

1. 本冊子で扱うサービス産業について

一言に「サービス産業」といっても、そのイメージする業種は人それぞれではないでしょうか？

第一次・第二次産業以外の非常に幅広い業種、つまり第三次産業全体をイメージすることができる一方で、対個人・対事業所サービス等といった狭義のサービス産業をイメージすることもできます。そればかりか、近年では製造業においても「サービス企業」を標榜する企業も多く存在します。つまり、「サービス産業」は多種多様で、定義自体明確になっているわけではない、もしくは、できないものです。したがって、サービス産業全体に当てはめることのできる生産性向上策を打ち出すことは非常に困難が伴います。

ここではサービス業を幅広く捉え、まず「サービス」の特性について確認を行います。多種多様なサービス業における自社の位置づけについて、再認識するヒントになるはずです。

1-1. サービスの一般的特性

サービス産業の生産性向上について取り組みを行う前に、まず、サービス産業の一般的な特性を整理します。

一般的に「サービス業」の特性には、下表のようなものがあげられます。

特性	意味	結果
無形性	基本的にサービスには 形がない 。	(事前に)品質評価がしにくく、顧客にとってわかりにくい。
同時性	生産と消費が同時に行われるため、 在庫ができない 。	サービス提供者と顧客の間での相互作用が生じ、その都度ニーズに合った対応が求められる。
異質性	顧客とサービス提供者との 関係 、サービス提供時の 状況によって対応が大きく異なる 。	同様のサービスを提供しても、顧客ごとに満足度が異なる。
中小企業性	新たなニーズに対応して生まれる 若い産業が多く、中小企業比率が高い 。	中小規模にとどまり、地域に密着する場合が多い。

これら一般的「サービスの特性」を掘り下げることによって、「サービス産業」の輪郭を明確にしていきます。

1-2. 「有形部」・「無形部」

サービスについて一般的特性のみで説明がつかないことについて、あらゆる商取引において顧客が満足を得る(期待する)要素を「有形部」と「無形部」という二つの要素に分解して考えてみます。

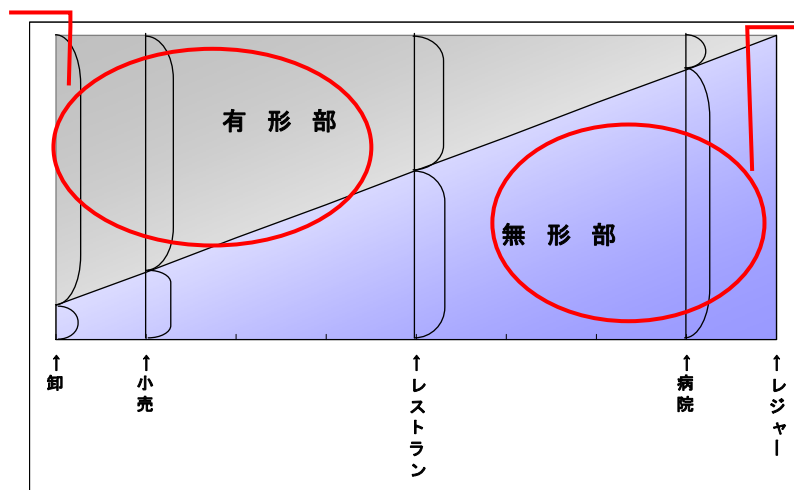
「有形部」とは、製品や料理などのように「目に見え」、「他と容易に比較できる」要素を表わします。一方「無形部」とは、接客、店の雰囲気などのように「目に見えず」、「他との比較が容易にできない」要素を表わします。

たとえば、小売店で考えると、いくら接客レベルが高く、店内の雰囲気が良いものであったとしても、そこで販売しているものが良くなければ、その店の顧客満足度は高くなりません。レストランにおいても同様で、料理が良くなければ顧客満足は低いものになります。病院で考えると、最新設備が整っていても、医師の技術や診断レベルが低い(という評価を受けている)という場合は、そこで診てもらおうとは思わないはずです。

つまり、どのような業種であっても「無形部」と呼ぶことのできる要素があり、この部分の要素が大きい(意識が強い)場合に「サービス産業」であるということになります。サービス産業では、「無形部」が大きな位置を占め、この部分の成否如何で顧客満足が決定されます。また、卸売業や小売業なども含めた広い意味でのサービス産業においては、「有形部」が重要な業種が多くなりますが、この「有形部」において差別化が難しい場合、「無形部」の重要性が増してくるのです。

したがって、自社の生産性向上を考える場合、顧客が「有形部」「無形部」のどちらを重視しているのかを把握しておくことは、非常に重要であるといえます。

有形部が顧客満足に大きな影響を与える。
↓
比較しやすい部分のため、まず有形部についてしっかりした対応をするべき。



無形部が顧客満足に大きな影響を与える。
↓
比較しにくい部分のため、無形なものをいかに見せる化するかポイントとなる。

出所: 畠山 芳雄『サービスの品質とは何か』日本能率協会マネジメントセンター

1-3. サービス産業要素分解

これまで見てきたサービス業の特性を踏まえつつ、さらに業種毎のサービス提供プロセスや手法に着目して要素分解し、本冊子で扱うサービス業の分類について明確にしていきます。

この要素分解した内容を自社に当てはめることにより、自社のサービスがどのような特性を有しているのかを理解し、より具体的な生産性向上策を展開できるのではないのでしょうか。

項目	要素	内容	ポイント
顧客	対個人	サービス提供の対象が個人である。	多種多様なニーズに応える体制になっているか？
	対事業所	サービス提供の対象が事業所である。	一定のサービスレベルが維持できているか？
自社	個人対応	サービス提供を個人が行う。	サービス提供する個人スキルは一定以上か？
	チーム対応	サービス提供をチームで行う。	チームで意思疎通が取れているか？
関係	ホスピタリティ (人的関わり大)	Face to Faceの対応が基本になっている。	サービス提供する従業員のやる気は高いか？
	システムの (人的関わり小)	ITなど導入し、接客対応など自動化してる。	自動化の範囲は適切か？
競合	参入障壁大 (法的規制等有)	サービス提供にあたり、法的規制、必要資格がある。	参入障壁に安心し、レベルアップがおろそかになっていないか？
	参入障壁小 (法的規制等なし)	サービス提供にあたり、法的規制、必要資格がない。	競合先との差別化が明確で、伝えられているか？
形態	プッシュ	客先などに出向いて営業・サービス提供を行う。	効果的な訪問サービスが提供できているか？
	プル	店舗などに客を招いて営業・サービス提供を行う。	効果的な集客ができていますか？