専門基礎ライブラリー　現代マーケティング論　第２版
グループワークのための研究課題　解答例

20 章解答例
課題の解答例

①味の素は「目標２：飢餓をゼロに」への取り組みとして、ガーナで栄養改善プロジェクトを進めている。ガーナの伝統的な離乳食の栄養不足を補うため、離乳食に混ぜるアミノ酸入りの栄養サプリメント「KOKO Plus」を開発し、現地の人々に低価格で販売している。

②日本発のエシカルファッションブランドであるピープルツリーの商品が消費されると様々な社会的課題の解決につながる。まず、全ての製品がフェアトレードなので、公正な対価を支払うことで生産者の生活が向上する。オーガニックコットンを使用した商品は農薬を使わないので、コットン農家の土地と健康を守る役割を果たす。手織り・手刺しゅう・草木染め・手編み・ブロックプリントがされた商品は、地元の伝統技術が用いられているので、文化の継承につながる。

③サラヤ

利他性訴求：「売上１％をボルネオ環境保全に」というコピーで環境問題の解決を支援していると訴求している。多様な動物を用いたロゴで「ボルネオ環境保全」がどのような動物や生態系を守るのかを分かりやすくコミュニケーションしている。「ハッピーエレファント」というブランド名も、このブランドを買うことで、像が「ハッピー」になるという、分かり

やすい形で、支援結果を訴求している。また、第三者認証マークがあるので、このような利他的な訴求を消費者が信用しやすい。

利己性訴求：「一回すすぎ」という特徴で、「節水・節電」の観点からお金と時間の節約ができると訴求している。「未来の洗浄剤」というコピーは先進的な商品であることを訴え、「敏感肌にやさしい　天然洗浄剤＆食品成分だけ」、「水といきもののちからで洗う」と「最上級の安心」というコピーで、肌への負担のなさや、自然のものを使う安心感を訴求している。