

Title	中小レストラン企業の顧客関係性の構築 - 企業サポーター創造の顧客マネジメント -
Sub Title	
Author	高野哲也(Takano, Tetsuya) 和田, 充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2000
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2000年度経営学 第1609号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1609

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

所属ゼミ	和田充夫 研究会	学籍番号	89928545	氏名	高野哲也
(論文題名)					
<h2>中小レストラン企業の顧客関係性の構築</h2> <h3>「企業サポーター創造の顧客マネジメント」</h3>					
(内容の要旨)					
<p>1991年以降、外食市場の成熟化と、食に対する消費者ニーズの多様化により、外食産業に異変が生じた。大手チェーンレストランでは既存店の実績が低下し、新規店の利益をつぎ込んでも全体として前年割れになるといった現象が現われ始めたことで、多店舗出店戦略だけに成長を依存することに限界を感じたのである。そこで大手レストランチェーンは積極的な既存店のリニューアルに取組み出した。彼らは経営資源の優位性(資金・人材)を有効に活用したスクラップアンドビルトと大規模なリニューアルで何とか持ちこたえているものの、3店に2店は赤字という既存店を持つ中小レストラン企業を取り巻く環境は、最悪の状態である。そしてこの状態はますます悪化すると予想される。なぜなら中小規模のレストラン企業にとって、スクラップアンドビルトや大規模なリニューアルは容易でなく、既存店で成長しなければならないからである。中小レストラン企業は従来の成長要因であった「市場拡大」を前提としたマーケティング戦略からの脱却、新たな戦略の構築を求められている。</p> <p>そこで本論文では、まず衰退する中小レストラン企業の顧客獲得を目的としたマーケティング戦略が有効に機能しなくなった原因である外食市場の構造的変化を確認し、それに対応すべく打ち出された新たな顧客獲得を目的とした既存店リニューアル施策を考察する。そしてさらに獲得した顧客を維持拡大(囲い込み)する新しいマーケティングの構築について考える。そして、このような中小レストラン企業の既存店が行っているプロモーション策と、新しい関係性構築のためのマーケティング戦略の有効性についてレストラン利用者への調査をもとに実証研究を行った。</p> <p>レストラン企業のマーケティング戦略の転換が進む中、中小レストラン企業における、既存店復活のための「企業と顧客との関係性構築」と「顧客マネジメント」について着目し、顧客の来店意向との関連性、有効性についての分析を試みる。そして問題意識としては、</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 中小レストラン企業と顧客の関係性構築は顧客の再来店意向に有効であるのか。 (2) 顧客間どうしの関係性構築が顧客の再来店意向に有効であるのか。 (3) イベントによる関係性構築が顧客の再来店意向に有効であるのか。 (4) 会員カード・ポイントカードなどの顧客管理は、企業と顧客の関係性構築として顧客の再来店意向に有効であるのか。 <p>これらの問題意識に対して、中小レストラン企業の顧客マネジメントの根源的な問いとなる「どうやって顧客を維持するか」ということを考察した。これにより、中小レストラン企業が目指すべき新たなマーケティング戦略設計と顧客マネジメントの展望が見えてくる。そして、中小レストラン企業を支援する「企業サポーター」創造のための顧客との関係性構築と顧客マネジメントについての戦略提言を行った。</p>					