

Title	年代別消費者行動と百貨店の市場複合化戦略
Sub Title	
Author	横田孝一(Yokota, Kouichi) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1997
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1997年度経営学 第1395号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1395

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.

年代別消費者行動と百貨店の市場複合化戦略

百貨店業界の低迷が言われて久しく、1998年の今日でも、売上減、コスト増に悩む百貨店は多い。本論文は、百貨店のこのような状況を打破する方策は何かということに重点を置き、百貨店来店客の行動の分析に注目したものである。フルライン小売としての百貨店は常にすべての人にすべての物をという基本コンセプトに振り回され、また悩み続けている。百貨店の明日を考えると、このようなターゲットは放棄すべきものなのか。本研究は、百貨店に来店する自己イメージを中心概念とし、彼らの自己イメージと同年代あるいは上の世代、下の世代とのイメージの整合性が彼らの百貨店への再来店意向とどのように関係しているかを検証するものである。調査は福岡市天神地区の4百貨店を対象として、来店客の自己イメージ、来店客イメージ、同年代異年代イメージの乖離について行い、分析結果より百貨店の再来店意向を高める同年代イメージ異年代イメージとの関係の下に戦略提言を行った。今後の百貨店の戦略の基本として本研究の結果、年代別のライフスタイルの同質化が重要であるとの結論を得、ライフスタイル、年代層別セグメンテーション、それにとまなう店舗戦略についての提言を行った。