

Title	ドラッグストアにおけるPB商品の取り扱いについて
Sub Title	
Author	藤代, 薫子(Fujishiro, Kaoruko) 余田, 拓郎(Yoda, Takuro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>現在、ドラッグストアを取巻く環境は大きく変わり、次のような問題が生じている。</p> <p>まず1つ目は、法改正によって新規競合が出現し、それまでの収益の柱であった医薬品における価格競争が始まるという環境の変化がある。その結果、日用品の安売りによる集客効果と薬用品の定価販売による収益確保という既存のビジネスモデルを見直す必要があると感じた。</p> <p>次に2つ目は、ドラッグストア店舗数の増加により、業界内部での競争も激化し、商圈が狭まりつつあるという問題があるこうしたオーバーストアの状態に対しては、リピーターの確保が必要であると考えた。</p> <p>これらの問題への対応策として、以下の2点を考えた。</p> <p>①医薬品以外からの収益を上げること。</p> <p>②再購買意思を持つ顧客を確保すること。(=ストアロイヤルティを高めること。)</p> <p>である。</p> <p>そして、これらを実現する手段のために、利益率が高く、品揃えで差別化を図ることができるPB商品を扱うのである。</p> <p>本研究ではドラッグストアを対象に、そのストアロイヤルティを向上させる手段としてPBに着目している。</p> <p>そして、PBへの態度はストア・イメージや製品属性による影響を受けるが、「PBとストア名の連想度合」も重要な点であることを明らかにした。</p> <p>連想度の高低によって、ストア・イメージのPB態度に対する作用が異なるのである。</p> <p>検証の結果から、「PBを一概に扱うのではなく、ストア・イメージを吟味して商品カテゴリー別に最も有効な連想度合となるように扱うべき」だと提言した。</p>
Notes	修士学位論文. 2011年度経営学 第2695号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002011-2695

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文 2011 年度

論文題名

ドラッグストアにおける PB 商品の取り扱いについて

主 査	余田拓郎 教授
副 査	池尾恭一 教授
副 査	坂下玄哲 准教授
副 査	

2012年 1 月 6 日 提出

学籍番号	81031058	氏 名	藤代薫子
------	----------	-----	------

論文要旨

所属ゼミ	余田研究室	学籍番号	81031058	氏名	藤代薫子
(論文題名) ドラッグストアにおけるPB商品の取り扱いについて					
(内容の要旨) 現在、ドラッグストアを取巻く環境は大きく変わり、次のような問題が生じている。 まず1つ目は、法改正によって新規競合が出現し、それまでの収益の柱であった医薬品における価格競争が始まるという環境の変化がある。その結果、日用品の安売りによる集客効果と薬用品の定価販売による収益確保という既存のビジネスモデルを見直す必要があると感じた。 次に2つ目は、ドラッグストア店舗数の増加により、業界内部での競争も激化し、商圈が狭まりつつあるという問題があるこうしたオーバーストアの状態に対しては、リピーターの確保が必要であると考えた。 これらの問題への対応策として、以下の2点を考えた。 ①医薬品以外からの収益を上げること。 ②再購買意思を持つ顧客を確保すること。(=ストアロイヤリティを高めること。)である。 そして、これらを実現する手段のために、利益率が高く、品揃えで差別化を図ることができるPB商品を扱うのである。 本研究ではドラッグストアを対象に、そのストアロイヤリティを向上させる手段としてPBに着目している。 そして、PBへの態度はストア・イメージや製品属性による影響を受けるが、「PBとストア名の連想度合」も重要な点であることを明らかにした。 連想度の高低によって、ストア・イメージのPB態度に対する作用が異なるのである。 検証の結果から、「PBを一概に扱うのではなく、ストア・イメージを吟味して商品カテゴリー別に最も有効な連想度合となるように扱うべき」だと提言した。					