

価値共創におけるズレの可視化と分析

— 概念辞書を用いたアプローチによるケーススタディ —

株式会社電通デジタル

亀和田 慧太

要約

価値は企業と顧客の両者によって文脈の中で共創される。そして、"共創"であるがゆえに、企業が意図せぬ顧客層や用途で利用されたり、顧客が想像もしない価値を企業が新たに提案するというようなケースも少なくない。つまり、企業と顧客の間でズレは常に起こりうるものである。しかしながら、そのズレを詳細に捉えるための枠組みが十分に整っているとは言い難い。そこで、本稿では、どのようなズレがあるのかというパターンや、そのズレがどういった契機で発生し、企業や顧客の活動に影響を与えていくのかという中長期的なプロセスを分析するための枠組みを提示する。加えて、その枠組みに基づいて事例を分析することで、枠組み自体の妥当性を検証するとともに、ズレの生成プロセスに関する仮説モデルを提示する。事例分析の結果、枠組みによって、ズレのパターンやプロセスや見出しやすくなることを確認した。また、企業と顧客が協同で制約緩和と類推を行うことで、ズレが創発するというプロセスに関する仮説モデルを提示した。

キーワード

価値共創, ズレ, メンタルモデル, 概念辞書, セレンディピティ

I. はじめに

近年、サービス・ドミナント・ロジック (Lusch & Vargo, 2016) が主張する通り、価値は企業が一方的に提供するものではなく、企業と顧客の両者によって文脈の中で共創されるものである。つまり、往々にして、企業が認識していない顧客像や用途で利用されたり、意図していない価値が生まれていることも少なくなく、企業と顧客の間でのズレは常に起こりうるものであると言える。ズレの存在はしばしばマーケティング研究 (石井, 2004) においても指摘されている。そして、そのズレこそがサービス/プロダクトの成長や、イノベーションに繋がることがあると言われる (杉野, 2012)。しかしながら、そもそもどういったズレがあるのか、またそれがどういった契機で発生し、企業や顧客の活動に影響を与えていくのかというプロセスの詳細は殆ど分かっていない。そこで、本稿は、価値共創におけるズレを「中長期的なプロセスの中で、顧客と企業双方における相互作用の結果として、それぞれのコンテキストにおいて創発するもの」と捉え、それを定量的な観点も含めて分析できる枠組みを構築することを目的とする。加えて、その枠組み

に則って、特定の事例を分析することで、その枠組みの妥当性を検証するとともに、ズレの発生プロセスやメカニズムに関する仮説の創造を試みることを目的とする。

II. 分析方法

企業側の想定に対して、顧客側の実世界においてどのようなズレが発生し、更にそれを受けて企業側の想定がどのようにズレるかというように、企業-顧客間の経時的な比較においてズレを分析するフレームワークを構築した。当該フレームワークにおいては、企業側の想定および顧客側の実世界におけるズレを顧客層・行為・価値という3つのレイヤーから捉える。具体的には、WordNet (Miller et al., 1993) という概念辞書を用いて、各レイヤーにおける概念数の増減や概念間距離の飛躍度によってズレの大きさを測定するとともに、概念構造の変化を可視化してズレの詳細な分析を行う。

III. 分析事例

分析対象として airbnb を取り上げ、前述の分析方法に則り、概念数・概念間距離・概念構造という3つの観点から分析した。概念数と概念間距離という観点により、2007年から2018年までの間で発生している特に顕著なズレを計4回特定した。前半2回は顧客側で、後半2回は企業側でズレが発生していた。また、その4回のズレ発生前後における概念構造を可視化し、各レイヤーの構造にどのような変化が起きているかを分析した。

IV. 考察とまとめ

計4回の顕著なズレを、その発生契機、内容、ズレへの対応という観点でパターン整理した。そして、その整理結果と先行研究を踏まえて、企業と顧客が協同で制約緩和と類推を行うことで、ズレが創発するというプロセスに関する仮説モデルを提示した。最後に、本研究の研究上および実務上の貢献と、今後に向けた課題を示した。

主要引用文献

- 石井淳蔵 (2004). 『マーケティングの神話』岩波現代文庫
- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (2016). *Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities*. Cambridge University Press (井上崇通・庄司真人・田口尚史(『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文館出版, 2016) .
- Miller, G. A., Beckwin, R., Fellbaum, C., Gross, D., Miller, K., and Teng, R. (1993). Five Papers on WordNet. *Csl report 43*, Cognitive Science Laboratory Princeton University.
- 杉野幹人 (2012). 「人工物における潜在機能の発見の意義」『デザイン学研究』, 59 (3) , 3_85-3_92.