

(案)

提言

サステナブルで個人が主体的に活躍できる 社会を構築するサービス学



令和2年（2020年）〇月〇日

日 本 学 術 会 議

経営学委員会・総合工学委員会合同

サービス学分科会

この提言は、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	西尾 チヅル	(第一部会員)	筑波大学ビジネスサイエンス系教授
副委員長	新 誠一	(連携会員)	電気通信大学情報理工学研究科教授
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
幹 事	平田 貞代	(連携会員)	芝浦工業大学准教授
	上林 憲雄	(第一部会員)	神戸大学大学院経営学研究科教授
	浅間 一	(第三部会員)	東京大学大学院工学系研究科教授
	大倉 典子	(第三部会員)	芝浦工業大学名誉教授・SIT 総合研究所特任教授
	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
	瓜生原 葉子	(連携会員)	同志社大学商学部准教授
	國井 秀子	(連携会員)	芝浦工業大学客員教授
	西條 美紀	(連携会員)	東京工業大学環境社会理工学院融合理工学系教授
	鈴木 久敏	(連携会員)	大学共同利用機関法人情報・システム研究機構監事
	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
	仙石 正和	(連携会員)	事業創造大学院大学学長・教授
	柘植 綾夫	(連携会員)	日本工学会元会長・顧問
	椿 広計	(連携会員)	大学共同利用機関法人情報・システム研究機構理事・統計数理研究所長
	水流 聡子	(連携会員)	東京大学大学院工学系研究科特任教授
	中島 秀之	(連携会員)	公立大学法人 札幌市立大学理事長・学長
	宮崎 久美子	(連携会員)	東京工業大学環境社会理工学院イノベーション科学系教授
	棟近 雅彦	(連携会員)	早稲田大学理工学術院教授
	村松 潤一	(連携会員)	岡山理科大学経営学部教授、広島大学名誉教授
	山田 秀	(連携会員)	慶應義塾大学理工学部管理工学科教授
	山本 昭二	(連携会員)	関西学院大学大学院経営戦略研究科教授
	吉瀬 章子	(連携会員)	筑波大学システム情報系教授

社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会

委員長	西尾 チヅル	(第一部会員)	筑波大学ビジネスサイエンス系教授
副委員長	村松 潤一	(連携会員)	岡山理科大学経営学部教授
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
幹事	山田 秀	(連携会員)	慶應義塾大学理工学部管理工学科教授
	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
	瓜生原 葉子	(連携会員)	同志社大学商学部准教授
	新 誠一	(連携会員)	電気通信大学情報理工学研究科教授
	仙石 正和	(連携会員)	事業創造大学院大学学長・教授
	水流 聡子	(連携会員)	東京大学大学院工学系研究科特任教授
	宮崎 久美子	(連携会員)	東京工業大学環境社会理工学院イノベーション科学系教授
	吉瀬 章子	(連携会員)	筑波大学システム情報系教授

サービス学の教育実装に関する小委員会委員名簿

委員長	山本 昭二	(連携会員)	関西学院大学大学院経営戦略研究科教授
副委員長	鈴木 久敏	(連携会員)	大学共同利用機関法人情報・システム研究機構監事
幹事	平田 貞代	(連携会員)	芝浦工業大学准教授
	西尾 チヅル	(第一部会員)	筑波大学ビジネスサイエンス系教授
	大倉 典子	(第三部会員)	芝浦工業大学名誉教授・SIT 総合研究所特任教授
	柘植 綾夫	(連携会員)	日本工学会元会長・顧問
	椿 広計	(連携会員)	大学共同利用機関法人情報・システム研究機構理事・統計数理研究所長

本提言の作成にあたり、以下の職員が事務を担当した。

事務局	犬塚 隆志	参事官(審議第二担当)
	五十嵐 久留美	参事官(審議第二担当) 付参事官補佐
	柳原 情子	参事官(審議第二担当) 付審議専門職

1 作成の背景

近年の情報通信技術（ICT）の進展や社会のデジタル化によって、生活世界の中で価値を具現化するサービスが重視される社会への移行が加速している。それにより、サービス事業者のみならず、市民にとってもサービス学の知識や思考を修得する重要性が増大している。今やサービスは経営学や経済学だけでなく、工学や情報学領域でも重要な研究対象であり、多様な研究が行われている。それにもかかわらず、サービスに関する学問の体系化は十分でなく、発信主体も多様であることから、社会経済が抱えるさまざまな課題に十分に答えられていない状態である。日本学術会議ではこのような問題意識の下、経営学委員会と総合工学委員会合同でサービス学分科会を設置し、社会の変化とニーズに応えるべく、学問としてのサービス学の体系化と高等教育機関における具体的な教育実装の方法について審議を重ねてきた。サービスを大学等で体系的に教育することを目的としたサービス学分野の参照基準は、平成29年(2017年)に日本学術会議の報告として提示されている。本提言では、サービス化する社会の中で、市民も含めた個人が主体的に活躍するために涵養すべきサービス学の鍵概念や考え方を整理すると共に、サービス学の参照基準を活用して、サービス学を体系的に教育するための実装方法を示す。さらに、サービス化社会の実現に向けて、市民、産業界、教育組織、国・政府の役割と必要な体制について提言する。

2 現状及び問題点

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。ICTやAI技術により、市民は個々の生活世界において、多様な新しいサービスを得られるようになった。新しいサービスエコシステムでは、市民は資源の提供者としてサービスの質や設計そのものに積極的に関わることになる。すなわち、サービス化社会においては、市場で交換される価値だけでなく、生活世界における利用価値や文脈価値にも着目することが求められる。より重要なことは、サービス化社会では、これまでのような企業・組織がサービスの提供者で、市民がその受容者という固定的な役割ではなく、2つの主体はサービスの価値を創造する担い手となることである。すなわち、サービスの価値は提供者と受容者の双方が能動的に自らの知識やスキルなどの資源を提供し、それを統合することで生み出されるのである。そして共創価値の水準を上げるためには、市民自らも価値の共創者であることを自覚し、積極的に参画することが求められる。また、企業や組織はサービスを提供する側としての能力開発だけでなく、サービスの提供とその過程への参加、役割の変化への対応など、特定の職種と関連した高度な専門職として、サービスを創造できるような人材が必要となる。

このようにサービス化社会への移行の中で、高等教育機関には、学際的な研究の推進、優れた専門性の獲得のための教育、実務的能力を含めた社会への適応能力の涵養のための社会連携の3つを、同時に実現する教育研究組織の構築が要請されている。しかし従来の教育は、サービス提供者（生産者）としての能力を高めるため、専門性の追求に大きな努

力を割いてきた。特に、資格取得などが必要な領域においては、未だに技能教育と職種を結びつけた教育に留まっているところが少なくない。本提言が示すサービス学を実装している事例は国内外を見てもまだ僅かである。

サービス化社会を先導する人材を育成するためには、従来の技能教育と専門的な職種を結びつけた教育に加えて、サービス学の枠組みを学ぶ基礎的な科目の充実、サービス学の考え方を各専門領域に応用した科目の設置、これらの知識の実践的で自足的な応用に関する科目群の開発が不可欠である。それと同時に、これらの科目を的確に教育できる教員の養成とカリキュラム開発などの支援体制の構築が必要である。

3 提言「サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会の構築に向けて」

(1) 市民の役割

サービス化社会では企業活動に限定されず、生活世界全般でサービス活動が活性化する。市民は多様な提供者からカスタマイズされたサービスを得るようになると共に、さまざまなサービスの提供者にもなる。そこで創出されるサービスがカスタマイズされればされるほど、市民はその価値をどのように評価するか、そこに人間としての良識が問われる。すなわち、市民は、当該サービスの価値を、コミュニティ、社会、地球環境への影響などの観点から多面的に評価することが求められる。

(2) 産業界の役割

生活世界のさまざまな主体(人間)がインターネットで繋がる IoH(Internet of Human)の実現により、人間を中心とするサービス化社会は高度化する一方で、産業界と市民、及び、市民間の知識面での格差が進み、プライバシーの侵害やセキュリティリスクも高くなる。産業界はこれらの格差解消に積極的に努力することはもちろん、自らも市民社会の一員としてルールを遵守し、イノベーションの成果を広く市民社会と共有する姿勢をもつべきである。

(3) 高等教育機関の役割

サービス学の参照基準に基づき、サービス思考を身につけるための基礎、サービス化社会での職種別の応用、学術とサービス化社会との持続的連携を図る実践といった体系的な科目を設置すべきである。さらに、既存の資源をいかして早急にサービス学教育を実装し評価するために、サービス学に関わる高等教育機関は、複数の高等教育機関、学協会、産業界と協働でサービス学教育を補強・増強する組織(センター)を創ることを検討すべきである。

(4) 国・政府の役割

サービス化社会の実現のためには、市民間の取引ルールの制定、個人情報の利用に関するルールの改訂などの社会基盤の整備が急務である。また、サービス提供者・受容者を含めた持続可能なサービスエコシステムの構築に必要な知識や技能の修得機会を、高等教育機関が中心となって提供することを、国・政府は必要な施策を講じて積極的に後押しすべきである。

目 次

1	サービス学がもたらすビジネス・社会変革	1
(1)	サービス化社会：市場中心から生活世界中心への移行	1
(2)	情報技術とサービス化社会	2
(3)	サービス学の重要性	3
2	サービス学とは	4
(1)	サービス学の論理基盤	4
①	人間、サービス、価値共創、利用価値、文脈価値	4
②	交換価値と経済的交換、利用価値と社会的交換	5
③	サービス、価値共創、企業システムの成果とサービス化社会	5
(2)	サービス学の領域	7
①	サービス学の鍵概念	7
②	新たな領域としてのサービス学	8
(3)	サービスの提供者と受容者の役割と課題	8
(4)	サービス化社会を担う人材像	10
3	サービス学の教育方法	11
(1)	人材育成としての高等教育機関の現状と課題	11
①	複雑さが増すサービス化社会との持続的連携に必要な問題解決力	11
②	現場の実践知の鍛錬までは未だ及んでいない職種別の専門教育	11
③	関係者間の相互作用を理解するためのサービス学基礎科目の未整備	12
(2)	教育課題の解決の参考となる国内外における教育実装の展開事例	12
①	国内外の事例・サービスと価値	12
②	価値共創などのサービス思考に関する基礎科目を含む教育コースの設計例	13
③	職種別のビジネスやマネジメントまで含む実践的専門教育の事例	13
(3)	教育課題を解決するために必要な教育実装の方法	14
①	教育実装の方針	14
②	サービス学の参照基準に基づく科目設定	14
③	評価方法	16
④	サービス学の教育実装に必要な体制	16
4.	提言「サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会の構築に向けて」	18
(1)	市民の役割	18
(2)	産業界の役割	18
(3)	高等教育機関の役割	19
(4)	国・政府の役割	19
	<用語の説明>	21

＜参考文献＞.....	24
＜参考資料1＞審議經過	25

1 サービス学がもたらすビジネス・社会変革

(1) サービス化社会：市場中心から生活世界中心への移行

サービス化社会とは、物財が経済活動の中心にある社会にくらべて、知識・情報・感情など非物質的便益の生産が中心的な重みを持つ社会である。「サービス」は、日本学術会議が平成 29 年（2017 年）9 月 8 日に公表した報告「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」[1]の中で、「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。」と定義されている。ここで、提供者をサービスを設計し共創する場を提供するもの、受容者をその場に参加して共創活動に参加するものとする。サービスには提供者と受容者という二つの主体が関わるが、それら主体間のやり取りの過程で、提供者と受容者というそれぞれの役割が入れ替わることもある。サービスが成立するネットワークシステムは、サービスエコシステムとも呼ばれ、その中での提供者・受容者の範囲は広く、BtoB, BtoC に限らず、地域社会や個人対個人など多様な関係性が含まれる。また、やり取りは無形なもの、有形なもの両方を含む。例えば、医療サービスでは受容者である患者が症状を、サービス提供者の医師に正確に伝えることで正しい診断ができ、治療法（サービスの生産）が決まる。その後、医師の服薬や食事などの指示（サービスの提供）を守って療養する（サービスの消費）ことで回復が早まる。次の治療時に、医師の指示に沿って療養した結果を患者が医師に伝える（サービスの生産）ことで、医師は自分の治療方針の妥当性を知る（サービスの消費）ことができる。患者と医師は共創関係にあり、持続的かつダイナミックな相互作用を繰り返すことで、患者にとっての価値が生まれ、同時に病院や医師にとっての価値も生まれると考えられる。このように、サービスは主体間の共創的プロセスそのものである。従来は、サービスは有形財であるモノとの対比から、形のないモノ、無形財として特徴づけられていた。そして、両者は同じ「財」として市場での取引の対象とされてきた。しかしながら、市場という経済的な時空間で行われる取引は、実は、サービス提供者と受容者の共創的プロセスのごく一部に過ぎず、ある提供者が提案した価値が、受容者に受け入れられた段階でしかない[2]。むしろ、サービスの共創的プロセスとその価値が具現化される主要な場は、市場よりも生活世界という社会的な時空間であろう。例えば、教育サービスは、授業料の支払い（市場取引）と実際に教育を受けて価値を享受する時空間は異なる。そして、教育サービスの真価は、授業や課外活動といった時空間（生活世界）において、教員（提供者）と学生（受容者）による相互作用を通じて共創されたものによって決まるのである。その意味では、市場は生活世界の一部であり（図 1）、生活世界を考える際に、このようなサービスに関する知見は有用である。

近年の経済社会の成熟化に伴い、人々の求める価値は物質面から精神面に移行している。日本でも国民の 62%がモノの豊かさより心の豊かさを求めている[3]。このような市場取引では満たせない豊かさを求める傾向が、市場外の財の利用の拡大という現象を引き起こしている。物質的豊かさを追求して環境を破壊してきたことへの批判は、国連の

持続可能な開発目標（SDGs）への取組の拡大、サーキュラーエコノミー、シェアリングエコノミーなどの台頭からもみてとれる。社会学・経済学分野でも、市場で取引された

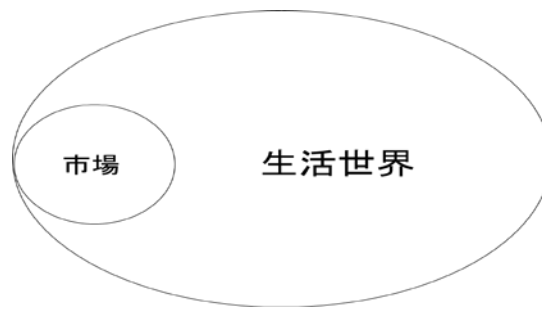


図1 サービス化社会

（出典）経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分科会において作成

ものの付加価値を国レベルで集計した GDP が真の豊かさとは乖離しているという指摘や、物質的な生活水準に加えて、心理面の幸福や、社会的繋がり、健康、文化、教育などを加味した新指標の提案が相次いでいる。ブータンの国民総幸福量(Gross National Happiness: GNH) [4]、国連開発計画の人間開発指標(Human Development Index;HDI) [5]、OECD の「より良い暮らし指標(Better Life Index:BLI) [6]などはその例である。

(2) 情報技術とサービス化社会

このようなサービスを中心とした社会への移行は、情報通信技術（ICT）の進展、結果としての社会のデジタル化によるところが多い。社会のデジタル化は、多様で多数のデータの処理技術と判断のための AI 技術の進展を促している。これらの技術はサービスの基盤となっている。例えば、インターネット上の無料の検索・email・メッセージング・地図・動画音楽配信などは市場取引の対象ではないが、今日、多くの消費者によって広く利用されている。プラットフォームと呼ばれる場の登場により、サービス提供者と受容者の役割の入れ替えが容易になり、進んで、プラットフォーム上で様々なグループ活動が構成できるようになった。それは声を上げにくい弱者の集まりや、地域社会の課題解決グループの構成に役立ち、新しいサービスを生んでいる。特に、地方の文化を残しつつその地域活性化を図る試み中でも役立つ。すなわち、市場を介さない財の生産と消費の多くはインターネット上で実現しており、従来からの BtoB あるいは BtoBtoC という市場を前提とした価値に限定されず、CtoC (Consumer to Consumer) や CtoB

(Consumer to Business) といった消費者が中心となる多様なビジネス形態によって価値が生み出されている。消費者はこれらのサービスをプラットフォームから無償で得る代わりに、個人情報（多くの場合）無償で提供し、その情報がプラットフォームの広告収入などの収益を生み出す資源となる。これらネット上の無料サービスの利用をいくらで諦めるかを消費者調査で問うという方法で総額を推計すると、その経済価値は 2017 年には 10 兆ドルを超えている [7] という。ICT の進展は、無形財の同時性（生産と

消費は同時に起こる) というサービス・マネジメント上の強い制約を緩和したという意味でも、サービスの普及に大きく貢献している。

先述の医療サービスの例の患者の説明、医師の個々のアドバイスなどの無形財は、薬や医療機器などの有形財と同様に、医療サービスというプロセスに投入される資源である。提供者と受容者の持つ有形財・無形財を含む資源の統合が ICT によって格段に容易になったことは工学分野、製造業にもサービタイゼーションという形で変化を起こしている。サービタイゼーションは製造業が IoT(Internet of Things)などの技術を使用し、これまで生産してきたモノの財と無形財を統合したサービスを提供するというものである。このように、すべてのモノとモノが繋がる IoT、さらには SNS など人間と人間が繋がる IoH (Internet of Human) が実現されたことにより、今後、サービス化社会はますます進展するものと考えられる。

(3) サービス学的重要性

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[1]。前述したように、モノを中心とする市場取引よりも、生活世界の中で価値を具現化するサービス化への進展は、サービス事業者のみならず、価値共創の担い手である消費者や市民に対しても、サービス学の教育・研究の重要性を示唆するものである。

サービスが生活世界における共創的プロセスであるということは、そのプロセスに参加する参加主体の判断に社会の有り様が規定されるということでもある。例えば、持続可能な開発目標 (SDGs) で 12 番目に掲げられた「持続可能な消費と生産のパターンを確保する」、すなわち、「つくる責任、使う責任」は、限られた資源の有効活用を、行政や産業界のみならず市民が自覚して初めて可能になる。シェアリングエコノミーやクラウドファンディングのように遊休資産・資金の活用をして社会に役立てることを企図したサービスはサステナビリティをその基本理念にスタートしているが、サービスへの参加者の行動が伴わなければ、画餅に終わる。「作りすぎない」「使いすぎない」という責任を各主体が果たすことを可能とするサービスの設計・管理・実践といったサービスに関する教育の体制を整えていくことが急務である。

さらに、今日、生活世界にサービスの場が移行したことにより、いまだ手付かずの新たな、かつ、巨大なビジネス領域が生まれており、その領域を創造し、適切にマネジメントできる人材の育成が求められている。

2 サービス学とは

(1) サービス学の論理基盤

① 人間、サービス、価値共創、利用価値、文脈価値

サービス学とは「サービスに関する総合的な学問体系」[1]であり、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。そこで以下、サービス学を考える上での論理基盤について順に述べていく。

まず、サービス化社会の主役たる人間はどのように捉えることができるか。言い換えれば、生活世界で主体的に自由に振る舞う人間とは何かである。

繰り返すまでもなく、生活世界に暮らす人間にとって市場は目的ではなく、より良い生活を送るための手段に過ぎない。よって、生活世界での主体的な人間をどのように捉えるかが重要となるが、サービスが新たな価値を生むということからすれば、人間は価値創造者[8]として理解できる。つまり、人間は自身が望む生活、人生を創造する個別的な存在である。しかし、自分だけの能力では解決できない場合、他者からの手助けを必要とし、その手助けこそがサービスに他ならない。つまり、サービスは価値創造に際して受容者が不足する能力（ナレッジ・スキル）を提供者が補うためのものである。したがって、サービスとはナレッジ・スキルを適用する行為をいう[2]。ここで、受容者にとっての価値を、受容者と提供者が相互作用プロセスを通じて一緒に創り上げることを価値共創という。それでは、共創によって生まれる価値はどのようなものであるか。

ひとつは、それがモノを購買することではなく、消費・利用することによって生まれることから利用価値[8]ということができる。また、共創された価値は、受容者が何らかの背景（文脈）のもとで独自に判断することから文脈価値[2]でもある。両者の違いは共創価値の何に焦点をあてるかにある。前述のように、サービスは相互作用プロセスとして捉えられるが、これまで形の無い財（モノ）としてサービスが理解され、モノと同じように市場取引されてきたのもまた事実である。そこで混乱を避けるために、モノとしてのサービスとプロセスとしてのサービスを区別すれば、前者をサービシーズ、後者をサービスと呼ぶことができる[2]。そして、そのように区別すれば、従来のサービス研究の多くは、実はサービシーズ研究であった、もしくは、両者が区別されることなく研究されてきたといえる。

一方、プロセスとしてのサービスにおいては、まずは相互作用を担う主体同士を一对一の関係として捉えることができる。その際、重要なことは、利用価値、文脈価値そのものが何かではなく、それがどのようなプロセスで共創されるかという点にある。

しかし、一对一の関係を構成する各主体は、それぞれ、また、別の主体からサービスが提供されており、それぞれがネットワーク的な広がりをもつことから、全体をサービスとサービスの繋がりとして捉えることができる。とはいえ、それは、あくまでも行為主体間のつながりを包括的に明らかにするものであり、それが、そのままサービス化社会を示しているわけではない。留意すべきは、第一にサービス化社会の中心に人間をおくということであり、第二に人間に向けた何らかの主体によるサービス提

供とそのサービス提供を可能にする他の主体によるサービス提供の連続的な関係をシステムとして明らかにするということである。

次に、サービスが提供者による受容者に対する能力の付与を意味していることは、すでに述べた通りであるが、それら能力を資源の一角を為すものとして捉えるなら、サービスという相互作用は、提供者と受容者の能力が統合されていくプロセスであることから、資源統合そのものとして理解することができる。したがって、資源統合の連鎖的關係を示したものがサービスに関するエコシステム（サービスエコシステム¹）ということになる。

② 交換価値と経済的交換、利用価値と社会的交換

市場はモノとカネが取引を通じて等価交換される時空間であり、これまで形の無い財（モノ）として捉えられてきたサービス（サービシーズ）も、事前的な交換価値をもつものとして経済的交換（市場取引）の対象とされ、モノと同じようにカネと等価交換されてきた。しかし、プロセスとしてサービスを捉えるならば、モノとサービシーズとの間には決定的な相違がある。なぜなら、ここにプロセスとは主体と主体が相対（あいたい）する相互作用プロセスを意味しており、モノの場合は、主体同士の供給者と需要者が相対するのは一度だけであるが、サービシーズの場合は、市場取引後の生活世界で二度目の相対がサービスの提供者と受容者との間でなされるからである。さらに、そこにおいては、交換価値とはまったく別の価値として、新たに利用価値が生まれる点にも留意する必要がある。つまり、利用価値は市場での経済的交換ではなく、生活世界で繰り広げられるサービスの授受を内実とした社会的交換によって初めて共創されるのである。

そして、こうした理解に立つなら、これまでサービス（サービシーズ）は、それが提供される前に市場で等価交換されてきたのであり、それは、サービスが未等価交換を強いられてきたことを意味している。ここで市場と同じように等価の原則にしたがうとするなら、生活世界で共創された利用価値に対して等価であることが必要となる。そして、前述の如くその価値判断が受容者である人間によってなされること、また、そもそもサービスが個別的な対応であることを踏まえるなら、受容者たる人間の価値判断は実に多様なものとなる可能性があり、そのことは、サービス化社会が人間中心社会であることと深く結びついている。

③ サービス、価値共創、企業システムの成果とサービス化社会

サービス化社会では、すべての企業をサービス企業として捉えることが必要である。つまり、サービスは受容者が主導するものであることから、サービス化社会の企業はその中心に据えられた人間へのサービスを担う企業（BtoC）も、その企業にサービス

¹ Lusch and Vargo[2014]によれば、サービスエコシステムは「共通の制度的ロジックとサービス交換を通じた相互的な価値創造によって結びつけられた資源統合アクターからなる相対的に自己完結的かつ自己調整的なシステム」[9]として定義されている。

を提供する企業（BtoB）もすべての企業がサービス企業となる。受容者そして、サービス提供にあつて、モノあるいはサービシーズを伴う場合にはじめてそれらへの関与がおこる。それは、モノあるいはサービシーズに焦点をおき、いかにそれらを作り、売るかという作り手／売り手の論理を明らかにすることに終始してきた工業化社会とはきわめて対照的といえる。

このように考えると、サービス化社会におけるサービス企業にとって、最も重要なことは、人間との接点をどのように構築するかということになる。しかし、ICT によってすべての主体が繋がる今日、サービスプラットフォームという形で接点を構築するのはこれまで以上に簡単なことである。例えば、キャッシュレス化の進展は、サービス企業における顧客接点の構築をより容易なものにする。そして、接点が得られたなら、次には双方向型コミュニケーションの下でサービスが提供され、サービスの提供者と受容者との間で相互に作用し合うことになるが、それがスパイラルアップを伴う共創プロセスとして進む中で、受容者にとっての利用価値が生み出されていく。

先にも触れたように、サービスはもともと能力（ナレッジ・スキル）という資源を適用することを意味しており、サービス提供によって実現する価値共創は受容者の能力と相俟って資源統合としても理解することも可能である。よって、それら資源を有す企業は、まさに資源の束として捉えられるのであり、何れの資源をもって人間からのサービス要求に応じるかは、企業の機能的な態様を決めることになる。つまり、プロセスとしてのサービスを起点に、流通、生産といったさまざまな機能の何れにどこまで関与するかということである。そのことは当該企業的意思決定に委ねられるが、まずは、今日、すべての企業がサービス企業として、その先端にサービス機能をもつことになる。よって、モノあるいはサービシーズに焦点をあて、生産を起点とし、流通に向けた企業の垂直統合ではなく、サービス提供による価値共創を起点とし、逆に流通や生産に向け、垂直統合された企業の態様が示されることになるが、それらは機能的には多種多様なバリエーションを企業システムにもたらす。例えば、人間との接点を構築し、それを通してサービスのみを提供する企業、サービス提供に伴うモノに市場での共同購入という形で流通機能に関与する企業、市場を介した共同開発をおこなう製造機能にまで関与する企業が考えられ²、最終的に、それらはサービスエコシステムを形成する。

そして、人間を中心としてこのサービスエコシステムをみるなら、それは、サービス化社会を描くことに繋がる。ところで、こうしたサービス提供による価値共創を中軸に据えた企業の成果はどのように考えたら良いか。それは、先のサービスの未等価交換をどのように克服するかということと深い関係がある。なぜなら、それは、サービスがこれまで強いられてきた未等価交換を如何にして等価交換にするかという問題

² 例えば、楽器を扱う S 社は、当初、音楽のある豊かな生活を人々に送って貰いたいということから、楽器の演奏を教えるビジネスを開始した。すなわち、サービスのみを提供する企業である。しかし、そうした中で、顧客（生徒）から自宅でも練習できるように楽器の販売を求められ、流通機能に関与することとなり、さらに、自分だけの楽器が欲しいという要望に応えるために楽器の製造まで手掛けるようになった。

だからである。そのためには、今日、サービスの相互作用プロセスによって共創された利用価値に対して等価の判断がなされることが求められている。それは、所有から利用へと人々の関心が移行する中で、所有に対する等価ではなく、利用に等価である新たなプライシングが必要なことを示唆している³。

いずれにせよ、もし、サービスが未等価交換のままであるなら、言い換えれば、市場での取引価格に依拠したままであるなら、その後のサービス提供において、提供者は受け取った価格に見合うと自身が判断するサービスしか提供しようとせず、受容者は支払った価格に見合うと自身が判断するサービスの提供を求めるが、そこから双方の利益がもたらされるかどうかはわからない。これに対して、サービス提供からもたらされる利用価値に応じた支払いを受容者の人間（顧客）がするのであれば、提供者は利用価値を高めることに邁進し、その結果、提供者の努力に応じた多くの対価が支払われる。また、その逆もあることから、提供者のサービス提供が人間（顧客）の真意にもとづいて評価される。ここにサービス化社会が期待される大きな理由がある。

(2) サービス学の領域

① サービス学の鍵概念

それでは、サービス学にとって鍵となる概念とは何か。それは、サービスそのものの本質を言い表すものでなくてはならない。ここでは、相互作用性、関係性、プロセスという3つの鍵概念について述べる。

第一の鍵概念は「相互作用性」である。モノ、サービスは事前的であるが、本提言が指し示すサービスの場合は、そういうわけではない。たとえ、提供者（受容者）が受容者（提供者）に働きかけても、先方が応答しなければ、それは単なるワンウェイコミュニケーションに過ぎず、そこにサービスは成立しない。そして、新たな価値も生まれない。したがって、サービスの第一の成立要件は相互作用性にあり、それはサービスの中核概念となる。そして、主体者間に相互作用があれば、それは、両者に何らかの関係が生じていることを意味する。第二の鍵概念は「関係性」である。ここで、サービスにおける受容者と提供者の間の関係を、特にサービス関係という。また、サービスは時間の経過の中で交わされるのであり、単なる短期的なマッチングとは異なる。つまり、受容者と提供者は本質的に長期的な関係となる。

最後が「プロセス」である。新しいサービス研究は、サービスをモノではなく、プ

³ 今日、ビジネスにおいて、サブスクリプション（定額制）という利用に焦点をあてたプライシングが注目されている。それは、モノ、サービスの事前的な交換価値に対して等価の支払い（等価交換）をおこなう、これまでの所有権移転ビジネスにおけるプライシングを超えている。因みに、このサブスクリプションは、すでにコピー業界などで用いられてきたが、それは、サービスに対する支払いの仕組みでしかない。ここでいうのは、プロセスとしてのサービス、すなわち、利用時における提供者と受容者の相互作用から生み出された新たな価値に対する支払いを定額でおこなうものであり、その狙いはまったく異なっている。さらに、プロセスとしてのサービスによって共創された新たな価値に対して、サービスを評価する立場にある受容者が支払いたくだけ支払う PWYW (Pay What You Want) プライシング [10] にも関心が寄せられている。すなわち、それは、利用に等価の支払いを顧客が決めるというものであり、人間が中心となるサービス化社会の道理に適ったプライシングといえる。

プロセスとして理解することからはじまった。したがって、受容者と提供者の相互作用的な関係性もプロセスとして捉えられる。そして、相互作用の狙いがプロセスを通じて新たな価値を生むことにあることから、その相互作用プロセスは、時間が経過する中で、より優れた遣り取りを生む。言い換えれば、相互作用プロセスとしてのサービスが交わされた結果、提供者、受容者双方の能力という資源がより洗練されていくのである。すなわち、サービスのプロセスは、スパイラルアップしていくことになる。

以上がサービス学における3つの鍵概念であるが、これらのすべてをもってはじめてサービスは論じることができる。そして、学としてのサービスを考えるなら、これらの鍵概念を基にどのようなサービス学を導き出すことができるか、以降で議論する。

② 新たな領域としてのサービス学

我々が目指すサービス学は、既存学問の学際的な領域において成立するのではなく、それらを基盤としながらも、それらの上位に位置する空間に新たな領域として形成される。そこで、これまでの議論を整理し、サービス学の基盤となるような既存学問を示すなら次のようになる。

まず、サービス学の研究対象が人間の生活世界(図1参照)にあることから社会学、生活学(生活科学)、心理学(社会心理学)を基盤として、価値創造者としての人間がいかにして自身にとっての価値を創造しているかを明らかにする必要がある。そのうえで、不足するナレッジ・スキルを補うべく他からのサービス提供をもとにした価値共創が解明されることになる。その際には、サービス学の鍵概念である相互作用、関係性、プロセスと密接な関連をもたせることが重要となる。また、サービス提供による価値共創において、モノ、サービスーズが必要であれば、それらは市場(図1参照)を経由して獲得されることから、これまでの商学、経営学、経済学といった市場との関わりの深い学問がその基盤となる。とりわけ、商学に属す消費(者)行動、購買(者)行動、マーケティング、サービスーズ・マーケティング、サービス・マーケティング、サービス・マネジメントが重要となる。一方、サービスのサイエンスということからすれば、工学、情報学などを基盤とし、サービス・オペレーション、サービス工学、ネットワーク論といった学問が必要となる。

すなわち、サービス学は、人間が主体的、中心的な社会を構築するためにきわめて重要な役割を担う学問であり、その発展と普及は喫緊の課題となっている。

(3) サービスの提供者と受容者の役割と課題

今後展開すると考えられるサービス化社会では、企業活動に限定されず生活世界全般でサービス活動が活性化する。ここで人々の交換の基盤となるのは、これまでのような経済的価値ではなく、サービスエコシステムの中で共創的に創造される価値(以下「共創価値」)である。共創価値とは、サービスの提供者と受容者の双方が能動的に自らの知識やスキルといった資源を提供し、それを統合することで生まれる。このようにして共創される価値は、提供者・受容者双方にとって有益なものであり、必ずしも財務的価

値とは限らない。生活世界重視への社会の変化に伴い、企業経営においても、非財務価値を重視した経営や企業評価の重要性が高まっている。理念や社会的貢献への共感や賛意、従業員との人的な紐帯など、感情や知識の価値の創造が、サービスエコシステムのサステナブルな循環になくてはならない要素になったといえよう。

サービス共創価値の担い手である提供者と受容者は、その範囲と役割において、2つの点で特徴がある。1点目は、提供者、受容者といっても、その範囲は直接相対する企業と顧客（もしくは、フロント従業員と顧客）に限定されない、ということである。サービスにおいて上記の二者間の直接の相互作用はごく表面的な一部分であり、提供者も受容者も自らが属する帰属集団があり、相互作用を媒介する企業にはサプライヤーやその取引先がある。さらには、株主や債権者、監督官庁や地方公共団体などの行政機関、地域社会などに相互作用の連鎖は及ぶ。サービスの生産と消費に関係する多くのステークホルダーがネットワーク的につながったものがサービスエコシステムであり、その構成員すべてが価値共創の担い手となる。

2点目は、サービスにおける価値共創活動では、サービスの提供者と受容者という役割分担は、共創という時点ですでに固定的ではないという点である。BtoCのビジネスでは、サービスエンカウンターでの受容者と提供者の相互作用のひとつひとつが影響し合い、文脈を変化させ、時には提供者に、時には受容者に入れ替わる。BtoBの世界では、ある製品についての材料や部品のサプライヤーと最終製品の組み立てメーカーの役割は、別の製品に関しては逆転していることも多い。また、シェアリングエコノミーに代表されるように、主要な資源の提供者がこれまで受容者とされていた消費者であるケースもある。この場合、企業は仲介者としてプラットフォームを提供し資源統合をするサービス生産の中での一参加者となる。このように、提供者は受容者に、受容者は提供者にと、役割は流動的になりつつある。

こういった構造変化の中で、提供者と受容者の役割、それぞれに求められる資質も当然これまでとは異なる。まず、提供者はサービスを設計するが、設計の対象となるのは、単にサービスに埋め込む機能的な価値ではなく、サービスエコシステム全体のプロセスである。その範囲は広範で、受容者のニーズ喚起から探索、申し込み、初期の提供プロセスといった購入段階はもとより、その後の使用段階における相互作用、また、受容者の情報シェアも含めたサービスの影響が及ぶエコシステム全体である。これらのプロセスの設計においては、関係者が自ら積極的に資源を提供しようとする動機を高め、提供しやすい仕組みと効果的な資源統合プロセスを作り、全体として共創価値の最大化を図ることが必要となる。サービスは長期的関係性の中で、繰り返し生産と消費が生じるが、その度に資源そのものの質と統合プロセスは洗練され、共創価値を増大させることが企図されるのである。そのためには、提供者には提供するサービスのエコシステム像が描けている、言い換えれば、世界観を持つことが求められている。エコシステム内で適用されるインスティテュート（制約・規範・文化的認識）を理解または創造し、プロセスの設計と実行に反映し、継続的なモニタリングと改善を行うことになる。企業、特に製造業は製品に価値を埋め込む一方向の価値提供型ビジネスから共創型のビジネ

モデルへの変換が急がれる。受容者の教育を含む資源の取り込み方、エコシステムの世界観とその範囲の特定、エコシステムにおけるインスティテュートの形成、共創価値を評価する KPI の設定や人事制度などの体制整備も同時に必要になる。

一方で、受容者もこれまでのように受動的な存在ではありえない。デジタル化が進む社会において IT リテラシーを高めることは、得られるサービスの質と共創価値向上には必須である。レストラン予約での連絡なしのキャンセルは、結果的に店側にサービス料金やキャンセル料を上げること余儀なくさせ、全体としての共創価値を減らすかもしれない。無駄な資源の浪費を防止するシェアリングビジネスは、参加者の良識ある行動が成立の前提条件になっている。

より大きな共創価値を得るためには、共創の当事者である受容者自身がよりよい共創者となること、すなわち、エコシステムの一員であることを自覚し、対象サービスに関するリテラシーや資源提供能力を高め、提供者との間、受容者同士、またその他の関係者との長期的関係を維持発展させる努力をすることが必要になる。あるサービスエコシステムにおいてより良い共創者となるためには、法律や規制でペナルティが明確に定められていない事柄でも、長期的な共創関係を阻害すると考えられるサービスの提供者を拒否し、また、自らの共創関係を阻害する行動をしないことが重要である。そのためには、受容者は能動的な存在となり、先述したエコシステムのインスティテュートを理解する努力が必要になる。

以上から、サービス化社会においては、提供者・受容者共に、これまでのような提供者（企業）・受容者（消費者）という固定的な役割ではなく、異なる役割を持ちつつも、両者ともが共創価値を創造する担い手となるのである。この役割の転換と拡張が予想される中で、両者に共通する課題は、来たるべきサービス化社会への意識と行動の転換であり、そのためのサービス学の教育・研究の充実が急務と考えられる。

(4) サービス化社会を担う人材像

サービス化社会が実現する過程では、既存の産業体系の変化が急速に進むことが想定される。従来の機械と人間の関係も AI の発達によって、大幅な代替が発生することが予想され、従来の技能教育にも修正を加える必要が出てきている。サービス学では、これらの技術の発達と社会の変化に積極的に関与し、より良い社会を構想できる人材を育成することを目指している。そのためには、人間を中心においたサービスの提供とその過程への参加、また役割の変化への対応など、特定の職種と関連して高度な専門職としてサービスを提供する個人のあり方にも修正されるべき要素が出てくる。一方的にサービスを提供する側としての能力開発だけではなく、相互作用の水準を高めるための能力開発や多くの知恵を集めながらイノベーションを推進していく能力など、従来の学校教育では涵養することが難しかった能力が求められるようになっていく。こうした目標を達成するため、従来の技能教育と職種を結びつけた教育に加えて、サービスを提供する側、受容する側の相互作用を加味した科目、持続可能なシステムを構築するための考え方や技術を学ぶ科目などの設定が望まれる。科目の中では、人間を取り巻くサービスの

実現、サービスを効果的に行い受容するための枠組み、相互作用の中でイノベーションを起こしていく考え方などが教授されることになる。そこで、想定される人材像は、人、モノ、情報を柔軟に組み合わせながら、新しい「サービス」を継続して開発、提供し管理できる能力を持つ人材とそうした「サービス」をつなぎ合わせるために主体間の相互作用の開発、管理ができる人材である。

3 サービス学の教育方法

(1) 人材育成としての高等教育機関の現状と課題

高等教育機関には、従来通りの学際的な研究の推進、および、優れた専門性の獲得に加え、実務的能力を含めた社会への適応能力の涵養のための社会連携の3つを同時に実現する教育研究組織の構築が求められている。これらに、2章(4)に示した、サービス化社会による高等教育機関への要望である「サービスの受容者と供給者との相互作用」、「技能と職種との対応」、「持続性を高めるための技術や思考」を加える場合、高等教育機関には次のような課題が生じる。

① 複雑さが増すサービス化社会との持続的連携に必要な問題解決力

従来の教育は、サービス提供者（生産者）としての能力を高めるため、専門性の追究に大きな努力を割いてきた。大量生産や大規模なサービス提供設備を有する組織の運営は分業によって実現されてきた。しかし、この分業を前提とした社会経済のあり方に変化が生じるにしたがって、前述したようにサービス提供者と受容者の間の垣根も曖昧になってきていることが指摘されている。

高等教育機関においては、従来の専門性の定義を再度検討する必要があるだろう。19世紀以降に急速に蓄積された科学技術に根ざした知的財産は、これからの社会の変革に必要な知識として広く共有・継承される必要がある一方で、今後は、前節で示したように「持続可能な社会」の実現に向けてどのような提供者や受容者のあり方が望ましいのかを検討する知的基盤の整備に、より一層の努力が図られるべきである。

サービス学が対応しようとする社会的な課題については、従来、経営学、工学、医学、教育学など様々な分野で研究、教育がなされてきた。その長い歴史を持つ学問的な伝統に依拠しつつ、提供者と受容者が相互に影響し参照し合う様な社会における問題解決の方法を学ぶことが必要となっている。

それぞれに尊重される存在としての提供者と受容者が共創的な関係を築くためには、従来の狭い学問分野の知識だけではなく、学部教育全体で新しい社会経済について体系的に学ぶことのできるカリキュラムが望まれる。

② 現場の実践知の鍛錬までは未だ及んでいない職種別の専門教育

現在のサービスに関する職業に就くためのプログラムの多くは、知識と技能に焦点を当てた教育体系を取っている場合がある。医療、看護、福祉、輸送、観光、教育、

保育などそれぞれの職業に就くための専門的な知識と技能の修得を目指したカリキュラムは資格と連動して設定されている場合が多い。

サービス化社会において重要な役割を果たすこれらの職業を志向する学生向けのカリキュラムに、2章で提示したサービス化社会を総合的に理解するためのプログラムが盛り込まれることが望まれる。それは、これらの職業に共通の課題を知ること、将来の職業選択に資すると考えられるからである。ただし、資格取得に関する科目を学習するには、増大する知識、及び、複雑化するサービス提供場面に対応する技能の獲得のために時間的な余裕がない。それを補完するには、職業に就いた後に行われる継続教育の機会についても、高等教育機関が積極的に関わることで解決する側面があると考えられる。

③ 関係者間の相互作用を理解するためのサービス学基礎科目の未整備

本提言で言及する経営系、工学系、情報系のカリキュラムには、部分的にサービス学に対応する科目群が置かれている。そこでは、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・サイエンスなどの科目の設置が散見されるものの、「サービス」を中核としたカリキュラム体系は用意されていない。名前にサービスとついた学部、学科でも、実態は上述のサービス職種への就職を前提としたカリキュラムを束ねたものとなっていて、その中核となる科目でサービス学に繋がるような科目が設定されているわけではない。これは、サービス学の中核的な科目群と個々の職業教育との関連が明確でないことが原因となっていると考えられる。

(2) 教育課題の解決の参考となる国内外における教育実装の展開事例

① 国内外の事例・サービスと価値

本提言で想定しているサービス学の実装事例は、我が国の学部教育で既にその一部が取り入れられようとしている。その先駆的な試みとして高度専門職業人養成の養成を目指す大学院の修士課程の事例から検討することとする。

ここで、取り上げるのは筑波大学大学院システム情報工学研究科社会工学専攻で行われているサービス工学学位プログラムである。このプログラムは、2009年に採択された経済産業省の「産業技術人材育成支援事業」がベースになっている。2014年4月に開始されたこのプログラムでは、「効果性のサイエンス」、「効率性のサイエンス」、「統合のアート」、「仮説検証とサービス進化」という4つの段階を通して、経営におけるPDCAを理解するというカリキュラム構成となっている[11]。科目の内容は工学系と経営学系の研究内容を元にしたもので、双方の背景を持つ教員団が担当している。設計から実施、検証そして新しい試みへという一連の流れの中で、サービスに関連する理論と幾つかのサービス業での実践的な課題を研究することを目的としている。

入学生は実務経験を持たない者が多いので、実務的な研究を行う上でのフィールドを用意するなど、教員の努力によってカリキュラムが維持されている。入学生には相応の数学的な知識が求められる。入学者は順調に集まり、プログラム修了生の就職先

も十分に確保されており、工学的なアプローチを基礎にしたサービスに関する教育の良き実装事例と言えよう。しかしながら、サービスの職種別に多様な教育課程で分断的に教育されている現状において、筑波大学の本事例のような体制を個別に設けることは人的資源面でも経済面でも困難であろう。その対応策については(3)④で述べる。

② 価値共創などのサービス思考に関する基礎科目を含む教育コースの設計例

次に取り上げるのは、スカンジナビア諸国におけるサービスに関する教育の事例である。スカンジナビアでは、製造業の衰退や情報産業への経済のシフトに対応する仕組みとして、サービス学の教育が行われている。例えばコペンハーゲンIT大学で行われているそれは、顧客経験を実体験を通じて学び、顧客の課題を解決するソリューションをソフトウェアを活用し実装する方法を学ぶもので、サービス学の考え方を応用したものである。また、コペンハーゲンビジネススクールの学部課程では、サービス・マネジメント学科の下に観光・ホスピタリティコース、芸術・文化コース、サービスイノベーションコースの3つのコースが用意されている。コースは分かれているが、個別のサービス産業について学ぶのではなく、サービスが生み出す価値に基盤をおいたサービスの設計方法を中心に学ぶという考え方に沿っている。このような方針は、本提言で提示したサービス学の考え方と共通する部分が大きいと考えられるだろう。

このようなスカンジナビア諸国の事例は、ビジネススクールや大学院との連携が充実しており、我が国の教育実装を考える上で大いに参考になる。こうしたサービス思考をデザインにいかすサービスデザインを、従来の情報工学部や芸術学部におけるwebやユーザーインターフェースの設計に取り入れる傾向が増えつつある。これらの学部や学科では、サービス学のうち、顧客の経験価値の向上を目的とした科目を設定している。

なお、サービスデザイン自体は幅広く応用されている考え方であり、技法も数多く提案され実際のビジネス現場でも利用されている。サービス学の科目体系にサービスデザインを加えることは、具体的な提供物の設計や顧客経験との関係を整理する上でも重要な要素であると考ええる。

③ 職種別のビジネスやマネジメントまで含む実践的専門教育の事例

千葉商科大学のサービス創造学部、西武文理大学のサービス経営学部は、国内では数少ないサービスを冠した学部の事例である。両学部の共通点は、幾つかのサービス業種に絞った科目設定を行い、受験生や社会に学習内容を分かり易く提示している点である。特に、千葉商科大学では、比較的低年次からファッション業界や外食サービスなどの業界に焦点を当てた科目配置を行っている。

また、阪南大学の流通学部には設定されているサービスマネジメントコースでは、ホスピタリティ産業を中心に、ブライダル、外食、コンテンツなどの科目が並んでおり、業種を絞る傾向は同じである。カリキュラム全体の中心は人的サービスの提供を伴う

オペレーションにおける知識の習得であり、サービス学が視野においている教育内容と重なっている部分もある。

近年、多数設置されている観光系の学部・学科でも同様の傾向が見られ、特定の職種に焦点を当てた科目設定が行われている。以上、幾つかの事例を検討すると、医療サービス、福祉サービス、看護サービスなどのように資格と関連した分野の科目設定に比べると、経営的な要素を強く意識した科目設定が行われていることも特徴となっている。

(3) 教育課題を解決するために必要な教育実装の方法

① 教育実装の方針

学部におけるカリキュラムについては、サービス学を教授していくための部分的な要素はかなり整備されているように見られる。ただし、教育実装という視点からは、特定の領域で応用的な立場でサービス学の考える要素（提供者と受容者の相互作用から得られる共創価値、利用価値の重視、顧客経験の理解など）が利用されている。しかしながら、そうした考え方が提示されてきた理論的背景などを体系的に理解するための科目が不足しているように感じる。したがって、教育実装を考える上で、「サービス学の枠組みを学ぶ基礎的な科目の充実」、「サービス学の考え方を各分野の状況に対応させる応用的な科目の設置」、「これらの知識の実践的で自足的な応用に関する科目群の開発」という3つのフェイズに基づく科目の設計が重要となる。

② サービス学の参照基準に基づく科目設定

日本学術会議報告「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」（以下「サービス学の参照基準」）[1]から示唆される3つのフェイズに基づく科目の基本構造を示す。

ア サービス思考を身に着ける基礎的な科目

サービス学の参照基準では、基礎的な科目の持つべき要件として以下の4つを取り上げている。

- a. サービスに関する歴史的な考察：社会経済的な「サービス」の変遷と学術研究の変化
- b. 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
- c. 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
- d. 人々の生活におけるサービスの変化：サービスの変化が人々の生活に与えてきた仕組み

基礎的な科目では、従来設置がされなかったような、サービス学の基礎となるべき概念や社会的変遷に関する科目の設置を提唱しており、それぞれ後ろに続く科目体系によって重点を置くべき部分に違いが出てくる。

a. は共通の要素として考えられるが、b. は社会科学系の学問分野ではより深く掘り下げた内容が望まれる。c. に関しては、技術系の学問分野で複数年次に渡って科目が設定されても良いし、演習科目として設置することも考えられる。d. に関しては、人文学も含めて幅広く教養系の科目の中で、社会経済のあり方が変化し、目指すべき社会がサービスを中心とした社会へと変化していく様子を理解させることが必要となる。d. は a. と並んで高等学校の課程との接続性が望まれる。社会のあり様が、交換の増大による社会の富の増大から価値を中心とした生活の質や持続可能性を重視した社会へ転換しつつあることについて、概念的なレベルでの理解が望まれる。

既存の学問体系をいかしてサービス学基礎科目を実装する一例として、経営学系の科目体系に、(2)②に示したスカンジナビア諸国の事例のような、サービス・マーケティング、サービス・マネジメントなどの科目を加えて、流通、交通、運輸、金融などの商学系の科目と再編成する方法が考えられる。また、情報処理系の科目を充実させている学部の場合には、web やインターフェースの設計におけるサービスデザインの補足により、一層実践的なカリキュラムの構成が可能であり、サービス思考の学修が可能となるであろう。

イ サービス化社会で貢献できる職種別の応用的な科目

サービス学の参照基準では、サービス学の実社会への応用を図る上で、理論的な学修と技術的な学修の双方の必要性を述べている。理論的な側面に関しては、各学問分野で培われた知識体系に加えて、サービス学が蓄積してきた知識体系を組み入れる形で修正を行い、各分野で標準的な応用事例を提示する必要がある。例えば、経営学の分野であれば、経験経済[12]、サービス・プロフィット・チェーン[13]やサービススケープなど代表的な考え方にに基づき、より個別の問題にアプローチできるようにすることも有用であろう。

工学分野での科目を想定すると、設計段階から使用場面を想定しながら、新しい発想で利用価値を生み出すような実習的な科目の設定が望まれる。工学的に優れた製品が使用場面に合致するように設計を行うことは、サービスを提供しながら共創的な関係を発展させるというサービス学の考え方を基礎とすることが望ましく、実際にデザイン思考などの講義も設定されてきている。

スタンフォード大学の d. School の事例を挙げるまでもなく、既に実績のある教育プログラムが存在しているので、これらの科目と連携しながら、ともすれば技術教育に偏りがちな点をサービス学の考え方を使うことで補強できると考える。

ウ 学術とサービス化社会との持続的連携を図る実践的な科目

実践的な科目では、既に各分野において資格などと連動して学ぶべき内容を詳細に決定している分野もあるが、これらの分野であっても近年の新しい技術や社会経

済の変化に対応するために、サービスに関する新しい知見を取り入れながら、標準的な科目体系を見直していく必要がある。

もちろんサービス提供の現場では既に教育体系の変更が試みられているところもあるが、情報システムやインターネットの導入、グローバルな事業展開などの変化を、的確に高等教育機関のカリキュラムに適応する中で、サービス学の考え方の取り入れが行われることが望ましい。現場での教育では、ともすればオペレーションの円滑な運営や効率性の追求に多くの努力が払われ、共創性を高めるためのサービス提供者とサービス受容者との関係の調整、双方の力量の理解といった視点が欠ける場合があるからである。

その点を修正するためにも、サービス学で考える「持続可能なシステムの維持」という視点は、実践的な科目において理解されることが有用である。特に、医療や福祉などの分野では、非営利組織の運営の特徴を踏まえた、より実践的な科目設定が考えられる。現時点では、卒業後に設定されている科目も課程内での実施が望ましい。例えば、医療サービスの提供者に対する教育であれば、患者が自立することを促し、患者と医療従事者が共同でより良いサービスを提供するためには何が必要かを学ぶ機会を付与する試みなどが既に行われており、こうした試みに理論的な基礎を提供することもサービス学にとっては重要な役割であろう。

③ 評価方法

サービス学の参照基準では、多面的な評価方法の採用が謳われており、教育課程における評価基準においても断片的な知識の蓄積だけでは無く、高度な知識を利用できる技能、複雑に変化するサービスの提供現場における対応能力を含めた評価基準を採るべきである。その際に、従来の職能教育との整合性が十分に準備される必要がある。高等教育機関が教員によって提示された課題に対する評価だけに依存してしまうと、学習者の到達点が限定されてしまうことになる。

近年の医師養成課程に取り入れられている福祉施設での現場実習を義務化するというような試みを低コストで実現することで、評価視点の多様化を進めることが求められる。

④ サービス学の教育実装に必要な体制

サービス学の教育を実施するにあたっては、少なくとも2つの体制を整える必要がある。

まず、前項で示したサービス学の骨格をなす科目を的確に教育できる教員の育成である。教員は、基礎的な科目、応用的な科目、実践的な科目で高い専門性を有することが必要であり、大学院の課程でサービスに関する研究に携わることが望ましい。加えて、研究実績だけでなく、サービスに関する実践的な教育経験を蓄積できるような体制も必要となる。現状では、育成は主に経営学系、工学系の大学院で行われること

が多いが、応用的な科目への対応力を高めるためには、上記以外の分野でも教員のサービス学に関する教育機会の確保が望まれる。

もうひとつは、サービス学に関するカリキュラム開発とその支援体制の構築である。サービスに関わる各領域において、教育カリキュラムの単元毎に必要な教材を開発するだけでなく、ワークショップや演習を効果的に組み合わせて、サービス学を体系的に教育することが求められている。そのため、サービス学の学術的な研究成果をどのように学部教育に盛り込むか、わかりやすい教材開発や実践的な科目設置に関する支援体制が必要である。しかしながら、3(1)のサービス学教育の現状と課題の中で明示したように、サービスの職種別に多様な教育課程で分断的に教育されている現状において、各教育組織でこれらの体制を個別に整備することは人的資源面でも経済面でも困難であろう⁴。その対応策のひとつとして、東京大学を中心とする「数理・データサイエンス教育強化拠点コンソーシアム」の取組み[14]は大いに参考になる。これは、ビックデータを的確に解析し、その知見を学術の発展や社会に還元できるデータサイエンティスト人材育成への要請[15][16]を受けて、文系理系を問わず、全学的な数理・データサイエンス教育を推進する拠点として、文部科学省の支援を受けて展開されている取組みである。具体的には、東京大学、北海道大学、滋賀大学、京都大学、大阪大学、九州大学の研究センターが協働で、モデルとなる標準カリキュラムや教材を作成し、各大学内のサービス関連領域で共有するだけでなく、全国のさまざまな大学への展開支援も行っている。もちろん、サービス学はデータサイエンスとは異なる学問領域である。しかし、サービス学は文系理系を問わずサービスの職種別にさまざまな領域で教育されている、あるいは、今後サービス化社会への移行が進む中で、健全な市民生活を送る上でサービス学の概念や思考を体系的に学ぶ必要性がますます高まるという点は、データサイエンス教育に対する社会的必要性と共通している。

そこで、サービス学教育実装上の体制整備の対応策として、複数の大学が共同で関連する学協会と連携しながら、サービス学教育を補強・増強する組織(センター)を設置することを提案する。本組織(センター)は、サービス関連領域の特性やニーズを十分に考慮しながら、サービス学の本質を系統的学ぶための標準的カリキュラムや教材の開発と提供を行う。また、サービス学に従事する教員の再教育や派遣を請け負う組織としての機能も担う。各高等教育機関は、本組織(センター)が提供するこのようなサービスを活用することにより、従来の教育課程で不足している、あるいは、さらに拡充したい教育サービスを展開できるようになると考える。ただし、本組織(センター)がこのような目的を果たすためには、データサイエンティスト人材育成プログラム同様、サービス人材の育成を複数の教育機関で構築・運営する体制を後押しする国(政府機関)の施策が望まれる。

⁴ 3(2)で紹介した教育実装例で紹介したように、近年、職種別のビジネスやマネジメントまで含む実践的教育を展開している学部もあるが、サービス学の鍵概念や思考をその理論的背景まで含めて網羅的に教育するカリキュラム体系には至っていない。また、サービス・サイエンスに特化しているものの網羅的な教育を行っている筑波大学大学院の場合には、経済産業省の支援を受けて整備を行っている。

4. 提言「サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会の構築に向けて」

(1) 市民の役割

来るべきサービス化社会では、企業活動に限定されず生活世界全般でサービス活動が活性化する。すなわち、市民はサービスの受容者ではなく、企業や組織と共同してサービス価値を創り出す主体となる。特に、近年の ICT 及び AI 技術の進展により、市民は、個々の生活空間において、さまざまな提供者から、自分のためだけにカスタマイズされた多様なサービスを得ることができるようになっている。このように、生み出されるサービスがカスタマイズされればされるほど、受容者である市民はその価値をどのように評価するか、そこに人間としての良識が求められる。すなわち、当該サービスの価値は自分にとっての短期的、自己中心的なニーズの実現にとどまらず、コミュニティ、社会、地球環境への影響などの観点から多面的に評価することが求められるのである。これら要請は情報社会に生きる市民の役割としても認識されている。

一方、新しいサービスエコシステムでは、市民はサービスの受容者（ユーザーや顧客）としてだけでなく、車や家といった資源の提供者として、サービスの質や設計そのものに積極的に関わることになる。市民が、このようなサービスエコシステムに主体的に関与し、より健全で心豊かな生活を実現するための教養として、あるいは、エコシステムを介して広く社会に影響を与える当事者として「サービス学」の修得は不可欠である。

さらに、今後ますますサービス中心社会に移行することを考えると、バックキャスト的に「望ましい社会」を具体的に描く上で、サービスに関する知識や思考を学び、理解することは重要であろう。市民が「サービス学」の知識や思考を修得し、生活世界で展開される健全な共創活動に主体的にかかわることができるサービス化社会の実現こそが、サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会といえよう。

(2) 産業界の役割

日本の産業は高度成長期から、高性能で高品質なモノ（製品）を低価格で世界のさまざまな市場に提供してきた。しかし、多くの産業において、品質の高さや機能の多さ、あるいは、価格の安さを強みとすることには限界がきている。本提言では、a. モノは心豊かな生活を営むための手段でしかないこと、すなわち、モノそのものに価値があるのではなく、モノの利用にこそ価値があること、b. 利用価値は受容者の利用によって作られるものであること、さらにその利用に提供者が関わることでより良いサービスが提供できる可能性があること、c. 企業・組織はモノやサービスを設計し共創の場を提供する「提供者」であるだけでなく「受容者」でもあること、といったサービス学の考え方を紹介してきた。このような考え方は、どのような産業や職業においても必須である。すなわち、顧客と直接関わる部署からそうでない部署まで、顧客経験、利用価値への関わりへの理解などを人材育成過程で的確に教育する必要がある。そして、サービス学の論理基盤や諸概念を体系的に理解すると共に、自らが関連する企業間や社会とのネットワークを十分に理解して、市場の背後にある生活世界をも巻き込んだサービスエコシステムの創造が求められている。

ICT や AI の進歩は、IoT を経て、生活世界におけるさまざまな主体(人間)がインターネットで繋がる IoH の実現を可能にする。これにより、価値共創の場の整備が広がり、人間を中心としたサービス化社会の高度化への期待が高まるものと考えられる。しかし一方で、企業・組織と消費者・市民間の知識の格差が進み、プライバシーの侵害やセキュリティリスクもこれまで以上に高くなっていく。産業界がこれらの格差解消に積極的に努力することはもちろん、自らが市民社会の一員としてルールを遵守し、イノベーションの成果を広く市民社会と共有する姿勢を持つことが必要である。

来るべきサービス化社会においては、産業界の役割は市場における経済価値創出から、生活世界での共創価値創出へと移行する。したがって、産業界は市場における経済価値、すなわち、短期的な財務成果のみに注力するのではなく、サービスによって創造される長期の共創価値重視へと、組織戦略そのものを移行することが求められる。

(3) 高等教育機関の役割

高等教育機関は、従来の役割である研究の推進、高度な専門性の鍛錬、社会への貢献に加え、サービス化社会を牽引する人材を育成するために、専門性と職種との対応の明確化、価値共創のためのサービス思考の補完、持続性を高めるための実践的な技術や知識の鍛錬が重要となる。これらを達成するために、まずは既存の学部教育の変革からはじめることが現実的であろう。

具体的には、サービス学の参照基準に基づき「サービス思考を身につけるための基礎科目」、「サービス化社会で活躍するための職種別の応用科目」、「学術とサービス化社会との持続的連携を図る実践的科目」の設置を検討する必要がある。新たな科目を新設するためには、従来の職能教育との整合性を保ちつつも、複雑に変化するサービスの提供現場への対応能力に関する多様な評価項目を現場と協力して設定することが求められる。

また、サービス学教育のための新たな科目や評価を担当する教員の確保、育成を要する。サービス学が先行している海外における研究の動向も把握しながら、日本のサービス化社会の牽引に必要な内容を取捨選択することにより、段階的実装が可能となるのである。さらに、既存の資源をいかして早急にサービス学教育を実装するために、サービス学に関わる高等教育機関は、複数の高等教育機関、関連する学協会、サービスを具現化する産業界と協働でサービス学教育を補強・増強するための組織（センター）を創ることを検討すべきである。

(4) 国・政府の役割

サービス化社会の実現のためには、市民間の取引ルールの制定や個人情報利用に関するルール作りなどサービス化社会の基盤の整備が急務である。現在、そのような試みが部分的に進んでいるが、製造企業のモノの取引を前提としてできあがってきた社会の仕組みを無理に適応させる努力が払われているのが実情である。社会が共創価値創出に移行しようとする際、国家的な支援が必要になる。例えば、産業界に対しては、非財務

指標の統計的整備や、産業間を跨いだサービスを提供する際の規制のあり方、より良い受け手となるための市民への啓蒙活動などである。

望ましいサービス化社会の実現のためには、将来起こりうる事態を想定して、提供者も受容者もより良い状態を作り出す努力が必要であり、公平で公正な負担とは何かを国民が納得できる証拠を提示する必要がある。そして、共創的な社会活動の意義が明確な証拠を元にして理解されるためにも、高等教育機関における授業科目の中にサービス化社会の実現の重要性を理解する内容を付加することが求められる。このことは、社会にとって価値のある活動や試みに積極的に関わろうとする意識を高め、持続可能なサービスエコシステムへの関心を持つことにも繋がる。

これらの目的を達成するためには、本提言で繰り返し主張してきたように、サービスの提供者、受容者も含めた持続可能なサービスエコシステムの構築に必要な知識や技能の修得の機会を、高等教育機関が中心となって創ることが重要であるが、国・政府は、それを促進するための施策を講じるべきである。

＜用語の説明＞

1) 有形財

物理的なかたちをもち、目で見たり触ったりできる有形の財。

2) 無形財

有形財に対して、物理的なかたちを持たない財。

3) サーキュラーエコノミー

循環型経済。従来の大量生産・大量消費・大量廃棄の経済モデルに代わる、地球環境や労働環境にも持続可能性をもたせるための経済システム。原材料を中心の資源循環の効率化だけではなく、既存の製品や有休資産の活用などによって価値創造の最大化を図る。欧州の資源循環政策でもある。

4) シェアリングエコノミー

インターネットを介して個人と個人の間で使っていないモノ・場所・技能などを貸し借りするサービス（シェアリングエコノミー協会定義）。

5) CtoC (Consumer to Consumer)

消費者間で行なわれる取引。フリーマーケットやネットオークションなどが代表例。シェアリングエコノミーでのモノや場所のシェアも含まれる。

6) CtoB (Consumer to Business)

個人が売り手となり、企業が買い手となる商取引。

7) IoT(Internet of Things)

モノのインターネット。センサー機器、アクチュエーター、建物、車、電子機器など様々なモノがインターネットで繋がり、サーバーやクラウドに集約され、データ処理、変換、分析、連携ができることをいう。

8) IoH(Internet of Human)

ヒトのインターネット。IoTのようにモノや機械だけでなく、スマートフォンやウェアラブルデバイス（時計やメガネなどの装着可能なデバイス）によって人間もインターネットに繋がること。

9) サービタイゼーション

製造業がIoT(Internet of Things)などの技術を使用し、これまで生産してきたモノの財と無形財を統合したサービスを提供する動きをいう。サービサイジングと呼ばれることもある。

10) 価値共創

企業がモノに価値を埋め込んで顧客に一方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。このような新たな価値が創り出されるのは、日々、人々が暮らす生活世界においてである。

11) 利用価値

モノであれば、価値はそれが利用される段階で新たに創り出されるのであり、利用価値はそのことを言い表すためのものである。

12) 文脈価値

価値はモノが利用される段階で新たに創り出されるが、その判断は、それが利用される際の様々な背景（文脈）の下で行われることから、この文脈価値という用語が生まれた。

13) サービスーズ

これまでサービスは、有形財としてのモノとの対比から無形財として特徴付けられてきたが、今日、サービスをプロセスとして捉える考え方が台頭したことから、無形財としてのサービスをサービスーズ、プロセスとしてのサービスをサービスと呼ぶようになった。

14) サービスエコシステム

サービスは提供者と受容者の相互作用プロセスであるが、提供者、受容者は、それぞれ他の提供者、受容者との間においても相互作用を行っており、そうした連鎖的な相互関係を全体として示すものをいう。

15) 未等価交換

サービスは市場取引後に提供されるものであり、受容者との相互作用から新たな価値が創り出され、そこで初めて価値判断がなされる。すなわち、サービス提供も新たな価値の創出もなされていない市場取引時には、サービスは未だ等価の交換に至っていないことになる。

16) ナレッジ・スキル

サービスとはナレッジ・スキルを適用することをいうが、その際のナレッジ・スキルは知識と技能のことを指している。

17) 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。そこで重要なことは、サービスが提供者と受容者の相互作用プロセスであるということであり、そのことを踏まえたサービスの設計が望まれる。

18) サービス・サイエンス

サービスは主にマーケティングや経営の領域で価値の創造や評価を中心に議論されていたが、製造技術の成熟や製品の飽和と共に製造業にも価値を加える必要性が認識された。創造する価値を一層拡大するために、マーケティングや経営だけでなく科学や工学を加えサービスの扱う範囲を拡張した。

19) ユーザーインタフェース

情報システムを含む機械と利用者である人間との間で、要求や通知のやりとりのために実装された仕組み。例えば、利用者がコピーボタンを押すとプリンターが複写した紙を出力する、機械が閾値を超えた温度を計測するとブザー音鳴らし利用者へ知らせる、といった仕組み。

20) サービスデザイン

情報システムを含む製品自体の機能や性能を高めることへの偏重に対し、提供後の利用者にとっての満足、魅力、新たな問題解決方法などの価値を予測し事前に作り込むことを重視するデザイン。利用者の観察、利用者の体験の理解、利用者との共同設計などに基づくデザイン。

21) 経験経済

経済活動の主な対象は、製品からサービスへと移行した後、さらに利用経験へと移った。例えば、アップルウォッチやディズニーランドは、遊園地や時計という製品やサービスを超え、利用時の魅力や感動を持続させることにより繰り返しや派生の経済活動に結び付く。

22) サービス・プロフィット・チェーン

ビジネスにおいて、従来は利益拡大や顧客満足向上を目的に掲げてきた従来のマネジメントに対し、成長や従業員満足を第一目標とすれば自ずと利益や顧客満足の改善につながるというマネジメントモデル。

23) サービススケープ

サービスを提供する場に対する外観や環境。サービスに対し利用者が価値を感じる度合いに影響する要因となる、美しい景観、適温、便利な施設、心地よい香りなど。

24) d. School

デザインを通じて独自の可能性を発想し、新製品や新サービスを創造したり、イノベーションを起こしたりするために、スタンフォード大学に設立されたコース(Institute of Design at Stanford)。<https://dschool.stanford.edu/>

25) FinTech

ITを活用した革新的な金融サービスの総称。ICTやAIなどの高度な技術と技法により蓄積された顧客情報とブロックチェーン技術などを活用することにより、顧客ニーズを起点とした革新的かつ高度な金融サービス事業の展開を目指すもの。

26) バックキャストイング

未来を予測する際に、現状や過去のデータに基づいて未来を予測（フォーキャストイング）するのではなく、目標となる状態や制約となる状況を想定し、そこから現在に立ち戻ってやるべきことを考える思考法。

＜参考文献＞

- [1] 日本学術会議 (2018) 「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」.
- [2] Vargo, S.L. and R.F. Lusch, (2004), “Evolving to a New Dominant Logic for Marketing,” *Journal of Marketing* Vol.68, No.1, pp.1-17.
- [3] 内閣府(2019)「国民生活に関する世論調査 令和元年6月」.
- [4] GNH Centre Bhutan <http://www.gnhcentrebhutan.org/what-is-gnh/>
- [5] 国連開発計画 (UNDP)
https://www.jp.undp.org/content/tokyo/ja/home/library/human_development/human_development1/hdr_2011/QA_HDR1.html
- [6] OECD「より良い暮らし指標について」
<https://www.oecd.org/tokyo/statistics/aboutbli.html>
- [7] Brynjolfsson et al. (2019), “The digital Economy, GDP and Consumer Welfare: Theory and Evidence,” October 2018.
- [8] Grönroos, C. (2006), “Adopting a Service Logic for Marketing,” *Marketing Theory*, 6(4), pp.317-333.
- [9] Lusch, R.F. and S.L.Vargo(2014), “Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities,” Cambridge University Press, (井上崇通監訳 (2016)『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文館出版) .
- [10] Kim, J.-Y. M.Natter and M. Spann(2009), “Pay What You Want: A New Participative Pricing Mechanism,” *Journal of Marketing*, Vol. 73, No. 1, pp. 44-58.
- [11] 岡田幸彦(2010)「サービス原価企画への役割期待—わが国サービス分野のための研究教育に求められる新たな知の体系の構築に向けて—」『会計』Vol.177, No.1, pp.63-78.
- [12] B. J. バインⅡ, J.H. ギルモア(2005)「経験経済」ダイヤモンド社.
- [13] W. E. Sasser Jr., L. A. Schlesinger, and J. L. Heskett (1997) “The Service Profit Chain,” Free Press.
- [14] 数理・データサイエンス教育強化拠点コンソーシアム
<http://www.mi.u-tokyo.ac.jp/consortium/index.html>
- [15] 日本学術会議(2014)「ビッグデータ時代に対応する人材の育成」
- [16] 文部科学省数理及びデータサイエンス教育の強化に関する懇談会(2016)「大学の数理・データサイエンス教育強化方策について」
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/080/gaiyou/1380788.htm

＜参考資料1＞審議経過

「経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分科会」審議経過

平成30年

- 1月30日 経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分科会（第1回）
役員の選出、今後の進め方について
- 7月18日 経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分科会（第2回）
分科会追加委員の承認及び小委員会設置について
トヨタ社におけるコネクティッドに関する事業・サービス

令和元年

- 10月18日 経営学委員会・総合工学委員会合同サービス学分科会（第3回）
提言の内容に関する討議、シンポジウム開催について
- 12月16日～12月19日 メール審議 サービス学分科会（第4回）
提言案「サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会を構築するためのサービス学（仮）」の承認
- 〇月〇〇日 日本学術会議第〇〇〇回幹事会
提言「サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会を構築するサービス学」の承認

「社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会」審議経過

平成30年

- 7月18日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第1回）
小委員会役員選出と設置目的・重点的に取り組むべき課題について
- 9月25日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第2回）
シェアリングエコノミー協会からの講演後、技術革新がもたらす社会課題とサービス学の役割について討論
- 12月6日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第3回）
金融庁・経済産業省講演後、技術革新がもたらす社会課題とサービス学の役割について討論

平成31年

- 3月4日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第4回）
サービスの社会性を踏まえたサービス学のグランドセオリー構築に向けて、関連領域におけるサービス学の役割と課題についての議論、今後の進め方について

令和元年

- 5月8日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第5回）
二つの小委員会からの報告、提言の構成案、公開シンポジウムについて

て

- 7月16日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第6回）
提言の構成案の確認、提言作成に関する討議と今後の進め方について
- 8月27日 社会におけるサービス学の役割とその振興に関する小委員会（第7回）
提言の内容に関する討議、シンポジウム開催について

「サービス学の教育実装に関する小委員会」審議経過

平成30年

- 7月18日 サービス学の教育実装に関する小委員会（第1回）
小委員会役員選出と設置目的・重点的に取り組むべき課題について
サービス学の位置づけについて討論
- 9月4日 サービス学の教育実装に関する小委員会（第2回）
「データサイエンス教育」の実装に関する講演後、学部向け横断型教育としての実装方法や課題について討論
- 10月24日 サービス学の教育実装に関する小委員会（第3回）
「サービス工学学位プログラム」に関する講演後、カリキュラム設計、
修了後のキャリア形成、講師の育成などの課題について討論

平成31年

- 1月29日 サービス学の教育実装に関する小委員会（第4回）
日本の大学におけるサービス学教育の事例報告の後、日本におけるサービス学教育の実装の課題とその軽減方法について討議
- 3月27日 サービス学の教育実装に関する小委員会（第5回）
スカンディナヴィアの学部大学におけるサービス学教育の事例報告の後、日本におけるサービス学教育の実装の方向性と実現可能性について討議

提言等の提出チェックシート

このチェックシートは、日本学術会議において意思の表出（提言・報告・回答、以下「提言等」という）の査読を円滑に行い、提言等（案）の作成者、査読者、事務局等の労力を最終的に軽減するためのものです¹。

提言等（案）の作成者は提出の際に以下の項目を1～11をチェックし、さらに英文タイトル（必須）、英文アブストラクト（任意）、SDGs との関連の有無（任意）を記載し、提言等（案）に添えて査読時に提出してください。

記入者（委員会等名・氏名）：サービス学分科会・西尾チヅル

和文タイトル サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会を構築するサービス学

英文タイトル（ネイティブ・チェックを受けてください）

The Role of Serviceology in Building a Sustainable and Productive Society for Individuals

	項目	チェック
1. 表題	表題と内容は一致している。	1. はい 2. いいえ
2. 論理展開 1	どのような現状があり、何が問題であるかが十分に記述されている。	1. はい 2. いいえ
3. 論理展開 2	特に提言については、政策等への実現に向けて、具体的な行政等への担当部局を想定していますか（例：文部科学省研究振興局等）。	1. 郵局名：文部科学省高等教育局 2. いいえ
4. 読みやすさ 1	本文は 20 ページ（A4、フォント 12P、40 字×38 行）以内である。※図表を含む	1. はい 2. いいえ
5. 読みやすさ 2	専門家でなくとも、十分理解できる内容であり、文章としてよく練られている。	1. はい 2. いいえ
6. 要旨	要旨は、要旨のみでも独立した文章として読めるものであり、2 ページ（A4、フォント 12P、40 字×38 行）以内である。	1. はい 2. いいえ
7. エビデンス	記述・主張を裏付けるデータ、出典、参考文献をすべて掲載した。	1. はい 2. いいえ
8. 適切な引用	いわゆる「コピペ」（出典を示さないで引用を行うこと）や、内容をゆがめた引用等は行わず、適切な引用を行った。	1. はい 2. いいえ

¹ 参考：日本学術会議会長メッセージ、「提言等の円滑な審議のために」（2014 年 5 月 30 日）。
<http://www.scj.go.jp/ja/head/pdf/1>

9. 既出の提言等との関係	日本学術会議の既出の関連提言等を踏まえ、議論を展開している。	☒ 1. はい ☐ 2. いいえ
10. 利益誘導	利益誘導と誤解されることのない内容である。	☒ 1. はい ☐ 2. いいえ
11. 委員会等の趣旨整合	委員会・分科会の設置趣旨と整合している。	☒ 1. はい ☐ 2. いいえ

※9で「はい」を記入した場合、その提言等のタイトルと発出委員会・年月日、既出の提言等との関係、相違点等について概要をお書きください

引用・参照した既出の報告「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」（サービス学分科会、平成 29 年（2017 年）9 月 8 日に公表）。

本提言は、サービス化する社会の中で、市民も含めた個人が主体的に活躍するために涵養すべきサービス学の鍵概念や考え方を整理すると共に、それを高等教育機関で具体的に展開する方法を提示することを目的としている。参照した上記報告は、サービスを大学等で体系的に教育することを目的としたサービス学分野の参照基準である。そこで本提言では、サービス学の参照基準を活用して、サービス学を総合的に教育するための科目体系と実装方法を示している。また、サービス学の教育方法を具体的に示すだけでなく、サービス化社会の実現に向けて、市民、産業界、国・政府の役割と必要な体制について提言している点が、既出の報告とは大きく異なっている。

※チェック欄で「いいえ」を選択した場合、その理由があればお書きください

◎ SDGs（持続可能な開発目標）との関連（任意）

以下の 17 の目標のうち、提出する提言等（案）が関連するものに○をつけてください（複数可）。提言等公表後、学術会議 HP 上「SDGs と学術会議」コーナーで紹介します。

1. ☐ 1. 貧困をなくそう
2. ☐ 2. 飢餓をゼロに
3. ☐ 3. すべての人に保健と福祉を
4. ☒ 4. 質の高い教育をみんなに
5. ☐ 5. ジェンダー平等を実現しよう
6. ☐ 6. 安全な水とトイレを世界中に
7. ☐ 7. エネルギーをみんなに、そしてクリーンに
8. ☐ 8. 働きがいも経済成長も
9. ☒ 9. 産業と技術革新の基盤をつくろう
10. ☐ 10. 人や国の不平等をなくそう
11. ☐ 11. 住み続けられるまちづくりを
12. ☒ 12. つくる責任つかう責任
13. ☐ 13. 気候変動に具体的な対策を
14. ☐ 14. 海の豊かさを守ろう
15. ☐ 15. 陸の豊かさを守ろう

- 16. () 平和と公正をすべての人に
- 17. (○) パートナリーシップで目標を達成しよう

※「持続可能な開発目標（SDGs）」とは

2015 年 9 月に国連総会が決議した「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が掲げた目標。

詳細は国連広報センターHP をご覧ください。

http://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/

提言等公表時のSDGs説明

この説明は、日本学術会議の意思の表出（提言・報告・回答、以下「提言等」という）を日本学術会議ホームページのSDGsコーナーで紹介し、多くの関係者の閲読を促進するためのものです。

提言提出時のチェックシートにおいてSDGsとの関連に記述した場合は、日本語紹介文と英文アブストラクトを記載し、提出してください。

記入者（委員会等名・氏名）：サービス学分科会・西尾チヅル

和文タイトル サステナブルで個人が主体的に活躍できる社会を構築するサービス学

◎ SDGs（持続可能な開発目標）との関連

チェックシートで選択した項目に○をつけてください。

- 1. () 貧困 2. () 飢餓 3. () 健康 4. (○) 教育
- 5. () ジェンダー平等 6. () 安全な水 7. () エネルギー
- 8. () 経済成長 9. (○) 産業と技術革新 10. () 不平等
- 11. () まちづくり 12. (◎) つくるつかう責任 13. () 気候変動
- 14. () 海の豊かさ 15. () 陸の豊かさ 16. () 平和と公正
- 17. (○) パートナシップ

◎ 和文紹介文 200字以内

サービス化社会では、市民はサービスの受容者であるだけでなく、シェアリングサービスなど多様なサービスの提供者にもなります。私たちはサービスの価値を、コミュニティ、社会、地球環境への影響などの観点から評価することが求められます。本提言では、サステナブルなサービス化社会に必要なサービス学の鍵概念と教育方法を示すと共に、本社会における市民、産業界、国・政府の役割と必要な体制について述べています。

◎ 英文アブストラクト 150 words 以内

In the service-oriented society, citizens are not only consumers of services, but also providers of various services such as sharing services and crowd funding. We have to evaluate the value of services in terms of their impact on communities, societies and the global environmental problems. This proposal introduces the key concepts and educational methods of “Serviceology”, and describes the roles and necessary structures of citizens, industries and governments in building a sustainable and productive service-oriented society.

◎ キャッチフレーズ 20字以内

サステナブルなサービス化社会の実現

◎ キーワード 5つ程度

サービス化社会、サービス学、価値共創、教育方法、人材育成