

## 1章

### 解答例

#### (1)

- ①80年以上にわたる定義の変遷の歴史があり、初期には剤とさーじすの生産者から消費者に向かうフローを方向付けるマクロ的視点が見られた。
- ②過去30年ほどでは、マネジメントの意味合いが強くなり、ミクロ的視点を踏まえ、また、財とサービスにアイデア(考え)を加えることによって、交換をメインテーマとした展開が見られたがより最近になると、ステークホルダー(組織の利害関係者)への関心を意識して顧客との関係性(リレーションシップ)への注目が見られ、価値(バリュー)の配達という文言が使われた。
- ③また、マーケティングは顧客、クライアント(依頼主)、パートナー(提携相手)、そして社会全体に役立つオフアリング(提供物)を届ける活動と考えられている。

#### (2)

- ①歯みがき材や歯ブラシの市場は日常的に使用する製品ゆえに多くの人々の関心を集めてきたが、近年の消費者の健康意識の高まりはこれに拍車をかけている。高齢になっても、できるだけ自分の歯を維持し、全身の健康に役立てたいという気持ちが若い世代のうちから芽生え、歯の衛生は日常生活に深く浸透している。
- ②歯みがきの動機は、虫歯予防に代表される病気予防系のものや、歯の白さを保ち、磨いた後のさっぱり感や息の気持ちよさなどを高める社交系のものを代表格として、具体的な購買段階では、手ごろな価格やパッケージデザインなども影響すると言われる。病気予防系では、歯周病や知覚過敏などの用語が広く社会に伝わった。
- ③歯みがき剤の具体的ネーミングには、製品の技術的属性を日常的な言葉に巧みに移し替えたものが多く、その歴史を調べると昇久の生活や価値観がわかり興味深い。