

## サービス・マーケティングの視点

明治大学大学院

近藤隆雄

## サービス・マーケティングの現状

### 1. 歴史

- ・1950年代から研究が始まる
- ・1980年代に発展

### 2. 現状

- ・二つの国際学会
  - ・3つの専門ジャーナル(専門誌)
-

## なぜ「サービス・サイエンス」なのか。

- ・First German Service Science Conference  
(April 6, 2006)
- ・IBMの存在
- ・サービス研究への苛立ち。  
エソテリック(esoteric)な説明

## 「サービス」とはなにか。

1. 「サービスとは価値生産的活動そのもので、  
市場取引の対象となるもの」
2. モノとは異なるサービスの特徴
  - ①無形性、
  - ②生産と消費の同時性、
  - ③結果と過程の等価的重要性、
  - ④顧客の共同生産

## サービスとモノとの関係

---

### ・サービスとモノとの関係

①「ソリューション」の発想

②三つの発展段階

・すき焼き肉と脂身

・サーロイン・ステーキ

・霜降り肉

### ・ITとサービス

---

## サービスの品質を高めるには。

---

### ・効果性と効率性

効率性 「サービスの工業化」(レビット)

効果性と効率性は二律背反か。

### ・サービス・マネジメント・システムの必要性

---