

2

サービスの生産者



- 1 サービスの生産者の役割とはなんだろう？
- 2 サービスの生産者にはどんな種類があるのだろう？
- 3 これから求められるのはどんなサービスだろう？

1 サービスの生産者の役割

企業が生産するのは形のある商品（もの）だけではありません。
テーマパークの運営、清掃や洗濯^{せんたく}、職業紹介など形のない商品（サービス）も生産します。

サービスを生産する企業を**サービス業者**といいます。サービス業者は、消費者や企業に対してサービスを提供し、生活の質の向上やビジネスの合理化^{しえん}を支援する役割を果たしています。

ここでは、小売業・卸売業・物流業・金融業・情報通信業を除いたサービス業を中心にみていきましょう。

サービスは、形のない商品だったね。



コラム 真実の瞬間

サービス業には、従業員とお客が出会う瞬間が重要だということを意味する「真実の瞬間 (moment of truth)」ということばがあります。このことばは、1980年代はじめ、スウェーデンに本社を置く航空会社のS社を経営再建^{さい}する際に使われました。

S社が調査したところ、お客がグランドスタッフやフライトアテンダントなどの従業員と接触す

る平均回数は5回、1回あたりの平均時間は15秒でした。この従業員とお客が出会う15秒というごく短い時間が「真実の瞬間」です。サービス業では、「真実の瞬間」の積み重ねによって、サービスが評価され、企業のイメージや評価が決まってしまうため、お客と出会う瞬間^{たいせつ}を大切にする必要があります。



2 サービスの生産者の種類

サービス業はその内容によっていくつかの種類に分けられます。

まず、消費者に楽しさを与えるサービス業があります。ホテル・旅館などの宿泊業、テーマパーク・映画館などの娯楽業、レストラン・カフェなどの飲食店がこれに含まれます。

次に、消費者の生活を便利にするサービス業があります。クリーニングやコインランドリーなどの洗濯業、家事サービス業、ピザや弁当の宅配に代表される配達飲食サービス業がこれに含まれます。

そのほかに、広告デザインや労働者派遣などのサービスを提供して企業の業務を助けるサービス業も数多く存在します。日本標準産業分類でみると、サービス業は下表のように分類されています。

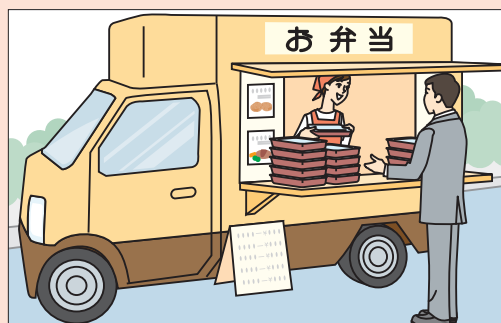
■ サービス業の種類（一部） ●日本標準産業分類による（中分類）

専門サービス業 (他に分類されないもの)	デザイン業 著述・芸術家業 など	娯楽業	映画館 スポーツ施設提供業 など
広告業	広告業 など	廃棄物処理業	一般廃棄物処理業 産業廃棄物処理業 など
技術サービス業 (他に分類されないもの)	土木建築サービス業 機械設計業 など	自動車整備業	自動車整備業 など
宿泊業	旅館、ホテル、下宿業 など	機械等修理業	機械修理業 電気機械器具修理業 など
飲食店	食堂、レストラン 専門料理店 など	職業紹介・労働者派遣業	職業紹介業 労働者派遣業 など
持ち帰り・配達 飲食サービス業	持ち帰り飲食サービス業 配達飲食サービス業 など	その他の事業サービス業	建物サービス業 警備業 など
洗濯・理容・美容・ 浴場業	洗濯業 一般公衆浴場業 など	その他のサービス業	集会場 など
その他の生活関連 サービス業	旅行業 家事サービス業 など		



コラム 飲食サービス業の移動販売

飲食サービス業では、自動車を用いた移動販売という方式で、パンやクレープ、お弁当などを販売する事業者が増えています。オフィス街では、昼食の時間帯にお弁当を購入する人々が多くみられます。この移動販売は、顧客にとって、さまざまな食事から食べたいものを選択できるという利点があります。一方、事業者にとっては、商品を売りやすい時間や場所を効率よく選択できるという利点があります。



3

サービスの生産者のビジネス

サービスということばは、無料で提供されるものとも考えることもありますが、本書で使っているサービスは無料ではありません。^①

サービスは、形あるものではなく、形の無い経験を消費者に提供します。美容院であれば髪を切るという経験を提供しています。よいサービスを生産するためには、顧客の参加と従業員のやる気が重要です。サービスは、従業員だけでは生産できず、顧客も一緒に生産にかかわる必要があります。そのため、従業員は顧客がサービスの生産に積極的に参加するように働きかける必要があります。

また、従業員のやる気もサービスの品質に影響を与えます。従業員は、体調が悪い、疲れているといったときにやる気が低下し、サービスの品質も低下します。顧客が従業員のやる気に影響を与えることもあります。飲食店で従業員に冷たい態度をとれば、従業員のやる気は低下してしまいますが、仲良く接すれば笑顔で接客してくれ、サービスの品質も上がります。

① サービスは、形がないことが特徴です。そのため、無料で1個おまけをつけるといった行動は、サービスとはいきません。ただし、おまけをつけてくれた店員の気持ちはサービス精神とよべるかもしれません。おまけをつけるといった無料でものをあげる行動は、販売促進といえます。

② サービスにおける顧客の参加とは、たとえば歯医者で頭を傾け奥歯への施術ができるように協力することがあげられます。レストランで注文する際に、従業員と会話をすることも、サービスの生産には必要なことです。



コラム おもてなしとホスピタリティ

東京オリンピックの招致活動で「おもてなし」ということばが使われ、わたしたちになじみ深いものになりました。これは、サービスの品質の高さを意味することばとして使われています。英語では、ホスピタリティということばが、似たような意味を持っています。

「おもてなし」という日本語を使って表現された日本のサービスの強みは、その水準の平均的な高さです。海外では、高級なレストランやホテル以外では、満足できるサービスを受けられない場合が多くあります。しかし、日本ではビジネスホテルやファミリーレストランといった庶民的なお店でも、質のよいサービスが受けられます。また、おもてなしの心は日本人の国民性であり、多くの人が親切であることも強みです。

政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン」

において、東京オリンピックが開催される2020年までに訪日外国人旅行者を4,000万人にすることを目標としています。すぐれたサービス、あるいは外国人旅行者をもてなす語学力や宗教および文化の違いへの理解などを向上させて、よりよいサービスを提供することが必要になるでしょう。



おもてなしの心がこめられた丁寧なあいさつ

4 サービスの生産者の動向

1 サービス業の成長

サービス業は成長を続けています。特に社会環境の変化やわたしたちのライフスタイルの変化に対応したサービス業が成長し、拡大しています。おもな社会環境の変化としては、人口に対する高齢者の割合の増加、フルタイム就労^①の女性の増加などがあげられます。

① 8時間など、正規の勤務時間を完全に勤務することです。

2 アウトソーシングの拡大

近年、企業がコストの引き下げや企業本来の業務に専念^{せんねん}するため、業務の一部を外部に委託^{いたく}するアウトソーシング^{outsourcing}が増えています。外部委託^{はん い}の範囲は、システムの開発や運用などに関する業務、経理や人事などの管理業務、営業業務、顧客サービス業務など幅広い業務にわたっています。これらは情報サービス業や労働者派遣業^{は けん}などのサービス業者に委託されています。

② 一般には、人材派遣業といえます。

3 起業の活発化

サービス業では、情報化が進むことで起業^{起業}が活発化しています。製造業^{くら}に比べて設備も人手もあまり必要がなく、一人でも起業しやすいことが利点です。

CASE ソーシャル旅行サービス

T社は、ソーシャル旅行サービスを提供しています。このサービスでは、旅行で行きたい場所、そこでやりたいことを顧客が投稿し、それに共感した仲間が参加を表明していき、顧客どうしで計画案を出します。参加希望者がある程度集まると、顧客の案をT社が提携^{ていけい}の旅行会社に依頼^{いらい}してツ

アー化し、予算や日程を決めます。一般的な旅行会社のツアーの場合、行きたくない場所などが組み込まれていても参加者はそこに行かなくてはなりません。しかし、このサービスは、自分が行きたい場所、やりたいことだけ計画できます。こうしたニーズを満たす画期的なサービスです。



*T社 web サイトから作成

4 サービス業と製造業の融合

Word

*1 差別化

ちがひ
違いをつくることです。同じような商品ばかりでは、消費者は選えらびにくくななってしままいます。独自の特とく徴てうで違ちがいを出でし、選えら択たくしてらうことが重要じゅうようです。

近年、製造業では製品だけによる差別化*1が難しくなりつつあります。そのため、製品にサービスをつけ加えて提供し、差別化をはかることが多くなっています。たとえば、ランニングシューズを販売するために、ランニングの走行距離や経路、時間を測るシステムをつくり、Webサイトやスマートフォンのアプリで確認できるサービスを同時に提供するといったことです。近年では、サービス業と製造業が融合し、二つを明確に分けることが難しくなっています。

CASE A社の「製品+サービス」

いまや音楽は、CDやMDといった記録媒体きらくたいを用いることなく、携帯型のデジタルオーディオプレイヤーで聴くことが当たり前になっています。この商品が普及したのは、製品にサービスをプラスしたからです。それまで、音楽はMDなどに録音ろくおんして持ち歩くことが一般的であり、デジタルオーディオプレイヤーの発売当初、買い替える人も多くはありませんでした。しかし、リンゴのマークのA社が、参入すると状況が変わりました。A社の製品は、記憶容量やデザインもすぐれていましたが、無料で提供したソフトウェアで音楽の再生と管理ができるサービスがA社商品の普及を加速させました。

CDから音楽を取り込むと自動的に楽曲名など

の情報を取り入れ、クリックだけでプレイリストが編集できます。また、インターネットにつながば、音楽をダウンロードできます。A社の商品がヒットしたのは、こうしたサービスを製品にプラスしたからだといえます。



A社のデジタルオーディオプレイヤー（携帯電話）音楽などがダウンロードできるA社のWebサイト

確認問題

サービスの生産者

1——次の文章を完成させましょう。

- (1) サービスは、消費者の体験をとまなう(①)です。よいサービスを生産するためには、(②)と(③)が重要です。
- (2) 近年、製品だけの(④)が難しくなっているため、製品とサービスを融合させた商品を提供することが多くなっています。

調べ学習

- 自分が受けてよいと感じたサービスをあげ、なぜそれがよいか話しあってみよう。