

論 文 要 旨

2022年8月25日

※報告番号	第	号	氏名	青山 早苗
主論文題名				
エッセンシャル・オイル製品の設計における価値創造についての研究				
内容の要旨				
<p>自然の植物精油であるエッセンシャル・オイルは、鎮静や強壮等の自然な効用を有するため、諸外国では消毒や抗鬱を始め医療に活用されてきた。しかし、エッセンシャル・オイルの研究は、自由な生成や化合が容易な化学香料や化学薬品に比べ進んでいない。また、日本では、エッセンシャル・オイルは低価格の女性用芳香雑貨として普及されているため、本来の効用はあまり知られていない。</p> <p>本研究では、エッセンシャル・オイル製品の収益と顧客満足度の持続的向上のために、女性用芳香雑貨を超える対価を得る新たな製品価値の設計を目的とした。本研究では、価値とは製品の利用により得られる良い体験であり、価値設計とは利用者に価値を供給する媒体としての製品やその供給方法の構想を文書化することである。製品の設計図やその商品化は本研究の対象外とする。</p> <p>そこで、日本のエッセンシャル・オイルの生産者、供給者、利用者などを対象とし、アンケートやインタビューを実施し、言説データを生成した。このデータを入力とし、SD法に基づく感性分析、多変量解析に基づく共起ネットワーク分析、カテゴリー別の相関に基づくコレスポネンス分析、政治・経済・環境・技術の視点から構造を捉えるPEST分析を用いて、エッセンシャル・オイルの生産から利用までのサプライチェーンを調査した。</p> <p>その結果、強壮成分が少ないエッセンシャル・オイルの方が感性の男女差が比較的顕著であること、若者層の方が香りに対する関心の男女差が比較的大きく年配になるにつれ男女差が減ること、若年層では美容や趣味への要求が強く年配になるにつれ心身の整調への要求が増加し細分化すること、生産・供給・利用の間に大きな分断があること、その分断は医薬法や地方創生助成金等の日本特有の制約が起因していることを解明した。</p> <p>これらの調査結果を踏まえ、年齢や性別により異なる感性や要求に応じ「利用者自身によるエッセンシャル・オイルの選択、主体的・長期的な利用」という新たな価値を導出した。また、その価値の供給方法として「日本の医療と雑貨の狭間に“セルフヘルスケア”という新たな市場構想」を設計した。さらに、本成果に対し、各関連分野の専門家から妥当性の評価を得た。</p>				

※印欄記入不要

論 文 要 旨

2022年8月25日

※ 報告番号	第 号	氏 名	青山 早苗
<p>本研究は、超高齢化に起因する健康保険財政の圧迫，長期的な通院から生じる患者の経済的・時間的負担，薄利多売により成長が見込めない生産者や供給者等の問題の軽減に対する貢献が期待できる。</p>			

※印欄記入不要