

Title	家庭用電化製品業界における業態間競争
Sub Title	
Author	広畑京子 池尾恭一
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872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=KO40003001-00001991-0872

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 広畑 京子

主査 池尾 恭一

副査 嶋口 充輝

和田 充夫

所属 池尾 恭一 研究室

家庭用電化製品業界における業態間競争について

現代は、消費の多様化の時代であるといわれる。それは消費者が多様化した結果であるかどうかはともかく、産業が発達し、生活水準が向上した結果、供給側からは、より多種類、多品種の製品が市場に送り出され、その受け手である需要側では、より大きな購買力と選択範囲をもつことになった。いままでは、よりよい製品をつくれれば売れる時代、いわば「メーカーの論理」が支配していた家電市場も、主要製品の普及率が向上し100%に近づくにつれて、成長を望むならば、真に消費者に受け入れられるべき製品とは何かを考えざるをえなくなってきた。その結果、非常に多様な商品が市場に供給され、消費者は、より多くの製品の中から自らのニーズにあった製品を選ぶ機会を与えられた。

そこで、この問題を小売業態の側から見てみる。現在、家電市場には、電気店、量販店、家電量販店、ディスカウントストア、百貨店などの小売業態が存在している。これら業態はそれぞれ、ある消費者のあるニーズを満たしている。言い換えれば、家電市場において、こういった複数の業態が並存するという事は、①特定の消費者が特定の店舗に愛顧をもつ、あるいは②消費者が特定の商品あるいは状況において、特定の店舗に愛顧をもつ店舗の使い分け行動を行っているのいずれかの理由があると考えられる。

従って、本研究においては、消費者がどういった商品の購入の際にどういった店を好むか、そして、その理由は何なのかを、消費者の重視度の違いを分析することにより、消費者の業態間選択行動を明らかにしていく。さらに、それを踏まえた各業態への有効な戦略提言を行うことを本研究の目的とする。