

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 25 日現在

機関番号：32665

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24530533

研究課題名(和文)小売企業におけるCRM活動の有効性に関する研究

研究課題名(英文)A study on the effectiveness of CRM activities in retail companies

研究代表者

金 雲鎬 (KIM, Woonho)

日本大学・商学部・准教授

研究者番号：10410383

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,900,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、小売企業が実施するCRM活動を、より有効なものにするための条件を明らかにすることだった。この目的を達成するために、定性調査および定量調査を行った。

その結果、小売企業が有効にCRMを行うためには、CRM活動の異質性に注目すること、CRM活動が顧客ロイヤルティを高めない状況も想定すること、仕入れ先との共同革新に活用するなど、顧客データを、顧客との関係維持以外の目的で活用できること、CRM活動の際には、コスト構造と組織対応にも注意を払うこと、が重要であることが提唱された。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study was to clarify the condition to make the CRM activities in retail context more effective. To achieve this purpose, we conduct qualitative researches and quantitative researches. As a result, we confirm that it is quite important for retailers 1: to focus on the heterogeneity of CRM activities, 2: to understand the case that CRM activities do not necessarily increase customer loyalty, 3: to understand the way to utilize the customer data from CRM activities for other purposes than retaining relationship with customers, e. g. utilizing the data for co-innovation with suppliers, and 4: to pay attention to the cost structure and organizational structure.

研究分野：マーケティング

キーワード：CRM 小売 顧客データ

1. 研究開始当初の背景

CRM 分野の研究蓄積は少なくないが、小売企業が CRM を活用するための十分な研究蓄積があるとは言えないのが現状である。その要因としては以下のようにまとめることが出来る。

(1) CRM 実施と財務成果との間の因果関係に、統一的な見解は得られていない。

(2) CRM 成功要因に関する研究には戦略視点が欠けているために、実務的インプリケーションを得ることが難しい。

(3) 小売特性など、産業間の異質性があまり考慮されていない。

2. 研究の目的

このような研究の現状を鑑みれば、小売企業における CRM 活動がより有効なものになるためには、何に重点をおいた意思決定が必要かという問いに対する答えが要請されているといえる。本研究は、この問いに対する答えを導出することを目的として、研究期間内に、小売企業の CRM 活動を総合的に分析するための枠組みを構築することと、小売企業が CRM を有効に活用するための条件を究明することを目的とするものであった。

3. 研究の方法

目的を達成するために、期間内に文献調査と定性調査、そして定量調査を行う計画を立てた。

(1) 2012 年 4 月～2013 年 3 月

1 年目には、主に関連研究のレビューおよび先端事例発掘に焦点を当てた。レビューの結果、CRM 研究の多くが、金融を中心とするサービス産業を対象に行われており、小売を対象にする研究が少ないことが分かった。また、既存研究は CRM 活動が顧客関係をどのように維持・強化するかについては関心集まっているものの、他企業とのネットワーク構築や SCM への活用については研究があまり蓄積されていないことが発見できた。

レビューによるこれらの発見により、いくつかの調査課題を見つけることができた。

(2) 2013 年 4 月～2014 年 9 月

これらの調査課題に基づき、2 年目と 3 年目前半にかけて、定性的調査を行った。

主に最寄り商品を扱う業態を調査の対象にした。まず食品スーパーとドラッグストアを対象にインタビュー調査を行った。そして、インタビュー先企業と取引関係があり、小売側の CRM 活動を支援する仕入れ先(卸売企業と製造企業)を対象にインタビュー調査を行った。インタビュー調査は延べ 12 回実施された。

(3) 2014 年 10 月～2015 年 3 月

インタビュー調査によって得られた仮説を検証する目的から、3 年目後半には、消費者を対象にしたアンケート調査を行った。

4. 研究成果

1 年目には、主に関連研究のレビューおよび先端事例発掘に研究焦点を当てた。その結果、リレーションシップ・マーケティング分野の既存研究の意義と限界、調査課題を見出すことができた。ここで得た知識を、金(2013)にまとめた。

そして 2 年目と 3 年目前半にかけて、定性的調査を行った。食品スーパーとドラッグストア、仕入れ先である卸売企業と製造企業を対象に、延べ 12 回インタビューを実施したが、ここで得た知識は、以下のように学会報告を行った。

小売 CRM の異質性に注目することの必要性(2013 年 5 月、日本商業学会)、小売 CRM と仕入れ先との取引関係形成(2013 年 12 月、日本商業学会)、小売 CRM と PB(2014 年 6 月、日本商業学会)、小売 CRM と共同革新(2014 年 9 月、Oxford Asia Retail Conference)、小売 CRM と消費者行動(2014 年 11 月、SARD workshop)、小売 CRM とオムニチャネル(2015 年 3 月、日本マーケティング学会)、そして論文としてもまとめた(Hidaka et al.2014、Hidaka2015、金 2015)。

さらに 3 年目後半には、これらの調査・研究から得た仮説を確認する目的からアンケート調査と事例調査も行った。

3 年目前半までに実施した事例調査結果をまとめて論文を執筆しており、内外学会で報告する予定である。また 3 年目後半に実施したアンケート調査結果は分析中であり、その結果をまとめて学会報告および論文執筆を行う予定である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 5 件)

金雲鎬 (2015) 「卸売における共同革新の再検討：情報技術を中心に」 『国民経済雑誌』, 査読無, 第 212 巻 第 1 号, pp.1-17.

Hidaka, Y. (2015), "Relationship among Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and CRM Activities: To Understand the Effectiveness of Retailers' CRM Activities," YGU Journal of Business Administration, 査読無, Vol.8, pp.23-37.

Kim, W. H., Hidaka, Y., and Akiyama, S. (2014), "A Study of the Influence of CRM Activities by Retail Companies to Their Business Relationship in a Mature Market," the Proceedings of 7th Oxford Asia Retail Conference, 査読有, pp.21-22 (abstract).

Hidaka, Y., Kim, W. H., and Akiyama, S. (2014), "The Research Issue to Understand the Effectiveness of Retailers' CRM: Toward the Strategic Implications for Efficient Consumer Response," the Proceedings of 12th SARD Workshop, 査読有, pp.160-180.

金雲鎬 (2013) 「小売企業の CRM 活動と需要管理能力」, 査読無, 第 44 巻, 第 5 号, pp.4-12.

[学会発表](計 6 件)

金雲鎬 「オムニチャネル」日本マーケティング学会・ワークショップ (青山学院大学, 2015 年 3 月 17 日)

Hidaka, Y., Kim, W. H., and Akiyama, S., "The Research Issue to Understand the Effectiveness of Retailers' CRM: Toward the Strategic Implications for Efficient Consumer Response," (12th SARD Workshop, Kasetsart University in THAILAND, 2014 年 11 月 29 日)

Hidaka, Y., Kim, W. H., and Akiyama, S., "A study one influence of CRM activities by retail companies to their business relationship in a mature market," (7th Oxford Asia Retail Conference, National University of Singapore, 2014 年 9 月 24 日)

金雲鎬、日高優一郎、秋山秀一 「顧客デ

ータと小売業の取引関係 - 購買履歴データを中心に - 」日本商業学会 (一橋大学主催, 2014 年 6 月 1 日)

金雲鎬 「購買履歴データと小売企業の多店舗管理能力」日本商業学会 (日本大学主催, 2013 年 12 月 15 日)

金雲鎬 「購買履歴データと小売企業の競争優位」日本商業学会 (立命館大学主催, 2013 年 5 月 26 日)

[図書](計 0 件)

[産業財産権]

出願状況 (計 0 件)

名称 :

発明者 :

権利者 :

種類 :

番号 :

出願年月日 :

国内外の別 :

取得状況 (計 0 件)

名称 :

発明者 :

権利者 :

種類 :

番号 :

出願年月日 :

取得年月日 :

国内外の別 :

[その他]

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

金雲鎬 (KIM, Woonho)

日本大学・商学部・准教授

研究者番号 : 10410383

(2) 研究分担者

秋山秀一 (AKIYAMA, Shuichi)

兵庫県立大学・経営研究科・准教授

研究者番号：30388889

(3)日高 優一郎 (HIDAKA, Yuichiro)
山梨学院大学・現代ビジネス学部・准教授
研究者番号：90550335