

5-2	コロナ禍で、洗面所どう変わる？	所属 中央大学附属横浜中・高 氏名 中原啓太郎
資料名	日本経済新聞（2021年8月5日）ビジネス面 「そこが知りたい」 TOTO社長へのインタビュー	
資料内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 洗面所・トイレなどの水回り品が伸びている。</li> <li>○ 自動水栓などの非接触型商品：2020年度に前年度比1.5倍。</li> <li>○ 在宅時間の長時間化 → 自宅で快適に → ウォシュレット</li> <li>○ 公共施設（学校など）・介護施設など → 接触型蛇口から非接触型自動水栓へ</li> <li>○ リフォームは、最初から家を快適にする目的のため、付加価値の高い高機能商品が売れる。</li> <li>○ ホテルなどの企業向けはまだら模様。</li> <li>○ 国・地域ごとに衛生意識・購買力は差があり時間がかかるが、衛生意識の高まりは、当面の追い風。</li> </ul>	
教科書等との関連	中学校公民的分野 企業の経済活動 高等学校公民科 企業経営（株式会社）	
キーワード	コロナ 企業 株式会社 景気変動	
ねらい	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆コロナ禍でも、成長している業界は何か。</li> <li>◆変化に対応して、企業がどんな商品の開発をしているか。</li> </ul>	
活用場面 あるいは 授業プラン の概略	<p><b>発問</b></p> <p>「コロナの影響で、業績が良くなった業界を上げてみよう」 （理由をつけて考える、提示する練習）</p> <p>トイレ、お風呂、水回り（非接触）／自動ドア、センサー（非接触） 消毒液、石けん（衛生面での需要）／製薬（ワクチン、治療薬） 冷凍食品、パスタ・乾麺、インスタント食品（自宅での食事） 戸建て住宅（都心部から郊外都市へ、在宅ワーク用の部屋） 空調・エアコン（換気）</p> <p>「トイレ、水回りに関して、コロナ対策でどのようなことが必要ですか。またどのような商品にしたら売れるでしょうか」</p> <p><b>解説</b></p> <p>(1) 株式会社の授業で活用 (2) 消費者教育・SDGsの授業で活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・理由をつけて、無駄に需要を煽っていないか</li> <li>(3) 環境問題</li> <li>・無駄使いになっていないか（エアコンつけたままの換気）</li> </ul>	
備考	・同業他社（LIXIL）の事例や他業界の事例（シャボン玉石けん・牛乳石鹸・花王・P&G）を調べると、深掘りできるかもしれません。	