

日本広告学会
第54回全国大会 自由論題報告（第3会場）

サービス・エコシステムに関するシステムティック・
レビューによる広告産業における研究テーマの導出

Systematic Review of Service Ecosystems
Deriving Research Themes in the Advertising Industry

2023年11月19日
関東学院大学 経営学部
唐沢 龍也

1

1

本報告の目次

- 1.はじめに（研究の目的・背景）
 - 2.先行研究
 - 3.研究方法（内容分析）
 - 4.結果および考察
 - 5.本研究のインプリケーションと今後の研究課題
- 参考文献

2

2

1. はじめに（研究の目的・背景）

本研究の目的

① サービス・エコシステムに関する包括的な先行研究レビューによってその研究動向を探り、主要な論点を整理することである。

RQ1: どのような研究テーマが提案され、議論がなされているのか。

RQ2: 将来的にどのような研究領域やテーマが有望であるのか。



② 広告産業におけるサービス・エコシステムの観点からの研究テーマを導出する。

背景

① デジタル化、新型コロナのパンデミックなど市場環境の変化によってサービス産業のエコシステムが変化している

② 広告産業においてもサービス・エコシステム（アクター間による価値共創の枠組み）の変化がみられる。

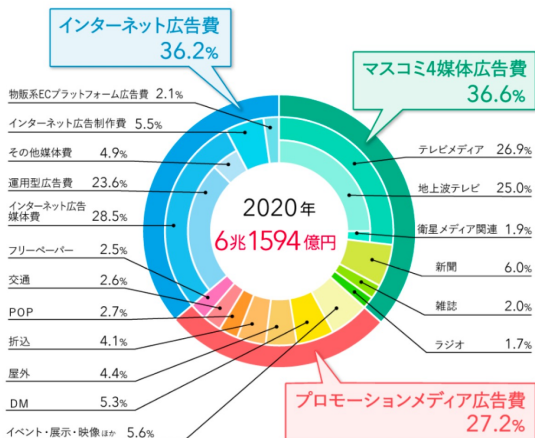
キーワード：

サービスマーケティング（Service Marketing）、サービス・エコシステム（Service Ecosystem）、システムティック・レビュー（Systematic Review）、テキストマイニング（Text Mining）、頻出語（Frequent Words）、共起関係（Co-Occurrence Relations）

1. はじめに（研究の目的・背景）

(1) メディア環境のデジタルシフト

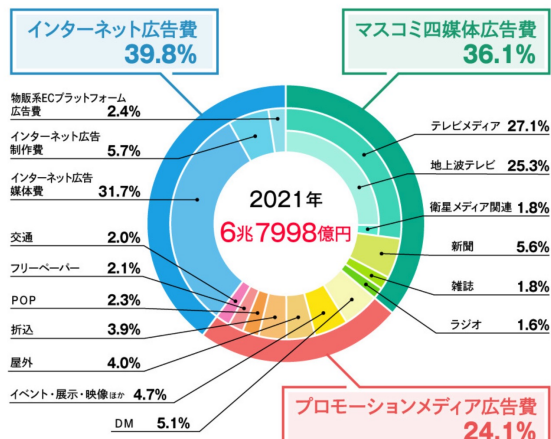
媒体別構成比



注) インターネット広告費の構成比内訳は、小数点以下第2位で四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはなりません。

インターネット広告費が
マスコミ4媒体広告費の合計を初めて上回る

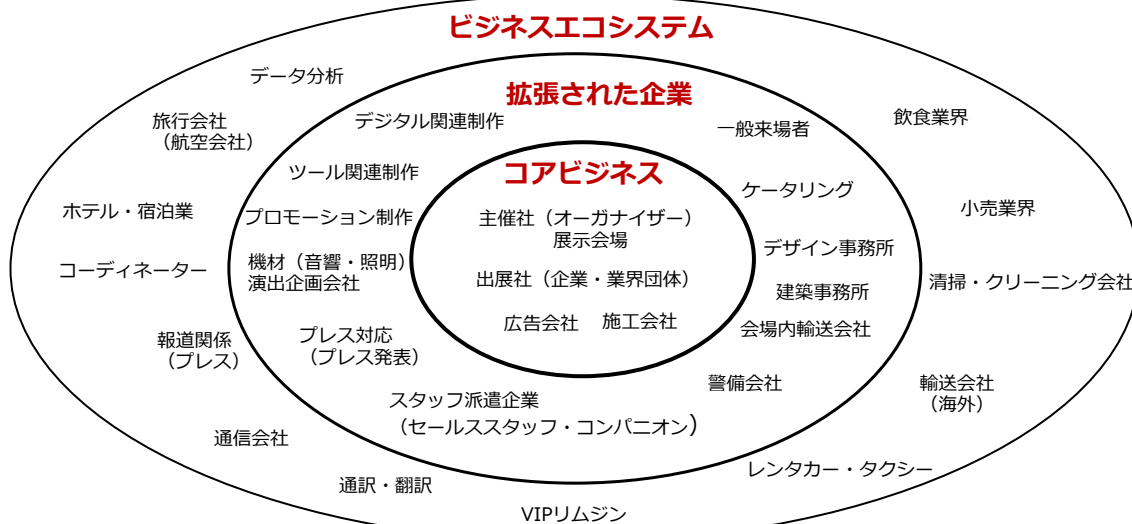
媒体別構成比



出所：電通ウェブサイト「2021年の広告費」、『電通報』（2022年4月21日）より筆者作成。

1. はじめに (研究の目的・背景)






(2) 国際展示会関係者への聞き取り調査 (対象者と調査日程について)



出所：唐沢 (2022) 255ページ。

1. はじめに (研究の目的・背景)






(2) 国際展示会関係者への聞き取り調査 (対象者と調査日程について)

	国 (都市)	業種	聞き取り調査対象者の概要	聞き取り調査対象者・人数	調査日時
	1 中国 (上海市)	施工会社 (管理)	<ul style="list-style-type: none"> ●2013年設立 社員数15名 ●半導体関連の展示会など ●日系メーカー・広告会社・現地企業 ●展示会の実施を担当 	営業責任者 (女性) 30代前半 (1名)	2021年2月23日 14時半～16時半
	2 スペイン (バリエロナ)	施工会社	<ul style="list-style-type: none"> ●1960年設立 社員数50名 ●MWCや食品関係の国際見本市など担当 ●現地企業・日系メーカー・広告会社など多数。 ●展示会の施工・イベント会場造作 	副社長 (男性) 50代後半 プロダクションマネージャー (男性) 50代前半 営業責任者 (女性) 40代後半 (3名)	2021年2月25日 16時半～18時半
	3 イタリア (ミラン)	施工会社	<ul style="list-style-type: none"> ●1936年設立 社員数80名 ●モーターショーほか国際見本市など担当 ●日系/韓国メーカー・広告会社・欧州企業 ●展示会の施工・店舗デザインなど担当 	CEO (男性) 50代前半 営業責任者 (女性) 40代後半 (2名)	2021年2月26日 16時半～18時半
	4 日本 (東京)	デザイン会社	<ul style="list-style-type: none"> ●2006年設立 社員数6名 ●モーターショーほか国際見本市など担当 ●メーカー・広告会社・欧州企業 ●展示会の施工や店舗デザインなど担当 	COO (男性) 40代前半 (1名)	2021年3月10日 15時～17時
	5 米国 (ロサンゼルス)	展示会コーディネーション	<ul style="list-style-type: none"> ●2002年設立 社員数8名 ●CESほか国際見本市を窓口として担当 ●日系メーカー・広告会社・欧州企業 ●マーケティング&コンサルティング 	CEO (女性) 50代前半 COO (男性) 50代前半 営業責任者 (男性) 30代後半 (3名)	2021年3月18日 15時～16時半

出所：唐沢 (2022) 249ページより筆者作成。

1. はじめに（研究の目的・背景）

(2) 国際展示会関係者への聞き取り調査（対象者と調査日程について）

国（都市）	業種	聞き取り調査対象者の概要	聞き取り調査対象者・人数	調査日時
 6 米国 (サンフランシスコ)	展示会コーディネーション	<ul style="list-style-type: none"> ●2015年設立 社員数3名 ●国際見本市を窓口として担当 ●日系企業の展示会出展のコーディネーションや米国企業の日本市場進出を担当 	CEO（女性）30代前半（1名）	2021年3月27日 13時～16時半
 7 日本（東京）	施工会社	<ul style="list-style-type: none"> ●1946年設立 社員数1296名 ●モーターショーほか国際見本市など担当 ●メーカー・広告会社・展示会の施工や商業施設・文化施設・店舗デザインなど担当 	広報マネジャー（女性）30代（1名）	2021年4月2日 14時～16時
 8 日本（東京）	デザイン会社	<ul style="list-style-type: none"> ●2016年設立 社員数5名 ●国際見本市など担当 ●メーカー・広告会社・展示会担当 	代表・チーフデザイナー（男性）40代後半（1名）	2021年4月3日 15時～17時
 9 スイス (ローザンヌ)	施工会社	<ul style="list-style-type: none"> ●1949年設立 社員数50名 ●バーゼルワールドほか国際見本市など担当 ●展示会施工やグローバル企業（Cartireなどの店舗什器）を手がける 	CEO(男性) 50代後半 営業責任者（男性）40代後半（2名）	2021年4月16日 15時～18時
 10 オランダ (アムステルダム)	施工会社	<ul style="list-style-type: none"> ●1910年設立 社員数51名 ●バーゼルワールドほか国際見本市など担当 ●メーカー・広告会社 ●展示会施工・商業施設・店舗デザイン他 	プロジェクトマネジャー（男性）40代前半（1名）	2021年4月20日 15時～19時

出所：唐沢（2022）249ページより筆者作成。


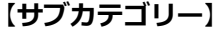


1. はじめに（研究の目的・背景）

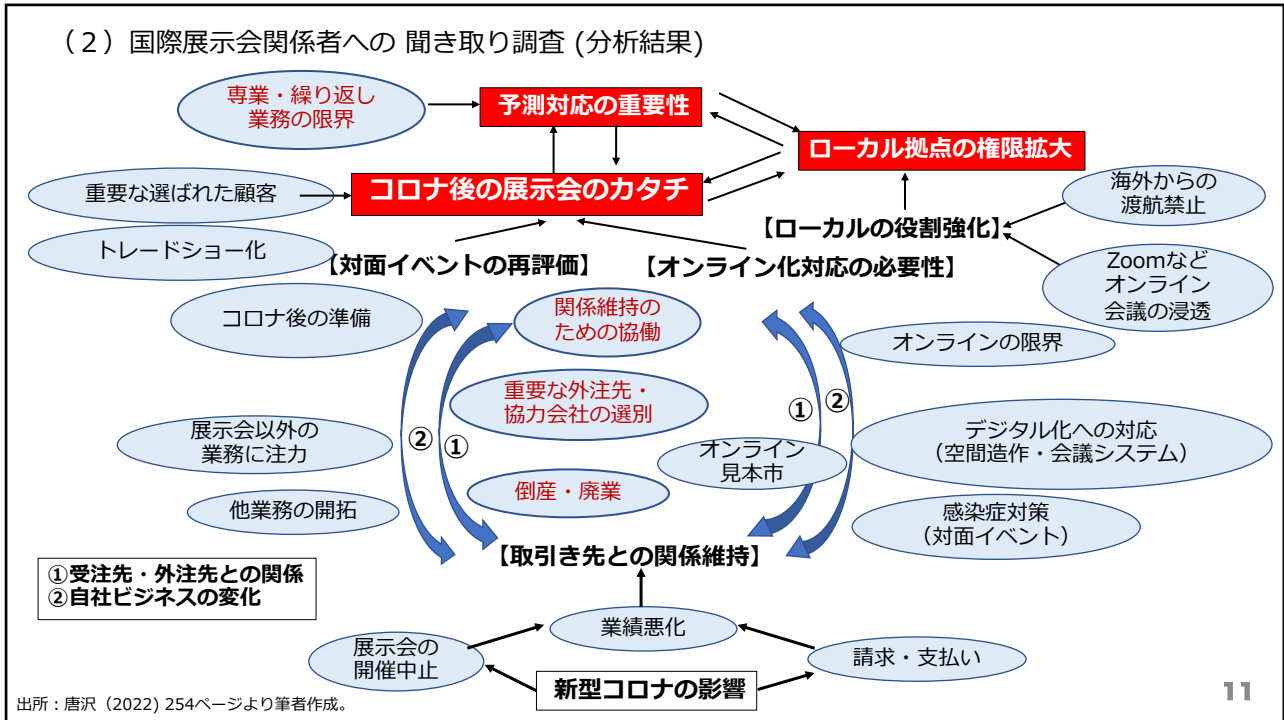
(2) 国際展示会関係者への聞き取り調査（分析結果）

分析結果

M-GTAの手続きに従って分析した結果、
18個の構成概念、4個のサブカテゴリー、3個のカテゴリーが生成された。

結果図

- カテゴリー： 中央白抜き文字  **カテゴリー**
- サブカテゴリー： 太字かっこ  **【サブカテゴリー】**
- 構成概念： 網掛け楕円  **構成概念**
- 影響関係： 矢印 



1. はじめに (研究の目的・背景)

(2) 国際展示会関係者への聞き取り調査 (分析結果)

新型コロナは国境を超えて人流が発生する国際見本市の開催を中止に追い込んだ。

大規模な展示会が開催されないため、組織間関係における焦点組織 (focal organization) である施工会社にアウトプットを受ける出展企業 (または広告会社) からの業務依頼がなされない。

したがって、施工会社から専門的企業やフリーランスの専門職に対しての発注ができない。すなわち、**インプットとアウトプットの経路の断絶が長期間続いている。**

コロナ終息後において企業間関係における経路の回復 (再生) が課題

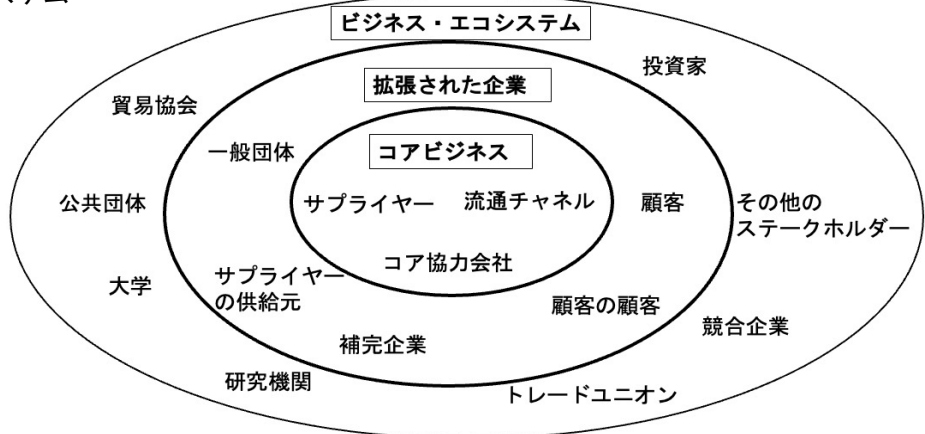
(日本)

- 産業のビジネス・エコシステムへの影響に関してハブとなる企業 (focal organization) は、『重要な外注先・協力会社の選別』と『関係維持のための協働』を意識するようになる。(=潰れないように「仕事」をつくって発注する。)

2. 先行研究

(1) ビジネス・エコシステム

複雑な相互関係：成功と生存をお互いに依存する



出所：Moore(1996) p.27 and Alizadeh et al. (2017) p.74を参照し、筆者作成。

Moore (1996) はビジネス・エコシステムの発展プロセスに「誕生」・「成長」・「覇権の交代」・「再生」の4つのステージが見られるとした。
 ビジネス・エコシステムはコアビジネスと拡張された企業、さらに周辺の企業や組織、個人が複雑に関係し、成功と生存を相互に依存する「協調のネットワーク」である。

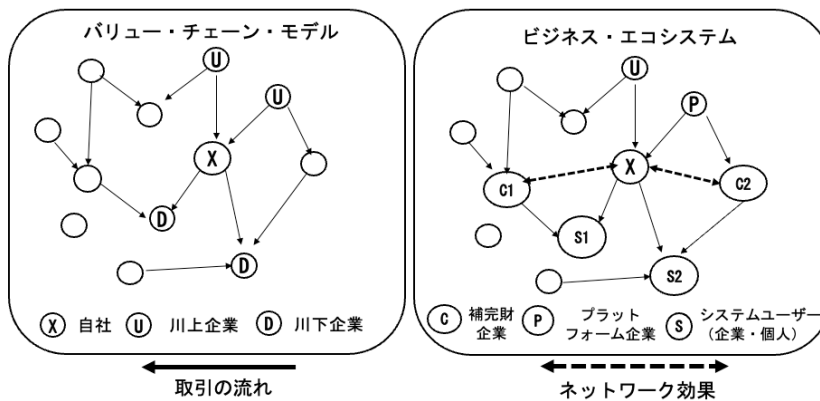
13

13

2. 先行研究

(1) ビジネス・エコシステム

バリュー・チェーン・モデルとビジネス・エコシステムの違い



出所：立本 (2017) 23ページを参照し、筆者作成。

立本 (2017) はバリュー・チェーン・モデルとビジネス・エコシステムとはユーザー数などのネットワーク効果による自社の競争力の変化が予想され、両者は大きく異なると指摘した。

14

14

2. 先行研究

(2) サービス・エコシステム

Vargo and Lusch (2004)
 サービス・ドミナント・ロジック (以下、S-Dロジック)
 無形材 (コト) のサービスによる顧客と価値を創造するサービス志向のマーケティングを説明するための概念である。



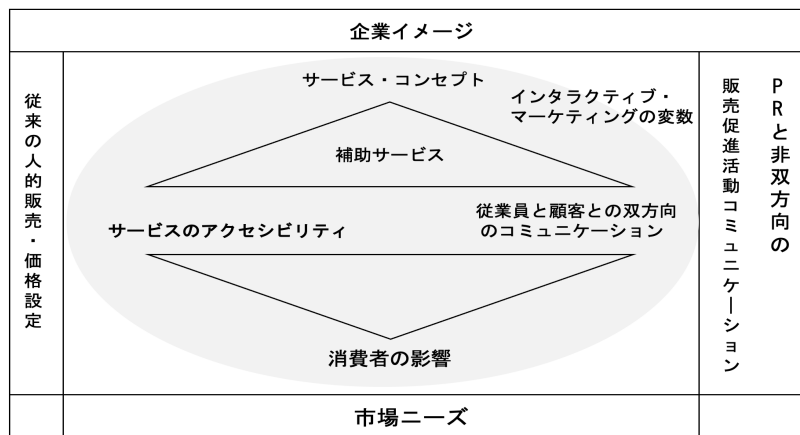
Vargo and Akaka (2012) 及びVargo and Lusch (2016)
 S-Dロジック研究におけるサービス・エコシステムを「共有された制度的論理とサービス交換を通じた、価値創造によって結びついた資源統合のアクターに関する自己包含的 (self-contained) で、自己調整的 (self-adjusting) なシステムである」と定義している。

具体例
 製造業であったIBMがコンピューターというハードを販売するのではなく、ビッグデータの分析をもとに顧客のビジネスの効率化をコンサルティングする「e-business」サービスへと転換したことが挙げられる。

2. 先行研究

(2) サービス・エコシステム

北欧学派のサービス・マーケティング・モデル



出所：村松・大薮 (2021) 50ページを参照し、筆者作成。

顧客を含むすべてのステークホルダー (利害関係者) との価値共創の実現を目指す

3. 研究方法（システマティックレビュー）

システマティックレビューの文献抽出方法について

「電子データベース・キーワード検索型」唐沢（2021）

適切な文献数に関しては40から500の間、
またはそれ以上の関連する文献を使って包括的な抽出を行うことが望ましい

- (1) 厳しい基準で選書された850誌に及ぶビジネス関連の世界各国のオープンアクセスジャーナルが含まれている電子データベースであるEBSCO Host Business Source Premiereを使用する。
- (2) 検索ワードをService Ecosystemと設定した。
これらのキーワードが論文タイトル、キーワード、抄録に含まれていることを条件にして文献を抽出する。
- (3) Tranfield et al.（2003）の「研究の質的評価」として抽出された論文の内容を確認するため、全文が入手可能な英語論文を対象とする。
- (4) EBSCO Host Business Source Premiereで検索が可能な最も古い時期からを検索の対象期間とする。

17

17

3. 研究方法（テキストマイニング）

Tranfield et al.（2003）が提唱したシステマティックレビューにおける「データの合成」にテキストマイニングを使用する。

Ananiadou et al.（2009）は、膨大なデータを手作業で処理することを避けて、テキストマイニングによる迅速かつ正確なレビューが実現されることが望ましいとしている。

テキストマイニングツールに関して

「KH Coder3.0」とプログラミング言語Rを使用できる「MTMineR」を併用する。

テキストマイニングのデータを対象期間における主要な研究テーマの客観的・俯瞰的な分析をするために**抽出された63の論文の抄録（abstract）**を使用する。

抄録（abstract）を分析対象データとして使用する理由

論文の主題、研究方法、結果に関する情報が簡潔に記述されている点にある。

18

18

4.分析結果および考察

(1) 分析結果

- 電子データベースであるEBSCO Host Business Source Premiereによって抽出された63の論文は定量研究が10論文（15.9 %）、定性研究が53論文（84.1%）であった。
- 研究方法に関しては全体的に定性研究が多いことがわかる。

発表年	定量研究	定性研究	論文数	発表年	定量研究	定性研究	論文数
2008年	0	1	1	2017年	0	4	4
2011年	2	2	4	2018年	0	8	8
2012年	0	2	2	2019年	2	7	9
2013年	1	3	4	2020年	1	7	8
2015年	0	4	4	2021年	1	9	10
2016年	1	5	6	2022年	2	1	3
				合計	10	53	63

出所：唐沢（2023）10ページより。

19

19

4.分析結果および考察

(1) 分析結果

テキストマイニングの対象になる63論文の抄録（abstract）

「KH Coder」による頻出語に関する品詞別（名詞・形容詞・動詞）の結果

順位	頻出語（名詞）	頻度	頻出語（形容詞）	頻度	頻出語（動詞）	頻度
1	service（サービス）	247	public（公的な）	39	have（持つ）	57
2	ecosystem（エコシステム）	146	such（そのような）	27	propose（提案する）	27
3	value（価値）	80	social（社会的な）	26	develop（開発する）	23
4	resource（資源）	55	important（重要な）	23	provide（提供する）	22
5	business（ビジネス）	51	new（新しい）	19	use（使用する）	22
6	study（研究）	46	natural（自然な）	18	base（根拠とする）	21
7	research（リサーチ）	44	service-dominant （サービス・ドミナント）	14	include（含む）	21
8	actor（当事者・動作主体）	37	key（鍵となる）	13	identify（識別する）	17
9	framework（枠組み）	37	different（異なる）	12	consider（考慮する）	15
10	development（開発）	36	ecological（生態的な）	12	emerge（出現する）	14

出所：唐沢（2023）10ページより。

20

20

4.分析結果および考察

(1) 分析結果

テキストマイニングの対象になる63論文の抄録 (abstract)
「KH Coder」による頻出語に関する品詞別 (名詞・形容詞・動詞) の結果

順位	頻出語-(名詞)	頻度	~ 頻出語-(形容詞)	頻度	頻出語-(動詞)	頻度
11	context (文脈)	31	cultural (文化的な)	11	offer (提供する)	14
12	innovation (イノベーション)	31	future (未来の)	11	present (提示する)	14
13	process (プロセス)	31	more (より多い)	11	address (示す)	13
14	approach (アプローチ)	29	other (他の)	11	apply (適用する)	13
15	perspective (パースペクティブ)	29	technological (技術的な)	11	contribute (寄与する)	13
16	model (モデル)	28	environmental (環境的な)	10	explore (探索する)	13
17	logic (論理)	27	institutional (制度上の)	10	focus (焦点を当てる)	13
18	role (役割)	26	traditional (伝統的な)	10	increase (増加する)	13
19	system (システム)	25	multiple (複合的な・多重的な)	9	show (示す)	13
20	datum (データ・資料)	24	open (オープンな)	9	examine (検証する)	11

出所：唐沢 (2023) 10ページより。

21

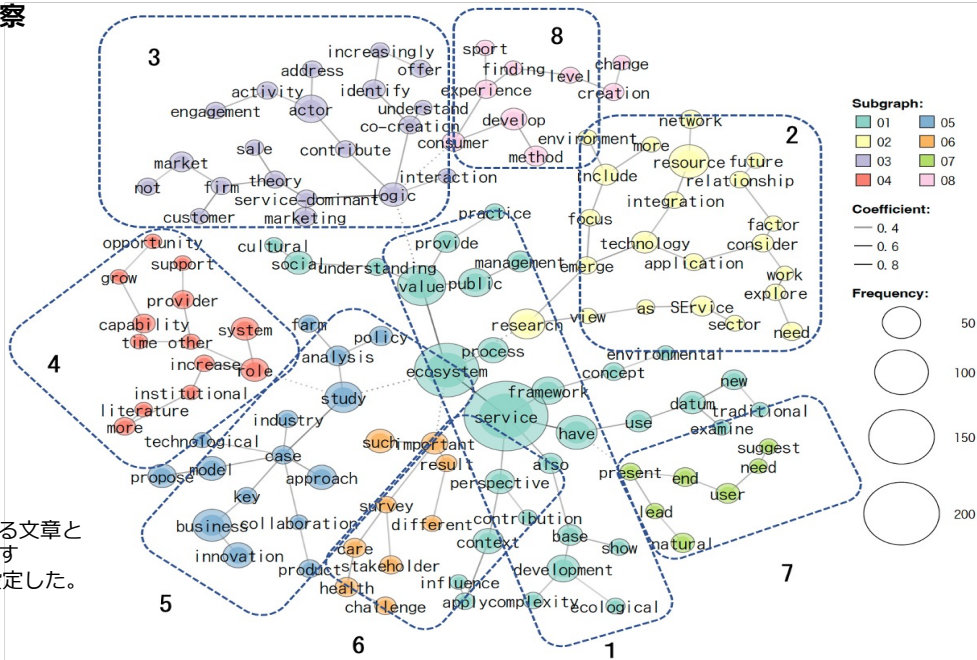
21

4.分析結果および考察

(1) 分析結果

頻出語の共起関係

テキストマイニングにおける文章と文章の類似度 (距離) を示す
Jaccard係数は0.2以上と設定した。



22

22

4.分析結果および考察

(1) 分析結果

「MTMineR」の結果より

各論文の中で何を明らかにするのか (研究動向) を示す動詞である

- examine (検証する)
- focus (焦点を当てる)
- identify (識別する)

に着目し、各語との共起関係を整理する

examine (検証する)	focus (焦点を当てる)	identify (識別する)
applications (応用)	broader (広範に)	actors (当事者)
commercialization (商業化)	care (ケア)	capabilities (能力)
complexity (複雑性)	changes (変化)	citizens (市民)
conceptualizing (概念化)	complexity (複雑性)	co-create (共創する)
conditions (条件)	concept (概念)	computing (コンピューティング)
context (文脈)	cocreation (共創)	concept (概念)
consumers (消費者)	cycles (サイクル)	consideration (配慮)
digital (デジタル)	data (データ)	consumers (消費者)
digitally (デジタル的に)	degrees (階層)	decentralisation (非集中化)
decision-making (意思決定)	dynamism (ダイナミズム)	development (開発)
economic (経済的)	empirical (実証的)	dimensions (次元)
exchange (交換)	enterprises (企業・事業体)	dynamic (動態的)
experiences (経験)	exchanges (交換)	effect (効果)
exploratory (探索的)	health (健康)	employees (従業員)
foundations (基礎)	institutions (機関)	experiences (経験)
framework (フレームワーク)	management (マネジメント)	future (未来)
future (未来)	museum (ミュージアム)	gaps (ギャップ)
global (グローバル)	opportunities (機会)	healthcare (ヘルスケア)
health (健康)	perspectives (パースペクティブ)	integration (統合)
industry (産業)	professionals (専門家)	interactive (双方向・対話型)
management (マネジメント)	protection (保護)	management (マネジメント)
marketing (マーケティング)	quality (品質)	networks (ネットワーク)
perspectives (パースペクティブ)	resource (資源)	outcomes (成果)
profession (専門職)	smartphone (スマートフォン)	participants (参加者)
satisfaction (満足)	stakeholder (利害関係者)	relationship (関係)
smartphone (スマートフォン)	systems (システム)	resource (資源)
strategy (戦略)	technology (技術)	stakeholder (利害関係者)
sustainable (持続可能な)	value (価値)	sustainable (持続可能な)
retailers (小売店)	well-being (幸福な状態)	value-added (付加価値)

出所：唐沢 (2023) 12ページより。

4.分析結果および考察

(2) 考察

① サービス・エコシステムに関する研究動向を探り、主要な論点を整理する。

RQ1: どのような研究テーマが提案され、議論がなされているのか。

サービス・エコシステム研究の主要なテーマ

conceptualizing (概念化) ・ conditions (条件) ・ context (文脈) ・ perspectives (パースペクティブ)

↓

actors (当事者) enterprises (企業・事業体) と stakeholder (利害関係者) の価値のcocreation (共創) を目的とした resource (資源) であるnetworks (ネットワーク) ・ relationship (関係) のmanagement (マネジメント) dynamic (動態的) に明らかにする

↓

従属変数としての satisfaction (満足) ・ quality (品質) ・ effect (効果) ・ outcomes (成果)

研究の対象となる主な産業

- health (健康) ・ healthcare (ヘルスケア)
- retailers (小売店)
- smartphone (スマートフォン) ・ digital (デジタル)
- スポーツ・ビジネス
- museum (ミュージアム) のような公共サービス

↓

今後の有望な研究領域

(1)持続可能性を実現するサービスマーケティングにおける価値共創の成果をデータで示す (定量) 研究

(2) 専門家や専門的なinstitutions (機関) の stakeholder (利害関係者) と価値共創を実現するためのstakeholder (利害関係者) と価値共創を実現するためのcapabilities (能力) 構築に着目した研究

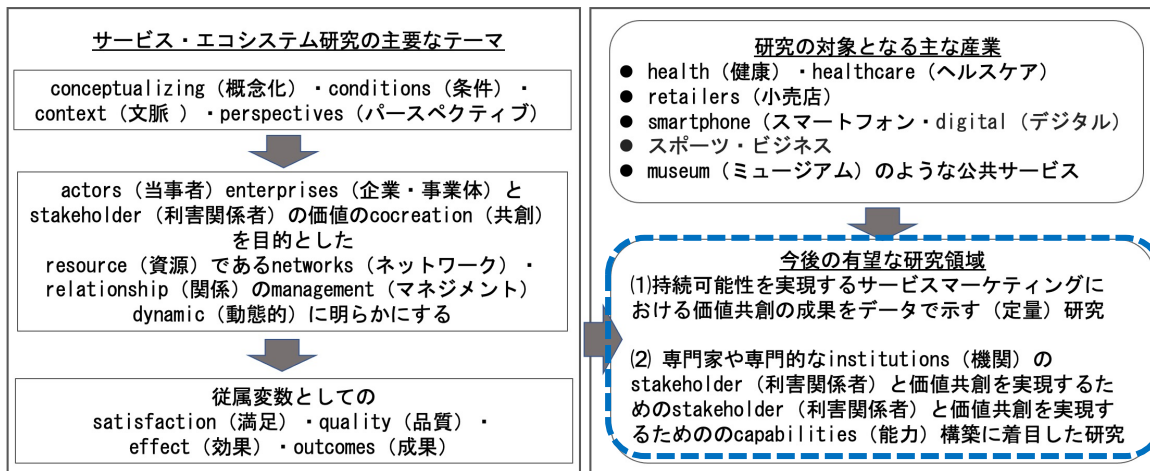
出所：唐沢 (2023) 13ページより。

4.分析結果および考察

(2) 考察

① サービス・エコシステムに関する研究動向を探り、主要な論点を整理する。

RQ2: 将来的にどのような研究領域やテーマが有望であるのか



出所: 唐沢 (2023) 13ページより。

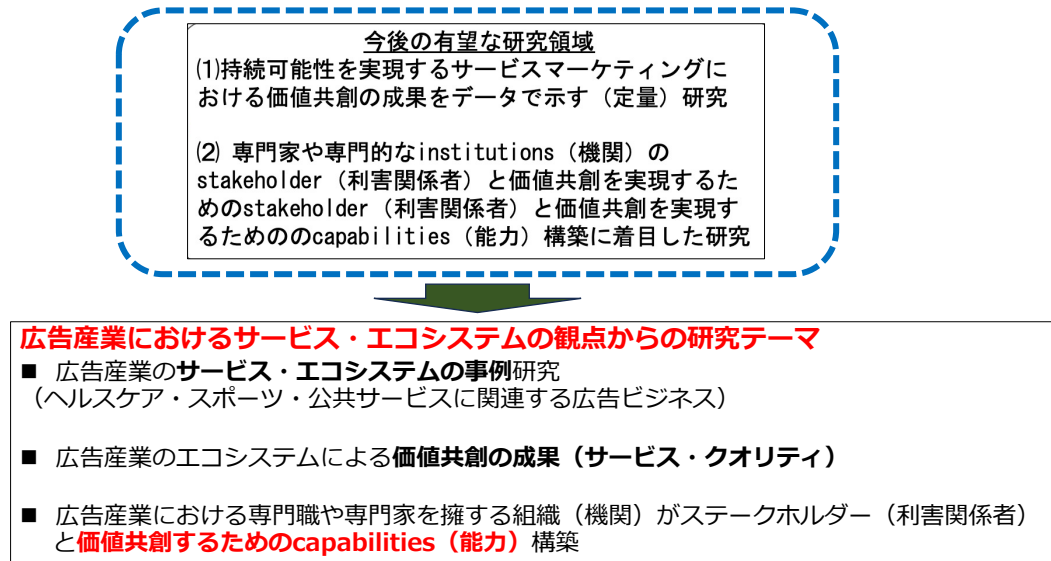
25

25

4.分析結果および考察

(2) 考察

② 広告産業におけるサービス・エコシステムの観点からの研究テーマを導出する。



26

26

5.本研究のインプリケーションと今後の研究課題

(1) 学術的なインプリケーション

サービス・マーケティング研究において重要な概念であるサービス・エコシステムに関して中心となる研究テーマや議論がどのようなものかを明らかにした。

(2) 実務的なインプリケーション

マーケティングにおけるサービス・エコシステム研究の現在地点を提示した点が挙げられよう。高度なサービスが求められる産業においてサービス・エコシステムという観点から価値共創をいかにして実現するかという課題に向き合う契機を与えることができた。

(3) 今後の研究課題

英語文献に焦点を当てシステマティック・レビューをしているため、国内におけるサービス・エコシステムに関する研究について十分に言及できていない点は課題である。

27

27

参考文献

- Alizadeh, N., Daruani, E.H. and Simida, A. (2017) "Business Ecosystem, a Second Strategy to Gain Competitive Advantage According to SMOCS Model," *International Business Research*, Vol.10, No.8, pp.72-79.
- Ananiadou, S., Procter, R., Rea, B., Sasaki, Y. and Thomas, J. (2009) "Supporting Systematic Reviews Using Text Mining," *Social Science Computer Review*, Vol.27, Issue 4, pp. 509-523.
- 唐沢龍也 (2021) 「「ビジネス分野におけるLGBTQに関するシステマティック・レビュー」『異文化経営研究』異文化経営学会、第18号、18-33ページ。
- 唐沢龍也 (2022) 「新型コロナ・パンデミックにおける国際展示会産業の変化」『経営論集』明治大学経営学研究所、第69巻第4号、239-257ページ。
- 唐沢龍也 (2023) 「サービス・エコシステムに関するシステマティック・レビュー」『経営・教養論集』、第3集、1-17ページ。
- Moore, J.F. (1996), *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*, Harper Business, New York, NY.
- 村松潤一・大藪亮 (2021) 『北欧学派のマーケティング研究: 市場を超えたサービス関係によるアプローチ』白桃書房。
- Tranfield, D., Denyer, D. and Palminder, S. (2003) "Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review," *British Journal of Management*, Vol. 14. pp. 207-222.
- 立本博文 (2017) 『プラットフォーム企業のグローバル戦略 - オープン標準の戦略的活用とビジネス・エコシステム』有斐閣。
- Vargo, S. L. and Akaka, M.A. (2012) "Value Cocreation and Service Systems (Re)Formation: A Service Ecosystems View," *Service Science*, Vol.4, No.3 pp.207-217.
- Vargo, S. L. and Lusch, R. F. (2004) "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing," *Journal of Marketing*, vol.68, No.1, pp.1-17.
- ウェブサイトその他
電通ウェブサイト「2021年の広告費」 <https://www.dentsu.co.jp/news/item-cms/2022003-0224.pdf>。(2023年9月17日アクセス)。
- 電通ウェブサイト「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/0314-010594.html>。(2023年9月17日アクセス)。

問い合わせ先
唐沢 龍也
関東学院大学 経営学部
e-mail: karasawa@kanto-gakuin.ac.jp

28

28