

システム情報工学研究科修士論文概要

年 度	平成 26 年度	学 位 名	修士(ビジネス)
専 攻	経営・政策科学	専攻	著者氏名 荒川 智弘
指導教員氏名 岡田 幸彦		副指導教員氏名 川村 大伸	
論文題目 サービス・ドミナント・ロジック視点による宅配サービスの分析			
論文概要 <p>本研究では、宅配サービスにおけるサービス・ドミナント・ロジックの価値共創要因を探索する。サービス・ドミナント・ロジックや価値共創に関する先行研究のレビュー、価値共創要因の整理、類似事例との比較および対象企業へのヒアリング調査を行うことにより、夕食食材宅配業の「ヨシケイグループ」が、商品販売前までのサービスフローに「顧客の参加」を組み込んでいるだけでなく、商品販売後にも企業側が顧客に関与することのできるサービス設計を行っており、価値共創の好事例であることを示した。</p> <p>このヨシケイグループに当てはまる価値共創要因として(1)Customer Participation, (2)Customer Satisfaction, (3)Staff Factor, (4)Firm Factor, (5)Service Quality, (6)Customer Goal, (7)Outcome の 7 要因を選定し、定量的調査(利用者へのアンケート調査)を実施し、因子分析およびベイジアンネットワーク分析を用いて、価値共創要因と個人属性の間関係を明らかにした。</p> <p>因子分析およびベイジアンネットワーク分析は女性の利用者を対象に実施した。まず因子分析では因子を 7 つに固定し分析を行った。その結果抽出された因子は、因子Ⅰ「企業要因因子」、因子Ⅱ「スタッフ評価因子」、因子Ⅲ「料理自己願望因子」、因子Ⅳ「サービス参加因子」、因子Ⅴ「サービス満足因子」、因子Ⅵ「食事願望因子」、因子Ⅶ「スタッフロイヤルティ因子」であった。</p> <p>次に、ベイジアンネットワーク分析の結果、スタッフが顧客との接点を持てれば、顧客のサービスの感じ方、サービス参加、スタッフへの評価・ロイヤルティが向上することが示唆されたほか、利用年数の長い顧客および週 4 回以上サービスを利用する顧客は、企業への評価・ロイヤルティが高い傾向が示唆された。また、顧客目標(Customer Purpose)について、60 代以上の利用顧客は料理へのモチベーションが高い傾向にある。一方、60 代以下の利用顧客は時間や手間を削減するためにヨシケイのサービスに依存する傾向が見られることが明らかとなった。</p> <p>この結果を受け、夕食宅配業における価値共創を促進するための施策について検討を行い、顧客が企業と日常的に接しているかに関わらず、対面コミュニケーションの充実を図ることで、顧客のサービスプロセスへの参加を促すことができることを指摘している。顧客と企業スタッフが日常的に接することのできるケースでは、社員教育を充実させサービス提供品質を向上させることで、顧客が価値共創活動に参加しやすいサービスの構築に繋げることができることを提言する。また、顧客と企業スタッフが日常的に接することの出来ないケースでは、IT や SNS を非対面コミュニケーションの活性化のために活用することが、企業と顧客の価値共創促進に有効であることを提言する。IT や SNS の活用が進む現代であるからこそ、対面コミュニケーションの重要性を改めて本論文では強調したい。</p>			
審査日		平成 27 年 1 月 30 日	
審査員	(大学名 職名)	(学位)	(氏名)
主査	筑波大学 准教授	博士(商学)	岡田 幸彦
副査	筑波大学 准教授	博士(経済学)	生稲 史彦
副査	筑波大学 助教	博士(工学)	川村 大伸
副査			