

サービス生産性の意義と課題

-計測と有効性-

2020/7/27 サービス生産性研究会

関西学院大学院専門職大学院経営戦略研究科

山本昭二

主な経歴

関西学院大学 商学部 教授

2005年より 関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科 教授

日本消費者行動研究学会 会長 (2013-2015)

サービス学会 会長 (2016-2018)

日本学会協議連携会員

産業構造審議会委員(2017-2019)

主な研究分野

サービス・マーケティング

流通システム

サービスの把握

伝統的な3つの産業分類

- ・多様化する企業行動
- ・産業間の移動の容易さ→成長性と利益の高い分野への移動

SONYの事業分野 2020・5

連結: 8兆2,599億円 FY2019

	売上高	営業利益
ゲーム&ネットワーク	19776億円	2384億円
音楽	8499億円	1423億円
映画	10119億円	682億円
EP&S	9913億円	873億円
I&S. S	10706億円	2356億円
金融	2514億円	1296億円

産業分類の理解

- メンテナンスや運行サービスから利益を得る企業
 - 別会社であればサービスに分類
 - 従来の産業分類では捉えにくい企業行動
- 中期的な経済政策を考えた場合の産業分類の的確性
 - 大分類での議論の難しさ→共通の生産基盤があるわけではない
 - 情報通信業
 - 運輸業, 郵便業
 - 卸売業, 小売業
 - 金融業, 保険業
 - 不動産業, 物品賃貸業
 - 学術研究, 専門・技術サービス業
 - 宿泊業, 飲食サービス業
 - 生活関連サービス業, 娯楽業
 - 教育, 学習支援業
 - 医療, 福祉
 - 複合サービス事業
 - サービス業(他に分類されないもの)

企業・事業所の生産性

人時生産性は経営上の重要な指標

- 人時生産性と利益は関連するのか？
- 品質とのトレードオフは発生するのか？

・生産性の定義

- 売上高/従業員数 Rust and Hung(2012), Anderson et al. (1997)
- データの制約や既存研究との接続
- 生産性が高まると顧客満足が低下、生産性には最適値がある。

- 売上高/人時 Brown and Dev (2000),
- ホテルの生産性、規模別に分析、ホテルチェーンの効果

付加価値額の決定要因

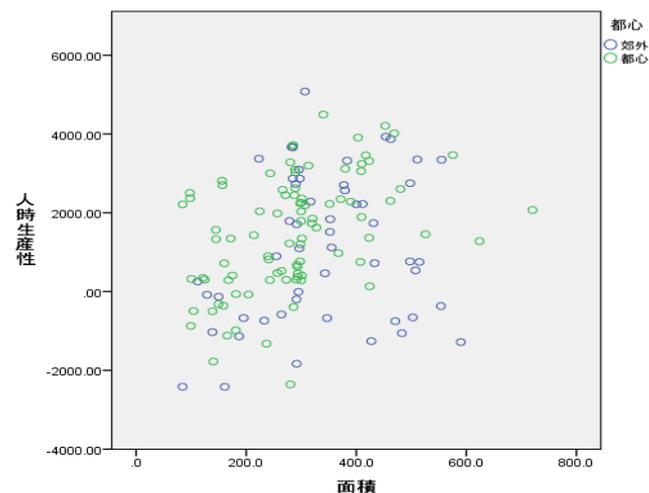
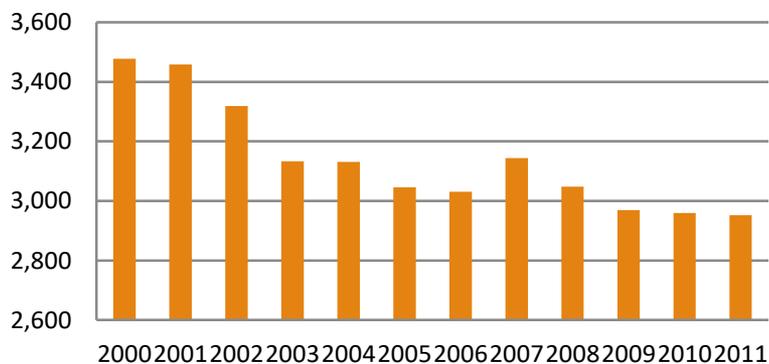
山本昭二(2015)

付加価値、人時(実労働時間)、面積

食品スーパーチェーンの店舗データ

小型店舗を廃止して大型店舗に転換→人時生産性は低下

図6 人時生産性の推移



付加価値額の決定要因

正社員とパート社員の生産性の分析。パート社員の生産性の方が高くなっている。大規模店の出店に伴う正社員率の増加といった要因も分析

人時→サービス品質→客単価 を確認したので、過度な人時生産性の追求を行わない。

山本昭二(2015), 小売店舗における人時生産性の規定要因, 小売マーケティング研究のニューフロンティア, 関西学院大学出版会

Anderson, E.W., Fornell, C. and Rust, R.T. (1997), "Customer satisfaction, productivity, and profitability: differences between goods and services", Marketing Science, Vol. 16 No. 2, pp. 129-145.

Brown, James R., and Chekitan R. Dev (2000), "Improving productivity in a service business, evidence from the hotel industry," Journal of Service Research, May, 2, 4, 339-54.

Rust, R. and Huang, M. (2012), "Optimizing service productivity", American Marketing Association, Vol. 76 No. 2, pp. 47-66.

Schmenner, R. (2004), "Service and business productivity", Decision Sciences, Vol. 35 No. 3, pp. 333-347.