慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	地方百貨店における最適小売ミックスの一考察
Sub Title	
Author	小田次郎(Oda, Jirou) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1982
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=KO40003001-00001982-0193

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.

No. 0193
学生氏名　小田次郎
（株式会社　岩田屋）
所属ゼミナール　和田充夫研
主査　片岡一郎
副査　和田充夫
嶋口充輝

地方百貨店における最適小売ミックスの一考察

本研究の目的は福岡地区における地方百貨店の立場で成熟期における競争的優位性を確立するために小売ミックスをいかに策定すべきであるかという点を考察する。

本研究はストア・イメージ調査の分析を需要構造（消費者ニーズ）の分析と競争構造の分析の２側面から行なう。

まず、需要構造の分析では設定された４つの消費者タイプ（ＯＬ、学生、働く主婦、専業主婦）の各々につき選択した８つのストア・イメージ属性について店舗想起率との相関分析を行なった。

次に、競争構造の分析では３つの形態（百貨店、専門店街、量販店）の各々につき、消費者の８つのストア・イメージ属性についての満足度から、各形態の競争上の位置と競争上の変化の方向を分析した。

以上の分析結果により、百貨店の強味とする小売ミックスは、「品揃え充実要因」「ワン・ストップ・ショッピング要因」であり、百貨店に対して主婦層は評価が高く、未婚層は評価が低いことが明らかにされた。ここから提案として主婦層に対する提案、未婚層に対する提案、消費者全体に対する提案を導き出した。

これら提案の実施により、百貨店は既存の小売ミックスを市場適合的な小売ミックスへの操作が可能になり競争的優位性は確立されると考えられる。