

Title	市場細分化戦略の実証研究-スポーツシャツの消費構造を中心として-
Sub Title	
Author	有川享(Arikawa, Susumu) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1983
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1983年度経営学 第251号 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=KO40003001-00001983-0251">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001983-0251</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 有川 享

主査 片岡 一郎

副査 嶋口 充輝

和田 充夫

所属ゼミナール 嶋口 充輝 研

## 市場細分化戦略の実証研究 —スポーツシャツの消費構造を中心として—

近年、経済の発展による所得水準の向上、週休2日制の普及による余暇時間の増大、更には、健康問題に対する関心の高まりなどを背景として、我国におけるスポーツ人口は増加の一途をたどり、同時にスポーツの多様化、大衆化が進んでいると言われている。

このようなスポーツ人口の増加、スポーツの大衆化と共に、スポーツウエア市場も急激に拡大し、従来の純競技用ウエアに街着としてのスポーティカジュアルウエアを加えた新しいスポーツアパレル市場という市場が形成されるに至っている。

スポーツアパレル市場の現況を見ると

- ① 成長性に着目した企業間の競争が激化した結果、ブランドの淘汰が進んでいる。
- ② 消費者の間においてもブランド信仰が薄れ、所謂、頂上作戦の有効性に疑問が持たれている。

など、当該企業は従来のマス消費者を対象としたマーケティング戦略からの脱皮を迫られていると考えられる。

本論文はこうした事実を背景にスポーツアパレルの消費者をその求めるベネフィットにより細分化することを目的とし実証研究を行なったものであり、その結果、彼らの求めるベネフィットは主として機能的、感覚的、心理的、経済的の4つの要因から分化した7要因によって説明され、ベネフィットによる市場細分化が可能であることが確認された。

スポーツアパレルに関する同様の研究は未だに発表されておらず、従って本論文の持つ意義は非常に大きいものであると考える。