

Title	多様化市場と細分化戦略
Sub Title	
Author	秋山容子(Akiyama, Hiroko) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1988
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1988年度経営学 第581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=KO40003001-00001988-0581

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. 0581

学生氏名 秋 山 容 子

主査 和 田 充 夫

副査 片 岡 一 郎

所属ゼミナール 和 田 充 夫 研

池 尾 恭 一

多様化市場と細分化戦略

消費の多様化が叫ばれるようになって久しい。わが国消費財メーカーは、数年前に話題となった「消費論議：大衆市場は消え失せたのか」が湧き起る以前から、とうに商品ラインの幅を大きく増してきているが、売上の伸びに対して収益への思わしい貢献が生まれにくいことに、現在気付きつつある。不適當な細分化戦略は、本来マスマーケティングの歴史の中で成長してきた企業にとって、多大なコスト増加をもたらすからである。

多様化市場に対応するためいかなる戦略を採るべきか。本論文は、このような問題意識のもとに消費者によって、財によって、市場に多様化状況の差があるかどうかを検証した。ここからさらに、多様化欲求の差が消費者の購買行動にいかなる違いをもたらすかを明らかにした上で、商品別、消費者別の戦略提案を試みた。