

# 文脈価値の継続的創造をもたらす コンセプトの特徴

加藤 雄一郎

名古屋工業大学大学院 工学研究科 産業戦略工学専攻 准教授 / 株式会社大広 ビジネスナレッジ局 客員研究員

松村 喜弘

名古屋工業大学大学院 工学研究科 産業戦略工学専攻 博士前期課程

## ■ 要旨

脱コモディティ化を目指す新たな価値創造として「カテゴリー・イノベーション」が注目されている。市場を支配する旧来の価値次元を新たな価値次元へと転換し、その新たな価値の実現が特定少数の要因で説明できないという特徴をもつカテゴリー・イノベーションは、持続的な脱コモディティ化をもたらすと期待されている。この取組みの出発点は、顧客が製品・サービスの使用経験を通じて得られる価値に着目したコンセプトの設計にあると考えられていることから、本研究では Apple を事例として取り上げ、カテゴリー・イノベーションの出発点となるコンセプトの特徴を明らかにすることを試みた。考察の結果、Apple がコンセプトとして表現していることは、顧客にどのような生活を送ってほしいかに関する企業としての意図であり、この意図が顧客が共有する「文脈価値の共創方針」としての役割を担うことが持続的な脱コモディティ化をもたらすという考えを導くに至った。

## ■ キーワード

脱コモディティ化、価値創造、コンセプト、文脈価値、サービス・ドミナント・ロジック