

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」について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、中国を中心とする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。と同時に、これからの業界の市場と企業展開、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います。

2. 授業の到達目標

「トイレタリー・日用品業界」を現状分析し、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

河野正光著 『ホス活のススメ』 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。

授業内資料を必ず予習・復習すること。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション
- 【第2回】 トイレタリー・日用品業界の基礎知識Ⅰ
- 【第3回】 トイレタリー・日用品業界の基礎知識Ⅱ
- 【第4回】 トイレタリー・日用品業界の歴史と発展
- 【第5回】 業界NO1花王の戦略とケーススタディⅠ
ビジネス思考術
- 【第6回】 業界NO1花王の戦略とケーススタディⅡ
ビジネス思考術
- 【第7回】 業界NO1花王の戦略とケーススタディⅢ
ビジネス思考術
- 【第8回】 業界NO1花王の戦略とケーススタディⅣ
ビジネス思考術
- 【第9回】 業界NO1花王の戦略とケーススタディⅤ
ビジネス思考術
- 【第10回】 市場研究(トイレタリーの動向)
- 【第11回】 市場研究(サニタリーの動向)
- 【第12回】 市場研究(日用品の動向)
- 【第13回】 主要メーカーのプロフィールⅠ(資生堂、ユニ・チャーム、P&G、ユニリーバ、サンスター)
- 【第14回】 主要メーカーのプロフィールⅡ(ライオン、マンダム、ジョンソン&ジョンソン)
- 【第15回】 総括