

Title	競合環境の変化と百貨店戦略
Sub Title	
Author	大下洋嗣(Ooshimo, Youji) 池尾恭一
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1992
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1992年度経営学 第903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=KO40003001-00001992-0903

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

大下 洋嗣

主査 池尾 恭一

副査 藤枝 省人

和田 充夫

所属

池尾 恭一 研究室

競 合 環 境 の 変 化 と 百 貨 店 戦 略

1989年の日米構造協議に端を発する「大店法の規制緩和」、「日本的商慣行の見直し」、或いは「消費動向の変化」といった圧倒的な時代の流れの中にある流通市場。なかでも百貨店は、消費者から『日常性と非日常』『大量集客と特定顧客層』『ローコストとハイイメージ』といった相反する要求をつきつけられるという矛盾に満ちた基本的構造を抱えながら、新規出店を含め様々な戦略の打ち出しに熱心である。

本研究は、百貨店業界の業態内競争を中心に、競合環境の変化に対応し得る戦略策定のモデルを構築することを目的とした。また、今後、競合環境に著しい変化の起こる地域の具体例として広島地区を取り上げ、広島地区において消費者調査を行うと共に、地区唯一の地場百貨店である福屋が今後（競合環境の変化に向けて）とるべき戦略の提案を行った。

結論として、限られた商圈人口と大きく変わらない消費者の購買行動の下、大規模店舗の売場面積の大幅な増加に消費者の購買が追いつかないのは明かであるものの、地域特性を持った消費者行動の把握・先取りができれば自社の百貨店業界における相対的地位の向上も可能であるとした。また同時に、自社のみならず他社の強み・弱みを把握すること、環境要因を理解した上で、将来に対する明確なビジョンを持つことも必要と考えた。

すなわち、競合環境の変化に対応し得る百貨店戦略の鍵は、地域戦略、競争戦略、長期的展望の有意義な組み合わせによって策定できるものと結んでいる。