

(続紙 1)

京都大学	博士 (経済学)	氏名	増田 央
論文題目	価値共創における動的なサービス評価の研究		
(論文内容の要旨)			
<p>本論文は、経済のサービス化が進展している状況において、製品のコモディティ化（成熟化、均質化等による価値の低減）を防ぎ、付加価値創出に有用なサービス評価の研究に関するものである。とりわけ、サービス科学において、価値創出の中心的課題であるサービス提供者と被提供者（顧客）との間の価値共創に焦点をあて、価値共創の動的側面におけるモデル構築、仮説構築・検証を行った研究活動である。</p> <p>サービス価値の把握においては、最終的に生成される価値だけでなく、どのようにその価値が生成されたのかという価値形成過程が重要になる。なぜならば、提供者と顧客の組み合わせや状態により、生成される価値が異なるためである。たとえば、江戸前鮎屋では、初心者には提供されるサービスと常連者に提供されるサービスは異なったものとなる。初めて訪れる客に対しては、説明的なサービス提供になり、常連との間では、説明が省略され、サービスプロセスの共創が生まれる。また、初めて訪れた客が経験を積み学習することで、提供されるサービス自体も変わっていく。</p> <p>しかしながら、従来の研究では、顧客の事前期待とサービス提供後のサービス実績との静的かつ相対的な差異から評価することを前提とし、時間変動や顧客の利用回数を明示的には考慮しない取り組みに留まっていた。これは、動的な顧客特性に対応できるようなモデルの構築が実現されていなかったり、顧客の変動性を表現するための動的データを取得することが困難であったりしたためである。また、このような動的データの取り扱いや、その分析は、扱うデータ量が膨大となる。全てを人間の手で行うのは困難であるが、このような動的データを活用するための知識管理システムとの統合も不十分であった。まとめると、従前の研究では、時間的変化を考慮しない静的なモデルを前提にした価値評価アプローチであったため、インタラクションや顧客の意識の変化に対しての知見が得にくい課題を有していた。</p> <p>そこで、本研究の目的は、上記課題の解決を念頭に、サービス提供者と顧客との価値共創における動的な側面を考慮したサービス評価モデルの拡張、仮説構築・検証を行い、価値共創の理論的な体系構築を目指すものである。具体的には、顧客側のサービス評価における評価基準の変化(ex. 初心者、リピーター)に対して、その構造をどのように表現し、また活用をするのかなどに対する知見を与えるものである。さらに、人で行うサービスと、IT (情報技術) を用いて行うサービスとの整理を目的として、サービス特性を表現できる知識管理システムの提案を行うものである。</p> <p>以下では、本研究の主たる5つの活動内容(顧客視点、サービス提供者視点、サービス領域視点、IT視点、並びに、統合システム視点)について、概要を述べる。</p> <p>(1) 顧客側における顧客満足に基づく動的モデルの構築</p> <p>顧客のサービスに対する評価基準には継時的変化(時間的順序に従っての基準の変化)があり、それを踏まえたサービス提案が必要になる。たとえば、初心者と複数回のサービス利用者では、サービスの評価基準が異なる。本研究では、事前期待と事後のサービス実績、並びに、利用回数を考慮した顧客満足に基づく動的モデルを提案した。アンケート調査データを用いた分析の結果、業界により顧客サービスの継時的変化に新奇性と親近性に基づくパターンが存在することが得られた。一般には、初回は</p>			

新奇性に起因する顧客満足が、サービス利用回数を重ねる毎に親近性に起因する顧客満足に変化する。加えて、対象サービスに対する認知のしやすさにより、顧客満足への影響パターンが異なることが明示された。これにより、マネジメント施策として、サービス領域毎に、顧客のサービス評価の変動パターンに合わせた具体提案が可能となる。

#### (2) サービス提供側におけるサービス動的特性を考慮した利潤最大化モデルの拡張

サービス提供側の生産性向上を図るため、ミクロ経済学における顧客選好の変化を顧客の学習率から表現することで、サービス領域に対するモデル拡張を行った。具体的には、ホテリングモデルの応用であるカスタマーポーシングに、学習率に基づく顧客選好の修正を導入した手法を提案した。これにより、顧客の学習率を考慮し、サービス提供側の生産性向上に寄与する提案が可能になる。すなわち、学習率が高い場合と低い場合の対応は、各々自明であったが、本提案手法により、その間の事例においても、学習率の程度に基づくより詳細な戦略実行に対する指針を明示化することが可能となった。

#### (3) 企業の特性分析による価値共創特性の整理

価値共創企業の特性にパターンがあり、それを踏まえたサービス評価手法の設定が重要になる。老舗企業をベンチマークした調査の結果、継続的な価値創出企業の主たる特性は、文化を尊重する安定（非拡大）志向のハイコンテクスト性を有することがわかった。このような特性の分析、整理により、価値共創の特性に関して一段掘り下げた側面からの分類や行動指針の明示が可能となった。

#### (4) サービスプロセスのIT実装、並びに、シミュレーション環境の構築

知識管理システムにおいて、非定型な価値共創のプロセス記述やシミュレーション環境の構築を行った。結果としては、ビジネスプロセスモデリングツールのプロセス解釈を、文化的コンテクストなどを用いて実行すると共に、動的評価データの視覚化のためのプロトタイプ開発が行えた。具体的には、共同研究先であるウィーン大学のビジネスプロセス管理システムADOxxを用い、非定型なサービスプロセスに適用した。これにより、従来は個別の概念としてとらえていたハイコンテクストサービスとローコンテクストサービスを包含するマルチコンテクストモデルの設計の見通しを得て、人と知識管理システムとの役割分担を図り、サービスのグローバル化に対する基盤の構築に向けた見通しを得た。

#### (5) 顧客とサービス提供企業との価値共創統合モデルの提案

(1)～(4)の結果をもとにした統合モデルとして、顧客選好の学習率と満足度とを組み合わせたモデルを提案した。企業モデルにおける新規性の満足度の減衰を表現し、一方で、親近性による満足度を組み込んだモデル構築を行った。すなわち、選好と顧客満足を組み合わせる統合アプローチを提案した。

以上、本研究の論点をまとめると、顧客の動的な特性表現として、顧客満足における新奇性と親近性を区分し、その転換過程を学習と捉え、変数的な顧客特性を組み込んだモデルの提案、並びに、その有用性を検証したことである。また、その活用手段として、顧客の動的特性によるサービスの再マッピングを行い、その動的特性で区分したサービス毎に対応する知識管理システムを構築した。これにより、各業界の特徴に合わせた知識管理システムを用いて、新奇性から親近性への満足に移る過程を”学習”と捉え、学習率に合わせたビジネスプロセスの提案が可能になる。たとえば、“学習率”が低い旅館業においては、新奇性の満足を最大化するようにビジネスプロセスを設定し、“学習率”が高い飲食業においては、初回の新奇性から親近性への満足へ移るプロセスのフローをビジネスプロセスに組み込むなどの施策である。

(続紙 2)

(論文審査の結果の要旨)

本研究は、サービス科学において重要なテーマとなっているサービスの動的な価値共創を理論化するために、サービスマーケティング分野における顧客視点の価値創出研究と、ミクロ経済学分野におけるサービス提供者視点の価値創出研究とを統合するモデル構築を行ったものである。また、サービス生産性向上のため、サービス価値創出に対して、適切なIT活用を行うためのビジネスプロセスモデリングの提案、並びに、プロトタイプ開発による検証を行ったものである。

このようなアプローチに基づく本論文の貢献は、以下の通りである

(1) 学際的なサービス科学の理論構築への貢献

価値共創を対象とした理論構築に対して、経済学のみならず、経営学、認知心理学、情報学等を含む学際的なサービス科学（サービス・サイエンス）の領域開拓とその精緻化に貢献した。

(2) 動的なサービス価値評価プロセス構築への貢献

顧客の動的な特性表現として、顧客満足における新奇性と親近性とを区分し、その修正過程を学習と捉え、変数的な顧客特性を組み込んだモデルの提案、並びに、その有用性を検証した。

(3) サービス分野への知識管理システムの統合に関する貢献

顧客の動的特性によるサービスの再マッピングを行い、その動的特性で区分した知識管理システムの活用について明示した。これにより、サービスにおける人と機械・ITとの役割分担に対しての指針明確化が可能となった。

しかしながら、本研究は、価値共創における動的なサービス評価の一部分を明示した段階にある。また、動的データ収集に際して、その網羅性、継続・展開性や信頼性に対して取り組みが不十分なところも見受けられる。今後は、適用範囲の広汎化に向けたフェーズへの進展が必要である。したがって、今後の課題としては、小規模の実験プロトタイプ的なフェーズから、大規模データの収集・分析を基本とする実証研究、統合研究が不可欠である。さらに、ハイコンテキスト活用の側面を含むサービス価値共創を包含する知識管理システムの適用を通して、持続可能なサービス生産性向上や品質向上へと展開していく必要がある。

このような課題は残されているものの、本論文では、価値共創における動的なサービス評価に関して、新しい手法を提案し、また、有用性のある調査・分析を行っており、先駆的な貢献が大きい。また、本論文で調査分析された結果は、特定分野のサービス業のみならず、同様な環境におかれている他分野のサービス業や、製造業の価値創出とその継続化に対しても有用な示唆を与えるものである。

よって、本論文は博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。なお、平成25年2月13日に実施した論文内容とそれに関連した口頭試問を行った結果合格と認めた。