

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
?	?	その他	パワーポイントの最初のページで大学の名前が「大同工業大学」になっています。直さないのですか？	平成21年4月に「大同大学」になりました。		間違い指摘ありがとう。気づいていませんでした。すぐ直します。 学籍番号と名前が未記入だったので、申告してください。
1	3	その他	プロモーション戦略の中のオピニオンリーダーの情報が間違っているかどうか見分ける方法はあるのでしょうか。	政治家はお金をマスコミにわたして自分の動きやすいように情報を操作している。		ある。発信された情報が「事実」かどうか、事実をねじ曲げたり、都合の悪い事実を隠して導き出した結論となっていないかチェックすればよい。常に本当かどうかと疑問を持ちながら話を聞くことが大切。
1	4	その他	中国人の方はよく働きますね。	先日、工場見学に行った企業先で、中国人の労働者がいて、「よく働いてくれる。彼らは3年しか滞在出来ないから、少しでも多くのことを学ぼうと、寝る間も惜しんで勉強している」と人事担当者がべた褒めしていました。	現在の中国は「バーリンホウ」[(80后)と呼ばれる若者のバイタリティにより、急成長を遂げているらしい。少し前までは、日本から見ると中国は野蛮で好ましくないイメージがあったかもしれないが、今は中国に日本が食われかけている(悪い表現！)。我々はもっと努力して日本という国を発展させなくてはならない。 余談ですが、ユニクロの社長と先生は少し似ていますね。	お互い刺激を与え合い、学び合い、よきライバルとして切磋琢磨することで、みんなが幸せになれる。また、そのための素地を世界中の誰もがみんなが持っている。希望を持って進もう。 柳井社長に似ているとは時々言われます。短髪のせい？
1	4	その他	先進国の中で日本は国債の負債が多いですが、国債の返金[償還]はどうやってしているのですか。			2009年度の補正後予算では、日本の一般会計の歳入総額は102兆円、うち国債などによるものが44兆円。一方、国債の利払いや償還費は合計20兆3205億円で一般会計歳出総額の約2割。お金に色はついていないので、国債費を税金でまかなっているか、国債の借り換えでまかなっているかは一概には言えないが、見方によっては大雑把に言えば半分弱の金額は新たな借金をして支払っている、あるいは将来の世代の税金から前借りして支払っていると言える。
1	2	その他	価格とクオリティは反対ではない？			確かに高品質を志向すると価格は高くなりがちだが、大量生産や、安い原材料・経費・人件費となるよう工夫したり、あえて損失覚悟で価格を下げることも戦略上はあり得る。
1	3	その他	中国はマーケティングの情報をたくさんもっていると聞きましたが、本当ですか？	需要があるものを知っているの、それをもとに為[偽]商品を作っているらしいと聞きました。	ちょっと信用できない情報なんで...	マーケティングの情報ではなく、技術情報の間違いだろう。中国の市場調査サービスはこれから本格化する。
1	3	その他	就職活動を勝ち抜くにはどうしたらいいですか？			目標達成するまで粘り強く続けること。途中で目標が変わっても構わない。応援している。
1	2	その他	ユニクロの売上が好調な理由。	次々と新しい製品が出てくる。	人に必要な衣食住でまず削れるものは衣であって、その中で安く品質の良いユニクロが選ばれ、ユニクロがひとつのブランドになっていると思う。	新しい価値(例.ヒートテック)を適切な価格でいち早く提供し続けているからであり、概ね質問者の見解の通り。

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
1	3	その他	日本の自動車産業や電子機器産業は国内外でトップクラスの産業だが、国内ではトップクラスだが海外では他国の企業より劣っている企業はあるのか？	日本車は海外でも売れているし、ゲームやアニメは[海外でも]人気がある。	食品など生活文化の違いが大きいほど他国の企業のほうが需要があると思う。	何をもってトップクラスと判断するのか。技術力？開発力？販売力？企画力？すでに半導体は韓国・台湾に追い抜かれ、自動車産業でもトヨタは韓国・現代自動車を最大の脅威とみなしている。また、産業財は生活文化の違いに需要が左右されることは少ない。
1	3	その他	これから先、スマートフォン市場はどうなりますか？日本では遅れて[い]る気がします。		分からない。	現在は成長期であり、今後しばらくは間違いなく拡大するだろう。後日学ぶPLC参照。
1	3	その他	今後、小売店業界はどうなっていくと思いますか？	経営悪化によって価格低下が強いられている。	価格低下により利益確保が難しく、閉店していく店舗が増えていくと思います。	工夫次第。店頭での買い物が楽しいと感じられる店作りができる小売店は来店者数や利益が増えている。
1	2	その他	最近購入した高額商品はなんですか？		私は最近車を購入しました。	予約でよいなら、iPad。まとめて10万円を超える支出は昨年の中国出張の旅費くらいか。
1	2	その他	今のように日本の経済が足ぶみしているあいだに近い将来、外国の企業に国内市場をうばわれるのではないのでしょうか。		今、日本は不況で品質よりも低価格の物に消費者が行くと思うので、安い外国産の物が増えていくと思う。	部分的にはあるかもしれないが、日本には日本語という異様に高い関税障壁と、肥えた消費者の眼があるので、外国企業に市場を席捲されることはほとんど起こりえないと思う。また、仮にあったとしても、それは、日本化を果たした外国企業にしかなしえ無いと思う。
2	4	その他・発表	先生はユニクロで服を買ったことはありますか？		私はあるのですが、先生は安い服を着な[さ]そうに見えます。 最後に発表しました（ファミレスについて）	実は、この日、身につけていたものは全てユニクロで購入したアイテムでコーディネートしていたのだが...（笑）。
2	5	その他・発表	[アルバイト先の]塾長に、新しい塾を建てるのに700万円ほどかかるといわれました。具体的にどこにお金がかかるか。		家賃やチラシ第、机や椅子などに経費がかかることはわかりますが、他にあるのですか？ ※3、4回の授業で少なからず経営のことを知り、ものの見方が少し変わった。 ※あと[それに加えて]、コンビニでアルバイトをしていたので、年齢の話、ためになりました。（ポスシテム？） ※最後に発表しました（ファミレスについて）	建物をたてるのであれば、プレハブ建築であったとしてもそれくらいはかかるであろう。どこか、部屋を借りるのであれば、初期費用として考えられるのは、質問者の見解で上げられている費用のほかに、講師の採用活動やオフィス用品の準備にもかかるのでは？
2	3	その他・発表	なぜ南京大学に行ったのですか？		※最後に発表しました（ファミレスについて）	中国留学の3つの理由：1）当時通学していた日本の大学に幻滅した、2）当時、中国留学は安かった（年間60万円で済んだ）、3）漢字に興味があった。 南京大学にした理由：1）北京や上海の大学は希望者が多そうで、選に漏れる可能性が高いと思った一方で、南京はそこそこの都会だと思った、2）南京は名古屋の姉妹都市
2	5	ポジショニング	ポジショニング図を作ると、けっこう色々なところにすでに手が伸びていて、新しい市場が無いように思いましたが、その場合、どうやって市場を見つけるのですか？	自分のいつも考えている範囲では、新しいものは見えてこないと思いました。	図を作って、入り込める場所が見つからなかったら、新しい軸を見つけていかなければいけないと思います。自分の考えを広くしつつ、現実を見つめる必要があるかと考えられます。	全く質問者の見解の通り。

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
1	5	ポジショニング	ポジショニングマップのふり分けはどうやって決めるのか？		専門家が世論の意見を取り入れることが大事だと思います。	マーケティングのためのポジショニングであれば、世論ではなく、観察や実験で裏付けられた直感が大切。
2	5	マーケティング	最近Webマーケティングという言葉をよく耳にする。便利だし、安価なものも多いけれど、これが主流になると様々な問題が起こると思う。	コストが安かったり、広告クリック等で様々な利点はある。	不良品やサギ[詐欺]... <u>。。</u> など問題が増えそうだった。	ネット販売とWebマーケティングを混同している。Webマーケティングはマーケティング活動を主にネット上でやっていくこと。ネット販売については特定商取引法や消費者保護法で規制がかけられている。
2	5	マーケティング	マーケティングにおいて顧客のニーズにあった商品やサービスを提供するにあたって実際に試しているのですか？	分からないです。	実際に試してみて結果を見て[い]る。	当然、実際に試してみる。それで改良点が見つかったり、想定以上に売れそうなので急遽生産体制を整えるといったこともありうる。逆に、売れなさそうなので、生産中止ということも。
2	4	マーケティング	今話題になっている若者の車離れについて、自動車業界のマーケティングにどのような影響をおよぼすのか？また、クルマ離れを食い止める方法はあるのか？	ここ数年、若者の車離れが進んでいると危惧されている。	不景気により若者の貯蓄[が]少なくなっていること[が]原因ではないかと思う。社会全体が変わらなければ食い止める方法はないと思う。	高齢者向けなど若者以外の層や、国外市場をねらったクルマづくりが増えている。若者が希望を持てるような社会にすれば良いわけだから、例えば共働きに対応した労務管理制度や女性社員の登用を大手が積極に行えば、少しは社会の雰囲気を変えるのでは？
1	2	マーケティングコンセプト	1)製造主導、流通主導、消費者主導と変わった後はどうなるのですか？ 2)また、すべての業会[界]でもあてはまることなのでしょうか？	消費者主導で[について]は、今、自分たちのことなどで分かります。ですが、製造主導はよく分かりません。	1)なんらかに変わっていくと思う。 2)あてはまらないことも多いと思います。	原油高や食糧危機などになればまた製造主導に戻る分野もあるだろうが、基本的な発展の方向性は、消費者主導に向かっている。ただし、規制の強い分野（例えば医療や司法サービスなどは消費者主導には程遠い。
2	4	ものづくり	なぜ日本の高機能機器類、特に携帯電話は海外で売れないのか？	海外では求められていない。徐々に売れ始めている。	海外での設備が整っていないこともあるが、日本の売り出し方が下手なのではないかと思う。それに無駄に高機能で高価すぎる。	概ね質問者の見解の通り。値段が高いのはなぜか、どうしたら安くつくることができるか、考えてみよう。
2	5	ものづくり	今後、紙の本（小説）のニーズはどうか。	電子書籍（携帯も含む）の普及。ゲームなどによる本離れの増加。	発行部数は下がるだろう。ネットの方が値段を安くすることができる為、市場は大きくなる。しかし、紙だから良いと考えている人もいるはずだ。私もその一人だが、紙の本に味を感じる人は、値段は多少高くても、紙の本を選ぶだろう。ただ、小説雑誌はどんどん無くなっていくだろう。紙である理由がなくなってしまうからだ。毎月買わなくても、ネットで見[ら]れるので受[需]要はあまり無い気がする。雑誌まで紙にこだわる人はあまりないと私は思う。	概ね質問者の見解の通り。工業経営概論の講義として考えて欲しいことは、そのような外部環境の変化を踏まえ、今後、ものづくりの立場からは何をつくり、どのように持続可能なビジネスにしていけるか、誰を相手にビジネスをしていくのかを考えてみよう。
2	4	ものづくり	ガラパゴス化って[とは]どのような状態なのですか？			閉鎖的環境で、世界の趨勢とは異なった、独自の進化を遂げた状態。
1	3	意見			一字一句写すことで細かい二[ユ]アンスにいたるまでじっくりと理解することができる。その上で自分なりに文章をまとめることができるので、一字一句写す時間が必要だ。	そのような方法で学びたいのであれば、板書の書き写しではなく、専門書の熟読を勧める。だが、ビジネスの現場では、少ない情報から短い時間で核心をとらえる能力が必要。本講義の方針は後者の考えに基づく。

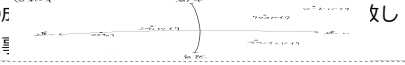
(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
2	4	演習	質問内容	UFO・スーパーカップは味・量とともに人気がある。カップヌードルはお湯をそそいで3分まつだけの手軽さが人気の元。チキンラーメンなどは手軽さに加え、安さが自慢。	自分としては、安く、量があり、なおかつ味がいいのを追求したいと思う。これができれば事業展開の足がかりとなるとおもう。	なかなかおもしろい分析だが、軸の評価項目は適切だろうか。企業は、味と価格の両立を目指している。また、手軽さ（短い調理時間）と量は相反するといいきれない。
1	2	演習				このポジショニングマップを見て、君は何を感じたか？何を考えたか？どんな発見があっただろうか？
1	4	演習	1)自分の知っている商品、サービスのポジショニングマップを作ってみよう。 2)1)で考えた分野に自分の商品・サービスを投入するとしたらどんなポジションを狙うか。その理由とともに考えよう。	料理[ファミリーレストラン]の世界ではデニーズ、すかいらーく、バーミヤン等があり、これらには提供時間、どれだけ人気があるかが重要とされている。		
1	2	演習	自分が思うスキー場のポジショニング	自分が思うスキー場のポジショニング		2象限にしかデータが無いときは、軸の基準が独立ではなく、相関関係があるという場合が多いので、軸の取り方を考え直す必要あり。
1	3	演習			私的に[の見解では]マックが一番良い。	何の面で良いのか？マーケティング？価格？味？経営効率？製品の質と価格のバランス？
1	1	演習			福祉の[分野で働いている]人は低賃金で休みが無い。	製造業はまとめて休日をとるので休みの日が多いように見えるが、実際には所定労働日数はそれほど変わらないのでは？

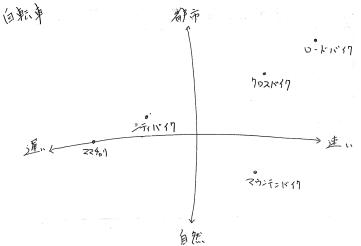
(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
2	6	価格戦略	上澄み吸収価格戦略は少しリスクが高いと思うのですが、どうですか？	マッキントッシュが大成功だったとは一概に言えないですね。レクサスは...	景気に左右されると思いますが、[上澄み価格戦略で成功するためには] ・「本当に利用価値があるもの」という宣伝を流し、商品のイメージアップをはかる。 ・ターゲットをあえて絞る。 などの戦略投入をする。 ※2点ください...	その通り。ちなみに経営や経済の世界でリスクとは、成功・失敗のブレ幅が大きいことを指す。また、初期のMacintoshが商業的に大成功だったと言えないというのはその通り。 質問者の見解についてはその通りで、高付加価値製品をプレミアム価格で売るのにふさわしいチャネルや広告宣伝を、絞り込んだターゲットにぶつけるのが効果的。
2	5	価格戦略	オープン価格とはなんですか？		コンビニのレジの打ち出しで、性別と年齢を打ち込んでいるのは驚きました。商品開発もさまざまでおもしろい。	オープン価格とは、メーカーが希望小売価格を明示していないこと。希望小売価格を明示すると、家電製品など発売から時間が経つに連れて値段が下がりやすい商品を小売店が販売する際、小売価格を示しつつ値下げした値段を表示するため、消費者の商品イメージを壊しやすいことからこのような価格政策がとられる。
2	4	価格戦略	携帯電話会社はどれも似たような料金プランですが、マーケティングと何か関係があるのでしょうか？	似たようなサービスや商品が世の中に溢れている。	関係あると思います。	目に付く携帯電話サービス会社がリーダー・チャレンジャー・フォロワーだけだから。DoCoMo, AU, SB以外のニッチャーのサービスの価格体系と比べてみよう。
2	4	価格戦略	百貨店などで商品の値札がついていない物があるのはなぜ？		高級な感じにするため	質問者の見解の通り。価格を明示しながら高級感を演出する方法はどんなことが考えられるだろうか。
1	4	感想			マーケティングの宣伝により流行を作ることが売り上げを伸ばすのに重要だと思いました。iPodやネットブックなど、流行によって一時的に流行ったものだと思います。	宣伝だけでは流行は作り出せない。価値ある商品が適正価格である必要がある。また、iPodは人々の生活を変え、iPhoneやiPadという発展形の商品を生み出しているので、一時的な流行とはいえないだろう。
1	2	感想			サービスのポジショニングを考えるのは楽しいと思いました。	ぜひ何かに応用してみてください。
1	3	感想			いろんな戦略や取組があってマーケティングが成立していることがわかりました。	個人の生活でも戦略や取り組みがあるとおもう。どんなことが考えられるだろうか。
1	2	感想			商品を売るためには大変な努力がいる事にあらためて気づきました。私のアルバイト先の居酒屋は売上が低下しています。周りにも同じような店がたくさんあり、そっちに流れているように感じます。何か一つでも目立つものや特徴を見つけるなりつくるなりしないといけないと思いました。	看板料理にパンフレットや割引券を添えて、店長自ら開店前30分、商圏内のオフィスや小売店に配るという手もある（栃木県の居酒屋「炉端屋えんてんか」の事例。日経MJ2010.05.14より）
1	3	感想			マーケティングは市場の流れをいつも考えないといけないと思った。	時には市場の流れに逆らうことが、より大きなニーズにつながることもある。流行よりニーズをつかもう。
1	4	感想			色々わかった。	何に活かせるだろうか。
1	3	感想			様々な戦略がわかった。	使えることが大切。試行錯誤してみよう。

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
1	3	感想			社会では常に競争があり、そういったことのおかげで社会が成長しているのだと思います。	質問者の見解の通り。ただし、事情により競争に公平な条件で参加出来ない人々への配慮もお忘れなく。
1	3	感想			価格、市場についてよくわかりました。	市場原理に基づかない価格設定がなされている場面も多い。どんな商品・サービスが該当するか、考えてみよう。
1	1	感想	工具メーカーは、同じ業界でも大きい会社は安く大量供給し、小さい会社は一品物を多く扱っている。	上手いポジショニング[を]し、住みわけている。	小さい会社一品物を頼むのと大きい会社にたのむの[と]では、値段や精度、納期が全然ちがう。大きい会社は一品物に興味がないと思う。	なぜそうなったのか、なぜそうしているのか、理由を考えてみよう。
1	4	感想			商品・サービスのポジショニングについて理解することが出来ました。	理解したとは、誰かに説明出来ること。本当に理解したか、誰かに説明してみよう。
1	3	感想			消費者が変わるにつれて、ニーズが変わり、多様化していく。やはりニーズに答えられないところ、対応が遅いところからなくなっていくんだと思う。	質問者の見解の通り。逆に言えば、新しいニーズに気づき、対応出来る個人や企業は繁栄できるであろう。
1	2	感想			図を書[描]いて物事を理解することの意味がわかった。	字や絵に表現することで、頭が活性化し、考えが整理できる。どんどんやってみよう。
2	4	経営戦略	アメリカで高速鉄道が設置されることになりました。日本が新幹線やリニアの売り込みをしていますが、どうしたら他国に勝てると思いますか？また、アメリカの技術力は大変に高いのに、なぜわざわざ鉄道の輸入をするのですか？	今回の件には、ドイツ、フランス、中国などの2カ国が鉄道の売り込みをしている。[日本]国内の鉄道事業の新規開拓は見込めない状況の中で、米を含む他国への鉄道の輸出を国土交通相とJRが模索している。	単純に鉄道の技術力だけで言えば、日本が一番だと思う。アメリカは広いので、日本のリニアは魅力はなはず。しかし、競合(入札の意？魚野注)なので、技術力の高さ、製品の良さだけで決まるわけではない。	政府のトップセールスもひとつの方法だろうし、不断から輸出先社会の価値観を知り、それに合わせた商品・サービスを用意できるようにしておくことも大切。また、先進国がどんな分野でも最先端の技術を持つのではない。アメリカは自動車社会であり、列車やその制御システムを得意としている企業はごく少ない。
2	4	経営戦略	メーカーについて、工場を持っているメーカーと工場を持たないメーカーの強みと弱み[があるとおもいますが]、どちらの企業がいいのでしょうか。		強み・工場が無いぶん、小回りが利きやすい。 ・景気の変動に強い。 弱み・大量生産をするときに、コストが高くなる。 ・商品の歩留まりの向上がなかなかかれない。 見解 工場を持たない企業は少量生産で、大量生産をする企業は工場を持ったほうがよい。	企画力・開発力・委託先管理力の優れた企業であればファブレス（工場なし）戦略。この戦略のメリットは質問者の見解の通り、高価な生産設備などの投資資金が不要なこと。デメリットは生産面でのノウハウ蓄積による差別化が不可能なこと。量産時のコスト低減は委託先が担うが、MacBookPro(Appleのノートパソコン)のように設計で大幅にコストダウンを図った例も。
1	5	経営戦略	企業の世界展開のデメリットは？		地域により全く需要がないところもあるかもしれない。	海外進出は、非常にたくさんの経営資源（特に人材、資金）を必要とする。
2	5	広告宣伝戦略	ユニクロは、ヒートテックなどの売上の良さから急成長したが、これは、プロモーション戦略のE 	今までは[ユニクロは]薄利多売だったが、高品質・高価格で販売した。	消費者が、質の良いものにはお金を払うようになった。	ニーズに合致した価値のある商品を、適切な価格で販売したことが主。プロモーション戦略が役立つのは、ニーズに合致した商品・サービスが適切な価格で提供されている場合である。
2	6	広告宣伝戦略	インターネットを活用すると、宣伝効果はどのくらい上がるのですか？	・インターネット上でチラシを見ることができる ・情報があふれている。	宣伝効果はとても大きいと思う。	方法によって効果は違ってくるだろうが、少なくとも日本では、テレビコマーシャルなどよりもネット広告の売上が多くなっているため、TV広告よりは効果があると多くの広告主が考えているようだ。

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
2	5	広告宣伝戦略	プロ野球は赤字の球団が多いのに企業は何故手放さないのか？ もしコンビニがテレビCMだけでなく新聞に広告チラシを入れたら利用客は増えるか？	赤字だが、宣伝効果はすごい。	客が入らなくてもグッズ等で賄ったりしていると思う。	NHKでも企業名をとりあげられるなどの大きな宣伝効果、地元振興のための社会貢献意識による。 増えないのでは？チラシ広告は、値段や商品・サービスそのもの、お店の情報に変化があったときにこそ効果がある。コンビニはフランチャイズ加盟で一定の知名度があり、価格も原則定価販売。ただし、逆に何かで変化を作り出すなら（それはもうコンビニではないかもしれないが）チラシの効果が期待できる。
1	3	広告宣伝戦略				後者。例えば、iPodは大量の音楽を持ち歩きたいという、それまでは隠れていたニーズに気がつき、対応した商品。調べ方は、いずれも気づきが鍵であり、調査する人は日頃からいろんなことに好奇心や疑問を持ち続けることで気付きを得られる。
2	5	市場調査	市場調査の目的における隠れたニーズとは、自分たちが単に気付いていない事なのか、それともそのニーズ自体が本当に隠れていることを指すのか、どちらですか？		後者なら調べるのは大変だと思う。それぞれどのようにして調べるかを教えて欲しい。	後者。例えば、iPodは大量の音楽を持ち歩きたいという、それまでは隠れていたニーズに気がつき、対応した商品。調べ方は、いずれも気づきが鍵であり、調査する人は日頃からいろんなことに好奇心や疑問を持ち続けることで気付きを得られる。
2	5	市場調査	どんな分野にも市場調査は必要か？ 	工業製品を扱っていても、食品を扱っていても同じだと思う。	調査、ポジショニングなどでねらいを見つけても、そこへたどりつくためのアイデアを出すのは大変だなと思う。	成長するために調査はするのだから、成長したいという希望があるなら調査は必要。アイデア出しやそれをかたちにする手法は、後日、講義で紹介する。クロスバイクでも郊外へ遠乗りする都会人もいるだろうから、軸をもう少し練ることができそう。
1	3	市場調査	コンビニはどの商品をどんな人が買うのかを調べると言っていたけど、どんな業界でも調べるものなのか？どうやって調べるのか？		調べ方は、コンビニみたいにするのが一番効率的だと思う。	どんな業界でも、成功している、あるいは成功したい事業者なら調べる。調べ方は千差万別で、一番いいのは調べたい人が取引の現場に行くこと。
1	3	市場調査	市場調査で[を]安くすませる方法は少ないのですか？		観察しか思いつきません。	対象に身近な人や社員を選ぶ、有料で試してもらう、自社イベントのついでに実施など、アイデアはいくらでもあろう。
1	3	商品企画	ヒット商品を生み出すにはどうすればいいか？		市場調査を行うことで、今何が求められているのか、それには何を必要があるのかを考え、それに合わせたマーケティングやプロモーションを考える必要がある。	難しい問題であり、いずれの企業、ビジネスパーソンもその秘密を模索している。ちなみに顧客の要望にすべて応える商品をつくったとしても成功するとは限らないのは、日本の携帯電話市場を見れば明らか。
2	3	商品戦略	商品の品揃えの幅と深みについて	私が知っている大手電気[器]屋では電気製品以外にブランド商品や生活用品を多く売っています。	商品の品揃えの幅と深みを大きくすることは、現在のマーケティングにおいて重要視されているのがわかるが、電気製品を売る店として、生活用品などをうるといのは、不思議に感じる。	電気製品を買う消費者は生活用品の購買意欲も旺盛という結果を事業者がつかみ、一箇所で両方そろえようという利便性で集客力を高めようとしたのだろう。ただし、闇雲に幅や深みを広げることは、資本力のあるところしかできない。経営資源が限られていることに注意。

(累計に第1回の評価点は含まれていない)

今回	累積	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
1	3	知的財産	知的財産の侵害が最近問題となっているが、企業は利益を守るために、どのような対策をしているか。	インターネットに映像作品などの流出や、海賊版DVDの流通[が見られる]。	行政へ取り締まるように要請。	特許権の取得など財産権の確立や、ブラックボックス化など。日本では、憲法で通信の秘密が謳われている(精神的自由権の一つ)。知的財産権の侵害の防止と基本的人権の保護のバランスをどう図るべきだろうか。