

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 30 日現在

機関番号：12614

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23530429

研究課題名(和文) モバイルITの活用に関する日米比較 - 多様な関係主体による価値共創の視点から

研究課題名(英文) Comparing Mobile IT Usage in Japan and the United States

研究代表者

小川 美香子(Ogawa, Mikako)

東京海洋大学・学内共同利用施設等・助教

研究者番号：60456308

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,700,000円、(間接経費) 1,110,000円

研究成果の概要(和文)：食品企業によるモバイルITの活用実態を明らかにするため、(1) 価値共創(co-creation)、ソーシャルメディア、食品安全関連の文献整理、(2) 日米食品企業のソーシャルメディア活用調査、(3) 日米外食チェーンのメニュー表示調査、(4) 消費者のモバイルショッピング利用意識調査、(5) 外食中食における熱量やアレルギー等の情報活用の消費者調査を行った。日米企業の情報提供は、食物アレルギーや肥満等、社会要請に応じ焦点が異なる。モバイル、PC等端末の差異は薄まり、社会や個客の要請に応じた情報提供や顧客関係構築を模索しており、一部の企業では価値共創するファン作りを意識していることが推察された。

研究成果の概要(英文)：The objective of this research is to clarify a usage of mobile Information Communication Technology by food companies. These researches were conducted; (1) literature review on value co-creation, social media (SM), and food safety, (2) company survey on SM usage, (3) a survey on menu labeling in the US and Japan, (4) a consumer survey on mobile shopping (5) a survey on dining out behavior and information behavior by consumer and food allergy patients' family. As results of comparison on provided information, while food allergy information is rich in Japan, calorie and nutrition information is rich in the US. The difference might reflect social interests or national issues of two countries; food allergy in Japan and obesity in the US. No longer the difference of devices (mobile or PC) is issue. Some companies have started to find the way to co-creation relationships and seemed to regard providing information and communication as one of the measures of value co-creation with customer.

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・経営学

キーワード：モバイルIT 日米比較 価値共創 ソーシャルメディア コミュニケーション 食品企業 消費者調査
経営情報

1. 研究開始当初の背景

昨今、日本でも米国でも、消費者をとりまくモバイルの情報環境が急速に変化しつつある。画面を触って操作するタブレット型端末、スマートフォン、Wi-Fi サービス、電子書籍サービスなど、新たな端末やサービスが続々と導入されたためだ。経営情報学およびサービス科学の視点にたてば、今後は、モバイル IT 環境に対応し、顧客接点 (service encounter) において、顧客満足を維持・獲得するにとどまらず、顧客とともに価値を共創 (co-creation) するサービスを提供できるかが、企業戦略上、より重視されるようになると思われる。

関連する先行研究として、インターネットの受容要因に関しては、Davis(1989)の Technology Acceptance Model 研究をはじめ、決済などサービス別 (Mallat2007) など国内外ともに研究蓄積が多いが、いずれも PC が中心で、モバイルの研究蓄積は少ない。携帯電話サービスでは、日本が先行した i-mode サービスの実態や NTTDocomo の戦略を明らかにした研究がある一方、ガラパゴス化など世界標準から取り残されているとの指摘がされている。また、先行研究は、携帯電話会社や ISP 企業、アプリケーション開発企業などの IT 産業を中心とした事例分析や、通信環境や端末性能の比較など、技術的視点が強く、ユーザー企業を焦点組織とした研究は乏しい。そこで、本研究では、モバイル技術を活用する立場のユーザー企業のなかでも、とくに食品産業を中心に、顧客サービスへの影響や、新技術導入による顧客との関係性の変化、社会的な意義といった視点から研究を行うものである。

2. 研究の目的

昨今、情報環境の変化は、とりわけモバイルの分野で著しい。食品業界では食品安全を担保する情報提供や消費者信頼の獲得が課題となっており、新たな IT 環境に対応した様々なサービスが企業によって提供されつつある。そこで、本研究では、日米の食品産業を中心に、企業によるモバイル IT の活用実態を明らかにし、消費者との関係性構築における可能性について考察する。まず、文献調査と企業インタビューによって、オンラインショッピングや食品安全を担保する情報提供などのサービスについて、その内容やモバイルを含む IT の活用状況の実態、事業展開における成功・失敗要因を調査する。次に、消費者調査により、サービスの利用動向や評価等について明らかにする。最後に、新たなモバイル IT を活用した企業と顧客とのコミュニケーション課題や、将来性について、価値共創の視点から考察する。

3. 研究の方法

研究の方法としては、(1)文献調査、(2)日米の企業調査 (3)日米の消費者調査を実施した。これらを踏まえて、(4)モバイル IT を活用した企業と顧客とのコミュニケーション課題や施策の検討を行い、(5)学会誌 (論文投稿) 国内、海外での学会および研究会等で成果の公表を行った。

4. 研究成果

(1)文献調査

主に平成 23 年度および 24 年度に、食品産業を対象に、オンラインショッピングや食品安全を担保する情報提供などのサービスについて、文献調査による情報収集と現状分析を行った。調査対象は、新聞・雑誌記事および行政機関による白書、学術論文等である。学術論文は、価値共創 (co-creation of value, CSV (Creating Shared Value)) 関連では 2012 から 2013 年に International Journal of Hospitality Management、Tourism Management に掲載された文献を中心に、それらの引用文献を含め 18 本、モバイルショッピング / ソーシャルメディア関連で Information & Management 等から英文論文 136 本、食品安全 (Food Safety) 関連で 14 本の文献調査を行った。文献レビューの成果は学会等で成果を発表した。また、Endnote を導入し過去取得分も含め英文献を中心にデータベース化を行った。

(2)日米の企業調査

企業調査では、(2-1)日米食品企業のソーシャルメディア活用調査を実施した。日本と英語圏で商品を販売している食品企業・ブランドを対象に、ホームページ調査、ソーシャルメディアサイト調査を実施した。加えて、日本の食品企業 2 社を対象としたインタビュー調査を実施した。調査の結果、ソーシャルメディアの活用について、英語サイトでは自社サイト (ホームページ)、フェイスブック、ツイッター等、メディアにより提供する情報や消費者とのコミュニケーション目的による使い分けが行われている傾向があるが、日本ではまだそうした明確な使い分けをする傾向が低いこと等を明らかにした。

また、(2-2)日米外食チェーンのメニュー表示実態調査を実施した。日本 15 チェーン、米国 25 チェーンを対象に、ホームページ調査、フィールドワーク (米国ロサンゼルスおよびラスベガス)、インタビュー調査を実施した。その結果、食物アレルギー情報中心の日本に対して、熱量、栄養成分情報中心の米国という情報提供の重点の差異を明らかにした。こうした傾向の違いは、日米、それぞれの社会背景による。日本では、従来から食品衛生法の範囲内で食物アレルギー物質で、容器包装された加工食品に表示義務が課せられる特定原材料 7 品目や表示を推奨

される品目の見直しが行われてきたこと、新たな食品表示法の施行を前に外食、中食の表示が検討課題とされていること、2012年に食物アレルギーを持つ児童が給食を食べて亡くなった事故が社会的な関心を集めたこと等から、食物アレルギーが社会的問題となった。一方、米国では、オバマケアの一環として国民の健康を促進するため肥満の減少が課題とされていること、一部の州で州法とされているメニュー表示を連邦法にしようとするFDAの施策等があり、熱量、栄養成分表示が重視されている。

(3)日米の消費者調査

(3-1) 日米の学生を対象に、オンラインショッピングの利用意識調査を行い論文を執筆、英語論文誌および国内学会で発表した。

(3-2) 一般消費者(9月)と食物アレルギー患者家族(2月)を対象に、外食、中食の利用実態、購入時に参考にする情報等を調査した。その結果、アレルギーの有無で外食、中食の利用傾向に大差はないこと、購買の際、「価格」が一般消費者では圧倒的1位であるのに対し、患者家族では3位であり、かつ「アレルギー表示」「原材料」等、複数の情報項目を参考にすること、複数経路から情報を得ることで情報の確からしさを確認しているらしいことを明らかにした。研究成果は、the 2013 International Conference on Information Systems、米国ケネソー州立大学の the Year of Japan at KSU におけるリサーチパネル等で発表した。

なお、一連の調査の主たる費用は、小川が検討委員として参画した農林水産省加工食品製造流通指針策定事業で賄われたものであり、価値共創視点からの分析、考察および成果発表に関する費用に科研費を充当した。

(4) モバイル IT を活用した企業と顧客とのコミュニケーション課題や施策の検討

食物アレルギー患者家族を対象に、モバイル端末を用いて外食店で食材情報を提供する効果を検証した小川ら(2010)の日本語論文を、価値共創の視点から再編し、英文学会誌および Book Chapter として採録された。この研究は科研費研究期間より前に実施し、2010年にフードサービス学会誌に採録された研究であったが、科研費研究期間中に、1の文献調査の成果を踏まえ、価値共創という視点から、企業によるモバイル IT の活用および消費者との関係性構築における可能性について新たに考察を加え再編し投稿、採録されたものである。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計10件)

査読あり：

Donald L. Amoroso and Mikako Ogawa,

'Comparing Mobile and PC Internet Adoption Factors of Loyalty and Satisfaction with Online Shopping Consumers', International Journal of E-Business Research, Vol.9, No.2, pp.24-45, April-June 2013.

Mikako Ogawa, Ayaka Tanaka, Keiichi Noda, Ayako Kawai and Donald L. Amoroso, 'Research on Food Allergy Information using Smart Mobile Media Devices to Enhance Communication at Restaurants', International Journal of E-Business Research, Vol.8, No.3, pp.1-17, July-September 2012.

査読付き Book Chapter :

Donald L. Amoroso, Tsuneki Mukahi, and Mikako Ogawa, 'Impact of General Social Media Experience on Usefulness for Business in the Workplace', In In Lee (Eds.), the Integrating Social Media into Business Practice, Applications, Management, and Models, 2014. PA, US: IGI Global. (accepted)
Mikako Ogawa, Ayaka Tanaka, Keiichi Noda, and Donald L. Amoroso, 'Co-Creation between Food Allergy Customers and Restaurants Using Mobile Devices', In Mehdi Khosrow-Pour (Eds.), Inventive Approaches for Technology Integration and Information Resources Management, 2014. PA, US: IGI Global. (accepted)

査読なし：

小川美香子、「ソーシャルリスニングの課題と可能性：飲料メーカーの事例より」、経営情報学会全国研究発表大会要旨集(2013年春季 H1-3)、Vol.2013f、2013年10月26日(流通科学大学、兵庫県神戸市)

小川美香子、「SNS研究レビューと分類」、第19回社会情報システム学シンポジウム 学術講演論文集 テーマ：ソーシャルメディアとビッグデータ、pp.7-12、2013年1月23日(電気通信大学、東京都調布市)

小川美香子、「SNS研究の動向」、経営情報学会全国研究発表大会要旨集(2012年秋季 E4-2)、Vol.2012f、pp.315-318、2012年11月18日(金沢星稜大学、石川県金沢市)

小川美香子・田中あやか、「日本と英語圏の食産業による SNS 活用に関する一考察」、2012年度日本フードシステム学会大会 報告要旨集、pp.196-197、2012年6月17日(日本大学、神奈川県藤沢市)
Donald L. Amoroso, Mikako Ogawa and Tsuneki Mukahi, 'Differences between Japan and the United States Adoption of

Mobile and PC Applications', Proceedings in Annual Conference of Japan Society for Management Information 2012 Spring, A1-1, at Tokyo Keizai University, Kokubunji, Tokyo, May 12th, Vol.2012s, pp.1-4.
Mikako Ogawa, Donald L. Amoroso, Tsuneki Mukahi, Motonari Tanabu, Osamu Sato, 'Social Media Use at Work: Comparison of the United States and Japan', Proceedings in Annual Conference of Japan Society for Management Information 2012 Spring, A2-2, at Tokyo Keizai University, Kokubunji, Tokyo, May 12th, Vol.2012s, pp.17-20.

〔学会発表〕(計3件)

小川美香子、外食・中食で参考にする情報、しない情報：消費者調査と食物アレルギー患者家族調査より、日本フードサービス学会第19回年次大会、2014年5月10日(学習院大学、東京都豊島区)
Mikako Ogawa、How to Provide Menu Information: Legislation and Fieldwork in Los Angeles, JPAIS/JASMIN International Meeting 2013 of the 2013 International Conference on Information Systems (ICIS 2013), Università Bocconi (Milan Italy), December 18, 2013
Donald L. AMOROSO and Mikako OGAWA, 'Comparing Innovation Approaches in Japan and the United States: An Interview with NTT DoCoMo's i-Mode Founder', 9th Asian Network for Learning, Innovation, and Competence Building Systems (ASIALICS) International Conference, 4-5 October 2012, Manila, Philippines

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

〔その他〕

6. 研究組織

(1) 研究代表者

小川 美香子 (OGAWA, Mikako)

東京海洋大学・先端科学技術研究センター・助教

研究者番号：60456308