

Title	SS業界における市場環境への適応
Sub Title	
Author	青木康範(Aoki, Yasunori) 池尾恭一
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1993
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1993年度経営学 第974号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001993-0974">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001993-0974</a>

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 青木 康範 主査 池尾 恭一  
(モービル石油株式会社) 副査 奥村 昭博  
青井 倫一  
所属 池尾 恭一 研究室

## SS 業界における市場環境への適応

SSの主力商品であるガソリンの需要の伸びは、ここ数年成熟化傾向を示している。しかしガソリンの商品特性から、需要を自らが掘り起こし市場拡大戦略を組み立てることは難しい。それゆえに、SSは付加価値を高める戦略と、限られた市場需要の分け前をより多く奪い取る戦略が必要となっており、消費者のニーズを踏まえた有効なマーケティング戦略を構築していくことが、SS生き残りのための重要課題となっている。

今回、SSでは副次的な商品である洗車を武器に、具体的には、洗車価格を市場の適正価格に設定することにより、SS以外のセグメントも含め間接的に需要を奪う洗車価格適性プログラムを提案した。そしてこのプログラムが、店舗魅力度を向上させる戦略として効果的に機能するマーケットを、需要の価格弾力性モデルをもとに、デモグラフィックと地域競争戦略の分析から導き出すことを試みた。

調査の結果、SSの洗車台数を増加させるに適した市場環境は、住居形態において共同建比率が高く一個建比率が低い地域が適しており、また、SSのフリー客比率が高いことも重要な要素として抽出された。一方、洗車価格の改定によって、ガソリン売上げに好影響を与えたと考えられる要因は、一世帯当たりの貯蓄額が少なく、住宅ローンなどで実質的な消費支出力が限られていることや、住居形態が集合住宅などに居住していることなどが、大きな要素になっていることが判明した。