慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

| Title | 製販同盟における組織間の調整メカニズム |
|---|---|
| Sub Title | |
| Author | 江平正明(Ehira, Masaaki)<br>奥村昭博 |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院経営管理研究科 |
| Publication year | 1995 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 1995年度経営学 第1151号<br>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=KO40003001-00001995-1151 |

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.

No. 1151
学生氏名　江平　正明
（株式会社岩田屋）
主査　奥村　昭博
副査　和田　充夫
高木　晴夫
所属　奥村　昭博　研究室

# 製販同盟における組織間の調整メカニズム

今回、製販同盟の組織間関係をみるにあたって、石井淳蔵氏の「流通システムにおけるパワーと対立」をその基本的な理論背景とした。石井氏によれば、流通システムにおいて、環境不確実性のもとでは、情報がそのパワー資源として、組織間の対立を抑制することができるというものである。私は、この理論を製販同盟に置き換えて研究することとした。情報の共有化がキーワードとしてあげられる製販同盟でも小売り店側が持つ消費者情報、メーカー側が持つ技術力という情報、あるいは商品そのものに関する情報、それぞれの情報がそのパワー資源となりうるのかを解明することが、この研究の大きなテーマである。

研究するにあたっては、製販同盟をプライベートブランド商品の開発を中心に行っている例と、EDI による取引業務の効率化を中心とする例との2つのパターンに分けて調査した。前者の例は、株式会社ダイエーであり、後者の例はジャスコ株式会社である。両者のインタビューや文献による事例研究を行い、メーカー側の意見を聞くために、株式会社味の素とライオン株式会社にもインタビューを行った。

その結果として得られたものは、プライベートブランド中心の製販同盟においては、情報はパワー資源とはならず、小売り店の持つバイイングパワーによる組織間の統制が行われているために対立増幅の可能性があるということと、一方のEDI中心の製販同盟では、情報がパワー資源としてその組織間を統制するのに有効であるということである。