



徐 誠敏
(ソ ソンミン)



名古屋経済大学経営学部

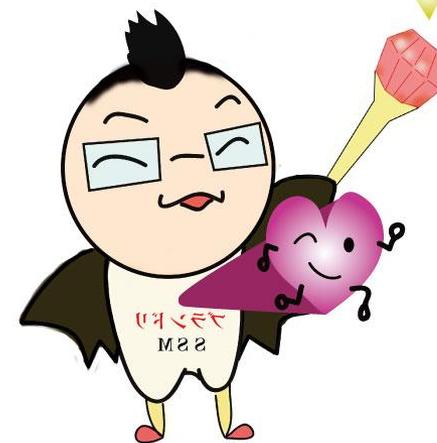
消費者商品論



2020年5月19日(火)

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)





皆さんのお父さんとお母さん にとって最高の商品は

皆さん自身です ☆ ≡ ^-^ ☆ ≡

これから、「消費者商品論」の
授業の学習を通して、皆さんの
商品価値をより一層高められる
ように頑張りましょう * ^-^ *



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

企業側から見る3つの目

①鳥の目：全体を見渡す力

②虫の目：詳細をきちんと見る力

③魚の目：流れ・消費トレンドを
把握する力

消費者は常に消費しながら学習する!



そのため、企業は消費者とともに価値を

創らないといけない = 共創価値づくり

企業側から見る鳥の目 マクロ環境分析(PEST分析)

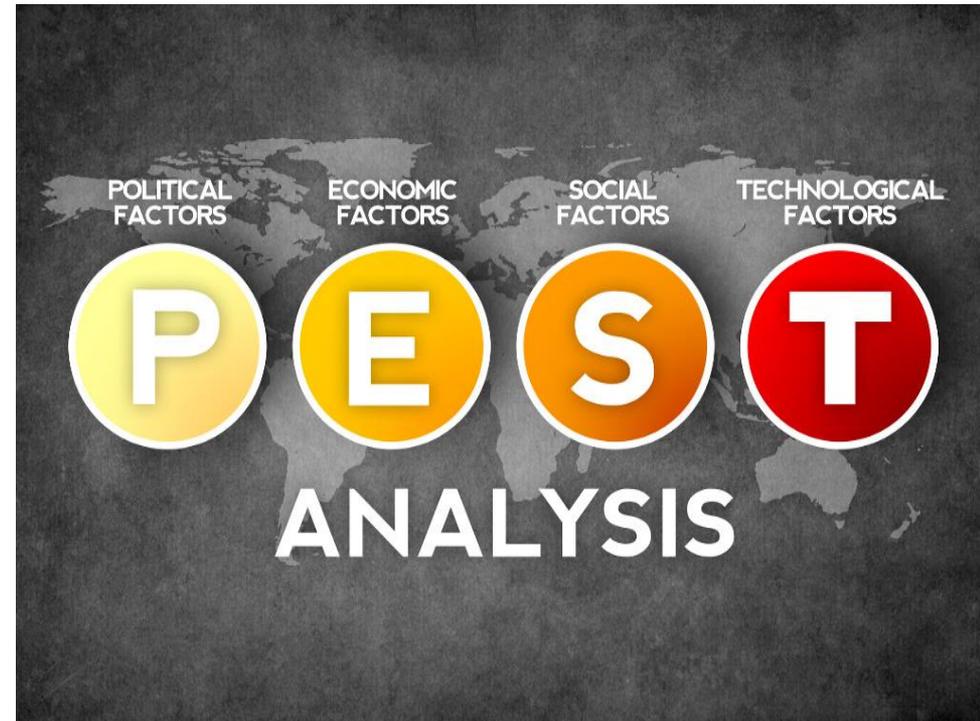
市場全体(マクロ)を俯瞰し、

現状とこれから起こりつつある

変化を的確に把握し判断する目

マクロ環境分析(PEST分析)

Political 政治的環境要因	<ul style="list-style-type: none"> • 法律, 条例 (規制緩和・強化) • 裁判, 判例 • 税制 • 政權体制 • 公的補助, 助成
Economic 經濟的環境要因	<ul style="list-style-type: none"> • 景気, 物価 • 株価, 為替 • 金利 • 消費者可処分所得 • 企業設備投資動向
Social 社会的環境要因	<ul style="list-style-type: none"> • 人口動態 • 世論 • 流行, 文化 • 宗教, 言語 • インフラ • 生活習慣, ライフスタイル • 自然環境
Technological 技術的環境要因	<ul style="list-style-type: none"> • 新技術 • 特許



出所：https://colleagues.co.jp/sales-lab/pest_analysis/
(2020年5月12日確認)。

出所：<https://www.brand-mgr.org/knowledge/word> (2020年5月12日確認)。

企業側から見る虫の目

ミクロ環境分析(3C分析)

自社の強みと弱みを分析すると同時に、
競合他社の強みと弱みをも分析できる目

様々な視点から、消費者の行動パターンや
消費心理を深く観察できる目

ミクロ環境分析(3C分析)

**3C分析とは、顧客ニーズの変化をはじめ
競合他社の強みと弱み・動向、自社の商品の
強み・弱みなどを分析することで、市場の
課題や成功要因・要素を見つけ出し、
マーケティングに活かすための
フレームワークのことを指す。**

Ohmae(1982)が提唱した「戦略的三角関係＝戦略的3C」の視点から企業の戦略を定義すると、



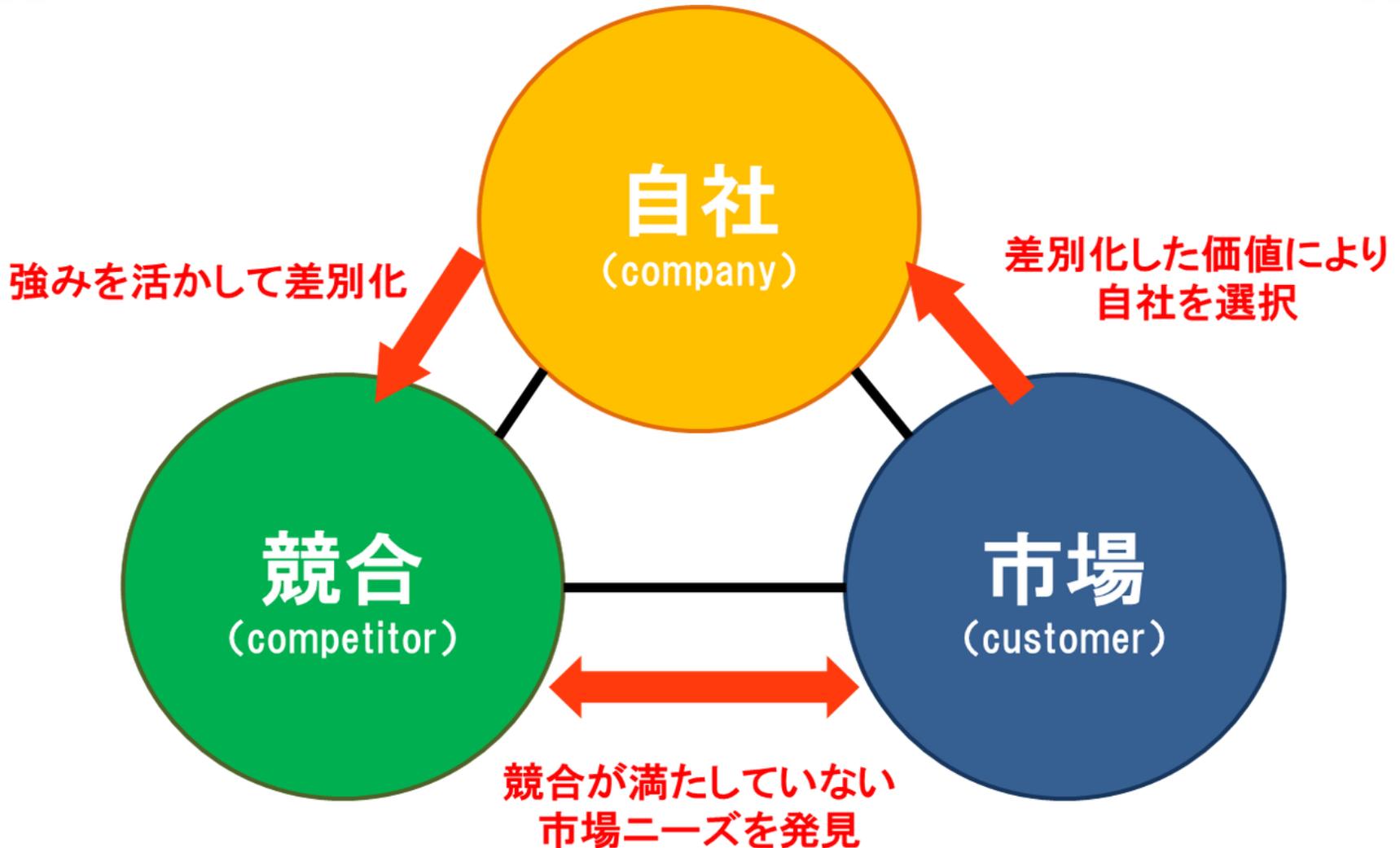
「自社(Company)の相対的な企業力を用いて、

顧客(Customer)のニーズをより満たし、

競合他社(Competitor)との差別化を

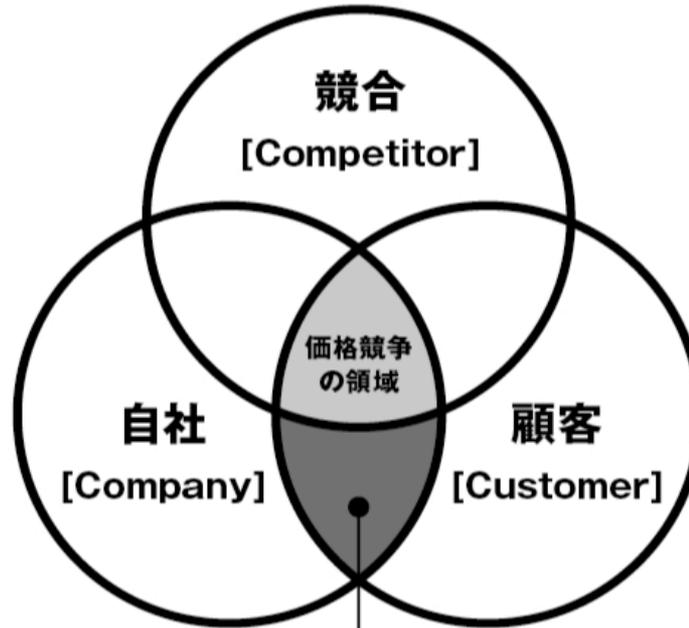
図るための取り組みである」

市場機会を発見する3C分析



出所 : <http://blog.livedoor.jp/onemillionlike/archives/1020406299.html>(2020年5月12日確認)。

市場機会を発見する3C分析

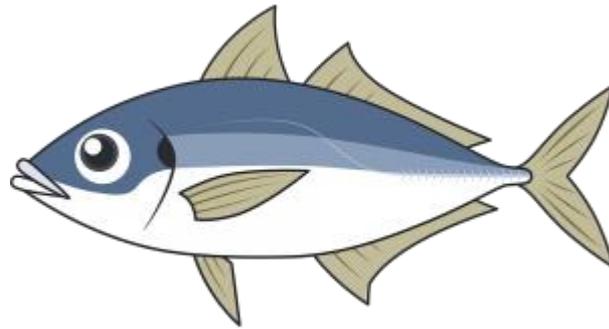


顧客ニーズを満たし、
かつ競合が参入できない領域

||
市場機会

出所：<https://www.brand-mgr.org/knowledge/word/>(2020年5月12日確認)。

企業側から見る魚の目



世の中の大きな流れやトレンドを
捉え続けながら、それらを敏感に
感じ取り、環境変化を把握する目

企業側から見る魚の目

消費者行動の変化

トレンド1
経験価値の
重視

トレンド2
安心・安全志向
の更なる高まり

消費者

トレンド4
人の触れ合いの
大切さの再認識

トレンド3
購入時間の
節約

トレンド1 経験価値の重視

ネスカフェが体験型「睡眠カフェ」オープン
コーヒー飲み分けて良質な睡眠を



出所：[https://mag.sendenkaigi.com/senden/201905/editors-pick/015957.php\(2020nen](https://mag.sendenkaigi.com/senden/201905/editors-pick/015957.php(2020nen) 2020年5月12日確認)。

名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)

トレンド2 健康志向の更なる高まり

1つの商品で3つの機能性表示
血圧、血糖値、中性脂肪が
気になる方へ
「トリプルヨーグルト」



出所：<https://www.syokuraku-web.com/news/33660/> (2020年5月4日確認)。

トレンド3購入時間の節約



出所：<https://eco-gift.jp/feature/009> 2020年5月12日確認。

名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)

トレンド4

人の触れ合いの大切さの再認識



買物が困難な高齢者(買い物難民・買物弱者)の生活を
支えながら、彼らとの触れ合いを大事する
移動販売型スーパー「とくしまる」

出所：<https://www.tokushimaru.jp/> 2020年5月12日確認。

名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)

参考・引用文献

「オムニチャネルで成功するために押さえておくべき4つの消費トレンド」

<https://netshop.impress.co.jp/node/1486> (2020年5月11日確認)。

「ネスカフェが体験型「睡眠カフェ」オープン コーヒー飲み分けで良質な睡眠を」

<https://mag.sendenkaigi.com/senden/201905/editors-pick/015957.php>

(2020年5月11日確認)。

「1つの商品で3つの機能性表示『血圧、血糖値、中性脂肪』が気になる方へ トリプルヨーグルト」

<https://www.morinagamilk.co.jp/release/newsentry-3089.html> (2020年5月11日確認)。

「米国の先を行く、移動スーパー「とくし丸」の万能方程式」

<https://markezine.jp/article/detail/32931> (2020年5月11日確認)。

大前研一(1984)『ストラテジック・マインド：変革期の企業戦略論』プレジデント社。

来週の授業のキーワード

ブランドの定義 & ブランドの構成要素

終

THANK YOU
for your
ATTENTION!

