

Title	パーソナル・コンピュータのマーケティングミックスに関する一考察
Sub Title	
Author	秋山隆平(Akiyama, Riyuuhei) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1981
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=KO40003001-00001981-0118

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	秋山隆平	主査	片岡一郎	教授
	(株式会社 電通)	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

パーソナル・コンピュータのマーケティング・

ミックスに関する一考察

パーソナル・コンピュータは近年最も話題を集めた商品の一つであろう。単に話題性があるだけでなく、将来オフィスワークや家庭に大きな影響をもたらすことが予想される商品である。市場はまさに激動しており、業種を越えた数多くの企業が火花を散らすような激しい競争を展開している。本論文はこのように将来性が有望視され、しかも現状において多くの不確実な要素を持っているパーソナル・コンピュータ市場を考察し、しかるべき戦略を提案することを目的としている。

そのためにまず日米の市場動向を調べパーソナル・コンピュータの市場特性を明らかにした。そしてそのような特性を持つ市場で主要競合企業がどのようなマーケティング政策をとっているかを調査し、考えられる戦略オルターナティブの選択を行なうために2000サンプル振り出しのメール・サーヴェイを行なった。

調査の結果、対象者(16歳~49歳の男性個人)が、現時点においては購入者こそ2.9%と少ないが、商品に対して非常に高い関心を持っており、購入意向者も3分の2に達することがわかった。また明確になった重要な傾向としては、39歳以下のホワイトカラーの購入意向が高いこと、買い控え現象がみられることなどがあげられる。このメールサーベイや購入者インタビューおよび既存調査の結果をもとにして、最終章でマーケティング・ミックスの私案を提案している。ターゲットは6グループに分割され、それぞれの特性に合わせて製品政策、価格政策、プロモーション政策を展開すべきであるというのが私の意見である。