日本消費経済学会第41回全国大会

統一論題　趣意書

サービス・イノベーションと消費経済

　前回の日本消費経済学会は、第40回という節目の大会であることから、統一論題を「消費経済学の再構築」とし、今日の経済環境において、ますます重要性を増してきているサービスの問題に焦点を当てた。そして、副題「サービス研究の視点からの新たな展望」を設定し、各学問領域から多くの発表が行われ活発な学問横断的検討を行った。さらなる発展的議論を展開するため本大会でもサービスに焦点を当てたい。

現在、日本を取り巻く消費経済環境は激動しており、グローバル化、経済のサービス化が日々進展している。その結果、国境や地域を越えたヒト、モノ、カネ、サービスの移動がますます頻繁になりつつある。これは短期的な現象ではなく、20世紀の後半、特に1990年代以降、顕著になりつつある長期的なトレンドである。

こうした中で、先進国においては、付加価値額で見ても従業員数で見てもサービス分野の重要性が高まっている。日本においてサービス産業は、国内総生産（GDP）と雇用のおよそ7割を占めている。また、大学新卒者の約8割は、公務員も含め、「第3次産業」、すなわちサービス産業に就職している。この分野は進展する情報社会にあって、日本においては、第1次、第2次産業世界に比べて生産性が低いことが指摘されている。生産性が低いという状況は、国としての競争力に関わる問題であり、対策を講ずべき喫緊の課題となっている。例えば、文部科学省は、サービスにおいて生産性の向上やイノベーション創出に寄与しうる資質をもった人材育成のための教育プログラムを提唱し、平成19年度から開始している。

また、平成23年8月に閣議決定された第四期科学技術基本計画では、科学技術政策の基本方針は、科学技術とイノベーションを一体的に推進することにより様々な価値創造をもたらすことを目指すとともに、研究開発の重点化に対する考え方も、取り組むべき社会的な課題の達成に向けた施策の重点化へと転換されてきている。現在では、大学においても、教育・研究の改善を図りながら、具体的な人材育成が求められており、その人材育成のプログラムの開発とその普及も求められている状況である。

こうした中、米国および欧州の大学や研究機関において、サービスを科学（サイエンス）の対象ととらえ、科学的手法を用いてサービスの持つ諸問題を解決し、生産性を高め、サービスにおけるイノベーションを実現して消費経済を活性化しようという動きがある。ここに出現する新たな学問領域は「サービス・サイエンス」と呼ばれている。ここで言う「サービス」とは、第三次産業に分類されるサービス業のみならず、製造業におけるサービス・ビジネスも含め、提供者と利用者の間で双方向的に行われる経済価値の創造の過程のことを指している。

そこで、これらの潮流を踏まえ、今日、我々に課せられた問題は、社会における様々なサービスを対象に、その質・効率の向上と新しい価値の創出・拡大のために、具体的あるいは潜在的な問題ニーズを把握し、実データや事例を利用し、文理融合的なアプローチで、「問題解決のための技術・方法論等を開発する」ことであり、サービス・サイエンスによる消費経済の活性化のための科学的な方法論を追求する必要がある

前回の全国大会でも指摘されたように、日本においてサービス経済化への傾斜は一段と加速している。サービスにおいて持続的な生産性の向上をはかるには、サービスにおけるイノベーション（経済価値の創造）が不可欠であり、そのためには、産業特有の知識と科学的知識の双方を結びつける問題解決のための知識体系の構築が必要であると言える。つまり、経済学、商学、経営学、法学、政治学、情報学などの様々な学問領域におけるサービスに関する研究知見の統合が急がれる。

そこで、第41回全国研究大会では、統一論題を『サービス・イノベーションと消費経済』とする。今後の消費経済研究の発展方向を左右すると予想されるサービス・イノベーションについて、それをさまざまな分野、問題意識、アプローチから取りあげることによって、斬新で多様な問題提起と議論がなされることを期待している。本大会への多数の会員のご参加を心よりお願いしたい。

以上

第41回全国大会実行委員会

委員長　山口隆久