

Title	系列小売店制度の再構築 - 系列小売店活性化戦略の提言 -
Sub Title	
Author	駒田純久(Komada, Sumihisa) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1999
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1999年度経営学 第1506号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1506

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.

所属ゼミ	和田研究会	学籍番号	89828367	氏名	駒田 純久
(論文題名)					
<h2>系列小売店制度の再構築</h2> <h3>— 系列小売店活性化戦略の提言 —</h3>					
(内容の要旨)					
<p>近年、流通系列化政策によって系列小売店の拡充を図り、市場での地位を築き上げた消費財メーカーの多くが業態開発などの系列小売店活性化戦略を積極的に展開している。この背景には、消費者ニーズの多様化、量販店などの新業態チャネルの成長といった環境の変化から、系列小売店の競争力の低下が顕著になっていることがある。そして大規模小売業と中小規模の系列小売店が併存する複合チャネル構造のもと、系列小売店網の拡充により成長を遂げた企業ほど、この問題が深刻化することになる。したがってメーカーにとって、新たなマーケティング・チャネル戦略の構築・展開が重要な戦略課題になっている。本論文では、系列小売店チャネルに焦点を当て、小売店経営者の評価・期待から活性化戦略の有効性を分析し、今後の系列小売店制度の再構築、チャネル・マネジメントのあり方を検討する。そこで系列小売店経営者を対象に質問票調査を用いて実証分析を行った。分析の結果、活性化戦略に対する評価・期待の高さと小売店の経営資源が、経営成果に影響していることは明らかであり、また活性化戦略に対する志向性の違いから小売店を四つのグループに分類することができた。そのグループ間では、業績とメーカー施策に対する信頼度が大きく異なることから、系列小売店再編にあたって注力すべき小売店グループを見定める必要がある。また個々の活性化戦略については、店頭での販売支援などの即効性のある戦略と経営成果への影響が少ない中長期的な支援策があり、その中でも新たな「情報」に関わるメーカーの取り組みが要望されていることも判明した。これらの分析結果から導出されるメーカーへの戦略提言として、将来的な系列小売店チャネルの再構築の方向性は分類した小売店グループを基準に「メーカーへの信頼度が高い」、「経営の自立性の高い」、そして「業績のよい」小売店をそれぞれ中心として再編を進めるという三つの選択肢があり、またそれぞれに必要な活性化戦略・メーカーの取り組むべき課題を提示した。そして、長年の関係を理由にした救済や単に見過ごすのではなく、メーカーがおかれている競争環境、メーカーの人材・資本といった資源、そして現状のチャネル構成によって、向かうべき方向を決定すべきであるといえる。</p>					