

自己評価報告書

平成 23 年 5 月 6 日現在

機関番号：35402

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2008 ～ 2011

課題番号：20530398

研究課題名（和文） バリューネットワークにおける営業研究の役割

研究課題名（英文） Functions of Eigyo in Value Network

研究代表者

細井 謙一 (HOSOI KENICHI)

広島経済大学・経済学部・教授

研究者番号：30279054

研究分野：マーケティング

科研費の分科・細目：経営学・商学

キーワード：マーケティング、営業活動、バリューネットワーク

1. 研究計画の概要

(1) イノベーションにおいて営業部門が果たした役割に関する事例を収集する。イノベーションと営業活動に関する研究は全く行われていないので、事例収集だけでも大変大きな意義がある。

(2) バリューネットワークの分類枠組みを考察する。バリューネットワークはイノベーションを促進することもあれば、阻害することもある。どのようなバリューネットワークのあり方がイノベーションを促進するのかを考察する。

(3) 取引関係の中で実際にネットワークを構築する役割を担う営業担当者は、どのようなネットワークを構築すればよいのかということ考察する。

2. 研究の進捗状況

(1) 本研究では、これまで、インタビュー調査を中心とした事例研究と理論研究を行い、その成果を5回の学会発表を通じて世に問うてきた。

(2) 学会発表⑤では、自動車部品メーカーと素材メーカーの間で、長期間にわたって製品を共同開発するという不確実性の高いビジネスにおいて、取り組むべきビジネスとそうでないビジネスとを判別する際に、営業担当者が重要な役割と果たしている事例を紹介した。

(3) 学会発表③と④では、営業マンレベルではなく、企業レベルでのネットワークのあり

方が、イノベーションに影響を与える事例を考察した。

(4) 学会発表②では、ある洋酒メーカーの営業部門が中心になって我が国にウイスキーを導入した際に展開した営業活動の事例を紹介した。営業担当者を中心に様々な取引ネットワークを形成することが、単なるビジネスの成否だけでなく、ひいては食文化まで変えていく事例を紹介した。

(5) 学会発表①では、ある医療機器メーカーの営業担当者が、販売先である製薬会社に対し、単なる医療機器の販売を超えて、研究所全体の機器のメンテナンスサービスを一括受注した事例を基に、営業担当者のネットワーク形成や、その効果について、議論した。

(6) 以上のように、本研究では、様々なタイプの営業活動と、それに関連したバリューネットワークのあり方について、事例研究を蓄積してきた。現在、こうした事例で取り上げた様々なバリューネットワークを分類する枠組みの考察にも着手している。またこれによってバリューネットワークの形によって、適切な営業活動が異なるのかどうかという問題についても、考察に着手している。

3. 現在までの達成度

③やや遅れている
(理由)

2011年3月に発生した東日本大震災の影響で、2011年3月以降予定していたインタビュー調査などができなくなったことが主な原因である。

4. 今後の研究の推進方策

東日本大震災の影響で、多くの企業が業績不振からの回復や体制の立て直しに忙殺される中、インタビュー調査などの協力が得にくくなっている。震災の影響の少ない西日本の企業に協力を求めるなど、協力企業確保のための工夫をおこなう。また、広く薄く多くの企業に協力を求めるよりも、協力を得られた特定の企業でできるだけ深く掘り下げた調査を行うことを重視する。

5. 代表的な研究成果

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[学会発表] (計5件)

① 細井謙一、「企業間ネットワークと営業活動」、日本商業学会関西部会、2010年11月例会。

② Kenichi Hosoi, Yoritoshi Hara, and Masaaki Takemura, “Japanese Sales: Not just about sales but also about conducting business”, Jun 17 2010, 4th Annual Global Sales Science Institute Conference, Poznan, Poland.

③ Yoritoshi Hara, Masaaki Takemura, and Kenichi Hosoi, “A Case Study on the Next Strategy of Japanese Company in CEE”, Dec 3 2009, The 17th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central and Eastern Europe, Vienna, Austria.

④ Masaaki Takemura, Yi-jen Wang, and Kenichi Hosoi, “Why service commercialization fails: Hidden barriers against open market”, May 20 2009, 4th International Conference on Business Market Management, Copenhagen Business School, Denmark.

⑤ Masaaki Takemura, Yoritoshi Hara, Yi-jen Wang, and Kenichi Hosoi, “Ambiguous problem solving in product development process: Japanese practices”, Sep 6 2008, The 24th IMP Conference, Uppsala University, Uppsala, Sweden.