

Title	清涼飲料水業界における競争戦略
Sub Title	
Author	山崎茂雄(Yamazaki, Shigeo) 小野桂之介
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888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=KO40003001-00001991-0888

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 山 寄 茂 雄 主査 小野桂之介
(東京コカ・コーラボトリング株式会社) 副査 青井 倫一
池尾 恭一
所属 小野桂之介 研究室

清 涼 飲 料 水 業 界 に お け る 競 争 戦 略

本研究では、清涼飲料水製造業として成長していく為には企業としてどうしたら良いのかということ、企業の“競争力”というものの基本的な見直しに立ち戻って考えてみた。

「生産企業の経営」(小野桂之介、根来龍之 著)で示されている競争戦略の行動の考え方をフレームワークにして研究を進めた。

1. 顧客側からみた競争要因(顧客のブランド選択規準)を清涼飲料水業界における規準に変換した。
2. 競争要因間の優先度(重要性)をインタビューにより評価し、それらの重点なる要因に主点をおいた分析を行った。
3. 上記(1)、(2)で得られた理解を基に、清涼飲料水の消費者が求めるブランド選択規準要因を向上し高めるために、供給者側(メーカー)の各部門が成しうる行動を企業行動マトリックスを用いて示した。
4. 以上の分析結果から、今後コカ・コーラグループのとるべき企業行動(競争行動)を提案した。
5. 12の競争要因、企業行動マトリックス、9の行動原理について、その妥当性を評価し、現実適用上の問題点を提言した。