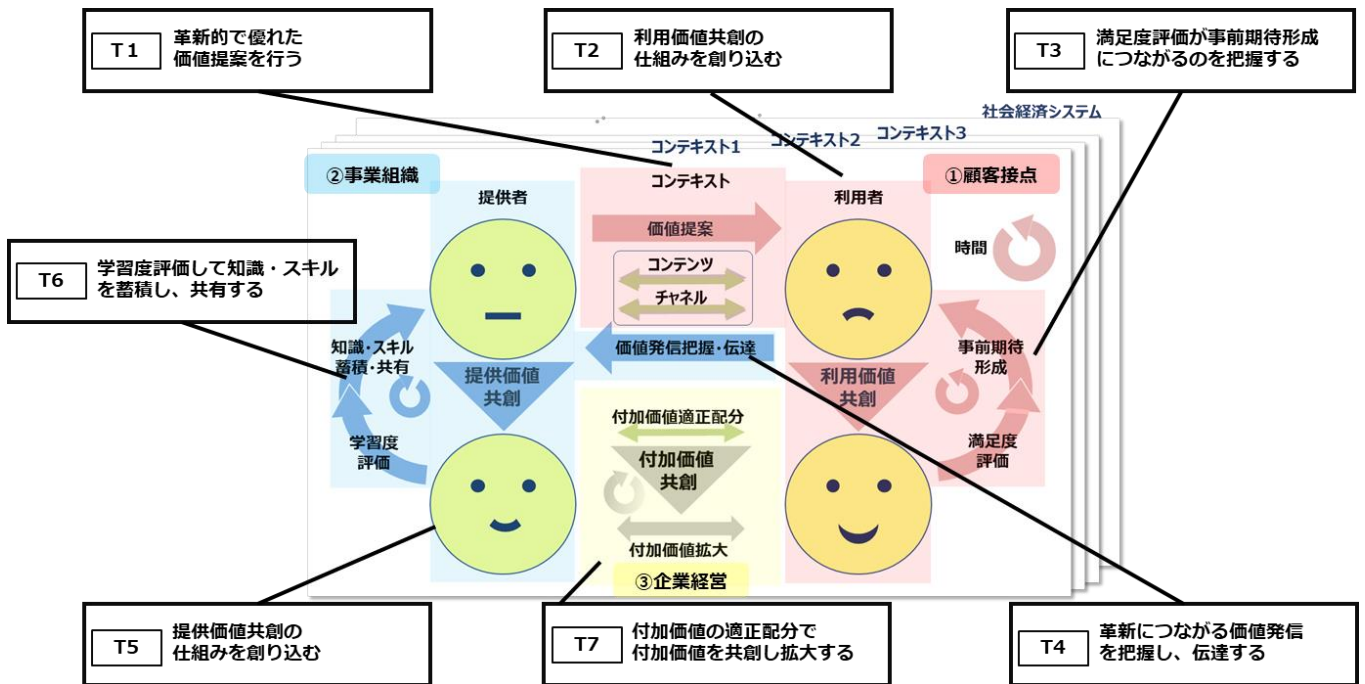


価値共創のサービスモデル（ニコニコ図）について

「価値共創のサービスモデル」は、サービスの状態を可視化し、構造化して仕組みを明らかにすることで、最適な形を実装するためのフレームワークです。スマイルマークを用いて表現していることから便宜的に「ニコニコ図」と称します。右側がサービスの受け手である利用者サイド（①顧客接点）、左側がサービスの送り手である提供者サイド（②事業組織）を表し、その間の下部に両者が出会う、市場サイド（③企業経営）が位置付けられています。顧客接点、事業組織、企業経営が上手く循環することで、サービスイノベーションを持続できると考えられています。

サービスイノベーションを起こそうとする際に、この3つの側面のどの部分に対して何をすれば、サービスイノベーションの実行に必要な不可欠な突破口となるのかについて、「価値共創のサービスモデル」を7つの領域に分け、「7つの経営革新」(Target=T1~7)として示しています。



出所) 村上輝康,松井拓己,編著 (2021) 価値共創のサービスイノベーション実践論,生産性出版 を一部修正

T1	革新的で優れた価値提案を行う	サービスの提供者は、革新的で優れた特定のコンテンツを、特定のチャンネルを通じ、特定のコンテキスト（利用者や市場の環境や状況）を束ねて、利用者に価値提案する
T2	利用価値共創の仕組みを創り込む	サービスの提供者の価値提案が利用者の事前期待に出会い、両者の動的な相互関係の下で、利用価値を効果的に共創する仕組みを創り込む
T3	満足度評価が事前期待形成につながるのを把握する	サービスの提供者は、顧客接点における価値共創の結果に対して満足度評価を行い、その結果が利用者の次のサービスにむけた事前期待形成につながるのを把握する
T4	革新につながる価値発信を把握し、伝達する	サービスの提供者は、価値共創の過程で利用者が行う多様な価値発信の中から、次の革新につながりそうな価値発信を把握し、事業組織に伝達する
T5	提供価値共創の仕組みを創り込む	サービスの提供者は、価値発信の把握結果と、自らの蓄積する知識・スキルとの動的な相互関係の下で、提供価値を効果的に共創する仕組みを創り込む
T6	学習度評価して知識・スキルを蓄積し、共有する	サービスの提供者は、提供価値共創の結果に対して学習度評価を行い、次の価値提案の源泉となる知識・スキルを、事業組織における知識・スキル蓄積に加えて、全社で共有する
T7	付加価値の適正配分で付加価値を共創し拡大する	企業経営における付加価値の適正配分によって、関与するステークホルダーの間で付加価値を共創し、未来への投資を行い、付加価値を拡大させることによって、サービスを持続可能にする