



営業革新のプロセスと成果に関する研究

経営情報学部 経営学科

准教授 栗島 浩二（あわしま こうじ）

連絡先 県立広島大学 広島キャンパス 1648号室
Tel/Fax 082-251-9836
E-mail awashima@pu-hiroshima.ac.jp

専門分野： マーケティング論 流通論 営業研究 マーチャンダイジング ビジネスプラン論

キーワード： 営業革新 マーケティング 流通 新規創業 小売店 販路開拓 マーチャンダイジング

●研究内容

1. 流通企業における営業の役割

○ 構造的問題を指摘されてきた流通企業について、営業という企業活動の視点から調査・研究を行なっています。

○ 流通は無駄なもの、非効率なものと言う概念を覆すような企業が数多く存在し、そうした企業では事業規模の大小を問わずしっかりとマーケティング・コンセプトが貫かれていることに注目しています。

○ あらゆる日本企業に存在しながらこれまで研究の対象として取り上げられることの少なかった「営業」という企業活動が、このマーケティング・コンセプトに大きな役割を果たしていると考えております。

○ これまでの研究としては以下の企業を事例として取り上げてきました

- (1) 小売企業：西武百貨店
- (2) アパレル製造卸企業：オンワード樫山
- (3) 製造小売企業：エルメス

2. 中小製造業における営業マーケティング

○ 主として下請けの工程を担ってきた中小製造業者は、発注元の経営がグローバル化する中で受注量の確保が次第に難しくなってきました。特に製造拠点が中国を始めとするアジアの国々に急速に展開したことは新たな高付加価値の自社

製品開発と新規市場の確保を迫っているといえます。

○しかし、中小の製造業者はこれまで営業活動を実質的に行なったことがない、あるいは営業専門の担当者がいない状況も散見され、営業マーケティングに関する課題と方向性に関する研究は緊急かつ重要な問題といえます。

●期待される成果と応用

(1) 研究の成果

- ・ 営業プロセスの見直しに関する成功事例
- ・ 営業革新のステップ
- ・ 新規開拓の手順とアイデア
- ・ プレゼンテーション能力開発
- ・ IT活用の成功事例

過去4年間で上記の内容を研究成果として蓄積してまいりました。

(2) 研究成果の応用

「近畿経済産業局ものづくりクラスター事業」や「中小企業大学校」の研修などを通じて、市場開拓や営業革新にチャレンジしようとする中小製造企業や流通企業の支援を行なってまいりました。

●想定される連携先

- ① 各行政機関の産業・中小企業支援事業
- ② 地域の各業界団体
- ③ 商工会
- ④ 新規創業、第二創業支援事業
- ⑤ 個別企業
- ⑥ 産業フェア、ビジネスフェア等主催者