慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	階層構造を用いてコンセプトの顧客価値評価を支援する手法の提案
Sub Title	Proposal of a method to support rvaluation of a concept in terms of customer value using a herarchical structure
Author	佐藤, 一樹(Satō, Kazuki) 五百木, 誠(Ioki, Makoto)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2018
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2018年度システムデザイン・マネジメント学 第328号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002018-0036

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.

修士論文　　2018 年度

階層構造を用いてコンセプトの顧客価値評価を支援する手法の提案

佐藤 一樹
(学籍番号：81733337)

指導教員　准教授　五百木 誠

2019 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論　　文　　要　　旨

学籍番号	81733337	氏　名	佐藤　一樹

論 文 題 目 :

階層構造を用いてコンセプトの顧客価値評価を支援する手法の提案

（内容の要旨）

日本の製造業は、機能過剰に陥ることや、ものづくりそのものが目的化してしまうなど、ともすれば独りよがりな顧客価値の想定の下で取り組みがちであると指摘されている。近年、顧客の視点に立って製品・サービスのコンセプトを策定するために、顧客を理解し、解決策を探ることを反復的に行うプロセスが利用されている。そのプロセスにおいてコンセプトを効果的かつ効率的に評価するには、ターゲットとする顧客や製品・サービスなどに関する要素間の整合性を確認すること、及び評価の要点を明らかにすることが重要である。その際、顧客価値の実現を阻む障壁となる要素を考慮することが重要であるが、既存の手法では十分に支援されていない。そこで本研究では、この課題を解決し、コンセプトの顧客価値評価を支援する手法の提案を目的とした。

手法の開発にあたり、要素の関係を順序立てて整理することにおいて有効な階層構造のモデルを利用し、顧客価値のモデルを構築した。本モデルは、「価値」、「欲求の充足」、「経験」、「製品・サービス」、「定義した問題」の 5 つのレイヤーから構成され、コンセプトを階層構造で整理することを可能にする。モデルを基に構築した提案手法は、3 つのステップで構成されている。ステップ 1 では、コンセプトの全体像と顧客が価値を判断する論理を階層構造によって可視化し、要素間の整合性を確認する。ステップ 2 では、要素間の関係に対する確信度合いと理由を記述して現状を把握する。ステップ 3 では、確信度合いを高めるためにすべきこととして、評価の要点を明らかにする。

利用テスト・アンケートの結果から、提案手法は従来手法に対する有効性が認められ、コンセプトを整理するタイミングにおいて有効であると評価された。また、過去のプロジェクトに手法を適用した結果、顧客にとっての経験の障壁と、その障壁を越えるためのアイデアを明らかにすることができた。さらに想定している顧客の経験に関するコンテクストの理解が不十分であったという認識を促すことができ、有効性が認められた。また、専門家へのインタビューの結果、顧客価値のモデルにおける要素及び要素間の関係は妥当であり、かつ手法はコンセプト評価において有効であると評価された。

以上のように、本研究では、顧客価値に関する要素を階層構造によって構造化したモデルを構築し、そのモデルを利用して顧客価値に関する要素及び要素間の整合性を確認すること、及び評価の要点を明らかにすることを支援する手法を提案し、その有効性を明らかにした。

キーワード（5 語）

製品・サービス、コンセプト、顧客価値、評価、階層構造

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	81733337	Name	Kazuki Sato

Title

Proposal of a Method to Support Evaluation of a Concept in Terms of Customer Value Using a Hierarchical Structure

Abstract

It is pointed out that Japanese manufacturing industry tends to develop products/services under insufficient assumption of customer value, such as getting excessively functioning and making goal for manufacturing making itself. In an iterative process utilized for making a concept of a product/service while understanding customers, it is important to confirm the consistency between the targeting customer and the product/service and to clarify the points of evaluation. In doing that, it is important to consider elements that are barriers to the realization of customer value. However, it is not sufficiently supported by existing methods. Therefore, in this study, we propose a new method to support evaluation of a concept in terms of customer value to solve this problem.

In developing the method, we constructed a model of customer value by using a hierarchical structure. This model consists of five layers: value, fulfillment of wants, experience, product/service, and defined problem. The proposed method based on the model consists of three steps. In step 1, a whole image of the concept and the logic that the value is judged by the customer are visualized by the hierarchical structure and the consistency is confirmed. In step 2, a present condition of the concept is grasped using the confidence degree and the reason of that. In step 3, as things to do to increase a confidence degree, points of evaluation are clarified.

From results of use test, the method was evaluated as effective for the conventional method. Also, as a result of applying the method to the past project, barriers of experience for customers and ideas to cross the barriers were clarified. Furthermore, it noticed the method user that understanding of the context regarding the assumed customer experience was insufficient. Therefore, it was confirmed that the method was valid. In addition, as a result of interviews with experts, the elements and the relationship between elements in the model of customer value were verified, and the method was confirmed to be valid in concept evaluation.

As mentioned above, in this study, we showed the hierarchical model of customer value and proposed the method to support evaluation of the product/service concept in terms of customer value using the model. It was confirmed that the method was valid for its effectiveness.

Key Word(5 words)

Product/service, Concept, Customer value, Evaluation, Hierarchical structure