

サービス化経済の推進で日本経済の再成長を！

サービス産業経営者は、更に研鑽を積んで、日本経済をリードせよ！

概要

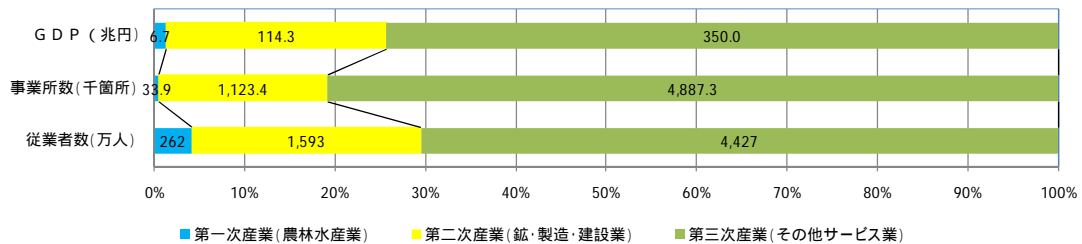
1. 日本経済の現状

- ・低迷する経済と経済成長の必要性
- ・サービス産業への期待 産業のサービス化の進展、
顕在化しているサービス産業への消費者ニーズと「ココロ」の豊かさへの消費者
ウォンツ

2. サービス産業の現状

- ・急速に進みつつある分類と統計の整備
- ・本提言での「サービス産業」の定義と言及範囲 広義のサービス産業、第三次産業全体
- ・サービス産業の日本経済に占める位置

産業別の構成比 (2009年)

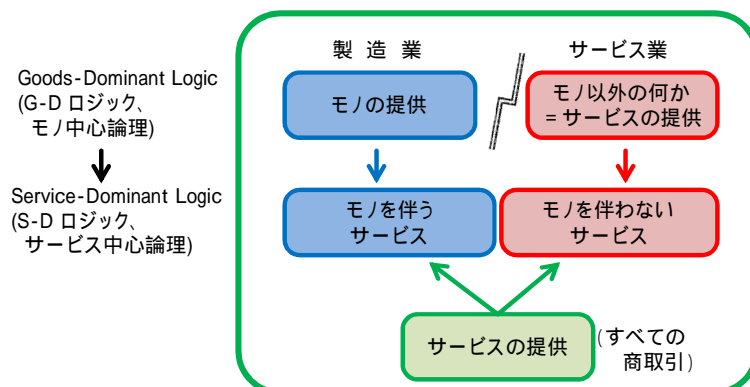


- ・サービス産業のグローバル化の遅れ、
- ・サービス産業の生産性向上

3. サービス産業を取り巻く環境変化 - チャンスと可能性

- (1) 日本の産業構造転換 - 他の先進国に比べ、まだサービス経済化が遅れている。
- (2) サービス産業学の発展 - モノ中心の発想から、モノ・サービス共通の経営論理へ
サービス・ドミナント・ロジック (サービスが交換の基本である)

G-DロジックとS-Dロジック - 「サービス観」の進化



(サービスの定義: 他者あるいは自身の利益のために、行動やプロセス、パフォーマンスを通じて、自らの能力(知識やスキル)を活用すること)

JCSI(日本版顧客満足度指数)

モノとサービス、各種業界を越えて、顧客満足度の測定が可能に。

(3)新興国市場の成長

4. サービス産業活性化のための5つの提言

- サービス産業が主役となる新時代のステージ作り -

1.【サービス産業経営者】

今後の飛躍に向けてさらなる研鑽を！

- ・主役としての自覚、原動力となる気概、社会的責任を担う志を！
- ・さらなる成長を呼び寄せる従業員満足の向上を！

3.【政府】

企業が新しいサービスを開発・展開できるステージ作りを！

- ・部局・省庁を超えて政府一丸となったサービス産業振興政策を！
- ・あくまで裏方としてのステージ作りを！

2.【顧客(消費者)】

企業は顧客とともに革新的価値の創出を！

- ・企業と顧客の新しい価値共創を！
- ・顧客のQOL消費を促す取組みを！

4.【研究・教育機関】

研究・教育機関と連携し、経営者と従業員に対する啓蒙を！

- ・研究内容の充実と成果の積極的な応用展開を！
- ・サービス産業の経営学につき、高等教育機関のさらなる充実を！
- ・経営者を対象に産官学共同の教育機関の充実を！

5. グローバル化

サービス産業経営者は、グローバル展開へのチャレンジを！

コラム：花見酒の経済

落語「花見酒」：花見の客に売ろうと、二人で酒樽を担いで出かけたが、一人が持っていた十銭をやり取りして、道中で飲み干してしまう。残ったのは十銭だけ。

「内需型経済」とは、この花見酒のようなものだ、50年前に笠信太郎氏が批判した。野口悠紀雄氏は必要な外貨獲得については、既存の対外純資産をもとに所得収支で補える。国内空洞化につながる外需依存を改め、花見酒経済でもかまわないので内需主導型経済を推進しようと主張する。