

経営学で復興支援＝震災復興支援のCRM（コース・リレイテッド・マーケティング）アクションリサーチ実施＝

神戸大学大学院経営学研究科
准教授 馬場 新一
連絡電話 078-803-6974
携帯：090-2110-0450

E-mail: baba-shinichi@carp.kobe-u.ac.jp

神戸大学復興経営学研究会（経営学研究科内）は、経営学の手法で復興を支援することを研究しています。今回、CRM というマーケティング手法を使い、支援金を集めて被災地を支援するモデルの実験を行います。産・学・消（費者）が協力し、寄付金つき商品の販売を通じて支援金を集めるモデルです。将来は、全国規模で実施して、集まった支援金を被災者への経済的支援とし、被災地経済復興に寄与する事を目指します。

※CRM は、社会的に意義のある行為に関連付けて、商品やサービスを販売するマーケティング手法で、AMEX の自由の女神修復キャンペーンの成功で注目されて普及した。

復興支援という社会的意義のもと、3 者が協力して支援する仕組みを作る研究です。今回の実証実験では、以下の点を明らかにします。

- ①大学生の消費行動調査：寄付金つき商品の購入意識が高い大学生が、実際の購入に結び付くか検証します。閉鎖市場である、大学生協をチャンネルとして選択します。
- ②一般客の消費行動調査：一般消費者の寄付金つき商品への関心度と、購入の相関関係を明らかにします。閉鎖市場である、直販小売業をチャンネルとして選択します。

◇対象品

- ①大学生協 食品・飲料 カルビー、サントリー
- ②タビオ くまもんオリジナル靴下

◇寄付先 熊本県西原村

寄付額の規模から、縁のある「熊本県西原村の復興支援」とします。西原村は、同村出身者である神戸大学経済学部生 寺本わかばが休学して復興に携わり、兵庫県立大学や神戸大学などの学生ボランティアが協力している点で、共感を得やすいコースです。

◇波及効果

消費者の倫理的消費の具体例にもある「寄付つき商品」の販売を通して、消費者の「支援消費意識」が向上する。

◇新規性

経営学の手法で復興を支援します。CRM については、主催者が公共性の高い機関（神戸大学復興経営学研究会）が、複数の企業と協力して産学連携で実施する点が新しい特色です。

実証実験の店舗が、新規のチャンネルでの販売実験です。

- ①大学生協 神戸大学生協生活協同組合売店（8店）兵庫県立大学生協生活協同組合売店（5店）計13店舗
- ②全国チェーンの直販専門店（タビオ 店舗ブランド「靴下屋」、「Tabio」）で、オリジナルの寄付つき商品を販売します。