きに頑張りましょう\* ^-^ \*



# 授業の出席確認

本授業では、毎回出席確認はしません。  
その代わりに、毎回メロス掲示板に掲載する  
授業に関するYou Tube動画やPDF資料の  
重要な内容を効率よくメモって、1回ずつ行う  
課題と小テストに対する答えとして  
ネットの内容をそのまま引用するのではなく、  
これまでの授業内容を用いつつ、自分の意見を  
述べたことを総合的に評価します。

# 授業の出席確認

したがって、今週からのYou Tubeの  
動画やPDF資料をしっかりと理解する  
よう努めていただければ  
必ず高く評されるはずです。  
皆さん、前向きに頑張ってください。

# 本日のキーワード①

業界情報・  
市場(顧客)情報など

ヒト



経営者・従業員  
パートナーなど

情報



経営  
資源

モノ



本社ビル・工場  
店舗など

資本金・経営活動の  
運転資金など

カネ



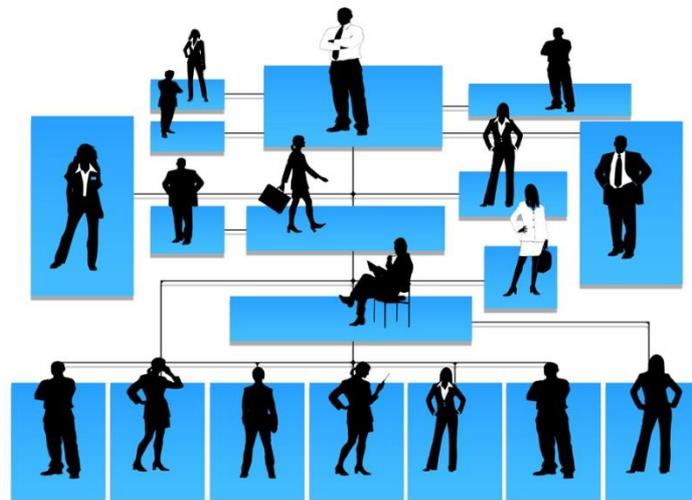
# ヒト



従業員・社員・パートナー

経営者・社長・企業トップ

最高経営責任者





# ヒトの重要性



最高経営責任者(経営者・社長・企業トップ)は、

自社を取り巻く外部環境の変化を見極めつつ、  
企業内の各部門の社員が顧客・消費者のニーズを  
的確に把握し、そのニーズに確実に応えられる  
ように、迅速に意思決定を行うと同時に、  
強いリーダーシップを発揮しなければならない。



# ※ ヒトの重要性 ※

企業内の従業員・社員は、

自社の持続的な成長に欠かせない存在です。

なぜなら、自社の製品・サービスを創り、

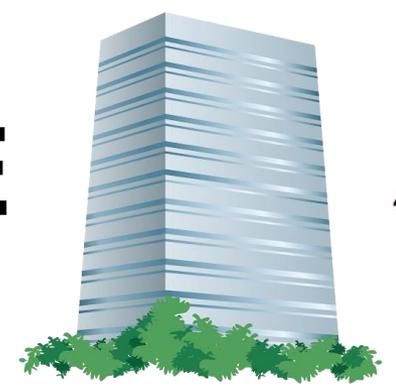
顧客に対しそれらの良さをわかりやすく

伝え売り込むのは、あくまでも

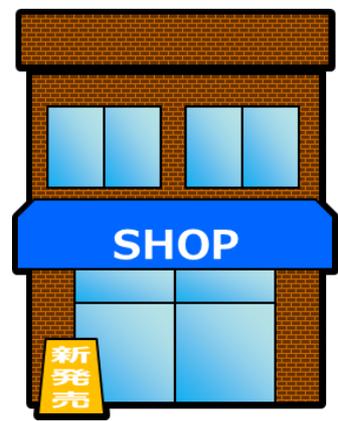
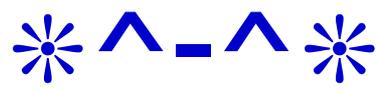
彼らだからです \* ^\_^ \*



# モノの重要性

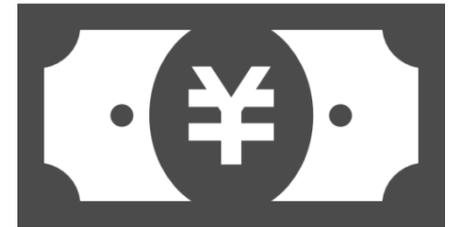
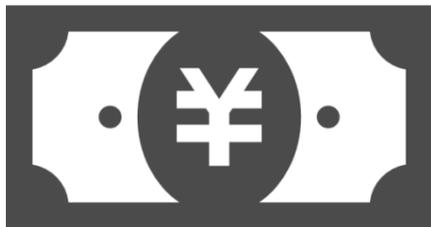


自社の本社ビルと店舗の雰囲気、工場などの清潔感は、顧客をはじめ、社員、大学生、ビジネス・パートナー、地域住民などにポジティブな影響を与えることができる。



# カネの重要性

自社の豊富な資金力は、顧客・消費者に  
良質な製品・サービスを生み出し続ける  
ことを可能にする大きな原動力です。



# 情報の重要性

自社を取り巻く外部環境に関する情報  
(業界・顧客・市場の情報)は、**自社の**  
**持続的な成長を促す大きな原動力です。**



Market  
Information



# 製品とは

企業が有する工場の倉庫においてある  
モノ、まだ店舗の陳列棚に並べていない  
モノを製品であるといえます。





# 商品とは



売ることや買うことを目的に、市場  
(スーパーマーケット・ドラッグストア・  
コンビニエンスストア・ネット通販など)  
で提供されているモノが商品です。





# ブランドとは

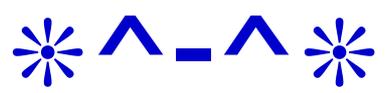


顧客・消費者の頭の中に、〇〇といえ

すぐ思い浮かべる名前

で、彼らの心の中に  
明確に認識されている企業・商品に関する

情報です。



# 来週の授業のキーワード

**顧客・消費者と価値の定義**

**企業の目的**



# 終

THANK YOU  
for your  
ATTENTION!

