

氏名	渡部 吉昭		
学位の種類	博士（経営管理）		
学位記番号	博甲第四号		
学位授与年月日	平成 28 年 3 月 19 日		
学位授与の要件	嘉悦大学学位規程第 6 条		
学位論文名	企業間サービス取引におけるリレーションシップ・マーケティングの有効性に関する研究		
論文審査委員	主査教授 上原 聡	副査教授 嶋口 充輝	
	副査 准教授 森谷 智子		

論文審査の結果の要旨

本論文は、近年のマーケティング研究における重要な概念であるリレーションシップに焦点をあて、サービスマネジメントにおいて注目されてきたサービス・ドミナント・ロジックを中心に顧客相互による価値共創のメカニズムを明らかにすることを試みたものである。

先行研究の考察として、組織購買行動論をはじめとした BtoB マーケティングの観点、サービス・マーケティングの観点、価値共創論の観点、以上の大きく 3 つに分かれたそれぞれからのカテゴリから整理・類型化がすすめられ、各カテゴリ別に綿密な内容の精査が行われている。

このような先行研究の整理が行われた上で、理論的な仮説フレームが構築され、データを用いた詳細な統計分析により検証されている。具体的には、金融サービスを対象にとり、サービスごとの信用財の度合いを指標にサービス別の影響度の差異を勘案した上で実践された価値共創が有効になることが提示される。ここでは、サービスのスイッチング・コストが効果的な要因となることが提唱される。

以上のことは、従来までの価値共創に関わる研究ではスイッチング・コストの影響を定量的に検証したものが無かった点において本論文のオリジナリティとなる。

ただし、共分散構造におけるモデルの構築が若干粗いと思われる点が課題として考えられる。

全体として、現代マーケティングの中心テーマである関係性ベースの価値共創のメカニズムを論じた本論文は、学術的かつ社会的意義の面から高く評価できる。

これらを総合的に踏まえ、口頭試問の内容を鑑み、最終的な審査結果としては合格に値するものと判断する。