

Title	サービス業のグローバル・マーケティングの成功要因：教育サービス企業を事例に
Sub Title	
Author	上野, 佳音(Ueno, Kanon) 余田, 拓郎(Yoda, Takurō)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2018
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2018年度経営学 第3408号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002018-3408

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2018 年度）

論文題名

サービス業のグローバル・マーケティングの成功要因
－教育サービス企業を事例に－

主 査	余田 拓郎
副 査	小幡 績
副 査	山尾 佐智子
副 査	

氏 名	上野佳音
-----	------

論文要旨

所属ゼミ	余田 研究会	氏名	上野佳音
(論文題名)			
サービス業のグローバル・マーケティングの成功要因 －教育サービス企業を事例に－			
(内容の要旨)			
<p>「サービス業のグローバル・マーケティングの成功要因」を研究テーマにし、日本の教育サービス企業を事例に研究を行なった。この研究テーマにした背景として、まず日本を含め世界的にサービス産業の規模拡大があり、サービス産業の輸出額も世界的に増えている。日本においては近年サービス業で海外市場に進出する企業が増え、サービス業の海外輸出のさらなる規模拡大が期待できる。</p> <p>「グローバル・マーケティングにおけるサービス財の特性から生じる課題へどう対応すべきか」と「日本企業はグローバル・マーケティング・マネジメントにおいて顧客満足と効率性の両立」をリサーチ・クエストとして、先行研究及び事例研究を行なった。</p> <p>先行研究においてはサービス財の特性から生じる課題に対応するマーケティング施策が研究されているものの、グローバル・マーケティング戦略に関する研究が少なかった。また、グローバル・マーケティング・マネジメントについて、顧客満足と生産性が重要であることが分かったが、本来相反するとされる二つの要素を同時に実現させるマネジメント戦略についての研究が課題となっている。</p> <p>公文教育研究会を事例として研究し、公文のグローバル・マーケティングの成功要因について分析した。公文の成功の背後には3つの要因があり、1つ目はシンプルな商品設計である。「読み・書き・計算の基礎能力養成」がシンプルであることから、形のない教育サービスは環境や文化が違う海外でも理解されやすくなり、受け入れられることができるようになった。2つ目の要因は教材である。教育サービスの3つの重要ポイントである「何教育内容」、「教育方法」、「個別対応力」を網羅的に取り入れ、現地における運営コストを低減させ、生産性を高める重要要素である。3つ目の要因は指導者サポートシステムだと考える。公文式教育の海外移転に力を入れ、海外指導者のサポートすることで、サービス品質を保てるだけでなく、従業員満足につながり、顧客満足の創造も実現できる。</p> <p>研究の成果として以下の提言をできる。サービス財のグローバル・マーケティングにおいて、サービス財の特性がもたらす課題と文化・制度・地理・経済の違いがもたらす課題を同時に克服する必要があり、その中でもサービスの工業化や周辺要素の現地適応化などコストが抑えられる施策が有効である。また、サービス財の特性を克服しながら、顧客満足および生産性の向上を同時に実現させることが重要であり、商品設計のシンプル化とサービスの工業化、効率的な海外移転が顧客満足と効率性の両立に貢献している。</p>			