

研究・技術計画学会では新しい取り組みとして「サービスイノベーションの新展開」という特別テーマで投稿論文を募集いたします。下記の応募案内をお読み戴き、奮ってご応募ください。

**論文締め切り：2013年2月1日 → 2013年3月1日に変更になりました。**

### 特集：『サービスイノベーションの新展開』

現代の経済活動の特徴づける重要な言葉として「サービス」が叫ばれて久しい。マーケティング研究を中心に経済交換の鋭い洞察に根を張った議論が展開されるなかで、サービスは従来の「タダ」や「モノではないもの」といった捉え方を越え、広義に提供者と受容者の価値共創のプロセスとして捉えられるようになった。これにより、これまで別々に議論されてきた有形・無形の特徴を持つ **goods・services** を価値共創の手段として一体化し、イノベーション（慣行軌道の変更）を目指す議論が加速している。モノづくりの要素の中にサービスの考え方を導入し、新たな価値を創出して経済成長の原動力を築こうとする製造業のサービス化の議論はこの特徴的な例である。こうした、さらなる経済成長のための視点としてサービスの考え方を導入しイノベーションに挑戦することは極めて重要である。

一方で、サービス経済は既に成熟を迎えつつあり、単に経済規模の拡大を追求する段階から、より質的に社会・環境の発展・持続可能性をも射程にのこした変革的サービス経済 (**Transformative Service Economy**) を目指す必要性の議論も活発化している\*。サービスは提供者と受容者相互が **win-win** 関係であることが価値共創プロセスの質を高め、より良い結果をもたらすと考えられてきた。しかしながら、両者の間の情報格差や経済状況格差によってその関係性は容易に崩れうる。また、視点を広げ人間と自然の価値共創関係を見れば、**win-win** 関係は人間のみを対象としており、自然は経済的搾取の対象として扱われていることが多い。人間のサービス活動の発展こそが環境負荷の大本であるという議論は、サービスの持続可能性という新しいテーマの出発点になっている。こうした、成長という概念の下で顕在化してこなかった **win-win** 関係の崩壊を指摘し、成熟したサービス経済が次にどのような価値を社会に対して訴求していくことが重要なかを我々は問い、解を示していく必要にも迫られている。

このようなサービス経済における挑戦と内省の必要性のなかで、日本は今後の社会をどのように見据えどのようなイノベーション実践のレンズを国内外に提案していくことができるであろうか。本特集はこうした問題意識のもと、「サービスイノベーションの新展開」として、次代の経済・社会を見据えた上で、日本が「サービス」というコンセプトを持って何を考え提案していく必要があるかを議論する手がかりとなる論文を募集する。

以下は本特集が想定する論文に含まれる参考としてのキーワードであるが、これに留まるものではない。また本特集は、第27回年次学術大会におけるホットイシュー「サービスイノベーションの新展開」とリンクしており、そこでの議論に基づいたテーマも歓迎する。（但し、学術大会での発表が投稿の条件ではない）

新しい消費者行動・顧客教育・新しい満足度評価・人材マネジメント・社会起業家との協働・**Well-being**・価値共創・共創プロセスのデザイン・共創空間のデザイン・サービス技術・サービスビジネスモデル変革・異文化組織の統合・サービスシステムの新結合・新しいサービス経済・少子高齢社会・行政の役割・日本型サービスの活用・サービスの新興国展開・サービスの持続可能性

\*例えば以下の文献がある。

Mark S. Rosenbaum, Canan Corus, Amy L. Ostrom, Laurel Anderson, Raymond P. Fisk, Andrew S. Gallan, Mario Giraldo, Martin Mende, Mark Mulder, Steven W. Rayburn, Kunio Shirahada, and Jerome D. Williams, "Conceptualisation and Aspirations of Transformative Service Research," *Journal of Research for Consumers*, No.19, pp.1-6, 2011.

特集号エディター：白肌邦生・小坂満隆・内平直志