

Title	成熟型市場における競争市場戦略
Sub Title	
Author	川本孝司(Kawamoto, Takashi) 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261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=KO40003001-00001983-0261">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001983-0261</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 川本孝司

主査 片岡一郎

副査 嶋口充輝

所属ゼミナール 嶋口充輝研

矢作恒雄

## 成熟型市場における競争市場戦略

本論文の目的は、新規需要があまり期待できない成熟型市場において、企業の競争市場戦略の有効性を競争地位別に解明するものである。

まず、理論研究において、競争市場戦略の出発点となる競争地位の規定要因、構造を解明し、そして、各競争地位別の採るべき競争市場戦略の仮説を構築する。

次に、実証研究において、競争地位別競争市場戦略の仮説を検証する。理論研究では、競争地位とは、企業規模と独自能力に関わる経営資源の多寡によって決定されるとの結果を得た。又、調査の結果をもとに次の様な結論が得られた。

リーダーは、衰退製品市場をさけるために、製品ラインの幅をやや絞り、又、品質サービス水準も過剰なものをさけるため、主要競争業者と同程度とする選択的差別化戦略を採用すべきである。

チャレンジャーは、リーダーと相対的な力の差が明らかにあるならば、市場目標を成長性よりは、利益性として、現在有している市場においての強味を強化する様な差別化戦略を採用すべきである。

ニッチャーは、市場細分化戦略を採用し、特定市場での絶対的強味を確立すると同時に、特定市場の新規需要創造の努力も行なわなくてはならない。

フォロワーは、模倣戦略を採りながら、将来競争がさらに激化した場合にそなえて、経営資源、特に独自能力の強化を図らなければならない。