

報告

大学教育の分野別質保証のための  
教育課程編成上の参照基準  
サービス学分野



平成29年（2017年）9月8日

日本学術会議

経営学委員会・総合工学委員会合同

サービス学分会

この報告は、日本学術会議経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分会にサービス学の参照基準策定小委員会を設置し、サービス学分会においてその審議結果を取りまとめ公表するものである。

日本学術会議 経営学委員会・総合工学委員会合同 サービス学分会

委員長	新井 民夫	(連携会員)	技術研究組合国際廃炉研究開発機構副理事長、 東京大学名誉教授
副委員長	椿 広計	(連携会員)	独立行政法人統計センター理事長
幹事	須藤 雅子	(連携会員)	ファナック株式会社ソフトウェア研究所技師長
	上林 憲雄	(第一部会員)	神戸大学大学院経営学研究科教授
	石田 亨	(第三部会員)	京都大学大学院情報学研究科教授
	大倉 典子	(第三部会員)	芝浦工業大学工学部教授
	橋本 和仁	(第三部会員)	東京大学大学院工学系研究科教授
	浅間 一	(連携会員)	東京大学大学院工学系研究科教授
	國井 秀子	(連携会員)	芝浦工業大学大学院工学マネジメント研究科教授
	新 誠一	(連携会員)	電気通信大学大学院情報理工学研究科教授
	鈴木 久敏	(連携会員)	大学利用機関法人情報・システム研究機構監事、 筑波大学名誉教授
	柘植 綾夫	(連携会員)	社団法人科学技術国際交流センター会長
	戸谷 圭子	(連携会員)	明治大学大学院グローバル・ビジネス研究科教授
	中島 秀之	(連携会員)	東京大学特任教授
	西尾チヅル	(連携会員)	筑波大学大学院ビジネス科学研究科教授
	青木 玲子	(特任連携会員)	公正取引委員会委員 (平成29年9月まで)
	土居 範久	(特任連携会員)	慶應義塾大学名誉教授

日本学術会議 経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分会  
サービス学の参照基準策定小委員会

委員長	西尾チヅル	(連携会員)	筑波大学大学院ビジネス科学研究科教授
副委員長	椿 広計	(連携会員)	独立行政法人統計センター理事長
幹事	戸谷 圭子	(連携会員)	明治大学大学院グローバル・ビジネス研究科教授
	新井 民夫	(連携会員)	技術研究組合国際廃炉研究開発機構副理事長、 東京大学名誉教授
	橋本 和仁	(第三部会員)	東京大学大学院工学系研究科教授
	新 誠一	(連携会員)	電気通信大学大学院情報理工学研究科教授
	鈴木 久敏	(連携会員)	大学利用機関法人情報・システム研究機構監事、 筑波大学名誉教授
	柘植 綾夫	(連携会員)	社団法人科学技術国際交流センター会長

本報告の作成にあたり、公開シンポジウムにおいて以下の方々に御協力いただいた。

小坂 満隆 (北陸先端科学技術大学院大学知識科学系教授)  
高重 吉邦 (株式会社富士通マーケティング戦略室長)  
原 辰徳 (東京大学人工物工学研究センター准教授)  
南 知恵子 (神戸大学大学院 経営学研究科教授)

本件の作成に当たっては、以下の職員が事務を担当した。

事務 石井 康彦 参事官 (審議第二担当) (平成29年7月まで)  
桑川 泰一 参事官 (審議第二担当) (平成29年7月から)  
松宮 志麻 参事官 (審議第二担当) 付参事官補佐 (平成29年7月まで)  
高橋 和也 参事官 (審議第二担当) 付参事官補佐 (平成29年7月から)  
柳原 情子 参事官 (審議第二担当) 付審議専門職

# 要 旨

## 1 作成の背景

2008年5月、日本学術会議は、文部科学省高等教育局長から日本学術会議会長宛に「大学教育の分野別質保証の在り方に関する審議について」と題する依頼を受けた。このため日本学術会議は、同年6月に課題別委員会「大学教育の分野別質保証の在り方検討委員会」を設置して審議を重ね、2010年7月に回答「大学教育の分野別質保証の在り方について」を取りまとめ、同年8月に文部科学省高等教育局長に手交した。

同回答において日本学術会議は、分野別質保証のための方法として、分野別の教育課程編成上の参照基準を策定することを提案している。日本学術会議では、回答の手交後、引き続きいくつかの分野に関して参照基準の策定を進めてきたが、今般、サービス学分野の参照基準が取りまとめられたことから、同分野の教育を行っている大学をはじめとして各方面で利用していただけるよう、ここに公表するものである。

サービス学の参照基準に先立ち、2012年8月に公表された経営学分野の参照基準の中で、サービスは経営学の対象として取り上げられている[1]。しかし今日では、サービスは経営学領域だけでなく、工学領域においても重要な研究対象としてさまざまな研究が行われており、サービス工学という固有の研究分野を形成するに至っている。このようにサービス学は文系理系を問わずさまざまな分野で必要とされているものの、日本ではサービス学を体系的に教育する学科が存在しない。そこで本報告では、サービス学を横断的な分野としてとらえ、学士課程におけるサービス学教育全般についての在り方を論じている。

## 2 報告の概要

### (1) はじめに

サービス学の必要性が高まっていることを鑑み、従来の製造業を中心に組み立てられてきた経営学や工学などとの接続性を重視しながら、経済社会が直面している新しい問題を捉える方法としてのサービス学の重要性を指摘する。

### (2) サービス学の定義

本参照基準では「サービスとは提供者と受容者が価値を共創する行為である。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・提供・消費される。」と定義する。そして、このような性質をもつ「サービスに関する総合的な学問体系」をサービス学と呼ぶ。具体的には、サービス学はサービス業での実践を広く援用し、サービス提供者と受容者間の価値の共創性を含めたシステムに関する理論と実践方法を提供するものである。

### (3) サービス学に固有の特性

サービス学は、モノの生産、交換、消費を中心に捉えられてきた問題を異なる視点から理解し、既存の理論や実践を包含しながら新しい知識の体系を作り出すことを目

的としている。「受容者の生産過程への参加」や「消費と生産の同時性」などのサービスの特徴は、すでに既存の諸科学間で共有されるようになってきている。サービス学から生成される理論や実践がこれらの特徴を取り扱おうとする諸科学に影響を与えており、その様子を学ぶことで現代の社会経済システムの理解を深めることができる。

#### (4) サービス学を学ぶすべての学生が身に付けるべき基本的な素養

サービス学を学ぶことの本質的な意義は、上述のようなサービスの特徴から生ずる諸問題に加え、サービスの品質管理の困難性を理解すること、そしてこれらの諸問題への対応方法を学修することにある。しかしながら、学問分野により期待される到達点が異なるため、具体的に必要な知識や技能の修得内容は分けて考える必要がある。また、獲得すべき専門的能力・ジェネリックスキルとしては、サービスのもつ多様な特徴を踏まえた上での確かな意思決定が行える能力や、問題を設定したり抽象化したりする能力の獲得などがあげられる。

#### (5) 学修方法及び学修成果の評価方法に関する基本的な考え方

サービス学は実践と深く結びついた学問であり、理論的知識と同時に実践的な教育も不可欠であることから、講義、講読、演習、実習、現場教育など多様な教育方法により学修する必要がある。また、サービス学は他の諸領域との連携が重要であることから、主専攻のみならず副専攻として、あるいは、専門外の分野を教養教育として体系的に学ばせることも求められる。課題発見・課題解決能力、サービスの提供と受容に関わる関係者とのコミュニケーション能力、多様性の理解力なども評価の対象となり、それぞれに対する多様な評価手法と尺度が用意されている。なお、サービス学における学修は、教育目標、知識レベル、教育方法などにより異なる。

#### (6) 市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育との関わり

市民は日常生活の多くの場面で、本参照基準が対象とするサービスに、受容者として、あるいは、提供者として、積極的にも消極的にも関わっている。従って、サービス学が提供する知識やサービス学の修得を通じて涵養される判断力は、健全な市民生活の遂行において必要不可欠である。

#### (7) 生涯学習としてのサービス学教育体系

本参照基準は学士課程が対象である。しかし、サービスの特質や市民生活との関連の深さを鑑みると、サービス学の教育は初等・中等教育から生涯教育を前提に開始し、高等教育卒業後も社会教育の機会を経て、繰り返し学修することが求められる。このようなスパイラル型の教育を念頭におきながら、学士課程におけるサービス学の教育の体系化が必要である。

## 目 次

1	はじめに.....	1
2	サービス学の定義.....	3
	(1) サービスの定義とその特徴.....	3
	(2) サービス学の定義を巡る分類軸.....	3
	① 取引される提供物の理解.....	4
	② 提供過程における受容者の参加.....	4
	③ マネジメントとデザイン.....	5
	④ 理論と実践.....	5
	(3) サービス学を構成する領域.....	6
3	サービス学に固有の特性.....	7
	(1) サービス学の本質的特性.....	7
	(2) サービス学の役割.....	7
	(3) 他の諸科学との協働.....	7
	(4) 日本のサービス学教育の特徴.....	8
4	サービス学を学ぶすべての学生が身に付けるべき基本的な素養.....	8
	(1) サービス学の学びを通じて獲得すべき基本的な知識と理解.....	8
	① サービス学を学ぶことの基本的な意義.....	8
	② 獲得すべき基本的な知識と理解.....	9
	(2) サービス学の学びを通じて獲得すべき基本的な能力.....	11
	① サービス学に固有な能力.....	11
	② ジェネリックスキル.....	14
5	学修方法および学修成果の評価方法に関する基本的な考え方.....	15
	(1) 学修方法.....	15
	(2) 大学基礎教育科目としてのサービス学の学修.....	16
	(3) サービス学研究者のための学修.....	17
	(4) 評価方法.....	17
6	市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育との関わり.....	18
	(1) 市民性の涵養とサービス学教育.....	18
	(2) 教養教育としてのサービス学教育.....	18
7	生涯学習としてのサービス学教育体系.....	19
	<用語の説明>.....	20
	<参考文献>.....	22
	<参考資料1> サービス学参照基準検討策定小委員会審議経過.....	23
	<参考資料2> 公開シンポジウム「サービス学の参照基準」.....	25
	<付録> 代表的なサービス事例とその特徴.....	26

## 1 はじめに

サービスに関する研究は、古くはペティ・クラークの法則と呼ばれる経済発展によって第一次産業、第二次産業から第三次産業（残余の部分）へと順次各産業のウェイトが大きくなるように経済構造が変化するという考え方から出発している[2]。その結果、「サービス経済」[3]の到来によって社会がどのように変化するのかという議論は「脱工業化社会」[4]に代表されるような考え方を産んできた。

これとは別に、私たちの社会の中で価値を持つものは何であるのかという議論も継続的に行われてきており、物的生産以外のさまざまな活動が価値を持つと主張されている[5]。現在では、モノとサービスという二分法や産業の三分類のような考え方は過去のものとなっており、先進国の経済を理解する上で新しい考え方が生まれてきている。

先進国の経済は、概ね製造業の部門からサービス業の部門にシフトしてきており、我が国でもサービス業のGDPに占める割合が70%を超えるようになってきている。この傾向は、欧米諸国でも同様であり、特に英米仏では80%に近づいてきている。この結果として、製造企業を中心にして考えられてきた消費、労働、企業経営などに関する研究分野の理論やそれに基づいた実践を発展させる必要性が出てきている。

サービス学分野の参照基準に関して、現在までその内容に関連する問題が言及されたことはないが、経営学、工学などの分野ではサービスに関するさまざまな研究が展開されており、固有の研究分野を形成するに至っている。対象としては流通、教育、医療、運輸、情報、金融、エンタテインメント、観光など多岐にわたる、いわゆる「サービス産業」だけではなく、製造企業にとってもサービスについての研究成果をその経営に生かすことが求められている。

他方、サービスに関する研究の海外における動向を鑑みると、体系的な整理は不十分であるものの、多方面の研究者が、新しい研究分野の確立を目指して共同作業を進めている。我が国においても文系、理系の研究者や実務家を交えて行われている研究を推進し、その成果を教育に反映させることが望まれている。しかし、我が国においてはサービス学という講座や学科は存在せずサービス学を専攻する体系的な教育が行われていない状況にある。

これらを踏まえ、本報告においてはサービス学を先端的な分野としてとらえ、その基盤となる諸科学の成果を十分に取り入れて学士課程におけるサービス学と関係する分野における教育全般についてその在り方を提案している。

世の中のサービス化を統一的に捉えることは容易ではないが、ICT<sup>用語1)</sup>（Information Communication Technologyの略、情報通信技術）の進展は情報を中心とした「サービス化」を促進し、人間の代わりに機械が多くのことを実施する社会を作り出している。その結果、人々の働き方にも大きな変化が生まれており、工業社会の労働形態も変化を余儀なくされている。一方で、モノから無形財<sup>用語2)</sup>へという動きを主導しているのは、消費者の選択である。支出構造に見られる物質的な財への支出の逡減は先進国共通に見られており、豊かな社会では医療、教育、観光、エンタテインメントなどへの支出が増大している。消費者の選択の対象は、より便利でより快適な生活を実現するものだけでなく、より楽しく、新鮮な経験を提供してくれるものに移ってきている。

機械化による人間の活動の減少やより多くの情報の消費といったこれらの現象は、サービス学の扱う分野と密接に関連している。ロボットや人工知能が人間の活動に取って代わっても人間にしかできない活動は最後まで残る。人間を含むシステムの特質を知り、そのシステムが作り出すものを理解することがサービス学の扱う領域の中核である。サービス学では、これらの長期に渡る社会の変化を俯瞰的に理解するとともに提供物の提供方法、サービスの受容者との関係、品質の評価などの具体的な問題も取り扱う。以上のような視点からの研究は従来の学問分野の壁を越えて進んできており、経営学、工学等の学問分野の研究者、実務家が関係することで研究の蓄積が行われている。すなわち、サービス学は、モノを中心として構築されてきた学問体系を人間中心に再構築しようとしているものであり、我が国でも学士課程での教育に向けての体系化が既存の学問体系の枠を超えて望まれている。

このように、サービス学が経営学、工学をはじめ人間がそのシステムに含まれ、相互作用が存在する対象を取り扱う学問分野で共通に必要なとされていることから、学士課程においてサービス学がどのような考え方で教育されるべきであるかについて、当報告では概観的に記述している。本参照基準では、サービスに関する教育を行っている大学において教育内容を整備する上で重要である考え方を指摘し、将来サービス学科を設置する場合にも利用できるものとして作成した。

サービス学を学ぶためには、経営学、経済学、商学、工学、情報学、統計学、行動科学などの諸科学の理論と技術についての理解が求められるが、それぞれの素養をもった学生がより専門的な知見を得るための体系的な学修の機会が得られることは、職業上の経験を積むことによって得られる知見よりも有効であると考えられる。サービス学が実践的な側面を持つことは確かであるが、現在求められているさまざまな業界で行われている実践を他の業種に移転する場合に必要な一般化に向けての基盤を提供することもサービス学の役割である。こうした点も踏まえて、本報告では諸科学との関係も含めて記述している。

## 2 サービス学の定義

### (1) サービスの定義とその特徴

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。サービスという言葉は諸科学の間でさまざまに使われているが、本参照基準では「サービスとは、提供者と受容者が価値を共創する行為である。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・提供・消費される。」と定義する（さまざまな領域におけるサービスの事例やその特徴については付録を参照されたい）。

サービス学が対象とするサービスは基本的には次のような2つの特徴をもっている。一つは、サービスは提供者からの一方的な行為では成り立たず、受容者との「共創・相互行為」によって生み出されるという点である。例えば、レストランの目的は、単にサービスの受容者である顧客の空腹を満たす食べ物を提供することではなく、楽しい時間とおいしい食事という行為を「経験」してもらうことである。具体的には、提供者は受容者からの反応を受けて提供すべきサービスを学修し、受容者もサービスから生まれる価値をより望ましいものにするための知識や労力を提供する（詳細は付録参照）。このような相互作用を通じて共創される価値は、提供者の技術や供給能力に関する知識や受容者のニーズや好みに関する知識だけでなく、相互作用や体験によって生まれる興奮や喜び、安心感や信頼感という感情も含まれる。しかも、サービスにおける提供者と受容者共創関係や価値は、相互作用を繰り返すことによって「ダイナミックに変容」する。これはサービスの2つ目の特徴である。両者がともに資源を提供しあって価値を創造する共創関係が基本となることから、その途上で生成される価値は再びサービス生産に投入される資源となりうるのである。これらの特徴はIoT<sup>用語3)</sup> (Internet of Things)によって生まれる一見して人間を含まない機械同士の技術的サービスにも基本的にあてはまる。このような共創的な相互の行為とダイナミックな変容を伴う行為がサービスの特徴である。

### (2) サービス学の定義を巡る分類軸

このような性質をもったサービスを対象とするサービス学は、物理学や生命科学のように物質をつかさどる秩序やモノを支配する法則を明らかにしようとする法則科学、あるいは対象を理解することに重点を置く認識科学<sup>用語4)</sup> というよりも、価値をデザインし具現化する設計科学<sup>用語5)</sup> としての性格が強い。しかし、当然、サービスの実態を理解する体系は必要である。サービスが経済の中で重要な役割を果たし、私たちの生活に多大な価値をもたらしているという共通の理解の元に、サービスという言葉が示す内容とサービス提供者が受容者に提供する提供物との間の関係を記述することで、その定義が明確になると思われる。

以下では、サービス学を定義する上で有用な4つの分類軸である①取引される提供物の理解、②提供過程における受容者の参加、③マネジメントとデザイン、④理論と実践について詳述する。

## ① 取引される提供物の理解

サービスに関する研究では、モノとサービスといった、形の有る財（物質的な財で「有形財<sup>用語6</sup>」という）と形の無い財（役務などで「無形財」という）の2分法としての理解が一般的であった。経済学では、伝統的に財とサービス（goods and services）という表記や理解がされてきた。それが、産業という括りにも適用され、第三次産業は、第一次産業でも第二次産業でもないその他の残余の部分としての定義が行われたため、雑多な業種が含まれることになり、この産業分野の多様性の記述が不足していた[2]。一方で、業界という概念は強く残っており、医療、教育、運輸、通信、金融、宿泊、小売といった伝統的なサービス業界ではその業界内での研究や教育が中心であり、技能教育を中心として現在でも続けられている。

サービスを無形財の提供と捉える研究では、サービスの4つの代表的な特徴（無形性・不均質性・同時性・消滅性）の理解とそのマネジメント上の課題の解明に注力されてきた。たとえば、無形で品質が捉えにくいサービス品質の評価、提供者や提供時の状況に依存して不均質となってしまう品質の管理、生産と消費が同時に起こり、在庫が不可能であることからくる需給調整、提供後は消滅してしまう価値の認知などである。1980年代に入ってサービスに関する研究は、2分法や業界の概念から離れ始めた。サービス受容者に対する提供物は連続的に有形性や無形性を含んでおり、さまざまな提供物の要素がダイナミックに結合、離散を繰り返しながら提供者と受容者との関係を変化させたりすることが理解されてきた[6]。こうした変化を理解する上でも、人間の直接的な行為以外の情報や利用権といった無形財を含めた概念へとサービス概念の拡張が行われてきている。

現在では、提供物を介して、提供者と受容者とが相互に働きかけること全体を指して「サービス」と呼ぶことが一般化している[7]。ここでは、受容者も「サービス」に影響を与え、提供物が生産される過程に関わることや提供者が受容者の使用過程に関わることも想定されている。すなわち、伝統的な枠組みにおける製造業の提供物であってもさまざまな無形性を伴いながら受容者に働きかけを行い、結果として「サービス」を提供すると理解されるようになってきている。これは農林水産業、鉱業など第一次産業の産出物においても同様の理解がされるようになってきている。

このようにサービスという言葉が示す内容に関して変化が見られるが、一方、現在でも歴史的に規定されたさまざまな使われ方が併存している。

## ② 提供過程における受容者の参加

歴史的にサービスはモノとの対比で理解されてきたが、今日ではサービスの受容者である顧客が提供物の生産と利用に参加して、ひいては自らも新たな価値の創造に関わるのがサービスを分類する基準の一つとなってきている。セルフサービスのよう顧客の投入によって費用が抑えられ、かつ効率的なサービス提供が行える場合もあれば、教育や医療のように受容者がその成果の鍵を握るようなサービスもある。他方、受容者が自ら使用する製品の仕様の決定に深く関わることでサービスに影響を与

えることもある。さらに、受容者自らがより価値のある提供物の新しい使い方を創造していく例も多数見られている。

### ③ マネジメントとデザイン

経営学とりわけマーケティングでは、1970年代からサービスマーケティングに関する研究が盛んになり、80年代以降は多くの研究が蓄積されてきた。取引される財の性質の違いには元々大きな関心が寄せられてきたこともあり、この分野での研究が現在のサービス研究に大きな役割を果たしている。

マーケティングの研究は、顧客満足、サービス品質、リレーションシップマーケティング<sup>用語7)</sup>などの概念を扱い、サービス提供事業体<sup>用語8)</sup>の経営理論として幅広く利用されている。そこでは、顧客と従業員の関係を明示的に取り上げる考え方が主流になってきている[8]。

こうしたマネジメントに関わる研究では、サービス提供システムに何が必要であり、それをどのように組み合わせるかといったデザインに関わる研究も行われており、その研究成果としては顧客が経験するサービス品質の向上、顧客の期待への対応、顧客に約束するサービス品質の決定などが上げられる。

一方、工学の分野ではオペレーションズ・リサーチ<sup>用語9)</sup>を中心として、輸送業や外食業、宿泊業などのバックヤードにおける効率化、予約システム構築などの研究がICTの進展とともに進んでいる。また、IoTに代表されるように遠隔から計測された大量のデータの集積、機械学習<sup>用語10)</sup>を使った大規模な社会システムの管理といった研究によって、サービス提供システムの効率的な設計や制御が可能となっている。この分野は、サービスの仕様決定から利用までの全体を理解し、サービスの設計に役立てることから「サービス工学<sup>用語11)</sup>」と呼ばれる。

そこでは、サービスの受容者である顧客が提供過程に存在するシステムの構築や顧客同士が影響し合いながらサービスが提供されていく様子、提供主体間の知識共有などの数多くの側面が計測され、数値化されることで、システムの設計や制御に活かされている。経営学と工学という代表的なアプローチが、従来からある各分野に影響を与えながら、個別的な視点と一般的な理論が整合性をもつようにすることもサービス学の役割である。

### ④ 理論と実践

経営学と工学の研究においても理論的な研究の積み重ねから提供物が作られ、提供される様子を記述することがある程度可能になってきた。こうした研究が人間の活動とモノや情報が組み合わされたさまざまな提供物とそれが生み出す経験を記述できたとしても、多様な実践を理解するには依然として十分ではない。

特定の手法により最適化されたシステムは部分的には機能するものの、サービスの受容者を含むより複雑なシステムを制御することは容易ではなく、そこでは受容者同士の関係などを組み入れた安定したシステムの構想が必要となる。学修者は、経営

戦略やマーケティングで提示されてきたモデルを理解し、理論と実践の橋渡しをすることも求められる。このような実践に役立つこともサービス学の重要な役割である。

### (3) サービス学を構成する領域

サービス学の対象領域を図1に示す。サービス学は個々のサービスを総合的にデザインする上で必要な知識と思考の提供を目指す。具体的には、提供者と受容者間で価値を共創する関係をサービスの一単位とすると、共創される価値の解明とその価値のコミュニケーションとデリバリーをデザインする「サービスマーケティング」、価値を具現化し、サービスの仕様・意匠・設計から提供方法を企画・運営する「サービスオペレーション」、これらを事業体として持続的かつ効果的・効率的に運営するための資源配分と組織内外の体制を設計する「サービスマネジメント」という領域から構成される。これらの領域は、前項で述べたように、従来は経営学や工学等の領域で個別に教育・研究されてきた。加えて、近年、情報学などを適用し、効率よく観察・分析・適用を行う「サービス工学」も重要な領域である。なお、ICTやIoTの進展に伴い、個々のサービスを有機的に連携させることにより、社会全体により高水準で複合的な価値の提供を目指す「サービスエコシステム」が教育・研究対象となっている（その事例は付録を参照されたい）。サービス学を通じてサービス提供組織や提供システムを理解することは、それらをどのように連携し協働させるかという「サービスエコシステム」のデザインに対しても有用な知見を提供することにつながると考える。

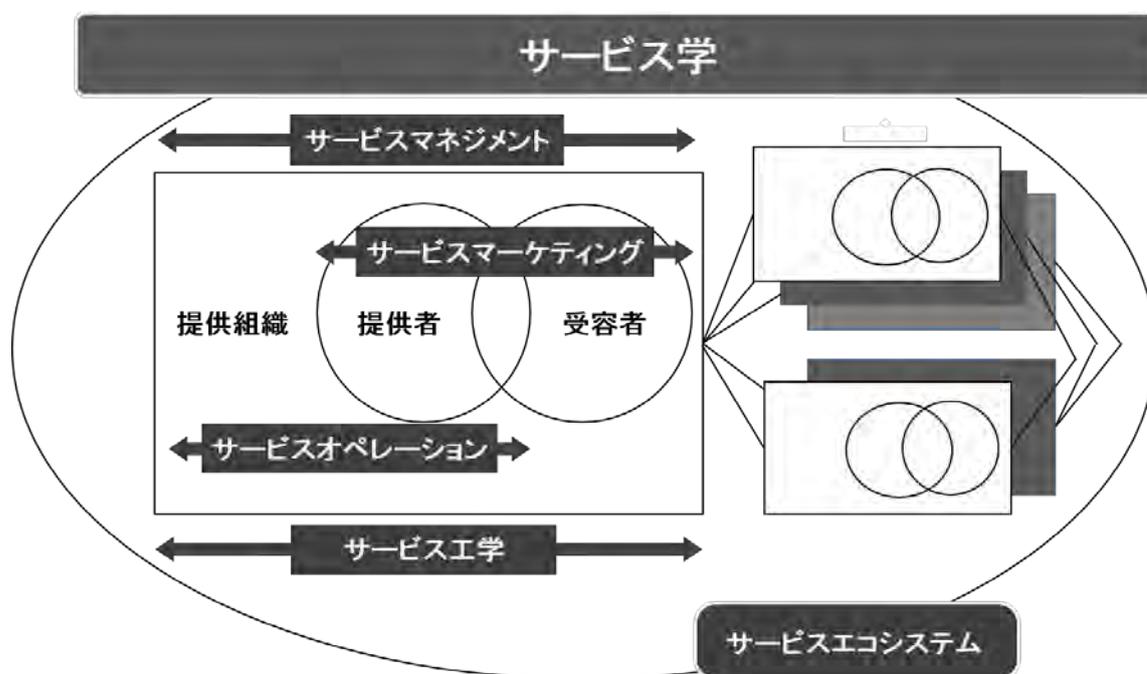


図1. サービス学の対象領域

### 3 サービス学に固有の特性

#### (1) サービス学の本質的特性

サービス学は提供物に含まれる無形財や有形財の特性に注目しながら提供者と受容者の関係を取り扱う総合的な学問体系であり、提供物の特性に沿ったサービス品質の評価、管理、受容者の経験が研究の中心となる。提供物の使用過程では、受容者がサービスの生産に関与することでサービス提供システム全体では生産に欠かせない存在と見なされており、提供者と受容者の共創的な関係の発生もサービス学の特性である。

サービス学のもう一つの特質は、設計科学としての性格を持っているということである。具体的には、サービスのデザインやサービス提供システムの設計に必要な知識だけでなく、サービスが生産され消費される場とプロセスのマネジメントに必要な知識体系をも提供する学問であると規定される。

#### (2) サービス学の役割

サービス学が諸外国でも発展してきているように単なるサービス業の問題解決を目指したものでないことは明らかであり、農林水産業や製造業にとっても有用な役割を提示している。

全ての経済活動にとって、サービスの定義に示した考え方を理解することは、自らが生産している財がどのような提供物として受容者に受け取られているかを理解することに繋がる。マーケティングは伝統的に製造企業の製品開発から、流通、広告、顧客管理といった課業を実施してきたが、メンテナンスやデータの収集解析などの過程は工学が提供する技術とモデルでできあがってきている。

サービス学は、こうした実践とそこから得られた知見を総合して新しいものの見方を提示することを目的としている。その結果、他の分野でも利用可能な理論と技術を作り出すことを役割としている。学修者は、広い視野をもって基礎的な理論と実践の間を架橋することが望まれる。

#### (3) 他の諸科学との協働

サービス学は、知識が急速に蓄積されているがまだ十分体系化ができていない学問領域である。隣接する諸科学とは密接な関係をもって発展をしてきており、サービス学の基礎的な考え方に寄与している諸科学やサービス学の応用分野に関係している諸科学がある。例えば、オペレーションズ・リサーチや統計学、計算機科学など工学的な分野は、無形財を提供している組織にとって、サービス提供者の配置やサービスの質の向上、受容者の参加の効率化や、参加による新たな使用形態の創造などの基礎となっている。一方で、人材育成や労務管理など経営学の中でもとりわけ組織論に関係する諸科学との協働は重要である。専門的な能力を持つ従業員の育成など新たな問題に対して、サービス学は経営学と協働して当たることが望まれている。よって、サービス学には、これらの諸科学の基礎的な理解が必要である。

サービス学のもう一つの側面である、人と人との関係の分析や人間の活動の持つ文化

的な背景などを考慮すると、文化人類学や社会心理学といった諸科学との連携が重要であり、これらはサービス学の成果が応用されている観光、医療、教育、小売といった分野での実践と深く関わってくる。

#### (4) 日本のサービス学教育の特徴

日本では「サービス学」を冠する大学の講座や学科はほとんどないものの、サービスマーケティング、サービスマネジメント、サービスサイエンスなどの授業科目は開講されており、マーケティングなどの科目では単元として取り上げられている。もちろん、商業学などの従来からある科目でも、いわゆるサービス業に関する言及は行われている。

また、産業構造論などを開講する経済学部でもマクロレベルでの研究の成果が反映されている。その他に観光学、医学、看護学、教育学の中でも組織の管理や顧客との関係管理などの単元は置かれているが、業態の理解が中心であり、サービス学に直接結びつく教育内容とはなっていない。現状では、サービス学の教育に関して積極的な役割を果たす母体が不足していると言えるだろう。

### 4 サービス学を学ぶすべての学生が身に付けるべき基本的な素養

#### (1) サービス学の学びを通じて獲得すべき基本的な知識と理解

##### ① サービス学を学ぶことの基本的な意義

サービス学を学修した者は、まず、あらゆるサービス提供者と受容者がどのような論理で、どのように意思決定を行い、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、説明することができるようになる。サービス学を学んだ者は、そのサービス提供者と受容者が直面している諸問題の構造を分析し、その諸問題に対してどのような行動をとることが適切であるかを、定量的・定性的に明らかにすることができる。またその望ましい行動からサービス提供者と受容者が乖離することがあるとすれば、それは組織内外のどのような要素に起因しているかを説明できるようになる。

提供者と受容者が、それぞれに保有する資源を利用して得られる結果に関して両者が協力して目標を設定し達成すべき水準について合意をする必要がある。こうした過程を理解して、より優れた結果が得られることは、双方にとって有用であり、積極的にこうした過程に参加する仕組み作りに関わる知識はサービス学の基本となるものである。

社会の中で重要な行為主体である営利・非営利のあらゆるサービス提供者と受容者の意思決定過程とその行動を理解し、その業績を定量的・定性的に測定し、説明できるということは、現代を生きる市民にとって重要な知的能力である。

また、サービス学を現実的な観点から学ぶことで、サービス学の学修者は、営利・非営利のあらゆるサービス提供者を実際に管理するための知識を身に付け、同時にそれを実践できる能力を取得することができる。適切なやり方で営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体を実際に起業することができるようになる。また、サービ

ス受容者として価値共創<sup>用語12)</sup> 過程への意識的な参加を強化することができる。

ただし、このような実践的力量を身に付けるには、座学で学ぶ知識以外にも、それを応用していく現場での実習と訓練が必要である。したがって、学部レベルにおいてサービス学の知識を学んだとしても、それによって直ちにサービス提供者として活躍できることが保証されるわけではない。

サービス学、マーケティング、経営組織、管理会計、経営情報学、オペレーションズ・リサーチ、設計論などに関する基本的知識を身に付け、実際に営利・非営利のサービス提供事業体の経営を行う実習を経験し、常に実体験の反省を積み重ねて行くことで、当初身に付けた「知識」が実際の経営を行う上で血肉化された実践的知識へと昇華していく。常に、「自分がサービス提供者だったら、どうするか」という行為主体としての視点を持って学び、実行し、反省していくことで、サービス学の知識を深化させることができる。学士課程におけるサービス学の学修はこの実践過程の基礎を確立するものである。

## ② 獲得すべき基本的な知識と理解

サービス学で学ぶ領域は、経営学、経済学、商学、工学、情報学、統計学、行動科学などを含めた広い分野にわたるが、サービス学を学ぶ学生が学士課程において獲得すべき基本的な知識と理解は、下記の4つのレベルに分けられる。そのレベルの違いは「浅い/深い」、「低い/高い」というレベルの違いではなく、サービスを提供するという事象をどういう観点からとらえるかの違いである。ただ、授業などで各レベルすべてをカバーすることを求めているわけではない。

### ア 常識としてのサービス学の基本的な知識と理解

一般常識として、営利・非営利のサービス提供者についての知識を持ち、また同時に受容者についても十分理解した上で、そのサービス提供事業体を経営・運営する知識と理解を持っているというレベルである。実際には経営学部、商学部、経営情報学部、工学部、経済学部などのサービス学関連学部に所属していない学生でも、サービス学についての知識と理解を持っていないと日常生活を営む上で、困難な問題に直面する場合がある。例えば、医師や看護師として活躍する場合に患者との関係や医療機関などとの関係をどのように管理するのかが重要な問題である。そこで起こるであろう問題をあらかじめ理解しておくことが問題の解決に資すると考えられる。

一方で、受容者としてどのような知識を持ち、より良い結果を得るためにはどのような行動を取れば良いのかについて知ることは、現代の社会を生きる一市民としても重要な知識であると考えられる。

### イ サービス提供者としてのサービス学の基本的な知識と理解

サービス提供事業体の現場でサービス提供者として仕事をする場合、それに必要

な専門的な知識や技能を理解できるレベルである。これは企業社会で一般に広く使用されているサービス事業に関する専門用語を理解できると共に、それが使えるというレベルである。例えば、「顧客価値<sup>用語13)</sup>」、「価値共創」、「従業員満足<sup>用語14)</sup>」などの意味が解り、仕事をする上でそれらの専門用語を適切に使用して、サービス事業活動の中で効率的・効果的に自分の仕事をこなせるレベルである。組織の中で職能担当者は、それぞれの分野における専門知識を理解し、その職能分野の諸課題を解決できなければならない。

また、受容者として自らを単なる消費者として規定するだけではなく、提供物の生産過程に積極的に参加をすることを前提として知識を習得し、より良い結果が得られることを理解することも重要である。こうした経験は、将来提供事業体で活動をする場合にも役に立つものとなる。

#### ウ 高度な技能を有するサービス提供者としてのサービス学の基本的な知識と理解

サービス学の知識・技能に加えてサービス学の考え方を駆使して、非常に複雑なサービス事業上の諸課題を理解し、改革できるようになるのがこのレベルである。こうした問題に対処するためには、学士課程での教育だけでは不十分であると考えられる。そのため、経営学、経済学、商学などの幅広い社会科学に知識に加えて、工学的な知識を基礎にしながらか科学的な知見を駆使して、実際の問題解決に関する知識や技法を学ぶことが望まれる。そのためには、大学院やサービス提供事業体の内部での継続的な学修が必要となる。

このような高度な水準のサービスを受容する主体は、自らの知識や経験だけでサービスの価値を判断することは難しいため、専門的な技能を有するサービス提供者の選定や提供者との協力関係をどのように構築するのかについて高度な知識が求められる。そこで、学修者自らが提供者あるいは受容者としての立場になることも想定した知識や技能に関する教育も必要である。

#### エ 社会洞察の一部としてのサービス学の基本的知識と理解

製造業における継続的な革新と成功は、近代社会の成立に大きな役割を果たしてきた。この成功によって成立した経済社会においても、従来から存在するサービス事業体が果たす基盤的な役割は変わっていない。教育、医療、輸送、金融などの社会の基盤となるサービス事業体だけではなく、通信、エンタテインメント、情報処理などの各種の事業体の伸張がもたらす社会経済の変化を人文・社会科学、自然科学の幅広い側面から学ぶことは、学士課程の学生にとって将来の職業選択において大きな意味を持つ。学士課程のどこかで取り上げられるべき主題として、サービス学の知見を元にした知識、考察、論理が提供されることは有意義である。

また、受容者の役割そのものが時間と共に変化することを理解することは、良き社会人としての基本的な態度を身につけることにつながる。そして、将来必要とされる知識や技能がどのようなものであるかを知ることも重要である。

## (2) サービス学の学びを通じて獲得すべき基本的能力

### ① サービス学に固有な能力

#### ア 現実的課題への対処と職業上の意義

営利・非営利のサービス提供事業体へ就職したり、自ら起業したりする学生にとっては、サービス学の知識を身に付けることと職業上の能力を身に付けることは、サービス提供に関する基礎的な専門的な知識を得るという意味で大きな意味を持つ。実践的要素が強いサービス学は、サービス提供者、サービス提供事業体の管理者として、職業生活を送る上で有益な意味を持つ。

例えば、サービス学を学修した者は、通常、サービス提供事業体に就職し、あるいは自ら起業する際に、どのような市場環境が魅力的であるか、どのような市場環境に位置しているサービス提供事業体が利益を獲得しやすいか、どのサービス提供事業体が適切なマーケティング戦略をとっているかなどを洞察する能力を身に付けている。また、適切な従業員管理の知識を身につけることによって、サービス提供者にふさわしい技能、識見をもった従業員の選抜・育成が適切に行われる。サービス学の知識は、営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体にも適用されることから、公務員などを希望する学生にも現実的意義がある。公共サービスのサービス提供事業体である政府・自治体などとその受容者である国民・住民との関係では無く、国民・住民が参加することによって成立する種々のサービスに関する知識を深めるために有意義である。

さらに、具体的に深く学修した専門領域に応じて、例えばサービスの提供プロセスを設計したり、高度な能力を持つサービス提供者を管理したり、サービス提供事業体の経営や運営に携わるといった組織の成果に大きな責任を持つ職位にあっても、明確な理論と実践的な経験を基にした洞察を持ち、自信を持って仕事を進められるようになる。

#### イ 市民生活上の意義

提供者と受容者の間の関係に深い知識を有して、サービス提供プロセスを理解する能力を有することは、サービス提供事業体の構成員でなくても、市民生活において大きな意味を持つ。

市民生活においては、身近なサービスの受容場面から公共サービスの意思決定においても、サービス提供プロセスの評価や提供事業体の運営について直接的あるいは間接的に関係することはしばしばある。

サービスの価値は提供者からの一方的な行為で決まるものではなく、受容者との相互作用によって創られるものである。そこで、受容者としての役割や提供者との価値共創に必要な知識や方法を、サービス学を通じて修得することは、より質の高い市民生活を送る上で有用である。

さらに、サービス提供プロセスから得られる価値が、自然環境や人権、社会正義

上からも是とされるものであるかを適切に判断する能力を高めることも重要である。サービス学を学ぶことでより良い社会を作り上げるための知識体系に新たな視点を導入することができるようになる。

### ウ 学問・社会の変化とサービス学の学修

サービス学は、他の社会科学や自然科学の領域と同様に、社会の変化と共振して、営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体の経営からの要求とサービスを需要する受容者からの要求に応えることによって進化してきている。営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体の抱える受容者との相互作用を通して創出される価値の持続的な管理に関する問題の解決に取り組んでいる。一方で、受容者の役割の変化によるサービス提供プロセスの変化の理解にも積極的に取り組んでおり、時代の変化の中で、新たな知見を生み出して、新しい概念を開発・普及させてきた。その知的生産活動を通じて社会の動きを変革し、新たな社会の創造に貢献している。したがって、サービス学は社会に対して新しい価値を生み出す「価値創造の源泉」としての役割を果たしている。同時に、知識の発展と社会の変革を結びつける媒介の役割を果たしている。

例えば、コンピュータを含む情報技術は新しい産業を生むと同時に、サービス提供事業体の在り方を大きく変革している。人間と機械との間で起こる代替関係はサービスを提供する現場においても広く見られており、銀行業務におけるATMの導入や高度医療における検査機器の進歩などを考えると、提供物の絶え間ない変化を理解することは最も重要である。その変化の中で工学的な知識を使ってサービス提供プロセスを管理したり、経営学的な知識を使って組織を編成したりするといった場面が想定される。サービス学では、サービス提供プロセスのダイナミックな変化に対応できるような知識体系を学ぶことが求められている。また、このような知識を体系的に学ぶことが高い専門性を有することにつながる。

このように、サービス学の学修は常に社会の最先端の動きと連動しており、社会それ自体を変革する知的基盤となっている。サービス学を学ぶことにより企業社会のみならず社会全体の将来を展望することができる。サービス学の学修者は、学んだことを基礎にして、こうした新たな時代のサービス提供事業体の課題について、最新の知識を習得し、使いこなすことができる。学士課程におけるサービス学の学修は、さらなる学びのための基礎を身に付けるものでもある。

### エ 獲得されるであろう具体的能力

サービス学の学修を通じて獲得される具体的な能力は極めて多様である。また、サービス学の対象である営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体の行動を理解するには、既述のように、多様なアプローチがある。サービス学は総合科学としての性格を持つことからして、多様なアプローチと多様な学修内容・学修方法が求められるが、学生がどのアプローチを深く学ぶかにより専門的な知識・理解は異なっ

てくる。しかしながら、どのようなアプローチを深く学ぶにしても、サービス学を学ぶことによって獲得される具体的能力には、基本的に共通のものが見られる。サービス学の学修を通じて獲得される一般的な能力と専門的な能力は、以下のようなものである。もちろん、学士課程におけるサービス学の学修によって身に付く専門的能力は基礎的なものに留まるが、その後の経験やさらなる学修によって、より高次のものへと発展させることができる。

#### (ア) 一般的な能力

- 1) 営利・非営利のサービス提供事業体の現状および今後について、実証的な裏付けのある見解を持つことができる。
- 2) サービス提供者と受容者の関係について多面的な理解を得ることができる。
- 3) 新たに出現するさまざまな提供物に関して、適切な解釈を与え、必要があれば自ら意見を表明したり、実践に関与したりできる。
- 4) 特定のサービス提供事業体の課題について、その受容者との関連を考慮しながら文献やデータを収集し、吟味し、解決できる。
- 5) サービス学とは何か、サービス事業とは何かについて、それを専門としない者に説明できる。

#### (イ) 専門的能力

- 1) 営利・非営利のサービス提供事業体を企画し、運営することができる。
- 2) サービス提供事業体の資金の流れを把握し、経営活動の結果を貨幣的に測定することができる。
- 3) サービス提供プロセスの管理を適切におこない、受容者との間で創造される価値について評価できる。
- 4) サービス提供を行う従業員の選抜、育成を適切に実施することができる。
- 5) サービス提供事業体の環境適応性について十分に理解し、サービス提供事業体を適切に組織し、その組織を管理することができる。
- 6) サービスの提供プロセスや受容プロセスを設計し、問題が発生したときに解決することができる。
- 7) グローバルに展開しているサービス提供事業体を世界的視野において経営することができる。

これらの能力の多くは、経営学部、商学部、経営情報学部、工学部、経済学部などの学士課程教育で、サービス学を学ぶことにより身に付く一般的な能力と専門的能力と考えられる。さらに各種の実践的経験を通じて、より高度の専門的能力を習得することができる。

## ② ジェネリックスキル

サービス学の教育は、市場経済システムの中で営利・非営利のあらゆるサービス提供事業体の企画・運営に関する一般的知識・能力と専門的知識・能力の習得を目的としている。一方で、受容者との関係についてより深く洞察することも望まれている。その学修過程は他の社会科学や工学の諸分野と同様に、多様な情報を収集・処理する過程や、現実の社会・人間についての洞察を深める機会を多く含んでいる。

特に、サービス学が考察の対象とするサービス提供事業体には、巨大な組織もあれば小さな組織、ボランティア団体、国・地方自治体などもあり、社会のほぼすべての領域にわたっている。そのことから、サービス学の学修は、社会の諸制度や組織一般の歴史や現状についての幅広い知識を身に付けたり、人間行動の性格や社会の在り方について思索をめぐらせる機会を多く含んでいる。したがって、サービス学の教育には、サービス提供事業体が持続的に発展する社会の中でその使命を果たす前提として、サービス提供事業体と自然の摂理、人間の本質、社会正義などの価値観との関係を深く考察する機会が含まれている。

そこから、サービス学を体系的に学んだ者は、通常、次のような汎用的に活用可能な能力を身に付けることができる。

- 1) 現実の社会に関する情報を収集し、選択・加工・整理し、適切な情報として発信することができる。
- 2) 現実の社会を歴史的に考察し、社会の望ましい姿を構想することができる。
- 3) 人間についての深い洞察力を持ち、多様な社会についてグローバルな視野で考察し、それぞれの社会に適した事業を企画することができる。
- 4) 自分が意図する事業の社会的意義を社会に対し発言し、多くの人々の支持を得ることができる。
- 5) 多様な組織の中で多くの人々と協働しながら目的を達成することができる。

## 5 学修方法および学修成果の評価方法に関する基本的な考え方

### (1) 学修方法

サービス学は、実践と深く結びついた学問であることから、教育方法には理論的知識の教育と同時に実践的な教育を含んでいる。また認識科学として行為の理由付けが重要であるが、同時に設計科学として価値共創を実現することも重要となる。学修成果を上げるために、講義、講読、演習、実習、現場教育など多様な教育方法がとられている。特に、実習、現場教育においては、フィールド・リサーチ、エスノグラフィなど他分野で確立された手法があり、それらを正しく、有効に使用することが求められる。

サービス学を学ぶ上で、通常、以下のような多様な教育方法が考えられる。

#### ① 講義

学生はサービスのデザインやマネジメントなどに関する講義を通じて、サービス学の基礎的知識から最先端の研究動向までを学ぶ機会が与えられる。サービス学の基礎的な概念、歴史的認識、関連分野固有の知識などを学生が正確に理解するには講義が有効であり、サービス学の見方・考え方をより深く学ぶための基礎となる。教育はサービス行為の典型であり、知識などの提供者である講師から被提供者である学修者への一方向の流れだけでは不十分である。講師と共に議論することにより、疑問を抱き、課題を発見することが有益であり、そのために講義といえども、双方向の教育・学修方法が適している。

#### ② 講読

サービス学関連のテキスト（たとえばサービスのマネジメント、デザイン、オペレーション、消費者行動などに関するテキスト）を十分に精読・理解しながら、批判的に解読する講読は、講義同様、サービス学に必要な知識習得に欠かせない教育方法である。また、学修者は講読とそれに基づく討議を通じて多様な考え方を学ぶことに加えて、他者の意見を理解し、自らの考えを論理的に述べる能力も身に付けることができる。

#### ③ 課題解決型学習

時間的制限のある中で、チームで課題発見、課題解決に当たる課題解決型学習<sup>用語15)</sup> (Project based Learning)は分析力を強化するのみならず、解決策の立案など設計過程の理解と習得のために重要である。特に、異なるバックグラウンドを持つ参加者による課題解決型学習を推奨する。課題解決型学習は能動的学習として複数回の経験を積み重ねるべきである。

#### ④ 演習・実験

実践と深く結びついたサービス学を学ぶためには、サービス提供の際に発生する

問題構造を分析し、その解決策を探索する演習が重要である。加えて、学生間でサービス提供者・被提供者の役割を決め、両者での価値共創を実現する実験がサービス学においては重要である。サービス学は自然法則の適用を主とする体系ではないが、それでも仮説検証型の実験ならびに統計的推計が可能であり、データ収集ならびに解析による統計演習が有効である。

#### ⑤ 実習・現場教育

サービス学の教育においては、講義・演習と並んで、現場を直視し、現場で考え、経験から知識を身に付ける教育は有効である。例えば、国内外の企業・商業施設などの視察・調査・研究、国内外における一定期間のインターンシップ、サービス現場でのフィールドワークが挙げられる。

#### ⑥ 卒業研究

与えられた課題あるいは自ら設定した課題について、調査、実験、解析を進め、必要に応じて設計を行い、その過程における問題発見・分析・解決能力を総合的に養う卒業研究は、学士課程における大型プロジェクトとしてサービス学においても推奨される。

#### ⑦ 副専攻

サービス学は、サービス業や流通業に就職する学生だけではなく、製造企業に就職する学生、エンジニアや医師、看護師などの高度な技術職を目指す学生にとっても重要な意義を持っている。

特に、サービスのデザイン、マネジメントに関する知識は、幅広く応用が可能であり、商経営系学部、経済学部、工学部、看護学部、福祉系学部などの学士課程において副専攻として置かれることが望ましい。

具体的には、経営に関する基礎的な科目に加えて、サービスマネジメント、サービスマーケティング、サービスオペレーションなどの科目、ならびに人材育成、情報システムなどの科目設定が考えられる。

### (2) 大学基礎教育科目としてのサービス学の学修

サービス学は他の諸領域との連携が重要であり、加えて、サービス学の学びを通じて獲得すべき基本的能力の中に市民生活上の意義が強いこともあり、大学内での学修方法として、体系的に学ばせることも重要である。

内容としては次の4つの要件を満たすものとなるだろう。

- ① サービスに関する歴史的な考察：多様なサービスに関する社会経済的な意味での変遷の理解
- ② サービスの社会経済における位置づけ：現代の社会の成り立ちとサービスの位置づけ

③ 技術とサービス：サービス生産に関する技術の変化とその影響

④ 人々の生活におけるサービスの变化：サービスの变化が人々の生活に与えてきた仕組み

これらの内容を平易な論理で説明する科目の設定によってサービス学の広がりを理解することができるようになることが目的となる。

### (3) サービス学研究者のための学修

現在、博士課程を含めたサービス学の研究者を育成する大学院レベルの教育課程は存在しない。そのため、当面は商学研究科、経営学研究科、工学研究科などに主要な科目を揃えることで研究者を養成するとともに医学研究科、教育学研究科に所属する学生にも学修機会を与えることが必要である。

また、専門職学位課程においてサービスマーケティング、サービスオペレーションなどの科目を置き、実践的な教育を行うことは、サービスマネジメント人材の育成だけでなく、サービス学を研究するための人材の拡充を図る上でも有益である。

### (4) 評価方法

サービス学における教育結果の評価方法は、教育目標、知識のレベル、教育方法などにより異なっている。知識習得の程度が評価される場合もあるし、知識やスキルを使いこなして、ある課題を一定水準まで達成することが評価される場合もある。あるいは認識の深さや鋭さ、ユニークな着想が評価される場合もある。他の分野と同様、それは多様な評価の組み合わせである。サービス学は実践と深く結びついた学問であるから、実践における課題発見・課題解決能力、サービスの提供と受容に直接的ないしは間接的に関わるさまざまな関係者（消費者、顧客、従業員、株主、地域社会、行政機関など）とのコミュニケーション能力、多様性の理解力などが評価の対象であり、それぞれに対する多様な評価手法と尺度が用意されている。

- ・ 基礎知識の理解度（演繹的能力）を評価する（主に、講義、講読、演習・実験）。
- ・ 基礎知識を応用できる能力（帰納的能力）の獲得度を評価する（主に、講義、演習・実験、課題解決型学習）。
- ・ 基礎知識に関するリテラシーを評価する（主に、講読、課題解決型学習）。
- ・ 問題発見・分析・解決能力を総合的に評価する（主に、課題解決型学習、実習・現場教育、卒業研究）。
- ・ コミュニケーション能力を評価する（主に、課題解決型学習、実習・現場教育、卒業研究）。
- ・ 多様性を理解する能力を評価する（主に、課題解決型学習、実習・現場教育、卒業研究）。

## 6 市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育との関わり

### (1) 市民性の涵養とサービス学教育

市民は日常生活の多くの場面で、本参照基準が対象とするサービスに、受容者として、あるいは提供者として、積極的に消極的にも関わっている。従って、サービス学が提供する知識、ならびにサービス学の習得を通じて涵養される知的行動のできる市民としての力量の多くは、健全な市民生活にとって必要不可欠なものであり、サービス学教育が、社会人の基本能力の形成に果たす役割は本質的である。サービス学に裏付けられた市民性は、市民同士の利害衝突が深刻となる現代社会において、むしろ市民同士がサービス学的に見て好ましいコミュニケーションないしはマネジメントによって価値共創を実現する際に決定的役割を果たす。

サービスが家族・友人・組織・共同体・自治体・国家・世界などのあらゆる社会単位を貫く普遍的概念である以上、サービスを文化依存性に配慮した上で、科学的・社会的により妥当な行為として実現しようとする意志は、他の学術の進歩を市民にとって正しく活用する際の規準となりえる。このようにサービスマネジメントに関する市民教育は、市民の一般的マネジメント能力や意思決定能力にも資するものである。

一般市民が涵養すべきサービス学的素養は学術的に高度な知識ではない。サービス学的に好ましいサービスを提供する方法や技術、サービスを提供する組織における意思決定とは何かということに対する判断能力のように、困難な社会問題に直面したとき、サービス学に基づくサービスマネジメントを通じて問題解決を探ろうとする健全な意思である。また、情報収集能力やその分析・利活用能力、これを支えるICT活用能力は、高度なサービス学的問題解決を支援する一般的能力と位置づけることもできる。

サービス学的概念は、現行の初中等教育の中でも暗黙的に実装されていると考えられる。国語における敬語教育、社会倫理教育、アクティブラーニングにおける主体的・協働的問題解決能力の育成などである。これらの初中等教育に明示的に適切なサービスのデザインという視点を位置づけることは、サービスの妥当性が経済活動の帰趨に関わる要点となった現在、重要となっている。

### (2) 教養教育としてのサービス学教育

サービス学は、人間活動から経済的価値を実現することを目指す全ての学術領域で教育する必要がある。一方、諸学術領域の課題、あるいは諸産業における広範な課題については、当面、当該領域の専門教育を受けていないサービスマネジメント、サービス工学の専門家が支援するケースが多い。そのようなとき、サービスマネジメント、サービス工学の専門家は、事前に当該分野の最低限の知識（基本的考え方、支配原理・マネジメントシステム、必要なコスト・生産性・品質制約条件など）を教養として備えていることが望ましい。

逆に、サービス学を将来必要とする分野の学士教育では、卒業生が支援する可能性のある分野を意識して必要最小限のサービスマネジメントないしはサービス工学教育の体系を、本参照基準を参考に備えていることが望ましい。

## 7 生涯学習としてのサービス学教育体系

本報告の主題は、学士課程におけるサービス学教育である。しかし、サービス学は、社会に出てから必要となる場合が多い。卒業後生じ得る全ての場合に備えて、学士課程サービス学教育を網羅的に行うのは現実的でない。また、サービスマネジメント、サービス工学の具体応用的側面に関わる教育体系は、ICTの発展、予想される産業構造の急変化によって、時代時代で異なったものになる可能性が多い。むしろ、卒業後の再教育の機会を念頭におき、発展性を重視した生涯教育の視点からの教育が望まれる。

すなわち、一定の知識を直線的に習得し修了とする学修方法ではなく、PDCAサイクル<sup>甲</sup><sup>語16)</sup>の考え方にに基づき、生涯を通じたスパイラル型向上に資する実践的な学修が指向されなければならない。例えば、一部手法の教育を完璧に行うだけではなく、どのような手法がどのような目的で利用可能かについての、将来像を概観として与えておくことが、必要な学び直しの際に有用となる。そもそも、一般市民レベルでのサービス学的な考え方については、学士課程の前、初等・中等教育から生涯教育を前提に開始され、高等教育卒業後も社会教育の機会を得て、繰り返し学修することが望ましい。現代におけるリアルなコミュニケーションの欠如は、市民の孤立化を引き起こし、それに起因するメンタルリスクも増大しており、サービス学のエッセンスを早期から学ぶことは、文部科学省の主唱する「生きる力」の育成に強くつながるものである。

しかし、サービス学は、数学や自然科学のような演繹的考察と正解が一意に定まらない人文社会的な側面が組み合わされている。従って、初等・中等教育においては、サービス学的課題解決のためのアクティブラーニングを社会科・国語科・技術家庭科・情報科などに意図的に配置することが望ましい。特に初等中等教育に携わる教員、大学工学系教養教育に携わる教員を対象に、大学院において、サービス提供過程の適切なマネジメントの教習技術に関する教育機会を提供する必要がある。

以上のように、サービス学に基づく基礎知識・マネジメント力量は広く社会で必要とされており、スパイラル型の再教育の機会を念頭におきながら学士課程におけるサービス学の教育を一から設計する必要がある。現在、その体系的養成の仕組みは内外共に存在しない。しかし、これが我が国の産業競争力の浮沈にかかわる喫緊の社会的課題ということを認識し、将来的に学士課程において、工学部にはサービス工学の副専攻を、商経営学系学部や経済学部にはサービスマネジメントの副専攻制度を多くの大学が採用するような長期的計画も必要である。

## <用語の説明>

### 1) ICT

Information and Communication Technologyの略。「情報通信技術」と訳される。

### 2) 無形財

有形財に対して、物理的なかたちを持たない財。旧来の二元論では無形性がサービスの最大の特徴とされ、サービスは無形財の提供のことと捉えられてきた。本参照基準のサービス定義は本文参照。

### 3) IoT

Internet of Thingsの略。インターネット接続機能を持った機器のことで、サービス関連情報の収集や機器を通じたサービス提供を行うもの。「モノのインターネット」と訳されることもある。

### 4) 認識科学

人間や社会が求める価値とは独立に、純粹に客観的な立場から、あるものを探究する体系的な知の営み。認識科学は「知の営みとしての科学(Science for Science)」と呼ばれることがある。

### 5) 設計科学

人間や社会が求める価値あるいは目的を実現するために、あるべきものを探求する体系的な知の営み。設計科学は「社会のための科学(Science for Society)」と呼ばれることがある。

### 6) 有形財

物理的なかたちを持ち、目で見たり触ったりできる有形の財。

### 7) リレーションシップマーケティング

市場ニーズの多様化や消費者地位の向上などに伴い、顧客との継続的取引関係を重視するマーケティングの考え方。

### 8) サービス提供事業体

サービス提供に携わる個人・企業・団体・組合・政府機関など。営利・非営利を問わない。

### 9) オペレーションズ・リサーチ

自然や社会の中のさまざまな現象に対して抽象化したモデル（多くの場合数理モデル）を構築し、モデル分析に基づいて合理的な意思決定を与える問題解決のための考え方・理論・技法の総称。一般にORと略称されることが多く、「意思決定の科学」とか「経営科学」という別名を持つ。サービス学との関わりで言えば、混雑しているスーパーマーケットのレジ数と待ち時間・行列の長さとの理論的關係式などが代表的ある。

### 10) 機械学習

生物の神経系の機能をコンピュータなどの演算装置で模擬するなどの方法で、人間が行う学習と同様な機能を実現すること。

### 11) サービス工学

モノが設計・生産・消費・利用・廃棄と続く製品の一生全体を通して理解されるのと

同様に、サービスをその設計から廃棄までの一生全体を通して理解し、サービスの設計に役立てる体系。

## 12) 価値共創

企業がモノに価値を埋め込んで顧客に一方向的に提供するのでなく、顧客の情報やネットワークなどの資源を活用して、両者の双方向的な活動から価値を創り出すこと。

## 13) 顧客価値

提供物に対して顧客が知覚する総合的な便益から、購入や使用のために顧客が負担した犠牲（価格・時間・労力など）を引いたもの（除算する場合もある）。提供物がサービスの場合、顧客の便益には、サービス生産への顧客自身の共創的参加によって生まれる便益も含まれる。

## 14) 従業員満足

従業員の企業や職務に対する満足度。サービス提供においては、従業員満足度の向上はサービス品質の向上、顧客満足度の向上を経て、最終的には企業業績の向上につながるという好循環が想定されるため、従業員への内部マーケティングが必要とされる。

## 15) 課題解決型学習

Project Based Learningに対応する用語。Project Based Learningの日本語訳には、問題解決型学習、課題解決型学習、プロジェクト実践演習などがあるが、課題解決型学習が一般的である。課題を与え、それを解決する手段を自ら見つけることを主眼とする学習方式のこと。

## 16) PDCAサイクル

「Plan-Do-Check-Actのサイクル」の略語。組織がその目的を確実に達成し成長するために、継続的・循環的に行うべき計画・実施・検証・4段階からなるマネジメントの手順。通常、組織がその目的を達成するために必要なプロセスやシステムの計画（Plan）、その維持管理（Do）、妥当性の検証（Check）、必要な改善とその実装・標準化（Act）などの活動を示す。

## <参考文献>

- [1] 日本学術会議(2012) 報告「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準：経営学分野」 経営学委員会 経営学分野の参照基準検討分科会
- [2] Clark, Colin (1940), *The Conditions of Economic Progress*, London, Macmillan and CO.
- [3] Fuchs, Victor R. (1968), *The Service Economy*, New York, National Bureau of Economic Research, 訳書 サービスの経済学 江見康一訳 日本経済新聞社
- [4] Bell, Daniel (1973), *The Coming of Post-Industrial Society*, New York, Basic Books Co. 訳書 脱工業化社会の到来 内田忠夫他訳
- [5] Mill, John Stewart (1871), *Principles of Political Economy, with some of their Application to Social Philosophy*, London, 訳書 経済学原理 末永茂喜訳 岩波文庫
- [6] Shostack, G. Lynn (1977), “Breaking Free from Product Marketing,” *Journal of Marketing*, 41(April), 73-80.
- [7] Lusch, Robert F. and Stephen L. Vargo (2014), *Service Dominant Logic: premises, perspectives, possibilities*, Cambridge University Press, 訳書 サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用、井上崇通監訳 同文館出版
- [8] Grönroos, Christian (2007), *In Search of a New Logic for Marketing*, John Wiley & Sons Limited. 訳書 サービス・ロジックによる現代マーケティング 蒲生智哉訳 白桃書房

## <参考資料 1> サービス学参照基準検討策定小委員会審議経過

平成27年

- 12月8日 サービス学の参照基準策定小委員会（第1回）  
役員の選出、今後の進め方について

平成28年

- 1月21日 サービス学の参照基準策定小委員会（第2回）  
サービス学参照基準策定の基本方針と策定方法の討議
- 2月21日 サービス学の参照基準策定小委員会（第3回）  
サービス学の参照基準案の報告書の構成と役割分担の決定
- 4月11日 サービス学の参照基準策定小委員会（第4回）  
サービス学の参照基準の原案の討議
- 5月25日 サービス学分科会（第23期・第5回）  
サービス学の参照基準の原案策定の基本方針と経過の報告
- 6月13日 サービス学の参照基準策定小委員会（第5回）  
サービス学の参照基準の原案の作成と討議  
公開シンポジウム(案)の開催計画
- 7月25日 サービス学の参照基準策定小委員会（第6回）  
サービス学の参照基準の原案の作成と討議  
公開シンポジウム(案)について
- 9月12日 サービス学の参照基準策定小委員会（第7回）  
サービス学の参照基準の原案の作成と討議  
公開シンポジウム(案)のパネラーなどの決定
- 10月4日～7日 サービス学分科会メール審議（第23期・第6回）  
公開シンポジウムの承認
- 12月11日 サービス学分科会（第23期・第7回）  
小委員会作成の「参照基準（サービス学分野）」原案を承認。以後の微修正  
については分科会委員長に一任  
シンポジウム開催準備報告  
公開シンポジウム「サービス学の参照基準」  
「参照基準（サービス学分野）」原案の紹介と意見聴取

平成29年

- 2月上旬 総合工学委員会および経営学委員会への原案提示と承認
- 6月23日 大学教育の分野別質保証委員会（第8回）  
「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 サービス学  
分野」について承認



## <参考資料2> 公開シンポジウム「サービス学の参照基準」

日 時：平成28年12月11日(日)13:00～16:40

会 場：筑波大学東京キャンパス 文京校舎 1F 134 教室

主 催：第3部 総合工学委員会・第1部 経営学委員会・サービス学分科会

後 援：科学技術振興機構、横断型基幹科学技術研究団体連合、経営関連学会協議会、サービス産業生産性協議会、サービス学会、全国ビジネス系大学教育会議、組織学会、日本オペレーションズ・リサーチ学会、日本会計教育学会、日本経営学会、日本経営工学会、日本経営システム学会、日本商業学会、日本消費者行動研究学会、日本品質管理学会

### プログラム

1. 開会の挨拶 (13:00～13:10)  
渡辺 美代子 (日本学術会議第3部会員・総合工学委員会委員長 科学技術振興機構副理事)
2. 文部科学省講演 (13:10～13:30)  
土生木 茂雄 (文部科学省 高等教育局視学官)
3. サービス学参照基準制定の経緯とその概要 (13:30～14:15)  
西尾 チヅル (日本学術会議 連携会員 筑波大学大学院 ビジネス科学研究科 教授)
4. コーディネータによる全体趣旨説明 (14:15～14:30)  
山本 昭二 (関西学院大学大学院 経営戦略研究科 教授)
5. 参照基準(案)に対する企業からの意見 (14:30～14:42)  
高重 吉邦 (富士通 マーケティング戦略室長)
6. 参照基準(案)に対するサービス学関係学会からの意見 (14:42～14:54)  
原 辰徳 (東京大学 人工物工学研究センター 准教授)
7. 参照基準(案)に対する経営学関係学会からの意見 (14:54～15:06)  
南 知恵子 (神戸大学大学院 経営学研究科 教授)
8. 参照基準(案)に対する大学教育現場からの意見 (15:06～15:18)  
小坂 満隆 (北陸先端科学技術大学院大学 知識科学系 教授)
9. 休憩 (15:18～15:30)
10. 参照基準(案)に対するパネルディスカッション (15:30～16:30)  
コーディネータ並びに講師全員
11. 閉会の挨拶 (16:30～16:40)  
新井 民夫 (日本学術会議第3部会員 芝浦工業大学 教育イノベーション推進センター 教授)

総合司会

戸谷 圭子 (明治大学大学院グローバル・ビジネス研究科教授)

## ＜付録＞ 代表的なサービス事例とその特徴

本報告において、「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。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・提供・消費される。」と定義した。以下に異なる形態のサービスを例として説明する。

### 【レストランの例】

レストランサービスは、事前の店舗整備・メニュー作成・集客・食材の調達・調理、来店顧客の受付案内・料理の提供・会計、事後の店の清掃・顧客情報の整備・顧客へのイベント案内送付・顧客のSNS・ブログでの経験発信など、連続的なプロセスで成立する。この場合、レストランの経営者やバックヤード・フロントヤードの従業員はこれら一連のプロセスの準備と実行のための時間や労力、それに情報といった資源を提供する。同時に、サービスにおいて重要なのは、サービスの受容者である顧客も資源の提供者となることである。レストラン利用目的はさまざまであるが、例えば、友人の誕生日祝いのためであれば、結果として得たいものは、単に空腹を満たすことではなく、楽しい時間を過ごし、友人に喜んでもらえること、それによって自身も満足することであろう。そのため、顧客は自らネットやガイドブックの情報を集め、選んだレストランに電話してそれが誕生日祝いであることや、自分たちの好みを伝える。そして、経験の後にも楽しい時間と美味しい食事の体験をブログやSNSで他者と共有してくれるかもしれない。このような顧客からのインプットがなければ、レストラン側は、サプライズのケーキを用意するなど、ニーズに合わせたサービスを提供する、すなわちサービスの質を上げることはできない。また、体験後の顧客が発信する情報は、新たなメニューやサービスの開発のアイデアにつながり、同時に広告宣伝費の削減にさえなる。このように、サービスにおいて、受容者もまたサービス生産に参加し、資源の提供者としての役割を担って、共創的に価値を生産しているのである。

もう一つのサービスの特徴として、提供時の提供者と受容者の相互作用がダイナミックな変化を引き起こすことが挙げられる。レストランで顧客がメイン料理を半分残したら、何か問題があるかどうかウェイターは聞き、それによって後の料理が変わるかもしれない。料理の説明を熱心に聞き、感心したり喜んだりしてくれるかもしれないし、逆に、友人との会話が盛り上がっているのに、料理の説明に割り込んでくるウェイターを煩く感じ、無視するかもしれない。次のウェイターの対応はそれによって変化する。このようにサービスプロセスに供与される資源は相互作用による影響を刻々と受け、次に提供する資源の変容をもたらす。

レストランのような人対人の対面のサービス提供がないサービスでも、この構造は同じである。

### 【オンラインゲームの例】

オンラインゲームのサービスを考えてみよう。オンラインゲームのサービスも連続的なプロセス（ゲームの開発、集客のための広告宣伝、問い合わせ対応、課金方法の設定、

提供時のモニタリング、OSバージョンアップやバグ対応のメンテナンス、ゲーム情報掲載サイトの整備、課金決済処理など)で成立する。この場合、ゲーム会社の経営者や従業員は設備投資や一連の開発・メンテナンスなどのプロセスへの労力を提供する。また、受容者である顧客が重要なゲームの資源になる。なぜなら、参加者が多ければ多いほど、ゲーム内のリアルタイム対戦相手が増えたり、参加者間コミュニケーションが増えたりして、よりゲームを魅力的にすることができるからである。顧客は、課金されているか無料参加者かに関わらず、ゲームサイトにアクセスし、ルールを覚え、プレイしている時点ですでに価値の共創に参加しているのである。ゲーム会社はQ&Aサイトによくある質問を載せるだけでなく、顧客間コミュニケーションを奨励し、ルールが変更されればプレイヤー同士の伝達や対処方法の教え合いなどが発生するような仕組み(例えば、対戦をグループ単位にするなどして)を意図的に作る。ここで顧客が得る価値は、プレイによるワクワクドキドキ感やゲームの関門をクリアした達成感といった感情、顧客間の協力関係による充実感、感謝されることで得られる自己実現感などである。そのため、顧客は時間や労力を投下する。ここでも受容者はサービス提供者として資源提供を行い、共創的に価値を生産する。

### 【製造業の例】

サービスの範囲は従来の第三次産業という枠を超えて拡大している。第二次産業と呼ばれる製造業も、技術を製品に詰め込んで売り切る旧来の考え方ではなく、製品購買後の顧客の使用状況の中でより価値を発現する仕組みとして、製品とサービスを組み合わせて提供物とするビジネスモデルへと変換してきている。

例えば、工作機械を考えてみよう。工場で工作機械が故障すると生産ラインが止まり、顧客企業は大きなダメージを受ける。そのため、工作機械メーカーに求められることは、製品としての工作機械の精度やコストパフォーマンスを高めるだけではなく、納入先の企業の生産ラインが滞らないことを保証する全体的なソリューションである。この顧客ニーズを満たすために、工作機械メーカーは監視センサを機械につけ、24時間のモニター体制を用意し、使用状況から部品の交換時期を予測して顧客に通知する、万一異変が生じた場合はメンテナンス要員を即座に派遣する体制を作るなど、製品とサービスを組み合わせた連続的なプロセスを提供する。この時、顧客企業は、工作機械の稼働状況という社外秘の情報をその工作機械メーカーに提供することで価値共創に参加する。それによって初めてモニタリングが可能となり、多数社の情報が集まることで、適切な部品交換時期の予測精度向上、それに対応したモニタリングの内容の変更などのサービス変容が起こるのである。より多くの情報を収集し分析することで、工場管理の知識を蓄積した工作機械メーカーは、自社製品を超えて工場運営のコンサルティングを行うことも可能になるし、運営そのものを代行するサービスも可能となる。

### 【IoTの例】

最後に、直接の取引関係だけでなく、コミュニティ全体の生態系をうまく循環させるサービスエコシステムの例を紹介する。家庭の冷暖房が集中管理の欧米では、各部屋の温度

を調節するサーモスタットが普及している。これは、機械学習によってサーモスタットを制御することによって、家庭の好む温度を学習し自動調節し、また、人が家にいない場合は自動で冷暖房を切ることができるものである。サーモスタットの購入費用は、2年程度の各家庭の電気料金節約で賄える。さらに、サーモスタットメーカーは機器から家庭の電気使用情報を吸い上げ、地域全体の電力消費量の予測を高精度で行っている。アメリカではピーク時電力の不足で大規模停電が頻発しており、都市機能の麻痺から、犯罪の増加、経済的損失など、大きな社会問題が生じる。そのため、電力会社はこの予測を購入し、さらに、真夏や真冬のピーク時に電力消費量の抑制を、サーモスタットメーカーを通して促進している。その仕組みは、ピーク時には当該企業の判断で温度設定を1℃上げる（下げる）遠隔調整をしてよいという事前契約を結ぶ制度である。調整が実行された際には各家庭はその協力に対して報奨金が得られる。このビジネスは、機器販売によって企業は利益を得、各家庭は電気料金が節約でき、電力会社はピーク時電力消費量を抑制でき、地域は停電を避けることができるという、すべての参加者ニーズを満たし、社会福利を増加させる循環的サービスとなっている。このようにステークホルダーのニーズを満たしつつ各サービスを連関させて社会全体に価値をもたらす仕組みがサービスエコシステムと呼ばれるものである。