

Title	ホーム・セキュリティ普及に関する一考察
Sub Title	
Author	高橋浩司(Takahashi, Kouji) 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697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=KO40003001-00001989-0697

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 浩 司
(セコム株式会社)
所属ゼミナール 滝 沢 茂 研

主査 滝 沢 茂
副査 柳 原 一 夫
池 尾 恭 一

ホーム・セキュリティ普及に関する一考察

ホーム・セキュリティは1981年に市場導入された商品である。1985年頃から多数の企業が将来有望な市場と捉え参入を開始した。しかし各社とも普及が低迷しているのが現状である。

高度成長期に建てられた住宅が築後25年を迎え、今後建て替え需要が著しく増加していく。この局面でホーム・セキュリティを提供する企業に求められているのは、採用決定過程を的確に把握し如何に自社に有利な普及戦略を立案、実行するかであろう。

ホーム・セキュリティは一般家庭にこれまで普及してきた家電製品と比較すると明らかに異なるイノベーション属性を持つ。家電製品の目的は合理化、楽しみの提供等であり、採用した効果は具体的かつ即時性を持つ。

一方、ホーム・セキュリティの目的は『何もない状態を作り出すこと』、得られる成果は、『安心感』であり具体性、即時性共に低い。

本研究では、ホーム・セキュリティの持つ属性の独自性が消費者を採用決定時の情報として、客観的かつ双方向の流れを持つ『くちコミ』に大きく依存されるであろうと推測した。『くちコミ』には相対的に相手の採用に関する態度決定に大きな影響を与える場合と、そうでない場合がある。前者を『効果的くちコミ』と定義し、その構成要素、くちコミ発信者の具体的行動属性を把握することにより、『効果的くちコミ』活用の一提言を試みた。