

サービス経営論

担当者 南方 建明

開講時期 後期

単 位 2

●講義の概要

産業構造に占める第三次産業の割合が増加し、また第二次産業においてもサービス業務の割合が増加する「サービス経済化」がすすんでいる。「サービス」は、無形であり生産の成果を在庫できないこと、生産過程に顧客が参加・協働することなど、「物」とは異なる特性をもつ。本講義では、サービスの生産構造からみた類型別に経営上の課題やマーケティング戦略構築の方向について明らかにするとともに、サービス品質の向上や顧客との関係性強化による「サービス満足の向上」、需要と供給のミスマッチを管理することによる「サービス生産性の向上」など、サービス・マネジメントについて考察する。

●講義の到達目標

サービス経営に関する理論的・実践的な知識の修得を目指す。「サービス・マーケティング」「サービス・マネジメント」に関する理論を理解するとともに、今日のサービス企業が直面している諸課題を分析し、その課題を解決するための諸方策を考えうる知識・視点を身につける。

●講義計画

- 第1回：サービス経営論の課題
- 第2回：サービス経済化の進展
- 第3回：サービス業の労働生産性
- 第4回：サービス業の戦略的業態分類
- 第5回：サービス・マネジメントの課題
- 第6回：顧客満足の向上
- 第7回：顧客との関係性（リレーションシップ）の強化
- 第8回：サービス生産性の向上－単位サービスあたりの生産性向上
- 第9回：サービス生産性の向上－稼働率向上による生産性向上
- 第10回：顧客満足の向上とサービス生産性の向上の両立
- 第11回：企業研究（1）－対個人サービス業
- 第12回：企業研究（2）－対事業所サービス業
- 第13回：受講者による研究報告（1）
- 第14回：受講者による研究報告（2）
- 第15回：サービス経営の今後の課題

●成績評価基準と方法

特別な事情がない限り、すべての講義に出席し、授業への積極的な参画を求める。

期中に受講者各自がそれぞれ特定のサービス業の業種（あるいはサービス業の企業）を取り上げ、サービス・マーケティングのフレームワークに沿って報告する（講義計画の第13回および第14回）。配点割合は30%

期末に、「サービス・マーケティング」および「サービス・マネジメント」の理論を用いて受講者各自が研究したレポートを作成し、提出する。配点割合は70%

●テキスト又は参考文献

[テキスト]

・南方建明・宮城博文・酒井 理『サービス業のマーケティング戦略』中央経済社 2015年

[参考文献]

・南方建明・酒井 理『サービス産業の構造とマーケティング』中央経済社 2006年

・南方建明・堀 良『IT革命時代のサービス・マーケティング』ぎょうせい 2002年

●受講上の留意点

本科目では、授業への積極的な参画と活発な意見交換を期待している。授業においては、事前に指定した課題を受講者各自が読み込んでいることを前提として質疑や意見交換をおこなうため、事前の予習が必要である。

さらに、講義内容を十分に復習し、講義で得たことを自らの知的資産として蓄積していくことが必要である。