

ビジネスパーソン

社会人のための特別講座“知の最前線”

【採録】全5回

一流教授によるリレー講座 第四回『アイ・カレッジ』開講

11/4(金)
開講

明治大学 専門職大学院 グローバル・ビジネス研究科 サービス・イノベーションへの招待

サービス化社会がもたらす三つの変化

日本をはじめ世界のほとんどの工業先進国が「サービス化社会」になってきています。物質的に豊かになるほど、人々はモ

ノからサービスへと欲求を拡大していくものだからです。また、工業が発展して物的生産物が増えるに従って、梱包、輸送、広告、金融など、関連するサービスの必要性が増してくる、ということもあります。

サービス化社会の進展は次の三つの新しい変化をもたらします。すなわち「モノ製品とサービスとの一体化」「製造業企業のサービス化」、そして「サービス・イノベーション」です。「製造業企業のサービス化」とは、製造業の企業がモノと一緒にサービスを売るようになり、その割合が大きくなっていくということです。IBMなどで顕著なのですが、多くの製造業企業のオフィスのポートフォリオが変わり、サービス企業化が進んでいるということです。

すき焼き肉からステーキ肉、松阪牛へ

「モノ製品とサービスの一体化」は、三つの段階を踏んで進展していきます。それを寓意的に表現すると「すき焼き肉」→「サーロイン・ステーキ」→「松阪牛」ということになります。この場合、それぞれの「肉」は「モノ」、「脂身」は「サービス」を指します。

すき焼き肉には脂身がほとんどついていませんが、買うときに頼めば別につけてもらえます。それと同じように、欲しい人、必要とする人に対してのみサービスを提供する、というのがこの段階です。モノを購入した顧客が権利をもつ、エンタイルメント・サービスということです。梱包や配達、修理・交換、苦情処理などが主なものです。企

業にとっては必要悪、コスト・センターとしての意味しかもたず、競争優位性とは関係しません。

サーロイン・ステーキは、肉の縁に脂身がついています。つまり、製品とサービスが分かれているが、一体的に提供されるということです。さらに2段階があり、一つはモノ製品と直接関係するサービス。アフター・サービスや保険、ローンなどが該当します。もう一つは、製品と直接関係しないけれども付加的に提供されるサービス。販売したトラックの位置や使用状況などをGPSで管理するコマツのKOMTRAXなどがこれにあたります。サーロイン・ステーキ段階のサービスは差別化にもなり、有料の場合はプロフィット・センターになります。

松阪牛は霜降り肉とも呼ばれ、肉と脂身が一体化し区別できません。つまり、モノとサービスも一体的に提供され、モノとサービスが相互依存しているパターンです。典型的なものとしては、アップル社の iPod、iPhone など。これらの製品は iTunes のインターネットによるサービスと一体化しています。

反復性が必要なサービス・イノベーション

サービス・イノベーションとは、企業のサービス・システム(サービス商品、サービス生産システム)を対象として、顧客や企業などにとって新しい価値を生み出す革新的な動きのことです。具体的にいえば、サービス組織の目標達成に対する効果性や効率性を著しく向上させる活動のこと。そして、その効果はある程度大きくなければならず、一度かぎりで終わらずに構造化をもって反復できるものでなければなりません。

モノ製品の場合、誰が使っても動きや結果は一定です。しかし、サービスの場合、結果までのプロセスはさまざまです。ですから、サービス・イノベーションでは、結果(サービス内容)とプロセス両方のデザインを考えなければなりません。また、サービス・イノベーションは計画的な活動ではなく、日常業務における偶然や思いつきから生まれることが少なくありません。ラディカルなものよりもインクリメンタル(累積的)な革新が多いのも特徴の一つです。



近藤 隆雄氏

明治大学専門職大学院
グローバル・ビジネス研究科 専任教授

1966年国際基督教大学卒業(社会学専攻)、1968年同大学大学院修士課程修了(行政学修士)。1968~71年モービル石油に勤務。その後、HRリサーチセンター代表取締役、杏林大学専任講師、多摩大学教授等を経て、2004年から現職。



明治大学ビジネススクール グローバル・ビジネス研究科 Graduate School of Global Business

ビジネスの真髄がわかる——
新時代を拓く管理者・経営者を目指すMBAプログラム

6領域170科目から生み出される
4つのコアコンピタンス

- 基本知識スキル
- 問題解決スキル
- 問題対応スキル
- 経営・企業スキル

- ファイナンス領域
- グローバル複合領域
- アカウンティング領域
- マネジメント領域
- リアルエステート(不動産)領域
- マーケティング領域

〔2012年度入試日程(2月[II期]入試)〕

出願期間 2012/1/7(土)~2011/1/17(火)
 入学試験日 2012/2/11(土)
 合格発表日 2012/2/14(火)
 入学手続 2012/2/15(水)~2/22(火)

オープンキャンパス

11/26(土) 11時~
 場所 駿河台キャンパス アカデミーコモン

〔フレキシブルな専門学習が可能〕

6領域170科目から、個人の指向・目的に応じて体系的・実践的に学ぶことが可能。

〔平日夜間・土曜開講、アクセス良好〕

働きながら通学できるように、JR・地下鉄5線が利用可能な抜群のアクセスを誇る駿河台キャンパスで、平日18時55分~と土曜日に授業を開講。

〔充実した奨学金制度〕

明治大学独自の給費・貸費奨学金をはじめ、各種奨学金制度を用意。(教育訓練給付制度対象校)

〔グローバル・ビジネス研究科 概要〕

名称 グローバル・ビジネス研究科
 グローバル・ビジネス専攻
 学位名称 経営管理修士(専門職)
 Master of Business Administration(MBA)
 入学定員 80名
 授業時間 平日夜間及び土曜日昼間・夜間
 修業年限 2年

※詳細はこちらから。願書もダウンロード可能。

明治大学ビジネススクール
<http://www.meiji.ac.jp/mbs/>



明治大学 専門職大学院
 公共政策大学院 ガバナンス研究科
<http://www.meiji.ac.jp/mugs2/>

【お問い合わせ】明治大学教務事務部専門職大学院事務局 TEL.03-3296-2397
 〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台1-1 E-mail guroken@meiji.ac.jp

【アクセス・駿河台キャンパス】
 御茶ノ水駅より徒歩3分、神保町駅より徒歩5分
<http://www.meiji.ac.jp/mac/>