

Title	自動販売機の普及に関する一考察
Sub Title	
Author	柴田茂之(Shibata, Shigeyuki) 滝沢茂
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689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=KO40003001-00001989-0689">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001989-0689</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.

## 自動販売機の普及に関する一考察

本研究は、T社が最近市場導入した新しいタイプの自動販売機に焦点を当てそれを効果的に展開するマーケティング戦略を考察したものである。

参入が容易なソフトドリンク業界は激しい競争状況下にあるが、その業界における大きな成功要因は、小売店頭に製品を露出し常に消費者に歓迎される状況を創り出すことである。また、それを達成する最適のツールが自動販売機であり、経営管理の視点からも早急な対応が必要な問題であった。

E. M. ロジャースらの普及理論をベースに5つの概念から理論研究のフレームワークを構成した。特に、同一製品カテゴリー内の革新性は一貫しているという従来の研究成果に注目し、該当製品からみて過去のイノベーションに相当するホット・アンド・コールド自動販売機採用者、併せて従来の普及研究で無視される傾向にあった不採用者を含めた内容とした。

ホット・アンド・コールド自動販売機採用者（採用時期により4グループに分類）と不採用者を対象にアンケート調査（有効回答者 421名）を行い、その属性や行動等を分析した。分析は、調査に先だって設定した仮説と仮説検証という形で進めた。分析の結果、自動販売機という製品に特有な採用者のカテゴリー別及び不採用者の属性や行動等の相違を発見することができた。最終的には、このような分析結果を参考にマーケティング戦略を提言した。