

平成 30 年 6 月 27 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(A) (一般)

研究期間：2013～2017

課題番号：25240050

研究課題名(和文) 経験・信頼に基づく知識活用型サービスバリューチェーンの実証研究

研究課題名(英文) A Study on Knowledge-based Service Value Chain System based on Experience and Credibility

研究代表者

原 良憲 (Hara, Yoshinori)

京都大学・経営管理大学院・教授

研究者番号：20437297

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 35,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、サービス価値の創出・持続化のため、経験と信頼に基づく価値創造のメカニズムを探求し、サプライチェーン全体のモデル化による実務分野への適用を行った。情報サービス、対人サービス双方の特性を考慮した分析を行い、環境・文脈・非言語(ふるまい)といった高コンテキスト情報に着目した「切磋琢磨の価値共創モデル」を提案し、SNSや地域コミュニティブランド構築等での適用検証を行った。合わせて、価値創出のための交流関係性(他者に対する信頼が経済的に豊かな社会ほど高くなる等)、文脈依存型サービスにおけるグローバル展開の方策、サプライチェーン全体でのリスクと成果の要因分析等についての研究成果が得られた。

研究成果の概要(英文)：We have studied on the value creation framework based on experience and credibility to maintain and enhance service values, and applied the proposed framework to practical service domains. With the integration of both information and human initiated service research activities, we have proposed a value co-creation model which focuses on high context communication information such as environments, non-verbal human behaviors. By applying the proposed model to SNS applications and local community brand developments, we have demonstrated the usefulness of our study. Implications we have derived are: (1) the richer the economic society is, the more impacts the experience and the credibility to others have, (2) an approach exists for global enhancement based on context-dependent services, (3) a balanced relationship exists between risks and performances in the supply chain management, etc. These research results contribute to avoiding the commoditization of service and product values.

研究分野：サービス・イノベーション

キーワード：サービスマネジメント サービス・バリューチェーン サービス情報学 経験価値 信頼価値 サービス文化的要因 サービス品質 サービスステイパビリティ

1. 研究開始当初の背景

21世紀の成熟化した社会においては、高品質なプロダクトやサービスの価値が低下するコモディティ化の状態に直面している。例えば、近年のパソコンやテレビに代表されるように、デジタル化やモジュール化により、比較的容易に製品の複製が行える状況にある。このため、生産過剰となり、市場浸透のあるフェーズを過ぎると急激に経済的価値が低下してしまう。そこで、サービス学の研究領域から、価値を毀損させずに持続的発展が行える価値創出の枠組みを提供し、産業自体の活性化、並びに、効果の持続化を実現する必要がある。

従来、経営・マーケティング分野では、製品製造過程の効率化（プロダクトバリューチェーン）、知覚価値評価手法（SERVQUAL, CSI）などの研究・実践活動が進められてきている。しかし、個別フェーズの課題解決手法に留まっており、価値毀損を解決するアプローチは、見いだされていない。一方、情報学の分野では、大規模情報の品質向上方策として、情報の信憑性や、情報源（情報提供者）の信頼性に関する研究が進展し、情報高品質化に基づく付加価値機能（高度検索など）が実現されてきているが、インターネット上の情報サービスという特定領域に留まっている。

2. 研究の目的

そこで本研究では、サービス価値の創出・持続化という観点から、上述の価値のコモディティ化の回避に対する取組みの検討を行うことを目的とした。具体的には、生産過程や消費過程における経験と信頼に基づく価値創造のメカニズムを探求し、サプライチェーン全体のモデル化による実務分野への適用を行うこととする。情報サービス、対人サービス双方の特性を考慮した分析を行い、環境・文脈・非言語（ふるまい）といった高コンテキスト情報に着目した「切磋琢磨の価値共創モデル」を提案し、SNS や地域コミュニティブランド構築等での適用検証を行う。合わせて、価値創出のための交流関係性、文脈依存型サービスにおけるグローバル展開の方策、サプライチェーン全体でのリスクと成果の要因分析等についての研究も進め、広義の価値を持続発展するプロセスについての研究を進展させることを目的とした。

3. 研究の方法

研究の方法としては、「サービスの増幅」というコンセプト（参考文献：吉川弘之「サービス工学序説—サービスを理論的に扱うための枠組み—」, *Synthesiology*, 1(2) pp. 111-122, 2008）をふまえて、製品やサービス利用時の経験価値（経験するまで把握不可能な価値）と信頼価値（経験してなお十全に把握しきることが不可能な価値）に着目したサービス高品質化研究を行った。また、付加価値形成・維持の仕組み（知識活用型サー

ビスバリューチェーン）を構築するアプローチを採用した（参考文献：James L. Heskett, et al., “The Value Profit Chain”, Free Press, 2002）。さらに、環境・文脈・非言語（ふるまい）といった高コンテキスト情報から影響を受ける経験価値と信頼価値の関係性を分析し、情報サービス、対人サービスなどにおける具体的領域での持続的な価値創出を目指す仮説構築・検証を行った。

研究手法の策定に際しては、文理融合の専門分野を有する複数の研究者からなるグループとして活動を遂行した。また、エスノメソドロジー、定量的マーケティング分析、サービスモデリングや、サービスデザインなど、実践的方法論と実証的方法論とを組み合わせ、定性、定量の両面から当該領域に対する研究活動を行った。

情報サービス分野では、「知識循環社会のための情報学研究拠点」などの活動を中心に進めてきた研究者・グループにより、価値の毀損を防ぐ有望な手段として、信頼に基づく価値形成の研究を遂行した。本研究では、信憑性に基づく情報の高品質化研究（信憑性の高いオンライン集合知の形成等）を進展させ、情報のコモディティ化を防ぐ仕組みの実現化を検討した。その上で、情報だけでなく、ものや人を含むリアルビジネスのコモディティ化を防ぐ仕組みを構築するアプローチを採用した。

また、対人サービス分野では、JST「日本型クリエイティブ・サービスの理論分析とグローバル展開に向けた適用研究」プロジェクトなどの活動を中心に進めてきた研究者・グループにより、価値の毀損を防ぐ有望な手段として、主として経験に基づく価値形成の研究を遂行した。本研究では、「切磋琢磨の価値共創モデル」（慮り、見立て、擦り合わせ）、高コンテキストコミュニケーションに基づく経験価値、サービス観察・デザインのフェーズで有用なエスノメソドロジーなどの方法論の構築、精緻化を行った。

その上で、対人サービスだけでなく、Twitter 情報など SNS を含む情報サービスビジネスでの評判、信憑性にも適用可能な実証分析を進めるアプローチをとり、情報サービス研究側成果との統合を図った。

4. 研究成果

(1) 情報サービス高品質化手法の研究成果
発信者の信頼感と利用者の経験・体験とが重要な役割を果たしていると考えられることから、インターネット上での氾濫する情報の一部が、如何にして信憑性を得るかといった従来の研究を整理し、経験・体験の価値を形式化するため、従来の名詞キーワード中心の検索技術ではなく、〇〇を××したいといった動詞中心、タスク中心の検索技術による方式の研究開発を実施した。また、SNS データを使って、新サービスや新商品の探索・経験・信頼価値の割合変化を測る手法の開発

(リアルタイムに Twitter のツイートを取得・蓄積)と、宿泊プランやレビュー情報を使って、ホテル予約ポータルサイトの探索・経験・信頼価値をモデル化・管理する手法の開発を行った。具体的には、ポータル上でのプランを探索する時間の最小化を探索価値と捉え、ポータル利用者全体が探索に費やす総時間を最小化する問題を、数理計画法を用いて定式化した。

ユーザ発信型事例として、レビュー情報サービス、および、質問応答サービスを取り上げ、その信頼性価値の分析を行ない、情報発信者の多様性計算が重要であるという知見を得た。

(2) 対人サービス高品質化手法の研究成果
サービス提供者と利用者とのやりとりが行われる環境的なコンテキスト(文脈)がその真の価値を決定づける。このため、一例として江戸前鮎の事例研究を行い、職人(サービス提供者)と顧客とがコンテキストを共有する上でのプロセスを明らかにした。また、文化に根差したサービスの観点から、対人サービスにおける「経験・信頼価値」との関係について概念を整理した。

また、リアルビジネスを通じて経験する人の振る舞いや、コミュニティの交流関係性のデータに着目し、経験・信頼価値への影響要因を分析した。具体的には、料亭での接客場面や、情報サービスとしてのレシピ検索や Twitter 活用場面などを対象に、経験・信頼価値の動的側面に着目した情報・サービスの高品質化方法論を開発した。経験・信頼価値の創出においては、単なる知識の習得・分析だけでなく、知識と経験に基づく身体的な行為やブランドとの関連づけが重要である。特に、暗黙知の活用を前提としたサービスに対しては、サービス提供者・被提供者間の緊張感ある価値共創などが経験・信頼価値の創出において有用であることが示された。

今まで属人的に扱われてきた経験・信頼価値の創出に対しても、種々の行為の整理を行い、効果的な教育・活用を目指した「切磋琢磨の価値共創」モデルを提案した。さらに、「切磋琢磨の価値共創」モデルを、サービスビジネスのグローバル展開事例に適用し、文化差の観点から、経験・信頼価値との関係についても解釈・整理を行った。

観光地の分析を通し、サービス複合化による高品質化プロセスを明示した。詳細分析のために、サービス利用行為と体験とを関連付けた調査を行い、石川県粟津温泉を中心に地域コミュニティブランド価値向上の為の実証研究を実施した。

(3) コモディティ化への対応を行う情報・サービスの高品質化

体験共有が誘引する価値増幅の現象に関した経験・信頼価値フレームワークの探索、及び評価指標明示化の実証分析を進めた。ま

ず、情報領域では、消費者の評価(レビュー)データを分析集約し、ものやサービスの優劣を比較できる手法を開発した。特に、経験属性に関するユーザ評価データを機械学習することで、ものやサービスの経験属性に基づく評価が行えるようなシステムを開発した。またリアルサービス領域では、他者とコンテキストを共有するという体験共有型の仕組みに関する分析手法開発・検証を行った。一例として、観光客が実際に体験する「ワインツーリズムやまなし」を対象に、観光客へのコンテキスト共有を促す IT による仕組み作りやその評価を行う基盤の整備を行なった。

顧客接点のサービスや、ホスピタリティ価値提供事例において、初心者と熟練者とのふるまいの比較分析を行うことにより、情報・サービスの高品質化に影響を与えるプロセスについて整理し、評価指標の提案を行った。特に、定型的対応を行うフェーズと非提携的対応を行うフェーズの差異がサービスの高品質化に影響を与えることなどの知見が得られた。

(4) グローバルビジネス化への対応を行う情報とサービスの高品質化手法の研究成果

グローバル化に対応する研究として、信頼と社会・文化的要因の関係に関する研究を遂行し、信頼・心理・行動と、行為者を取り囲む社会生態環境との関係を分析した。他者一般に対する信頼が、当該社会が経済的に豊かであるほど高くなりやすいことを見出した。また、SNS 上で自分の意見・価値観等を表明すること(ある種のリスクを犯す行動)への動機付けについて調査し、新たな社会関係構築の機会が多い SNS でこそ、意見等を他者に表明することと、社会関係構築の成功とがつながりやすいことが示された。

交流関係性の構築方策(他者に対する信頼構築、SNS における意見表明等)と経済・社会的価値に関する研究を進めた。今後は、多岐に渡る消費者心理・行動傾向に対する文化的影響を分析し、リアルとネット内で文化的影響の強さの異なる消費者タイプを類型化したのち、グローバル化を視野に入れた経験・信頼価値創出のための基礎理論を構築する。

ホテル等のホスピタリティサービス領域における経験価値・信頼価値、並びに、消費者心理・行動傾向に対する文化的影響に関する分析結果をまとめた。ハイコンテクスト性と信頼における文化差、特に、暗黙的な情報提供のしかたを前提とした価値共創フレームワークを提案した。

(5) 知識活用型サービスバリューチェーンの実証分析の研究成果

サービスバリューチェーン構築を目指すマイルストーンとして、サービスにおける価値の相互主観的構築について、アパレルサービスなどを対象にデータ収集を実施した。ま

た、このようなサービスバリューチェーンの事例として、金融サービスにおける顧客・従業員にとっての価値測定を実施した。法人顧客と担当従業員の組み合わせでのデータを取得したことで、両者のギャップが創出される価値にどのような影響を与えるかの分析が可能となった。

アパレルなどのサービスの経験的分析を継続し、文脈依存型のサービスをどのように規模展開するのかという視座から理論的枠組みを探究した。その中で相互主観的な行為によって打ち立てられるという遂行性、また、行為を可能にする文脈はその行為自体によって打ち立てられるというリフレクシビティを概念化した。サービスの価値はこのような文脈構築に依存するため、文脈を所与のものとはせず、文脈が構築される行為をサービスの行為の一部として捉えることができた。

コモディティ化の対応を行う金融サービス事例に加え、グローバルビジネスとしてのベトナム建設業を対象としたサプライチェーン全体のリスクとパフォーマンスの要因分析を行った。プロダクト価値創出系企業とサービス価値創出系企業との比較分析を行い、プロダクト創出系企業の価値創出が加工・組立的なプロセスにおける知識活用依存するのに対し、サービス創出系企業の価値創出が需要側の経験・信頼に関連する要素に依存することに起因している点などを定量的に明示した。本科研プロジェクト研究活動のまとめとして、(1)～(4)の実証研究をもとにした知識活用型サービスバリューチェーンに関する活動内容について、ICServ2017 国際会議パネル討論等にて発表を行い、関連の研究成果を国際ジャーナルやプロシーディングスとしてまとめた。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計75件)

- ① Huy Truong Quang, Yoshinori Hara, "Supply chain risk management: manufacturing- and service-oriented firms", *Journal of Manufacturing Technology Management*, 査読有, 29, 2018, 218-239.
- ② Huy Truong Quang, Yoshinori Hara, "Risks and performance in supply chain: the push effect", *International Journal of Production Research*, 査読有, 56, 2017, 1369-138
DOI: 10.1080/00207543.2017.1363429
- ③ Hoang To Loan Nguyen, Youji Kohda, "Toward A Knowledge Management Framework for Auditing Processes", *International Journal of Knowledge and Systems Science*, 査読有, 8, 2017, 45-67.
- ④ Lu, M., Hamamura, T., Doosje, B., Suzuki, S., Takemura, K., "Culture and group-based emotions: Could group-based

emotions be dialectical?", *Cognition and Emotion*, 査読有, 31, 2017, 937-979.

DOI:10.1080/02699931.2016.1185394

⑤ Takemura, K., Suzuki, S., "Self-expression and relationship formation in high relational mobility environments: A study of dual users of American and Japanese social networking sites", *International Journal of Psychology*, 査読有, 52, 2017, 251-255.

DOI: 10.1002/ijop.12208

⑥ 平本 毅, 山内 裕, 「相互行為としてのクリーニング;クリーニング店の接客場面の会話分析」, *日本語学*, 査読有, 36(4), 2017, 18-30.

⑦ Yamauchi, Y., Hiramoto, T., "Reflexivity of routines: An ethnomethodological investigation of initial service encounters at sushi bars in Tokyo", *Organization Studies*, 査読有, 37, 2016, 1473-1499

<https://doi.org/10.1177/0170840616634125>

⑧ 山内 裕, 佐藤那央, 「サービスデザイン再考—相互主観性からの視座—」, *マーケティングジャーナル*, 査読無, 35, 2017, 67-74

⑨ Takemura, K., Hamamura, T., Guan, Y., Suzuki, S., "Contextual effect of wealth on independence: An examination through regional differences in China", *Frontiers in Psychology*, 査読有, 7, 2016
DOI: 10.3389/fpsyg.2016.00384

⑩ Kimiko Ryokai, Noriko Misra, Yoshinori Hara, "Artistic Distance: Body Movements as Launching Points For Art Inquiry", *Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, CHI EA'15*. 査読有, 2015, 679-686

DOI: 10.1145/2702613.2702958

⑪ 内田臣了, 山本岳洋, 加藤 誠, 大島裕明, 田中克己, 「経験的属性によるオブジェクト検索」, *日本データベース学会和文論文誌*, 査読有, 14-7, 2016, 1-7

⑫ 内田臣了, 山本岳洋, 加藤 誠, 大島裕明, 田中克己, 「不確かな順序関係の分析に基づく経験的属性によるオブジェクト検索」, 第8回データ工学と情報マネジメントに関するフォーラム」, 査読有, C2-4, 2016, 1-8

⑬ Kosuke Takemura, Satoko Suzuki, "Self-expression and relationship formation in high relational mobility environments: A study of dual users of American and Japanese social networking sites", *International Journal of Psychology*, 査読有, 2015, 1-5

DOI: 10.1002/ijop.12208

⑭ Kosuke Takemura, T. Hamamura, Y. Guan, Satoko Suzuki, "Contextual effect of wealth on independence: An examination

through regional differences in China”, *Frontiers in Psychology*, 査読有, 7, 2016, 1-9

DOI: 10.3389/fpsyg.2016.0038

⑮ Yutaka Yamauchi, “Reflexive Organizing for Knowledge Sharing: An Ethnomethodological Study of Service Technicians”, *Journal of Management Studies*, 査読有, 52-6, 2015, 742-765

DOI: 10.1111/joms.12136

⑯ Kosuke Takemura, “Being different leads to being connected: On the adaptive function of uniqueness in “open” societies”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 査読有, 45, 2014, 1579-1593

DOI: 10.1177/0022022114548684

⑰ Falk, C. F., Heine, S. J., Takemura, K., Zhang, C. X. J., & Hsu, C.-W., “Are implicit self-esteem measures valid for assessing individual and cultural differences?”, *Journal of Personality*, 査読有, 83, 2015, 56-68

DOI: 10.1016/j.eneco.2014.11.019

⑱ 梅本和俊, 山本岳洋, 田中克己, 「検索専門性と事前知識に着目した検索行動とタスク満足度の関係性分析」, *情報処理学会論文誌 (トランザクション) データベース (TOD64)*, 査読有, 2014, 13-28

⑲ Yutaka Yamauchi, “User knowledge transformation through design: A historical materialism perspective”, *Information and Organization*, 査読有, 24, 2014, 270-290

⑳ 原 良憲, 岡 宏樹, 「日本型クリエイティブ・サービスの価値共創モデル - 暗黙的情報活用に基づく価値共創モデルの発展的整理 -」, *研究 技術 計画*, 査読有, 28, 2013, 254-261

[学会発表] (計201件)

① Suzuki S., Takemura, K., “The Effects of Diversity in Innovation: The Moderating Role of Universal-Diverse Leaders”, *Academy of International Business Annual Meeting*, 2017

② Yamauchi, Y., Suzuki, S., Matsui, T., “New Customers for an Old Service: A Case of Sushi in Japan”, *Consumer Culture Theory Conference*, 2017

③ Yutaka Yamauchi, “Service as Intersubjective Struggle: A Study of Sushi”, *International Conference on Serviceology*, 2017 (invited)

④ Quang, H. T., Hara Y., “Risks and Performance in Supply Chains Comparison between Manufacturing and Service Firms”, *International Conference on Serviceology*, 2016

⑤ 原 良憲, 嶋田 敏, 「三方よし・四方よしの事業フレームワーク - サービス・ケ

イパビリティ面からの考察 -」, *サービス学会第5回国内大会*, 2017

⑥ 加藤 誠, 内田臣了, Wiradee Imrattanatrai, 山本岳洋, 大島裕明, 田中克己, 「文脈誘導型ランキング学習」, 第9回データ工学と情報マネジメントに関するフォーラム (DEIM Forum 2017), 2017

⑦ Keiko Toya, Masaaki Mochimaru, Kentaro Watanabe, Shintaro Tanno. “Internal and External Obstacles of Servitization in Japanese Major Manufactures”, *Spring Servitization Conference 2016*, 2016

⑧ Janthorn Sinthupundaja, Youji Kohda, Navee Chiadamrong, “Co-production of Value Propositions to Enhance Service Satisfaction: Case Study of Socialgiver.com”, *R&D Management Conference*, 2016

⑨ Yamauchi, Y., “Service is an Inter-Subjective Struggle: A Study of Sushi Bars in Tokyo”, *Consumer Culture Theory (CCT) Conference*, 2016

⑩ 鈴木智子, 「ホスピタリティ産業におけるコンテキストを生成・活用するサービス・デザイン」, *インテグレイティド・ホスピタリティシンポジウム*, 2017 (招待講演)

⑪ Yoshinori Hara, “Service Capability in the Context of Japanese Creative Services”, *JAIST International Symposium on Knowledge Science*, 2016 (招待講演)

⑫ Yoshinori Hara, “Sustainability and Scalability in Japanese Creative Services”, *ISAGA/JASAG2015*, 2015 (招待講演)

⑬ Hisashi Masuda, Yoshinori Hara, “Developing an Ad-hoc Questionnaire Model for Extracting Consumer Behaviour in Service Encounter”, *International Conference on Serviceology*, 2015

⑭ Yoshiyuki Shoji, Sumio Fujita, Akira Tajima, Katsumi Tanaka, “Who Stays Longer in Community QA Media? - User Behavior Analysis in cQA -”, *The 7th International Conference on Social Informatics*, 2015

⑮ Satoko Suzuki, T. Hamamura., Kosuke Takemura, “Cultural differences in indulgent consumption: The influence of emotion reappraisal tendency”, *The International Conference of Asian Marketing Associations*, 2015

⑯ 山内 裕, 「闘争としてのサービス: デザインへの含意」, *ヒューマンインタフェース学会 UXSD 研究会*, 2015 (招待講演)

⑰ Hisashi Masuda, Wilfrid Utz, Yoshinori Hara, “Development of an Evaluation Approach for Customer Service Interaction Models”, *The 7th International Conference on Knowledge Science, Engineering and Management (KSEM 2014)*, 2014

⑱ Keiko Toya, “Value Co-Creation Model for Sustainability”, *American Marketing*

Association SERVICE SIG, 2014

⑱ Shu Takahashi, Ayumu Sugiyama, Youji Kohda, "Quantative Evaluation of the Coffee Service: Quality and Customer Value by Mining Twitter", 9th International Conference on Knowledge, Creativity Support System (KICSS2014), 2014

⑳ Shu Takahashi, Yuto Niwa, Ayumu Sugiyama, Hieu Chi Dam, Takafumi Kawasaki, "Analysis of service values: A study on Japanese coffee market by using Twitter Mining", The Third Asian Conference on Information Systems (ACIS 2014), 2014

〔図書〕(計25件)

① Yoshinori Hara, Dimitris Karagiannis (Eds.), "Serviceology for Services", Springer, 2017, 237.

② Tsutomu Nakano, Yutaka Yamauchi, "Culture as a new frontier of business: a study of service provider customer interactions at Sushi Bars in Tokyo" in Tsutomu Nakano (Ed), Japanese Management in Evolution, Routledge, 2017, 336(193-210)

③ 山内 裕, 平本 毅, 杉万俊夫, 「組織・コミュニティデザイン」, 共立出版, 2017, 248.

④ Hara, Y., Maegawa, Y., Yamauchi, Y., "Sustainability and Scalability in Japanese Creative Services" in Kwan, S., Spohrer, J., Sawatani, Y. (Eds.), Global Perspectives on Service Science: Japan, Springer, 2016, 349(249-260)

⑤ Hara, Y., "Japanese Creative Service and Its Competitive Value Co-creation Processes", in Kaneda T., Kanegae H., Toyoda Y., Rizzi P. (eds), Simulation and Gaming in the Network Society, Translational Systems Sciences, Springer, 9, 2016, 474(159-172)

⑥ Hara, Y., Masuda, H., "Global Service Enhancement for Japanese Creative Services Based on the Early/Late Binding Concepts" in Karagiannis, D., Mayr, H., Mylopoulos, J. (Eds.), Domain-Specific Conceptual Modeling, Springer, 2016, 594(509-526)

⑦ Yamauchi, Y., "User-De-centeredness in Service Design", in T. Maeno, Y. Sawatani, T. Hara, Serviceology for Designing the Future, Springer, 2016, 603 (583-594)

⑧ Shu Takahashi, Ayumu Sugiyama, Youji Kohda, "A Method for Opinion Mining of Coffee Service Quality and Customer Value by Mining Twitter", in Knowledge, Information and Creativity Support Systems, Springer, 2016

DOI: 10.1007/978-3-319-27478-2_39

⑨ 小林潔司, 原 良憲, 山内 裕 (編著),

「日本型クリエイティブ・サービスの時代: 『おもてなし』への科学的接近」, 日本評論社, 2014, 229

⑩ 山内 裕, 「『闘争』としてのサービス - 顧客インタラクションの研究」, 中央経済社, 2014, 243

〔産業財産権〕なし

〔その他〕なし

6. 研究組織

(1) 研究代表者

原 良憲 (HARA, Yoshinori)

京都大学・経営管理大学院・教授

研究者番号: 20437297

(2) 研究分担者

田中 克己 (TANAKA, Katsumi)

京都大学・情報学研究科・名誉教授

研究者番号: 00127375

戸谷 圭子 (TOYA, Keiko)

明治大学・グローバル・ビジネス研究科・
専任教授

研究者番号: 20350308

杉山 歩 (SUGIYAMA, Ayumu)

山梨県立大学・国際政策学部・講師

研究者番号: 20586606

竹村 幸祐 (TAKEMURA, Kosuke)

滋賀大学・経済学部・准教授

研究者番号: 20595805

鈴木 智子 (SUZUKI, Satoko)

一橋大学・大学院経営管理研究科・准教授

研究者番号: 20621759

前川 佳一 (MAEGAWA, Yoshikazu)

京都大学・経営管理大学院・特定准教授

研究者番号: 30511290

山内 裕 (YAMAUCHI, Yutaka)

京都大学・経営管理大学院・准教授

研究者番号: 50596252

神田 陽治 (KOHDA, Youji)

北陸先端科学技術大学院大学・先端科学技
術研究科・教授

研究者番号: 80417261

(3) 連携研究者

増田 央 (MASUDA, Hisashi)

京都大学・経営管理大学院・特定講師

研究者番号: 70708875

嶋田 敏 (SHIMADA, Satoshi)

京都大学・経営管理大学院・特定助教

研究者番号: 10760514

(4) 研究協力者

Dimitris Karagiannis

University of Vienna, Research Group
Knowledge Engineering, Professor

Huy Truong Quang

京都大学・大学院経済学研究科・博士後期
課程学生