

3月7日 経営学部で学ぶ感性

(注意事項)

- ・示した解答例はあくまで一例であり、解答例以外も正答とすることがあります。
- ・公開している文書・画像等のコピー・転載は禁止します。

## I

本問題は、「一番手の法則」と「心の法則」の説明内容を読み解きながら、自分の身の回りの事例と関連づけて、著者の主張の趣旨を的確に説明できることを企図した問題である。該当箇所の説明されている「心の法則」は、マーケティングの重要な課題のひとつが市場創造にあることを念頭に、「最初に市場に参入すること」や製品の品質の高さという点の重要性もさることながら、むしろそれ以上に「認知における心理的な先行者利益」に市場創造のカギがあることを示したものである。

この問題では、現代社会に企業のマーケティング課題とそれへの対応の重要な着眼点についての受験生の洞察力が問われている。企業にとってこれまで実現されていなかった市場を創造するうえで何が重要となっているのか。当該製品やサービスが顧客の心理のなかで第一想起となるよう働きかけていくことの重要性を受験生自身の言葉で言語化して表現する力を見たいのである。

## II

命につけられる価格という点では、その価値づけには、確実に格差が生じている。こうした格差は、例えば、死亡事故の補償のための保険金の額が決定される際の遺失利益の算定などにも明確にみられる。しかし、その格差が妥当なものであるかの明確かつ正確な判定や根拠の提示は容易なことではない。本問題は、その「命の価格」をめぐる格差と平等であると考えられる価値評価の方法についての受験生各自の構想力、発想力を問うものである。

「命の価格」に格差が生じていることにはどのような問題点や背景があるのか、「命の価格」に格差が生じないためにはどのようなことに配慮しなければならないのか。こうした問題の本質と解決策について、受験生各自がどのように発想し構想するか、受験生なりの理解とそれに基づく考察を的確に表現する文章化の力を問うものである。

## III

本問題は、味の素が2023年のクリスマス直前に新聞に出稿した企業広告（製品広告ではない）を題材に、注目している顧客課題を読み解きながら出稿の意図（この広告を通じてどのような消費実践を実現しようとするか）を自分なりに読み解き、優れた広告に潜んでいる実務上のポイントを抽出して示せることを企図したものである。本新聞広告は、「団ランランタン」と題されたもので、広告内に示されている要領に従って本新聞広告の一部を切り取ってスマートフォンの上にかざすと、それが食卓を彩るランタンになるというものである。クリスマスに大切な人と団らんする機会の創出、食事の際にスマートフォンを見るということの問題点の指摘、スマートフォンをかざして初めて食卓が明るく彩られることにより

大切な人との会話の機会を創出するための仕掛けの提供という、本新聞広告が注目している顧客課題についての理解、洞察力が問われている。

この問題では、消費者の能動的な行動を促すインパクトのある広告の重要性、広告の目的・機能に着目して、顧客課題の解決策を示すことがマーケティングや広告において重要であるという点について、具体的な事例をふまえてリアリティ豊かに示す力を見たいのである。それを自分なりに言語化して表現する力が求められる。