

論文審査の要旨及び担当者

No.1

報告番号	甲 乙 第	号	氏名	保土田 玲子
論文審査担当者	主 査	総合政策学部教授兼政策・メディア研究科委員	桑原 武夫	
	副 査	総合政策学部教授兼政策・メディア研究科委員	飯盛 義徳	
	副 査	総合政策学部教授兼政策・メディア研究科委員	宮垣 元	
	副 査	総合政策学部教授兼政策・メディア研究科委員	國領 二郎	
	副 査	慶應義塾大学名誉教授	池尾 恭一	
学力確認担当者：				
(論文審査の要旨)				
<p>情報通信技術の進展を背景に登場したシェアリングエコノミーの中で、C2C(Consumer to Consumer)プラットフォームを利用するビジネス形態においては、従来のB2C(Business to Consumer)型には見られなかった“消費者参加”がプロダクト提供プロセスにおいて重要な役割を果たす方式が増加している。このことは消費行動の諸側面、ひいてはビジネス・プロセス全体にも影響を与えつつあり、とりわけ顧客価値概念については、その再検討の必要性が強く認識されている。</p> <p>保土田玲子君の学位請求論文は、「C2Cプラットフォームにおける価値共創プロセス — 顧客価値の構成要素としての犠牲が便益へ与える影響からの検討 —」と題し、上記のような問題意識の下、C2Cプラットフォームにおける顧客価値の主要素である便益と犠牲の関係性の観点から、その価値共創のメカニズムを実証的に解明することを試みたものである。</p> <p>本論文は、序章および5つの章より構成されている。序章においては、情報通信技術の発展を背景としたシェアリングエコノミーの登場と、それが惹起する諸課題に関連する議論が整理される。シェアリングエコノミーのビジネスモデルがもたらす消費者行動の変化についての詳細な検討を経た上で、本論文が分析対象とする家事支援サービスについて、その特性と課題の検討を通じて本論文の目的の明確化が行われる。</p> <p>第1章では、上記の目的のために本論文が採用する研究方略が提示される。本論文では、先行研究の検討を中心とした理論研究に基づいて抽出・構成した諸仮説を、2つの調査含む実証研究を通じて検証するという構成がとられており、それぞれにおいて用いられる手続きの検討と選定理由が示される。</p> <p>第2章では、本論文が対象とする中心的な環境であるシェアリングエコノミーと、これに関連する諸理論についての理論的検討が展開される。本論文の目的、および、対象とする家事支援サービス業の視点から、先行諸研究を整理する作業を通じて、本論文で重要な役割を果たす諸概念が整理され、検討すべき課題が抽出される。シェアリングエコノミーが、個人間(C2C)の経済活動であり、それがプラットフォームを介して行われること、従来型とは異なり、経済的動機だけでなく、人との関わりや楽しみを求める欲求が、消費プロセスへの参加のために重要であること等が示される。</p>				

第3章では、本論文において鍵となる概念である、顧客価値、サービス品質、および、価値共創について詳細な検討がなされ検証すべき研究仮説が抽出される。顧客価値が、顧客が知覚する犠牲と便益を主要素として構成されること、したがって、これまでのサービス研究においては、便益を高め犠牲を低減することが顧客価値を高めることにつながると考えることが合理的であり、広く認められていた。しかしながら、C2Cプラットフォームを利用するビジネスにおいては、そのサービス創出/消費過程での提供者と消費者の相互作用に双方の高い関与をもつ傾向があるという特性から、消費者にとっては一見犠牲とも映る要素であるものの、便益評価には正の影響を与え、結果的に顧客価値を高める方向に作用する可能性があるとの仮説が抽出される。これについての検証が本論文の中心的な課題となる。

第4章においては、上記課題を検討するために実施された実証研究である定性調査、および定量調査から得られた資料に対し、いずれも、企業提供のB2C型サービスとC2Cプラットフォーム型サービスという利用形態による違いに着目した分析が展開される。定性調査では、詳細面接法を用いて、家事支援サービスを構成する諸要素についての行動と評価が調査される。ここで見出された知見から設計された定量調査においては、家事支援サービスに対し重視する要素によって利用者の類型化を行った後、第3章で見出された仮説の検証が、共分散構造分析（構造方程式モデリング）を用いて行なわれている。主要な結果として、B2C型サービスにおいては、犠牲を構成する価値共創コストは、便益の向上に影響を与えないという従来通りの関係が見出された。これに対し、C2C型では、価値共創コストが便益の向上に影響を与え、結果的に顧客価値の増大に結びつくことが見出され、研究仮説が支持されるという結果を得た。これについて、C2C型サービス提供/消費においては、消費者の積極的な関わりにより、顧客価値が高まるという価値共創のプロセスの存在が示しえたと考察される。

第5章では本論文を総括し、総合的考察、および、結論が述べられ、続いて研究の限界についても言及される。C2Cプラットフォームを通じたサービス提供/消費において、価値共創が生まれるメカニズムを実証的に示すことができたという意義とともに、家事支援サービス以外を対象とした研究の必要性を指摘し論が結ばれる。

総じて、本論文で得られた知見とその評価として、次の3点があげられる。

第一に、消費者行動研究において用いられてきた諸概念を、シェアリングエコノミーの文脈の中での有効性を検討し、必要に応じて再定義した理論的貢献を評価することができる。これは、今後さらに普及すると考えられるビジネス環境下における消費行動を探究する際の指針となると期待される。

第二に本論文が、マーケティング研究分野においては、研究が端緒に着いたばかりであり、その蓄積が手薄であるシェアリングエコノミーを研究対象とし、そこに生起する現象のメカニズムにつき、精密な理論的検討を経て、実証的に記述した成果について、まず高く評価することができる。情報環境の進展によって、その環境が整いつつあるシェアリングエコノミーには、様々なビジネスが出現・浸透しつつある。これに伴って、それらが既存の方式と同様の機能を果たしつつも従来とは異なったメカニズムをもつのではないかとの予見は少なからず提出されていた。しかしながら、その姿を具体的に描きえた研究はこれまで極めて少なく、関連領域に対してしっかり貢献するものといえる。

第三に、本論文が見出した価値共創プロセスについての知見の独自性を高く評価する。すなわち、サービスを受けるにあたって、情報探索やコミュニケーションが必要となることは、消費者にとってはコストであり、通常はプロダクトの価値を減じる作用をする。しかしながら、サービスがC2Cプラットフォームを通じて提供される場合には、そういった「価値共創コスト」が、便益の向上にさせるように機能することの発見についてである。これはシェアリングエコノミーがもたらした新しい消費の様相といえ、今後の消費者行動理論の進展に寄与することが期待される。

ただ、価値共創プロセスのメカニズムを鮮明に描き得たのは、B2C型、および、C2C型について、それぞれ典型的なケースを対象としたためであるともいえる。今日、企業がC2C型の利点を取り入れること、逆にC2Cプラットフォームが一定の品質管理を図ることなどは広く行われており、すでに両タイプの区別が困難となるような業態も出現している。このような場合にも、本論文の知見が適用可能であるのか、その要件が何であるのかについてはより精緻な検討が求められる。加えて、多様なプロダクトを対象とする調査・研究を蓄積することによって、本論文の提出したモデルの一般性について評価することも必要と考えられる。

以上、本論文を通して、著者は先端的な研究活動を遂行するために必要な高度な研究能力ならびに研究対象を徹底的に追及する姿勢と忍耐力、そしてその基礎となる豊かな学識を有していることを示したといえる。よって、本学位審査委員会は、保土田玲子君が博士（政策・メディア）の学位を授与されるにふさわしい資格があるものと認める。