

2. 【現在までの研究状況】(図表を含めてもよいので、わかりやすく記述してください。様式の変更・追加は不可(以下同様))

- ① これまでの研究の背景、問題点、解決策、研究目的、研究方法、特色と独創的な点について当該分野の重要文献を挙げて記述してください。
- ② 申請者のこれまでの研究経過及び得られた結果について整理し、①で記載したことと関連づけて説明してください。その際、博士課程在学中の研究内容が分かるように記載してください。申請内容ファイルの「4. 【研究成果】」欄に記載した論文、学会発表等を引用する場合には、同欄の番号を記載するとともに、申請者が担当した部分を明らかにして記述してください。

① 研究の背景・問題点

過疎化により、住民の生活基盤となる地域コミュニティが衰退している。これに対し、住民自らが共助サービスを提供するようになった。そのため、サービスを通じてコミュニティの持続可能性を回復させるマーケティング理論が求められる。

古典的なマーケティング理論では商品販売に焦点が当てられており、消費者は商品の購買者としてしか見なされていなかった[1]。しかし、**住民の生活基盤を築く共助サービスは、提供者と消費者の関係性が明確に区別されるものではなく、より多くの住民がサービス提供に関わることが望ましい。**近年のマーケティング理論では、価値共創が主張されている[2]。この枠組みは共助サービスにも援用できる可能性があるものの、サービスからの支援を受ける消費者は最初から価値共創に参加するわけではない。支援を受けるだけの状態から地域づくりに参加する状態へと**態度変容する消費者を捉えるための新たな分析枠組みが求められる**(図1)。

■ 解決策・研究目的

解決策として、社会的交換理論[3]を援用した。共助サービスにおける経済的交換に留まらない住民間の交流を分析することにより、消費者の態度変容に影響を及ぼす多様な要因について分析した。調査対象は、高齢の買い物難民を支援するための移動販売サービスとした。高齢化率の高まりと公共交通機関の衰退によって引き起こされる買い物難民の増加は重大な社会問題となっている。対象事例において消費者は、はじめの内は自身の生活のために食料品を購入するだけに留まった。だが、提供者や他の消費者と交流する中で態度変容が促され、自家栽培の農作物の提供や近隣住民の見守りを自主的にするようになるなど、サービスの利用を通じて地域づくりのための向社会的行動を取るようになった。

社会的交換理論によれば、多様な選択肢の中から人間は交換で得られる報酬と交換に支払うコストの差分である便益を最大化する行動を選択する。この枠組みに基づいて、共助サービスにおける交換に対する参加障壁(コスト)と交換から得られる価値(報酬)が段階的に変化することで、消費者の向社会的行動が促進されるという仮説を設定した。**本研究の目的は、共助サービスを通じて向社会的行動が促進される過程を同定することによって、消費者の態度変容を分析するためのマーケティング理論を構築することである。**

■ 研究方法

研究目的を達成するために、仮説に基づいて3つの問いを設定した。

- (1) 交換に対する参加障壁は何か
- (2) 交換で得られる価値は何か
- (3) どのような過程で態度変容するのか

この3つの問いを明らかにするために、申請者は博士課程を通じて、図2に示す3つの研究を実施した。問い1を明らかにするために、消費者に対する聞き取り調査および質問紙調査を実施した(研究1)。並行して、問い2を明らかにするために、移動販売サービスを対象に15回の参与観察を実施した(研究2)。そして、問い3を明らかにするために、研究1と研究2の結果を統合することにより、消費者の態度変容の過程を示す消費者変容モデルを構築した。その後、質問紙調査および2年以上継続してサービスを利用している消費者に対する聞き取り調査を実施し、モデルを検証した(研究3)。

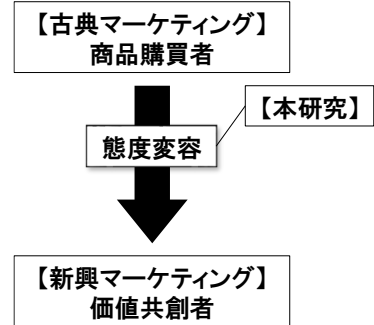


図1 消費者の捉え方

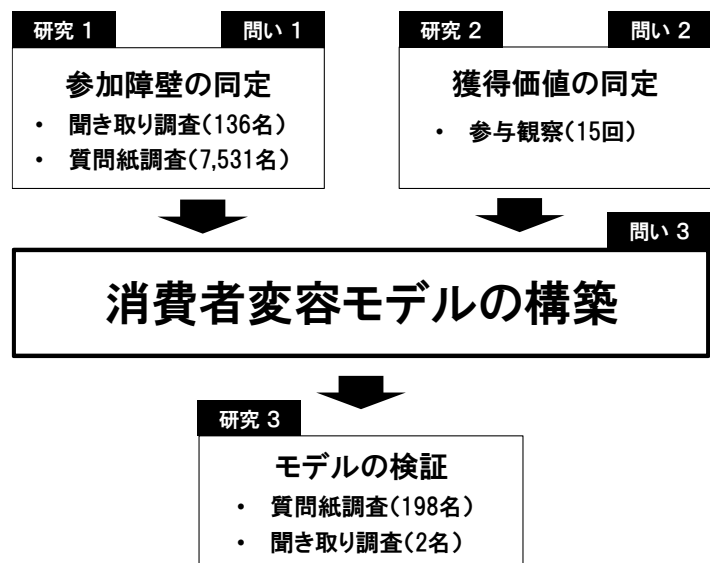


図2 研究の手順

■ 特色と独創的な点

本研究の特色は、**消費者の個人的な価値と地域コミュニティの集団的な便益となる向社会的行動の双方を同時達成するためのモデルを構築した点にある**。さらに、定性分析から仮説を構築し定量分析によって仮説検証する混合手法を複数回組み合わせることで多角的に分析することにより、モデルの一般性の高さを示した。

既存研究は、商品の購買者[1]もしくは価値の共創者[2]のどちらか一方だけの態度変容しない存在として消費者を捉えてきた。本研究は社会学の理論を援用することで、支援を受けるだけの状態から地域づくりに参加する状態へと**態度変容する消費者を分析するためのマーケティング理論を構築した点が独創的である**。

② これまでの研究経過及び得られた結果

【研究1】参加障壁の同定

グラウンデッド・セオリー・アプローチを用いて、ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、信頼障壁という3つの参加障壁によって、消費者が交換への参加意欲を減退させることを明らかにした（※業績1, 9, 25, 53）。

【研究2】獲得価値の同定

Thick description 手法から、消費者が交換から得られる価値が機能的価値、社会関係価値、情緒的価値の3つに分類できることを明らかにした（※業績7, 8, 22, 23, 24, 28, 31, 51）。

消費者変容モデルの構築

研究1と研究2の結果を統合し、消費者変容モデルを構築した（※業績5, 13, 15, 18, 19, 20, 47, 52, 59）。消費者は参加障壁を克服するための3種の社会的支援（図3左）をサービス提供者から受けることで、個人的な価値を獲得しながら受容者の状態（図3中央下部）から準行為者の状態（図3中央真ん中）を経て、一般行為者（図3中央上部）へと変容する。

支援を受けるだけの受容者が、低価格での移動販売による実用的支援（図3左下部）を受けることで時間や予算の制約によるライフスタイル障壁を克服する。その結果、日用品が買えるという機能的価値を獲得することで、自己効力感（自分が目標に対して有効な行動を取れるという認知）を高める。彼らは自己効力感を高めることで自信を持つようになり、積極的に周囲に有用情報を伝える準行為者へと変容する。準行為者に人間関係の構築を助ける人脈的支援（図3左真ん中）を提供することで、彼らは他者の助けを借りて身体機能の衰えによるケイパビリティ障壁を克服するとともに、社会関係資本の増加による社会関係価値を獲得する。これにより、彼らは共同体感覚（他者の存在を認め関心を持つ尺度）を高め一般行為者へと変容する。さらに、生活の様子に対する傾聴を通じて恐れや喜びといった情動を受け止める情動的支援（図3左上部）を一般行為者に提供することで、彼らはサービス提供者や他の消費者に対する不信感である信頼障壁を克服するとともに、ポジティブ感情の共有による情緒的価値を獲得し、近隣住民の見守りなどといった地域コミュニティのための向社会的行動を促進する。

【研究3】モデルの検証

共分散構造分析から、一般行為者、準行為者、受容者の順で向社会的志向が有意に高いことを明らかにした。さらに、聞き取り調査から、サービス利用回数が増加するにつれて、消費者が自己効力感と共同体感覚を高め、受容者から準行為者の段階を経て一般行為者へと変容することを明らかにした（※業績15, 47, 52, 60, 61）。

消費者変容モデルは他のサービスにも展開されており（※業績2, 11, 14, 17, 18）、一般性が高い。

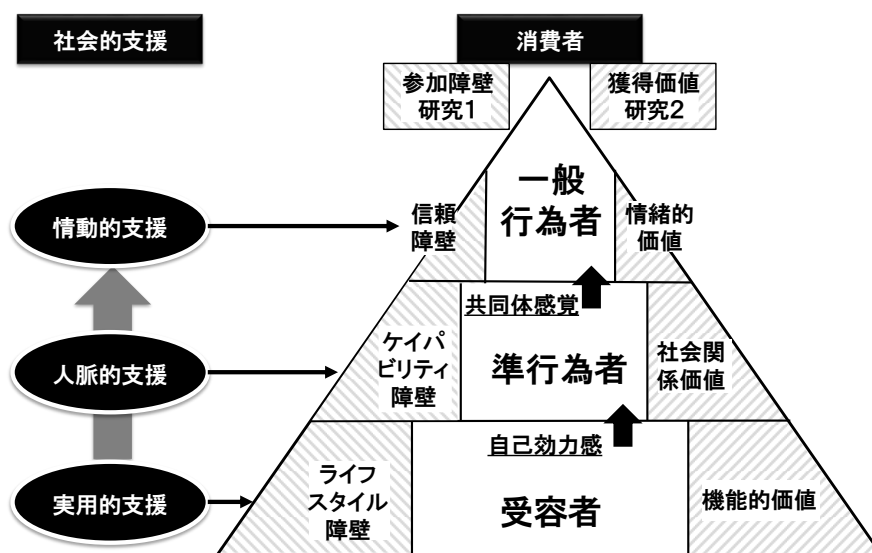


図3 消費者変容モデル

[1] Kotler, P. T. and Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson.

[2] Vargo, S. L. and Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.

[3] Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.

3. 【これからの研究計画】

(1) 研究の背景

2. で述べた研究状況を踏まえ、これからの研究計画の背景、問題点、解決すべき点、着想に至った経緯等について参考文献を挙げて記入してください。

■ 研究計画の背景・問題点・解決すべき点

現在までの研究では地域内の住民の態度変容に焦点を当ててきた。だが、持続可能なコミュニティ環境の構築には人口減少する地域内の力だけでは不十分であり、地域外からの地域づくりへの参加が欠かせない。地域づくりへの参加意識は住民との交流から醸成されるものであり、その代表的手段として観光が挙げられる。既存研究は非日常体験を一方的に消費するだけの存在として旅行者を捉えてきた[4]。しかし、観光地を周遊するだけでなく、そこから地域との関わりを深め移住や二地域居住をする旅行者が増えている。したがって、こうした**態度変容をする旅行者を捉えるための新たな分析枠組みが必要である**。

本研究は、**旅行者が観光を通じて地域との関わり方（役割）を見つける過程に着目する**。役割取得による社会化の過程を分析する役割理論[5]を援用することにより、旅行者の態度変容を捉えるためのマーケティング理論を構築する。そのためには、観光を通じた旅行者の役割取得の過程および役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響を明らかにしなければならない。

■ 着想に至った経緯

観光を通じて移住や二地域居住をした旅行者への先行調査から、役割取得が地域づくりへの参加を促進することが示唆された（※業績 17, 42, 58）。

また、これまでの研究成果から、消費者が有用な向社会的行動を取るには彼らがサービスシステムにおいて求められる役割への理解を深める必要があることがわかった（※業績 2, 11, 14, 46, 27, 65）。このことから、旅行者のみを分析するのではなく、旅行者と地域の双方のニーズが統合される過程を**システム論の観点から分析することで、現在までの研究の方向性を拡張する必要があるという着想を得た**。

[4] Urry, J. (1992). The Tourist Gaze "Revisited". *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.

[5] Goffman, E. (1961). *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Bobbs-Merrill.

(2) 研究目的・内容（図表を含めてもよいので、わかりやすく記述してください）

- ① 研究目的、研究方法、研究内容について記述してください。
- ② どのような計画で、何を、どこまで明らかにしようとするのか、具体的に記入してください。
- ③ 共同研究の場合には、申請者が担当する部分を明らかにしてください。
- ④ 研究計画の期間中に異なった研究機関（外国の研究機関等を含む）において研究に従事することを予定している場合はその旨を記載してください。

■ 研究目的

研究目的は、**旅行者の役割取得の過程および役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響を明らかにすることにより、旅行者の態度変容を分析するためのマーケティング理論を構築することである**。研究目的を達成するために、3つの問いを設定した。研究の全体像を図4に示す。

- (A) 役割取得に関する旅行者と地域のニーズはどのようなものか
- (B) 観光においてどのようにニーズが統合され旅行者が役割を取得するのか
- (C) 観光を通じた役割取得はどのように地域づくりへの参加を促進するのか

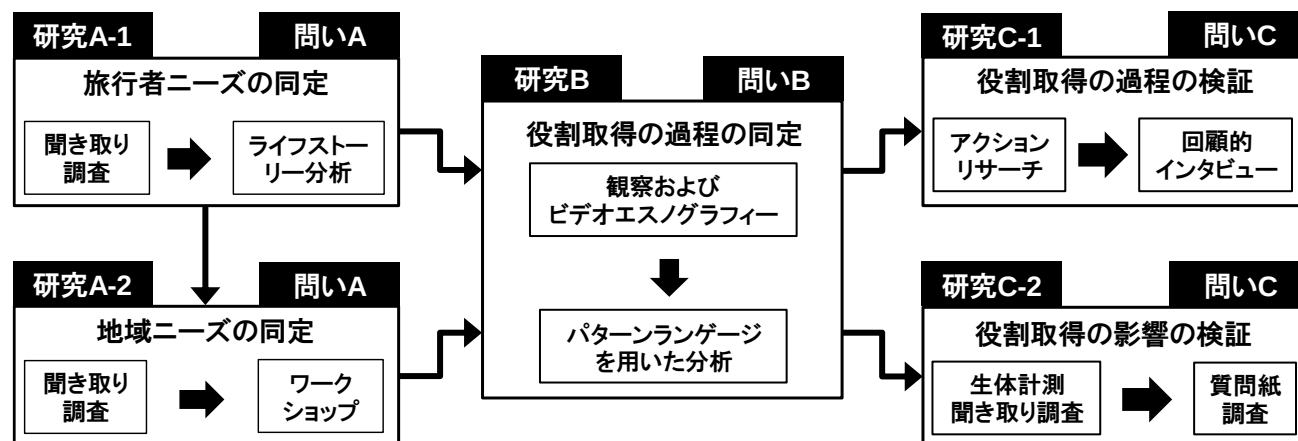


図4 これからの研究の全体像

旅行者の役割取得は旅行者と地域どちらか一方の要因だけで決まるのではなく、地域が期待する役割(地域ニーズ)と旅行者が求める関わり方(旅行者ニーズ)の双方が統合されることで達成される。したがって、本研究は旅行者の役割取得についてシステム論の観点から地域と旅行者の双方について分析する。研究 A から双方のニーズを明らかにし、研究 B で双方のニーズが統合される役割取得の過程を明らかにする(図 5)。その後、研究 C において役割取得の過程および役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響について検証する。

■ 研究方法・研究内容

【研究A】旅行者と地域のニーズの同定

旅行者ニーズは旅行者の暮らしや生き方に根付くものである。これを同定するには観光が彼らの生活にもたらした変化を口述的に深く分析する必要がある。研究 A-1 で、旅行者ニーズが満たされた事例として移住や二地域居住をした旅行者を対象に、聞き取り調査に基づくライフストーリー分析をする。生活の変化に対する口述を分析することにより、旅行者が地域に求めるニーズの要点を同定できる。

地域ニーズには住民の多様な欲求が含まれる。研究 A-2 として、住民に対する聞き取り調査に基づくシステム思考アプローチを用いる。これにより、地域コミュニティが現在持っている文化的・社会的価値がどのような点にあり、今後どのような点に新たな役割を迎え入れるニーズがあるかを表すシステムモデルを構築できる。その後、住民を対象にワークショップを開催することで、住民間の利害関係を整理するとともに構築したシステムモデルの妥当性を高める。地域ニーズをシステムモデルとして表現することで、その中に旅行者ニーズも組み入れられるようになる。

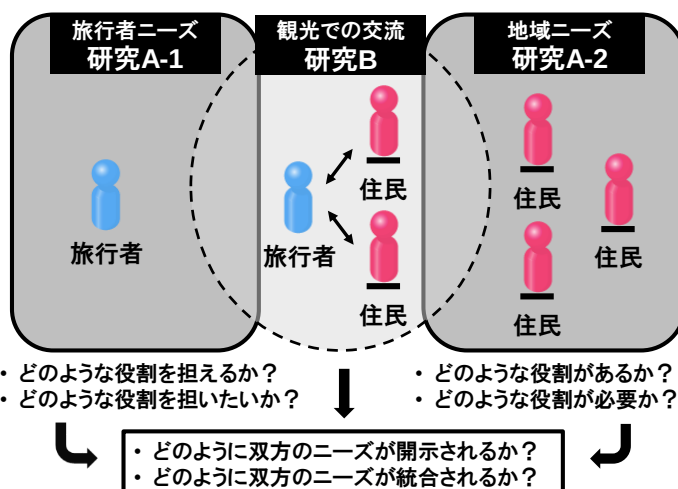


図5 観光を通じた役割取得の構造

【研究B】ニーズの統合による役割取得の過程の同定

図5下部枠内に示すように、役割取得は相手によるニーズの開示を必要とする。したがって、旅行者の役割取得の過程を明らかにするには、観光における交流を通じて双方のニーズがどのように開示され、どのように統合されるのかを分析しなければならない。しかし、観光での交流は暗黙的で無意識的な行動が多い。そのため、研究 B として観光における旅行者と住民の暗黙的な行動を観察およびビデオエスノグラフィーによってデータ収集し、パターンランゲージを用いて分析する(図6)。言語パターンとして表出化することで、旅行者の役割取得の過程を明らかにできる。旅行者と住民の行動およびニーズの開示の分析では、研究 A の成果を参照する。

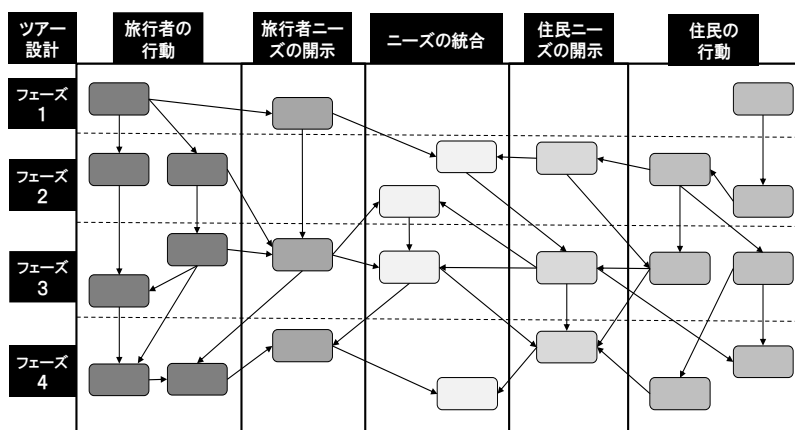


図6 パターンランゲージの分析イメージ

【研究C】役割取得の過程および影響の検証

研究 B で同定した役割取得の過程および影響について、研究 C で検証する。役割取得の過程を検証するには、ニーズの統合パターンが多様な文脈に適用できることを示す必要がある。そのため、研究 C-1 としてニーズの統合を促進する行動が増える新規ツアーを設計し、アクションリサーチをする。アクションリサーチでツアー設計を繰り返し修正することで、多様な文脈においても同様のパターンからニーズが統合され役割取得が促進されるかを検証できる。アクションリサーチにおける役割取得の評価には、ビデオエスノグラフィーおよびその動画を用いた聞き取り調査(回顧的インタビュー)を用いる。

役割取得の計測には、これまで主観指標のみが用いられてきた。しかし、主観指標だけでは正確性に欠ける。この欠点を補うために、研究 C-2 として客観指標である生体計測を用いて役割取得の影響

(研究目的・内容の続き)

を検証する。本研究では集団の結束の強さを示す同調現象に基づいて、役割取得の強さを規定する。これにより、ウェアラブルデバイスから身体動作と心拍数のデータを収集し時系列分析することで、旅行者と住民の同調の強さから役割取得を客観的に計測できる。客観指標である生体計測に主観指標の聞き取り調査を組み合わせることで、旅行者の役割取得の強さを同定する。

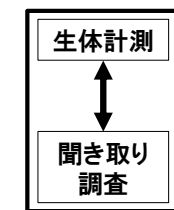
旅行者は気に入った地域に再訪することを通じて少しずつ

地域づくりへの参加を促進する。二回目以降の訪問をする旅行者と訪問地域の住民から生体データを収集し分析することで、これまで定性分析に留まっていたニーズの統合が役割取得を表現できているのかについて定量分析から実証できる。さらに、旅行者の地域づくりへの参加度合いについて、旅行者と住民に質問紙調査をする。これにより、旅行者の役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響を検証できる(図7)。

研究遂行のために、観光事業者の株式会社 Ridilover (リディラバ) からの協力を得る。都市と農山漁村を往来するライフスタイルを普及するツアーを提供するリディラバは、既に10以上の地域と提携しており、毎月3つ以上のツアーを通じて30名以上の観光者を地域コミュニティへと送り出している。彼らの観光事業は、観光庁や農林水産省から表彰されている。申請者は既に彼らとの共同研究を開始しており(※業績3, 10, 16, 17, 42, 58)、本研究計画に関しても調査対象者や調査対象地域の選定について協議している。

研究Cにおける生体計測は、日本電気株式会社(NEC) バイオメトリクス研究所の研究チームからの協力を得る。彼らは既に生体データから感情を推定する技術を確認している。この技術はオフィス環境での実証実験が済み、研究成果が発表されている。本研究では生体データの分析についてはNECの研究チームからの助言を受けるが、全体の研究デザインおよび研究課題の遂行は申請者が行なう。

役割取得の強さ



地域づくりへの
参加度合い



質問紙
調査

図7 役割取得の影響の検証

(3) 研究の特色・独創的な点

次の項目について記載してください。

- ① これまでの先行研究等があれば、それらと比較して、本研究の特色、着眼点、独創的な点
- ② 国内外の関連する研究の中での当該研究の位置づけ、意義
- ③ 本研究が完成したとき予想されるインパクト及び将来の見通し

① 本研究の特色、着眼点、独創的な点

これまでの旅行者エンゲージメント研究は、地域を周遊の対象としてしか捉えていなかった[6]。これに対し、**本研究は旅行者が役割を取得することで地域づくりに参加するようになる点に着目し、役割理論を援用してシステム論の観点から旅行者と地域双方のニーズが統合される過程を分析する点が独創的である。**さらに、同調現象に着目して役割取得を生体データの同調から計測するアイデアは独自性が高く、観光を対象に重厚な定性分析と最新の生体計測を組み合わせることで学際的に地域研究を進める点に特色がある。

② 本研究の位置づけ、意義

ソーシャルマーケティングは企業を主語とした議論に終始し[7]、消費者行動論では消費者が商品を購入する段階までしか議論されていない[8]。一方で、本研究は旅行者の観光サービスの利用後における態度変容を分析するためのマーケティング理論を構築する。**日本特有の問題である超高齢社会を解決するために消費者行動論を拡張することで、社会問題を取り扱うマーケティング研究に新たな方向性を提示する。**

③ 研究成果のインパクト及び将来の見通し

個人の役割がコミュニティの中で取得される過程を明らかにすることは、社会の構成メカニズムを解明することにつながり、本研究の成果は社会科学全般への波及効果が期待できる。社会への貢献として、本研究が達成されることで観光を通じて地域づくりへの参加者を増やせるようになり、**超高齢社会において地域コミュニティの持続可能性を低めている根本原因である地域づくりの担い手不足の解消に寄与する。**

[6] Prayag, G. and Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356.

[7] Lefebvre, R. C. (2011). An Integrative Model for Social Marketing. *Journal of Social Marketing*, 1(1), 54-72.

[8] Xiang, Z., Magnini, V. P. and Fesenmaier, D. R. (2015). Information Technology and Consumer Behavior in Travel and Tourism: Insights from Travel Planning Using the Internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249.

(4) 年次計画

申請時点から採用までの準備状況を踏まえ、1～3年目について年次毎に記載してください。元の枠に収まっていれば、年次毎の配分は変更して構いません。

(申請時点から採用までの準備)

調査協力者および協力地域の選定

研究 A-1 のライフストーリー分析では、リディラバのツアーを通じて移住や二地域居住をした旅行者を対象とする。そのため、リディラバと協議して調査協力者を選定する。また、研究 A-2 における協力地域に関してもリディラバと協議の上で選定して、調査協力者と併せて採用時までに研究協力への同意を得る。

生体計測の予備実験

研究 C-2 の生体計測に関して、ツアー環境における分析の精度を高めるために NEC の研究チームと予備実験を実施する。本研究で用いる生体計測の技術は既にオフィス環境で実装されている。だが、データ分析に関してこれまでは個人を独立的に分析するに留まり、2 者間以上の同調について調べるための時系列分析は試みられてこなかった。そのため、まずはオフィス環境でのデータ取得について時系列のずれが生じないかを確かめる予備実験を実施する。ずれが生じる場合は、解決方策について NEC の研究チームと協議する。その後、ツアー環境においても時系列分析に障害が生じるかを確かめる予備実験を実施する。

(1 年目)

1 年目は、旅行者と地域のニーズを明らかにする (研究 A)。

旅行者ニーズの同定

1 年目の前半にライフストーリー分析を実施し、旅行者ニーズを同定する。観光を通じて移住や二地域居住をした旅行者 30 名に聞き取り調査を実施し、ツアーに参加する前後の生活における変化を口述的に読み解くライフストーリー分析を用いることで、移住や二地域居住をして地域づくりに参加するようになる旅行者ニーズの要点を明らかにする。

地域ニーズの同定

1 年目の後半は地域ニーズを明らかにするために、聞き取り調査からシステム思考に基づいた地域コミュニティのシステムモデルを構築し、ワークショップを開催してモデルの妥当性を高める。聞き取り調査の対象は 10 地域 (各地域 20~30 名程度) とし、ワークショップでは聞き取り調査の対象外の住民に対しても広く参加者を募る。

(2 年目)

2 年目は、旅行者が観光を通じて役割を取得する過程を明らかにする (研究 B)。

役割取得の過程の同定

観光における交流からどのように旅行者と地域のニーズが統合され、旅行者が役割を取得するのかを明らかにするために、観察およびビデオエスノグラフィーを実施し、データを収集する。その後、パターンランゲージを用いて分析する。研究 A-2 で調査協力を得た 10 地域で開催されているツアーから、2 つずつ選定し合計 20 ツアーに対して分析を行なう。

(3 年目)

3 年目は、役割取得の過程および役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響について検証する (研究 C)。

役割取得の過程の検証

3 年目の前半は研究 B で同定した役割取得の過程について、アクションリサーチを用いて検証する。アクションリサーチでニーズが統合される行動が増えるようにツアー設計することで、研究 B の成果がどのように一般化できるかについて検証できる。毎月 3 つのツアー、半年で計 18 のツアーを対象とする。

役割取得の影響の検証

研究 C-1 と並行して、通年で研究 C-2 を実施する。生体計測と聞き取り調査を組み合わせることで、役割取得の強さを示す指標を得る。それから、地域づくりへの参加度合いを尋ねる質問紙調査を実施することで、役割取得が地域づくりへの参加に及ぼす影響を検証する。研究 B および研究 C-1 のツアーを通じて役割を取得し、地域に再訪する旅行者から 40 名を選定して、新たなツアーで再訪した時に住民とともにデータ収集する。調査協力者は旅行者の他にツアーに協力する住民を含めて、各ツアー 10 名程度である。

(5) 受入研究室の選定理由

採用後の受入研究室を選定した理由について、次の項目を含めて記載してください。

- ① 受入研究室を知ることとなったきっかけ、及び、採用後の研究実施についての打合せ状況
- ② 申請の研究課題を遂行するうえで、当該受入研究室で研究することのメリット、新たな発展・展開

※ 個人的に行う研究で、指導的研究者を中心とするグループが想定されない分野では、「研究室」を「研究者」と読み替えて記載してください。

① 受入研究室を知るきっかけ及び採用後についての打合せ状況

受入研究室の岡田幸彦准教授（筑波大学）とは、サービス学会を通じて知り合った。その後、岡田准教授と共同研究を開始することとなり、これまで密に連絡を取りながら研究を進めてきた（※業績 2, 14, 46）。そのため、岡田准教授とは深い議論をする信頼関係が既に築けている。本研究計画についても議論を重ね、設備環境を整えている。採用後には、受入研究室が蓄積してきたサービス工学の知見と申請者の持つ観光学およびサービスマーケティングの知見を融合し、互いの研究をさらに推進することが岡田准教授から期待されている。

② 受入研究室で研究することのメリット及び新たな発展・展開

岡田准教授は経営学を専門としながらもシステム情報工学研究科の教員として研究活動に従事しており、多分野にわたる幅広い知識を備えている。加えて、筑波大学でサービス工学に関する新たな学位プログラムを立ち上げており、サービス工学分野の第一人者である。本研究計画は、システム論の観点からの分析および生体計測を用いた調査手法を予定していることから、岡田准教授の下で研究することで有意義な助言を多く享受できる。さらに、受入研究室はこれまでに生体計測を用いた研究を多く発表しており、申請者は工学的な研究手法を推進する環境下で研究を遂行できる。申請者の提唱する消費者変容モデルは受入研究室の既存の研究課題にも応用可能であり、双方がメリットを享受し研究の新たな発展が望める。

(6) 人権の保護及び法令等の遵守への対応

本欄には、研究計画を遂行するにあたって、相手方の同意・協力を必要とする研究、個人情報の取り扱いの配慮を必要とする研究、生命倫理・安全対策に対する取組を必要とする研究など法令等に基づく手続きが必要な研究が含まれている場合に、どのような対策と措置を講じるのか記述してください。例えば、個人情報を伴うアンケート調査・インタビュー調査、国内外の文化遺産の調査等、提供を受けた試料の使用、侵襲性を伴う研究、ヒト遺伝子解析研究、遺伝子組換え実験、動物実験など、研究機関内外の情報委員会や倫理委員会等における承認手続きが必要となる調査・研究・実験などが対象となりますので手続きの状況も具体的に記述してください。

なお、該当しない場合には、その旨記述してください。

本研究では個人情報を伴う質問紙調査、聞き取り調査、観察および生体計測が予定されている。そのため、調査開始前に質問紙調査および聞き取り調査の質問項目について、所属機関の倫理委員会の審議を受けて承認を得る。そして、調査協力者の人権の擁護のために、得られたデータの使用目的、データの管理、研究公開時に個人名が特定されないことに配慮することを伝える。加えて、研究の目的と方法、期待される成果について文書で説明して理解を求め、研究に対する協力の同意を得た上で調査を開始する。

また、本研究で収集したデータは以下の管理方法を取る。

- 同意書と記入済みのデータは暗号化して保管
- 個人情報が含まれる紙媒体のデータは施錠できる棚に保管
- 個人情報が含まれる電子データはネットワークとつながっていない外付けハードディスクに保管
- 研究成果を発表する際は個人が特定されない形式で発表
- 研究終了後にデータをシュレッダーにかけるなどして適切な方法で廃棄

申請者登録名 Ho Quang Bach

4. 【研究成果】(下記の項目について申請者が中心的な役割を果たしたもののみに項目に区分して記載してください。その際、通し番号を付すこととし、該当がない項目は「なし」と記載してください。申請者にアンダーラインを付してください。論文数・学会発表等の回数が多くて記載しきれない場合には、主要なものを抜粋し、各項目の最後に「他〇報」等と記載してください。〔査読中・投稿中のものは除く〕

(1) 学術雑誌等(紀要・論文集等も含む)に発表した論文、著書(査読の有無を区分して記載してください。査読のある場合、印刷済及び採録決定済のものに限ります。)

著者(申請者を含む全員の氏名(最大20名程度)を、論文と同一の順番で記載してください)、題名、掲載誌名、発行所、巻号、pp 開始頁—最終頁、発行年をこの順で記入してください。

(2) 学術雑誌等又は商業誌における解説、総説

(3) 国際会議における発表(口頭・ポスターの別、査読の有無を区分して記載してください)

著者(申請者を含む全員の氏名(最大20名程度)を、論文等と同一の順番で記載してください)、題名、発表した学会名、論文等の番号、場所、月・年を記載してください。発表者に〇印を付してください。(発表予定のものは除く。ただし、発表申し込みが受理されたものは記載しても構いません。)

(4) 国内学会・シンポジウム等における発表

(3)と同様に記載してください。

(5) 特許等(申請中、公開中、取得を明記してください。ただし、申請中のもので詳細を記述できない場合は概要のみの記述で構いません。)

(6) その他(受賞歴等)

(1) 学術雑誌等(紀要・論文集等も含む)に発表した論文、著書

Journal Papers (すべて査読有り)

1. Ho and Shirahada. Barriers to Elderly Consumers' Use of Support Services: Community Support in Japan's Super-Aged Society. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 2019, (In Press; Online Available).
2. Murae, Ho, Hara, and Okada. Two Aspects of Customer Participation Behaviors and Different Effects in Service Delivery: Evidence from Home Delivery Services. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13(1), 45-58, 2019.
3. ホー, 原. 修学旅行生の地域づくりへの関心を高めるスタディツアーの効果分析. *地域活性研究*, 10, 11-20, 2019.
4. Shirahada, Ho, and Wilson. Online Public Services Usage and the Elderly: Assessing Determinants of Technology Readiness in Japan and the UK. *Technology in Society*, 2019, (In Press; Online Available).
5. ホー, 原. 地域コミュニティの持続可能性を高める住民の変革とゾーンデザイン. *地域デザイン*, 13, 41-62, 2019.
6. 原, 品川, ホー, 倉田, 太田. CT-Planalyzer: 観光プランの推薦技術を用いた地域の観光特徴の分析方法. *観光と情報*, 14(1), 59-70, 2018.
7. 白肌, ホー. ウェルビーイング志向の価値共創とその分析視点. *サービソロジー論文誌*, 1(1), 1-9, 2017.
8. Ho and Shirahada. Knowledge Co-Creation and Co-Created Value in the Service for the Elderly. *International Journal of Knowledge and System Science*, 7(2), 28-39, 2016.
9. ホー, 白肌. 地方高齢者の購買行動特性の分析. *地域活性研究*, 6, 71-78, 2015.

Peer-Reviewed Proceedings (すべて査読有り)

10. ホー, 原. ソーシャルセクターに関するコミュニティ形成のためのイベント型プラットフォームサービスの効果分析. *サービス学会 第7回国内大会 予稿集*, A-11-01, 2019.
11. 濱野, ホー, 原, 太田. 宅配サービスの利便性が顧客心理と行動にもたらす影響の分析. *サービス学会 第7回国内大会 予稿集*, B-12-04, 2019.
12. Aoike, Ho, Hara, Ota, and Kurata. Utilising Crowd Information of Tourist Spots in an Interactive Tour Recommender System. *Proceedings of Information and Communication Technologies in Tourism 2019 (ENTER2019)*, 27-39, 2019.
13. Ho. Service Ecosystem Modeling for Community Sustainability in Rural Areas. *Proceedings of Joint International Conference of Service Science and Innovation and Serviceology*, 111-118, 2018.
14. Ho, Hara, Murae, and Okada. The Influence of Experience as a Supplier on Value Co-Creation Behavior of Consumers: The Experience of the Sender in Home Delivery Services. *Proceedings of Joint International Conference of Service Science and Innovation and Serviceology*, 331-338, 2018.
15. Ho. Service Design for Elderly People in Transformative Service Research. *Proceedings of Joint International Conference of Service Science and Innovation and Serviceology*, 423-426, 2018.
16. ホー, 原. 修学旅行における地域課題スタディツアーの効果分析. *地域活性学会 第10回研究大会 一般研究発表論文集*, 94-97, 2018.
17. ホー. スタディツアーを通じた地域デザインへの参画意識の醸成. *地域デザイン学会 第8回全国大会 講演論文集*, 52-55, 2018.
18. ホー, 原, 金, 太田. S-D ロジックに基づく共助サービスのデザイン手法. *サービス学会 第6回国内大会 講演論文集*, PO-04, 2018.

19. Ho and Shirahada. Services as a Platform to Promote Prosocial Behavior in the Elderly. *Proceedings of 5th International Conference on Serviceology*, 47-55, 2017.
20. ホー, 白肌. 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, 290-297, 2017.
21. Ho, Shirahada, and Wilson. Online Public Services Access and the Elderly: Assessing Determinants of Behaviour in the UK and Japan. *Conference Proceedings AMA SERV SIG 2016*, 639-643, 2016.
22. ホー, 白肌. 共助サービスへの動機付け要因の分析. サービス学会第4回国内大会講演論文集, 98-102, 2016.
23. ホー, 周, 白肌. 向社会的サービスへの参加を促進する知識共有の考察. 知識共創, 6, V21-V27, 2016.
24. ホー, 白肌. アクティブシニアによる持続可能な地域づくり: 若々しさ指標の開発と学助によるその醸成. 地域活性学会第7回研究大会論文集, 271-274, 2015.
25. Ho and Shirahada. Elderly Fear of Participation in Service. *Proceedings of QUIS14*, 32-41, 2015.
26. ホー, 白肌. 自分ごと化促進のためのツーリズム手法「ServEduVenture モデル」の提案. サービス学会第3回国内大会講演論文集, 525-528, 2015.
27. Ho and Shirahada. Premise Knowledge Determining Customer Experiential Value. *The 3rd Asian Conference on Information System (ACIS 2014) the Proceedings*, 457-461, 2014.
28. ホー, 白肌. 高齢者買い物支援サービス事例分析に基づく厚生サービスシステム評価視点の提案. サービス学会第2回国内大会講演論文集, 119-122, 2014.
29. ホー, 春名, 遠藤, 滝ヶ浦, 白肌. 体験価値視点に基づくサービス設計の提案Ⅱ: 顧客満足度を高めるサービスプロセスにおける知識共創の影響分析. サービス学会第2回国内大会講演論文集, 313-315, 2014.
30. ホー, 川崎, 白肌, ダム. 知識共創の「自分ごと化」への影響分析: 九谷陶芸村まつりにおける社会実験. 知識共創, 4, III31-III36, 2014.
31. ホー, 白肌, フィスク. Transformative Service Research II: アクセシビリティ課題を克服するサービスシステムの事例研究. サービス学会第1回国内大会講演論文集, 334-339, 2013.
- 32-40. 他9報

Book Chapters (査読有り)

41. Ho, Taewijit, Ho, and Dam. Big Data and Service Science. In Kosaka, & Shirahada (Eds.), *Progressive Trends in Knowledge and System-Based Science for Service Innovation*. IGI-Global, 32-41, 2013.

(2) 学術雑誌等又は商業誌における解説、総説

42. ホー, 安部. 日常からの逃走: 観光のまなざしとウェルビーイング. サービスロジー, 6(1), 20-27, 2019.
43. ホー, 井上. サービス・ドミナント・ロジックへの理解. サービスロジー, 4(4), 44-49, 2018.

44-45. 他2報

(3) 国際会議における発表

46. OMurae, Ho, Hara, and Okada. Two Aspects of Customer Participation Behavior: Empirical Analysis in Japanese Home Delivery Service. *Frontiers in Service 2018*, Texas, USA, September, 2018. (口頭発表, 査読有り)
47. OHo. Actor Transformation in Transformative Service Research. *The 1st Asian Forum for Transformative Service Research*, Shanghai, China, June, 2018. (口頭発表, 査読無し, 招待講演)

48-50. 他3報

(4) 国内学会・シンポジウム等における発表

51. OHo. 地域住民の共助意識を高めるサービス設計手法の提案. *The 3rd PICMET Japan Talk Meeting*, 東京, October, 2017. (口頭発表, 査読無し)
52. OHo. 高齢化社会における持続可能な地域の形成に向けて. 第29回人工物コロキウム, 千葉, February, 2017. (口頭発表, 査読無し, 招待講演)
53. OHo, 白肌. 購買行動支援における高齢者の恐れを克服する知識共創プロセスの分析. 第5回知識共創フォーラム, 石川, March, 2015. (ポスター発表, 査読有り)

54-57. 他4報

(5) 特許等: なし.

(6) その他(受賞歴等)

58. 科学研究費助成事業 若手研究 交付内定, 日本学術振興会, April, 2019.
59. ベストポスター賞, サービス学会 第5回国内大会, March, 2018.
60. 業績優秀者返還免除, 日本学生支援機構第一種奨学金, June, 2017.
61. 優秀修了賞, 北陸先端科学技術大学院大学 知識科学研究科 首席卒業, March, 2017.
62. 学長賞, 北陸先端科学技術大学院大学, September, 2016.
63. 海外留学支援制度採用, 日本学生支援機構, August, 2015.
64. 奨励賞, 平成26年度 大学・地域連携アクティブフォーラム, February, 2015
65. BEST PAPER AWARD, The 3rd Asian Conference on Information Systems, December 2014.
66. 5D プログラム, 北陸先端科学技術大学院大学 首席入学, November, 2011.