

科目名 (英文表記)	統合科目 I (サービスマネジメント) (Integrated Subjects I)		
科目区分	発展科目	単位数	2 単位
担当教員名	内田 純一	ナンバリング	MBA_E_IS 6311
研究室番号	5 1 3	研究室電話番号	2 7 - 5 3 8 9
Eメール・アドレス	uchida@res.otaru-uc.ac.jp		
授業の内容及び方法： 次頁以降に記載			
授業の目的： <p>サービスマネジメントとは、サービスという商品の開発手法から、サービスを提供する仕組み、サービスから継続的に利益を創出する全体像の設計までを学問的対象とする総合的なマネジメント論であり、単なる接客技術の方法論ではない。別の言い方をすれば、サービスマネジメントとは、サービスを中核としたビジネスモデル論であり、戦略論や組織論、マーケティング論などの知見を総合して考える論理の集積である。サービスマネジメントにおいて接客技術とは、表層的なものではなく、ビジネスの仕組みが整備された結果として紡ぎ出されるものと捉えられている。このようにサービスマネジメントは、ビジネスに関わる基礎的な知見の上に成立している点でも、まさに統合科目であると言えるのである。</p> <p>本講義では、飲食・宿泊、観光・レジャー、医療・介護といった、いわゆるホスピタリティ産業だけでなく、流通、物流、対事業所支援、家事代行・育児支援といった生活に密接したサービス業全般を扱う。もちろん、ICT 企業を筆頭に、家電・自動車などの製造企業の多くがサービスで稼ぐ時代にシフトしている（サービサイジング）。そのため、本講義で取り扱う産業分類も第三次産業の範疇にとどまらない。</p> <p>地方発サービス・イノベーションを意識しながら、昨今のシェアリング・エコノミー下での実践の動向についても理解できるよう対応していきたい。</p>			
到達目標： <p>在学中もしくは卒業後に、サービスに関わる新規事業あるいは新たなアイデアに基づくサービス業を起業する際に必要なビジネスモデル構築能力を身につけるほか、既存企業のサービス生産性向上のためのコンサルテーションを実践できる分析スキルを身につける。</p>			
参考文献： <p>参照する企業事例（ケース）については開講時に manaba にアップロードする。講義で説明する理論のより深い理解を求める受講者には、以下の文献を手引き書として推奨する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●近藤隆雄 (2012) 『サービス・イノベーションの理論と方法』生産性出版 <p>*その他の参考文献は講義内で適宜紹介するほか、札幌サテライトの配架図書として「サービスマネジメント」のコーナーを用意しているので随時閲覧されたし。</p>			
成績評価の方法： <p>講義参加度（事前・事後課題 20%、討議や発表時の貢献度合い 10%）：計 30% 課題・試験（小レポート 10%、小テスト 40%、ビジネスプラン課題 20%）：計 70% *評価に不服がある場合は、不服申請書をもって教務委員長に申し出ること。</p>			
履修上の注意事項： <p>総講義時間の 1/3 を超える欠席は不可扱いとなる。</p>			

授業の内容及び方法

モジュール 1 オリエンテーション：サービスマネジメント論とは	
事前準備	(リーディング課題) Barrel および manaba にアップされた記事「北海道企業に求められるサービスマネジメント」を読んだ上で、以下の設問についての自分なりの回答メモを A4 用紙一枚程度で用意すること。(メモは講義時のディスカッションに用いたのち、講義終了時に提出を求める) ①あなたがサービス巧者だと思ふ北海道企業の社名とその理由をあげよ ②サービス取引における「三つの絆」をあなたの知る企業の例で説明せよ
第 1 時限	講師側の狙いと受講生側の認識との擦り合わせ
	リーディング課題文献について受講生間でディスカッションするとともに、講師によって説明されるガイダンス用のミニ講義をふまえて、さらに講師を交えて全体で議論し、「サービスマネジメント」論に対する認識を擦り合わせる(講義+討議)
第 2 時限	サービスの概念、理論、未来
	日本の GDP に占めるサービス産業の割合は 7 割を超え、就業者人口でも 7 割を占める。一方で、日本のサービス産業の生産性が諸外国に比べて低いことが問題視され、国がサービス産業を成長産業に位置づけ(2006 年閣議決定「経済成長戦略大綱」など)、IoT やビッグデータを用いた新たなサービス・イノベーション創出を目指されている(2016 年閣議決定「日本再興戦略 2016-第 4 次産業革命に向けて-」など)。このような状況下で、学問としてのサービスマネジメント論の重要性もますます高まってきている。 日本の GDP、就業者人口の 7 割を占めるサービス産業。しかし、その数値以上に経済のサービス化のインパクトは大きい。これまでものづくりで世界に勝負を挑んできた日本企業は、急速にサービス化する経済環境のなかで米国企業の後塵を拝してしまっている。サービス産業とサービス化経済の時代におけるマネジメントはどうあるべきか。そしてサービスの概念をどう捉えるべきなのか、理論的に解説し、近未来を展望する(講義)。
復習	講義で取り上げた文献を復習用に再読すること。

モジュール 2 サービス価値共創	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(ケース)を精読し、合わせて出題されたクイズについての回答レポートを用意する(指定日時までに manaba にアップロードすること)。
第 3 時限	ユーザー・イノベーション
	企業が単独でイノベーションを起こす時代は終わり、ユーザーの持つ知識や情報を利用してイノベーションにつなげる「ユーザー・イノベーション」論を参考にしながら、企業と顧客との価値共創の方法論を議論する(講義+討議)。
第 4 時限	経験価値マーケティング
	サービス商品とは、顧客になんらかの経験を提供する商品だと考えることができる。しかし、目に見えないがため、その価値を効果的に印象づけることは困難である。顧客が認識しやすい感動体験や経験イメージを、どう演出するのか。ここでは経験価値マーケティング論を参照しながら、サービス経験のデザイン方法を議論する(講義+討議)
復習	講義で取り上げた文献を復習用に再読すること。

モジュール 3 サービスの質を高める：組織学習と組織開発	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(ケース)を精読し、合わせて出題されたクイズについての回答レポートを用意する(指定日時までに manaba にアップロードすること)。
第 5 時限	サービス人材へのエンパワーメント(権限委譲) スペクターとマッカーシーによる『ノードストローム・ウェイ』は、伝説的な顧客サービスの陰に、従業員への権限委譲があることを「絶対にノーとは言わない百貨店」の事例とともに世に知らしめた。しかし、権限委譲は組織学習とセットで実施しなければ現場を混乱させるだけで終わる。ここではサービスの質を向上させるための組織学習論を議論する(講義+討議)。
第 6 時限	サービス組織の開発 サービス商品に携わる人材開発と組織開発の志向性の違いはどこにあるだろうか。単独で行う接客分野であれば人材開発がカバーできる範囲は大きいかもしれない。一方で、チームによって提供されるサービスでは、個々の人材のサービススキルだけでなく、チームが有機的に動くという総合力が必要となる。ここでは、そのための組織開発のあり方を議論する(講義+討議)。
復 習	講義で取り上げた文献を復習用に再読すること。

モジュール 4 従業員の接客態度と顧客の忠誠心を考える	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(ケース)を精読し、合わせて出題されたクイズについての回答レポートを用意する(指定日時までに manaba にアップロードすること)。
第 7 時限	接客態度の支配原理と“おもてなし” 京都の花街の「おもてなし」を実現するのは、舞妓たち一人一人の接客態度だけでなく、茶屋と取引先との組織間関係を支える産業ネットワークである。ここではおもてなしを科学的に考えるために、接客態度に関するサービスマネジメント論と事業の仕組みを分析的に考える理論であるビジネスシステム論の視点を参照しながら議論する(講義+討議)。
第 8 時限	顧客ロイヤリティのマネジメント 古くは宝塚歌劇団、近年では AKB48 のように、ファンが支え、育てる興行の例は多い。商品にロイヤリティを感じる顧客は業種を問わず存在する。もちろん、興行というサービス商品にも、高級ブランド品が放つと同様のロイヤリティがあり、それを効果的にマネジメントすることが望ましい。いわゆる「アンバサダー・マーケティング」などもその一例である。ここではそれら方法論を解説し、実践への適用方法を議論する(講義+討議)。
復 習	講義で取り上げた文献を復習用に再読すること。

モジュール 5 サービス生産性向上のための理論的枠組み	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(テキスト)を精読しておくこと(講義時間の冒頭で確認テストを行う)。
第 9 時限	サービス標準化とサービスエクセレンス
	サービスは標準化(工業化)が可能な部分は極力その度合いを高めることでその生産性は向上する。しかし、ものづくりでも機械任せよりも熟練工の匠の技によって優れた品質を実現できることが多いように、サービスは標準化だけでは成立しない。いくら完璧なマニュアルを用意しても判断に迷うトラブルは発生する。現在、国際標準化機構(ISO)のような国際機関においても「サービスエクセレンス」に関する新たな標準化指針を作ることが目指されている。このような議論はいったいどの程度まで、現実のサービス企業のビジネスに利用可能なのかについて最新の動向を紹介しながら議論する(講義+討議)。
第 10 時限	サービス生産性向上のためのフレームワークの紹介
	サービス生産性向上のためのフレームワークを集中的に解説する。これらフレームワークは、翌週以降の講義時間内において取り組む課題発表に使用する(講義)。
復 習	受講者にとってアクセスしやすいサービス企業・事業を選び、今回モジュールで紹介したサービス生産性向上のためのフレームワークを応用しながら、生産性改善のためのコンサルテーション・レポートを作成し、次回モジュール以降の発表に備える。

モジュール 6 サービス生産性向上プランニング	
事前準備	(レポート課題) * 前回モジュールの復習課題に同じ(作成したレポートは指定日時までにmanaba にアップロードすること)。
第 11 時限	サービス生産性向上プランニング(発表その1)
	前回モジュールの課題である「受講者にとってアクセスしやすいサービス企業・事業のサービス生産性向上プランニング」案を各自が発表し、受講生間で議論を行う(プレゼン)。
第 12 時限	サービス生産性向上プランニング(発表その2)
	引き続き、前回モジュールの課題である「受講者にとってアクセスしやすいサービス企業・事業のサービス生産性向上プランニング」案を各自が発表し、受講生間で議論を行う(プレゼン)。
復 習	講義においてコメントがなされた理論や事例について、参考文献などを使って復習しておくこと。

モジュール 7 業界別ケーススタディ	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(ケース)を精読し、合わせて出題されたクイズについての回答レポートを用意する(指定日時までに manaba にアップロードすること)。
第13時限	ケース①観光産業、観光地篇 ケースで取り扱うメインピックは、モビリティ産業で成長するシェアリング・エコノミー、民泊サービス、地域資源・観光資源、観光地経営、日本型DMO、コミュニティ・ガバナンス、プレイス・ブランディングなど(討議+解説)。
第14時限	ケース②医療機関、メディカル業界篇 ケースで取り扱うメインピックは、地域包括ケア、地域医療の担い手不足、メイヨー・クリニック、医療リスク・マネジメント、モンスター・ペイシエント、看護師のワークライフバランスなど(討議+解説)。
復習	講義で取り上げた文献を復習用に再読すること。

モジュール 8 理解度確認と総合討議	
事前準備	(リーディング課題) 指定された文献(復習用テキスト)とこれまでの講義資料を精読しておくこと(講義時間の冒頭で確認テストを行う)。
第15時限	ビジネスプランニングへの応用を目指して これまでのモジュールで扱ってきたトピックの総括に加え、サービスマネジメント論における新しいパラダイムである「サービス・ドミナント・ロジック」を考察しながら、受講者各位のビジネスプランニングにこれらの理論やロジックがどう活かせるのかについてクラス全体で討議する。
復習	確認テストについては、講師から採点結果と講評コメントをmanaba上でフィードバックするので後日確認すること。