



山梨学院大学

# 経営ナビゲーション —ビジネス革新への航海図—

No. 23-3

平成23年7月5日発行

山梨中央銀行  
法人推進室

甲府市丸の内 1-20-8

山梨中央銀行は、大学等の研究機関が有する知的資産とビジネスの現場とを結びつけ、企業経営のイノベーションや事業機会の創出を支援するリエゾン（橋渡し）活動に取り組んでいます。

本リポートでは山梨学院大学の先生方と、その研究内容を紹介していきます。中小企業のみなさまが肌で感じたビジネスの現場の空気と、気鋭の研究者たちが取り組むアカデミズムの最前線が出遭うこのリポートが、新たなビジネスの「創発(emergence)」の場となることを期待いたします。

<第3回>



企業が気付かなかった課題を見つける  
～マーケティングリサーチ～

日高 優一郎 先生  
(現代ビジネス学部 専任講師)

《要点》

- ・企業とお客さまとの関係を良くするために、マーケティング論や消費者行動論といった学問を活用することができる。
- ・優れた商品が売れない原因は、商品とお客さまとの関係にミスマッチがあるためということが多い。対処法の検討には、マーケティングリサーチ\*が有効であり、そのポイントは、適切な仮説を立てることである。
- ・企業は自ら悩み、考える中から進むべき方向性を見出すリテラシー（情報の分析力）を身に付ける必要があるため、マーケティング等の知識を活用して協力していきたい。

\* マーケティングリサーチとは、市場調査とも呼ばれ、マーケティングの一環として顧客のニーズや希望を調査することである。

■どのような分野の研究をされていますか？

マーケティング論と消費者行動論が専門分野です。この二つは独立しているわけではなく、関連があります。

マーケティング論は商品をヒットさせるためのものであり、「売上や利益を確保するためにはどうしたら良いのか」というビジネスの作り方をテーマとしています。

消費者行動論は、例えば、お客さまがジュースを買おうとしたときに、どれにしようかと考えている、そのプロセスを分析するものです。また、そのプロセスにCMや口コミなど、

何がどのように影響しているのかを研究します。

企業の販売戦略に関係しているのはマーケティング論ですが、お客さまの購買意欲に関係しているのは消費者行動論です。二つの共通事項は、どちらも「お客さまとの関係をどのように良くするか」ということです。

■研究成果をどのような分野に応用したいですか？

一般的に言えば、産業財（B to B）よりも一般消費財（B to C）の分野が向いていると思います。商品には売れるものと卖れないものがありますが、優れた商品なのに卖れない原因は、多くはお客さまと商品との関係にミスマッチがあるからです。そのミスマッチを解決するために、マーケティングリサーチが活用できます。また、「まちづくり」といった分野にもマーケティングが応用できると思います。

■マーケティングリサーチを行う際のポイントは何ですか？

まずは、仮説を立てるということです。「こうしたら良いのではないか」という仮説を立て、それを検証するためにマーケティングリサーチを行います。したがって、どのような仮説を立てるのかがポイントとなります。

■この分野の知識を活かすために企業とどのような連携を行いたいですか？

専門分野の知識を活かしたマーケティングリサーチを行い、販売戦略面でのソリューションを提供したいと思っています。

具体的な手法として、消費者から商品に関するアンケートをとり、その結果から統計的な分析を行うことはもちろん、お客さまが実際に買い物しているところや使用しているところを観察し、新たな商品開発の種を探します。また、商品に対し売上アップのための改善点を探ることで、ソリューションを見出すことに繋げていきたいと思っています。

すでに統計データを持っていても活用方法がわからない企業も数多く存在すると思います。そういう企業に対して、そのデータの活用方法をアドバイスすることもできます。企業だけの力では解決できない悩みでも、マーケティングリサーチなら解決できる可能性があります。そういうリテラシー（情報の分析力）を植え付けていくことができればと思っています。

■求める企業像はどういったものですか？

大事なのは、企業が自ら悩み考える中から、自ら進むべき方向性を見出すためのリテラシーを身につけることだと考えています。1人の研究者として、そのお手伝いができればと考えています。共同研究する企業として、自社の課題が見つかっていて解決策を探りたいという企業でも、自社の課題を見つけたい企業でも、どちらでも構いません。「先生、分析してください」という外部依存的なスタンスではなく、「一緒に分析しましょう」という共創的なスタンスで「対話」ができる企業であれば、そのようなリテラシーがついてくるのではないかと思っています。

“マーケティングリサーチ”についてご相談がある方は、

山梨中央銀行 営業統括部 法人推進室

TEL: 055-224-1091 まで、お気軽にご連絡・ご相談ください。