

学生のベスト・コメント

[回答 22]今は価格が高くてもそれが本当に良いものだと多くの人に共感を得られるものであれば売れる時代だと思います。今回はトヨタやアップルなど、世界を牽引するトップ企業が紹介されましたが、トヨタは日本が誇る技術力を集結させた車を作っているし、アップルはあのスマートなデザインと機能があるおかげで、はじめに価格を意識するのではなく、どんな見た目でもどんな機能なのか、どういうふうに分たちの生活をより良いものにしてくれる製品なのか、ということに真っ先に目がいきます。このような価格以上に顧客を満足させることのできる付加価値を付けていかなければならないと感じました。

[回答 10]今日は大変わかりやすくワクワクする話でした。前回のアップルの話も今日の講義で輪郭が見えたように思えます。スタンダードを目指すよりカルト人気を志向するのが今後の目標でしょうか。シマノ・富士重工の例をとっても、日本企業でブラックベリーのようポジションを狙うのが理想かと思います。カルト人気として、きやりーぱみゅぱみゅのような「やりすぎ、突き抜けてる」といった要素もある種日本的かと思います。仰っていたシンプル路線とは真逆ですが…

[回答 16]財務諸表からここまでの情報が読み取れるとは知らなかったのととても勉強になった。日本独自の文化の特性を生かすという視点から日本企業の成長を期待するのは既存するマーケットシェアを獲得するのか新たなマーケットを開拓するのかどちらが有効だと思いますか？また、ニッチ商品の販売は高い利益率を生みますか？

講師からのコメント

【独自製品によってマーケットを創り出す】

- 1 「本当に良いものだと多くの人共感を得られるもの」とは、どんなものか？
- 2 「自分たちの生活をより良いものにしてくれる製品」を提供しようとしても、消費者自身がこんなものが欲しいと気づいている場合には、すでに誰かが作ってしまっているのではないか？
- 3 「消費者には思いもつかなかったもの」を提供して、新たに市場を創り出すことこそが重要ではないか？そのためにはどうしたらよいか？

【価格設定、価格政策】

- 1 ユニクロ製品は高いか？安い？ちょうどいいか？価格設定の絶妙さがあるのではないか？
- 2 三菱鉛筆の高級鉛筆「ユニ」は、鉛筆 1 本が 10 円だった 1950 年代に 1 本 50 円で売り出して成功し、今日まで高級鉛筆市場に君臨している。ユニはなぜ売れたのか？
- 3 米スターバックスは 1 杯 1 ドルでコーヒーが飲めたときに、1 杯 3 ドル～4 ドルのコーヒーを売り出して成功した。なぜか？

【日本文化を活かさない手はない】

青柳正規『文化立国論——日本のソフトパワーの底力』ちくま新書、2015 年
原研哉『日本のデザイン——美意識がつくる未来』岩波新書、2011 年