

## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 価格プロモーションと不確実性への態度<sup>1</sup>

### 概要

5

A 有限会社は、中規模な総合スーパーを首都圏で経営する老舗企業である。近年、A 社は経営効率化のために POS<sup>2</sup> システムを導入し、経営の意思決定に役立ててきた。A 社は、2 種類のマヨネーズを仕入れて販売しているが、メーカーから販売促進活動の要請があり、一方のマヨネーズについて、店頭プロモーションを毎週の月曜日に実施している。

A 社は、蓄積されたデータを分析して店頭プロモーションの効果を測定し、利益の最大化ができないだろうか考えた。しかし、A 社の実施する店頭プロモーションは天候や気温などに左右されていた。不確実性に対するリスクを評価する選考理論を利用して、A 社の意思決定について検討していく。

10

### 有限会社 A

15

創業以来すでに半世紀を超える A 有限会社は、中規模な総合スーパーを首都圏で経営する老舗企業である。従業員数 6 名でのスタート以降、A 社は高度成長と歩調を合わせるようにして発展し、石油ショック以降の低成長時代においても着実に業績を伸ばしてきた。しかし、バブル崩壊以降のデフレ経済下での個人消費の低迷、消費の多様化、規制緩和などによって、経営環境は急速に変化し、小売業界は厳しい競争に直面した。厳しい経営環境に対応するために経営の効率化を迫られた A 社は、POS システムを昨年導入し、需要予測、在庫状況の把握・管理、店頭プロモーションの効果測定など様々な情報を把握し、経営の意思決定に役立ててきた。

20

---

1 本ケースは、慶應義塾大学 大学院経営管理研究科 専任講師 安道知寛がクラス討議のために作成した。本ケースの記述は、経営管理の巧拙を例示するものではない。また、本ケースの数値データはケース作成者が仮想的に作成したものであり、現実を反映した数値ではない。

25

2 POINT OF SALES の略。店舗で商品を販売するごとに商品の販売情報を記録するシステムのこと。販売時点情報管理ともいう。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、ケースの複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223 - 8523 神奈川県横浜市港北区日吉本町 2 丁目 1 番 1 号、電話 045 - 564 - 2444、e-mail case@kbs.keio.ac.jp）。また、ケースの注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/case/index.html>。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、本ケースのいかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またはいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送は、これを禁ずる。

30