

<p>経済・経営</p> <p>keyword</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 産業財 ■ 流通 ■ 営業 	<p>【代表的な研究テーマ】</p> <p>□ 営業戦略・行動・管理と営業成果の因果関係分析</p>
 <p>清宮 政宏 Masahiro Seimiya</p>	<p>課題解決に役立つシーズの説明</p>
<p>経済学部 教授</p>	<p>1. 研究テーマと目的</p> <p>営業戦略・管理・行動は、他の企業経営の様々な機能に比べ、課題解決に向けた研究がされてこなかった。しかし企業の収益を左右する営業活動は、科学的に分析可能な研究フレームを構築し、実証的に、様々な金と関係を検証していく必要があるはずである。</p> <p>2. これまでの研究成果</p> <p>① 営業管理様式と営業成果の因果関係</p> <p>営業管理様式に関しては、成果主義管理的か、行動主義的管理かという、二元対比で論じられてきたものを、より具体的な、複数の管理方式に分けて、営業成果との因果性分析を進めた。その結果、成果主義的な管理は、弱いながらも売上・利益に寄与するのに対し、行動主義的な管理は、営業員の動機付や業務満足度向上、また顧客満足度向上や顧客との関係強化等に、強く寄与することが確認された。</p> <p>② 営業戦略・営業行動と営業成果の因果関係</p> <p>顧客適応的・個別的な営業戦略・行動は、営業員の動機付や業務満足度向上、また顧客満足度向上や顧客との関係強化等に、強く寄与することが確認されたが、多元的に営業成果を高めることができるのは、営業部門で、自律的・積極的に選択できる戦略・行動であることが確認された。</p> <p>3. その他の研究</p> <p>上記以外で、製造メーカーの流通チャネル戦略の分析や、企業間の取引関係の分析、ビジネスモデル分析などを行なっている。</p> <p>4. 今後に向けて</p> <p>上記のような分析をベースにして、企業の様々なマーケティング活動と経営成果との因果関係について分析していく予定でいる。企業で指向されるマーケティング活動と成果との因果関係の解明は、社会的な要求も大であるため、その要求に応えられるよう、研究を発展させていきたいと考えている。</p>
<p>【プロフィール】</p> <p>●専門分野</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング ・商業学 <p>●略歴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1985年 慶應義塾大学 文学部 国史学専攻 卒業 ・1994年 慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 修士課程 修了 ・2006年 筑波大学大学院 ビジネス科学研究科 博士課程 修了 ・1985～2007年1月 富士ゼロックス(株) ・2007年2月 滋賀大学 経済学部 助教授 ・2007年4月 同 准教授 ・2012年8月 同 教授 	