

Title	CI導入の目的と効果に関する研究
Sub Title	
Author	高松孝光(Takamatsu, Takamitsu) 奥村昭博
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855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=KO40003001-00001991-0855

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	高松 孝光	主査	奥村 昭博
		副査	高木 晴夫
			池尾 恭一
所属	奥村 昭博 研究室		

C I 導入の目的と効果に関する研究

世の中が情報化社会であると言われて久しい。また、それに平行して消費者の購買行動に変化が生じてきているとも言われている。つまり、消費者は商品を機能性や経済性の尺度だけで選別するのではなく、“心象的”な価値をも考えて消費するようになってきたのである。

他言すると、モノ型消費からイミ型消費へのシフトである。当然、物を生産する側の企業もそのことを認識して、対応しているのが現状である。具体的には、経営戦略上でイメージとかデザインに力を入れて、それを前面に出すようになってきたことなのである。もちろん、そのための方法は、いくつか考えられるのであるが、C I 活動はその代表的な方法であると思われる。

当研究によって、C I 導入が企業イメージや経営の実体に影響を与えるのか否かを検証し、さらには、C I による企業革新の方向性・可能性を考えてみたものである。