

令和 5 年 10 月 30 日現在

機関番号：32644

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2019～2022

課題番号：19K01946

研究課題名（和文）カスタマイゼーション・システムの実証研究を通じた 共創活動のメカニズム解明

研究課題名（英文）Elucidation of the mechanism of co-creation activities through empirical research on customization systems

研究代表者

遠藤 誠二（Endo, Seiji）

東海大学・経営学部・教授

研究者番号：90609413

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,600,000円

研究成果の概要（和文）：顧客が、企業とどのように共創を推進し、カスタマイズ製品を創出するのか明確に理解されていなかった。本研究は、そのメカニズムを解明することを目的とした。その為に、企業リーダー、製造現場、自治体へのインタビューのデータを分析した。その結果、カスタマイズ製品は企業リーダーや製造現場など組織内部のメンバーと顧客やサプライヤーを含めた組織外部が有機的に連携し、顧客に長期的視点でカスタマイズ製品を提供していた。さらに、企業はカスタマイズ製品で得られた顧客ニーズをスタンダード製品の開発に活用していた。つまり、スタンダード製品と有機的連携がなければ顧客が満足するカスタマイズ製品の提供が困難であることがわかった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

学術的意義は、共創を通じたインターナル・マーケティングの重要性である。つまり、カスタマイズ製品を顧客へ提供する為に、組織内部の企業リーダーと社員や製造現場とのフラットな有機的連携が重要となる。それは、一方的な官僚組織では顧客との双方向的対話から生まれるカスタマイズ製品の提供が難しくなってしまうからである。社会的意義として、個々の顧客ニーズを基に提供されるカスタマイズ製品は在庫を大幅に削減することで、在庫管理に充てる時間を削減し、労働環境の改善が可能となるシステムであった。さらに、顧客の過度な消費を適正に抑えることで、サステナブル社会に貢献できる可能性を秘めたシステムであることが明らかになった。

研究成果の概要（英文）：Until now, there has been no clear understanding of how customers co-create with companies to produce customized products. The purpose of this study was to clarify the mechanism of the customization process. Thus, we analyzed data from interviews with company leaders, manufacturing sites, and local governments. As a result, customized products were provided to customers from a long-term perspective through close collaboration between internal members of the organization, such as company leaders and employees at manufacturing site, and outside the organization, including customers and suppliers. In addition, companies applied the information obtained from customized products to the development of standard products. In other words, it was found that it would be difficult to provide customized products that satisfy customers without organic collaboration with standard products.

研究分野：マーケティング

キーワード：パーソナリゼーション 共創 スタンダードデザイン サステナビリティ

1. 研究開始当初の背景

近年の技術革新 (ICT や SNS など) により、顧客と企業の関係 (B2C) が一方的から双方向となり、対等で価値の高い共創的アプローチが重要な時代になりつつある (Sheth, 2017)。そこでは、サービスを提供する企業のみならず、製品を製造する企業でも積極的に顧客との共創活動を通じて、価値の高い製品を継続的に市場に提供している。その共創活動は、Apple などの大企業のみならず中小企業でも可能になりつつある。

これまでの顧客と企業の共創 (Co-Creation) 活動は、限られた顧客と企業によって推進されてきた。ユーザー・イノベーションはその一例である。一方、オープン・ネットワーキングの時代では、顧客がかつてない情報収集力と情報発信力で積極的に企業の様々なメンバーと繋がるのが可能となり、これまでの限定された共創関係からより広範囲で対等な共創関係になりつつある。その変化の中で、顧客が企業のどのメンバーと、どのように共創活動を推進し、価値の高い製品 (Goods & Services) を創出するのか明確には理解されていないのが現状である。

2. 研究の目的

本研究では、顧客と企業の共創活動のメカニズムの解明をおこなう。その為に、共創活動の核心であるカスタマイゼーション・システムの実証研究を通じてこの課題を明らかにする。これまで、企業間 (B2B) の共創活動のメカニズムを解明する研究はなされてきたが (Kihara, et al., 2018 など)、顧客と企業の間 (B2C) の共創活動のメカニズムを解明する研究はあまされてこなかった (遠藤, 2017)。そこで、本研究の独自性は、近年、広がりを見せている顧客と企業の共創活動を実証的に分析し、共創研究の新たな方向性を提示することで、共創活動の活性化への貢献が出来ることである。

3. 研究の方法

以上から本研究では、共創活動に関する調査を主に企業へおこなうことで、この共創活動のメカニズムを解明する。具体的には、以下の3点の研究をこの期間内に推進する：

- 企業内でどのメンバーが (例：営業、デザイナー、エンジニアなど) 顧客とどのようなツールやシステムで共創関係を構築しているのか。具体的には、どのようなテクノロジー、コミュニケーション・システム、データ・アナリティクスを活用し共創活動を推進しているのか、
- 企業内でどのメンバーが、どのように組織外のステイクホルダーと交流し、共創活動を推進し、顧客との共創関係を維持・発展させている促進要因は何か、さらに、その阻害要因は何か、
- そして、その共創活動から価値の高い製品 (例：量産品、カスタマイズ製品、サービス製品) がどのように創出されているのかを期間内に明らかにする。

4. 研究成果

調査の結果、カスタマイズ製品は企業リーダーや製造現場など組織内部のメンバーと顧客やサプライヤーを含めた組織外部が有機的に連携し、顧客に長期的視点でカスタマイズ製品を提供していた。さらに、企業はカスタマイズ製品で得られた顧客ニーズをスタンダード製品の開発に活用していた。つまり、スタンダード製品とカスタマイズ製品が有機的に連携しなければ顧客が満足するカスタマイズ製品の提供が困難であることがわかった。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計13件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 1件/うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 遠藤 誠二	4. 巻 53
2. 論文標題 パーソナライゼーション ~ Betty Smith 社のケースより ~	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 東海大学紀要政治経済学部	6. 最初と最後の頁 85-94
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 遠藤 誠二 堂谷 拓	4. 巻 5
2. 論文標題 共創のメカニズムの解明 渋谷潜水工業社のケースより	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 1-6
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 伊藤 海鳳 遠藤 誠二	4. 巻 5
2. 論文標題 地域特産品のブランド戦略 平塚市漁業協同組合「シラプロジェクト」のケースより	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 55-58
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 竹内 清明 遠藤 誠二	4. 巻 5
2. 論文標題 AI の導入を妨げる目的の欠如に関する問題提起	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 41-46
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 李 晨 遠藤 誠二	4. 巻 5
2. 論文標題 人間とAI ロボットのコミュニケーションの実践 タケロボ社の研究・開発をケースとして	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 3-13
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 遠藤 誠二	4. 巻 1
2. 論文標題 The Smart Suits Retailer A Case of Onward Personal Style Co, Ltd.	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 Towards Sustainable Customization: Bridging Smart Products and Manufacturing Systems	6. 最初と最後の頁 978 ~ 983
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 該当する

1. 著者名 遠藤誠二	4. 巻 52
2. 論文標題 カスタマイゼーションのスタンダード戦略	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 東海大学紀要政治経済学	6. 最初と最後の頁 95-103
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 遠藤誠二	4. 巻 4
2. 論文標題 One-to-Oneマーケティングのデザイン	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 1-7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 竹内清明, 遠藤誠二	4. 巻 4
2. 論文標題 A I の普及における課題と解決策の提言	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 39-43
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 遠藤誠二	4. 巻 3
2. 論文標題 共創によるカスタマイゼーションのメカニズム：弘前工業研究所のエコシステムを中心に	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 35-42
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
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 遠藤 誠二	4. 巻 6
2. 論文標題 AIチャットボットによる共創教育システム 伝統的工芸産業の人材育成の可能性	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 17 ~ 22
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 竹内 清明 遠藤 誠二	4. 巻 6
2. 論文標題 ロールプレイ研修への対話型AIの適用と効果：医療面接トレーニングのケースから	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 東海大学総合社会科学研究	6. 最初と最後の頁 29 ~ 34
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 遠藤 誠二	4. 巻 54
2. 論文標題 ローカリゼーションによるスロー・レスポンスの可能性：ベティ・スミス社のケースより	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東海大学紀要政治経済学部	6. 最初と最後の頁 29 ~ 37
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 2件)

1. 発表者名 遠藤 誠二
2. 発表標題 The Smart Suits Retailer A Case of Onward Personal Style Co, Ltd.
3. 学会等名 MCPC 2021 (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 遠藤誠二
2. 発表標題 The Smart Suits Retailer : A case of Onward Kashiya Co, Ltd.
3. 学会等名 MCPC2020 (国際学会)
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

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

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
---------	---------