

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・ビジョンに基づく花王の経営戦略、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

授業への貢献度を20%、レポート課題の内容を80%にて評価します。

4. 教科書・参考文献

教科書

特にテキストは使用せず、必要に応じてプリントを配布します。

5. 準備学修の内容

具体的には配布資料(レジメ)に従って授業を行います。配布資料に関わる内容について事前に調べるなど関連情報に触れておくこと。

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ます。

6. その他履修上の注意事項

講義内容を配布資料に追記し、書いて覚えることを勧めます。

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>
1) コース概要と進め方
2) 企業とは
- 【第2回】 <SDGs、ESG>
1) なぜ今、SDGs・ESGなのか
2) CSRからCSV
- 【第3回】 <花王の企業理念と経営戦略・事業戦略・組織戦略>
1) 企業風土・社風／花王WAY
2) 組織運営／事業体制／組織における全社マーケティング
- 【第4回】 <花王の戦略―製品戦略・価格戦略>
1) 開発5原則
2) P&A
- 【第5回】 <花王の戦略―流通戦略・プロモーション戦略>
1) 販社体制
2) ブランドコミュニケーション
- 【第6回】 <花王のSDGs、ESGの考え方・取り組み>
1) キレイスタイル／詰替え対応
- 【第7回】 <業界No1 花王の戦略とケーススタディ>
1) 明確なターゲット戦略
2) アンゾフの成長マトリクス
- 【第8回】 <業界No1 花王の戦略とケーススタディ>
1) 「買い場」と「使い場」
- 【第9回】 <業界No1 花王の戦略とケーススタディ>
1) 「使い場」でのニーズ探索
- 【第10回】 <業界No1 花王の戦略とケーススタディ>
1) 生活シーンでのタッチポイントを探せ
- 【第11回】 <業界No1 花王の戦略とケーススタディ>
1) 消費者の声は宝物
- 【第12回】 <花王のブランド戦略>
1) ブランドとは／ブランド育成の仕組み
- 【第13回】 <市場動向研究―環境変化>
1) 生活環境の変化
2) 日用品・他業界の動向
- 【第14回】 <市場動向研究―企業の対応>
1) 競合他社の対応の考え方

- 【第15回】 <今後の企業の進むべき方向>
1)生活環境変化への対応
2)まとめ