提出日：2019/04/30

経済学B 第2週課題レポート

きのことたけのこに見る二項対立のマーケティング

提出期限：2019/05/10

所属：工学部機械工学科 3年

学籍番号：1030-22-1012

名前：いぶき

提出日：2019/04/30

経済学B 第2週課題レポート

きのことたけのこに見る二項対立のマーケティング

工学部機械工学科 3年

1030-22-1012

いぶき

　明治株式会社から発売されている商品のうち、主力商品として高い人気を誇るのが、「きのこの森」と「たけのこの里」である。これらの2つの商品はともにチョコレートとクッキーをともに楽しめる商品として人気を集めているだけでなく、きのこ派、たけのこ派などと呼ばれるようにどちらの商品を推しているかという対立[[1]](#footnote-1)でも知られており、主張の強い人たちの中には何かしらのイデオローグさえあるように思われる。

　だが、4月26日の経済学Bの授業でも触れられていたように、同じ会社から同じようなコンセプトの商品が発売されるとカニバリゼーションが起きる可能性がある。ではなぜ、これらの商品は明治の売り上げの実に14% 強もの割合を占めるに至ったのだろうか？本レポートでは、各商品の発売開始から現在に至るまでの経緯とSNSなどを活用した最近のコマーシャルの様子から二項対立をテーマに明治のマーケティング戦略を精査する。

　と、こんな書き出しを考えてみたものの、面倒になったので辞めます。誰か興味のある人が調べてみてください。ちょっとは面白いテーマが出てくると思います。(調べてみたら、Web上だけでも資料がありました。世の中は広いですね)

　このテンプレートは自由に使ってもらっても大丈夫ですが、使って先生に「なんじゃこりゃ！」と怒られても僕は責任を取れませんので悪しからず。というか、そんなことがあったらどこが悪かったのかをお伝えいただけると助かります。連絡はコメント欄か、お問い合わせまで。

　ちなみに、先生に「なんでこんな余白を開けるのですか？」と聞いたところ、1文が短くまとまるので読みやすいのと、コメントなり評価なりが書きやすいから、という答えをいただきました。1年生の頃に「紙がもったいない！」とか言って余白を狭くしていた自分が恥ずかしい...。ちなみに、上をホッチキスで止めるのを考えて、このテンプレートは多少上の幅が広くなっています。

　というわけで、こんなところでおしまいにします。レポート頑張ってください。

(1027字)

参考資料

[1] 福山私立大学 都市経済学部 羽田ゼミ. “物語を作る meiji の自社内競争戦略 〜きのこの山とたけのこの里〜”. http://web-cache.stream.ne.jp/www11/nikkeibpw/business/academic/west\_inner13/53.fukuyamashiritsu.hada.mogusun.pdf , (参照2019-04-29).

1. ちなみに、僕はきのこ派である [↑](#footnote-ref-1)