

はじめに

サービスに係わる研究は、モノ（グッズ）の生産と交換を考え方の中心に据えて、古くからマーケティングやマネジメントなどの分野で行われてきた。この考え方は、いまではグッズドミナント・ロジック（goods dominant logic）と呼ばれる。ここで、「ロジック」とはものの見方あるいは考え方といった意味である。

ところが、2004年12月に発表された米国競争力協議会の報告書「イノベートアメリカ」（通称パルミサーノレポート）^{1) 2)}で、21世紀のイノベーションの中心に“サービス科学”を据えるべきであるという見解が示されたことから、米国を中心にサービス科学の研究が活性化され、世界各国に広がり、それまでのグッズドミナント・ロジックからサービスドミナント・ロジック（service dominant logic）へと、サービスに対するものの見方、考え方が変わってきた。つまり、サービスにおいては、モノやサービスを貨幣と交換することによって生まれる価値（交換価値）という側面よりも、モノやサービスを利用することで生まれる価値（利用価値）が重要で、モノはサービスの価値を実現するための手段であるという考え方である。ここでの中心的な概念は、モノやサービスの提供者からの一方向的な価値創造だけでなく、モノやサービスの提供者と利用者が価値を共有し、双方向的に価値を創造する「価値共創（value co-creation）」である³⁾。

その後、サービス科学（service science）は、科学的アプローチをとるサービス科学（サイエンス）だけでなく、サービスマネジメント（経営）、サービス工学（エンジニアリング）、サービスデザイン（設計）も含めた総称として使われている。総称として使われる「科学」および「science」は、「学問」あるいは「学術」を指す。

いまでは、サービスを価値共創という新しい視点から見直すことによって、サービスにイノベーションをもたらそうとする新たな取組みが、先進国、途上国を問わず世界中に静かに広がりつつある。それはサービス科学としてだけではなく、個別に、サービス工学、サービスデザインと呼ばれたり、またサービ

スドミナント・ロジック、プロダクト・サービスシステム、サービタイゼーションと名前を変えたりしてそれぞれに発展しつつある。それに伴い、サービスマーケティングやサービスマネジメントの分野にも大改革を引き起こしている。そして、これらの様々な新たな取組みを包摂して、サービスそのものを研究の対象とする新しい研究分野、サービス学 (serviceology)、あるいはサービソロジーが日本に誕生し、成長し始めている。

実は我が国では、吉川弘之が1972年頃から始めた設計学の研究を進め、1988年にはサービスドミナント・ロジックと類似の考え方を提唱し、2008年にサービスを理論的かつ体系的に論じるための枠組みとしてサービス工学を提唱している^{4) 5)}。また、榎本肇もサービスの体系化を試み、1984年に同じくサービス工学を提唱している^{6) 7)}。送り手と受け手の間でのメッセージのやりとりが、両者の発想の原点にあることは興味深い。

*

本書は、文系理系を問わず、大学および公的研究機関の研究者、企業の経営企画あるいは研究開発、製品・事業開発の担当者向けに、21世紀になって誕生したサービス学、あるいはサービソロジーという新しい研究ジャンルが、現在どこまで来ているかを最新の研究事例によって明らかにし、そのインパクトが今後、幅広い分野に及ぼうとしていることを示すことによって、この分野への活発な参入を促そうとするものである。

全体は、3部11章で構成されている。第I部の第1章では、21世紀の新しい総合的なサービス研究としての「広義のサービス学」や価値共創に焦点をあてた「狭義のサービス学」としてのサービソロジーがどのようにして誕生したかについて、その背景や経緯を述べるとともに、その定義を明確にしている。第2章では、サービソロジーがサービスをどのように捉えているか、その中心概念である価値共創とは何か、サービソロジーはどのような研究をするかを、新たに開発された「サービス価値共創フレームワーク」という概念的枠組みを用いて明らかにしている。

第II部の第3章から第7章までは、サービス学誕生の母体となり、サービソロジーの研究例として最も適切なものと考えられる国立研究開発法人科学技術

振興機構（JST）社会技術研究開発センター（RISTEX）の「問題解決型サービス科学研究開発プログラム（S³FIRE）」で展開されたプロジェクトを基にして書かれている。そこから、サービソロジーの4つのカテゴリーを代表する5本のプロジェクトを選び、それぞれのプロジェクトの中で萌芽期のサービソロジーが、サービスの可視化、構造化と価値共創についてどのような研究を行っているかの事例を示す。そして、第8章でそれらの5本のプロジェクトが、どのように価値共創のメカニズムを解明しようとしているかを整理する。

第Ⅲ部は、サービソロジーとサービスイノベーションの関係について、3つの側面から考察している。第9章では、サービスの構造や特性の理解の上になつて、サービスをどのように設計するかについての考察を深めるとともに、サービス設計の一般的な理論モデルの開発に挑戦している。第10章では、工学的視点をいれて発展しつつあるサービス学を経営学的な視点からとらえなおして、共創価値を経営に取り入れるための方策を検討するとともに、サービソロジーをベースにしたサービス・エコシステムへの取組みがどのように経営を変える可能性を持つかを示す。第11章では、技術革新とサービソロジーの関係を、サービスロボット、人工知能、サービソロジーという3つの側面から考察し、サービソロジーがロボットやAIと並ぶ重要性をもった技術になる可能性を展望している。

*

最後になつたが、本書のとりまとめの起点となつたJST RISTEXの「問題解決型サービス科学研究開発プログラム」の新井民夫総括補佐、村上輝康前総括補佐を始めとした歴代のプログラムアドバイザーの方々、当プログラムの下に設けた作業委員会やワーキンググループなどにご参加頂いた皆様方、および当プログラムの各プロジェクトに参加された方々、さらにはRISTEXの有本健男元センター長、泉伸一郎前センター長、岩瀬公一センター長を始めとする事務局の方々、特に、澤谷由里子氏、中島正人氏、鹿島泰介氏といった歴代フェロー、並びに本プログラム担当の方々には、この紙面をお借りして深く感謝を申し上げる次第である。デザイナーでもある鹿島泰介氏には、事務的な取り纏めの外に、図表のブラッシュアップにも貢献していただいた。出版に際しては、

東京大学出版会の小暮明氏に、大所帯での出版の紆余曲折の節々での確なアドバイスをいただき、高い専門性をもった編集作業を通じてひとかたならぬお世話になった。また、当プログラムの立ち上げ検討時から今日に至るまで折に触れご指導頂いている吉川弘之先生、立ち上げ検討時のワークショップ、ワーキンググループなどにご参加いただいた多くの皆様方ならびに関係各位に深く感謝申し上げます。

2017年5月吉日

国立研究開発法人科学技術振興機構社会技術研究開発センター
「問題解決型サービス科学研究開発プログラム」プログラム総括
慶應義塾大学名誉教授
土居 範久

-
- 1) “Innovate America,” Council on Competitiveness, USA (Dec. 2004). http://www.compete.org/pdf/NII_Final_Report.pdf
 - 2) 文部科学省「サービスに新たな可能性を求めて——サービスイノベーションのための提言」サービス科学・工学の推進に関する検討会（2009年1月）
 - 3) (独) 科学技術振興機構「平成25年度戦略的創造研究推進事業（社会技術研究開発）提案募集のご案内 [募集要項] 問題解決型サービス科学研究開発プログラム」社会技術研究開発センター（2013年4月）
 - 4) 吉川弘之「先端技術と人間」『世界』岩波書店、pp. 19-34（1988年1月）
 - 5) 吉川弘之「サービス工学序説」『Synthesiology』Vol. 1, No. 2, pp. 111-122（2008年）
 - 6) 榎本肇「サービス工学の提案」『電子通信学会誌』Vol. 67, No. 5, pp. 487-592（1984年5月）
 - 7) 榎本肇「サービスの論理モデル——サービス工学への道」『国際通信の研究（KDD Technical Journal）』No.121, pp. 1-19（1984年7月）

第 I 部

サービソロジーとは何か

ちょっと大時代的にいえば、「万国の研究者よ、集結せよ、サービスロジックの旗のもとに！」というのが、本書の出版の趣旨である。

サービスの世界では、2004年に相次いで、大きなパラダイム変化が起こった。サービスサイエンスという新しいサイエンスの概念の登場と、モノ中心の世界観を根本的に変えようとするサービスドミナント・ロジックの提唱である。

この二つの大きなパラダイム変化の根底にあるのは、サービスに対して科学的・工学的アプローチを行うことであり、「サービスは提供者と利用者との価値共創である」という新しい考え方でサービスを捉え直すことである。さらに2010年代には、このような考え方に立ち、ほとんどの先進国でGDP（国内総生産）の7割以上を占めるサービス産業にイノベーションをもたらすことをめざして、日本においてサービスに関する新しい総合的な研究ジャンルである「サービスロジック（Serviceology, サービス学）」が誕生した。

Serviceologyは、日本のサービスサイエンス研究開発プログラムである「問題解決型サービス科学研究開発プログラム（S²FIRE）の活動の一環として、サービスサイエンスの研究者コミュニティの形成を目的として設立されたサービス学会とともに生まれた造語であり、Serviceと学術分野を表すologyをつなげた言葉である。従来、マーケティング、経営学、経済学等の個別分野において研究されてきたサービス関連研究に、情報学、人間工学、設計工学等様々な分野からの参画を得てこれらを融合し、サービスに対する総合的な科学的アプローチによってサービスイノベーションを実現することをめざすのが、「広義のサービス学」である。

S²FIREにおける研究開発活動の進展とともに、サービス研究は、「広義のサービス学」から、価値共創という概念に基づいた「サービスロジック（狭義のサービス学）」に重点が移ってきているが、いずれにしても、まだ始まったばかりの研究ジャンルである。目標の大きさに対して、実際の研究資源の蓄積はまだあまりに小さい。経営学やマーケティング、情報学や設計学等の隣接領域だけでなく、二回りも三回りも広い領域の研究者からの参画がなければ、その目標への接近はかなわない。また、単なるサービスについての研究を超えて研究の社会実装までを射程におくサービスロジックでは、大学・研究機関の研究者だけでなく、サービス産業、製造業を問わず企業においてサービスイノベーショ

ンに取り組んでいる研究者，実務家も対象にしなければならない．とはいえ，有効なサービソロジーは，GDPの7割以上にイノベーションをもたらし，新たな成長軌道を生み出す．そのような研究ジャンルに，できるだけ多くの研究者が参画するよう呼び掛けるのが本書である．

第I部のうち，第1章ではサービソロジーという研究ジャンルがどのようにして誕生したか，サービソロジーとは何か，どういう研究ジャンルなのかを提示する．第2章では，価値共創の構造を明らかにする「サービス価値共創フレームワーク」を軸にして，サービソロジーは何を研究するのかについて概説する．