

リサーチ・プロジェクトセッション

# サービス・マネジメント研究会

グルンルース理論の日本での適応は可能か？

ノルディック学派が提唱するサービス・プロセス  
マネジメントの日本での営業研究への適応の可能性

# オープニング

瀧川 雅行

日医工株式会社 営業本部 オンコロジー広域病院部 担当部長



2016.10.16 (Sun) Tokyo

価値創造  
営業

研究

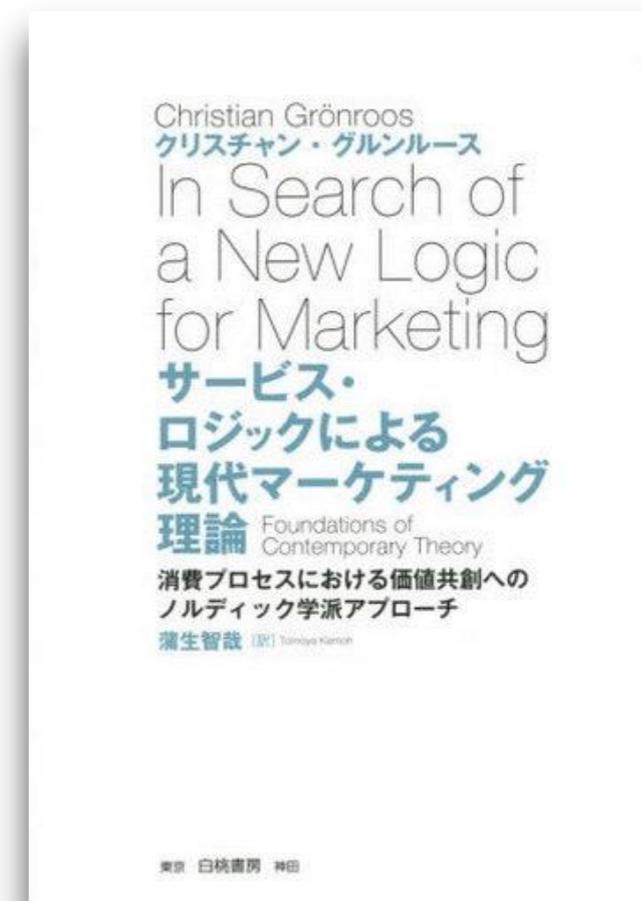
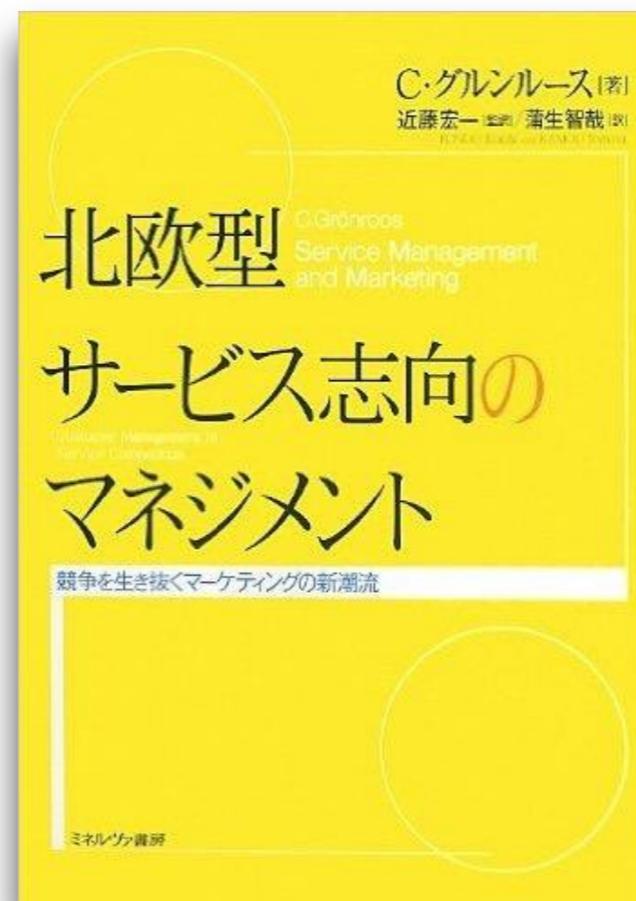
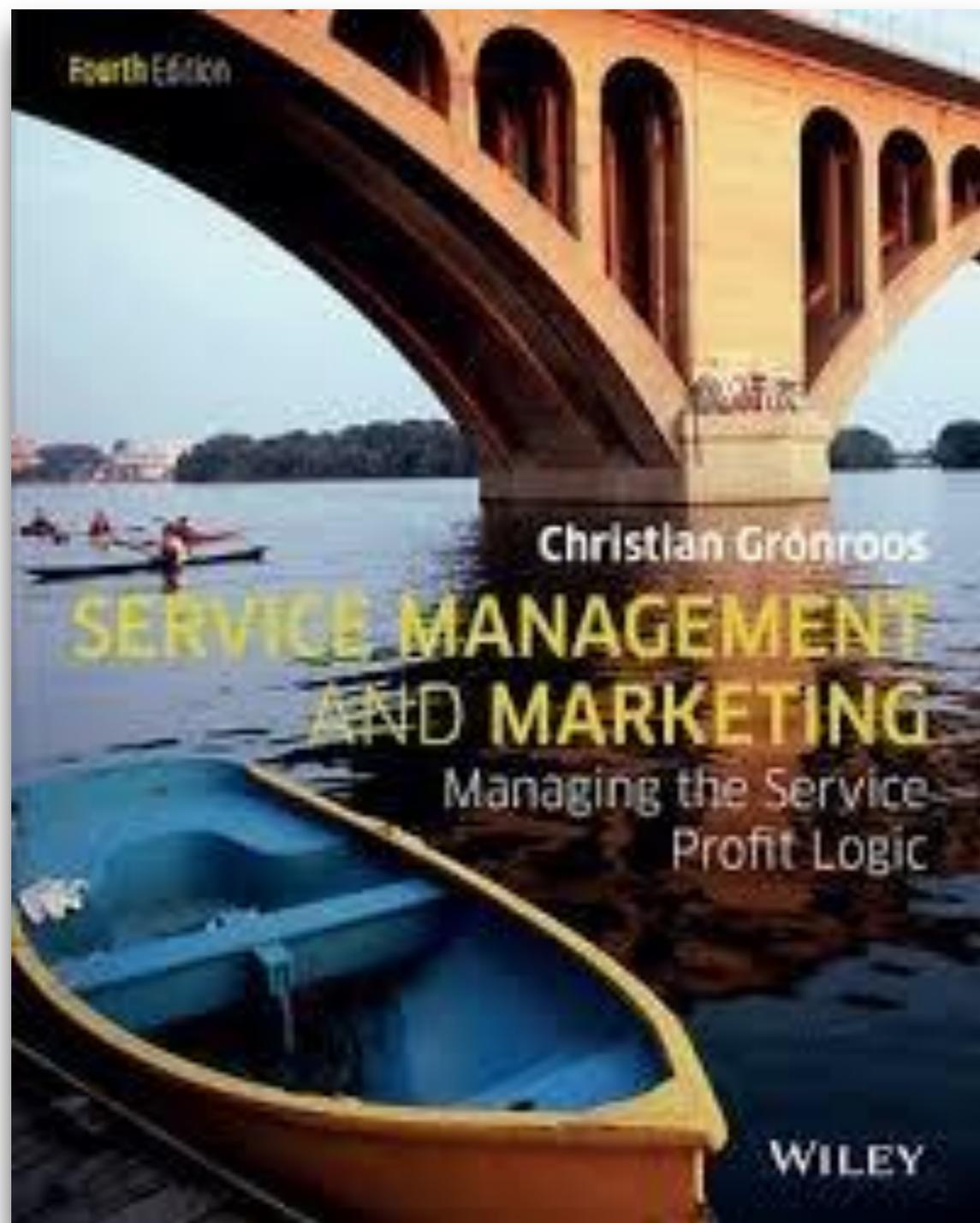


派生

サービス・  
マネジメント



2016.10.16 (Sun) Tokyo



# キーノート

グルンルース理論の日本での適応は可能か？

佐藤 善信

関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授



2016.10.16 (Sun) Tokyo

# ノルディック学派

## 1. グメソンとグルンルースの違い

- グメソンはエクスターナル・マーケティングとインターナル・マーケティングの2本建て
- グルンルースはそれプラス、インタラクティブ・マーケティングを強調

## 2. 違いの発生の理由



# グルンルース理論の特徴

1. 日本と同様にトップ・マネジメントによるマーケティング・フィロソフィーの組織全体への浸透を強調  
(グメソンのフルタイム・マーケターとパートタイム・マーケター概念を全面採用)
2. メーカーとサービス企業の経営構造の違いを強調
3. それにもかかわらず、メーカーもサービス化が必要とされることを強調



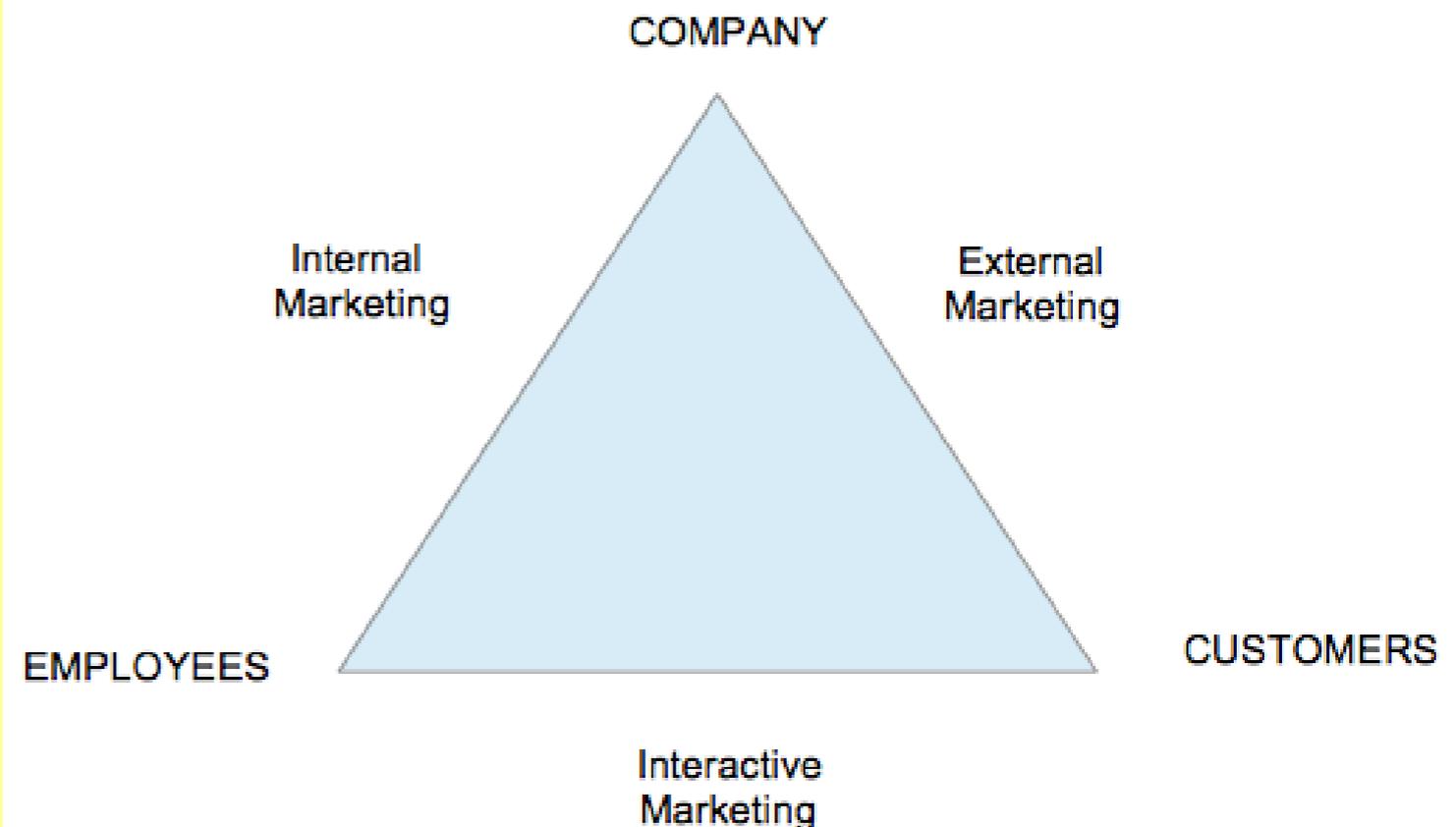
2016.10.16 (Sun) Tokyo

# 製品とサービス・マーケティング の共通性



The Three Levels of a Product  
[www.marketingteacher.com](http://www.marketingteacher.com)

## Services Marketing Triangle



2016.10.16 (Sun) Tokyo

# 営業研究への応用例

1. 直接の顧客の経営を支援することを通じた最終顧客へのアプローチ
  - ・ オタフクソース
  - ・ ミルボン
  - ・ 石野製作所 & 北日本カコー（販社）
  - ・ 大和製作所
  - ・ 第一興商
2. 製品開発から最終の販売に到るまでの起点と終点が営業
  - ・ キャニコム
3. 以上の事例は、Value-based Sellingの日本型典型事例



2016.10.16 (Sun) Tokyo

# 今後の研究のつながり

向井 光太郎

奈良佐保短期大学 生活未来科 准教授



2016.10.16 (Sun) Tokyo

reading

case  
.com

book  
theory



2016.10.16 (Sun) Tokyo

# メンバーより

瀧川 雅行 日医工株式会社 営業本部 担当部長

川島 隆志 株式会社Bizパートナーズ 代表取締役

上田 利博 富士ゼロックス大阪株式会社 ニュービジネス統括部

本下 真次 関西学院大学大学院 経営戦略研究科 博士課程後期在学



2016.10.16 (Sun) Tokyo

# コミュニケーション



2016.10.16 (Sun) Tokyo

またお会いしましょう

サービス・マネジメント研究会



2016.10.16 (Sun) Tokyo