

SERVICE INNOVATION REPORT

サービス イノベーション レポート

Oct.
2019

vol. 17

SPRING

サービス産業生産性協議会
Service Productivity & Innovation for Growth

特集

特集 1

日本サービス大賞が描く未来

産業の枠を超えた新しいサービスが次々に生まれる社会へ

全国4都市（東京、高松、福岡、札幌）で
第3回日本サービス大賞説明会を開催

特集 2

人手不足時代を生き残る！有効な対策と考え方 IT化、人材対応など事例に学ぶ解決策

イベント・レポート

SPRINGフォーラム

QBハウス講演・視察会
スーパーホテル講演・視察会

SPRING Café

CS（顧客満足）を考える

日本生産性本部 会員月例研究会

働き方改革と生産性向上を
両立させるロイヤルグループの
取り組み

Report JCSI

銀行（借入・貯蓄・投資）はバランス型、
映画館は知覚価値重視型が1位

2018年度 注目される特別調査2業種の
特徴と顧客満足1位企業

生産性分析レポート

SPRING 活動報告





Spring View Point

第3回日本サービス大賞
いよいよ応募締切

会員の皆様には、日頃よりご支援を賜り、誠にありがとうございます。SPRINGでは本年7月に第3回日本サービス大賞の応募フォーマットを公開し、9月から応募受付を開始。以後連日、皆様からの熱い思いのこもったご応募を頂戴しています。10月末に応募を締め切り、来年秋に授賞サービスを発表する予定です。

同賞も3回目を迎え、サービス産業における生産性向上の重要性と優れた事例の普及・共有に貢献して参りました。今号では、来る2020年代を見据え、同賞を通じたサービス産業の目指すべきあり方をここで改めて、同賞委員会委員長の村上輝康氏に語っていただきます。

今号ではこのほか、日本の産業界の喫緊の課題である人手不足問題に照らして、サービス産業の優れた事例や考え方についても特集しています。東京のほか大阪でおこなったSPRINGフォーラムのレポートもあります。引き続き、会員ならびにご関係各位のご支援、ご協力をいただきますよう、よろしくお願いいたします。

目次

Contents

特集 1

日本サービス大賞が描く未来
産業の枠を超えた新しいサービスが
次々に生まれる社会へ 3

全国4都市（東京、高松、福岡、札幌）で第3回
日本サービス大賞説明会を開催 6

特集 2

人手不足時代を生き残る！
有効な対策と考え方
IT化、人材対応など事例に学ぶ解決策 7

イベント・レポート

SPRING フォーラム
QB ハウス講演・視察会 10
スーパーホテル講演・視察会 10

SPRING café
CS（顧客満足）を考える 11

日本生産性本部 会員月例研究会
働き方改革と生産性向上を両立させる
ロイヤルグループの取り組み 11

Report JCS I

銀行（借入・貯蓄・投資）はバランス型、
映画館は知覚価値重視型が1位
2018年度注目される特別調査2業種
の特徴と顧客満足1位企業 12

生産性分析レポート 14

SPRING 活動報告 15

インフォメーション 16

本誌掲載記事の転載、複写・複製（デジタル化含む）を
当協議会の許諾なく行うことを禁じます。



特集 1

日本サービス大賞が
描く未来

産業の枠を超えた新しいサービスが
次々に生まれる社会へ

第3回日本サービス大賞の募集活動も佳境に入り、2020年秋に審査結果が発表される。第1回、第2回を含め、全国の革新的な優れたサービス事例が数を揃え、表舞台に出ることによって、わが国の産業界にどのような影響を与えるのか。日本サービス大賞委員会・委員長で産業戦略研究所代表の村上輝康氏にインタビューし、日本サービス大賞が描くこととしている未来について聞いた。

多くの企業が、「革新的な優れたサービス」に取り組みようになるとどのような変化が生まれますか？

日本のサービス産業の成り立ちを考えると、江戸時代から高度に細分化して発達してきた業態が一方にあり、もう一方には成長期に欧米からきたスーパーマーケット、ファストフード、コンビニなどの業態があり、



日本サービス大賞委員会委員長
産業戦略研究所代表
村上輝康氏

それらに多くの事業者が業態の器を変えないまま次々に参入してきました。これが一部に「オーバーストア」と呼ばれるような状況を引き起こし、価格や料金もなかなか上げられない非常に厳しい同質化競争が随所に見られるようになりました。このことが日本のサービス産業の生産性の低下の一因になっていると思われまします。それに対して日本サービス大賞受賞企業は、マーケットで何が本質的に必要とされているかを素直に捉え、既存の業界の垣根を軽々と越えて、新しい業態を生み出しています。たとえば、「とくし丸」（第1回農林水産大臣賞）は、過疎化や高齢化を背景に買い物弱者が増え、なかなか社会的な手立てがなかった状況に、新しいサービスを持ち込みまし

た。小型トラックを使って地方都市のスーパーマーケットで仕入れたものを過疎地に運び、買い物弱者のニーズを満たすという業態です。ただし、価格は店頭より10円高く設定されており、半分ずつ仕入れ元とドライバーに配分されます。自治体とは協定を結び高齢者の見守りもしています。仕入れ元のスーパーマーケットにとつては、失われていた顧客を確保でき、トラックの事業者は簡易に新事業を立ち上げることが出来ます。このサービスは最初、徳島県で始まりましたが、瞬く間にほぼ全都道府県に広がっています。また「食べる通信」（第1回地方創生大臣賞）は、東北の農業や漁業の事業者が震災復興後、販路を広げるのに苦労し、都市住民も東北の様子

がわからなかったなかで、そのギャップを埋める情報誌を発行し、産地の情報に一次産品を付けて送るというユニークな業態を立ち上げました。これも東北に留まらず全国に広がるとともに、スマートフォンを使ったサービスも始まり、海外の消費者と日本の一次産品の事業者をつなぐグローバル化のプラットフォームを作るまでになっています。このように江戸時代から続くサービスでもなく、海外からもってきたサービスでもない、日本固有の社会課題を解決するようなサービスモデルが生まれてきています。既存の業態にとらわれないサービスが数多く出てきて、新しいサービス産業を生み出していく、日本サービス大賞がそのきっかけになると思います。