

サービス・イノベーションの新展開

東北大学大学院経済学研究科
サービス・イノベーション人材育成推進プログラム

まえがき

本書は、平成 19 年度から平成 21 年度までの 3 年度の間、東北大学大学院経済学研究科において行われた「サービス・イノベーション人材育成推進プログラム」の成果を取りまとめたものである。同プログラムでは、「サービス・イノベーション・マネージャーの育成」として、サービス・セクターの生産性管理のための人材育成を中心に教育、研究事業を通じて、カリキュラム・教材の開発を行った。

本プロジェクトは、サービス・セクター、従事者の生産性を正しく評価し、サービス・セクターにおいて新たな生産性を創造し、クオリティを管理できる人材（サービス・イノベーション・マネージャー）を育成した。このため、本プロジェクトは数理・工学系と経済・経営学の融合した「新たな知」の教育と、サービス・セクターにおける生産性の計測および評価、事業場における生産性改善のための「実践的プロジェクト」を行った。本書は、前半が「新たな知」に相当する部分、後半が実務者の知見に富んだ講和を中心とした「実践部門」に相当する。

「新たな知」が対象とする学問分野は経済学、統計学、経営学と理数系・情報科学である。これらを横断的に融合した進歩的知識体系を組織し、サービス・セクターにおける生産性の理解と解明のために、新規の人材育成カリキュラムを開発した。この過程において、日本の高齢社会を意識し、需要面から医療・福祉サービス等に卓越した知識を持ち、併せて供給面から、労働者としての高齢者のサービス生産性を分析できる人材を育成するためのカリキュラムも開発した。そしてこれらのカリキュラムを総合して、サービス・クオリティを管理して適切なサービスを展開し、企業の生産性改善におけるリーダー的役割を果たせる人材を育成するための知見を本テキストに取りまとめた。

本書において人材育成の対象となる「サービス」の概念は、サービス産業の取引の対象となる intangible な財という意味でのサービスと、全ての産業の生産工程におけるサービス部門（管理、事務部門等）の 2 つの概念を含む。本書では、1 を改善するためのキーワードは「顧客満足度」であり、

2を改善するためのキーワードは「ナレッジ・マネジメント」と考えられる。

なお、我が国のサービス・セクターの立ち遅れとして、特に金融（銀行）分野、企業法務が指摘されている。しかし、ここでは「普遍性」として、特定の企業、産業分野のための人材ではなく、事業横断的にサービス品質一般を管理、向上させるための人材育成を重要と考えている。

本書によって期待される効果は以下の通りである。

はじめに、近年の成熟市場に求められる標準化戦略から個別化戦略への転換は、企業の競争戦略上極めて重要である。保有する大規模情報分析に基づいて、利用者に適したサービスのカスタマイゼーション、地域に適したサービスのローカライゼーションを実践できる人材を育成することは、サービス・セクターの国際競争力にブレークスルーをもたらし、いわゆる「ダーウィンの海」を乗り越える企業、産業の育成に貢献すること。

また、企業価値の源泉が財務諸表上に表れた資産価値ではなく、人的・知的資産とそのマネジメント等の無形的な資産にあるとするならば、本書の知見を通じたサービス・セクターの生産性の改善は、その企業の価値を高めることとなる。

高齢化の進行する我が国において、イノベーションを高齢者の医療・福祉サービス生産に応用できる。また、例えば、肉体労働と異なり、サービスの生産における高齢者の優越性の可能性など、労働者としての高齢者の特性を理解した人材育成が進むこと。

本書の知見は、(1)生活者の視点に立脚したサービス分野の生産性向上に向けた品質評価のための顧客満足度指数の開発や、(2)サービス・イノベーションのPDCAサイクルを回し、向上させる管理者の育成の内容を含んでいる。これらが内閣府「イノベーション25」で期待されているものであり、日本の長期戦略の具現化に貢献すること。

最後に、本事業の推進ならびにテキストの取りまとめのためにご協力いただいた関係各位に、心より感謝の言葉を申し上げます。

2010年3月
編者 吉田 浩

目次

まえがき	3
第 1 章	
日本におけるサービス・イノベーションと人材育成の必要性	7
第 2 章	
通信販売における顧客満足度と再購買行動についての実証分析	29
第 3 章	
「顧客満足度指数 (CSI) を通したサービスの理解」教育プロジェクト報告書	61
第 4 章	
マネジメント・サイエンスの概説と意思決定支援の具体例	105
第 5 章	
人的資源の経済分析 - 雇用と賃金決定を中心に -	129
第 6 章	
政策マネジメントをどのように確立するか	147
第 7 章	
楽天イーグルスの考える「球団経営」～感動をつくるエンターテインメント～	163
第 8 章	
意外と知らないテレビの世界	179
第 9 章	
立体映像による事業生産性向上と産業勃興	201
第 10 章	
企業を取り巻く環境の変化とコミュニケーション	225
執筆者一覧	236