

新聞・雑誌から見る現代日本

しんぶん ざっし み げん だい にほん

◆ 第20回 ◆

だい かい

中小企業の販売戦略

ちゅうしょう きぎょう はんばい せんりゃく

このコーナーでは、新聞・雑誌の記事を通して現代日本事情を紹介するとともに、日本語を教える先生方が、新聞・雑誌の記事などの生教材をどうやって教材化し、中・上級の日本語の授業にどう活用できるかを提案していきま。今回は「中小企業の販売戦略」に関する記事を取り上げますが、実際の教室活動の流れにそって質問と記事を提示しました。

「読む前に」と<キーワード>の部分は、いきなり記事を読むのではなく、記事に関する背景知識を整理して、読む準備をすることを目的にしています。「読む前に」の質問は、学習者が話題に関してどんな情報やイメージを持っているかを引き出したり、記事の内容を予測したりすることで、記事を読む意欲を高めることを狙っています。「読んだ後で」の質問は、学習者が記事を読んで自分の頭の中に作り上げたイメージを表現させたり、記事への反応を他の学習者と交換させることを目的にしています。

読む前に

よ まえ

最近日本の産業や経済は活気がありませんが、そんな中でいろいろな企業努力をしている会社もあります。会社が商品を作って販売する場合、商品開発をしたり広告をしたり値段を決めたりする段階でいろいろな工夫をしています。

この記事で取り上げている会社は化粧品会社です。化粧品を使い始める年齢や使う費用また化粧品に対するイメージや捉え方等は国や時代、年齢等によって異なりますが、日本でも徐々に変化してきているようです。

もともと日本では化粧品は高い商品というイメージがあり、何千円もする化粧品が普通ですが、それに対抗するように以前から安い化粧品も一部にはありました。この記事に出てくる会社は、新しい発想

で安い化粧品を作り出してきた会社です。この会社がどのように誕生して、今後はどのような活動を進めていこうとしているのか、考えながら読んでみてください。

<キーワード>

商品開発、ブランド、消費者運動、消費者団体、ワゴンセール、知名度

質問1：あなたが化粧品を買うときに重視することは何ですか。次の中から上位3つを選んでください。

- ・広告
- ・イメージ
- ・値段
- ・品質
- ・友だちのすすめ
- ・テレビの広告
- ・自然の材料を使っているか
- ・容器がリサイクルできるか
- ・容器のデザイン
- ・その他

朝日新聞2005年1月5日「調査入念 安さも質も」
あさひ しんぶん ねん がつ か ちようさ にゆうねん やす しつ

『日本語教育通信』2005年5月「新聞・雑誌から見る現代日本」
にほんご きよういくつうしん ねん がつ しんぶん さつし み げんだいにつほん

第20回に掲載している記事は、著作権の関係で掲載ができません。
だい かい けいさい きじ ちよさくけん かんけい けいさい

読んだ後で

よ あと

質問2：1968年に誕生した「ちふれ」化粧品は、どうして主婦や働く女性の間で人気となったのですか。

質問3：ちふれ化粧品会社の販売戦略を次のように整理しました。

記事の中から、適切な言葉を選んで (A) ~ (F) の中に書いてください。

年	「ちふれ」化粧品の販売戦略に関することから
1960年代	(A) が高まり、化粧品に対する批判も出た。 消費者団体 (全地婦連) が、「ちふれ」化粧品会社の前身に (B) を呼びかけた。
1968年	100円化粧品「ちふれ」ブランドが誕生し、主婦や働く女性に人気となった。 若者に対する (C) の低さから、売上が伸び悩んだ。 中高年向け、(D) とした負のイメージを振り払いたいと考えた。
2002年	「ちふれ」化粧品会社は、初めて (E) を行った。 30代の主婦に630円美容液が (F) を通じて人気となった。

質問4：次の①~⑥は、文章の中でどういう意味で使われているでしょうか。ア~クの中から適切なものを選んでください。

- ① 口火を切る
- ② 口をそろえる
- ③ 人気に火がつく
- ④ 的を絞る
- ⑤ 価格を水増しする
- ⑥ 価格を据え置く

- ア 内容は変わらないのに、値段だけ高くすること。
イ 燃えてなくなってしまうこと。
ウ 別々の人が皆同じ内容のことを言うこと。
エ 対象をはっきりと決めて、焦点をあてること。
オ 最初に事を行うこと。
カ 急に人々の注目が集まること。
キ 話し合っって同じ内容のことを言うこと。
ク 値段を変えないこと。

質問5：【発展・話す練習】あなたはある会社の市場調査を担当しています。会社の商品について、新しい販売戦略を企画するように、上司に指示されました。まず、消費者にインタビューしてどのような製品がほしいか、価格はいくらぐらいが適当か等のニーズを把握してください。そして、その調査をもとに販売戦略をたて、発表してください。

<先生へ> 商品は学習者がよく知っているものを選びさせてください (自動車、パソコン、洗剤、食品等)。インタビューは教室でも構わないし、宿題にして教室外で母語で行ってもいいでしょう。

<解答例>

質問2：主婦や働く女性は、化粧品のイメージよりも実質的な価値を重視する消費者だと考えられる。だから、CMや雑誌等高い費用がかかる広告や宣伝をしない (= 広告費が価格に上乗せされていない)、成分・分量の表示を徹底する (= 化粧品に使われている原材料やその値段がわかる)、ワゴンセールで売る (= 店頭のかざりつけ等がなく、費用がかからない) 等の工夫で100円という低価格を実現した「ちふれ」化粧品を評価したと思われる。

質問3：(A) 消費者運動、(B) 提携、(C) 知名度、(D) 安物、(E) テレビCMと雑誌広告、(F) インターネット。

質問4：①オ、②ウ、③カ、④エ、⑤ア、⑥ク

質問5：省略。

今回取り上げたテーマや練習案についてのご意見をお待ちしています。また、今回の記事を使って授業をしたときの様子や結果などを編集部までお寄せください。このコーナーの担当：柴原智代、北村武士 (日本語国際センター専任講師)