

講義名	オ)サービス消費論			
担当教員	脇 穂積			
開講期・曜日・時限	前期 水曜日 2時限	授業形態	講義	
履修開始年次	2年生	単位数	2	備考

**主題と概要**

日本国内における労働力人口に占めるサービス産業従事者比率は67.3%と、全体の3分の2以上。その比率は年々増加傾向にあり、我々の生活の多くの部分が「有償サービス」に置き換わっている筈左でもある。我々は知らず知らずのうちに、「生活」の有償化へを運んでおり、サービスの提供元である「企業」は、日々新たなサービスを生み出し、我々を完全なる「消費者」へと導き続けている。我々を、完全なる「消費者」に変えつつある「サービス」とはなにか？

そうしたサービスは、どのように生み出されるのか？  
また、そもそも我々は何故「サービス」を消費する存在となったのか？  
これらを考えることは、近代社会が除く限りにおいて必要不可欠な「命題」と考える。  
本講義では、「サービス消費」をキーワードに、近代社会以降の「消費社会化」について、社会的に検討する。同時に、日本国内の産業構造の変化に注目し、近未来の我々自身が「サービス消費」をどのように構築すべきかについて、特に「消費側」の観点で検討していきたい。

**到達目標**

「サービス消費」とは何か。本講義では、サービスの対概念である「モノ」、消費の対概念である「生産」を併せて検討することで、「サービス消費」の構造を理解出来るようになる。「サービス・マーケティング」の各分野のサービス・マーケティングの発展研究（サービス産業論等）。

これら開講科目では、主にサービス提供側の概念や方法を解説する講義として設定されているが、本講義「サービス消費論」では、消費側（個人・組織）の立場で「サービス」をどのように受容しているかについて、行動経済学やダイヤモンドサイド経営学の知見等を学び、様々な視点視座を理解できるようにする。

**提出課題**

指定論文又は文献を事前に読み込み、講義日程に合わせてレポートを提出してください。

**課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック**

各課題に対して提示された疑問点や疑問を整理し、講義にて詳細説明いたします。また課題に関して、個別にもコメントし、音信に回答します。

**評価の基準**

講義中の疑問 10%  
講義課題の提出 90%

**履修にあたっての注意・助言他**

講義は、対面講義とオンデマンドで実施します。課題にて提出された疑問点や、内容理解を深めるために双方向型にて実施予定にしております。対面での積極的な質疑応答、講義配信によるオンデマンドでも、積極的に疑問点や質問を送付してください。

教科書				

**プリント資料及び参考文献**

C・クルンルース『サービスロジックによる現代マーケティング理論』、白桃書房、2015  
近藤隆雄、『サービス概念の再検討』『経営・情報研究』多摩大学研究紀要 7,1-15 (2003)

**授業計画**

1. イントロダクション
2. レジューズ作成の方法論-トゥールミン3点ロジック
3. サービス概念の再検討
4. 消費とは何か
5. 「サービス・消費」は「社会」が発見されてから構築された概念
6. 使う人の喜び
7. 顧客コンセンサスの陥部
8. モビライザー
9. 企業は顧客を知らない
10. 幸せとお金の経済学
11. 相対性の真相
12. 需要と供給の誤謬
13. セロコストのコスト
14. 社会規範のコスト
15. 最終講義

**授業形態（アクティブ・ラーニング）**

ア：PBL（課題解決型学習）	<input type="radio"/>	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	<input type="radio"/>	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	<input type="radio"/>	カ：実験、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	<input type="radio"/>	

**準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間**

この授業科目は2単位ですが、2単位に必要な学修総時間は30時間と決められています。90時間の内訳は授業で30時間（2時間×15回）、予習・復習で60時間（4時間×15回）です。予習・復習等、授業時間外で60時間の学修を達成できるように主体的・積極的に取り組んでください。具体的には、授業前に自らの授業内容について文献やインターネットを探索する等情報収集をしておいてください（2時間）、また授業後に自らの授業内容を復習し、要点をまとめること、疑問点があれば質問できるように記録しておいてください（2時間）。

**卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連**

特に消費者・供給者、消費・生産という枠組みで、サービスを理解することが可能となる。結果として、社会構造や社会制度といった社会の仕組みや働きなどに関する専門的知識を取得することが出来、社会における役割や意義を理解し、考えることができる。

**双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述**

講義内での意見応答を、学内導入済みのRESPONあるいはMicrosoft teamを用いて可視化し、双方向授業実施も行う。

**実務経験の有無及び活用**

実務経験あり  
企業活動における「サービス」構築とその「消費」に関する実情を、日常現場からフィードバックする予定である。

**備考**