

Title	卸売業の情報戦略
Sub Title	
Author	高橋英明(Shimaguchi, Mitsuaki) 嶋口, 充輝
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619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=KO40003001-00001988-0619

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	高橋英明	主査	嶋口充輝
(株式会社高橋慶造商店)		副査	片岡一郎
所属ゼミナール	嶋口充輝研	和田充夫	

卸売業の情報戦略

本論文は、卸売業の情報武装化が、その機能の向上に結びついていることを検証すること。そして卸売業の情報武装化への具体的な指針を提示すること。この2つを目的とした実証的研究である。

情報武装と卸売機能向上の検証については以下のような点が明らかになった。オンライン化やVANへの参加などは卸売業の合理化と情報提供能力を高めた。しかし卸売業の企画開発力を高めることは単純には出来なかった。オンライン化やVANは、市場の現場感覚的情報を収集する能力があるとき、初めて企画力向上に貢献することができた。これは現場感覚的情報が人間の判断力を高め、データの中から市場を読み取ることを可能にするためと考えられた。

情報武装化への具体的指針としては、卸売業が情報を活用して高めるべき機能は、その環境によって多様な組合せをもつことが明らかになった。

さらに卸売機能の中でも、企画開発力が業績向上へ最も影響力が高いことが明らかになった。そこで、高い企画開発力をもつ卸売業が、メーカーや小売業との競争のなかで優位性を構築できる可能性が強いものと考えられた。その理由としては、卸売業の強みである幅広いネットワークは、企画開発に活用したときに最も効率的に働くことが考えられる。したがって本論文では、卸売業の有利な立場を生かせることができ、かつ業績への影響が大きい市場創造型の卸売業を提唱する。市場創造型卸売業とは、『現場感覚的情報と販売情報とを兼ね備え人々の生活場面を読み取る能力を持つ。これにより潜在的なニーズを発見し、需要を掘り起こすようなマーケティング活動を開発する。この開発力によって小売店との情報格差をつくり有利な取引を行う。』こうした卸売業のあり方である。