

Title	婦人服専門店チェーンのマネジメント・システム - S社の事例研究を中心に -
Sub Title	
Author	金子和夫(Kaneko, Kazuo) 伏見多美雄
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	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001981-0134">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001981-0134</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 金子 和 夫 主査 伏 見 多美雄 教授  
(株式会社鈴屋) 副査 柴 田 典 男 助教授  
所属ゼミナール 伏 見 多美雄 研 柳 原 一 夫 助教授

## 「婦人服専門店チェーンのマネジメント・システム」 — S社の事例研究を中心に—

この論文は、婦人服専門店の全国的なチェーン展開をすすめる中堅企業のS社を事例として、同社の経営戦略とそれを支えるマネジメント・システムについて研究し、具体的な改善策を提案するものである。

低成長経済の時代に入って、顧客の選択的消費行動が定着し、売上の伸びが鈍化したため、S社では利益重視の内部体制固めをおこなってきた。しかし、今後新たに拡大していくには、顧客ニーズの多様化に適合した機動的な戦略展開と、企業の効率性向上の2つの目的を達成するマネジメント・システムが必要とされる。

論文の前半では、S社のマネジメント・システムの問題点を検討して、次の4点に焦点をあてた。① 現場密着の仕入活動中心のため、商品企画力の進歩性に欠ける。② 上からの新しい予算管理は、短期の利益志向の経営風土をもたらしている。③ これと関連して、戦略的、長期的な新商品の開発が促進されにくいシステムになっている。④ ゼネラル・マネジャーの育成ができにくいシステムである。

論文の後半では、以上の問題を解決することをねらいとしたマネジメント・システムの基本的な方向を検討した。まず、S社の今後の基本方針は、市場細分化戦略をとることであると提案し、その重要な手段としてブランド戦略の導入をはかった。市場ブランド・職能の三次元マトリックス組織の導入をはかり、環境変化への対応力を高めた。まず、商品仕入を営業部門から切り離し、商品企画部が中期の視点に立って、商品づくりをおこなうようにした。その上で、商品戦略を、各ブランドへ分散し、専門性の追求を可能にし、市場組織は営業部の地区を強化することで、地域対応力を高めた。今まで、店を中心に業績評価していたものを、ブランドに改め、ブランド別利益管理を実施することで、市場の細分化を促進し、かつ経営資源の効率的な配分を可能にした。また、ブランド・マネジャーは、ゼネラル・マネジャーの卓越した訓練場となる。そして業績評価と結びついた報奨制度を導入し、人材の活性化をはかることを提案する。