

経営関連学会協議会 講演会

大学で学ぶサービス学とは： サービス学の参照基準案について

日 時 2017 年 3 月 5 日(日) 午後 2 時 20 分～午後 4 時 10 分

会 場 明治大学 駿河台研究棟 2 階 第 9 会議室

司 会 植木 英雄 経営関連学会協議会副理事長

開会の辞 風間 信隆 経営関連学会協議会理事長



【司会】 それでは、本日は講演会としまして、日本学術会議の連携会員でいらして、総合工学委員会・経営学委員会サービス学分科会サービス学の参照基準策定小委員会の委員長であります西尾先生に講演をして頂きます。西尾先生は筑波大学の経営科学研究科の教授でいらっしゃいますが、この度本協議会の評議員（日本商業学会）になりました。

このテーマに関連しましては、昨年6月に、この小委員会の学術会議の連携会員で明治大学大学院の戸谷教授に講演をして頂きました。その後、日本学術会議サービス学分科会の参照基準策定小委員会では、12月に日本学術会議の主催でシンポジウムを開催されました。その際には、関連学会の専門の先生方や企業人の報告も交えて、このテーマでシンポジウムを行っています。

本日のレジュメのほうには、資料としては入っていないのですが、今日はその辺のお話もして頂けるそうです。ぜひ皆さん、講演後に20分から30分ぐらい質疑討論の場を設けたいと思いますので、ぜひ期待してお聞き頂ければと思います。

それでは、本協議会の風間理事長から最初にご挨拶をして頂きます。

【風間理事長】 皆様、ご多忙のところ講演会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。すでに、2012年だと記憶しておりますが、経営学の参照基準ということで、分野別の質保証ということで、奥林先生から経営学分野の質保証ということでの報告もご講演戴いているわけでありましたが、本日は西尾先生からサービス学の参照基準について案をご提示戴くということで、私ども、非常に大きな期待を寄せております。と申しますのも、やはり経営学にとって今、IoTとの絡みで、サービスをどう経営の中に取り込んでいくか、あるいはものづくりとことづくりというものが一体化する中で、この問題というのは経営学の最重要テーマになっていると私は認識しております。

あるいは、サービスドミナント・ロジックというのでしょうか、そういうこととも関連しまして、非常に、サービスと経営学をどういうふうにして一体化していくかというのが、経営学においても最も新しい重要なテーマになっていると認識しているところです。

その点で申しますと、サービス学という独立した分野の質保証ということで、参照基準についてご報告いただけるのですが、経営学とどう融合するかということも、今日、ご議論いただければと思っているところです。

お忙しい中、西尾先生に、こういう最新のテーマをご講演頂けるということは、協議会としても非常に喜ばしく、楽しみにしているところであります。ぜひ、本日参加いただいた方々と議論を深める中で、一層のサービス学の発展に協議会も関わることを強く望んでいるところであります。

西尾先生、どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 それでは西尾先生、よろしくお願いいたします。

【西尾】 ありがとうございます。筑波大学の西尾と申します。よろしくお願いいたします。本日は、今も大変過剰なご紹介をいただきまして、ほかの方にかわってもらえばよかったと、ちょっと後悔しているところもございますが、少しでも先生方のお役に立つようなことがお話しできればと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

私は、実は筑波大学におりますが、筑波大学の社会人大学院のほうでマーケティングの教育と研究に従事しております。学会としましては、日本商業学会で、今回は日本商業学会のほうの評議員という形で、昨年度からさせて頂いているわけですが、今日は、その立場ではなくて、日本学術会議の中のサービス学参照基準策定小委員会という、大変長い名称でございますが、そこで、まさにサービス学について、大学の学士課程でサービス学なるものをどういうふうに教えたらいいのか。そもそもサービス学って何だろう、その前にサービスとは何ぞや、というところがあるかと思うのですが、その辺のことについても、私どものほうで原案をつくりまして、ぜひともこの経営関連協議会の先生方にも見ていただいて、ご意見等々を頂戴できればと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の資料はほとんどお手元でございます。最後のほうの部分だけ、実は植木先生のほうから、これじゃ文科省に出すみたいなの、無味乾燥で読む気がしないような資料になると言われて、後ろのほうに、この間シンポジウムをしたのですが、その結果についてもということで、シンポジウムの先生方から頂いたコメントと、それに対してどう対応したかというようなことについてもお話をさせて頂こうと思っております。ただ、各先生方に許可を取っておりませんので、今日は映すということだけでお許しいただければと思っております。

さて、先ほど風間先生からも、奥林先生から経営学の参照基準について、もうこの協議会でもご報告があったということでございます。私もそのときに、末席のほうで少しかわらせていただいていたいて、実は経営学の参照基準というのは日本学術会議の中では一番最初につくった参照基準なんです。

そういうことから、その後沢山の参照基準が出ておりまして、査読を通過して公開されているものはすべて日本学術会議のホームページにいつて頂きますと、皆様自由にご覧頂けるようになっておりますので、必要に応じてご参照頂ければと思いますが、このサービス学の参照基準もその経営学の参照基準の作法にならって考えております。

その時にもご紹介があったかもしれませんが、そもそも、なぜ日本学術会議がこういう、学士課程の教育についての参照基準なるものを作っているんだということでございますが、

それは、実際には中教審のほうから、日本が世界に対して誇れる学士力というようなものは何であるかというところがあって、ただ、何とか学とあっても、それはそれぞれ大学ごとに建学の精神があって、あとミッションポリシーであるとか、あるいはプログラムポリシーであるとか、あるいは、ディグリーはあまり関係ないかもしれないですが、そういうポリシーにのっとってそれぞれ教育すればいいことなのだけれど、そもそも日本全体を横串に刺したときの学士力というようなことについて、少なくともある程度のひな形となるようなものは作るべきではないか。そういうものを先生方が参考にされて、大学の中のミッションであるとか、大学のポジショニング等々、あるいは社会から期待されているようなことに応じて、それぞれの大学が独自の教育をして頂ければいいと、そういう趣旨で始まったものでございます。

そういうものが日本学術会議に平成 20 年に、大学教育の分野別質保証はそもそもどうあるべきかということについて問いかけがあって、それについて検討委員会を設けて、そもそも分野別質保証というのは基本的にこういうふうに考えたらいいんじゃないか、ということ、平成 22 年 7 月に文科省に対して回答しました。

そういう大きな枠組みにのっとって、じゃあ各分野ごとの教育課程編成上の参照基準というものを、その一部として作るべきであろうということになったわけでございます。

実際に、サービス学分科会というのがございまして、日本学術会議というのは 3 つの大きな委員会と、その中に 30 の分野がございます。経営学という分野がありますが、これがどういうわけか非常に小さな分野なんです。

先生方はご存じかもしれませんが、学術会議の会員というのは、全国で 2,000 名ぐらいしかいないのでしょうか、そのうち、30 分野があると言いながら、経営学のいわゆる会員、私は連携会員ですが、いわゆる会員は 3 人しかおられないんです。今は、広島修道大の川本先生という貿易論の専門の先生が委員長で、それから京都大学の会計の専門家で、京都大学の経営管理研究科の副学長でいらっしゃる徳賀先生と、それから神戸大の上林先生の 3 名しかおられないんです。徳賀先生は会計学でいらっしゃいますが、神戸大の上林先生はヒューマンリソース・マネジメントの専門家でいらっしゃる。

でもここには、先ほどご案内があったように 60 の、それだって全部の学会が網羅しているわけでもないのに、にもかかわらずなぜ 3 人しかいないのだと。ぜひとも、先生方のほうで、法学だって十何人いるわけです。少なくとも経営学の多領域にわたるところの領域からお 1 人ずつぐらいは出ないと、本当にある意味、日本の経営学の教育の声がちゃん

と届かないんじゃないかと思うんです。

ですから、こんなところで私は、今日はぜひとも先生方をお願いしようと来たわけですが、ぜひとも、先生方のほうから、学術会議のほうにもう少し会員を増やして頂きたいというようなことも、事あるごとに言って頂けるといいかなと。私は若輩者で、とてもそういうことが言える立場ではないので、ぜひともそういうことをお願いしたいと思います。

それで、経営学委員会は3名の正会員の下に限られた連携会員がいるわけでございます。総合工学委員会のほうはもっと沢山いるのですが、その両方でサービス学というのを考えようということになりました。

もともと、歴史的には経済学であるとか経営学、あるいはマーケティングの領域でサービスというようなことは、もちろん組織論その他いろいろなところでもされてきましたが、早くから研究がされているかと思います。最近、先ほど風間先生等々のお話にもございましたが、まさに工学のほうでIoTといったいろいろなものを計測できる、瞬時にいろいろなデータがとれるようになってきて、その解析技術も進んできているし、それを実際のものづくりに応用するような技術も進んできている中で、もう少し、人間に寄り添った、ロボットであるとか、人間や社会のシステムのデザインといったところに関しても、工学領域からの大きな参入があるわけでございます。

そういう中でも、サービスというのは非常に大きなホットイシューになっているわけです。ということで、その両方からのサービス学分科会というのがあって、そのもとに、じゃあサービス学の参照基準をつくらうという小委員会が設定されております。

実際には、今、これから、この親委員会の2つの委員会の査読は終わって、修正をしている最中で、最終的には日本学術会議の本審査というか、本査読が通った暁には社会に対して公開するという、その前の段階でございます。

そういう意味で、今日のお話というのは、またこの査読過程等々で少し変わるかもしれませんが、今日先生方から頂いたお話で、やっぱりもう少しこうしないといけないよねということがあったら、ぜひともそういうところに盛り込みたいと思っておりますので、ぜひともご意見を頂戴できればと思っております。

実際には、それをつくる前に公開シンポジウム、それから先ほど植木先生からご案内があった公開シンポジウムでございます。

実際に、総合工学委員会と経営学委員会の中にサービス学分科会というのがあって、このメンバーでございます。このメンバー、沢山あるのですが、要は第1部会員というのが

経営学のほうの領域です。今申し上げましたように、非常に、そもそも経営学の会員の先生が3名しかおられないというところですから、ほとんどのメンバーがどちらかというと工学系が中心になってしまっているところがあります。

委員長は新井民夫先生、これは、この間までサービス学会の会長をされていた先生です。もともと東大の人工物とか、いわゆる機械工学というか、そちらのほうの専門家でいらっしゃいます。今は東大から芝浦工大に移られた先生でいらっしゃいますが、そのほかは、あとはどちらかというと理工系の先生です。副委員長の椿先生は統計学の大家ですし、そのほか、青木先生が入ってくださっていますが、やはり経済学のほうの専門家でいらっしゃいます。ということで、この辺に、先ほどご案内のあった戸谷先生や、あるいは私も入れさせて頂いているというような形です。

こういう状況ですので、サービスの定義がすごくもめたんでございます。

このもとに小委員会を創ったわけですが、そこには、実際には学術会議のメンバーではないのですが、山本昭二先生という、商学のほうでサービスマーケティングの第一人者がいらっしゃいます。今、サービス学会の会長でいらっしゃいますが、関学の山本昭二先生に入ってもらって、経営学というか商学というか、こういう領域のほうでのサービスに関する研究動向等々も踏まえた上で参照基準を作りたいというようなことで工夫をして参りました。

実際には、繰り返しになりますが、分野別質保証の考え方とその内容ということで、先ほど冒頭で申し上げましたように、学士力が求める普遍的な分野の教育を通じてどう培うのかということが一番の重要なポイントでございます。

もちろん、各分野ごとに違うわけですが、各分野が共有すべき固有の特性を適切に踏まえた教育というのが必要なだけけれど、そういうふう考えたときに、教育とはどうあるべきなのかというようなことを考えようというものでございます。

そうしますと、重要なことは、当該学問分野の定義と特徴というのは何か。サービス学、そもそもサービス学というのを、もしかすると先生方は初めてお聞きになったのではないかと思います。我々もサービス学と呼んでいいのかという、そこもすごく悩んだところではございますが、とりあえずサービス学というのを作りまして、そのサービス学は何を研究するのか、あるいは何を教育の対象として、他の学問分野とどういう異なる物の見方をするのか。先ほど植木先生がおっしゃってくださいました、経営学とどう違うのかということでございますよね。それから、当該学問分野で学生が身につける基本的な素養という

のは何だろうか。要は、簡単に言ってしまうと、サービス学の関連学部を卒業すればどのような能力が身につくのか。

今、サービス学と申しまして、いわゆる経営学等々の領域の中にあるサービス学科ということも、実際に調べてみると非常に限られているんです。情報サービス学科であるとか、あるいは観光とか、もうちょっと業種に特化したところは沢山あるのですが、いわゆるサービス学というところは、まだまだなかなか少なくてというような状況の中で、そういういろいろな関連学部があるわけですが、そういうところを卒業すれば、果たしてどのような能力が身についているということを、対社会に対して言えるのかというようなことでございます。

それから、実際に学習方法と学習成果はどうやって測るのか。それからもう1つは、いわゆる学士、大学の中の教育だけではなくて、修了した、卒業した学生さんたちが社会を経て市民となっていく中で、市民として、市民性を、より望ましい市民生活を送る上で、こういうサービス学という知識や考え方というのを学んでおくことがいかに必要なのかというようなこと。あるいは、その中で、当然のことながら、これは生涯教育になっていくかと思いますが、そういう中で、大学のわずか4年間という中で何を学ばせるのかというようなところがポイントになるわけでございます。

そういったところで、実際にはサービス学の参照基準の目標というのは、こんな形で、今申し上げたようなことが入っていて、まず、サービス学の定義、それからサービス学に固有の特性、経営学ではなくてサービス学に固有の特性は何であるとか、サービス学を学ぶすべての学生が身につけるべきものというのとは何なのか。それから、具体的にどういう方法で学ばせて、どう評価するのか。さらに言うと、市民生活との関わりであるとか、あるいは生涯学習としてのサービス学とはどうあるべきかというような、これは実はひな形があって、いわゆる最初に申し上げたように文科省に答申を出したときに、こういう内容のものが必要であろうということで、経営学だろうが統計学だろうが機械工学であろうが物理学であろうが、大体こういうスタイルで話が進んでおります。

すみません、話が長くなりましたが、「はじめに」でございます。

まず、なぜサービス学なるもの、これが経営学とか経済学とか、太古の昔からあるものであればいいのですが、今新たに社会のニーズに応じて創ろうとしているサービス学が、なぜ1つの学問体系として必要なのかということについての、大義名分を考えなければいけないというところでございます。

いろいろあるかと思いますが、大きなことでいえば、経済のサービス化ということで、サービス産業というのは、これは 2014 年のデータですが、日本の GDP の 74% を占めていると言われていています。それから、サービス産業の従事者というのも全人口の中の 72.4% であるというようなこと。さらに、家計の消費支出におけるサービスの割合というのも 6 割近くであるということで、世の中で、もちろんサービスをどう定義するかという問題はあるのですが、いわゆるサービスと言われるようなことが、非常に経済の中心になりつつあるということでございます。

それから、製造企業のサービス化には、サービタイゼーション（あるいはサービサイジングと経産省等々は申し上げたりしますが）というようなことがあって、いわゆる物の提供から、そうではなくて機能というかベネフィットというか、そういう部分を提供して、それを消費するというスタイルに変わってきているわけでございます。

多くの企業においても、ものづくりといいながらも、今や物とかサービスと分けること自体がナンセンスであるというふうになってきているわけで、そういうことで、製造企業の中でもサービスの問題というのは非常に重要になってきております。

これは、地球環境問題その他、資源問題その他の中においても、まさに、本当に物そのもの、所有権が移転するような物の消費というライフスタイルから、そうではない形の、再生可能な、あるいは循環できるような仕組みというようなライフスタイルが、あるいは社会経済システムでも求められているわけであって、そういう意味からしてもこういうことが重要です。

一方、IoT 等々の ICT の進展に伴って、さまざまなことに関するデータがとれるようになったり、さまざまな構造もデータに基づいていろいろ見られるように、解析技術が進んできたというようなことがあります。そういう中で、情報や物、物の利用権を含む多様な財からなる提供物が提供可能になってきているわけです。

さらに、今申し上げてしまいましたが IoT によって、高度で多様なサービスが提供可能になってくる。そうすると、サービスが経済の中で重要な役割を果たして、市民生活に多大な価値を及ぼしているというようなことになってくるわけでございます。

実際に、そういう中で、まさに今までのトラディショナルな学問体系をもう少し融合する形で、要は経営学等々の領域だけではなくて、いわゆる工学領域からのものづくりという側面からのニーズの両方を合わせた形での、両方を網羅できるようなサービス学というのを、今や創るべきではないだろうかというような議論になったわけです。

これはまさに、文系や理系の壁を越えて、多くの分野で必要としている。いわゆる、今までの業態論、業界論としてというようなこともあるでしょうけれど、それ以外に、サービスといっても医療の部分もそうだし、教育もそうだし、運輸も通信も金融も観光も小売業等々の業界内での研究や教育というのはこれまでもなされてきたのですが、それらは個別になされてきて、本当はそこを横串に刺して、基本的にものをどう見るかというようなことはあってもいいと思うのですが、まさに今、そういうことを横串に刺すような学問というのが必要なのではないかと思います。ただ、実際にはいろいろ難しい問題があるかと思いますが、というようなことでございます。

日本ではサービス学を体系的に教育する学科というのはなくて、ただ、欧米等々を見ると、徐々にそういうものはちゃんとあるわけでございます。

それから、製造企業を中心にして考えられてきた中に、サービスの特徴を踏まえて発展・拡充させるということが、やはりこれからものづくりでも重要である。それから、日本がイノベティブで国際競争力を持つという意味においても、サービスの発想というか、そういうことがちゃんと分かった上で、世の中のためになるようなシステムやサービスや物といったようなものを提供してくることが重要だろうと。そうやって考えていくと、学士課程においてもサービス学に関係する分野に活用できる参照基準の策定というのを目指そう、というようなことでございます。

さて、じゃあ、一体サービス学とは何であるかということでございます。

実は、最初に申し上げましたように、このサービス学の参照基準を作ろうという小委員会は、平成 27 年 12 月、だから一昨年度に設置が認められて、その後、実際にフェース・トゥー・フェースで委員会をやったのは 8 回。そのほかネット等々で議論をして、何回もやってきたのですが、そのうちの半分ぐらいは、ずっとサービスの定義でもめておりました。

なぜなら、最初のメンバーを見て頂いてもわかるように、経営学系の領域の人間だけではなくて、理工系の分野の先生方、感性工学とか、そういうほうの先生方も入っていらっしゃるわけです。実は、私どものほうでは、affect というのを「感情」と訳すのですが、感性工学では「感性」と訳すらしくて、というところから始まって、非常に、言葉も全然、英語の訳し方も違うわけです。それで、最終的に、サービスの定義に、まあよくもめましたということです。

もともとサービスというのは、冒頭で申し上げましたように、第一次産業、第二次産業、

第三次産業という意味でのサービス業ということもありますし、古くは、形のあるもの、有体財と無体財、無形財とも申しますでしょうか、そういう、どちらかというとサービスの無形的な側面にのっとして研究が進められてきたわけです。サービス・ドミナント・ロジックという言葉はあえてこの中では一個も使っておりませんが、今や、世の中の実際の消費場面で提供される提供物というのは、物とサービスと両方入っていて、それを分けて考えること自体がナンセンスになっているという状況なわけです。

それで、ぐちゃぐちゃ申しましたが、サービスの定義というのはこういうふうに、私どもは定義しました。メイクセンスになっているかどうか、ぜひとも先生方のご意見を戴きたいと思うのですが、「サービスとは、感情や知識などの価値を、提供者と受容者が共創する行為である」。それで、「サービスは、人間を含むシステムにおいて持続的かつダイナミックに生産され、提供され、消費されるものである」ということでございます。

サービスというのは何かというと、価値をつくり出すものであると。その価値というのは、提供者から一方的に提示されるものではなくて、受容者とのやりとり、相互作用によって創られるものであると。しかも、サービスにおける提供者と受容者間の関係は一意的ではなくて、相互作用によってダイナミックに変容するものであるということなんです。

何か抽象的なことばかり言っているので、1つだけ、実はこのサービスについても、いっぱいサービスがあるので、参照基準では、付録のところにいろいろなサービスを載せていて、この定義がいかにか当てはまるかということを概説しようとしています。

一番簡単で、学部の学生さんにもぴんとくるような話ということでいえば、例えばレストランでの食事ということを考えてみたいと思います。

すみません、先生方を前にこんなことを言うのも恥ずかしいのですが、ちょっとお聞き戴ければと思うのですが、レストランでの食事というのは、空腹を満たすことが目的ではないですね。おいしい食事と楽しい時間を過ごしたいと思って、みんなお金を払ってレストランに行く。もちろん、いろいろな理由は別々にあるかもしれませんが、基本的には、少なくともそういうことがあるわけです。

おいしい食事というのは何だろうかということ、人によって違うんです。それは、だからレストラン側のサービスとしては、一流のコックを備えているということだけではなくて、一流のコックが一方的に提供したものが消費者にとっておいしいというものではないんです。やはり、やりとりの中で、おいしいとかおいしくないとか、例えばお客様が半分ぐらい食べ物を残したとしたら、なぜ残したのだろうかというようなことを聞いて、じゃあ、

それによってコースの後半の料理が変わるかも。本当は変えなきゃいけないということになるのだと思います。

おいしい食事、楽しい時間を過ごせるという、経験がまさにレストランサービスの中身、提供物だと思うのですが、その、楽しいというのも人によって違うわけです。それも、やりとりの中で、例えば1人で食べている場合だったら、そのレストランのスタッフとの会話というのもあるでしょうし、そうじゃなくて家族同伴で食べているような場合には、家族の中でいろいろな、食べるという手段を通じていろいろなコミュニケーションをして楽しい時間を過ごすわけですが、そういうやりとりに対して、もちろん、提供者側は黙って見ているわけではなくて、いろいろな介入をするわけですが、その介入の仕方がまずいと、余計なサービスになってしまうわけです。

実は、私のところの博士の学生が、おもてなしの研究をしていて、そのときに、おもてなしというのは、消費者側が自分のためではなくて、誰かをおもてなししたくて誰かを連れていくというようなときに、結局、何が一番不満が高くなるかという、ホスト側がこうしたいと思ってゲストのためにいろいろなことをして、その一つ的手段として、どこのレストランを選ぼうかということもしているわけですが、そのときに、いろいろあーだこーだと思って、それだって、ゲスト側と楽しい会話をしているところに、「サプライズ!」とか言って、提供者側とかレストラン側が予定になかったケーキを持ってくる。よくやると思うんです。でもそれって、必ずしも感謝されないです。要は、それによってディスプレイされたとか、そんなことは望んでいなかったと。

だから、レストラン側からすると、お客さんのためにと考えてしているのだけれど、顧客側からすると大きなお世話という、結構そういうことが統計的にも出てきたりするんです。

いずれにしても、そうやって、レストランで提供されたサービスがよかったか悪かったかというのは、一方的な提供物ではなくて、顧客とのやりとりの中でそれが変わる。しかも、ダイナミックに変容するというのは、一回そのレストランを経験してしまうと、次から、その顧客はそれと同等、あるいはもっといいサービスを期待するわけです。

そうやって見ると、どんどん相互作用が、レストラン側としてはそうやって継続的に顧客が来てほしいわけですが、そう考えていくと、相互作用によってその関係というのはダイナミックに変容する、価値もダイナミックに変容するという、そういったものがサービスであるということだと思います。という結論に、私どもは至りました。

すなわち、価値を共創する相互の行為と、ダイナミックに生産、提供、消費されるものがサービスであるということでございます。この辺も、ぜひとも後で先生方の率直なご意見等々戴ければと思います。

さて、じゃあ、それを扱うサービス学とは何ぞやということでございます。

サービス学というのは、社会のプログラムを、「社会」ってすごくいろいろな意味を含んでいるのですが、社会のプログラムを設計する上で不可欠な設計科学である。いわゆる物理学や化学のような、あるいは数学のような、そういう法則的な科学ではなくて、むしろ社会をデザインする、望ましい市民生活をデザインするために必要な設計科学であるというふうに考えました。この辺は、半分以上が工学系のメンバーだったというようなこともあるわけですが、ということでございます。

サービス学は、サービスに関する総合的な学問体系である。具体的には、ただ、サービスに関する総合的な学問体系なのだけれど、それをもうちょっと整理する必要があるよねと。そういうところでサービス学固有のものとは何ぞやというのを整理しなくてはいけなくて、その点としては、取引される提供物の理解する。まず、先ほど申し上げた、取引される提供物、サービスとはどんなものであるかということをしきりと理解する。それから、提供過程において受容者、顧客が参加する。私はマーケティングが専門なので、顧客という言葉を使うことに全く抵抗がなかったのですが、査読になったときに、何で顧客って言葉ばかり使うんですかと工学の先生から怒られて、全部受容者という言葉に直させられましたが、でも、そういうところがやっぱり分野によって違うんだなと思いました。いわゆる提供過程における受容者の参加、それから、顧客と価値を生み出すところのプロセス、場のマネジメントというか、プロセスのマネジメントと、それをどう具現化するかというデザインという、2つの問題がある。それから、理論と実際、ものすごく実学ですので、いわゆる理論体系と、それから社会の中で生かしてもらおう実務との橋渡しをする学問であろうということでございます。

その4つの点について、もう少しいろいろと参照基準の中で整理をさせて頂いております。

取引される提供物の特徴としては、もう申し上げておりますので簡単にしたいと思います。有形財と無形財が混在するという。それから、情報や利用権といった、人間の直接的な行為以外のものも含むということ。それから、いろいろな業界に特化したサービスがあって、いろいろな研究がそれぞれの学科ごとにされていたりするわけですが、既存

の業界の概念を超えた、さまざまな財による提供物が提供されるサービスであるということ。サービス学は多様で複雑な財を扱う学問であるということ。それから、先ほどのレストランの例で申し上げたように、提供過程における受容者（顧客）の参加であって、顧客が提供物の生産と利用に参加して、それからアウトプット、プロセスばかりを言いましたが、その結果として経済的な価値のあるサービスが成果として、結果として出てくるわけですが、その成果の鍵を握るのも実は受容者（顧客）であるということです。それから、提供物の使用価値を顧客自らが創造するものですし、提供者と顧客の役割が流動的である。

これは例えば、最近サービスエコシステムといって、大きな情報産業の人たちはすぐそういう、サービスエコシステムというようなことをおっしゃっていますが、その1つの例でいえば、例えば、今、日本でも非常に進んでいるようなスマートメーターとヘムス等々を使った、トータルとしての住宅、省エネとか地球環境保全、持続可能性を備えたような住まいを提供するといったようなものも、その一つの大きなサービスエコシステムだと思います。その中で、もちろん、それを実現するためにはいろいろなセンサーがついていて、それをきっちと機械学習のマイニングして、顧客の構造がどうなっているとか、こういうふうに一次制御してあげると顧客が快適だと思ふとか、顧客の生活で、電気代その他いろいろなエネルギーをどう使っているかということを見せるとか、それはもう工学的な側面の技術等々によって具現化できるわけですが、結果的にそういうことに対して、顧客というか住民がどんな暮らし方をしているか、それにのっとって温度を下げたり、あるいはそうじゃなくて、この人たちは1日の中でどの時間帯にどんなエネルギーをどう使っているというようなことを、住民側は示したくて示しているわけではないですが、そういうものがちゃんとデータとしてとれるわけです。というか、まさにサービス・ドミナント・ロジックの言葉を借りれば、受容者側が自分の資源を提供しているわけです。それがネタとなって、と言ったら怒られてしまいますが、それがまた望ましい制御システムであるとか、あるいはそういうことをトータルとして電力会社全体がどう制御するかといった形で、停電を起こさないとか、ピーク電力を下げるというようなところに使われるわけです。

そうやって考えていくと、提供者と顧客の役割というのは、顧客は受ける側だけではなくて、むしろ新しいビジネスであるとか、新しい知見を提供者側に提供する側でもあるというようなことだと思います。そうやって考えていくと、サービス学は提供プロセスのデザインとマネジメントに関する学問であるというふうにいえるかと思います。

マネジメントとデザインということでは、これはマネジメントという側面においては、経営学やマーケティング的なアプローチというので、もう随分昔から、沢山のいろいろな研究があり、沢山の成果が出てきております。

一方、デザイン化する、あるいはそれを制御するという側面においては、オペレーションズ・リサーチであるとかサービス工学、あるいはデータサイエンス等々の工学的なアプローチによって、いろいろな望ましい設計希望であるとか制御スタイルであるとかが開発されているわけですが、サービスというのはその両方を必要とするわけです。そうやって考えていくと、サービス学は、広く経営学だけではなくて、工学の知識や思考というものも必要とする学問であるということです。

それから、理論と実践ということからすると、現象を記述する理論というのは蓄積されていますし、実践場面で実際の顧客同士の相互作用であるとか、価値のダイナミックな変容等々といった、より複雑なシステムというものは、既に工学の世界の中では具現化されていて、いろいろな形で商品化というかサービス化されていますが、そういった両方が必要になるわけで、そうやって考えると、サービス学というのは理論だけではなくて実践と、その両方を橋渡しするような学問でなければいけないだろうということでございます。

こういったことで、サービス学固有の特性というのは何かということですが、サービス学の本質的な特性と役割りということでは、サービス学というのは提供物の特性に着目しながら、提供主体と受容主体との関係を取り扱う総合的な学問体系であるというようなことです。

サービス学の役割というのは、実はその中に多様な提供物があるわけです。お医者様は、自分のことをサービス業になっているとは思っていないかもしれませんが、でも、医療の質というと客観的に測定できるかもしれませんが、医療サービスの質ということ、実際には消費者は体験しているし、それに対してお金を払っているわけです。そうやって考えていくと、本当は、医学の中で望ましい臨床医学とは何であるとか、あるいは望ましい看護とは何であるかというようなところに関しては、本当は顧客との間のやりとりをどうやってうまく、顧客とどうコミュニケーションをしていくかということ、あるいはそれをどう具現化して、それに応じて提供物をダイナミックに変えていく、柔軟に変えていくことが重要だということがあるかと思います。

先生方の前であえてお話しするのは失礼かと思いますが、お医者様がいいサービスをできるということは、患者側が、自分はどこが悪いかということを正しく言えなければいけ

ないわけです。正しく言えるためのコアなコミュニケーション場면을創ってあげなければいけないわけであって、それに対して、お医者様がそれを生かした形で、本来だったらこういう処方でもいいのだけれど、患者がそう言っているからこういうふうに少しサービスの内容を変えようかなと。

問題は、そこでいいサービスが提供できても、患者がそれを守らなければいけないわけです。帰ってちゃんと正しく飲むというような、言われたとおりのことをしなければいけないわけであって、そうさせるためにはどうするのかという問題があります。

よくマーケティングのほうの笑い話で、例えば手術をして、お医者様の場合は完璧だと思うと、もうこの人は完全に、放っておいても治るから、あまり回らないです。ところが、手術をしてみてちょっと心配事があると、心配だから、「何々さん、今日はどうですか、どこか具合が悪いところはないですか」と頻繁に病室を回る。そうすると、患者の側からすると、「あら、あの先生、忙しいのにいつも私に目をかけてくれるわ、何ていい先生でしょう、私、退院したら友達に、この病院いいわよと推薦するわ」ということになるわけです。

実際にはそういうことなわけであって、そうやって考えてみると、実際には、多様な提供物を多様な学問分野で研究されているのだけれど、それぞれの中で、医学とか看護というような領域においても、どれだけそれを極めるための技術や手法ということだけではなくて、そういうやりとりといった部分の、サービスをいかにうまくマネジメントできるかというところというのは非常に重要になってくることかと思います。そういうところに対してサービス学という発想というか、考え方というのが適用できるし、役に立つのではないかと考えています。ただ、未体系ゆえに、他の諸科学との協働が必要であると。だから、どこまでサービス学という中でやるのかということだと思えます。

提供主体の質の確保、受容主体における使用形態に関する課題等々については、例えばそれはもう工学系の技術といったようなものを活用したほうがいいのだろうし、サービスをともに作り出していくというような専門的能力みたいなところと、その育成は、経営組織論だったり、ヒューマンリソース・マネジメントであったり、労務管理であったり、人的資源管理であったりというようなことかと思っています。

それから、人と人との関係や人間の活動が持つ社会的、文化的な背景の理解というのは、文化人類学や社会学や社会心理学といったような基礎的な学問領域の理解というのが重要になるだろうということと考えています。

実際に、サービス学を学ぶ学生が身につけるべき基本的素養は、こうやってどんどん大風呂敷を広げていくと、本当にそれはサービス学科という中でできるのだろうかというような問題にもなるし、本当に限られた4年の中でどこまでやるんだという問題かと思いますが、その辺についてもこれからご紹介したいと思います。

学生が身につけるべき素養ですが、サービス学の学習者は、少なくともあらゆる提供主体と受容主体がどのような論理でどのような意思決定を行って、どのように行動しているか。そしてどのような結果になったかを理解して説明することができるようになる。

要は、学士課程を出た後は、こういうことが説明できるようにならなきゃいけないよと。サービスというのも、自分が受け手側の立場、あるいは提供する側の一方的な立場ではなくて、そのやりとりの中で価値が生まれてくるんだというようなことをちゃんと理解して、その結果としていいサービスが提供できた、できなかったというようなことが、ちゃんと説明できるようになるということが重要だと。

それから、当該サービス提供主体と受容主体が直面している問題、あるいはそれに対してどう対処したらいいのかというようなことについての理解と、具体的なことも提示できるということが重要になるのだろうということです。

それから、もし適切な行動から乖離している場合には、それが何でそういうことになってしまったのか、どうして価値のあるサービスを提供できなかったかということについても分析できるような能力を持っていなければいけないというようなことです。

そうやって考えると、実際に、先ほど申し上げたようなマネジメントに必要な部分と、デザインするのに必要な知識といったものが両方必要になってくるだろうというようなことです。実際にそれを、実習を通じて体験してみるというようなことが必要になってくる。

ここから先は、実際にはサービス学を通じて獲得できる基本的能力として、一般的能力としては、それぞれの特定のサービスにおいて、今申し上げたようなダイナミックな共創関係みたいなものをちゃんと理解できるか、もう少し専門特化してくるとなると、そういうことに対して具現化して、具体的に何か企画や運営ができたりというようなこと。あるいは、そういうことをサービスを提供する人材をどうやって育成したり、そういうスタッフをどういうふうに変換してくるか、あるいは管理していくかといったこと。さらに言うと、それをグローバル展開する上で、というような話というのも、専門的能力としては必要になるだろうということです。

具体的に、じゃあそれをどうするのかということなのですが、教育としては、講義や輪

講や輪読等々を通じて基礎的な知識を得るということは、ほかの学問体系と同じように重要なのですが、サービス学に至っては、多分、こちら側の課題解決型学習とか、演習・実験、あるいは実際にインターンシップ等々を通じて、具体的にサービスを、自分がサービスの提供者になってみたり、あるいは受容者になってみたりというようなことをロールプレイングして学んでいくというような、そこが一番重要なのではないかと私どもは考えております。

特に、課題解決学習においては、できれば異なるバックグラウンドを持った人たちの中でチームを編成するなどということも、本当はできるといいかなと考えています。それを具現化するという意味で卒業研究。それから、これをサービス学科としてやる、例えば、そうはいったって、看護サービスというのを考えたときに、看護サービスの中でも、看護の部分ってやっぱりすごく大きいわけです。でも、実際に社会的に望ましい、市民にとっての望ましい看護を、価値のあるサービスとして提供するためには、いわゆるサービス学的な発想が必要なんです。

そうやって考えていくと、副専攻としてうまくサービス学というのを、それぞれ、専門特化して、やっぱり基礎的な知識が必要なところはそれぞれのところにおいて、副専攻として、いわゆる何か提供できるような仕組みというのも、現実的なのではないかというようなことでございます。

もちろん、それは専門科目、学科の中で専門的にやる方法としてはこういうことになるのでしょけれども、いわゆる教養教育としてということであれば、これは恐らく、どの学問領域においても、少なからずやはり重要なことになってくるでしょうから、基礎教育科目としてはこういったような、今はサービスドミナント・ロジックみたいな形で進化していますが、昔からサービスに関する歴史的な考察というのを踏まえた上でということ。それから現代社会の成り立ちとサービスとの関係であるとか、一方で、サービスの生産に係る技術等々が進化することによって、やはりサービスの形態も変わってくる。提供できる価値もどんどん進化していくわけですから、そういったようなことを学ぶ。

あるいは、人々の生活におけるサービスというのも、やはり時代の中で、時代時代でどう変化してきたかといったことは、基礎教育科目として、やはり大学の中の科目として置いておくべきはないかと。それはサービス学科ということではなくてもいいのかもしれないけれども。

それから、実際の評価はというと、これはそれぞれによって変わってくるでしょうけれど

ど、それぞれの教育スタイル、方法によっても変わってきますが、基礎知識の理解度や、基礎知識を応用できる能力みたいなものも当然必要ですが、重要なことはやはり、例えばなぜうまくいかなかったのかといったようなこと、なぜ価値のあるものがうまく提供できないのかといったようなことにおいての問題発見や分析、解決能力というものをちゃんと総合的に評価をしなければいけないし、重要なことはやはりやりとりですから、コミュニケーション能力といったようなこともきちっと測定しなければいけないだろうというようなことでございます。

このようなことを通じて、学士教育においては、こういったようなことが重要になるかと思いますが、学術会議の参照基準においては、いわゆる大学の中で以外のところでも、この問題というのをどうやって考えていくべきかということについての章も設けろということになっていて、市民性の涵養であるとか、教養教育としてのサービス学の教育というような、なぜサービス学というのがそういう市民生活においても必要なのかというようなことについても書かせていただいております。

言うまでもなく、市民は日常生活の多くの場面でサービスの受容者として、あるいは提供者としてかかわってきているわけであって、積極的に消極的にもかかわってくるわけですから、やはりサービス学に対する基礎的な知識や考え方といったものをちゃんと習得していくということは、健全な市民生活の遂行に必要不可欠であろうということです。そういう意味で、教養教育としてサービス学を習得していることが求められるだろうということでございます。

さらに、実はどこまで学士課程でやるのだろうかということでございます。

言うまでもなく、現在、サービスという定義がどんどん変わってきているというのも、一方で ICT であるとか、あるいは経済のサービス化といったような産業構造の変化によって進化しているわけです。だから今後も、さまざまな技術が開発される、あるいは今後のグローバル社会の中での産業構造の変化に伴って、サービス学が対象とするようなサービスも変わってくる可能性があるわけです。

だから、学士課程で学んだらおしまいということではなくて、学士課程の中ではやはり基本的な、先ほど申し上げた、サービスとはこういう性質を持ったものである、あるいはそれを、プロセスをマネジメントしたり、あるいはその結果をきちっとデザインするといったようなことについての必要なことを学んでいただくと同時に、それ以降、どんどん更新していく、技術の進化や産業構造の変化の中で、やはりサービスマネジメントや工学の

教育体系も変化されるべきだろうと。しかも、サービスの範囲は非常に広いです。先ほど申し上げたように、医学やら看護学やらいろいろあるわけで、それを学士課程で網羅的に学ぶことはできないですね、ということです。

だから、そうやって考えてみると、基本的な、サービスとはどんなものであるか、サービス学が対象とするような範囲というのはどんなものかというようなことについて、学士課程の中で、基本的なものの考え方というか、そういうものを教育し、それ以降は、まさに必要に応じて生涯にわたってスパイラルアップできるような、そういう体制を整えておけばいいんじゃないかということでございます。

それは、高等教育卒業後も、再度生涯教育として受けられる場というのをちゃんと用意して、受け皿をつくっておかなければいけないでしょう。一方、高等教育に入る前の段階でも、子供のころからサービスというものに、学校サービスに入ることからしてそうですが、触れているわけであって、そうやって考えていくと、実はサービス学の、どうやってうまく人とコミュニケーションをとっていくのかというようなことは、何も大学に入ってからの問題ではないわけであって、価値あるものをつくるためにうまくコミュニケーションする能力なんていうのは、初等中等教育から既に開始できるものであろうというようなことでございます。

こうやって、本参照基準は学士課程が対象なのだけれど、スパイラル型の教育を念頭に置きながら、さらに生涯教育全体にわたる体系化というようなことも必要ではないだろうかと。ここではそういうふうなことに留めておいて、それ以上の具体的なことは何も記述していないですが、というようなことでございます。

さて、長々と話をして参りまして、先生方からするとだんだん退屈になってきたかもしれませんが、こういうようなことを 12 月に公開シンポジウムを行って、我々はどういうふうに考えたわけですがいかがでしょうか、というのを、それぞれの分野の専門家にいろいろお聞きしました。実際には、昨年 12 月 11 日に筑波大学の東京キャンパスで、1 時から 4 時 40 分と結構長い時間ですが、実際には文科省の高等教育局の審議官の方にも来て頂いて、その方は別にこの参照基準について何かおっしゃったわけではなくて、文科省の中でもこういう学士課程の教育はこういうふうに考えているんだ、みたいな話をして頂いたわけですけども。

そのほか、この参照基準について、企業の立場からのご意見ということで、富士通のマーケティング戦略室長の高重さんにご意見を伺いました。それから、サービス学関係学会

ということで、サービス学会というのは、もともとどちらかというと、やはり理系のニーズを受けて、ちょっと理系の方々が多いんです。一番最初の初代が新井先生という東大の工学の先生でいらしたということで、そういうサービス学会の中でも工学、人工物、工学研究センターという、いわゆるそちらのほうの立場の方から、原先生ですが、ご意見をいただきました。それから経営学の関連学会としては、マーケティングのほうの領域ですが、商業学会の今、副会長でいらっしゃる、神戸大学の南知恵子先生にご意見を戴きました。それから、大学の教育現場からの意見ということで、サービス学というようなことも意識しながら、MOT 教育をされている、北陸先端科学技術大学院大学の小坂先生にもご意見を頂戴いたしました。

それで、パネルディスカッションの論点で、これは関学の山本昭二先生にコーディネーターをして頂いて、我々が作った参照基準というのは学習者にとって役に立つものになっているのかというようなことを伺いました。それから、学問としての独自性があるのか。要は、これは経営学じゃないかと言われてたり、あるいはこれは工学じゃないかと言われるのではなく、いわゆるサービス学としての、学問としての独自性が理解されて、将来の発展性を感じさせるものとなっているのか。それから、理系も文系もないという、両方の橋渡しのところだということになるわけですが、そういうさまざまな学部で科目の設定を行う上で、参考となるようなものになっているのだろうかというようなことについて伺いました。

すべてに関して、きちっとご回答いただいたということでもないのですが、それぞれの先生方から戴いたコメントや、ここはおかしいというようなところをまとめたものをご紹介します。

まず、企業側の立場としての富士通の高重さんのご意見としては、ビジネスそのものがサービス化していて、今や製造業とサービス業の境界ということは、現実の社会においてはまったく意味をなしていない。だから、そういう意味で、サービス学というようなことをちゃんと学問として体系化してもらえるということは非常に有用だと。どちらかというと、こういうところもあって、割と辛口というよりは、ほめていただいたというようなことなので、うのみにして「そうだそうだ」と言っただけとはいけないとは思いますが、でも、まあ、そういうことでございます。

それから、富士通等々の、特に情報産業においては、先ほど申し上げたエコシステムというような、技術も重要なだけけれど、その技術によって提供可能になったサービスを通

じて、しかも、それが提供者と受容者と1対1関係ではなくて、もう少し社会システム全体の中でさまざまなステークホルダーを巻き込んで、みんなに対して意味のある情報共有ができて、どんどん価値がスパイラルアップしていくような、そういうエコシステムみたいなことが今、まさにビジネスの中心的な課題になっているそうですが、そういうことを考えると、サービス競争というのは必須であって、大学においてサービス競争というか、ともに価値をつくっていくものなのだというようなことを、あるいはそういう発想でサービスを考えてもらえるようなことを身につけてもらえるというのは、非常に意味があることだというご意見を戴きました。

ビジネスでの成功の鍵は、まさにアナログとデジタルを総合したサービスを創出できる人材の育成である。ゆえに、サービス人材教育や文化の醸成に大学が果たすべき役割は大きくて、ぜひともそういうところを期待したいと。

しかも、面白いことをおっしゃっていたなと思うのは、今の子供達というか、これからの子供達は、半分以上が多分100歳以上になるだろうと。下手すると、定年をどうするんだというような問題もあると思いますが、70、80まで働くようになるかもしれない。しかも、同じ仕事をずっとするというよりも、そのときの状態に応じて、ライフステージに応じて、いろいろなマルチキャリアを持つようになっていくだろうと。そうやって考えていく中においても、100歳社会の中でのスキルの再教育という意味で、サービス学を生涯教育に果たす大学の役割というのは大きいのではないかと。

だから、まさにサービス学というのは、ビジネス界においては非常に重要な、あるいはこういう発想を植えつけてくれるということは、ビジネス界にとっては非常にありがたいことだというような、半分以上は眉唾かもしれませんが、そういうお言葉を頂戴いたしました。

次に、北陸先端科学技術大学院大学の小坂先生からは、サービスというのは何も今に始まったことではなくて、昔からあったし、しかも、今もどんどんどんどん進化し続けています。やはり技術やその他、いろいろな形の中で、どんどんいろいろな新しいものを価値として提供できるようになってきているわけですが、したがって、そうやって考えていく中で、非常に多様なものだけれど、少なくともサービス学というのが、いろいろなタイプのサービス、あるいは業態にまたがるようなサービスを、うまく網羅的にというか、網羅はできなくてもいいけれど、そこに対してある程度きちっと説明できるような、横串を刺せるような、そんなものであってほしいというような、それが重要だろうと。

サービスの基礎となるサービス学が確立されれば、種々の専門技術や方法論をサービス分野へ展開する基礎ができますよねと。しかも、ビジネスにおいては文系と理系の橋渡しとなるような学問にもなるとして期待もできるだろうし、学生と社会人がビジネスを議論する土壌というのもできるようになるよね、ということです。

我々の作った参照基準がそれを満たすものになっているかどうかというところまでは明確におっしゃらなかったですが、そういうことが重要だよねと。そうやって考えると、サービス学への期待というのは、そうはいっても、事前の知識を必要とせず、誰でもが学ぶことができるようなものであってほしいし、文系や理系を意識しない学問体系であってほしいし、専門の応用領域・業種別サービスを意識しない、メタレベルの学問体系でなければいけないでしょうねと。しかも、そうはいっても具現化できるというか、具体事例に対応させて、学問内容をちゃんと理解させないと、理念だけはわかって、それをどうやって物体化できるのかという問題にもなるかと思います。実際に、具体事例を通じて、サービスとは何であるかというようなことを学生さんは体得できるようになるでしょうと。そういう意味で、まさに、知識も重要だけれど、いろいろなものを体験するという、課題解決型の学習というのが重要になってくるでしょうね、というようなお話でございました。

このお二人からは、ここを直せとは言われなかったのですが、南先生からは、サービスの定義が、実は先ほどお見せしたのは、南先生や、この後出てくる原先生の、何かもっともらしいけれど、直感的によく分からない、というようなことに基づいて、実は二分に切ってみたということなんです。

それを先にお見せしましょうか。本来、一番最初に私どもが定義していたのはこれなんです。「サービスとは、人間がその系に含まれる連続的システムにおいて、感情、知識を含むさまざまな価値を共創的かつダイナミックに生産する行為である」。

文系の人からすると、「連続的なシステム」と言われた途端に、システムって何、という。多分これは、最初に言うべきでしたけれど、本当は、先生方のような教育者ではなくて、普通の高校生が読んでも本当はわからなければいけない。自分がどの学科に行きたいかなと思ったときに、自分はサービス学を学びたいと思うようなものじゃないといけないのですが、そんな立場にたったらまったくわからないと怒られて、そうはいっても、直した定義もまったくわからないと怒られるかもしれませんが、まあ、そういうことで、これは一応、「人間がその系に含まれる」ということ自体がちょっとかたいのだろうと思うのですが、要は、何か提供する大きな仕組みの中に人間が入っていて、というようなこと

で、そこに、価値は感情と知識があって、共創的かつダイナミックに生産する行為だとい
うのですが、わからないと言われて。もう全然わからないと言われたので、それで直した
んです。サービスとは価値を提供するのだけれど、価値の中身は何かというと、感情と知
識って、認知的側面と感情的側面というか、そういう抒情的側面の、少なくとも2つの方
向のものがあって、頭でわかっていて「いい」というものじゃなくても、ちょっと性能的
にはなんだけれど、すごくコミットしたいものというのも、当然価値としてあるわけであ
って、そういう両方を提供者と受容者が共創する行為であると。サービスは人間を含むシ
ステムにおいて、持続的かつダイナミックに、生産するだけではなくて提供されて消費さ
れて、経験だということも、サービスというのは経験であるというふうに書いてある本も
あるかと思いますが、そういう意味で、実際に消費されるというようなところまで含めた
わけです。

ということで、南先生からは、サービスというのは文系も理系もなく、それからマネジ
メントという側面ではなくて、それを具現化する具体的なデザインにするという設計科学
なので、そういう意味で、工学的なアプローチであるシステム概念やマーケティングにお
ける価値共創概念を含んでいて、サービス学における学際性を表現するという意味では一
定の評価ができる、というふうに厳しくおっしゃっていて、表現がわからない、というふ
うに言われたわけでございます。

というので直してみましたが、それでもメイクセンスでしょうかというのも、ぜひ伺え
たらと思います。

それから、サービス学の定義をめぐる分類軸の中で、顧客の参加的側面の強調だけをし
てきたのだけれど、いわゆる IHIP って何かというと、もともと、物かサービスか、形の
ある物か、形のないサービスかという二元論から来ていて、形のないサービスというこ
ろに特化すると、実際には IHIP という4つの性質を持つのだということなんです。

I というのは Intangibility で、形が見えない、まさに無形性である。実態が見えない
というものがサービス、無形性という側面に強調したサービスという意味でしょうし、H
というのは Heterogeneity で、これは不均質性なんです。要は、先ほどの医療サービス
のところでも申し上げましたが、例えば、おなかが痛いという現象に対してお薬を出す
といっても、相手とのやりとりで、アレルギーがあるとか、胃が弱いといえは強い薬を出し
てはいけないから、少し処方の中身を変えたりという意味で、不均質なんです。というよ
うな側面です。

それから、Iは Inseparability で、要は不可分性、分けることができない。サービスというのは、つくるプロセスと消費するプロセスで分けられないんです。聞いているそばから、そのサービスの消費が始まってしまっているというようなものですから、そういう意味で不可分性を持っている。

しかも、最後のPはPerishabilityという、消滅性と言われるもので、形がない。サービスは在庫できないですよ。例えば、飛行機の座席の予約というのは、座席は形がありますが、ある飛行機のある時間がその個人の予約ですから、それは在庫できるものではなくて、しかも、その時間を過ぎてしまったら、そのサービスはその当人から消えてしまうということです。そういう消滅性を持っているというようなことが、ある意味マーケティングの領域の中では非常に重要な性質としてずっと言われ続けてきたわけですが、これがサービス・ドミナント・ロジックになって、無形性という側面だけではなくて、コアとなる物と無形性と両方あわせたものが提供されているものであるという立場に立つてくると、この IHIP ということだけでは説明できなくなってくるよね、とは言われているのですが、やはりこれはこれで重要なので、こういうところもちゃんと網羅的に捉えなさいねと言われたんです。

それで、分かりました、じゃあ取引される提供物の理解の中で、ちゃんとこういう概念もあって、さらにこれが今こういうふうに進化しているというようなことも、読んだら普通の人もある程度分かってもらえるようなことを、ちゃんと書かせて頂きました。

それから、サービスは個別分野の学習ではなく、総合的な全体を俯瞰できるような教育が必要だよ。だから、そうやって考えると、共同プロジェクトのような形で、いかに問題を定式化し、課題解決のために分野ごとの知見をどう適用化するかといったようなことを学ばせることが重要ですねということで、この辺は私どももちゃんと書いているので、そういうことが特に重要でしょうねというコメントを頂戴しました。

それから、最後ですが、先ほどの原先生も同じように、定義がわからないと。直感的にわからないというので直しました。それから、サービス学の定義は、サービス学会等の実態と合致してきて妥当だと。サービス学会はある意味、理系と文系と両方の先生方がおられるので、そういう意味で、先ほどの南先生のコメントでもいただいたような、体系的なアプローチと、マネジメント的な側面の両方を含んでいるからいいよねと。ただ、他の学問領域とどのような共存関係を築こうとしているのかというのが、いま一つ不明ですよ、というようなことを言われました。この辺については、参照基準の中で、どこまで

具体的に書くのかというのは非常に難しく、そこはいろいろ、こういう要素が求められるという記述にとどまっています。

それから、実際には、本参照基準というのは学士課程向けなので、サービス学の研究者というか、博士だとかそういうところには関係ないのですが、ただ、サービス学研究者間の相互理解というような意味でも、こういう発想は結構使えるかもしれませんよと、これはほめていただきました。

例えば、サービスとは何ぞやと、工学の世界の中でサービスを設計するという立場、サービスをデザインするというところで考えられているサービス、あるいはそこで教育されている内容と、いわゆる経営学等々の中で、マネジメントの対象として、あるいは価値のあるものを提供する、あるいはその提供物に対してどのぐらいの経済的価値を与えるかというようなところの中で扱われているサービスのとらまえ方というのが、今までばらばらだったわけですが、それに対して、こういうものだよ、というふうに言ってあげると、それぞれの研究者においても交流する上で意味があるかもしれませんね、というようなことは言っていました。

最後に、今までサービス学の参照基準についてご紹介させていただきました。何度も申し上げているように、これは学士課程教育におけるサービス学教育のあるべき姿はこうではないかと私どもは考えたわけでございます。ただし、これは、何の拘束力もないものでございます。学術会議としてこうやってホームページに公開して、ぜひ使っていただきたいというような形で公開していますが、本当に先生方がそれに基づいて学科をつくってくださったり、編成してくださったりというのは、まったくの自由ですし、文科省としても、これをどうしろというものでもないんです。そういう性質のものです。

各大学の先生方がサービス学の教育展開時に、大学の建学の精神や大学の経営資源やその他の資源といったこと、あるいは学生さんの資質を考慮に入れて、望ましい教育課程を編成していくためのガイドとして使っていただけたらありがたいな、あるいはそうなるために、やはりもう少し改定することがあれば改定しなければいけないなと思っております。

それから、今、認証ということも求められているわけですが、認証評価機関、あるいはこういう、まさに経営学関連の学協会等々で、サービス学理解のためのガイドとしても、メイクセンスかどうかというところをぜひともご評価いただけたらと思っております。

以上、私が一方的にお話をしてしまって、わかりづらいところもあったかもしれませんが、以上でございます。ぜひとも、いろいろご意見を頂戴できればと思います。よろしく

お願いいたします。（拍手）

【司会】 ありがとうございます。

45 分ぐらい質疑の時間がございますので、大変興味深いので、ぜひ、皆様方からご質問をお願いしたいと思います。

それで、私から一つだけ確認なのですが、工学系と経営商学系の先生方がこの委員会に入っていまして、お話では、どうもサイエンスの視点でこのサービス学の定義から概念、サービスの受益者から見ると、左脳のロジカルな理性の部分と、右脳の感性の部分のほうの心理学も一部入っているのですが、美学やアートの分野の先生方が入っていらない。サービス学ではアートというのはこれからますます重要になってくるかなと思います。先ほどの例でも、楽しいとか美しいとかすばらしいとかいう感性の部分はドラッガーによれば、アートが非常に重要だと言っています。

というようなことで、その辺だけちょっと伺った上で皆様方から質問を受けたいと思います。すみません、もし何かコメントがございましたらお答え願います。

【西尾】 ありがとうございます。affect というのを工学系の先生は「感性」としなさいと言われたので、ここを「感性」としたら、もしかしたらその部分も含まれるのかもしれない。でも、まさに先生がおっしゃってくださったような理性の部分、価値というのはやはり理性的に見てという側面と、感性というか、いわゆる、頭で考えてみると高いし、コストパフォーマンス的にはよくないのだけれど、私はやっぱりこれがすごく好きとか、やっぱりこういうものに携わっていたいという、いわゆるそれは affect で、それを心理学や社会学、あるいはそれを基礎としている消費者行動研究、あるいは商学、マーケティング領域では「感情」というふうに訳させて頂いているんです。という側面は含めたつもりであります。

そういうことからすると、おっしゃってくださったように、これは南先生にもちょっと言われたのですが、経営学と工学だけじゃないでしょう、と言われて、多分そこが、先ほど申し上げた医療や看護や教育、あるいは、すっかり忘れていましたが芸術学という部分であって、そこでも十分使っていただかなければいけないものではあります。

本文の中にはその部分、芸術はさすがに入れていない、もしかしたら入れる必要があるかもしれませんが、そういうところも意識したつもりで定義はさせて頂いておりますが、何か、ちょっとこれだと網羅的でないというようなことがあれば、ぜひ、逆に、このと

ころを入れてくれないとこういう領域のこういう考え方はうまく反映できないよ、ということがあれば、ぜひ教えて頂ければありがたいと思います。

【司会】 質問として、価値観とか美的なセンスというのは、異文化圏で国民性によっても違いますね。ですから、グローバルな普遍性をどれだけこのサービス学の参照基準で持つかということも、グローバル社会の中で重要になってくると思うので、そういう観点についてもぜひ検討して頂ければと思います。

【西尾】 そうです、そうです。すみません、私が多分言葉が足りないのと、本当は参照基準を先生方にお配りしたほうがよかったのかもしれませんが、まだ、査読とのやりとりで、ちょっとナイーブな状況なので。このまま無事にいけば、あと三、四カ月後にはちゃんと公開できるはずですので、そのときに見ていただければと思いますが、一応こういう、文化人類学であるとか社会学であるとか、社会的・文化的な背景、先生がおっしゃってくださったような感性だったり、理性もそれに基づくと思いますが、そういうところの概念というか考え方も必要ですよ。というようなところは意識して含めさせて頂いております。

【司会】 ありがとうございます。

すみません、それでは早速。22 分ぐらいございます。それではご所属とお名前だけおっしゃってからご質問をお願いいたします。

【参加者】 どうもありがとうございました。日本創造学会の高橋と申します。よろしくお願いします。

我々は創造性を研究しているのですが、創造学とある意味で非常に似ているなと思ったのですが、サービス学自体は多分、大きく分けると総論と各論とに分かれるのではないかなと思うんです。各論のほうは、例えばサービス業というところでの医療だったり不動産だったり金融だったり飲食業というふうに、それらの分野の学問体系がどうであるかということと、もう 1 つ、総論のほうは、今言われたように経営だったり工学だったり、あるいは心理だったり、あるいはもしかしたら芸術だったりという、総論のところにそこが多分入ってくるんじゃないかなと、素人なのでよくわかりませんが、そんなふうに感じます。

問題は、今の、それぞれのサービス業といいますか、それぞれとは別に、サービス学全体のいわば総論という部分が多分おありだと思うので、その中身、具体的にはどんなふうな科目というか、例えば授業で、大学で教えるとすればどういう科目に分けられるのか。かつ、それぞれのサービス業一個一個、金融の中においてサービス学とは何か、あるいは

医療においてサービス学とは何か、それぞれ個別の業の中で、サービス学はどういうポジショニングでどういうふうに置いていくか。ここはあらゆる業において同じだろうと。似ていると思うのですが、その辺はどんなふうにお考えなのか。

かつまた、今現実にある大学で教えられている科目が具体的にどんなものが。ちょうど似ています。似ているという意味は、創造性って、創造学というのは、何のための創造かということかというと、そこに今度は業なり分野が分かれてくるのですが、結局創造性というのも、みんな重要だというのですが、指導要領にもちらっと「創造的な人間を育て」とあるのですが、じゃあそれって何よと。それって具体的にどうするのよ、と言われると、非常に曖昧模糊としている部分が実はあって。我々なりにはそれを定義づけしているのですが、なかなかポジショニングができないのとはすごく似ているなと思ひまして。

そのあたりが、総論と各論と、かつ、大学で教えられる科目としては具体的にどんなふうな方向を今お考えなのかをお教えいただければありがたいと思います。

【西尾】 ありがとうございます。非常に重要なご指摘だと思うのですが、実はこの参照基準というのは、科目まで並べるものではないんです。あくまでも、学士の中でサービス学とは何であるかと。あるいは、そこで扱う対象となるサービスとはどういうものであって、どういうものゆえに、どういう関係性等々を学ばなければいけないかというような、あくまでもそういうことを書いてあるだけで、具体的に、じゃあ基礎科目としてはこうしなさいとか、専門科目としてはこうしなさいというようなことは一切書かないんです。

むしろそれは逆に、我々ではとても書けないんだと思うんです。ですし、それがひとり歩きされても困るというか、そうになってしまうと、こうじゃないとサービス学の認証評価に通らなくなってしまうと。我々は別に認証評価のそういうものをつくるわけではなくて、あくまでも学士で学ぶ、あるいは教養として学ぶ、あるいは今後社会の中でサービスを提供する側の、提供者側としてビジネスにかかわるベースとして学ぶべきサービスとは何ぞやという、そういう側面なんです。

なので、具体的なものはなくて、逆に先生方のほうの状況に応じて、うちはサービスでも具体的にはこういう、例えば先ほどあった芸術とかアートとか、広く社会をデザインする、アートするというような側面であるとする、その中でサービスとはこういうもので、それは基本的なものを学ぶ科目以外に、それぞれ具体的にこう、というのは、それぞれの大学の状況に応じて、あるいは建学の精神に応じてつくっていただければという、そういう性質のもんです。

さて、各論と総論なのですが、恐らく今回、私どもがつくったのは総論に関するような側面だけでございます。実際には、だからそこは一番弱いところではあるのですが、例えば経営学の参照基準のときもそうだったと思うのですが、あの経営学の参照基準の画期的だったところは、経営工学とか経営情報学も含めて経営学と。いわゆる社会科学としての経営学ではなくて、総合科学としての経営学というふうにとらまえているところが画期的というか、チャレンジングということなんです。

それで、具体的にそれぞれの、もちろん会計学も商学も、組織論も戦略論もみんな含めての経営学なわけですが、それぞれのところに共通な経営学の定義を強いるということなんです。

これも同じように、そういう意味からすると、看護サービス、医療サービス、観光サービス、あるいは建築サービス、その他、そういうところの、いわゆるサービスとついている分野横断的なというか、領域横断的なサービスとは何であって、そういうものを総合的に扱う設計科学としてのサービス学があって、そこではこういう思想について教えてほしい、体系化されていないからいろいろなところからの借り物競争にもなるでしょうし、ある意味、サービス学科としては恐らく総論的な側面を強調し、逆に言うと、医療サービス、看護サービスとか、そういう副専攻としてサービス学科の学問を学んでいただくという立場ですので、そういうことからしても、多分総論的なところをざくっと挙げさせていただいているだけに過ぎません。

【司会】 現実には、認証基準とは関係なくて構わないので、現実には、大学の授業の科目名としては、先生が一番おっしゃる、今の総論というあたりですと、どんな科目があるのですか。医療サービスだとか、そういう個別はあると思うのですが、総論的には。

【西尾】 まず、いわゆるサービス学科ってないんだと思います。そういう意味で。

だから、現実にはないのだけれど、社会のニーズに合わせるとこういうものが必要じゃないかと言っているだけで、そういう意味で何物にも。

実は、ほかの参照基準というのは、経済学だったり経営学だったり、脈々とある中で、それをどう、さまざまな社会のニーズや、いろいろな学際化が進んでいる中でどう体系化するかということだったんです。

だから唯一、そういう意味で、サービス学なんてないでしょうと、いわゆる机上になっているところに対してなのだろうと思うんです。

類似の参照基準の中で、非常に我々が参考にしたのは統計学なんです。実は統計学も、

いろいろな、多分経営学科の中にも統計学を学ぶ必要があるし、マーケティングもそうでしょうし、戦略論やいろいろなものを考える上でも、構造がどうなっているかを見るのに統計学、あるいは統計的な仮説検定であるとか、そういうものってすごく重要なのだと思うのですが、統計学科というのは実はないそうなんです。

恐らくサービス学も、そういう意味からすると総論のような各論のようなものなのでしょうけれど、それぞれの特化された各論的なサービス、業態に応じたようなサービス学科、観光学科なら観光サービス学科の中でサービスと言ったときにはこういうふうに考えていただいて、いわゆる観光特有だけではなくて、ともに価値をうまくつくっていくためのコミュニケーションであるとか、そういうものを入れていただきたい形でも活用いただきたいし、チャレンジングにぜひ先生方が、「よーし」と言ってつくってくださったサービス学科においては、ぜひつくっていただきたいのですが、そういうところにおいては総論的なという形で活用していただいて、というような位置づけぐらいでしか、私どもは考えられておりません。

【司会】 ありがとうございます。ちなみに、私どもの経営学部には、サービスマーケティングという科目がもう5年ぐらい前から作っております。

【西尾】 そうですね。サービスマーケティングは、もうずっとあるんです。でも、それはやっぱり、マーケティングの中の……でも今、サービスマーケティングも、今や物やサービスというふうに分けること自体がナンセンスなので、ある意味、マーケティングそのものが、それがサービス・ドミナント・ロジックだと思うんですけども、ということです。

【参加者】 経営行動科学学会、経営関連学会協議会の星野です。

先生のサービス学の定義で、サービス学は経営学・工学の知識や思考を必要とする学問だと。これとまったく同じ定義をされた分野があります。それは経営工学なんです。

ただ、経営工学は製造業で、中心は生産管理というイメージではありますが、最近はサービス業にも随分活用されているわけで、わざわざサービス学会があるわけですから、そういう可能性があるかと。

それからもう1つ、欧米などであると言われたので、欧米のどこにそういうサービス学を教えているのがあるのか。

それから、先ほどちらっと統計学のことを話されましたが、統計学というのは東大に博士課程がありますよ。統計学という専攻は。だから、統計学は完全に確立した分野です。

サービス学はそういうのでは全くないから、ちょっと次元が違うのだらうと。それが1つです。

それからもう1つ、日本学術会議関連の問題がありまして、『ZAITEN』という月刊誌、私も最近知ったのですが、そこに、日本学術会議（暴走会長を生むガバナンス不在）。問題が多いと。会長のそういう行動を、問題が多いということで月刊誌に出ているんです。

【西尾】 いやいや、私は連携会員なので。

後半の、会長が云々というのは、私は、会長は雲の上でよく分からないので。しかも、学術会議というのは、学会のような密な組織でもなくて、非常にこう、何ですかね……というようにところでございますので、それは私はよくわからないし、コメントもできないかと思うのですが。

経営工学とサービス学。恐らく、経営工学のほうが、多分もっと広いのだと思います。ただ、これもサービスも、今のサービズドミナント・ロジックみたいに、森羅万象すべて扱っているものがサービスである、というふうな話になってしまうと、それ自体全体を扱うサービス学なるものは崩壊してしまう可能性もある。要は、だったらその中に経営的な側面を扱う経営学科があり、あるいはそれを経済的な側面から扱うものがあり、という話になってしまうので、なかなか難しいところがあります。

実は、その辺からして、本当にサービス学なるものが狭く定義できるのか。狭く、いわゆる学士課程の学問領域として、ある意味狭く定義できるのかというところは、実は非常に悩ましいところではあります。

だから、そういう意味で、一部の先生方は、やっぱりそうはいっても経営学と工学の両面、側面しか扱えていなくて、先ほど先生にもご指摘いただいたように、ちょっと一生懸命、苦肉の策で言いわけをしましたが、すべてを網羅できているわけでもないのだらうと思います。

お答えにあまりなっていないかもしれません。すみません。あまりにも先生の質問が高度過ぎて、持ち帰ってあれしないと答えられません。

【参加者】 （徐：近畿大学）今まで日本の学会は、何学何学、ほとんど欧米から持ってきたものです。今度のサービス学は、もしかすると欧米になかった。今もらった資料の中にも、サービス化、あるいはサービスという言葉はよく使われています。これがサービスになったら、もし欧米になれば、これは日本発の学部になるのではないのでしょうか。それは非常に大きな勇気を持つことで、これを私は非常に賛成します。

もし日本発なら、逆に発信しなければ。これ、サービス学の英語訳はどうしますか。

【西尾】 はい、難しいですね。

【司会】 ちょっと補足させていただきます。「サービス」というのはもともと、『マーケティング零』という本で私の次女も明治大学の先生方と一緒に書いておりますが、もともと奴隷制度から来た言葉なんです。その後、欧米社会では「ホスピタリティ」という概念が出てきたんです。ホスピタリティ論というのは、ちゃんとした教科科目にあるんです。ということで、ただ、日本はもっと広い意味でのサービスの概念、おもてなしというのも非常に広い概念でございますので、そこが日本がこれから世界に発信するサービスの、今、先生がおっしゃった通りのところの意義があるのだろーと思います。

【西尾】 ありがとうございます。そういうことからすると、本来、「学」と言ってしまうと、それは日本独自ではなくて、グローバルの中でもやはりちゃんと議論できるような、それぞれの立場の、そこに従事する研究者や教育に携わる方々がちゃんと議論できるような、そういうものでなければいけなくて、そういう側面からすると、私どもも別に、日本固有のサービスを説明するという意味では、そういう形でこの定義をしたり、サービス学をとらえたわけではありません。

ただ、具体的にその中で、実際に、日本の産業界が、あるいは日本のサービスが競争力を持って展開していくという中においては、先生がおっしゃるような形でなければいけないものなのかなと思います。

植木先生が助けてくださったように、おもてなしというようなことも、ホスピタリティとはまったく違う概念ですよ。日本の先生方からすると。ただ、残念なのは、「おもてなしサービス」と言っているのですが、じゃあ普通のサービスとどこが違うんですかというのと、やっている側はみんな、全部おもてなしサービスですと言ってしまって、旅館等々は、例えば「おもてなし」と特に言うのだとしたら、普通のサービスとおもてなしサービスはどこが違うんですかというのと、やっぱり説明できないところがあります。

ただ、日本の中で提供されるサービスの要素の中に、やはりそういうものがあってもいいと思います。それは恐らく、背景として文化人類学であるとか社会学であるとか、日本人が持っている哲学であるとか、というようなものをバックとしてくるのだろーと思います。

さて、そういうことからすると、それを全部サービス学科の中でやるかということそうではなくて、多分それは教養としていろいろなところを学んだ上で、サービス学という体系

の中では、やはり今日申し上げたようなサービスのとらまえ方を、基本的にきちっと理解するために必要な知識、あるいは思考、あるいはそれを実体験の中から学んで体得してみるといような部分に留まってしまうのかなと思っております。

【司会】 ありがとうございます。

もう1人、最後のご質問がもしあれば受けたいと思います。

【参加者】 亜細亜大学の佐脇と申します。すごく遠大な研究をされていて、本当に勉強になったのですが、その中で一つ知りたいと思ったのは、これだけ研究されてきて、排除したもの、捨てたもの。これはこの分野に入らないよねとか、研究の中で、多分そういったものが出てきたのではないかなと思うのですが、もしそういうものがありましたら教えて戴きたいと思います。

【西尾】 排除したもの。

【参加者】 定義づけをする中で、これはこの分野には入らないぞと考えられたものがあれば教えて戴きたいなど。

【西尾】 排除したというよりは、最初に申し上げたように、両方からのニーズがあって、いわゆる社会科学の中でサービス論って展開されてきたのだろと思うのですが、そういう中で、最近、非常に工学系の中でサービスを提供する、いわゆる無形性の側面を意識したような形での設計というのが出てきた。そういうところから突き上げられるような形で両方が来たので、どちらかというとは排除というよりも、両方満足できるような、融合というようなところが多いのだと思います。

その結果が、最初に申し上げたように、長ったらしい定義でわけがわからないと言われたのと、両方のバックグラウンドが違う人が読んでも直感的にわからないと怒られた部分なのだろうと思います。

だから、排除というよりも、足りないので両方合わせてみて、というような形で進められてきた形かと思います。

【司会】 よろしいでしょうか。

この後、懇親会もありますので、ぜひ、個別に、先生にお話をお伺いになられてください。

それで司会者のまとめの一言としまして、この背景が、実は一昨年、私どもの経営関連学会協議会で行われましたシンポジウムで、「企業と社会の価値共創」、コクリエーションというテーマで実施しました。その背景としては、サービス経済、サービスの比重が

非常に高まっていますが、今日のお話に出てきましたインタンジブル・アセット（無形の資産）の中で、特に知的資本、それから社会関係性資本というような新しい資本要素の重要性が高まっております。それと今日のサービス学の参照基準の総論に関係している背として、非常にこの概念が広まっている、また意義づけが高まっているところに関連していると思います。

ですから、できれば、そういう背景もちょっと加味して頂けると、今の時代の要請による顧客との価値共創のニーズが高まっていることを皆さんお分かりになるのではないかと思います。

今日は素晴らしい講演をして頂きました。サービス学の参照基準の策定にいて、本日の要望や意見等も踏まえて、学術会議の小委員会で検討されまして、大学教育や社会人教育等で活かして頂ければ幸いです。長寿 100 歳時代、生涯学習の時代を迎えて、一億総活躍社会と言われている地方創生の中で、地方の方々や定年になられた方も含めて、リカレント教育の一環で、新しいサービスの価値共創を目指してさまざまな地域や子供たちや専門家、企業と連携して行っていける、そういう場づくりに寄与するのではないかと。そういう意味で非常に意義が高いと思っております。

というわけで、私どものシンポジウム企画でも今後、日本学術会議の分科会（地域経営学の研究、教育の在り方検討委員会）で検討されている「地方創生と大学教育」などのテーマにも繋がりますので、ぜひ皆様、また具体的なアイディアをお出し戴ければと思います。

今日は、サービス学の参照基準案についてサービス学分科会小委員会委員長の西尾チヅル先生に貴重な講演をして頂きました。どうもありがとうございました。（拍手）

（終了）