

Title	飲料用容器をめぐる代替要因と競争戦略
Sub Title	
Author	黒木茂(Kuroki, Shigeru) 古川公成
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1991
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1991年度経営学 第837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=KO40003001-00001991-0837

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 黒木 茂 主査 古川 公成
(安田火災海上保険株式会社) 副査 小野桂之介
柴田 典男
所属 古川 公成 研究室

飲料容器をめぐる代替要因と競争戦略

我々の生活のなかで、ある目的に使われていた製品が、代替品の登場により、それまでの地位を追われ全く姿を消してしまったものや、極めて限定的な用途でしか使われなくなってしまったものが数多く存在する。そしてそのことは、それらを生産する企業の消長に大きな影響を与えている。

これまでの研究を見ると、代替品は新製品の一部として論じられているケースがほとんどで、代替品そのものを論じたものが少ない。そこで本論文では数ある代替現象のなかで、ビールと清涼飲料の容器に使われるビンと缶との代替現象を取り上げ、代替のメカニズムと代替現象に直面した企業がどのような戦略を採っていたのかについて調べてみることにした。

代替のメカニズムについてはポーターの理論をもとに、製品の価値を本質的機能、補助的機能、それとコストの逆数の積であるとし、分析を行った。その結果、代替品の補助的機能がそれまである製品の機能よりも上回っていたとしても、本質的機能が劣っていれば代替が進んでいないことがわかった。

戦略面を見ると、製缶メーカーとビンメーカーの自社事業の定義の違い、資金力の違いがこの競争における明暗を分けたことがわかった。