

第Ⅰ部 総論

10 エレメントの種類

ポイント

- 『エレメント』
- 『富』を構成する『属性』

- 『サービス財』を構成する『エレメント』
- 『エレメント』の提供時の『演出』

10.1 はじめに

- 『オフファリングス』は取引対象として成立しています。
- 製品概念は拡大されています。
- 拡大されたのでサービスを前提に『オフファリングス』を考えてみます。

10.2 マーケティングにおける『オファリングス』

- 注意、獲得、使用、消費、享受を求めて市場へ提供でき、ウォンツそのものであるか、ニーズを充足することが出来るかもしれない何ものか。
- 『オファリングス』は様々な『属性』から成立。
- 『属性』を通じて消費者にベネフィットを提供。
- 『オファリングス』は『ベネフィットの束』と表現される。

10.3 必要性による属性の分類

10.3.1 中核階層

- オファリングスがカテゴリーに属する為に必要な機能・属性。
- 必ず含まれている属性。

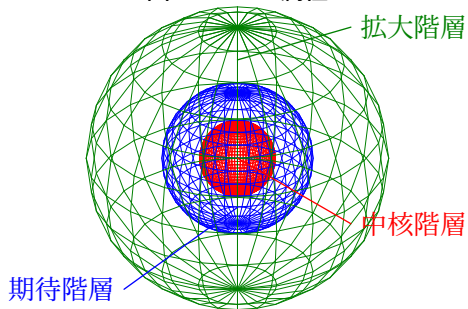
10.3.2 期待階層

- 当然含まれていることが期待される機能・属性。
- 含まれていないことはあり得ないと感じられる属性。

10.3.3 拡大階層

- 差別化のために付け加えられる機能・属性。
- 付け加えられる必要が全くない属性。

図1 3つの属性



10.4 『富』と『サービス財』

- 『富』は取引により所有権を獲得する。
- 『富』はそのまま取引単位となる。
- 『サービス』の取引対象は、サービスを構成するすべての行為の集合である。
- 全体として一つの意味を持つ行為の単位を『エレメント』とよぶ。
- 取引対象の単位を構成する提供要素の集合を『サービス財』とよぶ。

10.5 『中核要素』と『付帯要素』

- 『サービス』の分類は顧客にとっての主要ベネフィットや問題対応策がどの業種に属するかで分類。
- これらを『中核要素』という。
- 『サービス財』は様々な『付帯要素』を含み提供される。
- 競争により『中核要素』は標準化し差別化は『付帯要素』において行われる。

10.5.1 中核要素

- Core Service Elements.
- サービス組織を分類する時に利用されるエレメント。
- 顧客ニーズに対する主要ベネフィットを提供するエレメント。
- 問題対応策である場合が多い。

10.5.2 付帯要素

- Supplemental Service Element
- Supplemental の意味は「追加の」
- 中核要素に付帯して提供されるエレメント
- サービスをサービス財として成立させる。
- サービス財の利用を促進する。
- 価値や魅力を高める。
- 付帯要素によりサービス財が差別化される。

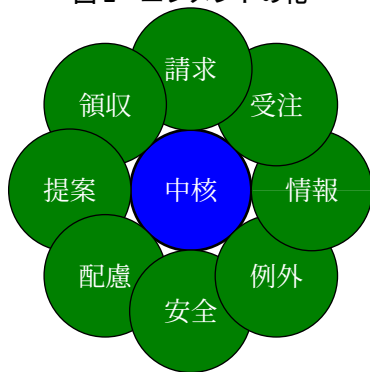
10.5.3 付帯要素の分類

- 補完型付帯要素
 - Facilitating Supplementary Service Element
 - facilitate の意味は「容易にする・楽にする・促進する」
 - 中核要素の提供に必要な不可欠なエレメント
 - 情報・受注・請求・領収
- 強化型付帯要素
 - Enhancing Supplementary Service Element
 - enhance の意味は「高める・増す」
 - サービス財の価値を高めるエレメント
 - 提案・配慮・安全・例外

10.6 エレメントの花

- 中核要素を核として花卉のように付帯要素が取り囲む。
- 中核要素と付帯要素の全てがサービス財。
- 付帯要素は8つとは限らない。
- 中核要素と付帯要素の関係を『エレメントの花』と呼ぶ。

図2 エレメントの花



10.6.1 情報

- サービス提供の告知。
- エレメントの提供に関する情報の提供。
- 提供場所・発注方法・提供時間・価格・利用条件など。
- 購入意志決定の場へ移行させるために必要。
- 正確さが必要。

10.6.2 受注

- 顧客からの購入意思の伝達に対応する手続き。
- サービス提供に必要な情報を収集。
- 顧客の購入意志に同意したことを意味。
- サービスの提供が始まったことを意味。
- 迅速・丁寧・正確が必要。

10.6.3 請求

- サービス内容の確認と費用に関する通知。
- 支払い条件・方法に関する通知。
- サービスの最終段階を意味する場合が多い。
- 迅速・丁寧・正確さが必要。

10.6.4 領収

- 代金の収納。
- 領収書の発行。
- 顧客が請求内容に同意したことを意味。
- サービス提供が終わったことを意味する場合が多い。
- 迅速・丁寧・正確さ・多様な支払方法への対応が必要。

10.6.5 提案

- コンサルティング
- コーチング
- 個々の顧客の要望への対応。
- 顧客ごとに回答が異なる。
- 『情報』は全ての顧客への共通する内容。

10.6.6 配慮

- ホスピタリティ
- もてなし。
- 顧客に対する心遣い。
- 顧客への感謝・敬意・好意を示すもの。

10.6.7 安全

- 顧客の身体・思想・感情の保全。
- 顧客の持ち物の保全。
- 顧客情報の適切な管理と保全。

10.6.8 例外

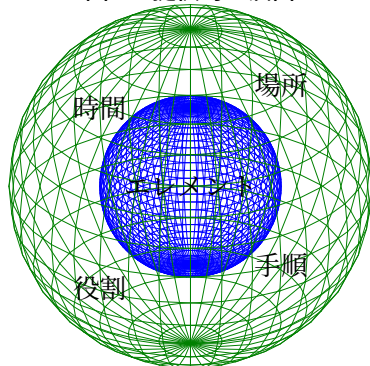
- 特別なリクエスト。
- 問題への対応。
- 意見への対応。
- トラブル発生に対する補償。

10.7 提供時の演出

エレメントはそれぞれ独立して提供される。それぞれのエレメントは演出されて提供される。演出に係る要素は4つ。

- 場所
- 時間
- 役割
- 手順

図3 提供時の演出



10.7.1 場所

- 物理チャネル
 - サービス提供組織側の施設で提供
 - 顧客側の施設で提供
 - 第三者の提供する施設で提供
- オンラインチャネル

10.7.2 時間

- 時間帯の制約
 - 個人的活動が認められた時間帯
 - 企業活動が認められた時間帯
- サービス全体にかかる時間

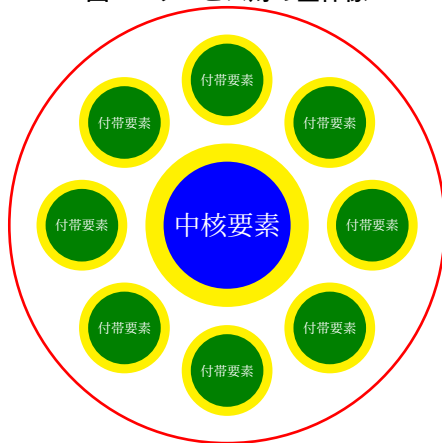
10.7.3 役割

- 経験や情報を通じて会得する一連の行動パターン。
- 特定の場所や状況での行動指針。
- スタッフと顧客にはそれぞれに役割を設定。
- 役割を果たせるかどうかは『顧客成果』に影響。

10.7.4 手順

- あらかじめ決められた行動の内容と順番。
- サービスの構成そのもの。
- 厳密な場合もあれば柔軟な場合もある。

図4 サービス財の全体像



10.8 まとめ

- ・サービス財は、エレメントと提供時の演出で構成される。
- ・エレメントは、中核要素と付帯要素に分けられる。
- ・付帯要素は、補完型付帯要素と強化型付帯要素に分けられる。
- ・演出により提供される各エレメントの価値は変化する。
- ・製造小売業・VMS・流通業においてもこの説明は成り立つ。