

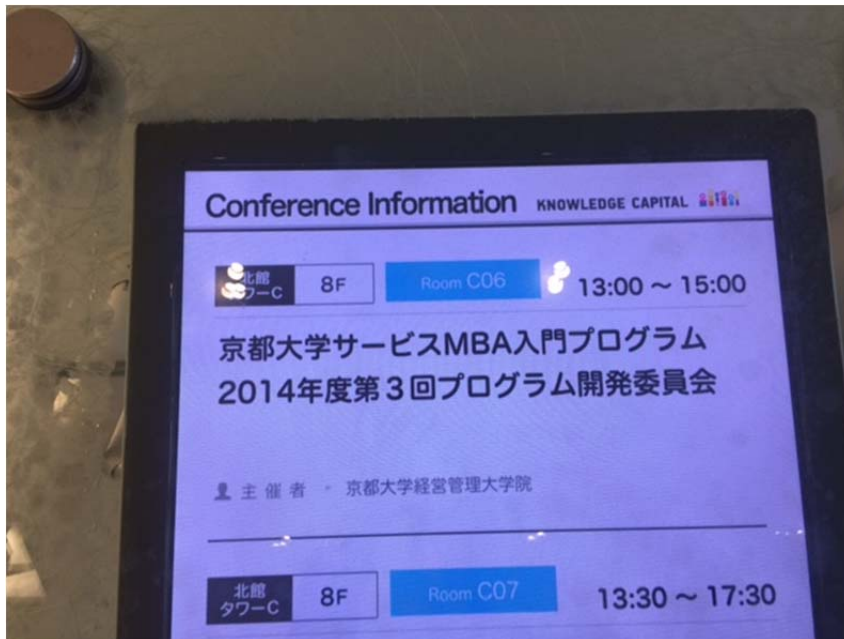
iii. 2014 年度第 3 回プログラム開発委員会

日時：平成 27 年(2015 年)3 月 16 日（月）午後 1 時～3 時

場所：グランフロント大阪ナレッジキャピタルカンファレンスルーム c06

出席者：

委員長	京都大学経営管理大学院 教授	若林 直樹
副委員長	京都大学経営管理大学院 教授	若林 靖永
外部委員	龍谷大学経営学部 准教授	秋庭 太
外部委員	株式会社チームクールジャパン 代表取締役兼代表パートナー	古我 知史
外部委員	がんこフードサービス株式会社 取締役副社長	新村 猛
外部委員	大阪市立大学大学院経営学研究科 准教授	山田 仁一郎
外部委員	サービス産業生産性協議会 事務局長	湯浅 勝弘
内部委員	京都大学経営管理大学院 教授	原 良憲
内部委員	京都大学経営管理大学院 特定教授	碓井 誠
内部委員	京都大学経営管理大学院 講師	山内 裕
内部委員	京都大学経営管理大学院 特定講師	鈴木 智子
内部委員	京都大学経営管理大学院 特定助教	平本 毅
事務局他	京都大学吉田地区文系部局 U R A 室 室長	小川 正昭
事務局他	京都大学経営管理大学院 大学院掛長	小屋敷 浩
事務局他	京都大学経営管理大学院 企画室長	櫻木 恵子
事務局他	京都大学経営管理大学院 若林研究室	桑原 徳子
事務局他	京都大学経営管理大学院 企画室	佐野 具子
事務局他	京都大学経済学研究科経済学専攻 博士後期課程	田原 慎介



議事録：

I. 議題

1. 授業実施と4科目の概要

(資料1)

- ・若林直樹教授から、授業日程・場所の確定等、授業展開についての説明があった。
- ・各科目の講義概要・評価について内部委員と外部委員の議論があった。

2. ケース教材の開発

(資料2、3)

- ・資料に基づき、若林直樹教授から今年度の報告と、次年度の予定が報告された。

3. Eラーニングシステム事例紹介

- ・新村猛氏から、がんこフードサービスでのEラーニングシステムの紹介を実際のサイトを投影しながら説明があった。

4. 今後の進め方

- ・若林直樹教授と委員メンバーの間で、募集開始前の5月と、講義開始前の9月にプログラム委員会を開催することが話し合われた。

II. 報告事項

- ・湯浅勝浩氏からサービス産業生産性協議会主催「日本サービス大賞」の応募受付開始の案内があった。参加者に資料配布があった。

- ・会議終了後、ナレッジキャピタルナレッジサロンの見学があった。
(参加自由)

■次回会議予定

2015年5月・9月(詳細未定)

(資料1)

京都大学サービスMBA 入門プログラム プログラム開発委員会

2015年3月16日

授業実施概要と4科目の内容の案

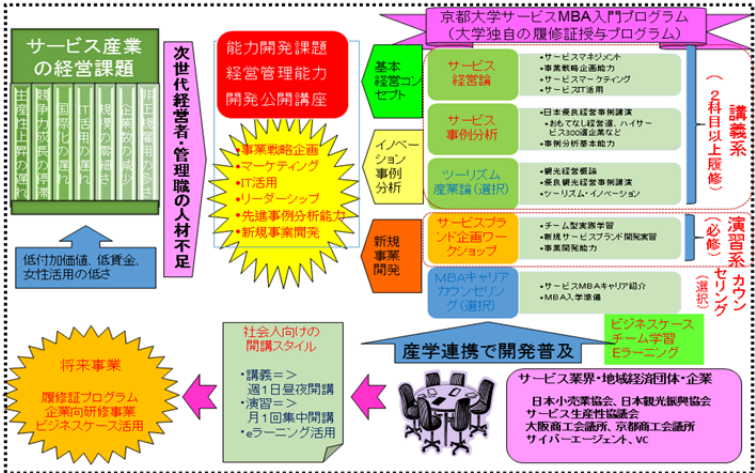
【資料1】

目次

- I. 事業概要
- II. 授業展開
- III. 4科目の内容
- IV. 能力評価手法

参考資料：文部科学省平成26年度「高度人材養成のための
社会人学び直し教育プログラム」採択「京都大学サービスMBA入門プログラム」

(様式1) (別紙1)



II. 授業展開

授業展開

- 期間
 - 授業:2015年10月2日～2016年12月12日(土)
 - (11月27日休み)
 - オリエンテーリング:9月26日(土)午後
- 時間帯
 1. サービス経営論、サービス産業事例分析(各70分:15回分)
 - 金:5～7限:30コマ
 - 2015年10月2日～2016年12月11日(金)
 2. 新規ブランド開発ワークショップ
 - 不定期:土曜日 10:00-16:00
 - 10月3日(土):京都大学
 - 10月27日(土):大阪
 - 11月14日(土):京都大学もしくは京都駅前
 - 12月12日(土):京都大学
 3. ツーリズム産業論(学内で実施)
 - •2016年2月～3月の内

時限	金	土(月1回)
1: 8:45-10:15		10:00-16:00
2: 10:30-12:00		新規ブランド開発ワークショップ
3: 12:00-14:30		
4: 14:45-16:15		
5: 17:00-18:10	サービス産業事例分析	
6: 18:25-19:35	サービス産業事例分析またはサービス経営論	
7: 19:50-21:00	サービス経営論	

2015年スケジュール

日程	10/2	10/3	10/9	10/16	10/23	10/24	10/30	11/6	11/13	11/14	11/27	12/4	12/11	12/12
10-16	WS					WS				WS				WS
17:00-18:10	事例		事例	事例	事例		事例	事例	事例		事例	事例	事例	
18:25-19:35	事例／経営		事例／経営	事例／経営	事例／経営		事例／経営	事例／経営	事例／経営		事例／経営	事例／経営	事例／経営	
19:50-21:00	経営		経営	経営	経営		経営	経営	経営		経営	経営	経営	
場所	キャンパス	京大	キャンパス	キャンパス	キャンパス	大阪駅前	キャンパス	キャンパス	キャンパス	京都駅前	キャンパス	キャンパス	キャンパス	京大

講義系開催場所: キャンパスプラザ京都



名 称 キャンパスプラザ京都 (京都府大学のまち交流センター)
 所在地 京都市下京区西洞院通堀小路下る東塩小路939
 開催時間 8:30～21:30
 休館日 月曜日、12月28日～1月4日
 受付窓口 075-353-9111/9:00～19:00
 (休館日を除く)
 6階 大学院等共同サテライト
 5階 第1講義室、第1～5演習室、共同研究室
 4階 第2～4講義室 (第3講義室を使用)
 3階 放送大学京都学習センター
 2階 第1～3会議室、ホール、和室
 1階 大学コンソーシアム京都事務局、学生Place+、ラ・カフェテリア 京都店、駐輪場
 地下 駐車場



Ⅲ. 各科目の概要

I. サービス経営論(1): 概要と目標

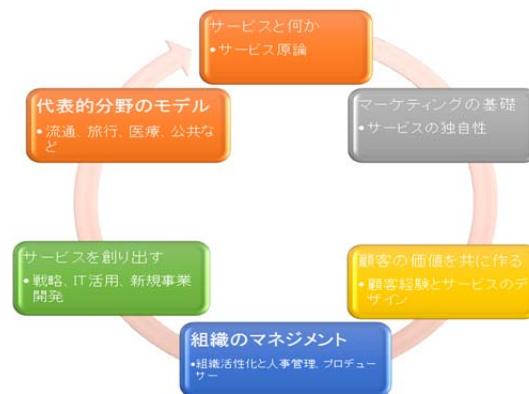
目的

- サービスは、顧客の価値を一緒に作り出すビジネスである。そのために、サービスのマネジメントには、独自の経営原理が存在する。この授業では、サービスの本質、マーケティングの特性、サービスのデザイン、生み出す組織作り、イノベーションの仕組みについての基本的なマネジメントの考え方を理解する。

能力目標



サービス経営論(2): プロセス



サービス経営論(3): 講義の概要

I. サービスとは何か	• サービスとマネジメントの特徴
II. サービス・マーケティングの基本	• サービス・マーケティング(1):ホスピタリティ/プロセス • サービス・マーケティング(2):サービス・ドミナント・ロジック/基本要素/顧客との協働
III. 顧客の価値を一緒に作る	• 顧客との共同での経験デザイン: 顧客経験のデザイン/顧客とのインタラクション/一緒に作る • サービスのデザイン: サービスの環境(エコシステム)/プロトタイピング
IV. 生み出す組織のマネジメント	• 組織のマネジメント: サービス・リーダーシップ、文化と感情の管理、エンパワーメント • 人事管理の基本原則: コンビデンシー/内的動機付け/能力開発 • プロデュースの役割: リーダーシップ/プロデュースの役割
V. サービスを創造する	• サービスの戦略作り: 独自の戦略/価値創造/価値の獲得 • IT戦略: ITによる生産性向上/戦略的アウトソーシング/クラウド・コンピューティング • サービスにおける新規事業開発: 新規事業開発/ビジネスモデルづくり/即興性のマネジメント
VI. 代表的分野でのモデル	• 流通産業でのサービス・マネジメント: 経営課題/ITの活用 • ツーリズム産業のサービス・マネジメント: 経営課題/ホスピタリティ/グローバル化とアライアンス • ヘルスケア産業のサービス・マネジメント: 経営課題/顧客生活の質/個別化するサービスなど

サービス経営論2015年度各回予定案

- I. サービスとは何か
 - 1. サービスとそのマネジメント
 - サービスとは何か／サービス・マネジメントの基本課題
- II. サービス・マーケティングの基本
 - 2. サービス・マーケティング (1)
 - サービスの特徴／ホスピタリティ／プロセス
 - 3. サービス・マーケティング (2)
 - サービス・ドミナント・ロジック／マーケティングの基本要素／顧客との協働
- III. 顧客の価値を一緒に作る
 - 4. 顧客との共同での経験デザイン
 - 顧客経験のデザイン／顧客とのインタラクション／一緒に価値を作る
 - 5. サービスのデザイン
 - サービス・デザイン／サービスの環境（エコシステム）／プロトタイピング
- IV. サービスを生み出す組織のマネジメント
 - 6. サービス組織のマネジメント
 - サービス・リーダーシップ／文化と感情の管理／エンパワメント
 - 7. サービス組織における人的資源管理
 - サービス・コンピテンシー／内発的な動機付け／能力開発
 - 8. プロデューサーとその役割
 - プロデューサー／プロジェクト管理／創造性活性化
- V. サービスを創造する
 - 9. サービスの戦略作り
 - サービス独自の戦略／価値創造／価値の獲得
 - 10. サービスにおけるIT戦略
 - ITによる生産性向上／戦略的アウトソーシング／クラウド・コンピューティング
 - 11. サービスにおける新規事業開発
 - 新規事業開発／ビジネスモデルづくり／即興性のマネジメント
- VI. 代表的サービス産業でのサービス・マネジメント・モデル
 - 12. 流通産業でのサービス・マネジメント
 - 流通産業の経営課題／ITの活用
 - 13. ツーリズム産業のサービス・マネジメント
 - ツーリズム産業の経営課題／ホスピタリティ／グローバル化とアライアンス
 - 14. ヘルスケア産業のサービス・マネジメント
 - ヘルスケア産業の経営課題／医療や生活の質／個別化するサービス
 - 15. 公共分野でのサービス・マネジメント

授業の形式

- ・ 3部形式 (合計70分)
 - ・ 3つのコンセプト (各20～25分)
 - ・ 基本コンセプトの紹介／説明
 - ・ 代表事例の紹介
 - ・ まとめ: 何がレッスンか
- ・ 例: リーダーシップ
 - 1. サービス・リーダーシップ
 - ・ XY理論 VS サーバント・リーダーシップ
 - ・ ゴーンのリーダーシップ
 - 2. 文化と感情の管理
 - ・ 組織文化の管理／感情管理
 - ・ 事例: コールドストーンクリームリー
 - 3. エンパワメント
 - ・ おもてなしを考えてもらう
 - ・ TDLでのキャスト支援と品質管理

II. サービス産業事例分析(1): 目的と能力

目的

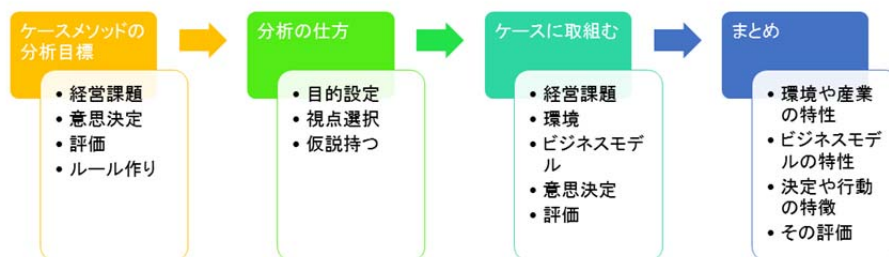
- サービスのビジネスモデルは刻々と進化し、国際的な競争を行っている。国際的な視野を持ち、サービス先進事例、特におもてなしのあり方に関する情報収集と分析能力を高めることが、国際的な競争力や生産性を高める上で必要である。代表的なサービス経営事例に関して、経営者や現場担当者から講演をしてもらい、そのビジネスモデルの特徴と競争力を分析する。E-learning教材や海外の先進事例も用いる。

能力開発

先進事例分析能力

- ケースメソッド
 - 現実のビジネス事例から異業種でも経営課題、ビジネスモデルと意思決定の分析を行える能力
- 代表的ケースの分析
 - 日本
 - 「ハイサービス日本300選企業」／経済産業省「おもてなし経営企業選」／先進的サービス企業
 - 海外
 - シンガポール経営大学やハーバード・ケースなどの代表事例、コンソーシアム企業事例など

サービス産業事例分析(2): ケース分析



サービス産業事例分析(3): 事例モデル

- ケースメソッド概論
- 先進的経営事例(例)
 - 「ハイサービス300選」
 - がんこ寿司フーズ／ワタベウェディング／ルネサンス／カメラのキタムラ
 - 「おもてなし経営選」
 - 株式会社キャリエールなど4社程度
 - 大手サービス経営事例
 - H2Oリテリング／サイバーエージェント／リクルート／QBハウス
 - 海外事例
 - ワールド・ストーン・クリーマリー
 - 特別講義
 - サービス業のアセットマネジメント(トーマツ／川井氏)
- ビジネスモデルの先進性をビジネス・ケースにまとめる

III.新規ブランド開発ワークショップ(1):目的

目的

- ・総務省2012年の経済センサスによれば、サービス業全般に7%事業所減で、新規事業開発能力不足が見られる。
- ・新規のサービスブランド企画を実習ケースにして、ビジネスプランを作成する基本プロセスを経験し、新規事業開発プロセスを理解する基本的能力の育成。

能力開発目標:

新規サービス事業開発能力



新規ブランド開発ワークショップ(2):プロセス

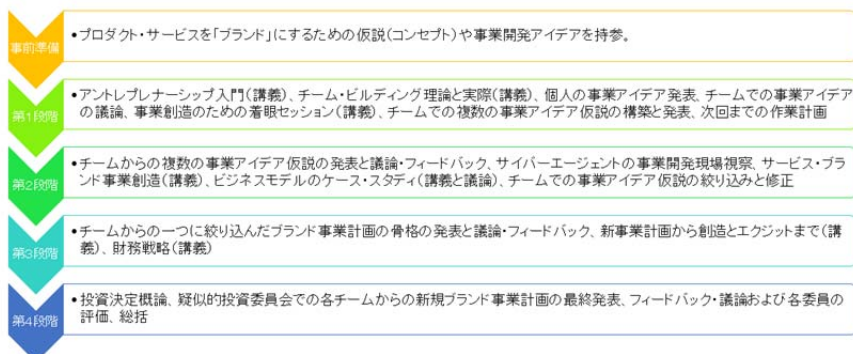
プロセス

- ・「おもてなし経営」マインドに基づく事業創造の基本を事業計画の提案書作成ワークショップ活動を通して学ぶ。
- ・具体的には、日本・京都風土やコミュニティに根ざした資源を活用したブランド事業の開発・創造作業を通して、どんなに不遇な状況でも事業価値を創造するための理論と実践的思考法や手法を身に付けることを目的としている。

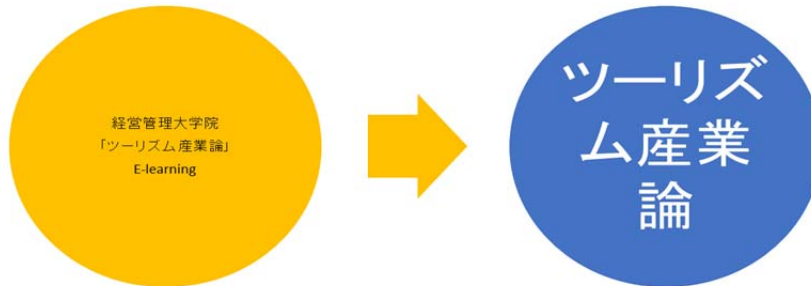
展開

- ・事業計画作成プロジェクトチーム結成
- ・4回にわたる講義・現場視察・仮説検証サイクル作業や発表・討議などで進行
- ・最終回に、疑似的な投資委員会形式で最優秀チームと優秀事業計画書を選出。

新規ブランド開発ワークショップ(3):活動



IV. ツーリズム産業論



ツーリズム産業論2:ビデオ:ツーリズム産業論

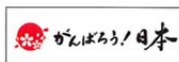
• (授業の概要・目的)

- ツーリズム産業のトップマネジメントや学識経験者を客員講師として招聘し、理論面とともに実務面からもツーリズム産業の実態を理解し、今後のツーリズム産業のあり方を論じることを目的とした講義を展開する。
- 21世紀に入り、旅行者のニーズ変化、旅行スタイルが大きく変わる中で、関連業界はもとより、観光地などの旅行サービスの供給構造にも大きな変化がみられる。「ニューツーリズム」と呼ばれるエコ・ツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、産業観光等新しい形態が生まれている。まさに産業界全体が曲がり角と言える状況を迎えており、これに対応できる人材育成を目指す。

各回予定

平成27年度 京都大学 日本観光振興協会 寄附講義「ツーリズム産業論」教務日程

開講： 前期 4月13日～7月27日 月曜日4限 (14時45分～16時15分)
吉田キャンパス 本部階内 法経学部東館2階 法経第3教室



回数	月 日	講義題目 (修正される場合もあります)	講義担当者	所属
1	4月13日	ガイダンス	前川 佳一	京都大学大学院 准教授
2	4月20日	日本の観光政策とインバウンド施策の概要	小堀 守	日本政府観光局 (JNTO) 総務役
3	4月27日	ホテルビジネスの課題と今後の戦略	横山 健一郎	ハイアット リージェンシー 京都 総支配人
4	5月1日	京都市の観光政策	門川 大作	京都市長
5	5月11日	宿泊産業の課題と今後	酒井 俊之	(株)星野リゾート 星のや京都 総支配人
6	5月18日	外国人観光客に日本のおもてなしを	川上 全雄	臨濟宗妙心寺派本山塔頭 春光院 副住職
7	5月25日	観光における鉄道ビジネスの果たす役割とは	橋本 修男	西日本旅客鉄道(株) 営業本部次長 東京営業部長
8	6月1日	エアラインビジネスの潮流と今後の戦略	藤田 直志	日本航空(株) 取締役客務執行役員
9	6月8日	テーマパークのマーケティング戦略	村山 卓	(株)ユー・エス・ジェイ マーケティング本部 営業部 部長
10	6月15日	旅行業の課題と今後の戦略	加藤 真人	KNT-CTホールディングス(株) 執行役員
11	6月22日	テーマパークのマーケティング戦略	横山 政司	(株)オリエンタルランド 人事部 人事一部 副部長
12	6月29日	観光まちづくり ～観光による地域活性化～	古田 菜穂子	岐阜県 商工労働部 観光交流推進局 顧問
13	7月6日	MICE ～日本における取組と課題～	徳永 清久	(株)プリンスホテル 執行役員
14	7月13日	ツーリズム産業論 (まとめ)	日比野 健	(株)JTB総合研究所 代表取締役社長
15	7月27日	テストと解説	前川 佳一	京都大学大学院 准教授

Ⅳ. 評価と能力認定

評価

- 履修証プログラム
 - 京都大学経営管理大学院「京都大学サービスMBA入門プログラム履修証」
- その履修要件
 1. 講義系2科目受講
 - サービス経営論＋サービス産業事例分析(＋ツーリズム産業論)
 2. ワークショップ履修
 - 新規ブランド開発ワークショップ履修
- 能力開発認定

講義系

サービス経営論

サービス産業事例分析

• E-learningシステム

1. 各回3問程度の選択問題
 - キーコンセプトの理解
2. 小レポート提出(200-400字)
 - 理解度を問う

ツーリズム産業論

1. ビデオ教材

• E-learningシステム

1. 各回3問程度の選択問題
 - キーコンセプトの理解
2. 各回小レポート提出(200-400字)
 - 理解度を問う

ワークショップ

- 各回での課題作成
- 各チームでの最終提案作成
- 振り返りレポート

【資料1 参考資料①】



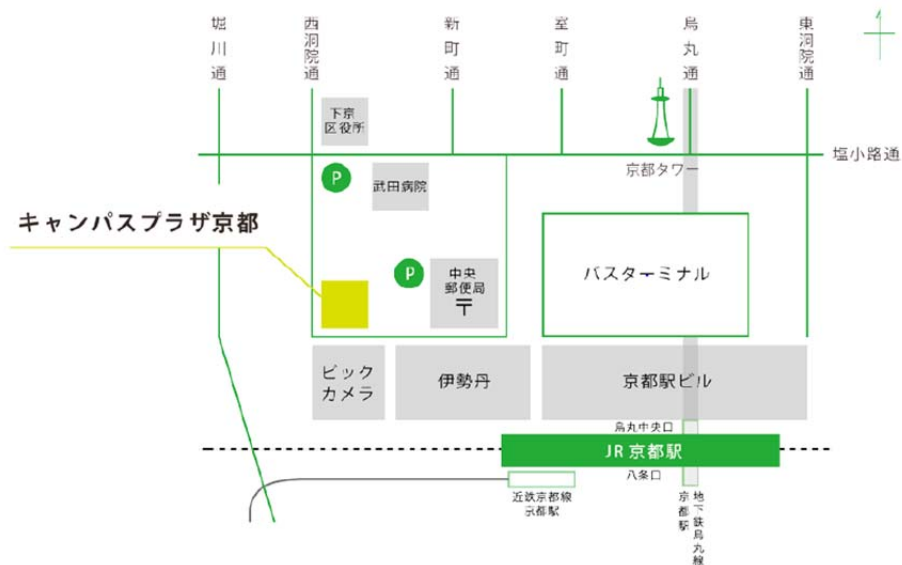
公益 大学コンソーシアム京都
財団 法人 The Consortium of Universities in Kyoto

キャンパスプラザ京都【基本情報】

キャンパスプラザ京都(京都市大学のまち交流センター)の施設は、講義、演習、会議等又は大学に関する情報の収集及び提供、大学と産業界、地域社会の協力による豊かな地域社会の形成に資する調査及び研究並びに人材育成のために使用することができます。

名 称 キャンパスプラザ京都(京都市大学のまち交流センター)
所在地 京都市下京区西洞院通塩小路下る東塩小路939
開館時間 8:30～21:30
休館日 月曜日、12月28日～1月4日
075-353-9111/9:00～19:00(休館日を除く)
受付窓 ※メールでのご予約は受け付けておりません。お電話にてご連絡ください。
口 ※ただし月初めの電話での予約・空き状況のお問い合わせは13:00から開始します

開館日 2000年9月8日
敷地面積 2631.84 平方メートル/建築面積 2076.34 平方メートル
延床面積 11677.47 平方メートル/
構造規模 鉄骨鉄筋コンクリート造 地下1階・地上6階建て
6階 大学院等共同サテライト
5階 第1講義室、第1～5演習室、共同研究室
面積など 4階 第2～4講義室
3階 放送大学京都学習センター
2階 第1～3会議室、ホール、和室
1階 大学コンソーシアム京都事務局、学生 Place+、ラ・カフェケニア 京都店、駐輪場
地階 駐車場



京都市営地下鉄烏丸線、近鉄京都線、JR 各線「京都駅」下車。徒歩 5 分。

■第3講義室(4階)



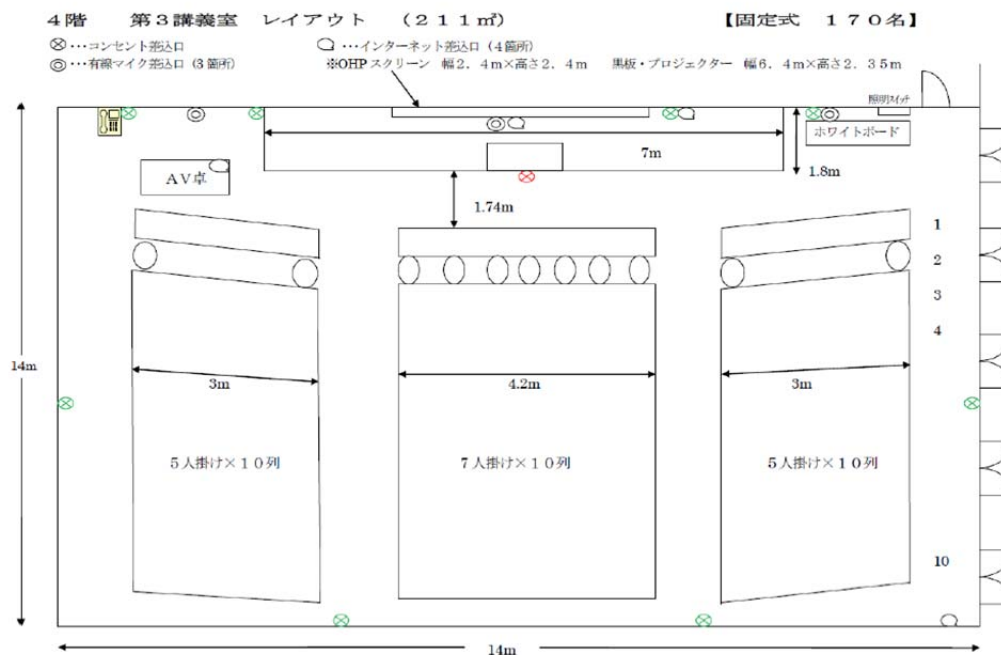
第3講義室(170名収容)では、大学の講義や公開講座、学会等、さまざまな用途で利用ができます。教材を提示するプロジェクターは、背面から投影するリア式タイプで、2面を装備、他には、インターネット、マイク設備などを装備しています。

大学

<キャンパスプラザ京都 施設使用料>

(平成27年4月1日改正)

利用区分	9:00~10:30	10:50~12:20	12:40~14:10	14:30~16:00	16:20~17:50	18:10~19:40	20:00~21:30
	1講時	2講時	3講時	4講時	5講時	6講時	7講時
第1講義室 312㎡ (5階/289席)	3,600円	3,600円	3,600円	3,600円	3,600円	5,340円	5,340円
第2講義室 309㎡ (4階/289席)	3,600円	3,600円	3,600円	3,600円	3,600円	5,340円	5,340円
第3講義室 211㎡ (4階/170席)	2,460円	2,460円	2,460円	2,460円	2,460円	3,650円	3,650円
第4講義室 129㎡ (4階/90席)	1,490円	1,490円	1,490円	1,490円	1,490円	2,260円	2,260円
第1~5演習室 (5階/30席)約50㎡	560円	560円	560円	560円	560円	820円	820円



■講師控室は、5階の第5演習室になります。(現在建設中の為、フロアマップ・レイアウト等は、ございません。)

(資料2)

ケース教材作成について

1. 目標値

(1) 平成26年度

- ・優良企業経営事例紹介を行う講演会8回実施と8本程度のケース教材作成

(2) 平成27年度

- ・サービス産業の優良企業経営事例20回の授業実施とケース教材化、一部ビデオ教材10点。

(3) 平成28年度

- ・サービス産業の優良企業経営事例等に関する授業20回の実施とケース教材20点作成
- ・優良企業経営事例のビデオ教材10点と授業ビデオ教材10点の新規開発

2. 2015年度「京都大学おもてなし経営講演会シリーズ」

西陣 細尾・スーパーホテル・道頓堀ホテル・ヨリタ歯科・レック・三星テキスタイル・公文教育研究会・リンクアンドモチベーション

3. 次年度ケース企業候補案

以下はすべて検討案である。

(1) ツーリズム産業論

日本政府観光局、岐阜県商工労働部

ハイアット、星野リゾート、J R 西日本、J A L、K N T

オリエンタルランド、U S J、

プリンスホテル、J T B 総研

(2) サービス産業事例分析（おもてなし経営講演会シリーズ2015）

①「ハイサービス300選」

がんこ寿司フーズ／ワタベウエディング／ルネサンス／カメラのキタムラ

②「おもてなし経営選」

株式会社キャリアールなど4社程度

③大手サービス経営事例

H2O リテーリング／サイバーエージェント／リクルート／QB ハウス

④海外事例

コールド・ストーン・クリーマリー

⑤特別講義

サービス業のアセットマネジメント（トーマツ／川井氏）

（資料3）



Graduate School of Management, Kyoto University

【資料3】

KUBCS-E-2012-01TN
2015年2月19日

株式会社レック

—女性起業家による業界革新がもたらした企業の持続的成長—

田原慎介・若林直樹

10 少子高齢化という環境変化によって消費者ニーズは多様化し、新たなビジネスチャンスを探る企業の新規参入が相次ぎ、企業間競争も激化しつつある。このような現実と直面し、多くの課題を抱えているのが冠婚葬祭業である。サービス産業白書によると、冠婚葬祭業は主としてブライダル業界と葬儀業界に分けられ、葬儀業界の業績は高齢社会の到来によって堅調に推移している。そのため、新規参入企業も多く、業界内の競争は激化しているものの、消費者ニーズの多様化によって、多様な新たなサービスが提案されつつある。一方、ブライダル業界の市場低成長は著しい（付属資料1）。晩婚化によって結婚式単価が上昇したことから大手企業を中心に業績を伸ばすという側面は見られるが、挙式や披露宴を行わずに、近親者のみでの小規模な結婚式を希望されたりするカップルの増加をはじめとしたニーズの多様化が進み、いかに変化の激しい消費者ニーズに対応していくかが重要となっている。ブライダル業界大手の株式会社ティクアンドギヴ・ピース（本社：東京都品川区）は、東京・渋谷のBunkamuraの隣接地にある施設を全面的に改装し、10人からのパーティーや大規模な家イベントなど

Ⅱ. 産学連携事業推進委員会の議事録

i. 2014 年度第 1 回産学連携事業推進委員会

日時：2015 年 2 月 4 日（水）午後 1 時～3 時

場所：京都大学 百周年時計台記念館 2 階 会議室Ⅳ

出席者：

委員長	京都大学経営管理大学院 院長	河野 広隆
コーディネーター	京都大学経営管理大学院 教授	若林 直樹
コーディネーター	京都大学経営管理大学院 教授	若林 靖永
外部委員	株式会社京阪流通システムズ 代表取締役社長	上野 正哉
外部委員	株式会社キャリアール・インターナショナル代表取締役社長	田中 誠二
外部委員	株式会社サイバーエージェント執行役員 人事本部長	曾山 哲人
外部委員	サービス産業生産性協議会 部長	野沢 清
外部委員	三和実業株式会社 代表取締役 会長	松本 孝
外部委員	公益社団法人日本観光振興協会人材育成担当部長	田中 剛
外部委員	日本小売業協会 専務理事	岡部 義裕
事務局他	京都大学吉田地区文系部局U R A 室 室長	小川 正昭
事務局他	京都大学経営管理大学院 大学院掛長	小屋敷 浩
事務局他	京都大学経営管理大学院 企画室長	櫻木 恵子
事務局他	京都大学経営管理大学院 若林研究室	桑原 徳子
事務局他	京都大学経営管理大学院 企画室	佐野 具子



議事録：

I. 議題

(1) 本事業の 概要説明 《資料1》

- ・資料1に基づき、若林直樹教授から本事業の説明があった。

(2) ハイサービス300選企業の概要説明

- ・野沢清氏から、SPRING 設立の背景・ハイサービス日本 300 選・今後の活動について説明があった。
- ・300 選選考企業業種について、選考基準についての質疑応答があった。

(3) 本プログラムの実施概要について 《資料2》

(4) 本プログラムの主要科目について 《資料2》

- ・若林直樹教授から、授業展開案、各科目の概要についての説明があった。
- ・授業時間帯、場所についての議論があった。
- ・新規ブランド開発ワークショップのグループワークについての提案が、外部委員からあった。

(5) サービス講演シリーズとケース教材の作成について 《資料3》

- ・若林直樹教授から、目標値、ケース教材概要について説明があった。
- また、今年度開催された「京都大学おもてなし経営講演会シリーズ」の報告があった。

(6) その他

- ・若林直樹教授から、来年度「産学連携事業推進委員会」開催日程について連絡があった。

第1回：2015年5月開催予定

第2回：2016年2月開催予定

(資料 1)

「高度人材養成のための社会人学び直し大学院プログラム」

「京都大学サービスMBA入門プログラム」

エグゼクティブ・サマリー



I. 提案者概要

1. 提案者：国立大学法人京都大学 経営管理大学院

2. 事業名称：京都大学サービスMBA入門プログラム

3. プログラム種類：大学独自の修了証の履修プログラム

(京都大学経営管理大学院長発行修了証)

4. 連携先企業等名：

関西経済連合会、大阪商工会議所、京都商工会議所、日本小売業協会、日本観光振興協会、サービス産業生産性協議会、株式会社サイバーエージェント（計7団体・企業）

II. 教育課程の概要

1. 本プログラムの考える主な経営課題

- ・小売／観光／サービスの産業を主対象にサービス経営能力開発プログラムの開発と普及
- ・ケース・メソッドに基づくサービス産業の優秀経営事例の実践的な分析と応用
- ・低下が著しい新規開業や新規事業開発の基礎能力について次世代経営者・管理職で開発
- ・世界的観光都市京都を中心とした先進的観光ビジネスモデル事例の分析と実践

2. 目的

京都大学経営管理大学院で、サービス経営学に関する入門科目を受講することにより、サービス経営に関わる次世代経営者の基礎的経営能力の実践的習得を行う公開講座形式の教育プログラムである。これを通じてサービス MBA 進学へのステップアップを促進する。

3. 習得する能力

(1) サービス経営管理能力

サービス経営、特に戦略、マーケティング、IT 活用の基本を理解し実践できる基礎能力

①サービス事業戦略企画基礎能力：事業戦略のプランニング

②サービスマーケティング基礎能力：ブランドと顧客ロイヤルティの獲得。

③サービス事業 IT 活用基本能力：サービス経営への IT 導入を立案する基礎能力

(2) 先進事例分析基本能力

ハーバードなどの先進的ビジネス・スクールで一般のケース・メソッドを用いた国際的な視野を持ち、サービス先進事例に関する情報収集・分析能力の強化

(3) 新規サービス事業開発基本能力

新規のサービスブランド企画に関するビジネスプランを作成する能力。

(4) ツーリズム産業革新基礎能力

先進事例を学習し具体的なサービス・イノベーションを構想する能力

4. 教育方法・内容

★プログラムの特徴

・優秀サービスビジネスケースを用い経営者との対話をベースにした先端的経営手法の実践的習得

・サービス経営の基本原理の理解

・社会人学習支援のための

E-learning ウェブシステムにおいて、ビジネスケース教材と映像資料などを活用し、ソーシャル・メディ

アによる学習者の対話を促進し実践的理解

・チームベースでのサービスブランド新規開発プロセス体験学習

・サービス MBA プログラム進学を軸にしたキャリアアップのカウンセリング

5. 授業期間：約6ヶ月間（2015年度～）

6. 履修認定：講義系2科目（サービス経営論、サービス事例分析）と演習系1科目履修

7. 履修資格：大学独自の履修証の授与（京都大学経営管理大学院長発行）

8. 社会人受講への配慮：

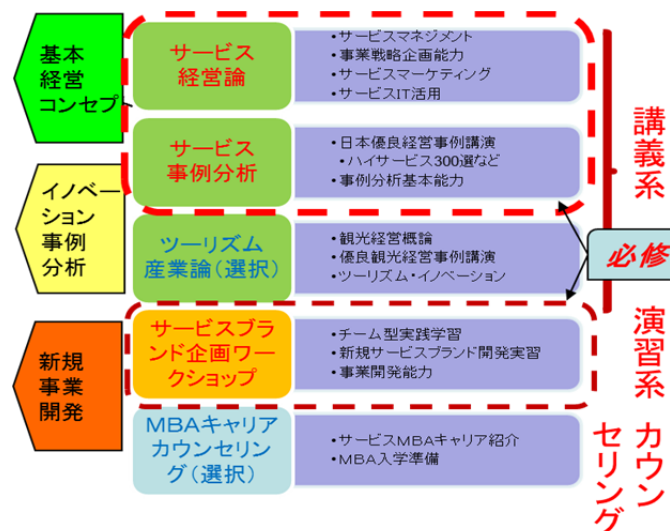
・ウェブシステムでの E-learning とソーシャル・メディア機能による対話促進

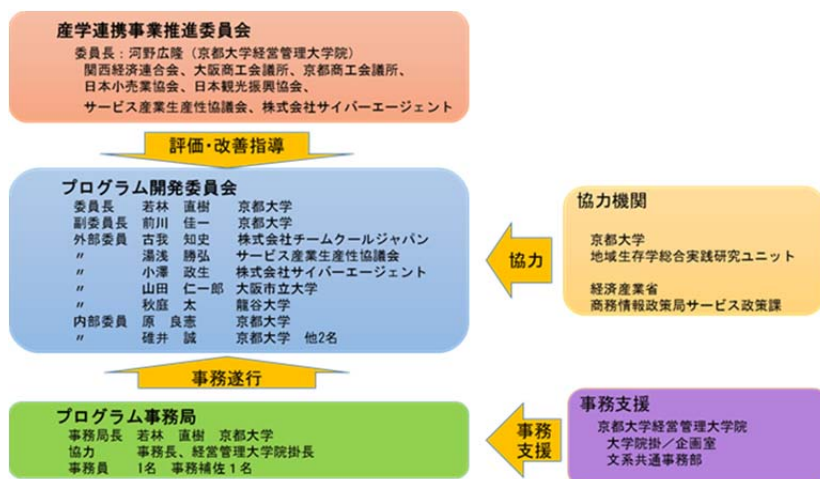
・金曜日の昼夜／土曜日を中心としたコンパクトな受講体制

9. 受講生募集：基本的には一般応募形態

1期15名 { 連携経営団体所属会員企業（サービス、小売、観光）から13～14名
一般からの1～2名

10. 受講料：合計（4万円：検定料1万円＋受講料／教材費3万円）





III. 実施体制

1. 実施体制

①協議の場：産学連携事業推進委員会：産業界との研修内容の協議

②プログラム開発委員会：産学連携でのプログラム開発

2. 産学連携の進め方と役割分担

(1) プログラム、カリキュラムの企画立案：連携団体から会員企業のニーズに基づく評価

(2) 受講者の募集、選定：連携団体から小売、観光、サービス産業の会員企業、特に幹事企業など有力企業からの受講を働きかける

(3) カリキュラム実施、報告：産業団体からの評価

(4) ビジネスケース教材開発：各団体より優秀経営事例企業の提案や企業側担当者の紹介

(5) 新規事業開発実習機会提供：サイバーエージェント等などの IT、小売、観光産業優秀企業での新規事業開発機会提供

3. 事業計画での主な取り組み

(1) 産学連携によるサービス経営教育プログラム開発

(2) 経営実践志向のサービス経営論の改善とビデオ教材化

(3) 優秀サービス経営事例についてのビジネスケース作成（一部ビデオ化を含む）

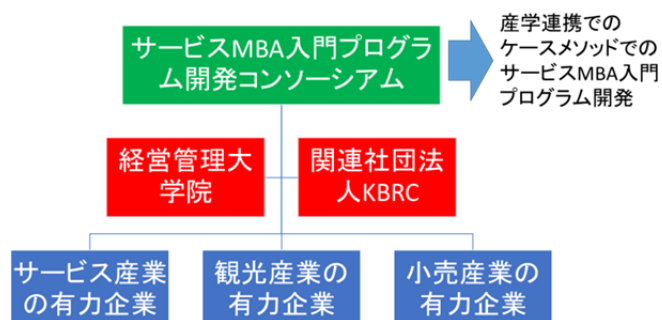
(4) E-learning システムの開発による社会人及び遠隔地受講者の受講支援の充実

(5) 新規サービスブランド開発のチームベース教育法授業の開発

4. 事業期間終了後の普及計画

(1) 公開講義による受講料ベースでの本プログラムの継続と発展。

(2) 経営管理大学院を中心に関連社団法人 KBRC を事務局とし



て、小売、サービス、観光産業の有力サービス企業数社とより研修プログラム共同開発事業コンソーシアムを形成し、本プログラムについての継続開発資金提供を受けてリーズナブルな持続的事業展開を行う。

(3) 事業報告書による基礎サービス MBA プログラムの社会的普及

(4) ビジネスケース教材開発に関する小売、観光、サービス産業の企業との共同開発事業と内外のビジネス

(資料2)

京都大学サービスMBA 入門プログラム プログラム開発委員会

2015年2月4日

授業実施概要と4科目の内容の案

【資料2】

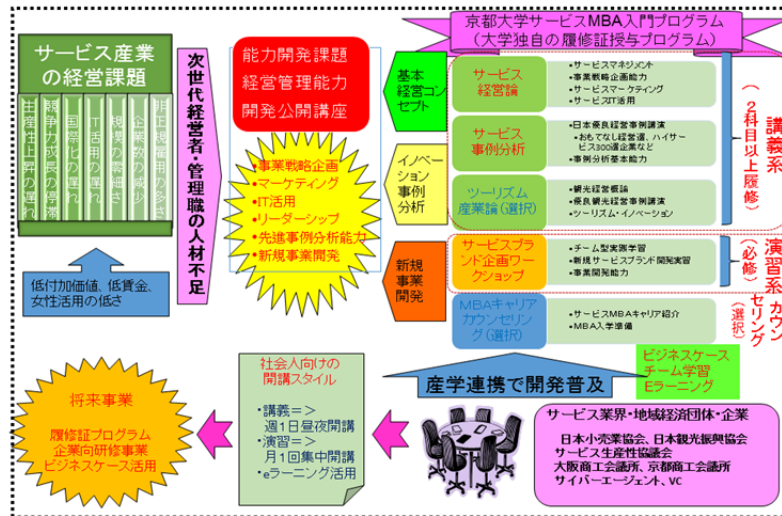
目次

- I. 事業概要
- II. 授業展開
- III. 4科目の内容
- IV. 能力評価手法

資料2

I. 事業概要

(様式1)(別紙1)



II. 授業展開

A案

- ・ 期間
 - ・ 授業：2015年10月2日～2016年12月5日(土)
 - ・ オリエンテーリング：9月26日(土)午後
- ・ 時間帯
 1. サービス経営論、サービス産業事例分析(各14回分)
 - ・ 金：5～7限：30コマ
 2. 新規ブランド開発ワークショップ
 - ・ 土：月1-2回3、5コマ分
 3. ツーリズム産業論
 - ・ 2016年2月～3月の内14回分参加程度

時限	金	土(1回/3週間)
	キャンパスブラザ京都(案)	京都大学経営管理大学院
1: 8:45-10:15		10:00-16:00
2: 10:30-12:00		新規ブランド開発ワークショップ
3: 12:00-14:30		
4: 14:45-16:15		
5: 16:30-18:00	サービス経営論	
6: 18:20-19:50	サービス産業事例分析	
7: 20:00-21:20	サービス経営論	

- ・ 期間
 - ・ 授業：2015年10月2日～2016年1月15日(22日)
 - ・ オリエンテーリング：9月26日(土)午後
- ・ 時間帯
 1. サブス経営論 サービス産業事例分析(各14回分)
 - ・ 金：5～6限、28コマ
 2. 新規ブランド開発ワークショップ
 - ・ 土：月1回3、5コマ分
 3. ツーリズム産業論
 - ・ 2016年2月～3月の内14回分参加程度

時限	金	土(月1回)
1: 8:45-10:15		10:00-16:00
2: 10:30-12:00		新規ブランド開発ワークショップ
3: 12:00-14:30		
4: 14:45-16:15		
5: 16:30-18:00	サービス経営論	
6: 18:20-19:50	サービス産業事例分析	

(参考) ツーリズム産業論:京都市観光経営学講座

開講日

11月							11月18日						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土

1. サービス経営論(1):概要と目標

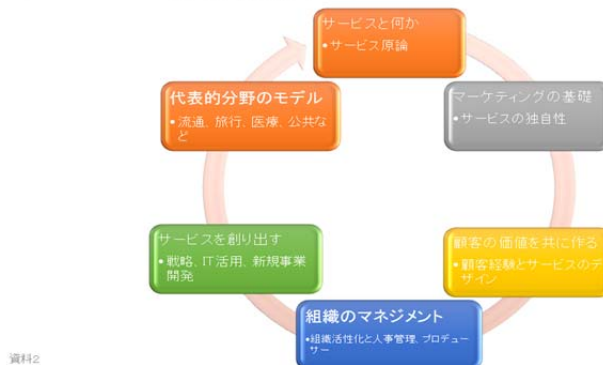
- サービスは、顧客の価値を一緒に作り出すビジネスである。そのために、サービスのマネジメントには、独自の経営原理が存在する。この授業では、サービスの本質、マーケティングの特性、サービスのデザイン、生み出す組織作り、イノベーションの仕組みについての基本的なマネジメントの考え方を理解する。

サービス
スマー
ケティン
グ能力

サービス事業
IT活用
能力

140

サービス経営論(2):プロセス



資料2

サービス経営論(3):講義の概要

I. サービスとは何か	・サービスとマネジメントの特徴
II. サービス・マーケティングの基本	・サービス・マーケティング(1):ホスピタリティ/プロセス ・サービス・マーケティング(2):サービス・ドミナント・ロジック/基本要素/顧客との協働
III. 顧客の価値を一緒に作る	・顧客との共同での経験デザイン: 顧客経験のデザイン/顧客とのインタラクション/一緒に作る ・サービスのデザイン:サービスの環境(エコシステム)/プロトタイピング
IV. 生み出す組織のマネジメント	・組織のマネジメント:サービス・リーダーシップ、文化と感情の管理、エンパワメント ・人事管理の基本原則:コンピテンシー/内的動機付け/能力開発 ・プロデューサーの役割:リーダーシップ/プロデューサーの役割
V. サービスを創造する	・サービスの戦略作り:独自の戦略/価値創造/価値の獲得 ・IT戦略:ITによる生産性向上/戦略的アウトソーシング/クラウド・コンピューティング ・サービスにおける新規事業開発:新規事業開発/ビジネスモデルづくり/即興性のマネジメント
VI. 代表的分野でのモデル	・流通産業でのサービス・マネジメント:経営課題/ITの活用 ・観光産業でのサービス・マネジメント:経営課題/ホスピタリティ/グローバル化とアライアンス ・ヘルスケア産業でのサービス・マネジメント:経営課題/顧客生活の質/個別化するサービスなど

資料2

サービス経営論2015年度各回予定案

- I. サービスとは何か
 1. サービスとそのマネジメント
サービスとは何か/サービス・マネジメントの基本課題
- II. サービス・マーケティングの基本
 2. サービス・マーケティング(1)
サービスの特徴/ホスピタリティ/プロセス
 3. サービス・マーケティング(2)
サービス・ドミナント・ロジック/マーケティングの基本要素/顧客との協働
- III. 顧客の価値を一緒に作る
 4. 顧客との共同での経験デザイン
顧客経験のデザイン/顧客とのインタラクション/一緒に価値を作る
 5. サービスのデザイン
サービス・デザイン/サービスの環境(エコシステム)/プロトタイピング
- IV. サービスを生み出す組織のマネジメント
 6. サービス組織のマネジメント
サービス・リーダーシップ/文化と感情の管理/エンパワメント
 7. サービス組織における人的資源管理
サービス・コンピテンシー/内的な動機付け/能力開発
 8. プロデューサーとその役割
プロデューサー/プロジェクト管理/創造性活性化

資料2

- V. サービスを創造する
9. サービスの戦略作り
 - サービス独自の戦略／価値創造／価値の獲得
10. サービスにおけるIT戦略
 - ITによる生産性向上／戦略的アウトソーシング／クラウド・コンピューティング
11. サービスにおける新規事業開発
 - 新規事業開発／ビジネスモデルづくり／即興性のマネジメント
- VI. 代表的サービス産業でのサービス・マネジメント・モデル
12. 流通産業でのサービス・マネジメント
 - 流通産業の経営課題／ITの活用
13. ツーリズム産業のサービス・マネジメント
 - ツーリズム産業の経営課題／ホスピタリティ／グローバル化とアライアンス
14. ヘルスケア産業のサービス・マネジメント
 - ヘルスケア産業の経営課題／医療や生活の質／個別化するサービス
15. 公共分野でのサービス・マネジメント

資料2

II. サービス産業事例分析(1): 目的と能力

目的

- サービスのビジネスモデルは刻々と進化し、国際的な競争を行っている。国際的な視野を持ち、サービス先進事例、特におもてなしのあり方に関する情報収集と分析能力を高めることが、国際的な競争力や生産性を高める上で必要である。代表的なサービス経営事例に関して、経営者や現場担当者から講演をしてもらい、そのビジネスモデルの特徴と競争力を分析する。E-learning教材や海外の先進事例も用いる。

能力開発

先進事例分析能力

- ケースメソッド
 - 現実のビジネス事例から異業種でも経営課題、ビジネスモデルと意思決定の分析を行える能力
- 代表的ケースの分析
 - 日本
 - 「ハイサービス日本300選企業」／経済産業省「おもてなし経営企業選」／先進的サービス企業
 - 海外
 - シンガポール経営大学やハーバード・ケースなどの代表事例、コンソーシアム企業事例など

資料2

サービス産業事例分析(2): ケース分析



資料2

サービス産業事例分析(3):事例モデル

- ケースメソッド概論
- 先進的経営事例(例)
 1. 「ハイサービス300選」
 - がんこ寿司フーズ/イオン/ワタベウェディング/CCC/恵寿総合病院など
 2. 「おもてなし経営選」
 - スーパーホテル/ヨリタ歯科/株式会社キャリアールなど
 3. 大手サービス経営事例
 - サイバーエージェント/リクルート/ファミリーマートなど
 4. 海外事例
 - スターウッド・ホテル・チェーン/スターバックス
- ビジネスモデルの先進性

資料2

III.新規ブランド開発ワークショップ(1):目的

目的

- 総務省2012年の経済センサスによれば、サービス業全般に7%事業所減で、新規事業開発能力不足が見られる。
- 新規のサービスブランド企画を実習ケースにして、ビジネスプランを作成する基本プロセスを経験し、新規事業開発プロセスを理解する基本的能力の育成。

能力開発目標:

新規サービス事業開発能力



資料2

新規ブランド開発ワークショップ(2):プロセス

プロセス

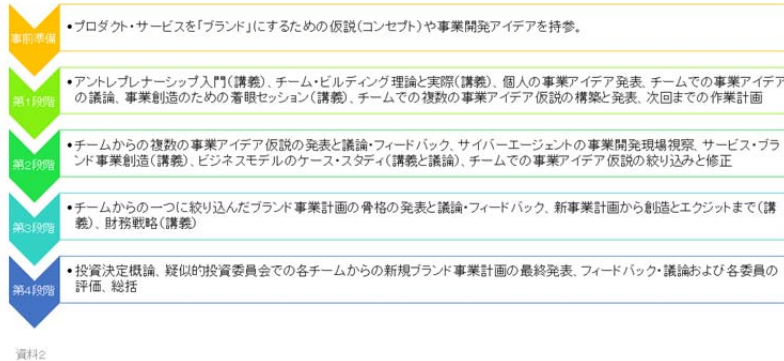
- 「おもてなし経営」マインドに基づく事業創造の基本を事業計画の提案書作成ワークショップ活動を通して学ぶ。
- 具体的には、日本・京都風土やコミュニティに根ざした資源を活用したブランド事業の開発・創造作業を通して、どんがった不易流行の事業価値を創造するための理論と実践的思考法や手法を身に付けることを目的としている。

展開

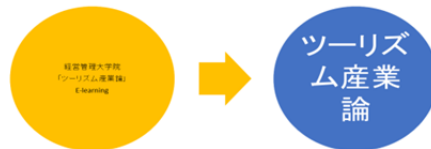
- 事業計画作成プロジェクトチーム結成
- 4回にわたる講義・現場視察・仮説検証サイクル作業や発表・討議などで進行
- 最終回に、疑似的な投資委員会形式で最優秀チームと優秀事業計画書を選出。

資料2

新規ブランド開発ワークショップ(3):活動



IV. ツーリズム産業論



ツーリズム産業論:ビデオ:ツーリズム産業論

・(授業の概要・目的)

- ツーリズム産業のトップマネジメントや学識経験者を各員講師として招聘し、理論面とともに実務面からもツーリズム産業の実態を理解し、今後のツーリズム産業のあり方を論じることを目的とした講義を展開する。
- 21世紀に入り、旅行者のニーズ変化、旅行スタイルが大きく変わる中で、関連業界はもとより、観光地などの旅行サービスの供給構造にも大きな変化がみられる。「ニューツーリズム」と評されるエコ・ツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、産業観光等新しい形態が生まれている。まさに産業界全体が曲がり角を言える状況を迎えており、これに対応できる人材育成を目指す。

・各回の予定

- 1 ガイダンス
- 2 ゲスト:京都市長
- 3 ゲスト:日本政府観光局
- 4 ゲスト:大規模旅館 会長
- 5 ゲスト:LCCエアライン 社長
- 6 ゲスト:長距離バス会社 社長
- 7 ゲスト:航空会社 幹部
- 8 ゲスト:旅行会社 幹部
- 9 ゲスト:WEB旅行会社 幹部
- 10 ゲスト:旅行関連研究所 研究員
- 11 ゲスト:地域づくり団体 代表
- 12 ゲスト:国際展示会場 館長
- 13 ゲスト:テーマパーク 幹部
- 14 ゲスト:観光業界著名人・学者

資料2

IV. 能力評価手法

評価

- 履修証プログラム
 - 京都大学経営管理大学院「京都大学サービスMBA入門プログラム履修証」
- その履修要件
 1. 講義系2科目受講
 - サービス経営論＋サービス産業事例分析（＋ツーリズム産業論）
 2. ワークショップ履修
 - 新規ブランド開発ワークショップ履修
- 能力開発認定

資料2

ワークショップ

- 各回での課題作成
- 各チームでの最終提案作成
- 振り返りレポート

資料2

講義系

サービス経営論

サービス産業事例分析

- E-learningシステム
 1. 各回3問程度の選択問題
 - キーコンセプトの理解
 2. 各回小レポート提出（200-400字）
 - 理解度を問う

ツーリズム産業論

1. ビデオ教材

- E-learningシステム
 1. 各回3問程度の選択問題
 - キーコンセプトの理解
 2. 各回小レポート提出（200-400字）
 - 理解度を問う

資料2

（資料3）

ケース教材作成について

1. 目標値

（1）平成26年度

- 優良企業経営事例紹介を行う講演会8回実施と8本程度のケース教材作成

(2) 平成27年度

・サービス産業の優良企業経営事例 20 回（内 10 回ツーリズム産業論）の授業実施と
ケース教材化、一部ビデオ教材 10 点。

(3) 平成28年度

・サービス産業の優良企業経営事例等に関する授業 20 回（内 10 回ツーリズム産業論）
の授業実施とケース教材化、一部ビデオ教材 10 点

2. ケース教材概要

1) 種類

①講演におけるビジネスモデルのケース化（こちらを主とする）

②教員個人によるケース研究

2) 概要（①を主として）

・講義録を中心に作成して、テーマとなるサービス製品、ビジネスモデルの特徴
・京大ビジネスケース教材のフォーマットを使う

2) 構成

1. はじめに

サービス、ビジネスモデルの主要なテーマ

2. 会社の概要

概要、主力分野、産業の特徴、競争の概況

3. サービスもしくはビジネスモデルの特徴

4. 競争力と課題

3. 今年度「京都大学おもてなし経営講演会シリーズ」

10/30（木）西陣 細尾

11/20（木）スーパーホテル

11/27（木）道頓堀ホテル

12/4（木）ヨリタ歯科

12/11（木）レック

1/8（木）三星テキスタイル

1/29（木）公文教育研究会

2/24（火）リンクアンドモチベーション