

Title	即席めんメーカーの成長戦略
Sub Title	
Author	岡崎俊視(Okazaki, Toshimi) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1986
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1986年度経営学 第461号 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=KO40003001-00001986-0461

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. 0461

学生氏名 岡崎俊視

主査 片岡一郎

副査 滝沢 茂

所属ゼミナール 片岡一郎 研

嶋口 充輝

即席めんメーカーの成長戦略

即席めん産業が、過去に急成長を達成し、産業として認知されるようになって久しいが、今やこの産業も多くの他の産業と同じく、低成長を余儀なくされている。本論文は大規模化を達成した即席めんメーカーのこれまでの戦略を分析し、低成長市場での今後の生き残りのための戦略を示唆しようとするものである。

まず、本論文では、第2章で、過去の戦略を分析する上での骨組みとなる理論として、ポーターの競争戦略とコトラーの製品ライフサイクルをとりあげ、その理論を概観した。第3章で、即席めん業界の概要について触れた後に、第4章で、実際の即席めんメーカーが過去にとった戦略について分析を行ない、成功の要因を描出した。そして、その分析結果から判断して、今後の即席めんメーカーの成長戦略を立案する上で、キーファクターとなると思われるチャンネルと食生活の動向について第5章と第6章で詳しく言及した。

これらを基に第7章として、最終的結論をまとめ、今後の即席めんメーカーの取るべき戦略に関する提言を行なっている。ここで示唆したことは、成長戦略には、どの時期においても変わらない要因があり、それをしっかりと踏まえながら戦略を立案してゆかなければならないということと、チャンネル戦略に力を注ぐべきだということである。