

平成17年度 一般財源研究費傾斜的研究費(全学分)研究報告書

研究テーマ [③若手研究者奨励研究]

研究課題名	マーケティングにおける市場志向と企業成果に関する調査研究		
研究者または研究代表者名	所属部局名		職 名
水越 康介	首都大学東京 都市教養学部 経営学系		研究員
研究実績の概要			
本研究では、市場志向と企業成果の関係についての考察を行った。市場志向に関しては、マーケティング分野において、すでに欧米を中心とした海外において広く研究が蓄積されてきた一方で、我が国においてはほとんど研究が進んでいない。本研究では、こうした現状を踏まえ、我が国における市場志向と企業思考の関係を中心に研究を行った。 市場志向は、Kohliらの研究によれば、情報生成度、情報普及度、情報反応度の3つの下位概念から構成されるとともに、それぞれ企業成果に対してポジティブな影響を与えると想定される。本研究は、これらの先行研究を踏まえる形で展開された。 当初の目的の通り、本研究では、第一にこれまでの先行研究の展開を精査し、市場志向概念の分析および精緻化を試みると同時に、市場志向と企業成果の関係について、モデレータ要因までを含めたメカニズムについての考察を試みた。また第二に、日本マーケティング協会による「MI21プロジェクト」の協力の下、市場志向と企業成果の関係についての実証的調査を行い、理論枠組みに対する経験的な妥当性を確認した。 調査の結果、リサーチなどを通じて市場情報を収集し、そこで集められた情報を企業組織全体に浸透させ、そしてそれらの情報に対して明示的にリアクションをとることを通じて、すなわち市場志向の実践を通じて、企業成果に改善が見られることが確認された。これらの研究成果は、我が国の市場志向研究にとってきわめて重要な意味を持つと考えられる。すでに学術雑誌への投稿を行い、まもなく公刊の運びとなっている。 なお、研究資金運用についても、本研究成果獲得のために効率的に利用することができた。			

研究発表 [雑誌論文発表、図書、学会発表等]			
著者（講演者）	論文題目（発表題目）	発表誌（発表大会名）	年月
水越康介	市場志向と企業の成果に関する 諸研究と日本における市場志向	『マーケティング・ジャー ナル』	2006年7月 （近刊）