

第 14 回（7/16）広告とマーケティング

1. 報告・連絡

2. 今後の授業内容

第 14 回（7/16） 広告とマーケティング

第 15 回（7/23） 流行現象と産業システム

3. 成績評価と採点基準（確認）

シラバス：「平常点（受講取組みの積極性）（60％）、期末筆記試験（40％）により評価します。」

【出席状況】（配点 30％）。

＊ 注意：出欠についての考え方 ×出席してれば単位くる…

【授業参加の積極度】

BBS への投稿回数・内容、授業中の発言や質問、提出物の提出状況などにもとづいて、授業参加の積極度を総合的に評価します（配点 30％）。

【期末試験】

筆記試験（配点 40％）

論述形式（「○○について説明しなさい／論じなさい…」） 3～4 題

＊ 選択式ではありません、3～4 題すべてについて論じる形式です

＊ 持ち込み：原則的にすべて可 ※ スマホ・ケータイ・PC 等の通信機能は使用不可

＊ 必要最低限の論点にふれながら詳しく論じる必要あり（1～2 行不可）。授業で紹介した概念やキーワードを用いながら解答用紙（B4 用紙）1 枚をくまなく埋め尽くすつもりで

＊ 第 8 回（6/04）「論述問題の答え方」も参考に（授業 Web に資料あり）

※ 学内内規により総得点（出席＋授業参加＋期末試験）が 59 点以下の場合、成績は「不可」となります

自主レポートについて（とくに 4 年生、留学生の方）

＊ 提出したいという希望があれば受理します。総得点に加点（上限 15 点）

＊ 題目自由（ただし授業内容に関すること）

＊ 提出期限は定期試験当日まで（事前提出可）

4. BBS 投稿から

「現在、多くの物が捨てられていく大量消費社会の中で、インスタントカメラのような思い出を残せるものが逆に流行している。このように、社会的トレンドとは逆の方向にいく流行現象もあると思った」

「流行関連産業には広告、テレビなどを発信する業界しかないと思っていたけど 10 種類もあって私の知らないところでも流行を発信しているんだなと感じた」

「着物に帯がないのはおかしいと思う！」

「…着物は紐で結ぶだけではなくて、もう少し着物らしくしてほしいと思った。」

「着物を上下二つに分けて着やすくすることは良いことだと思った。しかし、形を変えて丈の短いスカートのような着物にしまうと、それはもう着物ではなくなってしまうと思う。」

「着物はそこまで本来の形からかけ離れたものが流行というか、広く広まってしまったという感じはしないけど寿司はカルフォルニアロールをはじめとした「いやそれ寿司？」と言いたくなるものが多いなと思った。」

「着物や寿司などは海外に行ったらこれは日本とは全然違う事もある。最近話題になった KIMONO という名前の外国の下着が発表されたニュースを見てももちろん着物がもっと世界に広まるという事から賛成の声もあったが、やはり日本人として着物は日本の伝統的な物だからやめてほしいと私は思った。」

「海外の寿司の画像を見た時日本とは全然違う感じで全体的にカラフルな寿司が多いと感じた。その国々で寿司の捉え方は違うかもしれないが、本当の寿司とは言えないと思った。また、寿司の概念を間違った海外の人は YouTube などを見て寿司を作っている。日本で修業をしていないから日本のような本当の寿司の作り方が分かっていないとテレビでやっていた番組を見て思った。」

「日本での着物、寿司というものが海外では全く違ったものようになってしまっているのには驚いた。どうして変化してしまったのか不思議に思った。」

「テレビ番組で海外で進化した日本食を見たことがあるが、全くの別物だった。日本食が健康食として海外から興味を持ってもらえることは嬉しいことだが、本来の姿から全くの別物に変化してしまうことは非常に悲しいと思った。それと同時に、なぜ変化してしまうのか疑問にも思った。」

「どこまでを着物と言って、どこまでを寿司と言うのかは何を基準にして言えばいいのかわからない。間違ったものが寿司や着物として伝わっていった場合、もとあったものが間違っていると言うことになってしまうのだろうか。」

「講義で見た甘いお寿司はちょっと受け入れられないなと感じた。だが、形を少し変えて海外の人に伝えるのはいいことだと感じた。」

「着物や寿司の本来の姿に少しアレンジを加えたり、素材の個性を活かして少し違った形で他国の人に日本の文化が広まるのもいいと思った」

「寿司や着物などの日本の文化がグローバル化していくことによって、それぞれの国の文化に沿ってその形は変容していき、それがその国の人々に受け入れられているのだと思った。」

「グローバル化が進む中でそれぞれの国によって文化の受け入れ方の違いはあるけれど、それも国の特性として考えればいいのではないかなと思った。」

「着物でも寿司でも違和感のあるものはあったが、グローバル化が進んでいる中で受け入れられるものには国によって違いがあるので様々な形があって良いのではないかと思った。」

「私は今回の授業同様に以前から TV など海外で販売されている寿司などを見て、これは寿司と呼んで良いのかと考えさせられていた。これに対して、オリジナリティを出しながらも日本の寿司を基本として、善意のある寿司を提供しているのであれば寿司のカテゴリーに入れてはいいのではないかと考えた。」

「グローバル化は各国の固有のものがあるからこそ初めて意味のあるものになると思う。だから帯の無い浴衣は変に思ったが、新たなジャンルの服だと考えると受け入れる」

「着物や寿司などの文化が本来の姿ではないもので広まっているのを見て固有の文化を守ることが大切だと思う気持ちもあるが、本来の姿から崩されているからこそ外人にも受け入れられ、世界に広まりを見せたのではないか。」

「海外でいう『KIMONO』と日本の『着物』は日本人からするとやはり疑問に思う、一緒にされたくないと感じるような違いが生じているのかもしれないが、逆に日本にだって海外の料理の味付けを日本人向けに少し変えて、流行したようなものも存在すると思う。その時は外国の人が『自国の味と違う、これは同じ料理ではない』と感じるはずだ。どちらにせよ、味や物の使い方を再現しきれていなくても他国の文化に興味を持つ良いきっかけにはなっていると考える。」

過去の投稿から

「もやもやしている状態こそが「分かっている」ということだ。という話を聞いて最初は、どういう事だろうと思ったが、なんだか理解出来たような気がする」

「「わかること」ということは知識が増え、世界や視野が広がることによってますますよくわからなくなることである。つまり狭い世界に留まっていれば、世界全体を把握することは容易であるが、自分が学び知識をつけることでそれは凸凹に広がり、それが増えれば増えるほど、更なる疑問や不明点が浮上し、自分の世界の規模が大幅に拡大する。そのことにより広い世界を把握することが非常に困難となり、疑問点・不明点を抱えるため爽快感は無いが、前進している証拠であることがわかり、まさにこのような状態の真っ最中であったため非常に安堵した。それと同時に、これからも今まで以上に大学の学びに向かい合い、視野や自分の世界を広げていこうと感じた。」

「グローバリズムと文化多元主義について、着物や寿司を本来のモノを違った形にアレンジして楽しむということは正直どうかと思いました。着物や寿司は昔からある日本の伝統的な文化なのでそれを壊さないでほしいと私は思いました。」

「日本の文化には1つ1つ意味があり、歴史を感じられるものばかりだからこそ現代でも受け継がれている。そうした寿司や着物といった日本の伝統的な文化にアレンジを加えることで、日本らしさがなくなると思う。そのためアレンジをしないで欲しい。」

「グローバリズムと文化多元主義について、日本の主な文化である寿司や着物などが現代風にアレンジされ、注目されることで外国の人に日本の文化を知ってもらえるのは良いことだと思う。しかし、現代風にアレンジされているものは本当に日本の文化と言えるのだろうかと考えました。」

「今回の授業にでた着物は私には着物と呼びたくない。着物は日本の伝統的な衣装であって、日本の文化を表すものだと言っているのだから。もちろん、外国人からみたら、その着物は着やすい、夏に涼しい、新流行かもしれないが、ベトナムにも最近アオザイと似ているものがどんどん流行っていて、しかし、それはアオザイと言わず、革新的なアオザイと読んでいる。日本もその着物を革新的な着物と読めばいいと私思う。」

「グローバリズムと文化多元主義との拮抗について授業内ではミニ丈、着やすいようにした着物や、外国で寿司として提供されているものの例をみたが、私はそれはそれで外国の人が興味を持ち、楽しんでいるのであればいいのではないかと思った。グローバル化をした形のもが逆輸入され、元の文化の発展を促す良い刺激にもなるかもしれないし、もともと取っ付きにくいようなものでも、その土地に合わせて広まることで興味を持ってもらえば良いと思う。ただ、細かい位置付けとしては分けて認識してほしいという思いもあり、これが文化多元主義の考えなのかなと思った。」

「グローバル化と文化多元主義について、よその文化を取り入れて元の姿とは違うものに変容させて楽しんでいるのは、外国だけでなく日本にも大いに言えることだと思う。正しい姿のまま伝統文化を継承していくことももちろん大切だとは思いますが、文化とは時代によって変わっていくものなので、せっかく楽しんでいるのに目くじら立てて非難することはないのではないかな。その代り、それぞれの国が自分たちの文化の正しい姿を発信していけばいいと私は思う。」

「私は、着物やお寿司が様々な国によって親しみやすいように姿が変えられていくのは、日本の文化に興味を持ってもらえるきっかけにもなると思うので、良いことだと思います。それに日本だって、コロッケやナポリタン、カレーはとろとろで辛くないし、ビーフシチューを肉じゃがにしたり、中華料理に至ってはラーメンや餃子やらエビチリやら魔改造しまくっているので、今更他の国のこともいえないと思います。ひとえに、偽物というより現地に合う改造をされた結果だと私は思います。ただ、あくまで着物「風」なので、あれらが着物とされているのなら、きちんとした元の文化も知ってほしいし、そういった異文化に触れられる機会も設けた方が良いと思いました。」

「グローバリズムと文化多元主義との拮抗について。寿司や着物が、間違った解釈をされて世界に広まるのは嫌だが、日本人も海外の伝統的な行事を間違った解釈をして楽しんでいると思った。(ハロウィン、クリスマス)キリスト教でないのに教会で結婚式をしたり。その国々でそれぞれの解釈をして伝統文化を楽しむのはいいことだと思う。しかし、もし日本に移民が沢山入ってきて日本の伝統的な行事がまるっきり違った行事に変化することを日本人は嫌がると考える。よその国でかってにシンボルの意味解釈をされるのはいいが、自分の国で伝統文化が他の文化と混ざり変わることに嫌悪感を抱くのはなぜだろう。」

【第2回】

「ファッション」の語が意味するもの → 「表象文化」

- ① 人びとの“着こなし”
- ② 身体表現のありさま
- ③ 身のこなし方
- ④ 感情表出の方法
- ⑤ ものごとへの感覚的なとらえ方や考え方
- ⑥ 趣味・趣向の中身
- ⑦ 時間や場所の過ごし方

ファッションの機能（はたらき）

- ・ 文化の根底にある精神文化（不可視） ⇒ “かたち”として表象（可視的）
- ・ 根底にある精神文化の姿そのものを変えていく力
- ・ 見えざるものを見えるようにし、見えるものを通じて見えざるものを変えていく企て
- ・ 可視的な変化 ⇒ 不可視的な価値観や生き方の変化

5. 流行現象と文化変動 (再掲)

モードの集合的操作 → 文化秩序を再編する社会変革力

文化変動をめぐるポリティクス

- 下位文化 (サブ・カルチャー) ・ 対抗文化 (カウンター・カルチャー)
- グローバル化
- 文化多元主義 (正統的文化の尊重)

支配的文化と対抗文化間での覇権

サブ・カルチャー間での主導権競争

グローバリズムと文化多元主義との拮抗



シンボルの意味解釈をめぐるポリティクス

6. 今回のテーマ・ポイント

- マーケティング・リサーチのイメージをつかむ
- マーケティング・リサーチの作業概要を把握する

7. マーケティング、マーケティング・リサーチとは

「マーケティング」：

「マーケティング・リサーチ」：

マーケティングの 4P

-
-
-
-

マーケティングの目的

① 顧客満足 (「CS」 Customer Satisfaction) を創造すること

選択の自由度

品質水準 (提供されるモノ・サービスが顧客の期待水準を超えているかどうか)

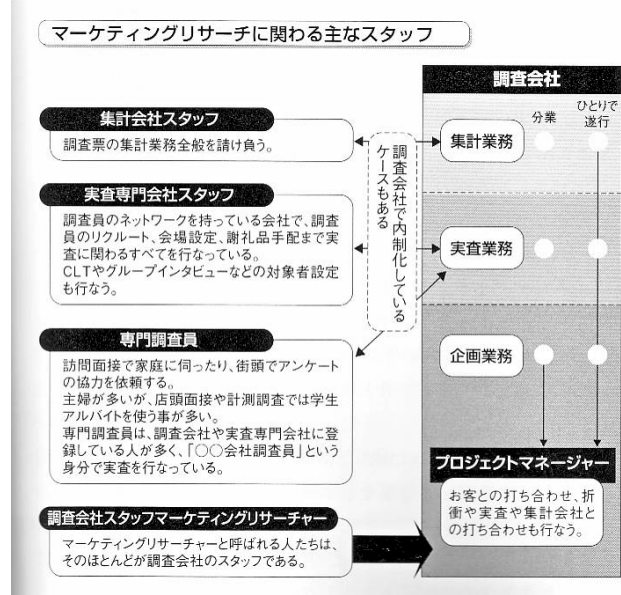
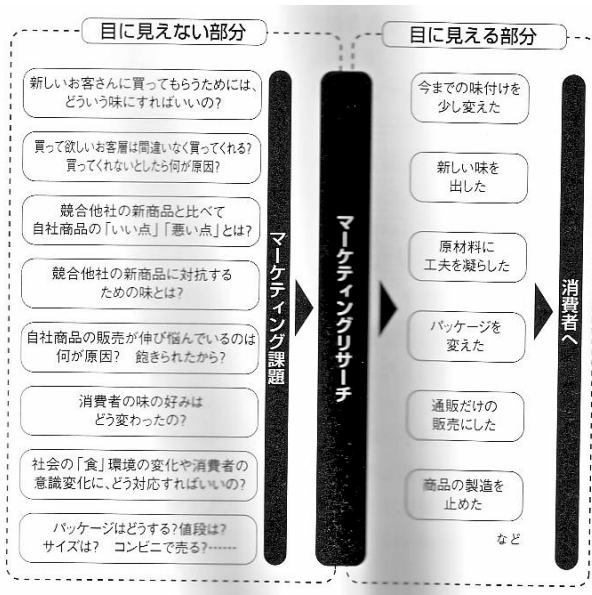
共感性 (購入後の商品に対する共感、顧客とのコミュニケーション)

② 企業利益を創ること

↓

マーケティング：顧客満足と企業利益というふたつの目標の最適バランスを追求する努力

政策決定項目の例 → 配布資料（近藤 2004: 40-44）



8. 調査の手法

定量調査（量的調査）

調査票（アンケート）を用いた数量データ

- ・ 面接法
- ・ 留置法
- ・ 郵送法
- ・ 電話調査 cf. RDD 法
- ・ インターネット調査

＊ 昨今の調査事情

定性調査（質的調査）

インタビュー、観察

- ・ グループインタビュー
- ・ 観察調査

9. マーケティング・リサーチの事例

シャンプーX

飲料メーカーの広告効果測定

＊ 参考 来年度授業のPR：「アンケート調査法」（人間 専門科目）

10. 引用・参考文献

宮嶋和明、2007、『超入門！ マーケティングリサーチ・ハンドブック』PHP 研究所
近藤光雄、2004、『マーケティング・リサーチ入門 第3版』日経文庫
近藤光雄・小田宣夫、2004、『マーケティング・リサーチの実際』日経文庫
本多正久・牛澤賢二、2007、『マーケティング調査入門』培風館
酒井隆、2005、『マーケティング・リサーチ・ハンドブック』日本能率協会マネジメントセンター
「NTT コムリサーチ」（<http://research.nttcoms.com/>， 2015.7.09）

11. 次回の予告

7 月 23 日 最終回 流行現象と産業システム

以 上

【授業 HP】 <http://t-enomoto.la.coocan.jp/komajo/>

【BBS】 <http://9113.teacup.com/tenomoto3/bbs>

マーケティングとマーケティング・リサーチ

「マーケティング」:

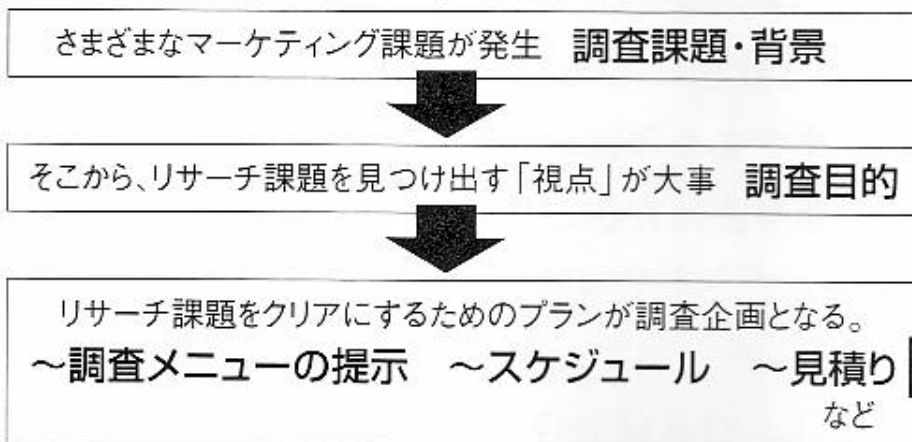
- ▶ ある商品やサービスが“売れる”ための仕組み、それが“続いていく”ための方法を考える仕事

「マーケティング・リサーチ」:

- ▶ マーケティングを実践するために、消費者を調査して、その意識や行動をとらえ、“これからどうなるか・どうしたらいいか”というヒントや対抗策を得る手段（調査とデータ分析）



この4つの視点で「商品やサービスが継続的に売れるための仕組み作り」を考えていくのが、マーケティング戦略
「何を／いくらで／どこで／どのように」売り続けるか？



調査企画

調査実施ステップへ