

科学的な発見から実務的な貢献へ

マーケティングの新しい応用分野開拓で、農業、サービス、海外現地化マーケティング分野の実務展開を後押しする

法政大学提供
作成日 2016年2月4日
更新日



研究者氏名 おがわ こうすけ 小川 孔輔	所属機関 法政大学経営大学院 IM研究科	関連キーワード(複数可) 有機、オーガニック、流通、農と食、アジア、マーケティング移転、現地化、サービス生産性、顧客満足度、JCSI
主な研究テーマ ・有機野菜の流通と消費に関する研究 ・アジア・マーケティング技術移転研究 ・サービス産業と顧客満足度(JCSI日本版顧客満足度調査)に関する研究		主な採択課題 ・基盤研究(B)平成15～17年度(配分総額:13,100千円) 「有機農産物の安全性を考慮した消費者への情報提示と小売店の店舗デザイン」 ・基盤研究(B)平成24年度～26年度(配分総額:17,290千円) 「日本企業のアジア市場での事業展開とマーケティング実践の理論化」 ・基盤研究(B)平成21～23および27～29年度 「日本版顧客満足度指数をベースにしたサービスマーケティングの理論開発と応用研究」および「サービス産業の顧客満足度がサービスの生産性に与える影響の実証的研究」

① 科研費による研究成果

- ・有機野菜の流通、安全性、消費者行動に関する研究では、経営学・マーケティング分野でこれまで本格的に研究されていなかった「農と食」の分野に切り込んで、理論構築と実証調査を行った。その成果は、日本の有機農業と流通の現場からの支持を得て、産官学の協力体制の理論的バックボーンとなりつつある。
 (具体的には、この研究をきっかけに、日本で初めての本格的な有機農業の市場調査(OMR)が実施され、IOAMジャパン(国際有機農業連盟日本支部)から英語版が刊行されたこと。2016年7月に有機農業を拡大するための「NOAF」(オーガニック・エコ農と食のネットワーク、事務局、農水省生産局)が生まれたこと。等)
- ・サービスと顧客満足に関する研究では、経済産業省プロジェクトでのJCSI(日本版顧客満足度指数)の開発に主要研究メンバーが携わった。調査システムのデザインを開発する初期段階から、科研費プロジェクトを通じて、理論的・実証的研究を推進することができた。サービス産業の生産性向上という国民経済が抱える課題解決に向けて、学術面からも具体的な貢献ができた。CSを測定するだけにとどまらず、サービス企業に実務的な示唆を与えることに貢献している。
- ・アジア・マーケティング技術移転研究では、東・東南アジアの研究者との交流や、日本企業の現地担当者をヒアリングして、現地で消費者調査などを実施している。日本企業の製品・サービスの海外展開に関するマーケティング視点からの理論化を行うとともに、調査結果の企業へのフィードバックも行っている。その成果は、各種メディアで逐次に公表されている。

② 当初予想していなかった意外な展開

- ・有機野菜の研究を契機に、生産・流通・認証団体など幅広い関係者と共同プロジェクトで、有機および環境保全型の生産物に関する、日本発の包括的な市場調査を行った。このメンバーが核となり、農水省と次代の会が事務局となって、2016年、私を代表幹事とした産官学組織、「オーガニック・エコ農と食のネットワーク」(NOAF)が発足した。NOAFや関連団体が法政大学でセミナー等を開催している。農と食の分野で活動する生産・加工・流通関係者、政策担当者や研究者が集まり、議論・交流の場になっている。
- ・顧客満足度研究では、調査会社のインテージ主催で、研究者と実務家の共同研究会が発足した(2013年～)。現在も活動中である。JCSIは日本生産性本部(サービス産業生産性協議会)の傘下で、データ販売とコンサル機能を備えた独立プロジェクトとして成長を遂げ、いまや日本のサービス業のインフラとなりつつある。

③ 今後期待される波及効果、社会への還元など

- ・有機・農業分野では、私が会長を務める「オーガニックマーケティング協議会」の関係者を核として、2016年秋に、東京国際フォーラム(有楽町)で「オーガニックライフスタイルEXPO」が開催される予定になっている(<http://ofi.or.jp/>)。環境や健康によく、エシカルな次世代の農・食・流通ライフスタイルの普及に資するものである。
- ・アジアマーケティング移転研究では、日本および現地実務家と協力し、講演や書籍を通して、日本企業の現地化に関する実務的な知見を、民間で共有する努力をしている。