

Title	ビール・メーカーの酒販店政策への一提言 - 酒販店の銘柄推奨行動分析に基づいて -
Sub Title	
Author	岡田芳和(Okada, Yoshikazu) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1980
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001980-0073">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001980-0073</a>

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 岡田 芳和 主査 片岡 一郎 教授  
(サントリー株式会社) 副査 滝沢 茂 助教授  
所属ゼミナール 滝沢 茂 研 青井 倫一 助教授

## ビールメーカーの酒販店政策への一提言 — 酒販店の銘柄推奨行動分析に基づいて —

今日、ビール界は、麒麟麦酒を頂点とするガリバー型寡占構造を呈し、需要動向も低下してきた現在、その寡占傾向は、日増しに強まっている。その中において低シェアメーカーは、利益状況が低下し、財務体質が弱まっているにもかかわらず、失地回復すべく、生ビールなどの製品業別化を行なう一方、プッシュ政策に大量の資源を投入してきている。

従来、このプッシュ政策は、それ自体、有効な政策であると思いながらも、どのような政策が、重要、かつ有効であるのかを考慮することなく、競合他社だけに目を向け、過去の延長線上での量的拡大をしてきた様に思われる。さらに、実際の酒販店の推奨行動との関連で、プッシュ政策の有効性について調べたものは、ほとんどない状況であった。

このような観点から、現在のビールメーカーの酒販店に対する販売促進策に関して、面接調査し、酒販店の推奨行動に人間行動科学的なアプローチを用いて、分析した結果次のようなことが明らかとなった。

- どの銘柄を推奨しようとするか決定する際に、プッシュ政策は有効な手段であり、
- 低シェアメーカー程、推奨しようとする銘柄と、そのプッシュ政策との関連度合が高い、
- 推奨銘柄は、酒販店にとって最も好ましい銘柄であり、その好ましさに影響を与えるものとして、プッシュ以外の要因もあるが、セールスマン、リポート、情報、アドバイスの適否が大きな影響を与えている。
- メーカーのプッシュ政策に対する店主の重要性の認識は、その経営形態によって異なっている。

以上のことから、低シェアメーカーは、従来のプッシュ政策の中では、今後、特に、酒販店に対してアドバイス、指導できるセールスマンの強化、育成策に注力すべきである。