

Title	新製品「木質ユニット住宅」のマーケティングミックス- フランチャイズシステム導入分析を中心に-
Sub Title	
Author	樋口勉 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	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001980-0099

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 樋口 勉 主査 片岡 一郎 教授
(積水化学工業株式会社) 副査 滝沢 茂 助教授
所属ゼミナール 片岡 一郎 研 嶋口 充輝 助教授

新製品「木質ユニット住宅」のマーケティングミックス — フランチャイズシステム導入分析を中心に —

昭和48年のオイルショックを契機に、住宅産業全体の成長が停滞する中で、ユニット住宅という革新的なプレハブ住宅により昭和46年に新規参入したS社は、その後急速な成長を遂げたが、このような成長は、住宅需要の中でも真空地帯ともいうべきセグメントを発見し、これをターゲットとしたマーケティング戦略の結果であった。しかしながら、このような戦略による成長には自ら限界があり、そこで巨大セグメントと思われる木造住宅市場への参入のため新製品「木質ユニット住宅」を開発し、現在事業化を検討中である。しかし、かかる事業は直接、地域密着型の大工、工務店、及木造メーカーとの熾烈な競争関係に入ることの意味し、従来S社部門がとってきた鉄骨ユニットメーカーとしての路線から大きく離れることになる。それだけにこうした事業には大きなリスクを伴うものとみざるを得ない。そこでS社住宅部門は比較的事業リスクが少ないと思われ、しかも最近、我国で急成長しているフランチャイズシステムの導入を検討するに至った。

そこでこの修士論文の内容は、「木質ユニット住宅」の事業化に伴う販売チャネルとして、フランチャイズシステムの導入が可能かどうかを (1) 経済性の分析と(2) 企業能力の分析を行うことによってデシジョンすることである。