

NEWS LETTER

甲南大学 ビジネス・イノベーション研究所

サービス・マーケティング研究のテーマから

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所兼任研究員（甲南大学 経営学部 教授） 高室 裕史

「あの時、先生の言うとおり、もっとしっかりと勉強をしておけばよかった」、このように思われた経験はありませんか。あるいは、逆に、「あの時、大変だったけれど、勉強しておいてよかった」とか、「あの時、先生に教えていただいたことの意味が、今、あらためて分かってきた」、このように振り返るようなことはないでしょうか。あるいは、医療でも同様に、「あの時、先生の言うとおり、しっかりと薬を飲んでおけばよかった」とか、また逆に、「あの時、少し辛かったけれど、言われたとおり、治療に取り組んでよかった」というように思う場面もありそうです。

一方で、立場をかえて、その時の勉強を担当した教員や、治療にあたった医師の思いを想像してみましょう。「気が付いてくれて本当によかった」、「役に立つことになって本当にうれしい」などの一方で、「あの時、もっとうまく伝えられていれば、さらによかったのに」と歯噛みをするような思いもありそうです。しかし、「では、あの時に、それ以上のことができたのか」と自問してみても、「あの時の状況を振り返ると、確かに、それ以上に取り組んでもらうことは難しかったかもしれない。一体どうすればよかったのだろう」、こうした思いの中で、少しでもどうにかできないものかと頭を悩ませながら、日々の教育や医療の現場に臨んでいる、こうした教員や医師の姿も浮かんできます。

身近にありそうな場面の想像でしたが、ここにみられたような事象や課題に着目し、それをあらためてテーマとして取り上げ、そのメカニズムの解明や課題解決に取り組んでみようという研究が、マーケティング研究、その領域の中でも、特にサービスの課題を捉えて進められているのが「便益遅延型サービス」研究です。この研究の着眼点は、上にみたような日々の実感や課題認識にあります。すなわち、それまでのサービス・マーケティング研究は、例えば、レストランやレジャー施設のように、主に、その時その場で価値を生み出すサービスを対象に、その理論を深めてきました。しかし、実は、それだけではなく、上にみたような、「例えば、その時にはよく分からないけれど、後であらためて、そのサービスを受けたことの価値が認識される、というようなサービス」があること、そして、「そうしたサービスでは、その時その場で満足な体験や感動を提供するサービスとは、また別の課題に直面することになること」に着目したのです。こうした特性をこの研究では、「目的とする便益（価値）が遅れて発現する」という特性として捉え、「便益遅延性」という言葉で概念化しました。そして、その特性を持つサービスを「便益遅延型サービス」とし、サービス・マーケティングに特有の課題をもたらす研究対象の一つとして導入したのです。その典型が、上でみたように、教育サービスや医療サービスです。その課題を、あらためて確認してみましょう。教育サービスや医療サービスでは、本来、目的とする便益がサービス提供のその時その場には現れず、その終了後に遅れて認識される点で共通しています。また、さらに、その提供場面では、例えば、不得手な勉強や辛い治療など、サービスの受け手が意に反するような負担までもが強いられる点も同様です。このため、サービスの受け手は、将来的には目的とする便益が得られるはずだと期待する一方で、サービス提供を受ける意欲をなくしたり、さらには離脱してしまったりするようなことも十分に生じることになります。また、サービスの提供者からすれば、そうした受け手のネガティブな反応なども十分に承知しつつ、あるいは、その時点の満足はひとまず保留にしつつも、将来あるべき便益の実現を目指した対応を進めていくこととなります。こうした点に、「便益遅延型サービス」に特有の課題が捉えられることとなります。すなわち、他のサービスと同じように、教育サービスや医療サービスにおいても、サービスの受け手がそのサービス提供に「参加」しなければ、そのサービスは成り立ちません。サービスの価値は、提供者と受け手の相互の間で形作られていくものなのです。しかしながら、「便益遅延型サービス」においては、目的とする便益がすぐには現れません。このため、その便益の実感から生まれるはずの満足を「参加」の動機付けにすることができません。もし、受け手の十分な「参加」が得られなければ、サービスの便益は低下してしまい、そして、参加意欲の低下がさらなる参加意欲の低下を引き起こしてしまう、こうした負の連鎖が生じることが想定されるのです。

さて、どうすればよいのでしょうか。「あの時、がんばって本当によかった」、このようにみんなで振り返りたい、そのためのメカニズムや方策を見い出したい、そのような思いにも支えられながら、この研究が進められています。

2023
vol. 50

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所講演会

テーマ：「青果物流通の変遷と実態

～川中から見た、青果物流通の時代的变化～

イントロデューサー：BI 研究所長 兼任研究員（経営学部教授）西村 順二

日時：2022年5月18日（水）13:05～14:25

場所：甲南大学岡本キャンパス 5号館1階 511教室

講師：中村 臣一郎氏（神戸中央青果株式会社 執行役員営業副本部長）

皆さんが日々消費する食料品がどの様に消費者の手元に届いているか知っていますか。スーパーマーケットで購入する、コンビニエンスストアで購入する、ネットで購入する、生活協同組合で購入する、商店街で購入する、道の駅で購入する等様々ですが、特に生鮮三品（野菜・果実、水産物、食肉）は卸売市場を経由しているものが少なくありません。本講演会では、この生鮮三品の流通機構に関する専門家をお招きして、お話をお聞きしました。青果物の川上（生産）における現状、そして川下（小売販売）における大規模スーパー等の現状がどのようなものか、川中（市場流通）の視点より解説していただきました。



甲南大学ビジネス・イノベーション研究所講演会

テーマ：「デジタル時代を生き抜く働き方と起業マインド

～関西発 学生ベンチャー成長の軌跡～

イントロデューサー：BI 研究所 兼任研究員（経営学部教授）奥野 明子

日時：2022年5月19日（木）14:40～16:00

場所：Zoomを使用したオンライン配信（事後録画視聴有）

講師：近藤 令子氏（Voice4u（ボイスフォーユー）株式会社 取締役）

新しい技術を使って新しいビジネスをスタートする経験を、関西とシリコンバレーで実践されてきた近藤令子氏を迎え、その経験や現在携わるビジネスについて、以下のようなお話をいただきました。

起業は、1人の「願い」や「理由」から始まるが、その後の企業の成長には多くの人との関わりと変化が必要です。また、今後の社会では、全ての人が起業家にならなくても、多くの人々が起業マインドを持つことが重要です。その起業マインドとは以下の5つです。

1. 現状を変えたいという思い、2. 人を巻き込む力、3. 伝達力（想いを言語化して伝える/ビジョンを示す力）、4. 固い意志（理念）と変化への柔軟性、5. 課題解決能力=レジリエンス（ストレスや困難に対して適応し、速やかに立ち直る力）

起業マインドがあればどんな場でも何歳でも幸せに生きられます。

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所講演会

テーマ：「外国人労働者が抱える問題を解決する ソーシャルビジネスのあり方」

イントロデューサー：BI 研究所 兼任研究員（経営学部教授）奥野 明子

日時：2022年6月9日（木）14：40～16：00

場所：Zoomを使用したオンライン配信（事後録画視聴有）

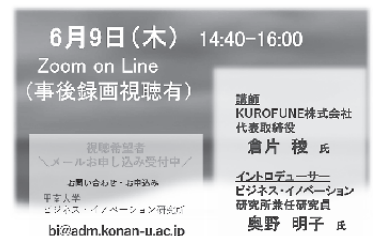
講師：倉片 稜氏（KUROFUNE 株式会社 代表取締役）

労働人口の減少が止まらない日本社会にとって外国人労働者は不可欠な存在です。

外国人労働者にとって暮らしやすい、働きやすい社会をつくることを目的にソーシャルビジネスを始めた倉片氏をお迎えし、外国人労働の問題やソーシャルビジネスの実態についてお話しいただきました。



外国人労働者が抱える
問題を解決する
ソーシャルビジネスのあり方



神戸ひがしなだスイーツめぐり 甲南大学ビジネス・イノベーション研究所講演会

テーマ：スイーツにおけるフードテックの可能性を語る —ユーハイム社のAI職人「THEO」—

イントロデューサー：BI 研究所長 兼任研究員（経営学部教授）西村 順二

日時：2022年10月15日（土）10：30～12：00

場所：甲南大学岡本キャンパス2号館1階 Global Zone ポルト

講師：山田 健一氏（フードテックマイスター株式会社 取締役）

フードテックマイスター株式会社 取締役 山田健一氏をお招きし、ユーハイム社のフードテックにおける新たな試みについてお話をお聞きしました。岡本キャンパスにキッチンカー、バウムクーヘン AI 職人「THEO」(テオ)が来学、バウムクーヘンの自動焼成を見学し、その後試食を行いました。参加者の皆様からは、「焼きたてのバウムクーヘンのおいしさに感動」「スイーツの知識を深める素晴らしい企画」「面白い体験ができ、とても楽しい一日でした」とのお声を多数いただきました。



甲南大学経営学会／ビジネス・イノベーション研究所／経営学部共催
2022年度公開講座（オンライン）

～経営学のススメ～ 日常生活にも深く関わる経営学～

2022年12月17日(土)～ 31日(土) YouTubeを使用したオンデマンド配信

第1部 馬場 大治（甲南大学 経営学部 教授）BI研究所 兼任研究員

フォードの栄光と悲劇

20世紀初頭、フォード自動車工業は、当時、街を走っている車の半分以上を占めるほどの圧倒的な成功を収めることに成功しました。ところが、戦略上の失敗が続き、GMに抜かれ、今日に至るまで、その後塵を拝し続けていることとなります。この時のフォード社の栄光と挫折は、「フォードの栄光と悲劇」と呼ばれ、経営学の初歩的な教科書には必ず掲載されている、経営史研究の大きなトピックスとなっています。講義では、過去の歴史的な事実を説明するだけでなく、このようなことが起こった背景を、経営学における代表的ないくつかの議論を用いながら、論じられました。経営戦略論、経営組織論、コーポレート・ガバナンス論といった、経営学部の講義の多くの内容にふれながら展開され、「経営学とはどのような学問か」を実感し、経営学部の講義全体の「予告編」「ダイジェスト版」になり得る内容でした。

第2部 高室 裕史（甲南大学 経営学部 教授）BI研究所 兼任研究員

「マーケティング」をイメージする～私たちの日々の生活と企業行動～

私たちは、様々なものに囲まれて生活を送っています。さて、その中で、何か自分で作ったものはあるでしょうか。あらためてみると、実は、そのほとんどは誰かが作ったものであること、そして、それらがどんどん便利で充実してきていることに気がつきます。今回、こうした私たちの日常生活に実は深く関係している企業行動の一つとして「マーケティング」に着目しました。よく耳にはするけれど、カタカナのまま少しイメージしにくい言葉ですが、分かれば日々の生活への視野が少し広がりそう。身近な観点から、「マーケティング」に関するイメージを共有し、理解を深めることができる内容でした。

 **甲南大学**
ビジネス・イノベーション研究所

〒658-8501 兵庫県神戸市東灘区岡本8-9-1
TEL.078-435-2754 FAX.078-435-2324
E-mail:bi@adm.konan-u.ac.jp
<http://www.konan-u.ac.jp/bi>

発行日／2023年（R.5）3月発行