

Title	日本型マーケティングの競争力の源泉 - VTR産業にみる日本企業の強さの秘密 -
Sub Title	
Author	今泉仁志(Imaizumi, Hitoshi) 嶋口充輝
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1990
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1990年度経営学 第737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=KO40003001-00001990-0737">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001990-0737</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	今泉 仁志 (ダイキン工業株式会社)	主査	嶋口 充輝
		副査	奥村 昭博
			青井 倫一
所属	嶋口 充輝 研究室		

日本型マーケティングの競争力の源泉  
— VTR産業にみる日本企業の強さの秘密 —

VTR産業の過去の歴史を調べてみるとおもしろい事実が発見できる。それは、VTR市場における新製品の開発時には、ほとんどの場合旧製品よりも高機能で低価格の製品を発売しているということである。従来トレードオフの関係にあるはずの両者が、なぜトレードオンの関係になっているのか、この論文の最大の問題点はこの点である。そして、この同時達成（トレードオン）のメカニズムは、いったいどのようなものであるのか、その中にどのような日本企業の強さの秘密が隠されているのかということを開資料並びに松下電器とソニーへのインタビュー調査をもとに解明しているのが本論文である。

研究テーマへのアプローチ方法としては仮説検証型ではなく、分析のための論理的視点を定めた上で調査発見型のアプローチを採用した。調査の結果、日本企業は規模の経済性、範囲の経済性、経験効果による利益を「最大限に享受できるような戦略を立て、それを実行してきたことこそが、競争力の源泉にある要因であることが明かとなった。そして、その中でも特に、大量生産を大量販売へ結びつけているマーケティング戦略、VTRを安く作るために不可欠な部品の存在、VTRを技術面から支えていた研究開発体制が非常に重要な役割を果たしていたことが明らかになったのである。