

FORUM REVIEW AF093

テーマ：サービスのロジックとデザインから考える
これからの街づくり

講 師：武山 政直氏 慶應義塾大学経済学部教授

日 程：2021年5月18日



慶應義塾大学経済学部卒業・同大学院修了。カリフォルニア大学サンタバーバラ校大学院 Ph.D. 取得。慶應義塾大学環境情報学部助手、東京都市大学講師、准教授を経て慶應義塾大学経済学部准教授就任。2008年より同教授。専門は都市メディア論、マーケティング論、ICTを活用したサービスデザインなど。

かつてデザインといえばプロダクトデザインやグラフィックデザインといったモノが中心だった。それが20世紀後半のコンピュータ普及によりインタラクションデザインという分野が生まれ、社会システムやビジネスモデルにまでデザインの領域が広がった。そしてビジネスの考え方も、価値あるモノを顧客に届ける「価値提供」から顧客の描く目標を共に実現するために支援する「価値共創」へとパラダイム転換が起きている（図1）。

サービスデザインは3つの方法で構成される。①成果共創の機会を発見する／様々なアイテムに分解して、共通の目的、意味、空間などのコンテキストが与えられて価値や成果が生まれる。②成果共創の仕組を作り出す／体験（ドラマ）・オペレーション（舞台／舞台裏）・エコシステム（興行共同体）から仕組をデザインする。③多様な“当事者”が参加する／多様な当事者が参加して、探る（Discover）、定める（Define）、試す（Develop）、生み出す（Deliver）という共同デザインの工程（ダブルダイヤモンド）となる（図2）。

今後、都市の空間利用についても成長・効率性・集積といったグッズ・ロジックから、ウェルビーイング・価値共創・ネットワークといったサービス・ロジックへのパラダイム転換が議論されるだろう。

価値提供パラダイム (グッズ・ロジック)	価値共創パラダイム (サービス・ロジック)
事業の焦点	モノ・役務
事業の役割	顧客への価値提供
活動の編成	バリューチェーン
交換の接点	一時的・反復的
業務の管理	縦割（分業）型
事業の戦略	既存市場での競争優位
	市場創出による戦略ベネフィット

図1 (ビジネス) のパラダイム転換

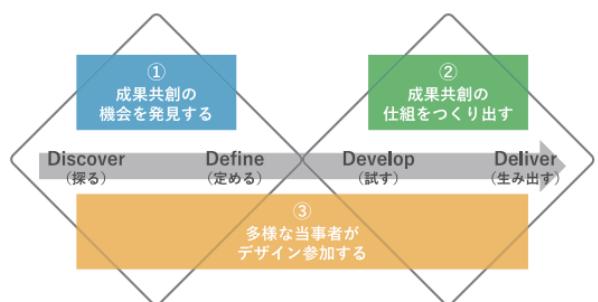


図2 マルチアクターによるリフレクティブな共同デザイン