

Title	競争戦略における製品政策 - 米国乗用車市場の例を中心として -
Sub Title	
Author	鈴木紀博(Suzuki, Norihiro) 小野桂之介
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615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=KO40003001-00001988-0615

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. 0615

主査 小野 桂之介

学生氏名

鈴木 紀 博

副査 古川 公 成

嶋 口 充 輝

所属ゼミナール 小野 桂之介 研

青 井 倫 一

競争戦略における製品政策 — 米国乗用車市場の例を中心として —

1980年代の後半になって、日本の自動車メーカーの多くは北米における現地生産に踏み切ったが、1990年代の北米乗用車市場においては、メーカーの過剰生産能力から生じる需給ギャップが確実視されており、現在よりも一層、競争が激化することが必至である。本研究は、こうした背景をもつ米国乗用車市場において主要自動車メーカーが採ってきた（および、採りつつある）製品政策を分析することにより、競争戦略における有効な製品政策のあり方について検討しようとするものである。まず、第1章において、1990年代に米国乗用車市場において予想される過剰供給問題について説明をし、第2章では、製品政策に関する意思決定事項と意思決定に際して考慮すべき事項について整理をした。第3章では、個別メーカーの製品政策に関する分析に先立って、米国の乗用車市場を5つのセグメントに分けてその特性を明らかにした。第4章においては、生態学におけるニッチ理論を手掛かりにして、乗用車メーカーの製品政策を(1)対象市場の範囲、(2)重点市場の位置、(3)製品の数という3つの基準によって類型化をし、第5章では、市場において各社がさらされている競争の激しさを「衝突度」と「衝撃度」という2つの指数を算出することにより、メーカーの製品政策の違いが、その直面する競争状況にどのような影響をもたらすかという点について考察した。さらに、第6章においては、1990年代初頭に向けての各社の製品計画動向を分析し、1990年代の米国乗用車市場における競争環境をより鮮明にした。以上の研究作業の結果、(1)メーカーが採用する製品政策の型の違いによって、自らがさらされる競争の激しさや、競争相手から受ける攻撃量が異なること、(2)製品政策に関する意思決定事項のうち、製品の数よりは、むしろ自社の製品をどの市場にどのように配置するかという意思決定の方が、自社の競争優位性を維持する上で重要な意味を持つこと、(3)1990年代には、特にラグジュアリー市場において競争関係に大きな変化が起こる可能性があること、そして、それは、一部の日本メーカーにとって、国際競争戦略を展開する上でのチャンスともなりうるということが明らかとなった。