

ウェルビーイング志向の価値共創とその分析視点

白肌 邦生^{1*}, ホー バック^{2*}

¹ 知識科学系, 北陸先端科学技術大学院大学

² 人工物工学研究センター, 東京大学

* Corresponding Author: Tel: 0761-51-1747, E-mail: kunios@jaist.ac.jp

Abstract

The purpose of this paper is to propose viewpoints for analysing well-being oriented value co-creation. We firstly explain the concept of transformative service research: TSR which centres on consumer well-being in service and discuss its importance in serviceology as well as service marketing. Based on the systematic literature review, this paper divided into four categories of TSR studies by using two axes of “resource scarcity and resource development” and “micro and meso-macro”. We analysed two Japanese transformative service cases which include capability development in both micro and meso-macro level as the final value of service, thereby proposing additional perspectives for analysing about the resource integration for well-being oriented value co-creation.

Keywords

Transformative service research, Well-being, Resource integration, Meta resource integration

引用情報

白肌邦生・ホーバック (2018) 「ウェルビーイング志向の価値共創とその分析視点」, サービスロジー, pp.1-9.

1 はじめに

サービス経済が成熟していくにつれ、我々はサービスを経済的価値の創造という観点だけでなく、社会的価値ならびに自然生態系への配慮を含めた持続可能な価値の創造の観点から考え、実践していくことが求められている。こうしたサービス経済の成熟化への内省を含んだ包括的なサービス研究の領域として、**Transformative Service Research: TSR** (Anderson et al. 2013; Rosenbaum et al. 2011)がある。これは人間にとってのウェルビーイングに注目し、その上でサービスにどのような貢献ができるかを考えることを中核とする研究領域である。ウェルビーイングが意味するものは多様である(Bradley 2015)ものの、大きく医学的、快樂心理的、そして人間の潜在能力の発揮の観点があると考えられ、総じて「人生に意義を見出し、自分の(潜在)能力を最大限に発揮している状態」(Calvo and Peters 2014, p.28)とされている。既に欧米では研究コミュニティが作られ、国際ジャーナルでも特集が組まれるなど、活動が活発化している。

日本においても、サービス研究の主題として、人間のウェルビーイングは柱の1つとなるべき重要なものであろう。他国に先んじて超高齢社会を迎えた日本では、例えば健康生活や充実した地域社会とのかかわりなどが、シニアのウェルビーイングのために検討すべき重要課題であり、このための効果的なサービスの創造は喫緊の課題でもある。こうした日本が先行して検討せねばならない課題と人間のウェルビーイングおよびサービスは密接に関係している。

ところで、ウェルビーイングに関わる課題を価値共創の観点から見た場合、課題はその前提となる資源の統合のあり方から考えていくことが重要である。Service Dominant (S-D) Logic (Vargo and Lusch 2004; Vargo et al. 2008)によれば、経済ないし社会的主体は資源の統合者として考えることができ、価値共創とは、そうした資源統合者同士が資源を使用・統合していく過程で価値を創造することを意味するからである(例えばLusch and Vargo (2014, p.70))。ここでいう資源にはオペラント、オペラントの2つの分類があり、前者は便益の提供に向けて、行為を施す他の資源を必要とするような資源であり、後者はその資源に行為を施す能力のある資源である。一般的には、オペラント資源は知識やスキルのことを指し、資源の統合を進める要素を意味する。ここで先の例に戻れば、シニアが加齢に伴い認知・身体能力が低下した場合、それまで有していたスキルが十分に発揮できずに、価値共創が十分にできない可能性がある。このため他者に手助けを求めようにも、地域における社会関係資本は短期的に構築することが必ずしも容易でないことが障壁となり、資源統合意欲を損ねて生活の質が改善されないまま現状維持を余儀なくされてしまうかもしれない。こうした想定はウェルビーイングを視点に価値共創を見ることで形成されるものであり、価値共創研究に新たな視座を投げかける意義を有している。

そこで本論文は、前半においてTSRの研究を分類し、どのようなテーマが議論されているかを示す。また、S-D Logicとの研究視点の類似・相違点について考察したうえで、サービスロジー研究としてもウェルビーイングの視点が重要であることを述べる。後半では、筆者らがこれまで取り組んできた研究成果を示しながら、前半で示したTSR研究の分類に横串を刺し、今後の研究促進において重要な分析視点について、資源統合の観点から提案する。

2 TSR(TRANSFORMATIVE SERVICE RESEARCH)の研究アプローチの概要

2.1 TSRの視点および研究の特徴

TSRは消費主体(および消費に関わる存在)のウェルビーイングを向上させるような変化に注目するサービス研究である(Anderson et al. 2013)。これは方法論や理論というよりはむしろ、一種の研究哲学(Dickson et al. 2016)であり、マーケティングを背景にしたサービス研究では、優先的に推進していく必要のある重要な領域として注目されてきた(Gustafsson et al. 2015; Ostrom et al. 2010; Ostrom et al. 2015)。TSRはサービスのアウトプットを、必要な人が必要なサービスを受けることができるためのアクセス性の向上、サービスの過程で消費者が何らかの不利に陥る可能性としての脆弱性の緩和、幸福や生活の質の向上、公平さの維持、格差の減少に定めている点の特徴である。Ostrom et al. (2014)によれば、既に1990年代前半からウェルビーイングとサービスについての研究があったというが、TSRという分野を定義することで、より体系化が進んだと考えられる。

TSRの特徴は、消費者行動研究の中で過剰・過少消費といった現象を考え直す過程で生まれたといっても良い(白肌・フィスク 2013)。いわゆる消費者の脆弱性(vulnerability)(Baker et al. 2005)をサービスの研究対象とするものである。換言すれば、途上国に見られるようなオペラント資源の不足や、顧客の判断能力を超えた複雑高度な知識を要するサービスに見られるオペラント資源の相対的不足といった「資源の不足」が消費主体のウェルビーイングにどのような影響をもたらしているのかを研究対象にしている。この一方、未だ活用されていない資源の有効活用や、潜在的に有する資源の開発を通じてウェルビーイングを高めることを対象にした研究も、TSRの中で行われてきたと考えられる。

表1は、TSRというキーワードを含む諸研究について、2017年4月までに経営系のサービス論文誌に掲載された論文を、研究対象と研究視点の軸から整理したものである。研究対象については、前述したような資源の不足に関するものと、(潜在的)資源の有効活用・開発に関するものに分けた。研究視点はLusch and Vargo (2014)を基に、ミクロ、メソ・マクロのレベルに分けた。ここでいうミクロとは個人の活動および個人間の交換を単位にし

た研究を指し、メソは何らかの問題を解決するために編成された多様な主体の集まりを単位にした研究を意味する。マクロレベルは文化や社会制度に着目した研究を指すが、現時点ではTSRにおいては十分ではないためにメソ・マクロレベルとして整理する。

(1) 観点1：ミクロ / 資源の不足

観点1は、主として個人の消費活動における脆弱性に焦点を当て、その理解や改善のための視点について考察する研究群を示す。

Rayburn (2015)は、消費者のCaptive serviceという、選択幅を制限しているサービスを対象に、消費者の脆弱さに関わる問題に取り組んでいる。そして、顧客はサービスに不満を持っていても提供主体とのパワーバランスの観点から当該サービスを抜け出すことが難しい現状を指摘している。選択と関連してJoosten et al. (2016)は、顧客のコントロール権という観点からサービス消費との関係について考察している。従来は自己決定の機会は重要であると捉えられていたものの、顧客が望まない権限移譲は彼らのウェルビーイングに良い影響をもたらさないという。これら2つの研究に共通するウェルビーイング上の研究課題は、消費者の自己決定機会およびそれが制限されている悲惨な現状である。

脆弱性に関するテーマは、主体の不完全な情報処理能力がもたらす課題も含む。Dietrich et al. (2017)はアルコールに対して正しい理解力を持ちにくい青少年期の若者に注目し、アルコール教育を、判断力の未熟な者の視点も含めて共同でデザインしていく取り組みについて研究している。

脆弱性について考えることは、サービスの顧客、ないし従業員の心理や属性を深く理解することがその一歩になりうる。Zayer et al. (2015)はリカバリーが容易でない、医療などのハイリスクサービスにおけるサービスの失敗に注目した。そして失敗を経験した顧客がそれをどのような枠組みで認識するかについて、不妊治療を経験した女性に、治療中でのサービスの失敗について聞き取りを実施し、4つの分類を示している。またCorus and Saatcioglu (2015)は、消費者の持つ属性の組み合わせで形成される社会的なアイデンティティ（その人がその人であることを示す固有性）が、時にサービスのアクセス性を損ねることをヘルスケアの事例で示した。これらの研究は、画一的な顧客心理への洞察や、単一の属性を手掛かりにした顧客判断では見えない、サービス利用時あるいはリカバリー時の潜在的な顧客の脆弱性を考えるうえでの視座になりうる。一方、従業員の観点からの研究として、Edgar et al. (2017)は、ホスピタリティ産業と小売産業を対象に、雇用の不安定さやスキルアップ訓練の機会不足など、サービス従業員のウェルビーイングに関する課題に注目している。教育訓練の機会のある、企業の人的資源管理は従業員の社会的サポート意識を高めうることを主張している。

(2) 観点2：メソ・マクロ / 資源の不足

観点2は、主として脆弱性の課題について扱っているものの、その対象が個というよりはよりメソ・マクロ視点を持った集合的要素に関する研究群である。ここでは、いわゆるBase of Pyramid (BoP)と呼ばれる、途上国および資源に限りがある中での特有のサービス課題に注目し検討が進められ、研究アジェンダや研究コミュニティ形成を呼びかける提案がなされている(Fisk et al. 2016; Reynoso et al. 2015)。関連して、Sanchez-Barrios et al. (2015)は、コロンビアの高利貸し業に注目し、通常の金融サービスに十分にアクセスできない利用者にとっては、汚名の付いた高利貸しといえども、借り手を選別しないなどの、マクロ的には意図しない正の効果があることを指摘している。

また障害を持つ人々に対する、マクロ視点でのサービス課題についての研究もここに含めることができる。Dickson et al. (2016)は、スポーツイベントを題材に、障害者も健常者と一体となってスポーツの価値を享受できるようにサービス設計のための指針を提示している。

(3) 観点3：ミクロ / 資源の有効活用・開発

観点3は、個人の活動に焦点を当てているものの、脆弱性というよりは、現時点で保有している能力あるいは潜在的に当人が持ちうる能力を開発し、ウェルビーイングを高める価値共創について考察する研究群を示す。ヘルスケア領域が中心ではあるが、価値共創のための活動の分類とその階層性に関する研究(Sweeney et al. 2015)は、この基盤となる視点といえる。

表現は異なるものの、この群に含まれる研究は、サービス経験を通じて起きた認識や価値観・行動の変容(Cronin 2016)に注目していることが特徴である。例えば、Blocker and Barrios (2015)は、サービスのもたらす価値概念を、習慣的な価値 (habitual value) と変革的な価値 (transformative value) に分けた。ここで前者は、市場において特定のニーズを満たすことによって生まれる価値であるのに対し、後者はウェルビーイングを高める上向きの変化を生み出す経験価値を意味する。Blocker and Barrios (2015)では、個の価値枠組みを基に、ホームレス支援のサービス活動が、参加者の変革的な価値形成に寄与していることを示している。またMulder et al. (2015)は、ボランティア参加者を、社会的サービスを行う組織の消費者として捉え、彼らの社会課題に対する認識を深める経験におい

て、サービス組織・ボランティア・地域コミュニティの3者が連携することの重要性と、とりわけチャリティをする経験が、認識変化を促進するうえで重要であると指摘している。

このようにサービスは、活動主体の価値観や認識に新たな変化をもたらす、それが当人の活動意欲や潜在能力 (Sen 1999)を引き出す契機になる経験を含んでいる。Nasr et al. (2014)およびNasr et al. (2015)は、顧客からの正のフィードバックを得た経験が、サービス従業員の仕事に対する自信や動機向上に良い影響を与えることを示した。Sharma et al. (2016)は、組織内サービスが、従業員のウェルビーイング、そこでは肉体的・心理的な側面だけでなく、感情的な側面における良い状態の意味において、正の影響を与え彼らのパフォーマンス向上につながっているという。これと関連して、企業のウェルネスプログラムの効果(Mirabito and Berry 2015)についてもサービス研究として検討が行われている。また顧客の能力開発という観点では、Mende and Doorn (2015)は金融サービスの文脈で、カウンセリング機能が顧客の金融リテラシーを高め、自身の財務信用度の状況に対するストレス度合いを緩和し、ウェルビーイングの向上に寄与していることを示している。

(4) 観点4：メソ・マクロ /資源の有効活用・開発

観点4は、観点3の対象が集合的要素に拡大したものである。ここでは、研究課題の対象が社会的なニーズへの適合という形で顕れ、またそのための方策が、主体が持つネットワークや彼らが作り出す、空間や機会としての場にあることを指摘する研究が該当する。

具体的にはSanzo-Perez et al. (2015)は、ウェルビーイングに関する詳細はないものの、社会的ニーズに適合する新しいアイデアの開発と実践としての社会的イノベーション促進をテーマとしており、その推進には人的資源開発が重要という。また、Rosenbaum and Smallwood (2013)は、がん患者を対象に、家や病院を超えて集まることのできる第3の場が、社会的サポートの実感を高め、彼らの不安の解消を通じた生活の質向上に正の影響をもたらしていることを示した。これと関連してYao et al. (2015)は、バーチャルなオンラインコミュニティも患者のウェルビーイングにとって正の効果があると指摘している。さらにBlack and Gallan (2015)は資源統合者の持つネットワーク要素が価値共創および健康や生活の質向上に影響を与えるという。この群の研究が示すことは、個の能力を集めた場やネットワークの形成、あるいは組織文化の構築(Sharma and Conduit 2016)が、ウェルビーイングを高める上向きの変化を生み出す重要な要素となりうるということである。興味深いことに、Skålén et al. (2015)は、社会システムを変革したアラブの春について、資源統合の観点から分析を試みている。挑戦者と現体制の2タイプの資源統合者の存在を同定し、それらのせめぎあいや、変革の基盤には情報システムの活用も重要であることを示している。

2.2 TSRとS-D Logic

TSRが価値共創の結果としてウェルビーイングを捉えている以上、S-D Logicとの関係は密接にある。Kuppelwieser and Finsterwalder (2016)は先駆的にTSRとS-D Logicを比較整理している。それによれば、TSRは主体をエンティティという表現を使い、S-D Logicはアクターという表現を使うなど、表現上の差はみられる。しかしながら、ウェルビーイングも価値も、主体間の相互作用によって形成され、その相互作用は様々なシステムのレベル（マイクロからマクロまで）が関与していることは共通した視座であるという。

ただとりわけTSRは、価値共創における意図性の観点（例えば既に述べた(Sanchez-Barrios et al. 2015)も含め）から、価値共創過程での意図しない結果を研究対象にしているのが異なる点である。また価値概念に関しても違いを強調する研究がある。前述したように、Blocker and Barrios (2015)は、TSRにおける共創価値の概念をTransformative valueと定義して従来の共創価値との差別化を行った。このような、価値概念にTransformativeという接頭語をつけることで、TSRの研究着眼を際立たせる考え方は、Mulder et al. (2015)におけるTransformative charity experienceという表現にも見られ、経験や価値の質が、これまでS-D Logicで考えられてきたものとは異なると整理できる。

さらに挙げれば、TSRの視点により、サービスが行われる場を検討する中で、アイデンティティ（固有性）を持った資源統合者という考え方をする必要が出てきたということである。サービスの特徴上、人間によるサービス品質の非均質性については言うまでもないが、例えば、地域活性化を考えた場合、地域資源をどのようなアイデンティティを持った人間が実施するのか、知識やスキルだけでなく、その人がやるから説得力を持つといった、資源統合者のアイデンティティについても十分に考察する必要がある。この可能性を部分的に示唆する観点として、既に記したようにCorus and Saatcioglu (2015)は社会的アイデンティティについて考察している。

このようにS-D LogicとTSRは、共有している分析視点に価値共創および資源統合があるために、図表等を用いた明確な線引きが困難な現状にある。しかし、ウェルビーイングを対象にするという研究課題レベルでの明確な差がTSRにはあるために、その分析視点も独自性が求められるといえよう。本稿後半の事例分析を通じた提案は、この現状に対する考察結果でもある。

2.3 サービスロジーとTSR

サービスに関わる「社会のための学術」構築を目指すサービスロジーにおいては、サービスをマーケティング、マネジメントの観点からだけでなく、工学やデザインの観点からも考察していくことに特徴がある。特に、工学はそもそも自然法則を活用して有用な人工物を作る(丹羽 2006)ことが中心的な目的である。したがってTSRと言わずとも、人間の生活の質を高めるための検討は、常に工学の射程範囲内にある。

現在のところ、サービスにおける工学は、報告資料の範囲内では、その射程がどちらかというところ、サービスの「仕事」にあると考えられる。例えば、持丸(2014)が産業技術総合研究所のサービス工学の活動を述べる中で列挙したテーマは、顧客の行動観測技術の開発やジャイロセンサ等による従業員の行動観測技術の開発など、仕事のパフォーマンス向上に対しての工学であることが伺える。

TSRの視点は異分野の研究者・実務家が集まるサービスロジーの中で、共通軸を作ることでできる可能性を秘めている。人間のウェルビーイングという視点を明示的に含めることで、技術開発の結果が従業員の仕事に対する上向きの変革にどのような影響をもたらしたのかを考察することも重要であろう。たとえば矢野(2016)は、組織における従業員の幸福感測定に技術を応用している。また、そうした技術は顧客の幸福にも影響しよう。松尾(2017)は、AIとサービスの可能性を考察する中で、近未来の宿泊サービスに関し、顧客の表情の質を画像解析から同定することで、より快適で幸せな宿泊体験を設計できる可能性を示している。

3 ウェルビーイング志向の価値共創の視点

既にもてきたように、TSRは研究対象として、消費主体の脆弱性を含めた資源不足に関するテーマだけでなく、主体の能力発揮・開発といった資源開発の観点からも研究がなされている。人生に意義を見出し自分の(潜在)能力を最大限に発揮している状態という、ウェルビーイングの定義からは、両者は別々というよりは、一体となって議論を進めていく必要が今後一層求められるであろう。しかしながら従来研究では、例えば資源の不足を改善する過程で、変革的経験を経て資源の開発につなげていったような、研究対象を横断する取り組みについての事例研究は十分ではない。

そこで本節では、ウェルビーイング志向の価値共創についてより明確な分析視点を引き出すべく、価値共創の基盤たる資源統合の過程で、何に注目することが重要かを、これまでサービス学会年次大会において筆者らが報告してきた2つの研究事例を基に考察する。両事例ともに、資源不足にある地方地域が抱える社会課題に取り組む中で、価値共創を通じて主体が自らの潜在的資源に気づき、それを積極的に開発してきた事例である。事例1は、買い物困難者の支援をテーマにミクロ視点での資源統合過程の分析を示し、事例2はコミュニティの持続可能性をテーマにメソ・マクロ視点での資源統合過程の分析を示している。

3.1 事例1：買い物困難者の支援における資源統合

(A) 目的

ホー・白肌(2017)は、超高齢社会の地域サービスの担い手に関する問題を対象としている。高齢者が増加する状況下で、地域で彼らを支援し続けるには高齢者自身が地域サービスの担い手として資源統合に参加する必要がある。行政や企業が提供するサービスでは、高齢者が一方的に支援されるだけであるため、資源が不足してしまうという課題に当たる。

住民の提供する地域サービスによって、高齢者の生活を支援すると同時に、彼らの資源統合への参加を促すことで、持続的な地域の発展が期待できる。当該論文では、高齢者の資源統合への参加促進を実現している先進的な地域サービスの事例への参与観察を通じて、高齢者が資源を消費するだけの受容者から資源統合に参加する一般行為者に変革していくモデルについて提案している。

(B) 方法論

石川県能美市の商工女性まちづくり研究会を対象とした。同研究会は軽トラックに食料品や日用品を積み、市内の購買行動に困難を抱えた高齢者の多い地域に移動販売を実施している。彼らは能美市商工会の女性メンバーが中心となっているため、商工会の登録店舗と連携して、安価で、且つ、消費者の需要に適した商品の仕入れを行える。また、この支援活動は、商品の販売だけでなく、高齢者の社会活動への参加促進も目的としている。そのため、戸別訪問ではなく、公民館などの地域の中心施設に車両を止めることによって、高齢者の外出機会を創出している。高齢者が参加しやすいように、お茶や飴を提供したり、高齢者の育てた作物を買い取ったりもしている。

この活動に対して、4年間に亘る9回の参与観察を実施し、得られた記録をグラウンデッド・セオリー・アプローチに基づいて分析した。グラウンデッド・セオリー・アプローチは、人間同士の相互作用に関する理論を、データから浮かび上がらせることを目的とした定性的研究手法である(Corbin and Strauss 1990)。この手法では継続的なデータ収集と、規定の手順に基づくコード分析を繰り返すことが通常求められる。

(C) 発見事項

観察された特徴ある発見の1つが、高齢者の行動の質的な変化である。高齢者は、移動販売の活動に参加していく過程で、受容者（純然たる消費者）から準行為者、そして一般行為者(Lusch and Vargo 2014)に変革していくことを見出した。ここで準行為者は、資源を統合ではなく伝達をする特徴がある。より具体的には、他の主体が資源統合をしやすくなるためのヒントとなる資源を伝達する行動を意味する。実際に、観察では「ある高齢者がテレビから学んだ調理に関する知識を移動販売の場で別の高齢者に話す」という行動を確認した。良質な食事経験を獲得するためには、移動販売で購入した食料品を「調理する」ための知識も重要である。その意味で、高齢者が伝えた調理に関する情報は、実際に当事者がその情報を活用して食材資源から良質な経験を得たかは定かではないものの、その可能性を高める行動を自発的に行ったといえる。

ホー・白肌(2017)はここからさらに、移動販売のスタッフのようにふるまう高齢者について、その態度変容を考察した。結果、当該行動の契機として、サービス活動において獲得できる、自己の行為に対する自信を意味する自己効力感(Bandura 1997)とその醸成を促進する場の力があると分析した。当該事例の方式に基づいた移動販売によって、高齢者は購買行動を自分自身で行える自信を得る。そうした自己効力感が高まることによって、普段なら伝えられないような情報も自信を持って伝えるようになる。加えて、隣人および販売スタッフとの継続的な相互作用から顔の見える親しい関係性が生まれ、家族のような場(例えばRosenbaum and Massiah 2013)が形成されることも影響している。このように、準行為者は資源伝達という独特の方法で資源統合に参加する。

3.2 事例2：持続的コミュニティ形成における資源統合

(A) 目的

白肌ら(2015)は、地域に長年育まれてきた里山を題材に、人間と自然生態系との価値創造関係について分析し、持続可能な価値共創のモデルを提案している。里山は人間が関与しなければ基本的には維持が難しい。その意味で住民コミュニティの自然生態系への持続的関与が必要である。しかしながら地方地域を取り巻く少子高齢化、過疎化の傾向は、里山を維持するコミュニティ資源の不足を余儀なくさせている。

(B) 方法論

データ収集方法は、石川県小松市日用町の苔の里山を対象に、町内会長および同町出身で里山の魅力を伝える事業を推進している企業家への聞き取り調査と、苔掃除および環境整備活動を含むフィールド調査である。

日用町は、日用杉を核とした林業の町である。日用神社を中心に川が流れ、湿度のある空間が保たれている。日用杉と水のある環境が苔の生育環境に適し、多様な種類の苔を群生させる特異な環境を作り出した。

(C) 発見事項

日用町は、日用神社を核とした精神的な住民コミュニティを持っている。住民は祭りの度に団結し、「神社を汚くしては地域の恥」という意識から、自発的に落ち葉清掃などを心がけてきた。住民の意識は世代を超えて引き継がれ、それにより日用の杉を核とする多様な生態系が保全された自然環境は当地に美しい景観を残してきたといえる。いわば、神社を中心とした住民コミュニティと、杉を中心とした生態系が価値を創造してきたことで、他地域には無い魅力を持ってきた。フィールド調査からは、枯れ葉がわずかに被っただけで、苔が弱り枯れてしまう現状を確認し、日々の人間による手入れが必要であることを実感した。先祖代々に景観を維持してきたことは、住民の自然資源への手入れが行き届いていたからに他ならない。

歴史的に見れば、日用町の住民と自然資源との関係は時代により様々な試練を経てきた。しかし同時にその時々外部からの支援者の存在により、価値形成のシステムを保持できたといえる。例えば、ある時期は、苔の研究者が研究を通じて苔の専門家らに日用の苔の価値を訴求した。住民としては普段当たり前に接してきた苔だったが、学術的にどれほど貴重なものだったかに気付くことで、当該資源に愛着を持ち、それを保護する精神が強化されていったという。

苔の魅力を高めた研究者が亡くなった後は、住民コミュニティの高齢化とも相まって、日用の生態系保護の持続可能性が問われるようになった。こうしたときに、問題意識を持った町内会長らは、住民だけで構成される苔の協議会を立ち上げ、真剣に苔を守るコミュニティの存続を話し合うと同時に、空き家の再利用で実績を持つ外部有識者との交流を通じて、外部の関心をひきつけていった。

このときの価値は苔そのものの資源というよりは、「苔を含む日用神社を中心とした景観」にあったといえる。日用神社の生態系と古民家が作る景観は、著名な建築家のインスピレーションを掻き立て、それを通じて苔の価値も再認識されていった。このころから外部の関心者を呼び込む策として、落ち葉拾いという作業をエコツアーとして活用する動きも見られた。

こうした動きは、人間と自然資源との関わりそのものへの関心を喚起させる。スウェーデンの工芸デザインの専門家や国連大学の研究者らが当地を訪れ、魅力的な景観とその背景にある住民の生活スタイル、および住民の精神が継承されてきたことの価値を見出した。各国の識者がそれを認識していったことで、現在は、そのコンセ

プトが世界に訴求できる価値として高められようとしている。

この事例は、自然生態系を保全していくためのコミュニティ資源が不足していることを発端に、人間が自然資源をどのような切り口から統合し、周囲を引き付けるような魅力を訴創造していったかに関して示唆を与える。そしてそれは同時に、自然資源を例として、資源の統合の仕方に関して知見を与えている。当初は苔単体の資源そのものが価値提案につながった。そこから、苔を含めた自然生態系という資源、そして現代ではその生態系を守り続けてきたという地元住民の（見習うべき）ライフスタイルという資源が価値提案の源泉になっている。

この資源統合の歴史は同時に、その地域の住民にとっては、当地に住むことの意義や誇りを再確認する機会でもあったと推察できる。自らが住む地域の資源は統合の仕方によって多様な価値提案に繋げることができるという認識は、そこでの暮らしに生きがいを見出すことにもつながり、これは人生の意義の認識に関わるウェルビーイングの根底をなすことと言えよう。つまり、資源統合のあり方は（直接的にも）間接的にも他の主体に波及し、ウェルビーイングに影響をもたらさうと考えられる。

3.3 考察

ウェルビーイング視点から価値共創について考察することは、より深く資源統合のプロセスおよび資源統合者の行動変容について分析することを意味する。これまでのTSR研究および研究事例から、次の点を、ウェルビーイング志向の価値共創における資源統合の分析視点として提案する。その要点は、資源統合のための動機付けと、資源統合をする上での観点にある。

第1は、資源統合を促進する要素としての自己効力感と、それを育む場の視点である。知識やスキルといえども、それを発揮する動機や能力に対する信念が無ければ良質な資源の統合がなされにくい。したがって、価値共創を検討する上でも自己効力感に注目することは意義のあることである。またこれは、人間の潜在能力の発揮(Sen 1999)という観点から見れば、自己効力感に支えられた資源統合そのものが本人にとってウェルビーイングになりうる。したがって、サービスのプロバイダーを分析する視点としても重要であろう。現に、(Nasr et al. 2014; 2015)ではサービス提供者に対する顧客の正のフィードバックの重要性について論じており、自己効力感の議論からすればこれは励ましに代表される言語的説得(Bandura 1997)要素を意味する。また、場に関しては例えばSheng et al. (2016)が旅行者に関する分析から、観光先のサービス・スケープの持つ属性（当地の天気や清潔さ、レストランやショッピングセンターなど）が、彼らのウェルビーイングに正に影響することを考察している。しかしながら、それは形式知化された属性に関するものであり、場所には本質的にその場の持つ土着の暗黙知がある。場の形式知だけでなく、暗黙知も含めた属性が資源統合の動機づけにどのように影響し、その結果どのように主体のウェルビーイングを形成していくかを分析していくことも今後は重要になるであろう。

第2は、資源統合のあり方そのものの視点である。事例2で見たように、資源の統合のさせ方次第では、間接的に他の主体のウェルビーイングに影響を及ぼすことが可能になる。資源を新しい視点で解釈し、統合していくことは常に旧体制とのコンフリクトを生み出しうる(例えばSkälén et al. 2015)ものだが、資源の価値を、メタレベルに引き上げ社会的に善であるという観点から、高めることに寄与できれば、多くのステークホルダーのウェルビーイングに波及していくと考えられる。これはマーケティング3.0の議論(Kotler 2011)とも関連し、成長を遂げている企業ブランド理念(Stengel 2011)にも見出されている特徴である。さらには、こうしたウェルビーイングの波及によって、より多くのステークホルダーを価値共創に取り込むことで、ウェルビーイングの質も人生の意義の認識へと深めていくことになる。

これら2視点の十分性については、今後の研究蓄積が求められるところである。しかしながら如何にウェルビーイングを形成していくかという視点に立った場合、資源統合の動機とそのあり方に注目することは今後のTSRの推進において重要であろう。何らかの不足した資源がもたらす社会的課題を前に、如何にそれを充足させていくかだけでなく、それを前提としたうえで、如何に潜在的資源を活用し工夫していけるかが問われる。これは近年サービス研究でも議論されるようになったレヴィ=ストロースのブリコラージュ概念（手元にある資源を工夫・活用することで問題解決を図ろうとすること）(例えばWitell et al. 2017)とも関連する。しかしながら本稿はさらに、手元にある資源の統合にとどまらず、それを通じて新たな資源を開発していくことでウェルビーイングを獲得するという、成長の概念を含む点が重要である。

4 結語

サービス活動は人間のウェルビーイングに影響を与えうる。本稿で示したTransformative Service Research: TSRはウェルビーイングをテーマにしたサービス研究の枠組みである。主体間の価値共創過程および結果を、潜在能力発揮や、幸福、アクセス性の向上といった側面に見いだすことで、サービスシステムの課題や仕組みを探ることを可能にする意義は大きい。

本稿では、これまでのTSR論文を（1）資源不足がもたらすウェルビーイング課題に関するテーマと、（2）潜在資源の開発がもたらすウェルビーイングへの影響に関するテーマ、で分類した。そしてウェルビーイング志向の価値共創の視点からは、本質的には資源不足と潜在資源開発を両者一体となって研究する必要があり、その

ための横串を刺す視点を、事例分析を通じて示した。結果、自己効力感、およびそれを生成する場、そして資源の潜在的価値をメタレベルに引き上げ社会的善を目指す資源統合のさせ方、がTSRの分析視点としてあることを提案した。

価値共創を取り巻く環境は大きく変化している。本稿がたびたび例として取り上げている超高齢社会という現象はもとより、ヴァーチャルとリアルが融合した空間における価値共創(Shirahada et al. 2017)、多文化主義という言葉さえ限界のある超多様性社会(Giddens 2013)の中の価値共創、そして価値共創の持続可能性など、技術、人間、あらゆる関係性、の変化の中で価値共創は行われていくことになる。そうした世界の中で根本的に問われることは、人間のウェルビーイングをサービス中で如何に形成していけるか、であろう。この意味で、本稿で事例分析から見出した資源統合に向けた動機づけとそのあり方に関する分析視点は、多くの共創価値および過程を考えるうえでの基盤になると考える。

5 謝辞

本研究の推進にあたり、科学技術研究費補助金（基盤(C) 26380459）の助成を受けた。

6 参考文献

- Anderson, Laurel, Amy L. Ostrom, Canan Corus, Raymond P. Fisk, Andrew S. Gallan, Mario Giraldo, Martin Mende, Mark Mulder, Steven W. Rayburn, Mark S. Rosenbaum, Kunio Shirahada and Jerome D. Williams (2013), "Transformative service research: An agenda for the future," *Journal of Business Research*, 66 (8), 1203-10.
- Baker, Stacey Menzel, James W. Gentry and Terri L. Rittenburg (2005), "Building Understanding of the Domain of Consumer Vulnerability," *Journal of Macromarketing*, 25 (2), 128-39.
- Bandura, Albert (1997), *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Black, Hulda G. and Andrew S. Gallan (2015), "Transformative service networks: cocreated value as well-being," *The Service Industries Journal*, 35 (15-16), 826-45.
- Blocker, Christopher P. and Andrés Barrios (2015), "The Transformative Value of a Service Experience," *Journal of Service Research*, 18 (3), 265-83.
- Bradley, Ben (2015), *Well-Being (Key concepts in philosophy)*: Polity.
- Calvo, Rafael A. and Dorian Peters (2014), *Positive computing: technology for wellbeing and human potential*: MIT Press.
- Corbin, J. M. and A. Strauss (1990), "Grounded theory research: procedures, canons, and evaluative criteria," *Qualitative Sociology*, 13 (1), 3-21.
- Corus, Canan and Bige Saatcioglu (2015), "An intersectionality framework for transformative services research," *The Service Industries Journal*, 35 (7-8), 415-29.
- Cronin, J. Joseph (2016), "Retrospective: a cross-sectional test of the effect and conceptualization of service value revisited," *Journal of Services Marketing*, 30 (3), 261-5.
- Dickson, Tracey J., Simon Darcy, Raechel Johns and Caitlin Pentifallo (2016), "Inclusive by design: transformative services and sport-event accessibility," *The Service Industries Journal*, 36 (11-12), 532-55.
- Dietrich, Timo, Jakob Trischler, Lisa Schuster and Sharyn Rundle-Thiele (2017), "Co-designing services with vulnerable consumers," *Journal of Service Theory and Practice*, 27 (3), null.
- Edgar, Fiona, Alan Geare, David Saunders, Maike Beacker and Ilai Faanunu (2017), "A transformative service research agenda: a study of workers' well-being," *The Service Industries Journal*, 37 (1), 84-104.
- Fisk, Raymond P., Laurel Anderson, David E. Bowen, Thorsten Gruber, Amy Ostrom, Lia Patricio, Javier Reynoso and Roberta Sebastiani (2016), "Billions of impoverished people deserve to be better served: A call to action for the service research community," *Journal of Service Management*, 27 (1), 43-55.
- Giddens, Anthony (2013), *Turbulent and Mighty Continent: What Future for Europe?*: Polity.
- Guo, Lin, Eric J. Arnould, Thomas W. Gruen and Chuanyi Tang (2013), "Socializing to Co-Produce," *Journal of Service Research*, 16 (4), 549-63.
- Gustafsson, Anders, Lerzan Aksoy, Michael K. Brady, Janet R. McColl-Kennedy, Nancy J. Sirianni, Lars Witell and Nancy V. Wuenderlich (2015), "Conducting service research that matters," *Journal of Services Marketing*, 29 (6/7), 425-9.
- Joosten, Herm, Josée Bloemer and Bas Hillebrand (2016), "Is more customer control of services always better?," *Journal of Service Management*, 27 (2), 218-46.
- Kotler, Philip (2011), "Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative," *Journal of Marketing*, 75 (4), 132-5.
- Kuppelwieser, Volker G. and Jörg Finsterwalder (2016), "Transformative service research and service dominant logic: Quo Vaditis?," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 91-8.
- Lusch, Robert F. and Stephen L. Vargo (2014), *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*: Cambridge.
- Mende, Martin and Jenny van Doorn (2015), "Coproduction of Transformative Services as a Pathway to Improved Consumer Well-Being," *Journal of Service Research*, 18 (3), 351-68.
- Mirabito, Ann M. and Leonard L. Berry (2015), "You Say You Want a Revolution? Drawing on Social Movement Theory to Motivate Transformative Change," *Journal of Service Research*, 18 (3), 336-50.
- Mulder, Mark R., Justine M. Rapp, Anne Hamby and Todd Weaver (2015), "Consumer transformation through volunteer service experiences," *The Service Industries Journal*, 35 (15-16), 865-82.
- Nasr, Linda, Jamie Burton and Thorsten Gruber (2015), "When good news is bad news: the negative impact of positive customer feedback on front-line employee well-being," *Journal of Services Marketing*, 29 (6/7), 599-612.
- Nasr, Linda, Jamie Burton, Thorsten Gruber and Jan Kitshoff (2014), "Exploring the impact of customer feedback on the well-being of service entities: A TSR perspective," *Journal of Service Management*, 25 (4), 531-55.
- Ostrom, Amy L., Mary Jo Bitner, Stephen W. Brown, Kevin A. Burkhard, Michael Goul, Vicki Smith-Daniels, Haluk Demirkan and Elliot Rabinovich (2010), "Moving Forward and Making a Difference: Research Priorities for the Science of Service," *Journal of Service Research*, 13 (1), 4-36.
- Ostrom, Amy L., A. Parasuraman, David E. Bowen, Lia Patricio and Christopher A. Voss (2015), "Service Research Priorities in a Rapidly Changing Context," *Journal of Service Research*, 18 (2), 127-59.

- Ostrom, Amy, D. Mathras and Laurel Anderson, eds. (2014), *Transformative service research: an emerging subfield focused on service and well-being*: Cheltenham: Edward Elgar.
- Rayburn, Steven W. (2015), "Consumers' captive service experiences: it's YOU and ME," *The Service Industries Journal*, 35 (15-16), 806-25.
- Reynoso, Javier, Ana Valdés and Karla Cabrera (2015), "Breaking new ground: base-of-pyramid service research," *The Service Industries Journal*, 35 (13), 695-709.
- Rosenbaum, Mark S., Canan Corus, Amy L. Ostrom, Laurel Anderson, Raymond P. Fisk, Andrew S. Gallan, Mario Giraldo, Martin Mende, Mark Mulder, Steven W. Rayburn, Kunio Shirahada and Jerome D. Williams (2011), "Conceptualisation and Aspirations of Transformative Service Research," *Journal of Research for Consumers*, 19, 1-6.
- Rosenbaum, Mark Scott and Carolyn Massiah (2013), "The challenge of managing a service context," in *Serving Customers: Global Services Marketing Perspectives*, Raymond P. Fisk, Rebekah Russell-Bennett and Lloyd C Harris, eds: Tilde university press.
- Rosenbaum, Mark Scott and Jill Smallwood (2013), "Cancer resource centers as third places," *Journal of Services Marketing*, 27 (6), 472-84.
- Sanchez-Barrios, Luis Javier, Mario Giraldo, Mahmoud Khalik and Ricardo Manjarres (2015), "Services for the underserved: unintended well-being," *The Service Industries Journal*, 35 (15-16), 883-97.
- Sanzo-Perez, María José, Luis Ignacio Álvarez-González and Marta Rey-García (2015), "How to encourage social innovations: a resource-based approach," *The Service Industries Journal*, 35 (7-8), 430-47.
- Sen, Amaetya (1999), *Development as Freedom*. Oxford: Oxford university press.
- Sharma, Piyush, Titus Tak Chuen Kong and Russel P.J. Kingshott (2016), "Internal service quality as a driver of employee satisfaction, commitment and performance: Exploring the focal role of employee well-being," *Journal of Service Management*, 27 (5), 773-97.
- Sharma, Shikha and Jodie Conduit (2016), "Cocreation Culture in Health Care Organizations," *Journal of Service Research*, 19 (4), 438-57.
- Sheng, Xiaojing, Judy A. Siguaw and Penny M. Simpson (2016), "Servicescape attributes and consumer well-being," *Journal of Services Marketing*, 30 (7), 676-85.
- Shirahada, Kunio, Daisuke Sugiyama, Akira Kondo, Kazuhiko Mori and Raymond P. Fisk (2017), "Improving Well-being in an Aging Society: Co-Creating Transformative Places," in *QUIS15*. Portugal: QUIS.
- Skålén, Per, Kotaiba Abdul Aal and Bo Edvardsson (2015), "Cocreating the Arab Spring," *Journal of Service Research*, 18 (3), 250-64.
- Stengel, Jim (2011), *Grow: How Ideals Power Growth and Profit at the World's Greatest Companies*: Crown Business
- Sweeney, Jillian C., Tracey S. Danaher and Janet R. McColl-Kennedy (2015), "Customer Effort in Value Cocreation Activities," *Journal of Service Research*, 18 (3), 318-35.
- Vargo, S.L. and R.F. Lusch (2004), "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing," *Journal of Marketing*, 68 (1), 1-17.
- Vargo, Stephen L., Paul P. Maglio and Melissa Archpru Akaka (2008), "On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective," *European Management Journal*, 26 (3), 145-52.
- Winterich, Karen Page and Gergana Y. Nenkov (2015), "Save Like the Joneses," *Journal of Service Research*, 18 (3), 384-404.
- Witell, Lars, Heiko Gebauer, Elina Jaakkola, Wafa Hammedi, Lia Patricio and Helen Perks (2017), "A bricolage perspective on service innovation," *Journal of Business Research*, 79, 290-8.
- Yao, Tang, Qiuying Zheng and Xiucheng Fan (2015), "The Impact of Online Social Support on Patients' Quality of Life and the Moderating Role of Social Exclusion," *Journal of Service Research*, 18 (3), 369-83.
- Zayer, Linda Tuncay, Cele C. Otnes and Eileen M. Fischer (2015), "The Nature and Implications of Consumers' Experiential Framings of Failure in High-Risk Service Contexts," *Journal of Service Research*, 18 (3), 303-17.
- ホーバック・白肌邦生 (2017), 「高齢化社会に向けた高齢者変革サービスモデルの提案」, サービス学会 第5回国内大会講演論文集: サービス学会, 290-7.
- 伊藤優・白肌邦生 (2016), 「三者間の関係性深化を促進するサービス・エートスの浸透プロセスに関する分析」, 第4回サービス学会国内大会. 神戸, 300-4.
- 持丸正明 (2014), 「産総研のサービス工学」, サービスロジー, 1 (1), 8-9.
- 丹羽清 (2006), *技術経営論*: 東京大学出版会.
- 白肌邦生・レイモンド, フィスク (2013), 「サービス研究の動向: サービス・ドミナントロジックからTransformative Service Research の展開まで」, *開発工学*, 33 (1), 7-10.
- 白肌邦生・杉山大輔・中村孝太郎 (2015), 「サービスの持続可能性: コンセプトと研究課題」, 第3回サービス学会全国大会. 金沢, 529-32.
- 松尾豊 (2017), 「サービスに対するディープラーニングの可能性」, サービスロジー, 4 (1), 10-5.
- 矢野和男 (2016), 「人工知能は組織とコミュニケーションをどう変えるか」, *組織科学*, 49 (4), 41-51.

表1 TSR研究の状況

	資源の不足が議論の中心	資源の開発が議論の中心
ミクロ	<p>観点1</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者の選択幅を制限するようなサービスの分析. 顧客はサービスに不満を持っていても提供主体とのパワーバランスの観点から当該サービスを抜け出すことが難しい現状を指摘(Rayburn 2015). ● 顧客の持つコントロール権とサービス消費の関係. 顧客にとって意志のない権限移譲は彼らのウェルビーイング(例. 自己満足)に良い影響をもたらさないことを指摘(Joosten et al. 2016). ● アルコールに対して正しい理解力を持ちにくい青少年期のアルコール教育を題材にした, 生徒との共同教育デザインの取り組みを報告(Dietrich et al. 2017). ● リカバリーが容易でない医療などのハイリスクサービスにおける, サービスの失敗に対する顧客の認識枠組みの研究(Zayer et al. 2015). ● 消費者には様々な属性が入り組んでアイデンティティを形成しており, その属性の組み合わせがサービスのアクセス性に不利を与えうることをヘルスケアの事例で提示(Corus and Saatcioglu 2015). ● ホスピタリティ産業と小売産業を対象に, サービス従業員のウェルビーイングに関する課題(例. 雇用の不安定さやスキルアップ訓練の機会不足など)に注目. 効果的な企業の人的資源管理は, 従業員の社会的サポート意識を高めることを指摘(Edgar et al. 2017). 	<p>観点3</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ヘルスケア領域における価値共創のための活動の分類とその階層性を提示(Sweeney et al. 2015). ● 価値概念として習慣的な価値(habitual value)と変革的な価値(transformative value)を分類. ホームレス支援組織での参与観察経験をもとに変革的価値の創造に関わる4視点を提示(Blocker and Barrios 2015). ● ボランティア参加者の社会課題に対する認識を深める経験に注目. サービス組織・ボランティア・地域コミュニティの3者連携およびチャリティ経験の重要性を指摘(Mulder et al. 2015). ● サービス従業員のウェルビーイング(例. 仕事に対する自信や動機)に, 顧客が行う正のフィードバックが与える影響を分析(Nasr et al. 2015; Nasr et al. 2014). ● 金融のウェルビーイング(Guo et al. 2013)への影響要因に関する研究: 信用度の状況に対するストレス度合い向上における, カウンセリングの重要性(Mende and Doorn 2015). 貯蓄行動を促進する社会的情報を考慮した情報提供のあり方(Winterich and Nenkov 2015). ● 組織内サービスが従業員のウェルビーイング(肉体的だけでなく, 感情的な側面において良い状態を意味)に正の影響を与えることを提示(Sharma et al. 2016). ● サービス従業員に対する企業内のウェルネスプログラムのもたらす正の効果を分析(Mirabito and Berry 2015).
メソ・マクロ	<p>観点2</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 資源が不足している環境としてのBoP(Base of Pyramid)での価値共創に関する諸問題に対して取り組む上での研究フレームワークおよび研究アジェンダを提示(Fisk et al. 2016; Reynoso et al. 2015). ● 汚名の付いたサービスとしてのコロンビアの高利貸しに注目. 利用者のウェルビーイング(例. 金融サービスのアクセス性など)の観点では, 借り手を選別しないなどの, マクロ的に意図しない正の効果があることを分析(Sanchez-Barrios et al. 2015). ● スポーツイベントをテーマに, 障害を持つ人々のスポーツへのアクセス性に関わる課題に注目. サービス設計のための指針を提示(Dickson et al. 2016). 	<p>観点4</p> <ul style="list-style-type: none"> ● (ウェルビーイングに関する詳細はないものの) 社会的ニーズに適合する新しいアイデアの開発と実践としての社会的イノベーション促進には人的資源開発が重要と指摘(Sanzo-Perez et al. 2015). ● がん患者を対象に, 家や病院を超えて集える場が, 社会的サポートの実感を高め, 彼らのウェルビーイング(不安の解消を通じた生活の質向上)に正の影響をもたらすと分析(Rosenbaum and Smallwood 2013). ● オンライン上のヘルスケアコミュニティにおける社会的サポートがもたらす患者のウェルビーイングへの影響. オンラインでつながっている感覚が患者の精神的ニーズを満たすことを指摘(Yao et al. 2015). ● ヘルスケアサービスにおける, 顧客の関与を引き出し, より多様な資源統合を可能にする組織の共創文化を分類(Sharma and Conduit 2016). ● 資源統合者の持つネットワーク要素が価値共創およびウェルビーイング(健康や生活の質向上)に影響を与えることを指摘(Black and Gallan 2015). ● 社会システムを変革したアラブの春を, 資源統合の観点から分析. 挑戦者と現体制の2タイプの資源統合者の存在を同定(Skälén et al. 2015).