

1. 授業の概要(ねらい)

この授業では、「トイレタリー・日用品業界」と他業界についても理解を深めることを目的とします。トイレタリー・日用品には、シャンプー・リンス、歯磨、衣料用洗剤、台所用・住居用洗剤、消臭・芳香剤、生理用品や紙おむつといった、清潔で快適な生活の維持に欠かせない身近にあるさまざまな製品が含まれます。

そして現在、業界は成熟期を迎えています。生活必需品であるが故の厳しい価格競争のなかで、業界ナンバー1の花王や資生堂、ライオン、ユニ・チャームなどの日本企業とP&Gやユニリーバといった巨大外資企業が、ブランド戦略、コミュニケーション戦略、流通戦略を駆使してさまざまなジャンルで激しくシェアを争っています。

そうした業界が直面している大問題が、少子高齢化社会への対応です。増加する高齢者対策とともに、男性層などの新しいターゲットの獲得、中国を中心と海外市場の開拓といった動きが加速しています。

本講義では、経営理念・ビジョンに基づく経営戦略、マーケティング戦略などの事例をふまえ、トイレタリー・日用品業界の現状や特徴を解説します。後半には、サービス・食品・アパレル・流通業界などのこれからの市場と企業展開、ブランド戦略について、一緒に研究し議論していきたいと思えます。

2. 授業の到達目標

これからの業界のあるべき姿、経営戦略、ブランド戦略についてグローバルな視点から理解すること。また、就職活動に役立てる。

3. 成績評価の方法および基準

レポートなど総合的に評価。

4. 教科書・参考文献

教科書

高木健美著 『マーケティング戦略展開』 明治大学リバティアカデミー

中島美佐子著

河野正光著 『よくわかるトイレタリー業界』

『ホス活のススメ』 日本実業出版社

幻冬舎

5. 準備学修の内容

授業とテキストはリンクしていますので、必ず予習・復習をすること。

企業研究を単に現状分析だけでなく、自分たちが実社会に出て将来を予測する訓練のためにも、産業・企業研究 I、II を合わせて履修することを薦めたい。

6. その他履修上の注意事項

新聞、雑誌における業界トップの経営戦略や新製品・消費者情報の記事を熟読すること。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション
企業研究(ウォルト・ディズニー)
- 【第2回】 企業研究(パラマウントベッド)
- 【第3回】 企業研究(モスフード)
- 【第4回】 企業研究(アシックス)
- 【第5回】 企業研究(サンヨー食品、P&G)
- 【第6回】 企業研究(カゴメ、COACH)
- 【第7回】 企業研究(成城石井)
- 【第8回】 企業研究(ハーゲンダッツジャパン)
- 【第9回】 企業研究(エプソン)
- 【第10回】 企業研究(ヤクルト)
- 【第11回】 企業研究(ネスレ日本)
- 【第12回】 企業研究(サントリー)
- 【第13回】 企業研究(良品計画)
- 【第14回】 企業研究(ユニクロ)
- 【第15回】 総括