

Title	営業力強化のチャネル戦略
Sub Title	
Author	佐藤哲男(Satou, Tetsuo) 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687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=KO40003001-00001989-0687

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 佐藤 哲 男 主査 和田 充 夫
(東京コ・ラボリング 株式会社) 副査 嶋 口 充 輝
所属ゼミナール 和田 充 夫 研 青 井 倫 一

営業力強化のチャネル戦略

本研究は、競争激化する清涼飲料業界にあって、シェアNo.1の地位にあるT社の事例を中心にマーケティング戦略の一つであるチャネル問題に焦点をあて、同社が現在の地位を維持すべく営業力・販売力の強化をはかっていくためには、どのような施策があるかという点についての提言を行ったものである。研究を進めるにあたっては、食品、インスタント・コーヒー、トイレットリー、化粧品業界を分析対象として選択し、これらの業界で具体的にどのような戦略がとられているのかということを実証的に研究するため、9社にわたる企業訪問調査を行った。

これらの業界に共通して言えることは、チャネルシステムとして卸売業者を採用した間接販売方式が圧倒的に多く、その弱点をカバーするための種々の施策があることが、明らかになった。また直販システム、販社制度を採用する企業は、市場コントロール力や、製品育成にその強味をみせ、チャネルの活性化やマーケティング戦略もおのずと違ったものであった。

このような分析をふまえて、営業力を強化させながら、チャネルの活性化や間接販売を採用し、効果という面からチャネルの活力を最大限に発揮させ、効率という面からは、社内組織の活性化とともに、収益構造に好結果を表すような施策が考えられ、効果と効率の両面からチャネル問題をみていくべきであるという所見を得た。具体的なT社への提言は、量販店対策、小売店の活性化対策、ノンホーム・マーケット重視策、周辺多角化商品の販売、直営自販機の拡充など直販システムを生かした方策と、チャネル別セールス、一部間販利用の市場別対応などの方策をあげている。これらによりT社の業績への反映を期待している。