

慶應義塾大学ビジネス・スクール

店頭プロモーションと実施状況の把握¹

概要

5

1911年創業のA株式会社は、インスタントコーヒーの製造を専門としている。

近年の個人消費の伸び悩み、小売業者間の厳しい競争から、A社は取引先と店頭プロモーションを共同で実施することとなった。大規模な店頭プロモーション（値引きとエンド陳列²の併用）を展開した結果、A社と取引先の売上利益は増加し、店頭プロモーションを再び実施したいとの提案が取引先からあった。

10

しかし、売上データはエンド陳列を実施しない店舗があったのではないかという可能性を示唆していた。店頭プロモーションを再び共同で実施するべきなのか？値引き実施状況の情報はPOS³データから確認できるが、店頭プロモーションを再び実施する場合、エンド陳列の実施状況を各店舗毎に調査するべきではないだろうか？長期的な観点からみてどうすればいいのだろうか？様々な要因を考慮し、A社の意思決定について総合的に検討していく。

15

インスタントコーヒー製造会社A

1911年に創業したA株式会社は、従業員100名、年間売上高40億円のインスタントコーヒーの製造を専門としている。創業当初は、海外から原料を購入していたが、品質にこだわりを持つA社は東南アジアのコーヒー農園を買取り、1970年以降は、原料の栽培から製造まで一貫しておこなっている。高品質へのこだわりは消費者を満足させ、A社は小規模ではあったものの、商品の知名度は徐々に上がりつつあった。

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 商品陳列棚の横のスペース（エンド）に販売を強化したい商品を並べ、消費者の購買意欲を刺激して売り上げ増に結び付けるマーケティング手法の一つ。

3 POINT OF SALESの略。販売時点情報管理といい、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を指す。

30

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。