

Title	研究の活性化に対するサービス視点に基づく教授と学生の価値共創モデル：日本の大学の研究室の事例研究
Author(s)	Nguyen, Dung Thuy
Citation	
Issue Date	2016-12
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/14046">http://hdl.handle.net/10119/14046</a>
Rights	
Description	Supervisor:小坂 満隆, 知識科学研究科, 博士

氏名	Nguyen Thuy Dung		
学位の種類	博士(知識科学)		
学位記番号	博知第 194 号		
学位授与年月日	平成 28 年 12 月 22 日		
論文題目	A Model of Value Co-creation between Professors and Students Based on Service Viewpoint for Enhancing Research Activities: A Case Study of Japanese Research Oriented Laboratories		
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
		神田 陽治	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

Service science as an independent discipline includes researching as well as academic education for both unemployed students and employed ones. Therefore, nowadays, universities around the world are speeding up their efforts to understand service systems, one of the importance parts of the service science. Service is being viewed as the process of doing something for another person (or entity) that is beneficial. Services (plural) often refer to intangible units of output that a firm produces". In Service-dominant logic (S-D logic), Lusch & Vargo indicated that service is the transferring and exchanging of application of knowledge and skills (R. F. Lusch & Vargo 2006), so higher education could be reformed to avoid directly considering it as service with applying the concept of service to this sector. Before it was argued because of the educated moral rule and regulation in traditional education (Dewey 1938).

Colleges, universities, and institutions are facing many challenges and the competitions due to globalization. Toward the S-D logic, customers become active co-creators and they create competitive advantages for the firms. So, applying the concept of value co-creation to both institutions and customers plays a key role. The co-creation with students as customers leads to satisfying students and helping them get their objectives. Besides, students with their skills and knowledge nowadays become operant resources for universities to create advantage competition.

With the ambition of opening and developing the viewpoint of service science to any activities such as higher education, this research aims to propose a system of co-creation between professors and students in higher education. We desire to point out distinctive values, being suitable for the context of professors and students and find out factors influencing to value co-creation process.

The proposed model has been verified by two different cases, which are iMOST course and research-oriented laboratories. The former one is a business professional education course with rich working experience students and the later one is research laboratory with regular graduate students. We proposed several hypotheses in each case and verified them based on both quantitative and qualitative data analysis. In iMOST case, the value of co-creation process is the satisfaction of gaining knowledge and satisfaction of gaining publication of both professors and students. The most important impact factors are achievement goals and objective characteristics. Achievement goals are goals for a gain of academic knowledge, summary of experience in an academic way, and solving specific problems. Objective characteristics are students' attitude, the difference in experience, and the difference in age. In the research laboratory case, the mutual value of professors and students is building a good Ba for value co-creation with the center as a human resource. The quality of the Ba and students' motivation and attitude have a strong influence on value co-creation between professors and students. Finally, we suggested 4 spheres have an effective co-creation between professors and students. Consequently, we concluded that improving the strongest impact factors is the best way to obtain objectives and provide satisfaction for both professors and students in value co-creation.

Keywords: Value co-creation, service-dominant logic, higher education, student goal, professor goal, student satisfaction, professor satisfaction.

## 論文審査の結果の要旨

近年のサービスサイエンス研究では、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り、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。そして、価値共創の概念は、ビジネスだけでなく、教育、地域社会など様々な分野への応用が検討されている。本論文は、こうした価値共創の概念を大学における研究活動へ応用した研究である。具体的には、研究志向の大学における教授と学生との研究活動を、サービス価値共創モデルとして記述し、事例に基づいて共創を促進する要因を明らかにして、研究活動における価値共創の有効性を示している。

本論文では、大学の研究活動として、2つのタイプの事例を取り上げている。一つは、社会人教育における共創活動である。ここでは、社会人学生の持つ実ビジネスにおける経験や問題意識とアカデミアとしての教授陣の知識や学会活動への貢献意識が、実ビジネスの課題を新たなアカデミアの知識で解決するという共通の目的となって共創関係を形成している。そして、学生へのアンケートや教授陣へのインタビューから共創を促進する要素として、共創の目標と共創のための“場(議論等を通じて価値を生み出す機会)”が重要であることを明らかにした。もうひとつの事例は、大学の修士・博士課程における学生と教授陣の共創関係である。ここでは、留学生が多く国際化が進んでいる3つの研究室を取り上げ、教授陣へのインタビューと学生へのアンケート調査によって、研究を推進する上での共創関係を明らか

にした。この事例では、研究室がサービス価値共創のための“場”の機能を果たすことが重要であることが明らかになった。

サービスにおける価値共創の考え方は、様々な分野への応用が考えられるが、共創を促進する要因を明らかにして共創関係をモデル化した研究は見当たらない。本研究は、大学の研究活動における教授と学生の共創関係に着目した。そして、共創を促進する要因として、共創の目的、サービスにおける“場”、教授や学生などの特徴を取り上げ、インタビューやアンケートを通じてデータを集め、それら进行分析することによって、共創関係をモデル化した。サービス価値共創を具体的な事例でモデル化し、そこにおける共創促進要因を明らかにした新規性と有用性のある研究である。

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、価値共創の促進要因を考慮したサービス価値共創モデルを提案し、大学の研究活動の事例分析を通して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。