

# マーケティング用語辞典

(増補版)

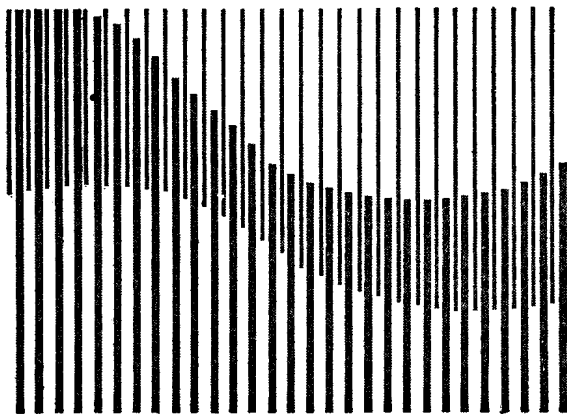
同文館編

同文館

# マーケティング用語辞典

—増補版—

同文館編



同文館

昭和46年12月5日 初版発行  
昭和49年6月20日 9版発行  
昭和50年2月15日 増補版発行  
昭和50年10月20日 増補5版発行  
昭和51年10月20日 増補8版発行  
昭和52年2月15日 増補9版発行  
昭和52年4月15日 増補11版発行  
昭和52年10月25日 増補13版発行  
昭和53年5月20日 増補15版発行 《検印省略》  
昭和54年3月5日 増補17版発行 略称—マーケティング用語〈増〉

---

マーケティング用語辞典—増補版—

---

編者 同文館出版株式会社

発行者 中島朝彦

---

発行所 同文館出版株式会社

東京都千代田区神田神保町1—41 ●101

電話(東京)294-1801~6 振替東京0-42935

---

© DOBUNKAN

印刷：藤本綜合印刷

製本：トキワ製本

Printed in Japan 1971

## は し が き

“マーケティング”ということばは、わが国でも日常語となったといえよう。今日までに紹介され、利用されてきたマーケティングの考え方や技術は、おびたしい数にのぼっている。しかし同時に、そこでは“ことば”がかなりあいまいな意味のままに使われてきたことも否めない。マーケティング研究の日が浅いことや、ことばの定義よりも実用的な操作の方に関心が強かったことなど、いくつかの理由をあげることができようが、かなり混乱した状態のままに今日に至っているのは事実である。

この辞典は、このような状態にいささかでも整理の方向を示そうとしてまとめたものである。主要なマーケティング関連用語（1030語）について、つとめて実務家向きに解説することを意図したが、学問的にも概念や用語の定義が十分になされていない部分が多いため、十分にはそれを果たしえなかったところがある。また諸種の事情から収載できなかった用語も少なからずあるので、今後機会を得て、逐次完全なものに近づけていきたいと考えている。読者各位のご援助とご批判をお待ちしたい。

昭和46年11月

編 者

## 凡 例

1. 用字、用語は原則として当用漢字、現代かなづかいに準じているが、学術用語および一部の熟語については、慣習に従って例外を認めた。
2. 欧語を発音に準じてかたかなで表わすときは、原則として単語間に・印を挿入したが、わが国において日常語として使用されるに至ったいくつかのものについては、例外的に・印をはぶいた。
3. 本文中右肩に\*印のある語句は、別にその説明を行なっている見出語である。
4. 目次中、語句の右に→印のあるものには、→印の右に示した見出語のなかで説明を加えている。また、本文中その語句は< >印で囲んである。
5. 「略語集」は、主要なマーケティング関連用語 およびマーケティング関連機関について、通常使用されている略式の表現を整理したものである。
6. 「欧語索引」は、マーケティング用語が比較的欧語で 사용되는機会の多いことを考慮して添付したものである。

## 目次

## 【ア】

アイ・カメラ	1
愛顧企業広告→企業広告	32
愛顧動機→購入動機	53
AIDA 理論	1
AIDAS 理論→AIDA 理論	1
A. I. D. C. A. →A. I. D. M. A.	2
AIDCA 理論→AIDA 理論	1
A. I. D. M. A.	2
アカウント・エグゼクティブ	2
アクション・インペラー	3
アクション・ホルダー	3
アクロマティック	3
アゲート・ライン	3
アジェイセンシィ	3
アディクエイト・スティミュラス	3
宛名広告→直接宛名広告	140
アド・アート・ディレクター	4
アドバータイジング→広告	48
アドバータイジング・ウェジ	4
アドバータイジング・ピラミッド	4
アドパーティスメント→広告	48
アナウンスメント・キャンペーン	4
アフター・サービス	4
アプローチ・メール	4
案内広告	4

## 目 次

### 【イ】

意見調査	4
威光確立ディスプレイ→ウィンドウ・ディスプレイ	10
威光商品	5
維持広告→商品広告	104
意匠権→工業所有権	48
意匠法→工業所有権	48
委託買付→委託売買	5
委託者→委託売買	5
委託売買	5
一定率増加法	5
一般販路政策→開放的販路政策	21
いつわりの陳腐化→計画的陳腐化	43
移動平均値→移動平均法	6
移動平均法	5
L. P. S. O.	6
イメージ調査	7
違約金→手付金	148
色の連想	7
員外販売	7
インクプロット・テスト	7
インサート	8
インサート・フィルム	8
インダストリアル・デザイン	8
インダストリアル・マーケティング	9
インターディシプリナリィ・アプローチ	9
インディレクト・マーケティング→ディレクト・マーケティング	146
インフォーマティブ広告	9

## 【ウ】

ウィンドウ・ディスプレイ	10
ウォール・ディスプレイ	10
内金→手付金	148
売上総利益→マージン	221
売上総利幅→マージン	221
売上傳票	10
売りつなぎ→掛けつなぎ	26
売込問屋→問屋	157
ウール商品品質表示法→マーケティング関係法規	207
上澄吸収価格→上層吸収価格	91
運賃吸収	11
運賃別計算制度→FOB 価格制度	15

## 【エ】

エア・ガン	12
エア・チェック	12
A. E. →アカウント・エグゼクティブ	2
A. F. A. →米国広告連盟	197
衛星デパート	12
営業割引→仲間割引	159
H. T. P. テスト	13
A. B. C.	13
SSDS→SSDDS	14
SSDDS	14
SD 法	14
F. O. B. 価格制度	15
エム・エー・ビー	15
遠隔記憶→リモート・メモリー	234



## 目 次

### 【オ】

OR→オペレーションズ・リサーチ	17
応酬話法	15
応用心理学	15
大安売り→バーゲン・セール	167
送り状利用検品制度→数量検査	114
押すコミュニケーション→プッシュ・コミュニケーション	185
オーダー・オブ・メリット・レーティング	15
オーディエンス	15
オーディエンス・アキュミュレーション	16
オーディエンス・コンポジション	16
オーディエンス・ビルダー	16
オーディエンス・フロー	16
オーディオメーター	16
オーディット	16
O. T. B. 法→自動的購買高調整法	83
陥商品→ロス・リーダー	241
陥政策→ロス・リーダー	241
オーバーラッピング・サーキュレーション	16
オピニオン・リーダー→マーケット・リーダー	203
オピニオン・レイティング	16
オープニング・コマーシャル	17
オープン・ディスプレイ	17
オープン・ハウス計画	17
オープン・マーケット	17
オペレーションズ・リサーチ	17
オリジナル商品	18
卸売機構	18
卸売機能	19
卸売商業団地	19

卸商	20
----	----

## 【カ】

絵画統覚テスト→T. A. T.	143
解説的広告→インフォーマティブ広告	9
解釈調査	21
会社チェーン→コーペラティブ・チェーン	60
開拓広告→商品広告	104
買継問屋→問屋	57
買いつなぎ→掛けつなぎ	26
開発会社→デベロッパー	148
開発業者→デベロッパー	148
開発主体→デベロッパー	148
開放的販路政策	21
買回品	21
解約金→手付金	148
解約手付→手付金	148
会話法→面接法	226
カウ・キャッチャー	22
カウンター・オファー→逆申込み	37
カウンター・ディスプレイ	22
価格	23
価格競争→非価格競争	177
価格差別化	23
価格指導制	24
価格線→プライス・ライン	187
価格先導制→価格指導制	24
価格段階→プライス・ライン	187
価格付け→値入	164
科学的鑑定法	24

## 目 次

科学的・経験的研究方法→ビヘイビオラル・システムズ・アプローチ	179
価格変更	24
課業あるいは目的→プロモーション予算	196
格→格付け	24
架空運賃→運賃吸収	12
格付け	24
確定期限付申込み	25
確定期限のない申込み→確定期限付申込み	25
確率標本	25
家計予算法	26
掛売	26
掛けつなぎ	26
掛けつなぎ取引→掛けつなぎ	26
家族周期→ファミリー・ライフ・サイクル	183
家族の生活周期→ファミリー・ライフ・サイクル	183
割賦販売制度	27
渴望商品	27
家庭周期→ファミリー・ライフ・サイクル	183
貨物自動車ターミナル	27
変わり包装	28
感覺的(官能的)鑑定法→商用鑑定法	109
觀察法	28
慣習価格	28
感情的購入動機→購入動機	52
寒色→暖色	136
間接広告	29
間接行動広告	29
間接行動コピー	29
間接商業→商業	90

## 目次

間接資料法→系列資料法	45
間接販売→直接販売	141
間接費	29
完全包装変更→包装変更	201
ガント図表	30
ガントの進行図表→ガント図表	31
管理価格	31

## 【キ】

キーイング・オブ・アン・アドパーティスメント	31
記憶テスト→メモリー・テスト	226
規格	32
機関研究→制度研究	117
機関誌	32
企業広告	32
危険の転嫁→危険負担	33
危険負担	33
機構的販売	34
キー・ステーション	34
季節指数→月別平均法	143
季節変動	34
既存製品の nouvelles 用途開拓	35
基点価格政策	35
機能研究	35
機能主義	36
機能主義者→機能主義	36
機能別分析→マーケティング・コスト分析	209
機能割引→仲間割引	159
逆申込み	37
業者割引→仲間割引	159

## 目 次

競争会社に従う→プロモーション予算	196
競争広告→商品広告	105
競争の商標→個別商標	60
共通意匠包装	37
共通費→間接費	29
共同広告	37
共同広告キャンペーン→水平的共同広告	114
共同仕入れ	38
業務市場→産業市場	73
享楽商品	38
究極の消費者→最終消費者	70
虚為広告→誇大広告	58
均一価格政策	38
均一引渡し価格制度→持込渡し価格制度	228
緊急必需品	39

## 【ク】

グッド・ウイル広告	39
区分可能費→直接費	141
クーポン・テスト	39
組合連鎖店→コーペラティブ・チェーン	60
組合わせ包装→コンビネーション包装	67
グラス・パブリケーションズ	40
クリーム・プラン	40
クールノ一曲线→クールノ一一点	40
クールノ一一点	40
クレイトン法	40
クレイム	41
クレジット	41
クレジット・カード	41

## 目次

クレジット・サービス	41
クローズド・ディスプレイ	42
グロス・プロフィット→マージン	221
グロス・マージン→マージン	221

## 【ケ】

経営効率	42
経営分析	42
計画購入→衝動買	93
計画在庫高	43
計画的進歩→計画的陳腐化	44
計画的陳腐化	43
景気循環→循環変動	88
景気動向指数	44
経験的鑑定法→商用鑑定法	109
傾向変動	44
計数管理	44
形態別分析→マーケティング・コスト分析	209
系統的抽出法→等間隔法	151
ゲイト・キーパー→マーケット・リーダー	203
経費元帳による分析→マーケティング・コスト分析	209
景品付販売	45
景品類→景品付販売	45
契約条件検査	45
系列化政策→専属代理店政策	124
系列資料法	45
経路管理	46
限界広告	46
現金正価→二重価格制	161
現金割引	46

## 目 次

懸賞付番組	47
-------	----

### 【コ】

高価主義	47
工業所有権	47
工業デザイン→インダストリアル・デザイン	8
公共奉仕企業広告→企業広告	32
広告	48
広告援助	49
広告計画	49
広告審議会	50
広告代理業	50
広告の累積効果	51
広告予算→プロモーション予算	195
広告料割戻制度→促進的割引	129
公式経路→コミュニケーション経路のタイプ	64
工場渡し価格制度→FOB 価格制度	15
公正取引委員会	51
後退色→進出色	111
行動科学的研究方法→ビヘイビオラル・システムズ・アプローチ	179
購入決定者→マーケット・リーダー	203
購入時点ディスプレイ→購買時点広告	53
購入選択期限付賃貸借契約方式	51
購入動機	51
購買→購買と集荷	54
購買時点広告	53
購買と集荷	54
興奮色	54
小売引力の法則→小売吸引力の法則	55

## 目次

小売機構	54
小売機能	55
小売吸引力の法則	55
小売重力の法則→小売吸引力の法則	55
小売商	57
小売商業調整特別措置法	57
顧客動線調査→動線調査	153
顧客志向→消費者志向	96
語句連想法	57
誤差	57
コスト志向売価決定→売価決定	166
コスト・プラス法	58
誇大広告	58
固定費	59
子供用包装	59
コーナ・ディスプレイ	59
コピー	59
コピー・アプローチ	60
コピー・テスト	60
コーブランド法→マーケティング関係法規	207
個別商標	60
コーペラティブ・チェーン	60
コーポレート・アイデンティフィケーション	60
コマーシャル	62
コマーシャル・プログラム	62
コミュニケーション	62
コミュニケーション経路	63
コミュニケーション経路のタイプ	64
コミュニティ・リレーションズ	64
ゴールデン・アワー	65



## 目 次

コンドロレート・アイデンティフィケーション・プログラム→ コーポレート・アイデンティフィケーション	61
コンシューマー・ジュリー	65
コンシューマリズム→消費者主義	96
コンタクト・マン→アカウント・エクゼクティブ	2
コンティギュアス・レート	65
コンティニューイティ・シリーズ	65
コンテスト	65
コンビネーション包装	66

## 【サ】

再開発業者→デベロッパー	148
在庫管理	68
在庫管理システム	68
サイコロジカル・ディーフネス	69
最終消費者	70
最少総取引数の原理	70
再販売価格維持政策	70
裁量所得	71
サーキュレーション	72
指値→委託売買	5
錯視	72
サバーバン・ストア→衛星デパート	12
サービス	72
サービス提供業→サービス	73
サービス・マーク→商標	100
差別価格政策	73
産業市場	73
産業使用者→産業消費者	73
産業消費者	73