

慶應義塾大学学術情報リポジトリ

Keio Associated Repository of Academic resources

Title	ブランド選択行動解明への品質・価格関係の適用 - 醤油のNB・PBを中心とした実証研究 -
Sub Title	
Author	根岸康二(Negishi, Kouji) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1981
Jtitle	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	http://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001981-0159

学生氏名 根 岸 康 二 主査 片 岡 一 郎 教授
(キッコーマン醤油株式会社) 副査 嶋 口 充 輝 助教授
所属ゼミナール 嶋 口 充 輝 研 和 田 充 夫 助教授

ブランド選択行動解明への品質・価格関係の適用 — 醤油の NB・PB を中心とした実証研究 —

本研究では、ナショナル・ブランド(NB)メーカーにとって緊急の現実的課題となっていると思われる対プライベートブランド(PB)戦略立案の一助とする為、品質・価格の関係から消費者のブランド選択行動を実証的に検討した。

ここでは、調査対象製品として醤油を選び、実験計画法により、279名の調査サンプルに対し、NBとPBについての消費者の価格差によるブランド選択と品質認知を測定し、(1) ブランド選択を規定する属性、(2) ブランド選択率への品質認知差と価格差の影響、(3) ブランド・選択を規定する品質認知差と価格差のトレード・オフ関係の実証的解明を試みた。

この結果、NB・PB間の品質認知差と価格差がブランド選択を規定しており、又一定範囲内の価格差においては、品質認知差と価格差がトレード・オフの関係にあることが明らかとなった。その結果、品質認知差を拡大する為の、有効属性とその具体的施策、並びに品質認知差と価格差のNB選択率への影響度が分析され、NBメーカーにとっての適切な価格差が提案された。