「100 円のコーラを 1000 円で売る方法」



著者：永井 孝尚
出版：中経出版
発行：2014 年 4 月

授業で商品開発やマーケティングなど、ビジネスを教える上で欠かすことができないワードがある。この本では、一見難しく感じるワードを簡単に、そして会社でどのように活用されているのかなどを説明している。

会計ソフトを販売する会社で働く女性が主人公となり、「Ａｐｐｌｅにできて日本企業にできない壁」を乗り越える激動の日々を描いている。「高品質・多機能」な商品を高価格で販売してきた会計会社が、外資系の会計ソフトメーカーの「シンプル」なソフトを安価で販売する。ブルーオーシャン・キャズム理論・コトラーがわかる 10 の物語から構成されている。１章ごとにキーワードが出てきおり、副教材として使用できる。

「顧客が言うことは何でも引き受ける」という日本人の勤勉さが、正しいように考えられてきたが、これからの時代では意味をなさないこと。アップル社の製品が人気の時代で、これから先何が求められるのかを考えさせられる１冊である。デフレ経済を脱却仕掛けている今こそ、「価格」を下げずに「価値」を上げることが求められる。過去の事例と、これからの時代をうまく比較結合させながら展開されており、歴史から未来を切り開いていけると思われる。

「ビジネス基礎」や「マーケティング」の授業で是非とも活用したい一冊である。教員だけではなく、生徒たちにも読んでほしい本となっている。

第１章　「アメリカの鉄道会社はなぜ衰退したのか？」
第２章　「お客さんの言いなりの商品は売れない？」
第３章　「顧客の要望に 100％応えても０点」
第４章　「値引きの作法」
第５章　「キシリトールガムがヒットした理由」
第６章　「スキンケア商品を売り込まないエステサロン」

第 7 章 「商品を自社で売る必要はない」
第 8 章 「100 円のコーラを 1000 円で売る方法」
第 9 章 「なぜ省エネルックは失敗してクールビズは成功したのか」
第 10 章 「新商品は必ず売れない？」

起業教育研究会　企画委員
大阪市立大阪ビジネスフロンティア高等学校 教諭　大中 真太郎