

Title	ビジネスプロセスマネジメントのためのサービスドミナントロジックに基づくサービスメディエータモデル
Author(s)	Doan, Minh Chau
Citation	
Issue Date	2015-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/12761
Rights	
Description	Supervisor:小坂 満隆, 知識科学研究科, 博士

氏名	DOAN MINH CHAU		
学位の種類	博士(知識科学)		
学位記番号	博知第170号		
学位授与年月日	平成27年3月20日		
論文題目	A SERVICE MEDIATOR MODEL BASED ON SERVICE DOMINANT LOGIC FOR MANAGEMENT OF BUSINESS PROCESS (ビジネスプロセスマネジメントのためのサービスマニナントロジックに基づくサービスマディエータモデル)		
論文審査委員	主査	小坂 満隆	北陸先端科学技術大学院大学 教授
		池田 満	同 教授
		Huynh Nam Van	同 准教授
		白肌 邦生	同 准教授
		秋吉 政徳	神奈川大学 教授

論文の内容の要旨

The recent upsurge in service management activities in firms has also attracted the investigative interests of research scholars. Issues in service activities have been researched and solved through the lens of service perception. Several approaches to service have been discussed to promote the effectiveness of businesses. The service dominant logic (SDL) proposed by Vargo and Lusch (2004) has notably revealed alternative direction in service management, where service values have been noted as being the most important factor in the service process, in which collaboration between firms and customers is crucial from the viewpoint of the value-in-use concept. On the other hand, the good dominant logic (GDL) concentrated on selling goods (value added) but not considering the real value products could even serve customers (value in exchange). It is a simple model in which suppliers is the providers (firms) selling the products and giving value to the recipients (customers). Consequently, the conventional mediator based on GDL also existed but it depends greatly on transferring the value added on products/services. This kind of mediator is not really a bridge to match supply and the demand between suppliers and users. It lacks of value co-creation to fulfill the real seeds and needs of organizations and customers.

This research introduces the service dominant logic applied in business process management with service mediator model. The concept of a service mediator has been proposed to IT service business and human resource management to fill the gaps in collaborations between providers and users. Providers and users here are considered equally in service exchange in business and they are both beneficiaries in the process. They could be firms, customers, employers, employees, etc. in the service process. The service mediator supports co-creation between service providers and users by matching services, sharing information, and promoting collaborations.

A service mediator matches providers' service seeds and customers' service needs to create service values between providers and customers (Doan and Kosaka, 2011). This research proposes a service mediator model, which based on value co-creation concept and service field concept. In this research, three players model has been emphasized because its role in some business processes is better than two players (organizations and customers) work with each other. The proposed model concentrated on value co-creation in SDL to strengthen the relationship between organizations and its customers.

The effectiveness of the mediator in the IT service business and human resource management has been verified through successful business outcomes from case studies carried out during the research period. With the results finding, this research contributes to create new knowledge to business management. Regarding service experience, this model contributes to understand of value co-creation and enhance the service value. Moreover, this research brings practical knowledge to organizations by encouraging them to strengthening firms' performance by creating good service field equipped with supporting functions. They should focus on IT infrastructure and develop IT system as a competitive tool management. Training T-shape people is also our suggestion to enhance the value co-creation.

Keywords: service field; service mediator; service dominant logic; information service; business management, human resource management.

論文審査の結果の要旨

近年のサービスサイエンス分野の研究では、Vargo らが提案した、サービスが経済行為の基本的な論理だとする Service Dominant Logic(SD-logic)の重要性が認識されるようになった。SD-logic では、顧客とサービス提供者の2者間の価値共創を議論しているが、現実のビジネスにおいては多くの顧客と多くのサービス提供者が存在する。これら複数の顧客とサービス提供者を結び付け、彼らの価値共創を効果的に行うことが求められている。本論文では、顧客とサービス提供者を仲介するメディアータ機能に着目し、SD-logic における価値共創を支援するサービスメディアータを提案し、サービスメディアータの役割と持つべき機能を明らかにした。具体的には、(1) 顧客とサービス提供者のサービスに関する情報(サービス場の情報)を収集し、(2) それを分析することでニーズとシーズの一致するサービス提供者と顧客をマッチングし、(3) サービス提供者と顧客の共創活動を支援する、という機能を行うサービスメディアータである。従来のメディアータは、単に顧客とサービス提供者間の情報や、製品、サービスの仲介を実施していたが、提案したサービスメディアータは、価値共創を支援する機能を持つことに新規性がある。

本論文では、情報サービスビジネスの成功事例、人事マネジメントの成功事例を分析し、成功事例では、サービスメディアータの機能がうまく実現されていることで、提案したサービスメデ

ィエータの有効性を明らかにした。情報サービスビジネスでは、**BtoB** の例として、日立 **TWX** の事例、**BtoC** の事例として **Cookpad** の事例を取り上げた。人事マネジメントの例では、経営層と従業員とのニーズ、シーズを仲介し、相互の価値共創を促進する役割として人事総務部門をサービスメディエータと捉えた。こうした考え方を適用し成功した事例として、石川県の中央病院の例、ベトナムのペプシの例を分析している。特に、興味深い事例として、病院の例では、看護師が看護経験や医師との信頼関係をバックにサービスメディエータとして活動することで、意思決定の迅速化、相互の信頼関係の構築に大いに貢献していることを報告している。

サービスは、ビジネスだけでなく、様々な活動に応用できると注目されている。本研究は、サービスメディエータの概念とそれを具現化するための機能を明確化し、サービスビジネスだけでなく、人事マネジメントを含む企業活動に有効であることを示した、新規性と実用面での有用性を兼ね備えた研究である。

以上、本論文は、サービスサイエンスの価値共創の重要性を認識し、それを支援する新しいサービスメディエータモデルを提案し、その有効性を示したものであり、学術的に貢献するところが大きい。よって博士（知識科学）の学位論文として十分価値あるものと認めた。