

産業の サービス化



モノ余りの時代が到来した現在、汎用品のみならず、先端技術を必要とする工業製品までも極めて短期間のうちにコモディティ化され、企業は単なる「モノづくり」では十分な利益を得ることができなくなっている。

顧客の求める価値は製品や商品そのものではなく、問題解決である。したがって、その製品・商品の導入によってもたらされる問題解決や生産性向上といったサービスを売るビジネスが重要性を増してきている。

そこで今号では、「産業のサービス化」を特集のテーマとして、「サービス・イノベーション」、「製造業のサービス化と価値創造」、「サービス・ドミナント・ロジック」という3本の論文を取り上げた。

サービス・イノベーション
-進む製造業のサービス化-

伊藤 宗彦

01

製造業のサービス化と
価値創造

-21世紀の製造業の未来を考える-

鴨志田 晃

02

サービス・ドミナント・ロジック
モノとサービスが融け合う時代の
「価値づくり」の世界観

藤川 佳則

03