

Title	海外旅行における消費者購買行動とマーケティング戦略
Sub Title	
Author	大谷美文(Ootani, Yoshifumi) 池尾恭一
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1994
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1994年度経営学 第1066号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1066

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

大谷 美文

(株式会社 日本交通公社)

主査 池尾 恭一

副査 和田 充夫

青井 倫一

所属

池尾 恭一 研究室

海外旅行における消費者購買行動とマーケティング戦略

急速に拡大する海外旅行市場において、旅行会社が今後とも発展し、存在していくためには、市場における消費者の購買行動の変化を察知し迅速かつ正確に対応する必要がある。なぜなら海外旅行経験者の増加や社会の情報化が、旅行会社と消費者の間にあった情報格差を縮め、それをビジネスにしていた旅行会社の価値や存在意義を大きく揺さぶっているからである。このことは企業が競争において優位性を確立するためには、既存の販売システムから脱皮する変革の必要性を迫っている。

そこで本研究では、企業の有効なマーケティング戦略として、海外旅行における消費者の購買行動を分析し消費者特性やニーズに合わせた業態や販売・商品政策の可能性が検討された。

具体的に消費者の購買行動を知るために、海外旅行購買モデルを構築し購買関与度と内容判断力の2軸によって規定された消費者の購買過程における行動特徴を理論分析によって仮説として導き出し、消費者購買行動調査による実証分析によって検証した。さらにその結果をもとに市場の方向性が検討され、特に自らを「サービス業」と考えてきた大手企業に業態変革と消費者の特性に合わせたよりきめ細かいマーケティング戦略の必要性の提言が試みられている。