慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	ルイ・ヴィトンとコーチの日本市場における成功要因
Sub Title	
Author	大迫, 貴昭(Osako, Takaaki) 池尾, 恭一(Ikeo, Kyoichi)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2012年度経営学 第2737号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002012-2737

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（　　2012　年度）

論文題名

ルイ・ヴィトンとコーチの日本市場における成功要因

主　査	池尾　恭一
副　査	井上 哲浩
副　査	坂下 玄哲
副　査	

2013 年　　1 月　　7 日　提出

学籍番号	81130260	氏　名	大迫　貴昭

論 文 要 旨

所属ゼミ	池尾研究会	学籍番号	81130260	氏名	大迫　貴昭

（論文題名）

ルイ・ヴィトンとコーチの日本市場における成功要因

（内容の要旨）

本論文では、ルイ・ヴィトンとコーチにおける日本市場の成功要因について論じる。

戦後日経平均株価は上昇し続け、1989 年 12 月 29 日に過去最高金額である 38.915 円を記録したが、その後 2003 年まで株価は減少していった。そして 2003 年 4 月 28 日には、当時過去最低の 7.603 円を記録し、1989 年から 2003 年まで日本市場の多くの企業の価値が減少傾向にあった。そういった状況にある中で、有名な外資系の服飾雑貨ブランドであるルイ・ヴィトン・コーチ・グッチ・エルメス・プラダは順調に売上を伸ばし続け、特に 2000 年頃まで各社とも好調であった。しかし、その時期を境に、徐々に売上を落とし始めていったのだが、2 社だけは例外であった。それは、ルイ・ヴィトンとコーチである。2 社とも売上を伸ばし続け、特にルイ・ヴィトンは、他者の追随を寄せ付けない程圧倒的な売上を、コーチはわずか数年で著しく売上を増加させることに成功した。では、このような各社売上を落とし続けている中で、いったいなぜこの 2 社が売上を伸ばし続けることが出来たのであろうか。本論文では、このルイ・ヴィトンとコーチが日本市場で成功した理由を明らかにしていきたい。

研究の進め方は、バーンド H.シュミットの提唱した経験価値モジュールを使用する。そして購買後の評価の尺度として、満足度・次回購買意向・WTP を使用し、経験価値モジュールとの関係を考察する。そのために、まずルイ・ヴィトン、もしくはコーチを購入した消費者に対するアンケート調査をインターネット上で行った。

本論文では、消費者がコーチ、ルイ・ヴィトンに対して、どのような経験価値を得られているのかを明らかにするために、 2 つの観点から重回帰分析を行った。分析 1 では、コーチ、もしくはルイ・ヴィトンを購入した消費者は、どの経験価値モジュールを満足度、次回購買意向、WTP に対して重視しているのかを考察した。分析 2 では、コーチを購入した消費者とルイ・ヴィトンを購入した消費者を別々に考えてみると、お互いどの経験価値モジュールが満足度、次回購買意向、WTP に対して重視しているのかを考察した。以上の分析結果をもとに、ルイ・ヴィトンとコーチの日本市場における成功要因を消費者の経験価値の視点よりまとめた。