

Title	食品加工産業におけるPB成功要因分析-国別比較分析を通じた韓国乳業メーカーのPB戦略-
Sub Title	
Author	金, 昇彦(Kimu, Sunon) 池尾, 恭一
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2008
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2008年度経営学 第2310号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002008-2310">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002008-2310</a>

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.

## 論文要旨

所属ゼミ	池尾 研究会	学籍番号	80730336	氏名	金 昇彦
(論文題名)					
<h3>食品加工産業における PB 成功要因分析</h3> <p>— 国別比較分析を通じた韓国乳業メーカーの PB 戦略 —</p>					
(内容の要旨)					
<p>全世界的に小売業規模の拡大に伴い、PB 商品(自主企画商品)が増加している。このような環境のなか、PB シェアが増加する要因、つまり、PB が成功するための要因を分析して、そして、メーカーの立場で、マーケティング戦略樹立の方向を提示する必要がある。研究方法としては、PB シェアが高い英国とアメリカの流通産業の特性及ぶ重要な小売企業の事例分析を実施して成功要因を導出、これを基づいて、日本と韓国の PB 状況を解釈した。この結果、PB 成功のための要因が 3 つのサイドから分析が可能であった。1) 小売業サイドから分析結果、(ローカル)集中度が高い、低価格実現を基づいた差別化 Pb 商品の開発、ストアブランドを活用して PB ブランドパワーの向上するほど PB シェアが高まる。2) 消費者サイドから分析結果では、消費者知覚リスクが低い商品(カテゴリー)ほど、PB に対する認知度が高いほど PB シェアが高まる。3) メーカーサイドでは、商品革新性と意味性が低いほど、商品の品目数が少ないほど、そして、同じカテゴリーで NB のブランドエクイティが低いほど PB シェアが高まることを確認した。日本の場合は、卸中心の流通構造発達で小売業の集中度が低いことが PB が低迷した主な要因であった。韓国は 1996 年流通完全開放後、財閥の小売業参入によって、割引店が急伸長しているのが PB 成長率が高い要因である。PB が成長している市場状況で、メーカーは集中度が高い、交渉力が低い小売業と協力を注目して、生産柔軟性を高めながら、PB 生産によるシナジーが得られるマーケティング戦略樹立が必要であることが分かった。</p>					