

Title	百貨店における良質廉価品のブランド戦略
Sub Title	
Author	大木泰(Ooki, Yutaka) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1985
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1985年度経営学 第398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=KO40003001-00001985-0398">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001985-0398</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.

No. 0398

学生氏名	大 木 泰	主査	片 岡 一 郎
	(株式会社伊勢丹)	副査	嶋 口 充 輝
所属ゼミナール	和 田 充 夫 研		和 田 充 夫

## 百貨店における良質廉価のブランド戦略

今日わが国の百貨店は、小売業界における相対的地位の低下にともない、品揃え政策再検討という問題を抱えている。本研究ではこのような問題に対する解をえるため、百貨店におけるストア・イメージの向上とブランド戦略の関係に注目して仮説を構築し、良質廉価品をその題材として検討した。

仮説の検証にあたっては、調査対象商品として良質廉価品、対象百貨店として三越、伊勢丹、西武百貨店を選び、各百貨店が発売する良質廉価品ブランドのブランド・ロイヤルティがどのように確立されており、またそのことが消費者の抱くストア・イメージとどのように関連しているかという点について実証的解明を行った。

本研究の結果は、ブランド・ロイヤルティの確立はいくつかのストア・イメージ属性と高い相関があり、その属性は商品アイテムによりことなること、ストア・イメージは各属性に対する信念によって構成され、その行動パターンはストア・イメージ評価と有意な関係があること、ブランド・ロイヤルティとストア・イメージ評価との間には正の相関関係がある事を示している。本研究では以上の結果から、ストア・イメージ向上のためのブランド戦略に対する具体的な提言を行った。