

# CONTENTS ● もくじ

## 第1章 マーケティング概論

### 1 マーケティングとは 2

- ① マーケティングと「お茶する」……………2
- ② 自己満足からマーケットへ……………3

### 2 売り手のアピール, 買い手の決め手 4

- ① マーケットとブランド……………4
- ② マーケットと商品の値段……………5
- ③ マーケットと商品の開発・組み合わせ……………6

### 3 売り手と買い手の対話 6

- ① マーケットと情報……………6
- ② 売り手と買い手の権利・義務……………8
- ③ 買い手もマーケティングする……………9
- ④ リサイクルマーケット……………10

### 4 マーケティング発展の流れ 11

- ① マーケティングの発生と発展……………11
- ② 日本のマーケティングの発生……………12
- ③ 公共的マーケティングの発生と広まり……………13

## 第2章 食環境とフードマーケット

### 1 食環境の多様性 14

- ① 私たちの食事……………14
- ② 「外食」「中食」と調理師……………16

### 2 食の外部化 16

- ① 食の外部化の要因……………16
- ② 統計から見た外食産業……………18
- ③ 業種・業態……………20
- ④ 外食産業の発展……………21

### 3 フードマーケットの最近の傾向 22

- ① スローフード……………22
- ② 食の安全への関心の高まり……………23
- ③ 健康志向の高まり……………24
- ④ 輸入食材の増加……………24

## 第3章 マーケティングリサーチ

### 1 己を知り, 敵を知る—環境分析 26

- ① 自分の強みと弱みを知ろう  
—経営資源分析, SWOT分析……………26
- ② 足場を固めよ—ポジショニング分析……………29
- ③ 周りをよく見よう—ファイブフォースモデル……………29

### 2 客の見方—消費者分析 30

- ① 人間にはさまざまな欲求がある  
—マズローの欲求5段階説……………30
- ② いろいろな客—顧客の分類……………31
- ③ 顧客の欲しいもの—消費者の要望  
(ニーズ, ウォンツ, デマンス)……………33

- ④ 顧客の考え方・動き方—購買心理と購買行動…33
- ⑤ 買い物の流れ—購買意思決定プロセス ……34
- ⑥ 関連しあうマーケティング  
—顧客満足・従業員満足 ……36

### 3 実際に調べてみよう—マーケットリサーチ 39

- ① いろいろな方法—マーケティングの種類 ……39
- ② 実際の調べ方—実地調査の種類とポイント ……41
- ③ 自分の客はだれか—セグメンテーション ……42
- ④ ねらい撃ちが大事—ターゲットの選別 ……44
- ⑤ 顧客の使い分け—イノベーター理論 ……45

## 第4章 マーケティング戦略

### 1 全体像を見よう—戦略の構築 48

- ① 戦略の流れを把握する  
—マーケティングマネジメント ……48
- ② 戦い方を知ろう—競争戦略 ……50
- ③ どのような戦略にしよう  
—アンゾフの成長ベクトル ……50
- ④ ビジネス拡大のポイント  
—マーケティングミックス ……54

### 2 何を作ろうか—製品戦略 55

- ① いろいろな品物—製品の分類 ……55
- ② 製品も会社も名前が大事—ネーミング戦略 ……57

- ③ 人の目を奪おう—ロゴマーク戦略 ……59

- ④ きれいに包もう—パッケージ戦略 ……59

- ⑤ みんなに覚えて欲しい—ブランド戦略 ……60

- ⑥ イメージをよくしよう—四つのブランド戦略 ……61

- ⑦ 人とは違うよ—差別化戦略 ……63

- ⑧ 新しいもの作りには手間が掛かる  
—新製品開発8段階 ……64

- ⑨ 品物も死ぬときがある  
—製品のライフサイクル ……65

- ⑩ 製品のPPM分析 ……68

### 3 いくらで売ろうか—価格戦略 69

- ① 値段が変われば売れ行きが変わる  
—価格弾力性 ……70

- ② いろいろな値段の付け方—価格設定 ……70

- ③ 他社より安くできるかな  
—コストリーダーシップ戦略 ……74

- ④ 法律に触れたらだめ—独占禁止法・景表法 ……75

### 4 品物の流れ—流通戦略 77

- ① さまざまな流れるルート—流通の構造 ……77

- ② どの流通システムを使おうか—チャンネル選択 ……80

- ③ 人と手を組んでみたら  
—垂直的統合と水平的統合 ……81

- ④ ものの流れの組み方  
—サプライチェーンマネジメント ……81

<b>5</b>	より効率的な売り込み方 —プロモーション戦略	83
①	いろいろな売り込み方 —販売促進の種類と方法	83
②	みんなに知ってもらおう —広告戦略の立て方	88
③	フードビジネスはやはり口コミ —フード産業の販売促進	90
<b>6</b>	他のやり方 —その他のマーケティング戦略	91
①	個客の考え方 —ワン・トゥ・ワン・マーケティング	91
②	客との長い付き合いは大切 —リレーションシップマーケティング	92
③	当事者だけでは始まらない —パートナーシップマーケティング	93
<b>7</b>	実際のケーススタディ	94
①	食品メーカーのケース	95
②	フードビジネスのケース	97

## 第5章 サービスマーケティング

<b>1</b>	サービスと顧客の評価	100
①	サービスとは	100
②	店の評価	102
③	サービスサークル	104
④	マニュアルと経験	106
<b>2</b>	調理師とサービスマーケティング	106
①	調理師に求められるサービス	106
②	資格取得による向上心の高揚	107
③	調理とマネジメント	108
	索引	110