

令和 6 年 4 月 19 日現在

機関番号：16201

研究種目：基盤研究(B) (一般)

研究期間：2020～2023

課題番号：20H01552

研究課題名(和文) 便益遅延型サービスの消費における便益享受・顧客満足・顧客参加・目標変容の研究

研究課題名(英文) A Study of Benefit Enjoyment, Customer Satisfaction, Customer Participation, and Goal Transformation in the Consumption of Delayed-Benefit Services

研究代表者

藤村 和宏 (Fujimura, Kazuhiro)

香川大学・経済学部・教授

研究者番号：60229036

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 13,400,000円

研究成果の概要(和文)：サービス・デリバリーの時点と顧客が実際に便益を享受できる時点との時間的ギャップを「便益遅延性」と概念化し、これが存在するサービスを便益遅延型サービスと定義した。また、このタイプのサービス消費では、3つの便益(機能的便益、感情的便益、価値観的便益)が享受されると捉えた。

本研究では、教育サービスを対象として、3つの問いに対する解を考察した。その問いとは、顧客満足や顧客参加の向上において、3つの便益はどのような役割を果たすのか、3つの便益の効果的・効率的な享受と顧客参加の促進におけるマーケティングの役割とは、顧客の事後的な目標の形成プロセスと、それに対するマーケティングの役割とは、である。

研究成果の学術的意義や社会的意義

サービスは提供者と顧客との協働によって生成されるが、便益遅延性型サービスの消費では、顧客は自身の参加の成果を即時的に実感できないことから、さらに参加には不快感を伴うことから、顧客参加は抑制され、その結果として遅延的に生じる便益も期待以下の水準に留まるおそれがある。

本研究の意義は、消費目的である機能的便益の享受において遅延性が生じたとしても、価値観的便益と感情的便益の享受を促すことで、さらに顧客の目標の適切化を図ることで顧客参加と顧客満足を維持・向上させることが可能なことを明らかにすることで、顧客自身だけでなく、社会全体のウェルビーイングに貢献できる方策を導くことができることである。

研究成果の概要(英文)：We conceptualized the time gap between the time of service delivery and the time when customers can actually enjoy the benefits as "benefit delay," and defined services in which this exists as delayed benefit services. In this type of service consumption, three types of benefits (functional benefits, emotional benefits, and perspective benefits) are perceived.

In this study, we examined the solutions to two academic questions for educational services. The questions are: 1) What role do the three benefits play in improving customer satisfaction and customer participation, 2) What is the role of marketing in promoting effective and efficient enjoyment of the three benefits and customer participation, and 3) What is the process of forming customers' ex post goals and what is the role of marketing in this process?

研究分野：サービス・マーケティング

キーワード：便益遅延性 価値観的便益 感情的便益 機能的便益 顧客参加 目標 教育サービス 医療サービス

1. 研究開始当初の背景

本研究の鍵概念である「便益遅延性」を着想するのに至ったのは、医療サービスの顧客満足に関する研究過程において、さらに大学において教育サービスに従事する過程において、顧客満足はサービス提供組織やサービス提供者の潜在的な便益生成能力を適切に反映したかたちで形成されていないのではないかという疑問が生じ、それを解明することからであった。

教育サービスを対象とする研究に着手したのは、医療サービスとともに便益遅延型サービスの典型であるが、便益としての「変化の方向性」と「顧客の目標形成のあり方」が異なっているからである。医療サービスは常態を下回るネガティブな状態を元に戻す(マイナスをゼロにする)サービスであることから常態回復型に属するのに対して、教育サービスは常態を向上させる(ゼロからプラスを創り出す)サービスであることから常態向上型に属するという違いがある。また、顧客の目標形成のあり方とは、目標形成が事前であるのか、事後的であるのかである。医療サービスの場合、患者は罹患前の健康状態に回復するという目標を事前に形成するだけでなく、期待するポジティブな変化の上限(罹患前の健康状態)もあらかじめ明確に決定される。一方、教育サービスの場合、学習者の目標はデリバリー・プロセスにおいて変容し事後的に確定されるだけでなく、ポジティブな変化の上限はあらかじめ明確に存在しない。学習者の目標水準が高くなるほど、ポジティブな変化も大きくなることから、ポジティブな変化の上限も事後的に決定される。医療サービスと教育サービスの間におけるこのような違いが3つの便益(機能的便益、感情的便益、価値観的便益)の役割や享受における遅延性、顧客満足、顧客参加に及ぼす影響を明らかにすることにより、便益遅延型サービスの顧客満足、顧客参加、および目標形成にかかわるモデルを統合的・体系的に構築することが可能になると考えて、研究を開始した。

2. 研究の目的

本研究では、教育サービスを対象として理論的および実証的に考察を行い、以下の3つの問いに対する解を探ることを目的とした。

教育サービスの消費における顧客満足や顧客参加の向上において、機能的便益(能力の向上)、感情的便益(学習プロセスでのポジティブ情動の喚起)、および価値観的便益(学習に対する認識や姿勢、期待する目標の向上)はどのような役割を果たすのか。

3つの便益の効果的かつ効率的な享受と顧客参加を促すことにおいて、マーケティングはどのような役割を果たすことができるか。

教育サービスのデリバリー・プロセスにおける顧客の事後的な目標の設定はどのようなプロセスによって行われ、さらに目標の向上においてはどのような要因が重要な役割を果たすのか。このような目標の事後的形成および向上において、マーケティングはどのような役割を果たすことができるのか。

3. 研究の方法

上記の3つの学術的問いに対する解を探るために、5タイプの教育サービスを対象として理論的・実証的に考察を行った。5タイプの教育サービスを対象としたのは、教育サービスには多様なものが含まれており、それぞれによって便益遅延性の程度だけでなく、顧客の目標設定時期やその達成の容易さ、能力向上の導かれ方などが異なる、と考えられるからである。本研究が対象とする5タイプの教育サービスとは、教育サービスを図1のように「目標の有無」と「期限の有無」の2次元で分類し、さらに目標を「特定の/専門的能力の向上」と「汎用的能力の向上」に分けることで得られる分類から選定したものである。なお、「目標なし」かつ「期限なし」のカテゴリーを設け、それに属するものとして「あそび」や「観光」を挙げているのは、それらは創造性や主体性などの非認知能力の育成に貢献し、教育機能を果たしている、と考えられるからである。しかしながら、それらの活動に参加する主な目的は能力向上ではなく、他のニーズを充足するためであり、能力向上はその過程で付随的にもたらされるものであることから、本研究の対象からは除外した。

残りの4つのカテゴリーから下線をつけた5タイプの教育サービス(専門学校、マネジメント・ゲーム、大学、専門職労働の職務遂行、祭り)を選択して考察を行った。専門職労働の職務遂行を含めたのは、労働を自己の成長を獲得する手段と捉えると、専門職労働者は職務遂行を通じて自己の成長という便益を享受していると見なすことができるからである。祭りを含めたのは、祭りの担い手である若者を長老が指導する体制は地域の未来を支える能力を備えた人材を育成する教育システムと捉えることができるからである。

専門学校(医療系専門学校と料

		事前に定められた期限の有無	
		あり	なし
目標の有無	あり	特定の/専門的能力の向上 <u>専門学校</u> 受験対策予備校 大学院	<u>マネジメント・ゲーム</u> <u>専門職労働の職務遂行</u>
		汎用的能力の向上 <u>大学</u> 小・中・高等学校	<u>祭り</u> 公文式学習 算盤
	なし	あそび 観光	

図1: 「目標の有無」と「期限の有無」による教育サービス分類

理系専門学校)とマネジメント・ゲームについては、サービス提供者および顧客(学習者)にインタビュー調査を行うとともに、サービス・デリバリー現場の観察調査を行った。その調査結果に基づいて仮説を構築し、それを検証するためのアンケート調査票を作成し、仮説検証を行った。さらに、アンケート調査結果の解釈と仮説検証の適切性を検討するために再度のインタビュー調査を実施した。祭り、大学、専門職労働の職務遂行については、関係者にインタビュー調査を実施することで、顧客(学習者)の成長に重要な役割を果たす要因について検討した。さらに、専門職労働については、過去に実施したアンケート調査の結果の再検討を行った。

4. 研究成果

上記の5タイプのサービスを対象として理論的・実証的に考察を行うことで、興味深い結果が多く得られているが、紙面制約上、ここでは理論的考察、および2つの専門学校での調査結果から得られた興味深い結果のみを記述したい。なお、医療系専門学校(3年制)では平成30年度~令和2年度の入学者を対象に、料理系専門学校(2年制)では令和2年度からの入学者を対象に(令和6年度入学者も対象に調査は継続している)、入学時から卒業時まで継続的にアンケート調査を実施した。

医療サービスと教育サービスの差異に関する理論的考察

医療サービスと教育サービスの間には、共通点として消費の動機となった基本的な便益の享受における遅延性、顧客のデリバリー・プロセスへの参加に伴う不快性、期待する目標の達成(便益享受)の不確実性があるが、一方で、目標(望むポジティブな変化)の水準と方向性、協働に伴う顧客参加のモチベーションの形成・維持、便益遅延性とそれに付随する諸特性に対するコントロール可能性という3点において大きな違いがあることが明らかになった。

目標水準と方向性については、医療サービスでは、患者は病気で低下した身体的健康度を元の状態に戻すこと、すなわちマイナスの状態からスタートしてゼロの常態に戻すことを目標とするが、教育サービスでは、学習者は能力を向上させ、できることを増やすこと、すなわちゼロの常態からスタートして、プラスの常態に移行することを目標とする、といった差異がある。また、教育サービスが学習者にもたらす変化には「可塑性」があることから、能力が向上することで習得を期待することも変容し、その結果として目標の水準と方向性にもポジティブな変化が継続的にもたらされ、環境条件が整えばその変化は生涯にわたって続くことが考えられる。しかし一方で、過去の学習に投入した消費資源(時間、金銭、肉体的・心理的エネルギー)の結果として経路依存性が生じ、目標の方向性における変化に制約が生じ、固定化することも推察された。

協働に伴う顧客参加のモチベーションの形成・維持については、医療サービスと教育サービスを比べると、教育サービスにおいてのほうが低下しやすいことが推察された。病気などで身体的健康度が低下するということは、ゼロの常態からマイナスの状態に陥ることであり、それによって患者はそれまではできていたことができなくなることから、さまざまな不便や不利益を知覚しやすい。このことから医療サービスの消費では、事前に罹患前の健康状態に戻るといった目標が設定されやすいし、元の常態に戻ることのできる恩恵を認識しやすいことから、デリバリー・プロセスへの参加には肉体的および精神的な苦痛を伴うとしても、参加モチベーションは教育サービスに比べると維持されやすい、と推察された。一方で、教育サービスの消費では、ゼロの常態からスタートして未知のプラスの常態に移行することを目標とするが、プラスの常態に変化した自己の姿は未知であり、それによって得られる可能性のある恩恵も経験したことがないことから、それらを認識(想像)することは難しいことによって、モチベーションは低下しやすい、と推察された。

便益遅延性とそれに付随する諸特性に対するコントロール可能性については、教育サービスの場合、便益遅延性の程度とそれに付随する2つの特性は学習者による目標設定や学習行動(消費資源の投入)のあり方を通してコントロールすることも可能であることが推察された。

2つの専門学校における学習者の便益享受と顧客満足の時系列的变化にかかわる分析結果

医療系専門学校と料理系専門学校の学習者を対象に入学時から卒業時まで継続的にアンケート調査を実施しているが、機能的便益(目標とするスキルの習得)の享受に対する知覚の変化を時系列で分析すると、両校ともに図2のような傾向、すなわちN字型カーブを描いての変化が見られた。医療系専門学校の学習者は学んだ成果として国家試験に合格しなければ希望する専門職に就くことができないが、料理系専門学校の学生は調理免許等を取得していなくても料理人として働くことができることから、この違いの結果として異なったカーブを描くことが予想されていたので、予想外の結果であった。

このようなN字型の変化は、認知バイアスであるダニング=クルーガー効果が働くことによって生じている、と推察された。ダニング=クルーガー効果は、「知識・経験(能力)」(横軸)の増加による「自信」(縦軸)の変化の説明するものであり、この曲線の変化は図2と同じような形となっている。横軸の「知識・経験(能力)」は時間経過の次元でもあり、学習時間の増加によって知識・経験(能力)が増加することを表し、縦軸の「自信」は自分自身の能力に対する自信の程度であり、これは学習による知識・経験(能力)の向上に依存して変化する、とされている。学習プロセスの初期段階では自信の程度は向上するが、これは学習者が学習内容を完全に理解したような気持ちになって、「私は優秀だ!」と自信に満ち溢れるからであるとされ、Charles

Darwin が「無知は知識よりも自信を生むことが多い」と指摘している状態にあることを表している。このような過剰な自信はメタ認知の不足によって生じるとされ、多くの場合、特定の領域での能力を生み出す知識・スキルは、本質的にその領域での能力を評価するために必要なスキルとまったく同じである、とされている。すなわち、未熟な個人は、同分野でより熟練した個人が持っている正確な自己評価に必要な程度のメタ認知スキルを持っていない、と指摘されている。そして、学習プロセスが進み、現場実習が本格的に行われるようになると、習得すべき知識・スキル体系の大きさを認識し、まだ必要な専門的な知識・スキルを十分に習得していないことを実感することで、自信を失うことから、機能的便益の享受に対する知覚が低下している、と推察された。そして、学習プロセスの最終段階において機能的便益の享受に対する知覚が向上しているのは、現場実習が“カベ”となり、すなわち現場実習において適切に対応できないという危機的な状況や挫折に直面することで力不足を実感し、それが学習者にこのネガティブなスパイラルから抜け出そうとする強いモチベーションを与え、成長が導かれていることによる、と推察された。このことから、機能的便益の享受に対する知覚の低下は必ずしも良くない傾向とは言えず、次の成長段階へと進むのに必要不可欠なステップである、とも考えられる。また、このようなN字型の変化が認知バイアスの結果として学習者に共通して現れるとするならば、教育サービスの提供者はそのような低下がもたらす弊害を最小限に抑え、成長を最大化するような施策を実施できるということである。このことから、知識・スキルの習得不足を実感させ、ネガティブな感情を喚起させるような“カベ”を適切な高さで構築するとともに、そのネガティブな感情を学習行動に向かわせる強いモチベーションに転換させることで、学習者が主体的・自律的に“カベ”を乗り越えていけるような仕組みを適切にデザインすることが必要とされることが明らかになった。

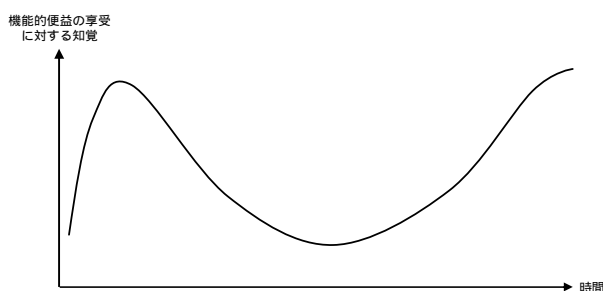


図2：時間経過と機能的便益の享受に対する知覚の関係

専門学校における成果指標としての「顧客満足」の不適切性に関する分析結果

本研究は、研究課題名にも挙げているように「便益享受」「顧客満足」「顧客参加」および「目標変容」の間における関連性を明らかにすることを目的としていた。すなわち3つの便益のそれぞれの享受のありかたは顧客満足や顧客参加、目標変容にどのような影響を及ぼすのか、さらに、そのように影響されて向上あるいは低下した顧客満足や顧客参加、目標は3つの便益の享受に対してどのような影響を及ぼすのか、を理論的・実証的に明らかにすることを主目的としていた。このような関連性の考察に「顧客満足」概念を取り入れたのは、マーケティングは顧客志向を中心概念としており、マーケティングの成果指標として「顧客満足」やそれに基づく「顧客ロイヤルティ」が用いられてきたからである。しかし、本研究での様々な教育サービスの学習者を対象とするインタビュー調査やアンケート調査の結果を分析する過程で、顧客満足は3つの便益の享受によって決定されるが、その決定に歪みが生じており、顧客満足を教育サービスのマーケティングにおける成果指標とすることに問題があるのではないかと感じるようになった。たとえば、2つの専門学校における学習者の顧客満足に対して3つの便益はどのような影響を及ぼすのか、を学習プロセスの段階ごとに分析した結果では、料理系専門学校では、どの段階においても感情的便益のほうが目標とする知識・スキルの習得にかかわる機能的便益よりも顧客満足に大きな影響を及ぼす傾向が見られた。一方、医療系専門学校では、段階によって機能的便益と感情的便益のどちらがより顧客満足に大きな影響を及ぼすのかは異なっていた。なお、このような結果の違いは国家試験の合格が必要とされるかどうかによって生じている、と推察された。

このような分析結果から、これまで顧客満足が適切な成果指標として採用されてきたのは、顧客は購入したモノやサービスの便益を即時的かつ適切に評価でき、同時にそれらは市場での活動業績と連動していると仮定できたからである、という考えに至った。そして、教育サービスの場合、便益遅延性のために、学習者は自身の参加（消費資源の投入）の成果としての便益の享受（能力の向上）を即時的に認識できないだけでなく、望む便益の生成に必要な参加には不快感を伴いやすく、さらに評価に専門的知識が必要とされることから、教育サービス組織およびその教員の能力や提供サービスの品質を適切に評価することは困難であるのではないかと、という疑問が生じた。このことから次の5つの観点から、成果指標としての顧客満足の不適切性について検討した。

(1) 可塑的変化の認識困難性によって、顧客満足に歪みが生じる可能性

便益遅延型サービスは可塑性を前提とするサービス、便益即時型サービスは可逆性を前提

するサービスである。教育サービスは可塑性に働きかけることでポジティブな変化を促し、不可逆な状態を形成することに貢献する。一方、便益即時型サービスの場合、各消費機会において享受するポジティブな変化は一時的なものであり、消費後に変化は消滅し、元の状態に戻る。サービス消費によって人間の身体や感情に即時的かつ急激に変化がもたらされ、さらに、その変化が一時的なものである場合には、顧客はその変化における方向性と水準を容易に知覚し、それが期待していたものであるかどうかを評価することが可能である。しかし、サービス消費によって人間の身体や能力にもたらされる変化が遅延的に、さらに緩慢的かつ継続的に生じ、そのもたらされた変化が蓄積されて常態になる場合には、顧客はその変化をサービスの消費過程や消費直後において知覚し、それが望むものであったかどうかを評価することは困難である。この結果として、顧客満足に歪みが生じるおそれがある。

(2)即時的に評価可能な感情状態によって、顧客満足が大きく影響される可能性

教育サービスの消費では、機能的便益の享受は遅延的に、さらに緩慢的かつ継続的にしか行われなことから、学習者がそれを評価することには困難性を伴う。一方、感情状態の変化は即時的かつ急激にもたらされ、学習者はその変化における方向性と水準を容易に知覚することが可能であることから、感情的便益の享受に対する知覚が教育サービスの評価において中心的役割を果たし、顧客満足が形成される可能性が高いことが考えられる。

(3)チャレンジとスキルのアンバランスによって、顧客満足が低下する可能性

Csikszentmihalyiによると、ある時点におけるチャレンジとスキルのバランスが取れているときにフロー状態になり、集中して頑張るとされる。集中して頑張ることで機能的便益の享受が促されるだけでなく、フロー状態はポジティブな感情状態への移行であることから、学習者のチャレンジとスキルのバランスがとれていることで高い顧客満足が形成される。しかし一方で、チャレンジとスキルのバランスが崩れると、感情状態はネガティブな状態に陥ることから、顧客満足は低下する、あるいは不満足が形成されることになる、と考えられる。

(4)顧客満足形成モデルにおける構成要素の測定困難性

従来の顧客満足形成モデルにおける構成要素は、教育サービスの消費では適切かつ即時的に測定することが困難である。

(5)成果水準とは無関係に、目標水準によって顧客満足が決定される可能性

顧客満足は教育サービスの品質や価値とは無関係に、学習者の目標水準にのみ依存して形成されるおそれがある。顧客満足形成は比較基準と知覚成果との比較によって行われ、知覚成果が比較基準を上回る場合には、その上回る程度に応じて顧客満足が向上する、と仮定されている。しかし、教育サービスの消費では、学習者の目標水準を大きく超えるような成果水準をデリバリーするようにデザインされた教育サービスは、顧客満足の向上ではなく、顧客満足の低下、さらには不満足形成を導くおそれがある、と考えられる。なぜならば、教育サービスがめざす成果水準が顧客の目標水準を超えて高くなるほど、その教育サービスは学習者が望むものとは質的に異なるものとなり、さらに学習者に過大な(投入しても良いと考える水準を超えて)消費資源の投入を要求することになるからである。この結果として、教育サービスのめざす成果水準と顧客満足の間には逆U字型の関係が成立することになる、と考えられる。

このように5の観点から顧客満足の成果指標としての適切性を検討すると、学習者の顧客満足には歪みが生じやすく、教育サービス自体の品質や提供者の指導スキルを適切に反映したものととはならないことが明らかになったことから、顧客満足に代わるマーケティングの成果指標について検討した。代替指標の選定においては、教育サービスの学習過程における学習者のポジティブな変化を測定するための短期的成果指標と、遅延的に享受される機能的便益と価値観的便益が導くポジティブな変化を測定するための長期的成果指標の両方を選定する必要があるだけでなく、短期的成果指標は長期的成果指標の先行指標となるものでなければならない、と考えた。長期的成果指標は学習者が最終的に目標とする能力を習得し、それを活用して実行したいと考えていたことをできたかどうかであり、アンケート調査での測定は困難であることから、本研究では、その先行指標となると考えられる短期的成果指標について、実証的に考察を行った。具体的には、「目標の達成度」「目標の向上」「ウェルビーイング」を取り上げ、それらに対してどのような便益の享受が影響を及ぼすのかを実証的に考察した。その結果、目標の達成度と目標の向上は機能的便益の享受に対する知覚に影響されて向上する傾向があり、学習者の可塑的变化を反映したものになっていた。ウェルビーイングについては、感情的便益に影響される傾向があるが、卒業時は機能的便益の影響力が大きくなっていることから、卒業時に測定する短期的成果指標としては適切である、と考えられた。他の短期的成果指標としては「内発的モチベーションの生成度」「非認知的スキルの向上」「メタ認知の向上」などが考えられることから、今後はこれらについても実証的考察を行っていく予定であり、その結果を総合的に評価することで顧客満足に代わる成果指標を提案したい、と考えている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 4件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 4件）

1. 著者名 原広司・佐藤圭・小林哲	4. 巻 Vol.4, No.1
2. 論文標題 ゲイン・ロスフレームが特定保健用食品の購買意思決定に及ぼす影響	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 マーケティングレビュー	6. 最初と最後の頁 3-10
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.7222/marketingreview.2023.001	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Kazuhiro Fujimura	4. 巻 269
2. 論文標題 An Analysis of the Relationship Between Goal Change and Skill Improvement in the Consumption of Education Services: A Case Study of the Management Game	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Advances in Human Factors in Training, Education, and Learning Sciences, Proceedings of the AHFE 2021	6. 最初と最後の頁 353-361
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1007/978-3-030-80000-0_42	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Fumiyo Ozaki and Kazuhiro Fujimura	4. 巻 269
2. 論文標題 An Examination of the Effect of Common Language on the Creation of a Sense of Unity Between Organization Members in a Management Game	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Advances in Human Factors in Training, Education, and Learning Sciences, Proceedings of the AHFE 2021	6. 最初と最後の頁 387-395
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1007/978-3-030-80000-0_46	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Kazuhiro Fujimura and Fumiyo Ozaki	4. 巻 1211
2. 論文標題 Developing a Model on the Effects of Management Games for Human Resource Development: From a Benefit Delay and Acquisition Perspective	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Advances in Human Factors in Training, Education, and Learning Sciences, Proceedings of the AHFE 2020	6. 最初と最後の頁 204-211
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1007/978-3-030-50896-8	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計7件（うち招待講演 1件 / うち国際学会 3件）

1. 発表者名 藤村和宏
2. 発表標題 便益遅延型サービスとしての医療
3. 学会等名 第81回日本癌学会学術総会内の日本学術会議臨床医学委員会腫瘍分科会主催の公開シンポジウム「患者と医療者が協創するがん医療を目指して」（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Kazuhiro Fujimura
2. 発表標題 An Analysis of the Relationship between Goal Change and Skill Improvement in the Consumption of Education Services: A Case Study of the Management Game
3. 学会等名 2th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Fumiyo Ozaki and Kazuhiro Fujimura
2. 発表標題 An Examination of the Effect of Common Language on the Creation of a Sense of Unity between Organization Members in Management Game
3. 学会等名 2th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 藤村和宏
2. 発表標題 教育サービスのマーケティングに関する考察 ~学習者の目標の達成と向上に観点から~
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会 2021年6月例会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 小林哲・佐藤圭（甲南大学）
2. 発表標題 教育サービスにおける便益遅延現象に関する探索的考察
3. 学会等名 日本商業学会関西部会 2021年6月例会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 高室裕史
2. 発表標題 医療におけるサービス・マネジメントの可能性 ～便益遅延性とナラティブ・アプローチの視点から～
3. 学会等名 日本商業学会関西部会 2021年6月例会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Kazuhiro Fujimura and Fumiyo Ozaki
2. 発表標題 Developing a model on the effects of Management Games for human resource development: From a Benefit Delay and Acquisition Perspective
3. 学会等名 11th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (国際学会)
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計2件

1. 著者名 藤村 和宏	4. 発行年 2022年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 325
3. 書名 便益遅延型サービスのマーケティングの方向性を探る	

1. 著者名 藤村和宏	4. 発行年 2020年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 423
3. 書名 『「便益遅延性」が顧客満足・顧客参加に及ぼす影響 医療サービスにおける消費とマーケティングのあり方を考える』	

〔産業財産権〕

〔その他〕

香川大学 経済学部 藤村研究室「研究報告」 https://mkresearch.ec.kagawa-u.ac.jp/infos/top.php
--

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	高室 裕史 (Takamuro Hiroshi) (30368592)	甲南大学・経営学部・教授 (34506)	
研究分担者	磯田 友里子 (Isoda Yuriko) (40822200)	高知大学・教育研究部人文社会科学系人文社会科学部門・講師 (16401)	
研究分担者	小林 哲 (Kobayashi Tetsu) (60225521)	大阪公立大学・大学院経営学研究科・教授 (24405)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------