

Title	流通チャンネルコントロールに関する一考察
Sub Title	
Author	沖崎行男(Okizaki, Yukio) 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462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=KO40003001-00001986-0462

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	沖崎行男	主査	片岡一郎
	(サントリー株式会社)	副査	嶋口充輝
所属ゼミナール	嶋口充輝 研		和田充夫

流通チャネルコントロールに関する一考察

本論は、財・サービスの社会的移動、つまり流通を研究対象とし、製造業者と流通業者（小売業者）を単位として生起する現象の中でも、マーケティング論の視点から、チャネル構築・行動について焦点をあてる。ここでは、あくまで主体となる組織（製造業者）から見た当該組織にとっての最適戦略への思考方法を示すものであり、国民経済的に見てどうあるべきかという、社会規範論的なものではない。

本論においては、第1に、主体となる組織にとって、流通チャネルを自らの組織の中に取り込むべきか否か。第2に自らの組織にそれを取り込まず、市場取引に委ねるならば、その取引を自らの選好する方法へコントロールするためには、いかなる方法が有効であるかが課題とされる。特に、第2の課題に関しては、環境との係わり合いの中で述べられる。

第1の課題については、いかなる場合も、流通チャネルを自らの組織の中に取り込むべきだという普遍性は確認できず、当該組織のおかれた環境と、戦略展開の内容に依存するという結論となった。ならば、当該組織は、いかなる方法に訴えれば良いのか。それは、流通チャネルを内部に取り込む利得を一部で得つつも、環境変化、戦略展開の変動に対応できる方法を探索することでもある。それが、上記に挙げた第2の課題である市場取引のコントロールに他ならない。そこで、流通チャネルコントロールの方法論について、本論では、従来のように製造業者による流通政策局面に限定せず、マーケティング全体との係わり合いの中で、実証が行なわれた。そして、製造業者にとり、本来の目的たる消費者の支持を得る製品を提供する事のみが、流通業者の本来の目的たる消費者の支持を得る代理購買サービス提供をコントロールし得るといふ事が結論とされた。