

Title	日本型チャネル行動と市場参入戦略
Sub Title	
Author	久門圭子(Kumon, Keiko) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1989
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1989年度経営学 第683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=KO40003001-00001989-0683

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.

日本型チャネル行動と市場参入戦略

日本が巨大な消費市場として発展を遂げるなか、日本市場に参入する外資系企業は、1980年代になって急増している。これらの企業の日本市場での成功は、全体としては限られたものであり、特に日本の特殊な流通システムは、非関税障壁として、批判的となっている。しかし、外資系企業が苦戦している背景には、日本市場特有の流通システムを裏付ける根拠やメカニズムを正しく認識していないために、適切な流通戦略を見出せずに失敗しているケースもあると思われる。外資系企業の日本市場参入の問題を、流通チャネルの問題に限定して整理すると、以下のようになる。

- ・外資系企業にとって参入障壁となっている日本の流通システム特有の構造・行動的特徴は何か。それらを支える根拠やメカニズムは何か。
- ・実績をあげている外資系企業の流通システムへの適応行動は、日本企業の流通システムへの適応行動と異なっているのか。

本論文では、文献・統計資料などから、日本の流通システムに固有の流通構造・行動の現状を把握し、企業面接調査による事例研究（乳製品市場、トイレットリー市場、化粧品市場、インスタント・コーヒー市場）を行い、分析モデルをもとに、各企業の適応モデルを明らかにし、それらを裏づける根拠、今後の方向性などを考察する。分析モデルでは、市場環境や経営資源などから、流通戦略型決定の影響要因をとりあげ、それらをふまえて、流通戦略（標準化型、適合化型、融合新型）がどのように決定されているかを分析する。本論文では、流通戦略のソフト面、特に流通行動の側面に焦点をあてて研究をおこなっている。