

Title	清涼飲料業界における自動販売機チャネル戦略に関する一考察
Sub Title	
Author	杉山卓也(Sugiyama, Takuya) 河野宏和
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1512号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1512

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	河野宏和研究会	学籍番号	89828420	氏名	杉山卓也
(論文題名) 清涼飲料業界における自動販売機チャネル戦略に関する一考察					
(内容の要旨)					
<p>現在、清涼飲料業界においては、自動販売機(Vending-Machine以下略して、VMと表す)は販売シェアを獲得していくうえで重要な販売チャネルであり、飲料メーカー各社は多くの経営資源(ヒト、モノ、カネ、)を投入して、増設を目指している。各社の増設活動の結果、繁華街ではVMの台数は飽和状態を招いている。また、設置の際、地主に支払われる設置契約料金と販売コミッション(円/本)の高騰を招き、過去のような「設置数増加＝利益の向上」という図式が安易には成立しなくなった。このようなVMを取巻く飲料業界の動向のなかで、飲料販売メーカーであるT社は今まで属人性が高かったVMの製品ラインナップや作業スケジュールの作成を、情報システムを導入することでシステムティックに運営することを目指した。しかし、著者の営業所における実務経験から、導入された情報システムの効果を実際に製品補充やフレーバー交換(以下、略してメンテナンス作業と表す)を行う営業所のメンテナンス作業員や彼等を管理するオペレーションコントローラー(以下略してOPCと表す)が享受できていないどころか、反対に導入されたことで様々なメンテナンス活動における様々な弊害が発生している。また、情報システムの存在以外にも、さしたる売上数量が見込めそうもない不採算なVMや、採算性はあるけれどもメンテナンス作業がしづらい環境に設置されているVMが存在する。何故このような状況がT社において発生しているのか、その原因を把握し、T社が今後VMを運営する上で持つべき根本的発想を示すことが本研究の目的である。VM運営に携わる各部門とその作業内容を調査する必要があると考えた。調査対象として情報システムを構築し管理運営している販売システム部、営業所のメンテナンス作業員、OPC、及びVMの新規設置活動を行っている営業担当者、市場開拓職にインタビューおよびメンテナンス作業員に関してはどのような作業状態であるかを知るため作業時間測定を行った。その結果、VMを運営するあたって各部門が形成している「目的意識と事実認識に不整合」が発生しており、また、VMに関する事実認識が各部門毎で不十分であることが原因であることが判明した。ここでいう「目的意識」とは「ある活動主体が活動を行う際、その活動の目的を達成するため、自らの活動の方向性を定める意識」であり、「事実認識」とは「取るべき活動を判断するために、完全に把握することができない事実を、収集した情報を基に形成する」認識の事を言う。本研究では、この状態を解消することが肝要であると考え、T社に対して「距離」という概念を提示し、各部門が問題点を解消する為にとるべきアクションを提示している。</p>					