

Title	宝飾品流通業の将来展望-無店舗販売による革新-
Sub Title	
Author	古屋秀市(Furuya, Hideichi) 片岡一郎
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645号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001988-0645">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001988-0645</a>

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 古 屋 秀 市 主査 片 岡 一 郎  
(フルヤジュエリー株式会社) 副査 嶋 口 充 輝  
所属ゼミナール 片 岡 一 郎 研 池 尾 恭 一

## 宝飾品流通業の将来展望 —無店舗販売による革新—

急拡大を遂げる我国の宝飾品市場は、最近の数カ年の内に、様々な異業種企業による参入が行われている。この傾向は、税法の改正を受けて更に加速することが予想されており、異業種企業がどのような宝飾品販売への取り組みをしているか明らかにする必要が生じている。

分析の結果得られたことは、異業種企業が宝飾品販売で成功している販売方法は二種類に大別されるということであり、その第一が、訪問販売と展示会販売を融合的に行う無店舗販売であり、第二が、カタログを媒体としたカタログ販売であった。この二種の販売方法にみられるマーケティング・ミクスは従来型のマーケティング・ミクスに対応しながらも、ミクスの構成要素に相違が見られ、新たな宝飾品販売マーケティング・ミクスを形成していることが確認された。高級イメージから信頼感を得ていた従来型のミクスに替って、顧客との人間的信頼関係を背景に高額宝飾品の販売を可能としている無店舗販売のミクスは、幅広い異業種企業の同市場参入を可能とするものであることを指適している。