

Title	消費者ニーズ適応の小売業態戦略
Sub Title	
Author	荒井直志(Arai, Tadashi) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1979
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001979-0003

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名 荒井直志 主査 片岡一郎 教授
(株式会社 ダイエー) 副査 嶋口充輝 助教授
所属ゼミナール 和田充夫 研 和田充夫 助教授

消費者ニーズ適応の小売業態戦略

本研究は昭和48年末の石油ショックを契機に明確となった環境変化に対し、総合スーパーがどのように適応すべきかを検討し、1980年代の総合スーパーの業態戦略展開への提言を行うことを企図している。業態展開に関する代表的な理論として、マクネア教授の「小売の輪」論が有名であるが、本研究所では「小売の輪」論で欠落している消費者ニーズに注目し、環境 — 消費者ニーズ — 小売業態の適応関係よりアプローチしている。

総合スーパーは高成長下の小売業の急成長を担って来たが、今やライフサイクルは成熟段階に達して来ており、一方、新しい業態が多く発生している。これらの業態多様化は消費者ニーズの多様化によるものと言えたが、今後の新しい社会環境のもとでは、中高年化の進展、インフレの進行、主婦労働の進出、人口の郊外化が小売業に関連する社会環境変化要因と考えられた。これらの要因により消費者のニーズは、経済性重視傾向、合理的購買傾向、選択性・個性化傾向を強め、消費者ニーズに適応する業態としてディスカウントストア、通信販売、自動販売、専門店チェーンが考えられた。このような新しい業態を市場規模、成長性、そして事業化条件を考慮して、そして総合スーパーのライフサイクル段階を考慮すると、新しい差別化、新しい総合化、新しい差別化による多様化戦略が重要な戦略となって来、ディスカウントストア、GMS、通信販売の業態開発戦略が必要である。特に総合スーパーにとってトレードダウンとなる総合ディスカウントストアはサービス機能の革新を伴っており、リスクの大きい業態ではあるが、今後の消費者ニーズの多様化適応を考慮すると開発されるべき業態である。