日本のサービスイノベーション2022

選定サービス一覧

全９２件

公益財団法人日本生産性本部
サービス産業生産性協議会

2023年3月

選定サービス一覧

※組織名での五十音順

サービス名またはイメージ画像をクリックすると、サービスの詳細が表示されます

XERVICE 日本のサービスイノベーション2022

1. **（株）アイスタイル** **(東京都)**
生活者中心の市場を創造 ネットもリアルも「@cosme（アットコスメ）」

2. **アイリスオーヤマ（株）** **(宮城県)**
製造と問屋機能を併せた「メーカーベンダー」による顧客密着の市場創造

3. **アトピヨ（合）** **(千葉県)**
アトピー症状を匿名記録、患者間共有できる画像SNS 「アトピヨ」

4. **（株）アトラエ** **(東京都)**
データとAI活用による組織力向上プラットフォーム「Wevox」

5. **（株）アドレス** **(東京都)**
「全国創生」を目指した定額住み放題 多拠点生活プラットフォーム「ADDress」

6. **アドレス・サービス（株）** **(千葉県)**
顧客感動価値を超一流企業並みに実現させるワンストップサービス

7. **一本松海運（株）** **(大阪府)**
川の賑わいから街のブランディングへ「とんぼりリバークルーズ」

8. **（株）INFORICH** **(東京都)**
モバイルバッテリーから始める循環型経済インフラ「ChargeSPOT」

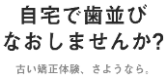
9. **（株）unerry** **(東京都)**
実社会をデータ化する 人流ビッグデータのプラットフォーム「Beacon Bank」

10. **（株）エアークローゼット** **(東京都)**
スタイリストが提案する月額制ファッションレンタルサービス「airCloset」

11. **（特非）エンリッチ** **(東京都)**
現役世代の孤独死と高齢者の孤立を救うICT つながりサービス

12. **（株）オーディオストック** **(岡山県)**
音楽のクリエイターもユーザーもDXで支援する「Audiostock」

13. **（株）Oh my teeth** **(東京都)**
歯科業界のDX 自宅でできる歯科矯正サービス 「Oh my teeth」

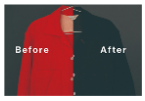


14. **（株）カーブスジャパン** **(東京都)**
健康寿命延伸のための予防的健康習慣～女性だけの30分健康体操教室

15. **（株）カイタックファミリー** **(東京都)**
子ども服のシェアリングサービス 「キャリーオン」

16. **（株）ＣｕｒｅＡｐｐ** **(東京都)**
日本初のデジタル療法　医師が処方するニコチン依存症向け治療用アプリ

17. **（株）京都紋付** **(京都府)**
京黒紋付染によるデザイン性の高いアップサイクルで廃棄衣類の削減



18. **キリンビバレッジ（株）** **(東京都)**
働く人のココロとカラダの健康をサポートする健康経営支援サービス「KIRIN naturals」

19. **クラウドサーカス（株）** **(東京都)**
マーケティング・営業支援ツール「Cloud CIRCUS(クラウドサーカス)」

選定サービス一覧

※組織名での五十音順

サービス名またはイメージ画像をクリックすると、サービスの詳細が表示されます

XERVICE 日本のサービスイノベーション2022

20. くら寿司（株） **(大阪府)**
食事体験から漁業まで 技術活用による持続型スマート回転寿司サービス

21. Global Mobility Service(株) **(東京都)**
日本発グローバル 真面目に働く人のための「金融包摂型」FinTechサービス

22. KDDI（株） **(東京都)**
都市連動型メタバースによる新しい体験価値創出と社会課題解決

23. コクヨアンドパートナーズ（株） **(東京都)**
コロナ禍で変わる働き方を支える「ビジネス・プロセス・アウトソーシング(BPO)」サービス

24. 琴平バス（株） **(香川県)**
地域と繋がるバスツアーの楽しさをご自宅で オンラインバスツアー

25.（株）コヤマドライビングスクール **(東京都)**
「明るく・楽しく・お洒落な」自動車教習所をコンセプトに、誰もが快適に教習を受けられる環境へ

26.（株）サーキュレーション **(東京都)**
「雇用」ではない新しい人材活用手法「プロシェアリング」

どんな課題でも、
プロがいれば解決できる。

27.（株）サイエンスアーツ **(東京都)**
デスクレスワーカーをつなげるコミュニケーションアプリ 「Ｂｕｄｄｙｃｏｍ（バディコム）」

28.（株）サイネックス **(大阪府)**
サプライヤーとバイヤーをつなぐ 「シイレル」

サプライヤーとバイヤーをつなぐ シイレル

29.（株）サクシード **(栃木県)**
人と事業の縁結び、地域特化型Web メディアサービス 「ツグナラ」

ツグナラ

30. サンデン・リテールシステム（株） **(東京都)**
お店の救世主、未来型冷凍食品自動販売機 「ど冷(ひ)えもん」

どひえもん

31.（株）ＪＴＢ **(東京都)**
業務管理システムの一元管理で、宿泊業界の生産性を向上「JTB データコネクトHUB」

JTB DATA CONNECT HUB

32.（株）ジグザグ **(東京都)**
タグ1行で越境ECまるごと支援「WorldShopping BIZ」

JavaScriptタグ一行で
まるごと越境EC支援
WorldShoppingBIZ

33.（株）シコメルフードテック **(東京都)**
飲食・食品業界のDX を推進する 「シコメル」

飲食店の仕込み
問題解決アプリ。

34. ジット（株） **(山梨県)**
使用済みインクカートリッジの回収網を活かしたリユース・リサイクル事業

35.（株）シノプス **(大阪府)**
フードロス＆店舗オペレーションを同時に改革するＤＸの実現 「sinops-CLOUD」

sinops·CLOUD
在庫も発注も予測も、これひとつで。

36.（特非）ジャパンハート **(東京都)**
新型コロナウイルス感染症・クラスター対応プロジェクト

Japan Heart

37.（株）シンクロ・フード **(東京都)**
移動販売という手法を用いて持続型・郊外型のマーケットを創出する「モビマル」

38. Ｓｋｙ（株） **(大阪府)**
隠れた努力も見えてくる 「SKYSEA Client View (スカイシー クライアント ビュー)」

SKYSEA Client View

選定サービス一覧

※組織名での五十音順

サービス名またはイメージ画像をクリックすると、サービスの詳細が表示されます

XSERVICE 日本のサービスイノベーション2022

39. スカイマーク（株） **(東京都)**
「お客様の声」の徹底した見える化による顧客満足度向上の仕組みづくり

40. 住信SBIネット銀行（株） **(東京都)**
NEOBANK®～銀行をインストールする。世界をアップデートする。～

NEOBANK

41. 住友生命保険（相） **(大阪府)**
保険の概念を超え、新たな価値を生み出す“住友生命「Vitality」”

42.（特非）セカンドハーベスト・ジャパン **(東京都)**
日本全国にフードセーフティネットを構築する革新的な食品寄付活動

43.（株）ソーシャル・エックス **(東京都)**
逆転の発想から生まれた新しい官民共創のカタチ「逆プロポ」

逆プロポ GYAKU PROPO
「逆プロポ」サービス

44.（株）ZOZO **(千葉県)**
オンライン購入での“サイズが合わない”不安を解消する「ＺＯＺＯＭＡＴ」

45. ダイキン工業（株） **(大阪府)**
タンザニア発“心地よい風”のサブスクで市場拡大と環境負荷軽減を両立

46.（株）タスカジ **(東京都)**
家事代行マッチングサービス「タスカジ」 サービス成長の鍵は「フリーランスが成長する仕組み」

タスカジ TASKAJI housekeeping

47.（株）TalentX **(東京都)**
雇用の最適配置と流動化を支援するリファラル採用サービス 「MyRefer」

48.（株）帝国ホテル **(東京都)**
従業員の声から生まれた「ホテル内サービスアパートメント」

49.（株）テックオーシャン **(東京都)**
学びに応じた出会いを創るAI 搭載理系スカウトサービス「TECH OFFER」

就活の方程式を変える。
TECH OFFER

50. 東京海上日動火災保険（株） **(東京都)**
人の力とデジタルのベストミックスによる快適な事故解決プロセス

51. 徳永陶磁器（株） **(佐賀県)**
有田焼を製造業からサービス業に 町内制手工業で伝統産業を再構築する「幸楽窯」

52. トライオン（株） **(東京都)**
革新的コーチング英会話「トライズ」 通い続ける英語教室からの脱却

53. Ｔｒｉｍ（株） **(神奈川県)**
設置型ベビーケアルーム 「mamaro™」 で 外出しやすい社会を

54.（株）ナビタイムジャパン **(東京都)**
バス事業者向け「リアルタイム混雑情報取得・配信システム」

リアルタイム
バス車内混雑度表示

55. 西川（株） **(東京都)**
コロナ禍における新しい付加価値 非接触による寝具販売サービス

56. 日本交通（株） **(東京都)**
選抜乗務員が自ら創る「ＥＤＳ（エキスパート・ドライバー・サービス）観光タクシー」

57.（株）Nature Innovation Group **(東京都)**
使い捨て傘削減の新インフラ 傘のシェアリングサービス「アイカサ」

選定サービス一覧

※組織名での五十音順

サービス名またはイメージ画像をクリックすると、サービスの詳細が表示されます

日本のサービスイノベーション2022

58. パーソルイノベーション（株）eiicon company　(東京都)
自立的なオープンイノベーションの場の創造と伴走型共創支援「AUBA」

59.（株）バカン　(東京都)
待つをなくす混雑情報配信プラットフォーム「VACAN」

60.（株）八十二銀行　(長野県)
くらしのお困りごとを解決　「はちにの<ライフサポートサービス>」

61.（株）Ｐｕｂｌｉｎｋ　(東京都)
新たな官民連携による新市場 / 新規政策の創出

62. 万協製薬（株）　(三重県)
営業部なしで、医薬品スキンケアアウトソーシングサービス日本一

63.（株）パンフォーユー　(群馬県)
全国どこかの、厳選されたパン屋さんから届く冷凍パンの定期便「パンスク」

64.（株）ビースタイル　ギグワークス　(東京都)
全国に散らばるスキマ仕事と、働き手を繋ぐ『ご近所ワーク』

65.（株）ｂｉｉｍａ　(東京都)
非認知能力開発を融合した21世紀型 総合キッズスポーツクラブ

66. 東日本旅客鉄道（株）　(東京都)
公共空間のワークプレイスインフラ「STATION BOOTH」

67.（株）ビクセン　(埼玉県)
『星を見せる』を事業化「ソラプロジェクト」

68.（株）ビビッドガーデン　(東京都)
こだわり生産者から食材や花き類を直接購入できる産直通販サイト「食べチョク」

69. 富士通Ｊａｐａｎ（株）　(東京都)
Fishtech®を活用した養殖管理による食糧危機の解決と地方創生

70.（株）プラグ　(東京都)
1時間で1,000案のデザインを創り、評価する「パッケージデザインAI」

71. プロモツール（株）　(東京都)
空間演出からVR（仮想現実）まで、多目的の香りとニオイの提供

72. ＢＡＢＹ ＪＯＢ（株）　(大阪府)
「手ぶら登園」から始める、子育てを楽しむ仕組みづくり

73. ベルフェイス（株）　(東京都)
オンライン営業システム「bellFace（ベルフェイス）」

74. 弁護士ドットコム（株）　(東京都)
契約マネジメントプラットフォーム「クラウドサイン」

75.（株）ホテル松本楼　(群馬県)
誰一人取り残さず、優しく迎えるバリアフリーな宿泊サービス

76.（株）マクアケ　(東京都)
アタラシイものや体験の応援購入サービス　「Makuake」

選定サービス一覧

※組織名での五十音順

サービス名またはイメージ画像をクリックすると、サービスの詳細が表示されます

XERVICE 日本のサービスイノベーション2022

77.（株）マザーズリヴ サポートイン南知多 **(愛知県)**
要介助の方、そのご家族、働く人も「自分らしく」を叶えるバリアフリー旅館

78.（株）まち未来製作所 **(神奈川県)**
六方良しの再生エネルギープラットフォーム 「e. CYCLE」

79.（株）ＭＩＸＩ **(東京都)**
スポーツ観戦が楽しめるお店を見つけられる「Fansta（ファンスタ）」

80. 三井住友海上火災保険（株） **(東京都)**
ベストプラン提案型AIシステム 「MS1BRAIN（エムエスワンブレイン）」

AIにより
代理店活動を支援

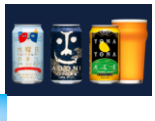
81.（株）三越伊勢丹 **(東京都)**
リアルでもECでもない新たな買い物体験 「REV WORLDS（レヴ ワールズ）」

82. メディフォン（株） **(東京都)**
多様な社会に医療通訳が活きるプラットフォーム「mediPhone」

83.（株）メンタルヘルステクノロジーズ／（株）Avenir **(東京都)**
リモートでの従業員向け メンタルヘルス予防の標準化サービス

84. やさいバス（株） **(静岡県)**
食の流通DX による「無理なく、楽しく、おいしく」つながる地域ＯＳ

85.（株）ヤッホーブルーイング **(長野県)**
「よなよなエール」で顧客と共創 クラフトビール製造エンタメ事業



86. ヤマガタデザイン（株） **(山形県)**
地域課題を解決する事業をデザインし、次世代がときめく地域社会を提案

87. ヤマハ（株） **(静岡県)**
競技場へ声援を送る！競技場で実況を聞く！「Remote Cheerer powered by SoundUD」

88. ユナイテッド・シネマ（株） **(東京都)**
日本映画文化を守り、そして攻める！エンタメ体験サービスの提案

89.（株）ユニラボ **(東京都)**
「IT×人」で企業間取引をDX化 B2B受発注プラットフォーム「アイミツ」

90.（株）ルネサンス **(東京都)**
オンラインフィットネスという新たな顧客体験で日本を健康に！

91.（株）ＲｅｖＣｏｍｍ **(東京都)**
会話のブラックボックス解消！ 音声解析AI 搭載電話 「MiiTel（ミーテル）」

92.（株）ワークマン **(群馬県)**
ファンとの共創で顧客を拡大　ワークマン流ユーザー・イノベーション

2023年3月

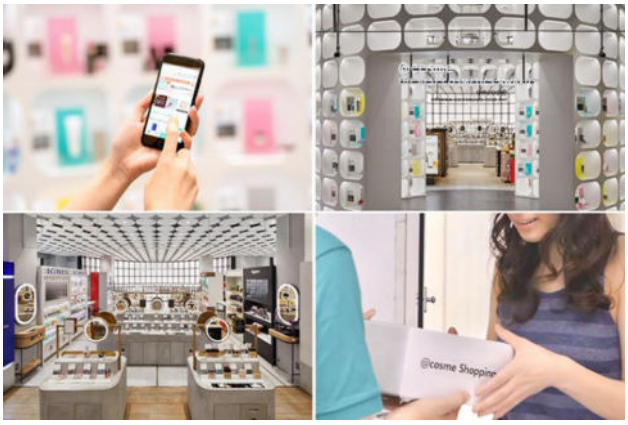
生活者中心の市場を創造 ネットもリアルも「@cosme（アットコスメ）」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

株式会社アイスタイル （東京都）

［概要］

- 1999 年から 23 年間続く「@cosme」は、コスメ・美容商品のユーザーレビューやそれを元にしたランキング、メーカー公式商品情報などを発信するメディアである
- 現在は化粧品 EC やリアル店舗を含めた、オンライン・オフラインを一気通貫するプラットフォームサービスとして生活者と美容ブランドに多様な出会いの場を提供している
- 月間アクティブユーザー1,650 万人の規模を誇り、コロナ禍においてクチコミ件数、EC 売上ともに過去最高を更新している



▲サービスイメージ

［特徴］

- 消費者のクチコミが他の消費者や化粧品メーカーにも役立つフィードバックになるよう、投稿を全件チェックして商品情報のみを抽出
- アルゴリズムを使ったランキングシステム、ユーザーの匿名性を保持して余計なコミュニケーションを抑制するなど、公正・健全なプラットフォーム運営に注力し、高い信頼性を維持
- 「化粧品はクチコミを確かめてから買う」という消費行動を提案・浸透・定着させ、「生活者中心の市場の創造」という理念の実現に貢献
- 2020 年に原宿駅前に「@cosme TOKYO」をオープンするなど、リアル店舗も国内 24 店舗、海外 3 店舗を運営
- 積極投資による Web メディア、EC、リアル店舗の 3 事業展開で、「@cosme」の知名度、影響力を高めてコスメ業界を活性化させている
- 事業に関わる全てのステークホルダーと好循環を生み続ける経営を追求する、価値共創型事業の成功例

▲JR 原宿駅前の旗艦店「@cosme TOKYO」

［サービスイノベーションの観点から］

「生活者中心の市場の創造」という理念を、事業に関わる全てのステークホルダーと好循環を生み続ける価値共創経営の追求の中で実現。理念の実現のために、厳格な品質管理のもとでコスメ利用のインフラ化したクチコミサイト、それを最大限活かした EC、さらにリアル店舗と、積極的な未来への投資を継続し、持続的なサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	967 名
創立	1999 年
キーワード	メディア、化粧品、プラットフォーム、クチコミ
売上規模	100～1,000 億円

▲6 月と 12 月の年 2 回、各半期内で最も消費者に支持された美容商品を表彰する。受賞ロゴが付いた商品は売り上げが数倍になることもある

製造と問屋機能を併せた「メーカーベンダー」による顧客密着の市場創造

第 4 回日本サービス大賞 経済産業大臣賞 受賞

アイリスオーヤマ株式会社（宮城県）

［概要］

- 製造と問屋機能を併せたメーカーベンダーという前例のないビジネスモデルを展開。全国 8 箇所の生産拠点が物流センターも兼ねる
- 開発者が生活の中の不足・不満・不便を解決する「なるほど」「便利」をコンセプトに商品企画を提案し、市場を創造する
- 高い内製化率と自動化が特徴。ユーザー目線の価格設定で商品企画を進め、値ごろ価格で提供し、需要を創造する
- 製造と問屋機能を併せ持つメーカーベンダーの仕組みにより、流通の無駄を省き、ユーザーの求める機能、価格、納期を実現している

［特徴］

- 毎週月曜日に開催される「新商品開発会議」の場を通じて商品開発のノウハウを全社で共有
- 新商品開発会議では年間約 1,000 件の新商品が生み出される
- 各部署が一斉にスタートする伴走方式によって新商品開発のスピードアップを実現
- 独自の情報共有ツール「IC ジャーナル」を用いて顧客接点であるセールス・エイド・スタッフ * を含め全社員が毎日記録を残すことで、最新の動向を全社員で共有している
- 「開発者は生活者の代弁者」として、生活者ニーズを常に考え、開発・製造・販売まで一貫して行う独自の仕組みを構築
- 毎年、経常利益の 50%を投資にまわし、研究開発比率を 4%で維持する経営を行っている

［サービスイノベーションの観点から］

独自の全社情報共有ツールを通じて 、顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを毎週トップも参加する新商品開発会議に適切に伝達し、決まった案件は、開発者が製造・販売まで一貫して行うことにより、顧客との価値共創を徹底している。メーカーベンダーの仕組みの下で、利益の 50%を投資する経営が、高い研究開発比率、新商品開発比率を保ち、持続的なサービスイノベーションの仕組みを実現している

*セールス・エイド・スタッフ（Sales Aid Staff） 小売店で販売をサポートする役割を担う同社のスタッフ。商品の機能を顧客に直接伝えるとともに魅力的な売場作りも行う。全国約 650 店舗に配置されている

［組織データ］

所在地	宮城県仙台市青葉区
従業員数	5,379 名 （2022 年 1 月現在）
創立	1971 年
キーワード	製造（生活用品）、メーカーベンダー、顧客密着
売上規模	1,000 億～1 兆円

▲商品開発から発売までに関わる全ての部署責任者が参加する新商品開発会議の模様。毎週月曜開催

▲生産工程の光景。高い内製化率と自動化が特徴

▲各部署が一斉にスタートする伴走方式により年間 1,000 件の新商品開発のスピードを実現

アトピー症状を匿名記録、患者間共有できる画像 SNS 「アトピヨ」

アトピヨ合同会社（千葉県）

［概要］

- アトピーに悩む人向けの無料の画像 SNS アプリを提供
- アトピー特有の皮膚症状を文字・画像を含めて匿名非公開で記録、また、公開して患者間で共有もできる
- 症状管理が難しい・精神的負担が重い、というアトピー患者の課題に対して、画像を投稿していくことで症状を記録できる、患者同士が励まし合って前向きになれる、という価値を提供している

［特徴］

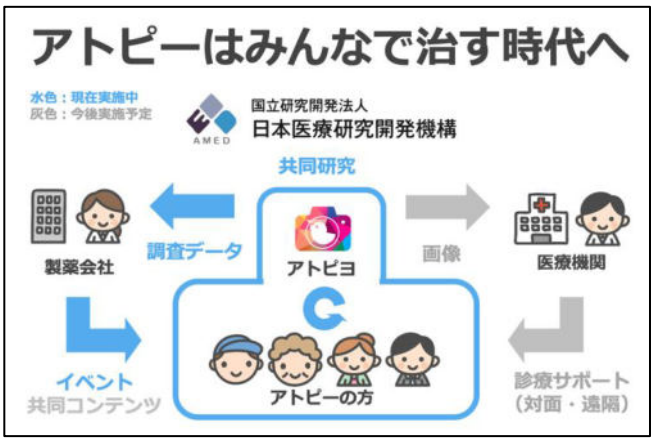
- 日本全国で 600 万人以上と推定され、増加傾向にあるとされるアトピー患者の課題を解決するサービスである
- 慢性疾患であるアトピーは、一人で向き合う治療が多く、精神的負担も大きい。ユーザー間の交流により、患者同士が励まし合って前向きになることを支援する
- 無料・匿名で利用できる。アプリ内は広告非掲載。ユーザーの約 3 割は 20 歳未満
- 通報機能の実装、法人アカウントの禁止、アプリ内からの Web リンク制限、利用規約での宣伝や広告の禁止・アカウント制限などの措置を講じて、安心できる利用環境を提供している
- 3 年にわたる患者会でのボランティア、直接ヒアリング、100 名以上へのアンケート調査による課題認識のうえ、アプリの開発、改善を行い、ユーザーの要望に沿った機能を実装
- アプリのダウンロード数は23,000 件、投稿画像は52,000 件にまで増加(2023 年 3 月現在)。広告することなく、日本最大のアトピー患者コミュニティに成長
- 収集した画像を含めたビッグデータについて、大学病院との共同研究を開始。製薬会社や医療機関とも連携し、治療薬や治療法の開発、疾患啓発への貢献が期待される

［サービスイノベーションの観点から］

患者の実態に則したアプリを開発・改善し、悩みを抱えるアトピー患者のコミュニティを作り上げている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、プライバシーや個人情報保護に万全の配慮をするなど、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	千葉県市川市
従業員数	2 名
創立	2021 年
キーワード	情報サービス(SNS 運営)、アトピー
売上規模	1億円以下



▲AMED（国立研究開発法人日本医療研究開発機構）の実用化研究事業に採択され、共同研究開始。ビッグデータ活用、疾患啓発など製薬会社や医療機関との提携を推進

▲身体の部位ごとに画像を時系列表示。症状の経過を見える化する。治療の経過を自身で確認でき、公開もできる

▲コメント機能を実装。患者同士が悩みや症状を共有できるコミュニティを生成させている

データと AI 活用による組織力向上プラットフォーム 「Wevox」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

株式会社アトラエ （東京都）

［概要］

- 組織改善の PDCA を促進する組織サーベイツール。従業員のエンゲージメント(自発的な貢献意欲)を部署・属性別に継続的に定点観測し、仕事に取り組む心理状態や組織に対する貢献意欲を経時変化で把握することによって、自発的な行動変容を生み出す
- ユーザビリティが高く、安価なため、多頻度で実施が可能
- 組織の生産性向上を通じて、人的資本経営の推進に寄与するサービスである

［特徴］

- ユトレヒト大学ウィルマー・B・シャウフェリ教授のワークエンゲージメント理論を拠り所に、持続的に蓄積される膨大なデータを効率的に分析検証するプラットフォームを開発して、顧客組織のエンゲージメント向上に貢献する
- 従来、従業員意識調査は実施から結果集計まで相応のコスト(時間・労力・費用)を要していたが、「Wevox」は約 3 分の Web 調査で実施から集計、分析までが可能
- 従来の数年に一度の大規模調査では叶わなかった即時性のある調査を、1週間～4 週間単位の頻度で実施可能にし、頻繁かつ継続的に結果を可視化できる
- 集計結果はワンクリックでレポート化が可能
- 回答者も回答しやすく、管理者も結果が見えやすいという、双方にとって導入・継続しやすい UI・UX を構築
- プロダクト強化チームが調査実施とデータの分析・診断を行い、カスタマーサクセスチームが活用方法の助言などで組織改善をサポートする
- 膨大な定量的蓄積データの分析に加え、定性的な利用事例のヒアリング情報を顧客企業に提供可能
- 非財務指標である人的資本開示に取り組む企業が継続的に組織改善を行えるようになるサービスである

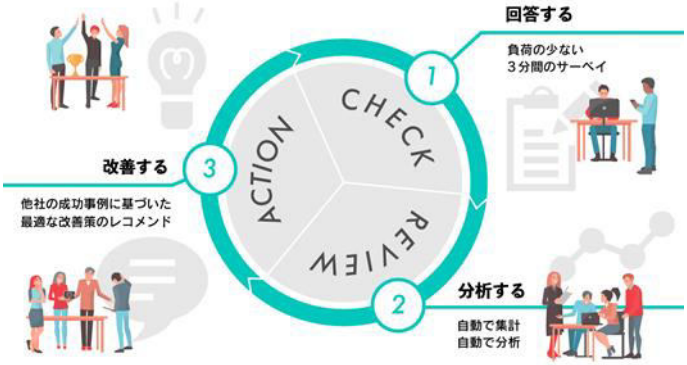
［サービスイノベーションの観点から］

従業員のエンゲージメントを、低価格で使いやすい UI・UX のツールで即時に可視化。そのデータをもとに企業の組織改善・人的資本経営を持続的にサポートする。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している。プロダクト強化チームとカスタマーサクセスチームの連携により、効果的に知識・ノウハウを蓄積し、全社で共有している

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	98 名 （連結）
創立	2003 年
キーワード	情報サービス、エンゲージメント、組織改善
売上規模	10～100 億円

▲スマホでの回答項目の例



▲「Wevox」は負担の少ないサーベイで改善サイクルを生み出す

▲アトラエは役職を廃した組織運営でも注目されている

「全国創生」を目指した定額住み放題 多拠点生活プラットフォーム「ADDress」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

株式会社アドレス （東京都）

［概要］

- 日本各地の空き家をリノベーションし、全国 260 箇所以上の物件に定額住み放題できるサービス
- 全国で深刻な空き家問題の解決を目指すと同時に、利用者には多拠点居住という新しいライフスタイルを提案
- 短期的な観光にとどまらず定期的、中長期的に滞在する関係人口を増加させ、都市と地方が人口をシェアすることを可能にし、利用者は地域ごとに異なる環境で、その土地に暮らすような生活や人との交流を楽しめる

▲空き家問題を解決すると同時に、多拠点居住という新しいライフスタイルを提案

［特徴］

- 様々な地域にある家をシェアして暮らすという、旅行とも移住とも違う新しい生活を提案。全国の多様な空き家に定額で住めるサブスクリプションサービスを通じ、場所に縛られない新しく豊かなライフスタイルを提案している
- 各物件に配されている「家守（やもり）」と呼ばれるコミュニティマネージャーが、家の管理をしながら会員とコミュニケーションを行い、地域コミュニティや会員同士の交流の架け橋としての役割を果たす
- 会員同士を繋げるコミュニティ「部活」などの運営を通じ、異なる土地での「人との交流」「地域ならではの体験」といった利用者の満足度を高める価値共創が実現されている
- リモートワークの普及により、働き方や暮らし方が多様化する一方、孤独を感じる人も増えてきた。そのような人々が地域・人と出会い、つながりを持つ機会を提供することで「地域創生」を全国に拡大（全国創生）することを目指す
- 空き家問題の解消や地方の若者人口減少などの社会問題解消にも貢献している

▲多拠点居住サービスの先駆者としてインパクトレポートも公表している

［サービスイノベーションの観点から］

場所に縛られない新しく豊かなライフスタイルという価値提案を行い、地域や会員同士の交流を家守が促進することで価値共創が実現されている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している。「地域創生」努力を全国展開することにより「全国創生」をめざす

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	21 名
創立	2018 年
キーワード	不動産、シェアリング、多拠点居住
売上規模	1～10 億円

顧客感動価値を超一流企業並みに実現させるワンストップサービス

アドレス・サービス株式会社（千葉県）

［概要］

- IT 製品を主力としたビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）サービス
- リペアセンター・コールセンター・ロジスティクスを中心とした事業領域をカバーし、顧客のオペレーションを担当する
- メーカーが国内の市場を展開するうえで必要とするプロセスをワンストップで提供（設計支援、製品評価、製品修理、物流、コールセンター、Web サポート関連の構築・運営、コンテンツ制作）
- 70 社 100 ブランド、年間修理 150 万件の実績を持つ

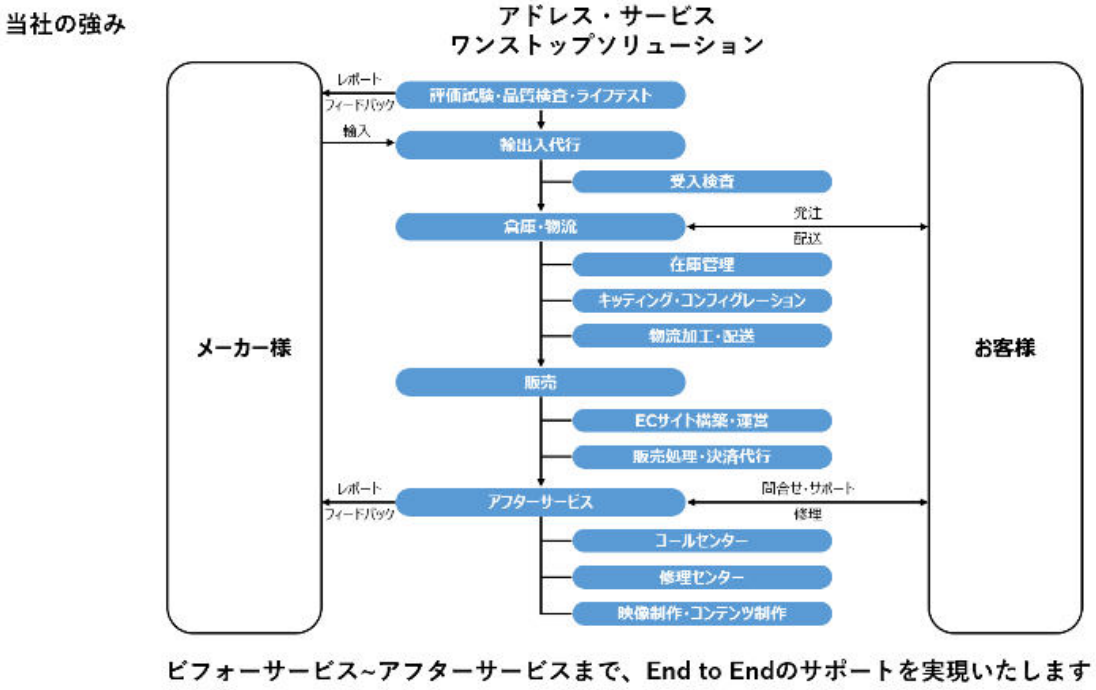
［特徴］

- 顧客のニーズに合わせた業務設計、工程設計、アウトプット能力を強みとする
- 従来、物流事業を手掛けていたが、大手電機メーカーへの一貫サポートを行う中でエンジニアリング領域の知見を獲得し、業態を転換
- 先端技術のメンテナンスなどを請け負うことで新たな市場のニーズを取り込んでいる
- 2014 年以降、人材育成にも力を入れ、新たな顧客を獲得
- 今後はアフターサービス分野での成長を目指す

［サービスイノベーションの観点から］

大手企業の一貫サポートで得た知見や異業種メーカーとの共創で集積したノウハウを社内標準化し、高度なワンストップサービスとして適切な業務設計を進めた。新たなサービスコンセプトを適切に評価して、知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している

▲全てのプロセスをアウトソーシングする



▲ワンストップサービスの流れ

［組織データ］

所在地	千葉県東金市
従業員数	1,269 名
創立	2006 年
キーワード	機器メンテナンス、アウトソーシング
売上規模	10～100 億円

川の賑わいから街のブランディングへ「とんぼりリバークルーズ」

一本松海運株式会社　（大阪府）

［概要］

- 約 20 分間の道頓堀ミニクルーズ。普段味わうことのできない、大阪ミナミ・道頓堀の「川からの眺望」を楽しめる
- 乗船料金は、大人 1,200 円/人、学生 800 円/人、小学生 400 円/人（税込、2023 年 4 月現在）。貸切運航も可能

［特徴］

- 大阪ミナミの街全体をテーマパークとして位置づけ、7 団体（同社含む、地権者や商店街、大阪市、まち歩き会社）で立ち上げた「なにわコミュニティツーリズムコンソーシアム」の企画として誕生
- 自社のみでの企画・開発ではなく、地域や提携企業と連携することでサービスを常に俯瞰的に見て、客観的な評価を得ることができる
- よりエンターテイメント性を付加するため、ガイド・クルー（土日祝日のみ）を導入するなど、サービス開始当初から改善を続ける
- 道頓堀川は元々観光地であったが、従来は街の裏側で暗く汚いイメージであった。観光船の計画にあたり、道頓堀川の環境変化に地域全体で取り組み、大阪ミナミ地域の街ブランドの向上に繋げている

［サービスイノベーションの観点から］

大阪ミナミ全体をテーマパークと位置づけ、地域全体で利用価値共創に取り組んでいる。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲橋上よりみたクルーズの模様

▲クルーズコースの全体像。日本橋（にっぽんばし）～浮庭橋（うきにわばし）間を運行

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市北区
従業員数	25 名
創業	1915 年
キーワード	内港運送、リバークルーズ、観光
売上規模	1～10 億円

◀クルーズの様子

モバイルバッテリーから始める循環型経済インフラ「ChargeSPOT」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

株式会社 INFORICH （東京都）

［概要］

- 日本初のモバイルバッテリーのシェアリングサービス
- どこで借りて、どこに返してもよいという利便性を 30 分 165 円～48 時間 660 円というリーズナブルな価格で提供(2023 年 2 月現在)
- 全国 47 都道府県をカバー。バッテリーを充電できる「ChargeSPOT」を交通機関、コンビニ、商業施設など 38,000 台以上を設置
- 国内のみならず、中国や香港、台湾やタイにも展開
- 自治体や企業と防災協定を締結し、災害や停電といった有事の際に無料開放するなど、社会インフラとしての役割も担っている

［特徴］

- 日本初のモバイルバッテリーシェアリングという価値提案を行い、設置台数は全国 38,000 台以上まで急成長。国内シェア 80%を誇る
- 提携先(設置店)にとっては、無料でスポットを設置でき、顧客がバッテリーを 1 回利用するごとに 2 回(借りる・返す)の来店動機を獲得できる
- バッテリースタンドにはデジタルサイネージを有し、顧客への訴求効果も高い
- 端末のリアルタイムでの利用状況と流動人口データの分析を駆使して予測を行い、その予測をもとに端末の配置を最適化している
- 借りる場所、返す場所を問わない利用価値を実現し、1 日あたり数万点以上の利用を実現している
- 災害時は被災エリアを対象に 48 時間無料でバッテリー開放を実施するなど、有事の際の地域のライフラインとしても期待される
- 他のシェアリングを組み合わせるシェアリングワンスポット化の可能性も追求し、循環型社会経済システムの実現に貢献しうる事例

▲デジタルサイネージを備えた様々なバッテリースタンドを全国各地に設置

［サービスイノベーションの観点から］

モバイル充電器のシェアリングサービスという価値提案を行い、それを設置無料、返却地の選択自由、バッテリースタンドのデジタルサイネージなどの価値共創の仕組みの創り込みによって、全国に急速に拡大させた。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している。有事の際の地域のライフライン化への貢献や、他のシェアリングとの組み合わせも追求

▲バッテリー端末の過不足状況をリアルタイムに可視化して管理

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	109 名
創立	2015 年
キーワード	バッテリー充電、シェアリング、災害対応
売上規模	10～100 億円

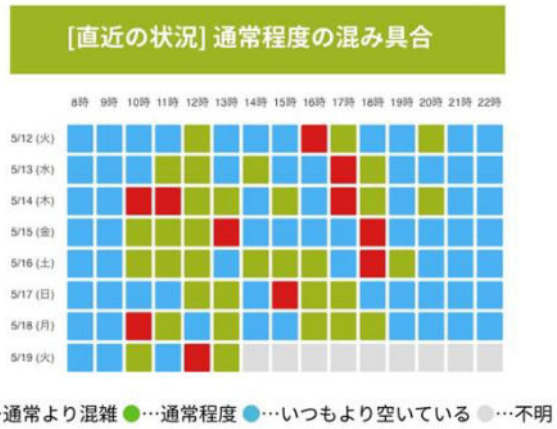
実社会をデータ化する 人流ビッグデータのプラットフォーム「Beacon Bank」

第 4 回日本サービス大賞 総務大臣賞 受賞

株式会社 unerry （東京都）

［概要］

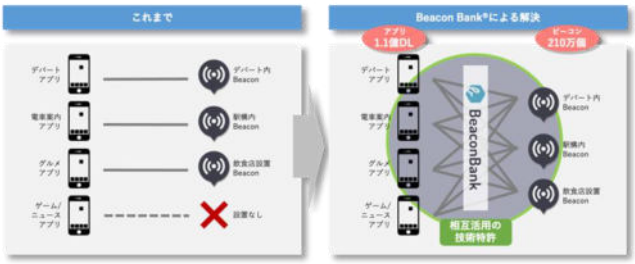
- 人流ビッグデータの蓄積・解析・活用プラットフォーム
- 全国 210 万箇所に設置されたビーコン *1 と GPS の活用で蓄積する月 300 億件の人流ビッグデータを AI 解析し、場所やヒトを解釈するための意味づけを行い、様々な打ち手の提案につなげるプラットフォームサービス「Beacon Bank」を展開している
- 1.1 億 ID のスマートフォンアプリの位置情報という規模と、独自のビーコンシェア技術と GPS を組み合わせた屋内外の人流を網羅的に把握できる
- データの可視化・分析にとどまらず、AI 解析により混雑度を直感的に伝える「お買い物混雑マップ」「ショッパーみえーる」「Beacon Bank AD」など、社会課題に沿った汎用サービスを展開している



▲お買物混雑マップの例

［特徴］

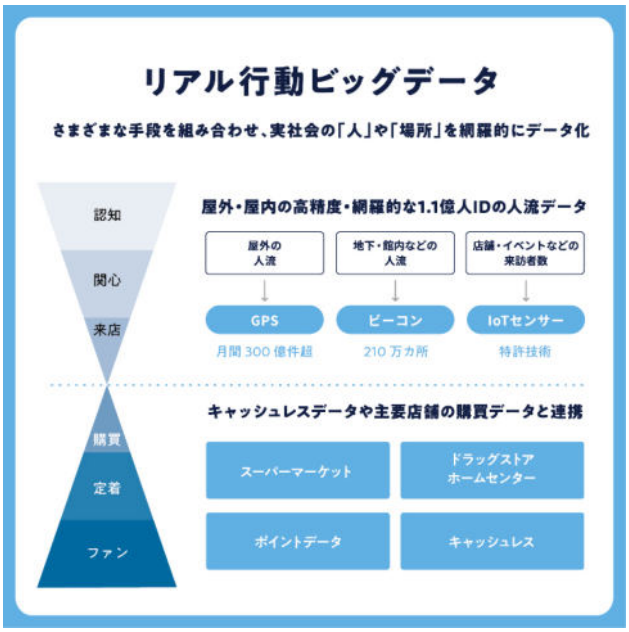
- 屋内外の人流をデータとして可視化するプラットフォームを構築している。サービスイノベーションを支援するツールとして有用である
- GPS では把握できない地下鉄や屋内での位置情報も活用可能としている
- データ活用においてアプリユーザーからデータの取得・活用に関する個人許諾を取ることを徹底し、プライバシー保護に十分配慮した人流ビッグデータである
- データガバナンス体制のもと、付加価値型のスマートコミュニティ創生にも貢献している



▲ビーコンバンクの仕組み

［サービスイノベーションの観点から］

Beacon Bank という価値提案を社会ニーズに合わせて汎用・専用サービスとして人流BI*2 を提供している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲屋外・屋内を網羅する位置情報ネットワーク

*1 ビーコン　近距離無線技術 Bluetooth Low Energy（BLE）を利用した位置特定技術、もしくはその技術を利用した端末

*2 BI　Business Inteligence。膨大なデータを収集・蓄積・加工し、意思決定を支援すること

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	50 名
創立	2015 年
キーワード	情報サービス、人流ビッグデータ、DX
売上規模	10～100 億円

スタイリストが提案する月額制ファッションレンタルサービス「airCloset」

第 4 回日本サービス大賞 内閣総理大臣賞 受賞

株式会社 エアークローゼット （東京都）

［概要］

- 30～40 代の働く女性を中心に、女性向けの月額定額制ファッションレンタルサービスを展開
- 服を選ぶ時間がない女性に対して、新しい服やそのコーディネート、自分では選ばないが実は似合う服に出会うワクワク感を提供する
- 基本プランは、ライト（月 1 回、3 着）、レギュラー（1 回 3 着を月に何度でも交換可能）、ライトプラス（月 1 回、5 着）の 3 つ
- サイズや好みを登録（約 50 項目）すると、それをもとに、300 ブランド 35 万着以上の中から、プロのスタイリストが選んだ洋服（コーディネート）が届けられる
- 返却の期限はなく、返却時のクリーニングも不要。返却も簡便化（返送用伝票を廃止しペーパーレスに）。気に入った洋服は購入も可能

［特徴］

- 人（顧客や現場の声など）と IT（システムやデータの活用など）のベストマッチを追求し、独自のパーソナルスタイリングシステムと循環型物流プラットフォームを構築

  ◆パーソナルスタイリング提案システム　顧客の好みや利用データを読み込ませた AI が顧客に似合う洋服を選出。スタイリストのコーディネートをサポートする

  ◆循環型物流プラットフォーム　洋服に洗濯可能な IC タグを縫い付け、個品管理を行う。過去の返却データをAIに学習させ、返却日予測を行う
- スタイリストの技能を顧客からの評価も活用し可視化。顧客満足の分析や、顧客の声からサービス改善を行うなど、顧客や現場の生の声×データ活用の学習サイクルを回す
- 洋服のリユースやリサイクルによってサーキュラーエコノミーの生成を推進。2022 年 2 月には廃棄率ゼロを達成

［サービスイノベーションの観点から］

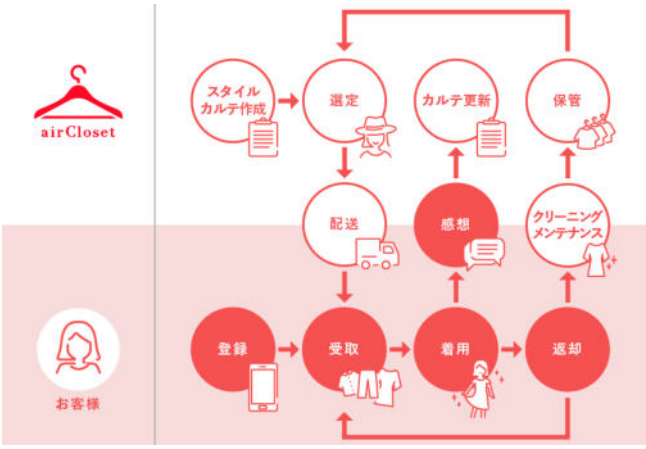
スタイリストが提案する洋服のサブスクという革新的で優れた価値提案を行い、適切に価値共創の仕組みの創り込みを行っている。また、顧客接点からの価値発信を、的確に事業組織に伝達し、人と IT のベストマッチでサービスを持続的に革新する仕組みを創り込み、知識・スキルを体系的に蓄積・共有している。さらに、経営がイノベーションへの投資にコミットして、顧客接点、事業組織、企業経営をつなぐ持続的なサービスイノベーションを実現している。事業を通じて、アパレル廃棄問題解決に寄与しようとしている

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	106 名
創立	2014 年
キーワード	ファッションレンタル、シェアリング、循環物流
売上規模	10～100 億円

▲スタイリストが厳選した洋服（3 着または 5 着）が毎月送られてくる。洋服と一緒にスタイリストからのアドバイスも届く

▲服の返却時には、アンケート評価に加えて、次回の要望も書き込める。顧客からの感想や要望（デザイン、色、サイズ感など）を AI を活用したデータベースに組み込み、次回以降のコーディネートに反映する



▲顧客の声（感想など）をデータベース化し、「スタイルカルテ」として蓄積。声が増えるほどカルテがより顧客の好みに沿った内容に成長していく

現役世代の孤独死と高齢者の孤立を救う ICT つながりサービス

特定非営利活動法人エンリッチ（東京都）

［概要］

- 孤独死や孤立を救う、LINE を活用したつながりを提供するサービス。3 つのサービスを提供
  - ❶「見守りサービス」 登録者個人（LINE ユーザー）を数日ごとの安否確認連絡でエンリッチが見守るサービス。安否確認が 24 時間プラス 3 時間経過しても安否確認連絡がない場合、エンリッチが電話をし、生存確認を行う
  - ❷「つながりサービス」 LINE グループ内に数日ごとに安否確認連絡を送り、グループ内で無事を確認しあうサービス。町会や自治会など地域のグループ内で互いに見守り、支え合うつながりを提供する
  - ❸「安否通知サービス コネクトハート」 LINE を使った安否通知サービス（有料）。子どもなどの特定の人に通知する
- 見守りサービス、つながりサービスの提供を通じて得られた経験をもとにコネクトハート（有料）を開発

［特徴］

- 現役世代の孤独死と高齢者の孤立を救うために LINE という極めてシンプルな仕組みを使ったサービスを提供
- 現役世代の孤独死の早期発見が当初のテーマであったが、地域の居場所情報や災害・防災情報の通知、「つながりサービス」内での何気ない会話など、地域のコミュニティツールとして発展している
- 「つながりサービス」は匿名でも使用可能で、エンリッチに個人情報の提供をする必要もなく、利用のハードルを下げている
- 元気に社会生活を送っている現役世代にとっては、センサーの設置による警備会社の駆けつけサービスは契約の心理的なハードルが高いが、同サービスは LINE の友達登録だけで手軽に始められる
- 「誰も取りこぼさない社会」の実現に向けて、仕組みづくりと運用を行う
- 海外からの利用もある。オーストラリアの日本人高齢者コミュニティが利用している

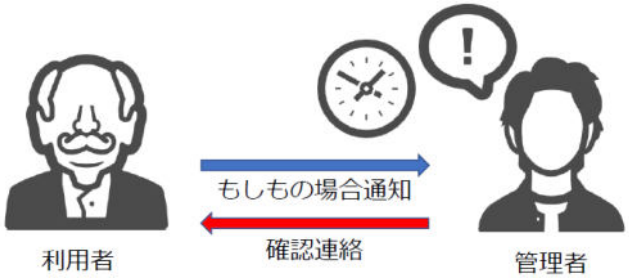
［サービスイノベーションの観点から］

孤独という現代社会の課題に対して、LINE という極めてシンプルで使いやすい仕組みを用いて有意義なサービスを提供している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

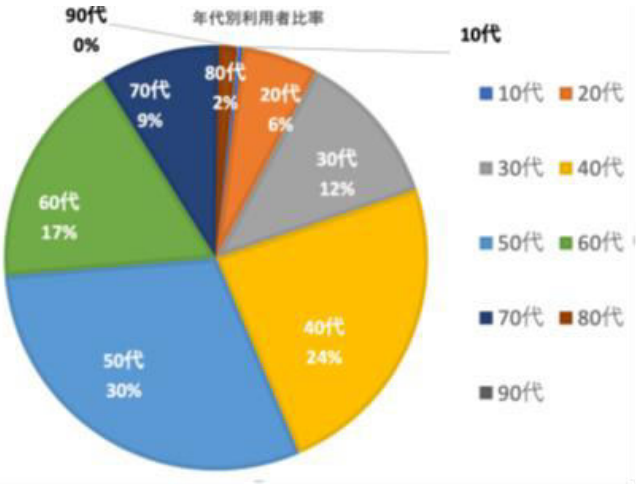
［組織データ］

所在地	東京都江戸川区
従業員数	1 名
創立	2018 年
キーワード	情報サービス（SNS 運営）、見守り、コミュニティ
売上規模	1億円以下

▲「見守りサービス」と「つながりサービス」の概要



▲コネクトハートの仕組み。もしもの場合、離れて暮らす子どもや親族などの特定の人（管理者）に通知が行く



▲利用者の年代別比率。幅広い年代にわたる

音楽のクリエイターもユーザーも DX で支援する「Audiostock」

第 4 回日本サービス大賞 総務大臣賞 受賞

株式会社オーディオストック （岡山県）

［概要］

- マーケットプレイス方式で楽曲のライセンスを売買する世界最大級のプラットフォーム
- 「キラン」といった擬音語で検索できるなど、日本ならではのサービス設計
- 音楽クリエイターは自身の楽曲を登録し、YouTuber などの個人や映像制作会社などの法人といった「音」を必要とする顧客が購入。クリエイターは、販売実績に応じた収入を得る仕組み
- 顧客は 90 万点以上の音源から、様々な観点（楽器、テンポ、日本語イメージ、手持ち音源の類似性など）で検索可能

▲サービスイメージ

［特徴］

- これまで権利申請の手間やコストにより煩雑であった音源流通の手続きをサービスモデルで解消している
- 音源数 90 万点以上、顧客数 10 万人以上といった世界最大級の規模感を持つ
- 和楽器やアニメ・ゲーム関連など日本らしい音源も、海外から注目されている
- アマチュアやセミプロなど、幅広い音楽クリエイターの収益拡大に寄与
- 人気作品ランキングや地域ごとに活躍するクリエイターの表彰など、活躍やモチベーションを後押しする仕組みを構築
- 革新的な音楽コンテンツの流通市場を、クリエイターとユーザーとの価値共創によって生み出している

▲効果音など幅広い検索が可能

［サービスイノベーションの観点から］

音源流通の煩雑な手続きを解消するサービスモデルを設計し、クリエイターの活躍の場を拡大する価値共創の仕組みを構築している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲サービス提供の構図

［組織データ］

所在地	岡山県岡山市北区
従業員数	31 名
創立	2007 年
キーワード	情報サービス、音源流通
売上規模	非公開

▲あらゆるビジネス、業態における「音」の課題の解決を目指す

歯科業界の DX 自宅でできる歯科矯正サービス「Oh my teeth」

株式会社 Oh my teeth （東京都）

［概要］

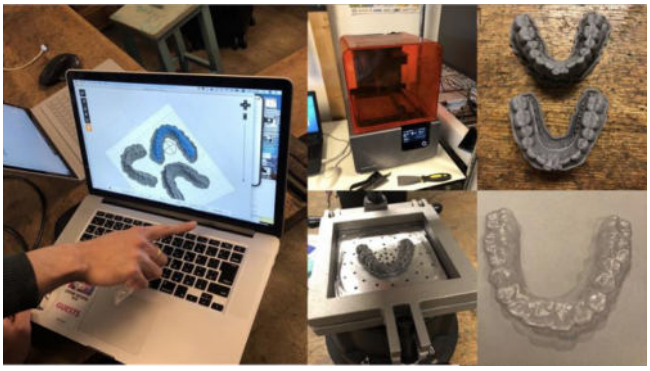
- 仕事や趣味で忙しい 20-30 代ビジネスパーソンでも自宅で簡便に歯並びが整えられる歯科矯正 D to C サービス
- 3D プリンターや AI による歯列画像解析、チャットボット、オンライン診療などを活用して、テクノロジーを融合した通わないマウスピース歯科矯正を提供している

*D to C　Direct to Cosumer の略。メーカーや問屋などの中間業者を介さずに、消費者に直接販売するビジネスモデル

▲利用開始のステップ
最低 1 回の通院で矯正がはじめられる

［特徴］

- 従来は 2～4 週間に一度の通院が必要であったが、定期的な通院を不要とする
- 期間や回数に関わらず費用は一律というわかりやすい料金設定
- 矯正専門歯科とパートナーを組みながら、マーケティング、マウスピース製造までを一貫して自社で行い、中間コストを大幅に削減。従来かかっていた矯正費用の約 3 分の 1 程度の価格帯での提供を実現している
- 従来は 3 割の顧客が途中で挫折していたが、継続率 97%という高い継続率を誇る
- LINE やオンライン診療を活用し、日々の矯正生活をサポートする
- オンライン診療を積極的に活用していることで、リモートでの診療という歯科医師の新たな働き方を生み出している



▲3D スキャンデータに基づいた高精度マウスピースを制作
（写真は商用化前の研究開発時のもの）

［サービスイノベーションの観点から］

ワイヤーを使用しないマウスピース矯正という歯科矯正に対する新たな価値提案をするサービスが増加していくなかで、低価格・通院少・高継続の 3 つを実現する価値共創の仕組みを創り込むことによって、サービスイノベーションを実現している

▲オンラインを活用して日々の矯正生活をサポートし、高い継続を実現

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	非公開
創立	2019 年
キーワード	医療サービス、オンライン、DX
売上規模	非公開

健康寿命延伸のための予防的健康習慣～女性だけの 30 分健康体操教室

2022 年度 JCSI フィットネスクラブ部門 1 位

株式会社カーブスジャパン（東京都）

［概要］

- 女性が気軽に筋力トレーニングを実施できる、女性専用のフィットネスサービス。30 分フィットネスを全国一律で提供。効果は科学的にも検証済
- フィットネスクラブに通った経験のない健康無関心層に向けてサービスを展開。「女性専用」「30 分」「家の近く」「コミュニティ」がキーワード
- 運動施設に通う煩わしさが軽減されるよう、生活動線上や住宅地に小規模な店舗を出店。広さは、コンビニエンスストア程度。全国 47 都道府県に 1,954 店舗、会員数は 78.7 万人（2022 年 11 月末時点）
- 2020 年 9 月より、自宅でできるオンラインサービス「おうちでカーブス」を開始。自宅での運動を習慣化し、身体活動量を増やす仕組みを提供している

［特徴］

- 運動の習慣化を通じた「健康寿命」の延伸を目指す
- これまでフィットネスクラブに通った経験がない健康無関心層（会員の 95%）の女性に標的顧客を設定
- 従来、女性が気軽に筋力トレーニングに取り組める場所がなかった日本において、女性専用のコンセプトで展開
- 来店目的を❶「運動をしにくる」、❷「お友達に会いに来る」、❸「コーチに会いに来る」の 3 つと定義。運動プログラムの提供に加えて、店舗でのコミュニティづくりを重視する
- 広告、クチコミ、紹介などを契機とした入会を起点とし、運動の習慣化（利用継続）に向けた会員とのコミュニケーションに注力している
- 顧客満足度の日次・月次管理、継続率、継続率と顧客紹介との関係性の有無や満足度との関係なども分析し、サービスを店舗レベルで改善できるように仕組み化。満足度が一定水準を下回った場合は、こまめな声掛けや、来店促進の電話などのアクションを取る
- 長年にわたり高い顧客満足度を獲得。サービス産業生産性協議会による JCSI（顧客満足度調査）フィットネスクラブ業種において、8 年連続 1 位を獲得（2015 年度～2022 年度）

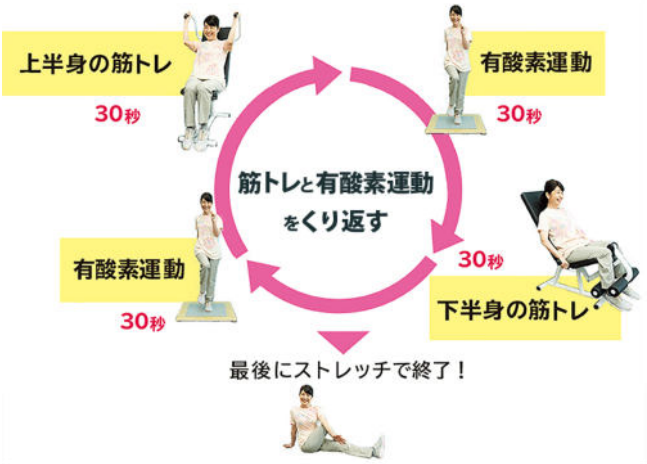
［サービスイノベーションの観点から］

フィットネスクラブに通ったことのない女性に標的顧客を限定。「通いやすい立地」「一律のプログラム」「会員同士のコミュニティ形成」で効用の絞り込みを行い、価値を研ぎ澄ますことで利用者の事前期待が強化されている。顧客満足度の評価を優れたサービスにつなげてサービスノベーションを実現している

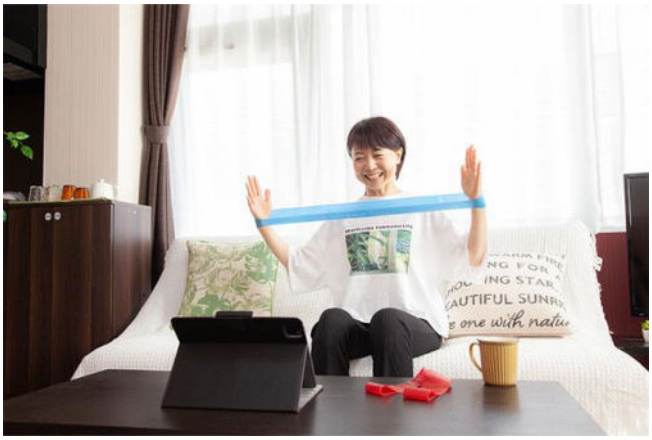
［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	294 名
創立	2005 年
キーワード	フィットネスクラブ、健康増進、顧客満足
売上規模	100～1,000 億円

▲利用イメージ



▲30 分での運動の流れ。筋力トレーニング、有酸素運動、柔軟運動で構成されている



▲コロナ渦の中、自宅でできる「おうちでカーブス」も提供
オンラインレッスン、コーチと 1 対 1 での運動指導、好きな時間に録画映像を見ながらの運動も可能

子ども服のシェアリングサービス 「キャリーオン」

株式会社カイタックファミリー（東京都）

［概要］

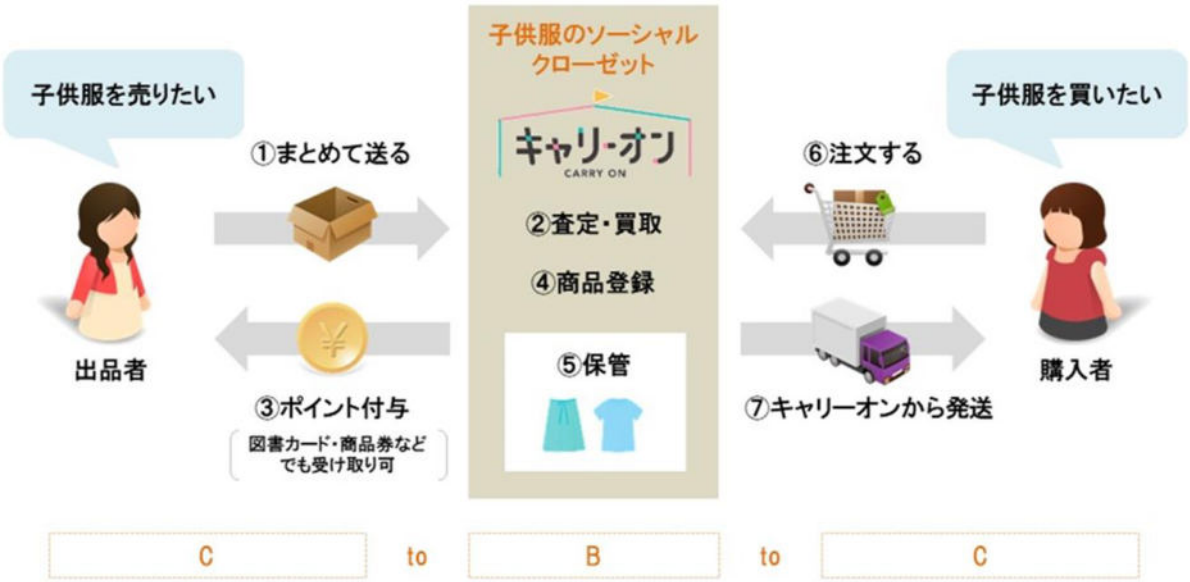
- サイズアウトした子ども服のシェアリングサービス
- まだ充分きれいな服がすぐにサイズアウトして新しいものが次々と必要になる子ども服ならではの悩みを解決する
- 他のフリマサイトと異なり、出品の際の服の写真撮影は不要
- 出品者は送られてくる発送用の袋や伝票を用いて、手間のかかる梱包作業なく、送料無料で発送
- 送られてきた服は検品のうえ、アイロンがけとラッピングをキャリーオンが行い、次の利用者に届けられる
- 出品者には査定額に応じたポイントが付与され、そのポイントで別の服を購入できる（電子マネーや現金での受け取りも可能）
- 購入者は、キャリーオンが仲介するため、出品者との直接の取引に比べてトラブルを回避しやすい。買取対象ブランドは限定されており、状態の良いハイブランドの服を安価で購入ができる

［特徴］

- これまでの 100 万点以上の買取実績をもとに、独自で構築した自動査定システム、撮影自動加工システム、単品管理システムを用いて、出品者の手間の簡便化と業務の効率化を実現
- 近年、一般的になってきたフリマサービスやネットオークションにおいて、利用開始の障害となる梱包や発送などの手間や、支払いなど取引に伴うトラブルへの懸念を解消する
- これまで家族や友人間など身近で行われることが多かった子ども服のシェアリングを拡大するサービス

［サービスイノベーションの観点から］

出品・梱包・発送の手間やトラブルへの懸念を軽減する仕組みを構築し、必要な点を見極めて使いやすいサービスを提供している。サイズアウトした子ども服のシェアリングサービスという革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲キャリーオンの仕組み

▲単品での梱包や購入者とのやり取りが不要で簡単に利用できる

［組織データ］

所在地	東京都目黒区
従業員数	450 名
創業	1963 年
キーワード	シェアリング、子ども服
売上規模	100～1,000 億円

日本初のデジタル療法　医師が処方するニコチン依存症向け治療用アプリ

株式会社ＣｕｒｅＡｐｐ（キュア・アップ）　（東京都）

［概要］

- ニコチン依存症の治療を目的としたアプリ。下記 3 つで構成される
  <1> CO チェッカー
  <2> 患者向けアプリ
  <3> 医師向けアプリ
- 日本で初めて保険適用された治療用アプリ・デジタル療法
- 患者向けアプリは医師の診断により処方される。保険適用され、患者の自己負担額は 7,620 円(半年)程度。常に患者の側にあるスマートフォンの特性を活かして、従来介入が難しかった在宅や勤務中の「治療空白」期間に対してもアプリを通して状況を把握し、介入できる。禁煙継続率の向上に貢献する
- アプリのほか、禁煙外来では必須の呼気中の一酸化炭素(CO)の濃度を測定する機器を IoT デバイスとして小型化(CO チェッカー)。測定データは医師に共有される。データをもとに医師は効果的な治療やアドバイスを行う

［特徴］

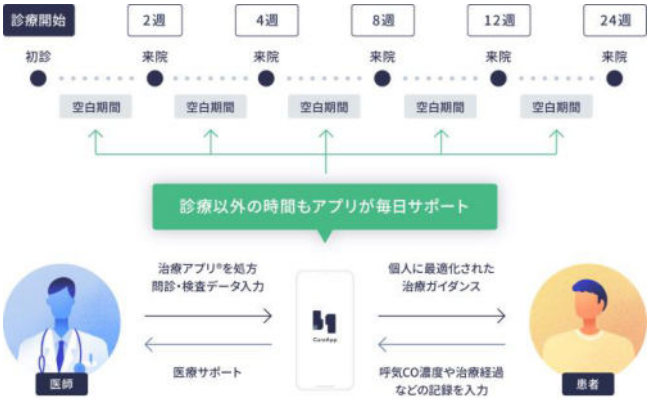
- 従来からの薬理的な治療法、外科的な治療法に続く第3の治療法。禁煙治療開始 1 年後に7割以上が再喫煙してしまうというこれまでの状況の改善に貢献する
- 従来の治療では課題の多かったニコチンへの心理的依存に対して、個々の患者の治療状況や体調などに合わせた「行動療法」を提示
- アプリ活用により医師と患者の相互のコミュニケーションがとれ、診療の質を向上させるとともに禁煙のモチベーションを維持する
- 患者へ禁煙の知識やテクニックなど、これまでの対面治療では伝えきれなかった教育動画やコンテンツを提供する
- さらに、2022 年 9 月には、国民病ともいわれ患者数が多い高血圧症向け治療用アプリについても保険適用にて医療機関で処方開始。デジタル治療の普及を推進している

［サービスイノベーションの観点から］

呼気中の一酸化炭素濃度を毎日測定するなど患者が入力した蓄積データを医師が把握し、効果的な医療サービスが提供できる禁煙行動療法の価値提案を行って、サービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都中央区
従業員数	205 名
創業	2014 年
キーワード	情報サービス(治療アプリ)、プログラム医療、モバイルヘルス関連サービス
売上規模	1～10 億円



▲アプリ利用の流れ

▲CO チェッカーとアプリの画面例

▲患者向けアプリの機能の例。場所を選ばず呼気一酸化炭素濃度の測定が可能なため患者自身が客観的指標として禁煙の状況を確認できるだけでなく、医師にもデータ共有される

京黒紋付染によるデザイン性の高いアップサイクルで廃棄衣類の削減

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

株式会社京都紋付 （京都府）

［概要］

- 消費者が持つ汚れた衣類や、アパレルなどの不良在庫を、ホームページを通じて受注し、黒紋付の伝統技法を活かした「黒染め」によりアップサイクルするサービスを展開する
- 黒をより黒くする独自の黒染め「深黒（しんくろ）加工」が特徴
- アフィリエイトスキームにより多くの代理店経由で注文できるほか、最初から再生する事を想定したデザインの洋服をアパレルメーカーとコラボして販売するなど、黒染めによる衣類再生を推進している

▲加工前後の比較

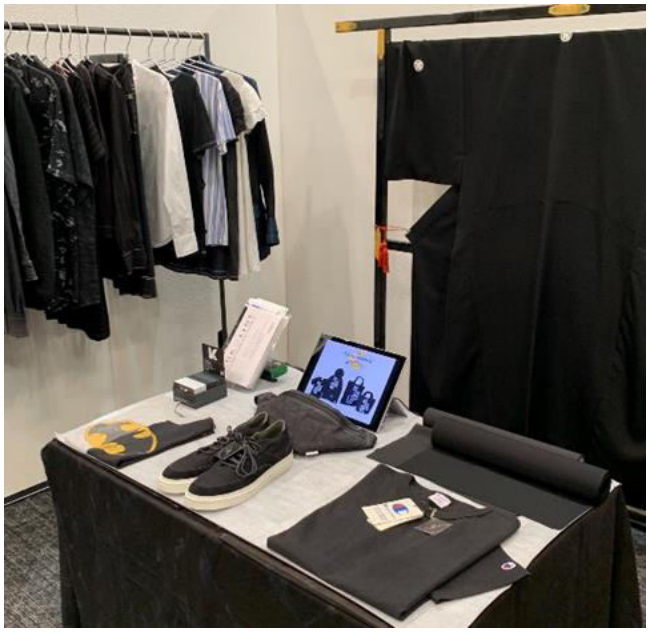
［特徴］

- 着物業界の衰退で危機的状況にある黒紋付の染めの技法を、衣料再生に活かしアップサイクルするという斬新な発想で、伝統技法を活かす付加価値型リサイクルという価値提案を行っている
- 取次代理店も利益を得られるネット完結の仕組みを構築。協業企業の HP に京都紋付の HP へのリンクを埋め込み、専用の URL、バナー、QR コードなどで受注状況の管理も容易にし、スピーディーに販路拡大を図っている
- 伝統産業の京黒紋付染を後世に継承するとともに、黒染技術を用いて衣類の染め替えを通じて廃棄処分をなくすという、SDGs にも大いに貢献する取り組みである。同様の危機にさらされる伝統産業の再興の参考になりうる

▲ムラのある黒染め加工も可能

［サービスイノベーションの観点から］

伝統技術の黒紋付の深黒加工技術を衣料再生に活かしデザイン性の高いアップサイクルを進めるという革新的で優れた価値提案を行い、多様な価値共創の仕組みの創り込みを行ってサービスイノベーションを実現している。伝統技術の生き残りを追求するとともに、SDGs への貢献にも意欲を示している



▲黒染めした多様な商品

［組織データ］

所在地	京都府京都市中京区
従業員数	6 名
創立	1969 年
キーワード	製造（染色加工）、アップサイクル、伝統産業
売上規模	1～10 億円

働く人のココロとカラダの健康をサポートする健康経営支援サービス「KIRIN naturals」

キリンビバレッジ株式会社（東京都）

［概要］

- 健康経営 * の施策立案から効果検証まで、企業が抱える悩みを解決する健康経営トータル支援サービス
- 健康的な飲食品の提供から健康動画、セミナー、サーベイ、コンサルティングまでワンストップで提供している
- 従業員向けの健康施策プラットフォーム「ウェルネスストア」と、従業員の健康的な食習慣をサポートする「ウェルネススタンド」の 2 つのサービスを提供
- 「ウェルネスストア」は、健康経営のコンテンツ提供から施策の実行、分析、改善提案まで行い、健康経営を支援する
- 「ウェルネススタンド」は、飲料や食品がおかれている冷蔵ショーケースによる置き型サービス。1 日の不足分の野菜が補えるスムージーをはじめ、様々な健康に関する商品がオフィスで手軽に利用可能

*健康経営　従業員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践すること

▲「ウェルネススタンド」の設置例

［特徴］

- 健康経営は比較的新しい取り組みゆえ統合されたサービス提供者が少ない状況の中で、企業担当者および従業員のインサイトを捉え、健康経営施策をワンストップで推進することができる統合型サービスを提供している
- 本業の清涼飲料では膨大なリサーチの上に完成形を市場に投入するのに対して、社内テスト、顧客内テスト、一都三県テストと段階的に市場導入しながら、導入企業のフィードバックを受け、アジャイル型で一貫した顧客視点による企画・開発を進行

▲健康経営を推進する企業とその従業員に対し商品・サービス提供を図る、B2B2E*のビジネスモデル

*E は Employee

［サービスイノベーションの観点から］

事業組織が、テストや市場投入を通して、顧客からの価値発信を的確に把握して新たなサービススキームを、アジャイル型で開発している。この新たなサービススキームを適切に評価して、知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している

▲様々な健康コンテンツと健康経営施策のマーケテイング支援を一括提供

［組織データ］

所在地	東京都中野区
従業員数	3,568 名　(2021 年 12 月末現在、連結)
創業	1963 年
キーワード	製造(清涼飲料)、健康経営、ヘルスケア
売上規模	1,000 億～1 兆円

マーケティング・営業支援ツール「Cloud CIRCUS(クラウドサーカス)」

クラウドサーカス株式会社　(東京都)

［概要］

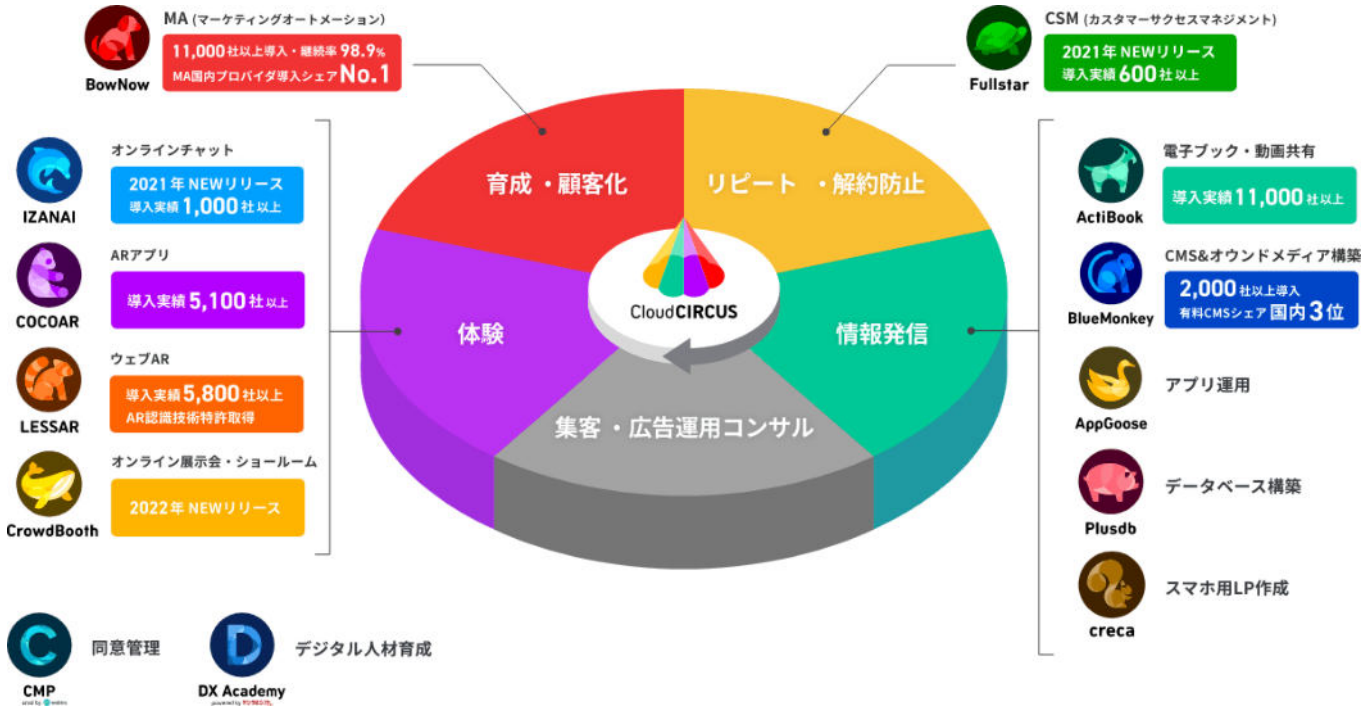
- 全 11 種類のマーケティングツールを、企業の課題に応じて自由に組み合わせて利用できるプラットフォームサービス。11 種類のツールを活用したクロスセルを通じたより効果的なマーケッティングの実行を支援する
- 「誰もが使いこなせる」をコンセプトに、IT の専門家やマーケターがいない企業でも取り組めるようシンプルで使いやすい設計を構築
- ID の発効後、Web 画面上ですぐに使用開始できる
- 中小企業を中心に導入されている

［特徴］

- 発行した ID ひとつで、アプリストアのようなプラットフォームから様々なツールを利用できる
- AR(拡張現実)、マーケティングオートメーション、Web サイトの運用ツール、電子ドキュメント作成ツール、チャットボットなどがあり、プロダクト間の連携も簡単
- デジタルマーケティングにリソースやコスト面から躊躇している企業に対して、「まず使ってみる」意識を促し、取り組むきっかけを与える。無料プランからの使用も可能
- 導入後、有料顧客には技術サポート部門とカスタマーサクセス部門が活用を支援
- 利用状況のデータ分析と、最も顧客と接点があるカスタマーサクセス部門や技術サポート部門の声をもとに改善や開発を継続しているところが強みになっている
- 導入後のサポートを充実させ、「シンプル」「使いこなせるまでサポート」をコンセプトとしている。技術サポートと活用サポート(カスタマーサクセス)を提供

［サービスイノベーションの観点から］

顧客である中小企業の課題を日々集めながら、その要望に基づいたサービスを企画し、自社のエンジニアが改善・開発を続けて、サービスを進化させている。持続的に革新を生み出す仕組みを適切に創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲提供するツールの一覧

［組織データ］

所在地	東京都新宿区
従業員数	233 名　(2021 年 7 月現在)
創業	2009 年
キーワード	Web サイト制作、マーケティングツール開発・販売、コンサルティング
売上規模	10～100 億円

食事体験から漁業まで 技術活用による持続型スマート回転寿司サービス

第 4 回日本サービス大賞 農林水産大臣賞 受賞

くら寿司株式会社（大阪府）

［概要］

- IT などの技術活用により便利・快適・安心で、予約から退店まで従業員と接することなく食事ができる「スマートくら寿司」を提供
- データ活用によるフードロス削減や店舗作業の効率化も実現したオペレーションを設計
- 漁業支援や海洋資源保全などのサプライチェーンも構築し、川上の水産業から川下の飲食店まで多様なステークホルダーに付加価値を再配分して、持続性を高める価値共創を実践している

［特徴］

- 入店時の自動受付案内・抗菌寿司カバー・スマホからの注文・AI を活用した自動精算といった技術を駆使し、予約から退店までの非接触オペレーション「スマートくら寿司」を約 500 店舗で展開
- 日本初のオーガニックフィッシュを独自生産するために新会社「KURA おさかなファーム」を設立。漁業権も取得し、水産業に本格参入。海洋で AI や IoT 技術を投入した「スマート養殖」で漁業・養殖業の人手不足・労務改善に貢献。日本初の「オーガニックはまち」などの高品質で安全な魚の供給とコスト管理を実現
- 「一船買い」「さかな 100%プロジェクト」「天然魚 魚育（うおいく）プロジェクト」など、海洋資源に関わる社会課題に果敢に取り組み、地域社会と一体となった持続可能な生販循環システムを構築

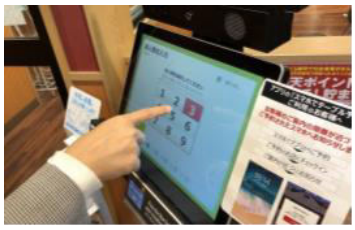
［サービスイノベーションの観点から］

新型コロナ危機の発生を受けていち早く「スマートくら寿司」の価値提案を行い、非接触のサービスにつとめている。さらに、生産から販売まで一気通貫のサプライチェーンを志向し、多様なステークホルダーとの価値共創に貢献するための投資を実践。顧客や従業員、地域・社会との価値共創を重視するイノベーション志向の経営を定着させている

［組織データ］

所在地	大阪府堺市中区
従業員数	正社員 2,185 名（パートアルバイト 41,339 名）
創業	1977 年
キーワード	飲食（回転寿司）、DX、FishTech
売上規模	1,000 億～1 兆円

▲サービスイメージ



◀コンタクトレス
セルフ方式で入店案内

◀コンタクトレス
座席間の背もたれの高さを確保

◀タッチレス
スマホで注文可能

◀タッチレス
触れずに開閉できる「抗菌寿司カバー」

◀コンタクトレス
レーン上部に設置のカメラで、取られたお皿を自動カウント

▲「スマートくら寿司」の主な構成要素

日本発グローバル 真面目に働く人のための「金融包摂型」FinTech サービス

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

Global Mobility Service 株式会社 （東京都）

［概要］

- 世界で金融にアクセスできない貧困層・低所得層の人々が、金融サービスを受けて自動車などのモビリティを用いた仕事に就き、収入を向上させることで貧困から抜け出すこと、生活を豊かにすることを支援する
- 独自のエンジンの遠隔起動制御技術と仕組みによってドライバーの働きぶりを可視化し、支払いが滞った場合に自動車などのエンジンの起動制御で支払いを促進する仕組みを創出
- ローンやリースを活用して「真面目に働く人が正しく評価される仕組み」を国情やモビリティの特性に合わせて構築している

▲サービスイメージ

［特徴］

- サービスの利便性を高めるような従来の FinTech ではなく、社会的な信用度は低いが就業意欲のある人に自動車ローンやリースの機会を新たに創出する「金融包摂」を実現
- 自動車などのモビリティのエンジンの遠隔起動制御技術と、モビリティの稼働データを取得・可視化できる仕組みを構築することで、「真面目に働く人が評価される仕組み」で、信用を創造することができる
- 金融と情報技術を組み合わせた、いわゆる FinTech におけるイノベーションにより、社会的意義の高い革新的な提案を実現している
- 国ごとに異なる貧困層、低所得層の人々の生活状況の実態を十分に踏まえて、様々なサポートを地域ごとに手がけ、利用・返済に関わるリスクを低減
- 問題が顕在化した海外で同社が先行・確立した BOP（Base of the Pyramid）* サービスであり、2019 年からは日本での展開も本格化させている

*Base of the Pyramid　世界の中で、所得が最も低いが、人口では多数を占める層

▲同社のビジネスモデル

［サービスイノベーションの観点から］

従来、自動車ローンやリースを使うことのできなかった貧困層に対して、独自の IoT 技術を用いて、真面目に働いて返済を続けることで信用を高められる仕組みを提供。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している。また、フィリピンにて先行導入した知見・スキルを蓄積し、カンボジアや日本の環境に適用することで発展的に知識・スキルを体系化しつつある

▲独自の IoT デバイス MCCS（Mobility-Cloud Connecting System）

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	224 名
創立	2013 年
キーワード	FinTech、モビリティ、BOP
売上規模	1～10 億円

都市連動型メタバースによる新しい体験価値創出と社会課題解決

ＫＤＤＩ株式会社（東京都）

［概要］

- 日本初の自治体公認のバーチャル空間。スマートフォンアプリ、PC、VR 機器などから自分の分身となるアバターを使い、渋谷の街を模した空間に無料でアクセスできる
- アバターによるトークショーやライブ、パブリックビューイングなどのバーチャルイベントを体験できるほか、ミニゲームやモノの購入も可能
- 「デジタル上のもうひとつの渋谷」として、街歩き、イベント、買い物も仮想空間で楽しめるサービスを提供している
- 日本国内だけでなく、世界中からもアクセスがあり、年齢層は 10 代～60 代以上まで幅広い実績を有する

［特徴］

- 元々は AR（拡張現実）・MR（複合現実）の技術を中心として、リアルの渋谷でのプロジェクトを推進していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、渋谷に訪れることで体験できるようにしていたコンテンツを全てオンラインで体験できるように大幅に修正
- 東京の賑わいや盛り上がりを象徴する創造文化都市である渋谷のブランド価値が、コロナ禍で弱まる事態を危惧し、当初から想定していた「デジタル上のもうひとつの渋谷」という計画を大幅に前倒しし、開発に着手
- 自治体公認の都市連動型メタバースという新しいサービスを実現し、経験を活かしてガイドライン作成にも取り組む
- リアルとバーチャルが融合する都市の在り方のロールモデルとなることが期待される
- オープンイノベーションによる日本発のデジタルプラットフォームとして、国内の横展開だけでなく、グローバル展開も視野に入れている

［サービスイノベーションの観点から］

最先端の情報通信技術を活用した革新的な価値提案。それを官民を巻き込む巧妙な企画・設計・プロモーションで認知度・期待度を高め、顧客参画を促し、新たな付加価値創出・配分の場をつくりあげた。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲バーチャル空間の例

▲技術的には様々なレイヤーを組み合わせることでバーチャル空間内の大規模イベントを実現

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	48,829 名 （2022 年 3 月末、連結）
創業	1984 年
キーワード	情報サービス、まちづくり、メタバース
売上規模	1 兆円以上

コロナ禍で変わる働き方を支える「ビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）」サービス

コクヨアンドパートナーズ株式会社（東京都）

［概要］

- 総務全般の業務支援を行う「ビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）」サービスを 2004 年から開始
- サービス窓口である「ビジネスコンシェルジュ」が、顧客からの多様な依頼や問い合わせに対応する。効率性と創造性の向上をワンストップで支援する
- コロナ禍により生じた働き方の変化（テレワーク・在宅勤務の拡大、オフィスの縮小、オンラインの活用など）に対応した新たなサービスを迅速に開発し、展開している
- ワーカーの効率性と創造性の向上、さらにコロナ禍の中で課題となったコミュニケーションの活性化を支援する

［特徴］

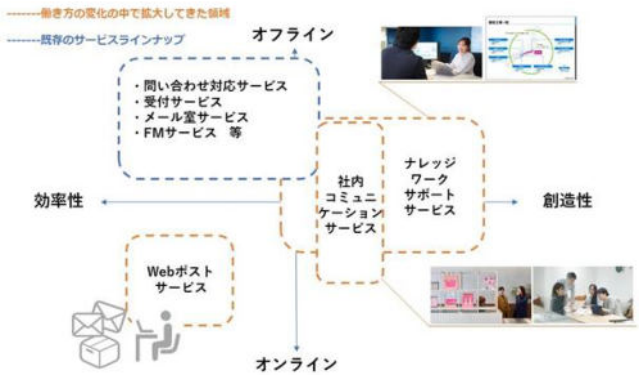
- コロナ禍により生じた新しい働き方へのニーズに対応したサービスを迅速に開発。下記複数の新たなサービスを提供している
  ❶遠隔で、郵便物を確認できる「Web ポスト」
  ❷資料作成・共有を支援する「ナレッジワークサポート」
  ❸希薄化する社員同士の交流を支援する「社内コミュニケーション活性化サポート」
- コロナ禍が始まる中、「サービス変革プロジェクト」を即座に立ち上げ、下記に取り組む
  - ✓ 約 80 社の顧客先に常駐するコンシェルジュが、サービスの利用者から困りごとをお聞きする。合わせて、サービス全般を管掌するサービスマネージャーが自社内にある類似・既存の課題を収集する
  - ✓ 収集した情報をもとに新サービスを立案。既存顧客に対して課題認識やサービス内容について再度ヒアリング。それを繰り返し、リリースまでサービス内容を磨き上げる
  - ✓ 従前から培ってきた社員の全社視点と当事者意識、情報共有の仕組みを活用し、新しいサービスの迅速な立ち上げに結び付ける

［サービスイノベーションの観点から］

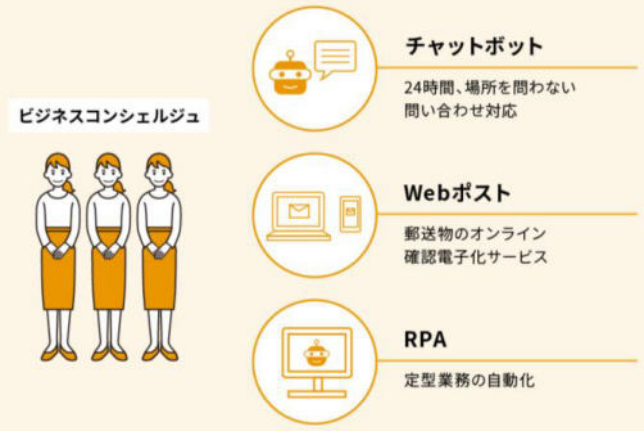
顧客接点（ビジネスコンシェルジュ）が収集した現場情報を起点とし、コロナ禍により大きく変化した働き方に合わせたサービスを迅速に開発している。顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを適切に事業組織に伝達してサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

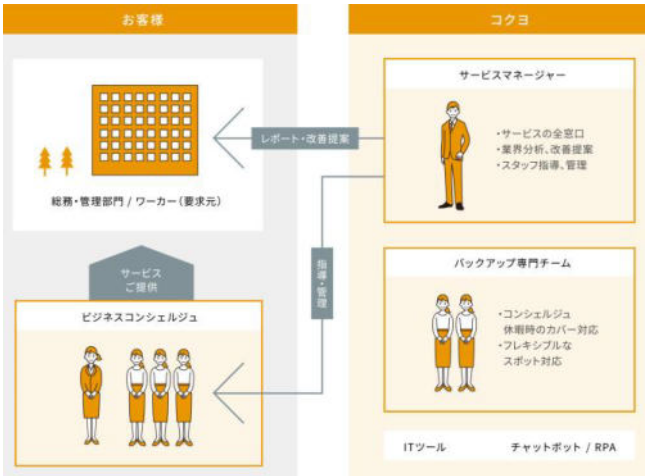
所在地	東京都千代田区
従業員数	489 名
設立	2016 年
キーワード	ビジネス支援サービス、オフィス計画、働き方
売上規模	10～100 億円



▲サービスラインナップの領域図
コロナ禍による新たな働き方に対応し、オンライン、創造性の分野での新しいサービスの提供を開発する



▲働き方の変化に合わせて IT を活用



▲提供体制。バックアップチームも組織化するなど、ビジネスコンシェルジュのサポートも充実させている

地域と繋がるバスツアーの楽しさをご自宅で　オンラインバスツアー

第 4 回日本サービス大賞　地方創生大臣賞　受賞

琴平バス株式会社　（香川県）

［概要］

- コロナ禍でも開催可能な 15 人限定 90 分間で特産品代金を含め約 5,000 円の地元密着型オンラインバスツアー
- 利用者アンケートで最大の満足要因が「現地ガイドとの交流」と回答されるほど、参加者とのインタラクティブなコミュニケーションを旅先の現地案内役が実践している
- 非対面型ながらライブ感・シズル感を演出。観光地全体で取り組むことで、新型コロナ危機初期の 2020 年 5 月という先行き不透明な時期に先駆的なオンライン観光の事業化に成功した

［特徴］

- オンラインバスツアーの先駆け。2020 年 5 月の緊急事態宣言直後にオンラインバスツアーを全国で初めて事業化
- 紙製シートベルト（模擬）を装着した顧客が、事前に送付された食べ物や飲み物などの名産品を喫食しつつ、実際に車窓から見る景観と同じ映像を眺め、観光目的地では地元案内人による名所解説をライブで視聴。非対面ながらライブ感を演出している
- 参加人数の制限や、クイズや顧客の自己紹介タイムなどで琴平バスと顧客、観光地の方々と顧客、顧客同士がつながる仕掛けを画面上で演出
- ツアー開催後には交流会として 30 分の時間を設け、参加者一人ひとりから直接感想をもらってサービス改善に繋げている
- サービス開始後 1 年間で 450 回、約 8,000 人が参加するまでに成長した
- 新型コロナ危機の影響で観光業の収益が低迷するなか、地域密着型のバス会社が先駆的にオンラインバスツアーに取り組んだことで、打開策を模索する全国の観光事業者に新規事業の可能性を示すことができ、地方創生・地域活性化に貢献

［サービスイノベーションの観点から］

新型コロナ危機の不安感・不透明感が増す中、前例のないオンラインバスツアーに地方密着型のバス会社が取り組み、在宅時間が長い消費者に新たな観光体験を提供した。革新的で優れた価値提案を行い、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	香川県仲多度郡琴平町
従業員数	100 名
創立	1956 年
キーワード	バス事業、オンライン、バリアフリー
売上規模	10～100 億円

▲オンラインバスツアーの模様

▲案内チラシ

▲手作り感溢れるツアーグッズ。申込後、送られてくる

「明るく・楽しく・お洒落な」自動車教習所をコンセプトに、誰もが快適に教習を受けられる環境へ

株式会社コヤマドライビングスクール　（東京都）

［概要］

- 東京・神奈川に 5 つのスクールを持つ指定自動車教習所
- 日本初、英語で運転免許が取得できるコースを開設。全て英語の教材を使用し、学科、技能の試験も英語で実施
- 聴覚障がい、肢体障がい、発達障がいなどの方の新規免許取得、高次脳機能障がいなどの方の運転再開評価など、様々な顧客に向けた教習を展開
- 「マナーの良いドライバーを育てるには、マナーの良い指導員が必要」という考えのもと、自動車学校マナー推進協議会が実施する研修・検定を受講し、実践に努めている
- 手話ライブや地域感謝祭、フリーペーパーの発刊など、地域や関連団体と連携しながら業界イメージの刷新に貢献する

▲校舎外観（二子玉川校）。従来の自動車教習所とは異なる明るい雰囲気を醸成する

［特徴］

- 1977 年に業界初の CI（ブランドイメージ戦略）を取り入れ、「クライ・コワイ・ダサイ」に集約されていた業界イメージを覆すべく、「明るく・楽しく・お洒落な」自動車教習所をコンセプトに校舎や教習車、送迎バス、ユニフォーム、看板、広告宣伝ツールを始め、帳票類からサイン物、ノベルティの他、イベントやキャンペーン、館内放送、チャイムに至るまで、発信される全ての情報のイメージを一新し統一した
- 20 にのぼり希望者全員が参加する社内委員会や、社員が匿名で社長に直接提案できる提案箱の設置など、全社員が経営に参加できる体制を構築し、ボトムアップによる組織づくりを推進
- 英語教習や各種障がい者向け研修を実現するため、様々な勉強会を通して社員のスキルアップを図る
- 障がい者向けの教習は時間もコストもかかるため、実施する教習所が少ない中で、「どこかの教習所がやらなければならない」社会的な責任を感じ、実践
- 価格競争が常態化する業界において、社員の育成、地域への貢献、平等な社会を目指すノーマライゼーション研修など、質の良いサービスを提供し、他社との差別化を図る

▲多様な顧客向けのコースを用意する

［サービスイノベーションの観点から］

「クライ・コワイ・ダサい」という業界イメージを「明るく・楽しく・お洒落な」自動車教習所に転換するべく、全社員経営参加や、母国語や障がいに関係なく受講できるノーマライゼーション教習、地域貢献などの価値共創経営を追求している。顧客はもちろん従業員や社会との価値共創を重視することによってイノベーション志向の経営を定着させている

▲年に一度、聴覚に障がいのある人もない人も楽しめる「チャリティー手話ライブコンサート」を実施

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	595 名　（2022 年 1 月現在）
創業	1957 年
キーワード	自動車教習所、委員会活動、ノーマライゼーション
売上規模	10～100 億円

「雇用」ではない新しい人材活用手法「プロシェアリング」

株式会社サーキュレーション　（東京都）

［概要］

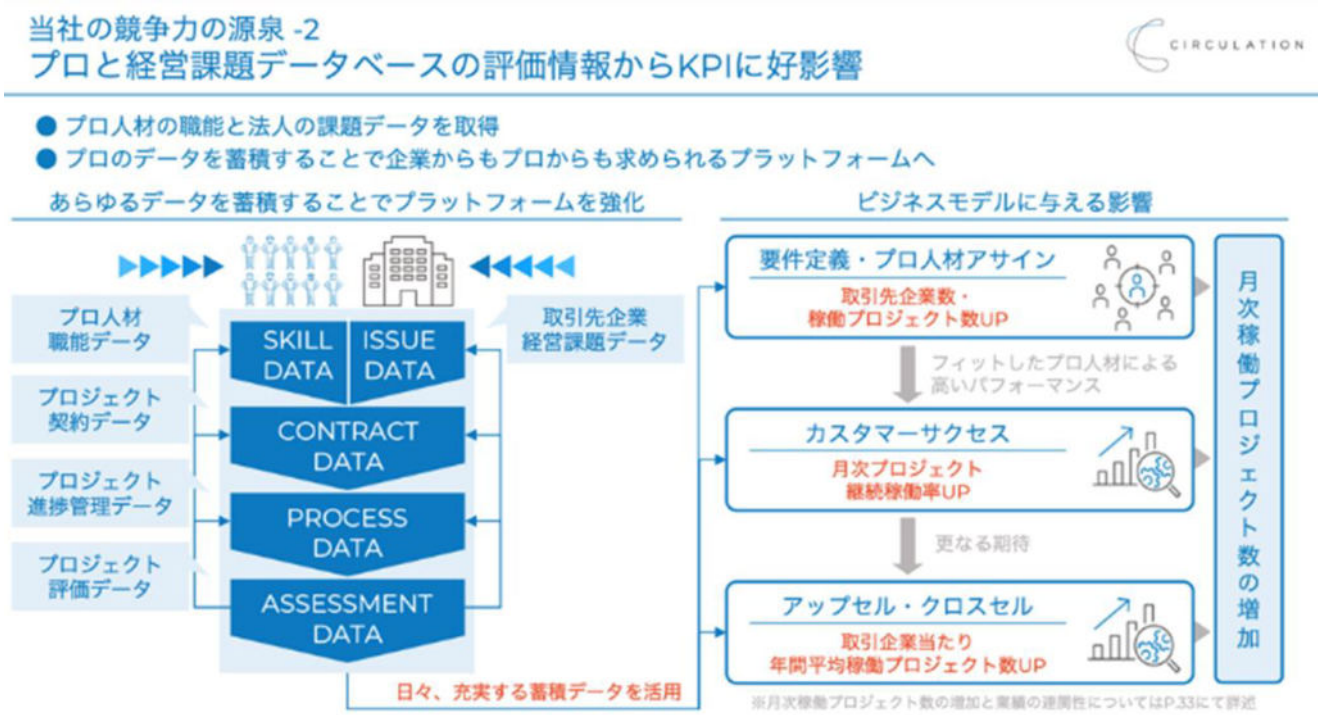
- プロ人材のシェアリングを通した経営課題解決支援サービス。主に、中小・ベンチャー企業の経営者、大企業の経営者・役員層向けに展開
- 企業は専門性の高いプロ人材を、雇用ではなくプロジェクト単位で必要な期間のみ活用できる
- 様々な分野の 20,000 名以上のプロ人材の経験・知見と、12,000 件以上のプロジェクト実績に基づくデータベースを有する(2022 年 10 月末時点)
- 外部プロ人材活用に精通した担当コンサルタントが、顧客企業に最適なプロ人材を選出し、改題解決プロジェクトチームを組成し、企業へ提案。受注後は、カスタマーサクセスチームが伴走してプロジェクトを進める

［特徴］

- これまで手掛けたプロジェクトの成否やその要因を様々な観点から分析し、独自のデータベースを構築。プロジェクトの成功確度を高める源泉として使用している
- 会社に雇用されることを前提とせず、自身の高い専門性を活かして外部プロ人材として活躍している、転職市場に出てこない人材を活用できる
- 人材紹介やヘッドハンティングで人材を雇用するよりも低い初期費用でプロ人材を活用可能。スポットで人材を入れ替えられるため、変わりゆく経営課題に合わせた柔軟な活用が可能
- 外部委託するとノウハウは社内に蓄積されないが、プロ人材が社内の人材と実働型でチームを組んでプロジェクトを推進することでノウハウが社内に蓄積され、人材の成長にも繋がる

［サービスイノベーションの観点から］

実施プロジェクトのデータを体系的に蓄積し、そのデータベースを元に、企業ニーズにマッチしたプロ人材を、プロジェクト単位でアサインし、カスタマーサクセスチームが伴走して課題解決支援サービスを提供している。新たなサービスコンセプトを適切に評価して、プロと経営課題データベースとして知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している



▲プロ人材のデータ蓄積を基盤としたサービス提供の仕組み

［組織データ］

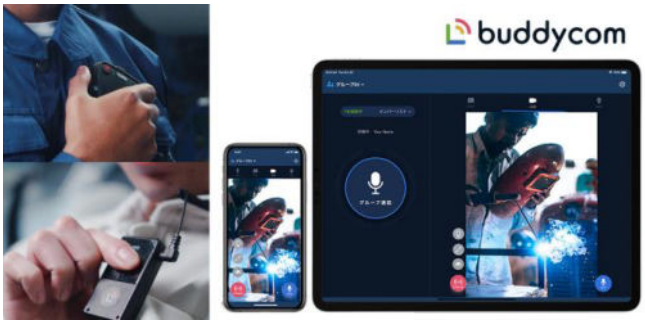
所在地	東京都渋谷区
従業員数	240 名　(2022 年 10 月末現在)
創業	2014 年
キーワード	コンサルティング、専門人材派遣、プラットフォーム
売上規模	10～100 億円

デスクレスワーカーをつなげるコミュニケーションアプリ「Buddycom（バディコム）」

株式会社サイエンスアーツ （東京都）

［概要］

- デスクレスワーカー（机の前に座らずに現場の最前線でのオペレーション従事者）をつなげるライブコミュニケーションアプリ。主として、交通インフラ、大型店舗、介護施設、生産工場などの現場で利用されている
- デジタル技術を活用し、音声に加え、写真、映像、テキスト、位置情報などでコミュニケーションできる環境を提供
- 音声などの情報を、同一グループ内のメンバーの端末に一斉配信。通話人数は無制限。スマホ、タブレット、PC にインストールすればすぐに使用できる



▲工場や店舗、交通インフラなどの現場で活用されている

［特徴］

- 24 時間 365 日の稼働が求められる現場を支えるサービス。刻々と状況が変わる現場において、ボタン一つで円滑なコミュニケーションを可能とする
- トランシーバーの電波が届かない距離でも、ネット環境があれば世界中どこでもグループ通信が可能。周波数の切り替えもなく、グループ切り替えや個別通話も簡単にできる
- 社員の約 40%がエンジニアであり、外注は行わず自前で開発を行える技術力が強み
- 開発力を活かしてチャット・テキストの読み上げ、音声のテキスト化、トランシーバー翻訳、Livecast（映像配信）、ハンズフリーVOX 機能 *、Face to Talk、かんたんログインなど顧客からの要望に応じて多彩な機能を順次追加
- 世界中の 4 つの地域にサーバーを設置することで、災害時にも途切れない体制構築と、多様なセキュリティ機能を備える
- Bluetooth イヤホンマイク、グローブの上からでもボタン操作できる堅牢なスピーカーマイク、ライブ映像を配信できるウェアラブルカメラなど、多様な周辺機器を用意。手がふさがっていても話せるなど、より簡便な利用環境を提案

▲多言語対応。外国人労働者とのコミュニケーションも円滑化

▲音声記録は自動保存

［サービスイノベーションの観点から］

エッセンシャルワーカーを標的顧客と定め、自社の開発部隊が顧客の状況に応じて次々に改良を重ねていき、顧客が使いやすいサービスを作り上げている。継続的なサービス改良を通じて、持続的に革新を生み出す仕組みを適切に創り込んでサービスイノベーションを実現している

*VOX（Voice Operated eXchange）　音声を感知すると自動で送信状態になる機能。音声を感知しなくなると自動で送信スイッチがOFFになる

［組織データ］

所在地	東京都新宿区
従業員数	32 名　（2022 年 11 月末現在）
創立	2003 年
キーワード	情報サービス、ライブコミュニケーション
売上規模	1～10 億円

サプライヤーとバイヤーをつなぐ 「シイレル」

株式会社サイネックス（大阪府）

［概要］

- 地方の食品や特産品を扱う事業者(サプライヤー)と、新商品の仕入先を探すバイヤーをつなぐマーケットプレイス型の会員制 B to B 仕入れサイト
- サプライヤー、バイヤー双方ともに初回登録費や月額固定費は不要
- サプライヤーは、サービスを活用することで、これまで Web 管理などの経験がなくとも EC 市場への参入が容易になる
- バイヤーは、会員登録完了後、シイレルに出品されている 3,000 を超える商品の取り扱いが可能となる。小ロット(ほとんどの商品は 1 品から)の仕入れができ、サプライヤーから直接発送が可能なため在庫リスクを低減できる
- 自社でネット販売の展開や全国のバイヤーへの販路拡大が困難な地方のサプライヤーと、他では見ない商品をリスクなく扱いたいバイヤー双方の悩みを解決するサービス

［特徴］

- 「シンプルに使いやすく」を念頭に、サプライヤー、バイヤー双方に使いやすい UI を開発
- サプライヤーとバイヤーの直接取引ではなく、シイレルが間に入る。ネットプロダテクションズ社の「NP 掛け払い」という決済サービスを導入。未回収リスクを回避する
- サプライヤーは、バイヤーからの注文に対して、自動承認と手動承認を選択できる。自動であれば販路の自動拡大、手動であればバイヤーを選択しながら取引が可能
- 未だネット環境が整っていなかったり、不慣れだったりする地方の企業に向けて、FAX での発注にも対応。商品登録サポートや問い合わせ対応も代行する
- 創業以来培ってきた地方とのつながりや元々展開していた B to C の EC サイト「わが街とくさんネット」で蓄積したノウハウを活用して 2021 年 11 月にサービス開始

［サービスイノベーションの観点から］

販路を拡大したいサプライヤー、良質の新商品を取り扱いたいバイヤー双方の期待をかなえるプラットフォームを提供している。革新的で優れた価値提案を行うと共に、価値共創の仕組みの創り込みを適切に行うことによってサービスイノベーションを実現している

▲シイレルの仕組み

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市天王寺区
従業員数	745 名
創業	1953 年
キーワード	広告・出版・情報メディア、BtoB マーケットプレイス
売上規模	1～10 億円

人と事業の縁結び、地域特化型 Web メディアサービス 「ツグナラ」

株式会社サクシード （栃木県）

［概要］

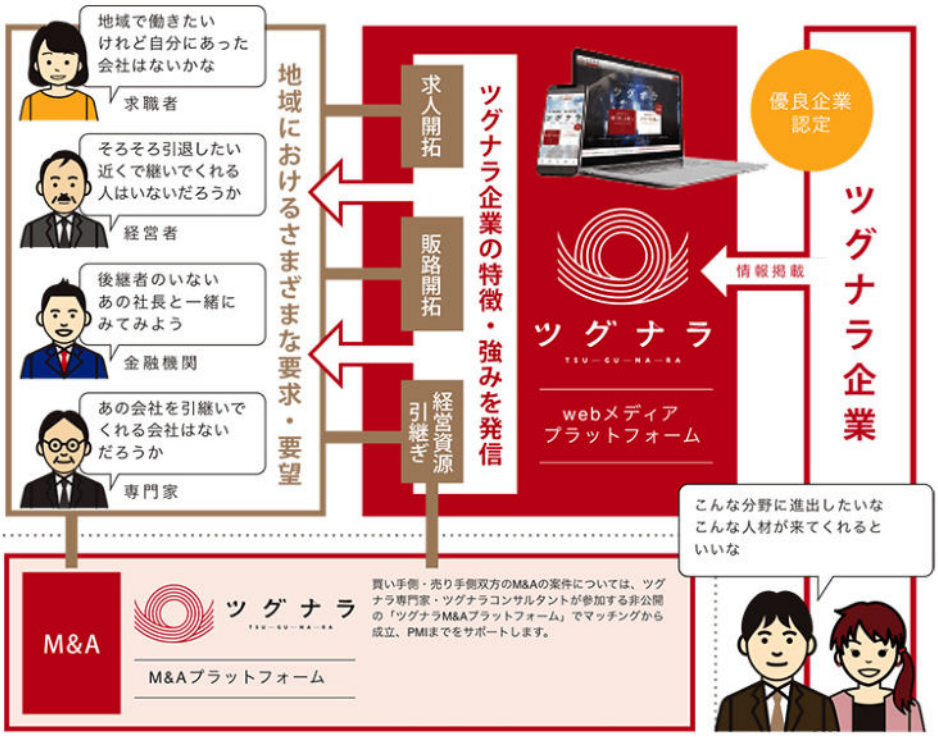
- 地域特化型の事業承継支援サービス
- Web メディアプラットフォームと M&A プラットフォームの 2 つの機能で事業承継を支援する
- メディアを通して、企業理念に共感を得た地域金融機関・専門家と提携・連携し、経営資源引継ぎ・第三者承継・ビジネスマッチングの支援を行う

［特徴］

- 地域企業の 85%が小規模企業であり、その多くが後継者不足に直面しているとされる状況に対し、地域企業に適した M&A サービスを提供する
- 独自基準で厳選した地域の優良企業を「ツグナラ企業」、地域に根付く士業や地域貢献企業を「ツグナラ専門家」として選定し、独自取材をもとに Web メディアへ掲載。共感を得たうえでマッチングを行う
- Web メディアでは、経営者が創業から大切にしてきたこと、承継の苦悩、企業存続のために掲げた理念や方針、従業員を大切にする考え、地域や社会貢献活動などをインタビューしたうえで発信
- 一般的な M&A マッチングサービスとは異なり、地域の専門家が寄り添いサポートをする
- 経営・業務・意識統合までサポートをし、譲渡先が培ってきた伝統、文化などの価値を地域の未来へ継承していく
- 「ツグナラ企業」を選定することで、M&A に積極的な企業や業種の偏りを防ぐ
- 地域金融機関と連携して、地域内でマッチングを行うことで、地域資源の流出を防ぐ

［サービスイノベーションの観点から］

Web メディアプラットフォームを活用して、地域の優良企業の事業承継の実現を地域金融機関や専門家を巻き込んで推進している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、丁寧に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲ツグナラの仕組み
Web メディアプラットフォームと M&A プラットフォームの 2 つの機能で事業承継を支援

［組織データ］

所在地	栃木県宇都宮市
従業員数	35 名 （2023 年 2 月現在）
創業	2010 年
キーワード	BtoB マッチング、事業承継支援、M&A
売上規模	1～10 億円

お店の救世主、未来型冷凍食品自動販売機「ど冷(ひ)えもん」

サンデン・リテールシステム株式会社（東京都）

［概要］

- 今までにない冷凍食品自動販売機「ど冷(ひ)えもん」
- さまざまな容器形状に対応した業界初のマルチストッカーを開発。販売する冷凍食品のサイズを制限しない上、味・品質を落とさず飲食店独自の商品の販売を可能にしたことで、新型コロナウイルスの影響で苦境にたっていた飲食店の新たな販路の拡大に繋がり売上拡大にも貢献した
- 非接触・非対面・24 時間販売可能な冷凍食品自動販売機は、社会情勢の変化に伴う消費者および飲食店のニーズを満たしたばかりでなく、冷凍食品に関する流通システムの確立のきっかけを作った

［特徴］

- 急速冷凍技術の進化もあり、作りたての状態をキープすることが可能となり、店舗で食べるのと変わらない味を提供でき、リピーターが後を絶たない。また温度保持機能に優れ、扉を開けての商品搬入の際にも温度が戻るのが速く品質を落とさないのも大きな特長といえる
- コンビニエンスストアなどで個人の冷凍食品の購入が増えたことなどを受けて開発した「ど冷(ひ)えもん」は非接触・非対面での購入に加え、24 時間冷凍食品を購入可能なため消費者にとって利便性が非常に高く、ある意味消費者の生活様式にも変化をもたらすきっかけを作ったといえる
- さらに「ど冷(ひ)えもん」での商品購入をきっかけに冷凍食品に対する消費者の意識にも大きな変化が生まれたといえる
- 「ど冷(ひ)えもん」によって新たなサービスも生まれている。例えばセレクトショップとしての活用に加えアンテナショップとしての機能の活用も増え、飲食店、消費者両方の需要を満たしながらサービスイノベーションを起こす役割を担っている

［サービスイノベーションの観点から］

業界初のマルチストッカー開発によって実現した冷凍食品自動販売機を、飲食店などの事業者側の視点に立った機能を充実させることにより、事業者が自社商品の新たな販売チャネルを創出することを可能にしている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲ど冷えもん導入事例
名古屋めし（神楽坂）

▲ど冷えもん　セレクトショップとしての活用
PIPPON（中延）

▲マルチストッカー

［組織データ］

所在地	東京都墨田区
従業員数	1,062 名　(2022 年 3 月現在)
創業	1958 年　(2019 年　旧サンデングループから独立)
キーワード	製造（電気機器）、飲食店支援
売上規模	100～1,000 億円

業務管理システムの一元管理で、宿泊業界の生産性を向上「JTB データコネクト HUB」

株式会社ＪＴＢ　（東京都）

［概要］

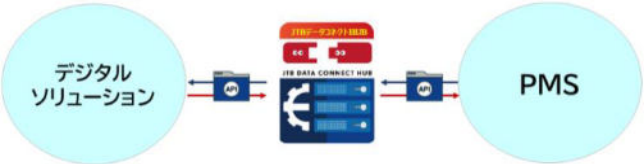
- 多くのホテル・旅館等では、予約、売上、顧客情報などの様々な業務管理システム（PMS）* が個別に稼働している。システム間のデータ結合に多大な費用が必要となるため、データを連携したデジタル活用がされにくい現状がある
- 「JTB データコネクト HUB」は、個々のシステムの API* を共通化することでデータ連結を可能とするプラットフォームを提供する
- 宿泊事業者の業務の効率化に直結するとともに、データ分析を容易にすることで生産性向上に貢献する

［特徴］

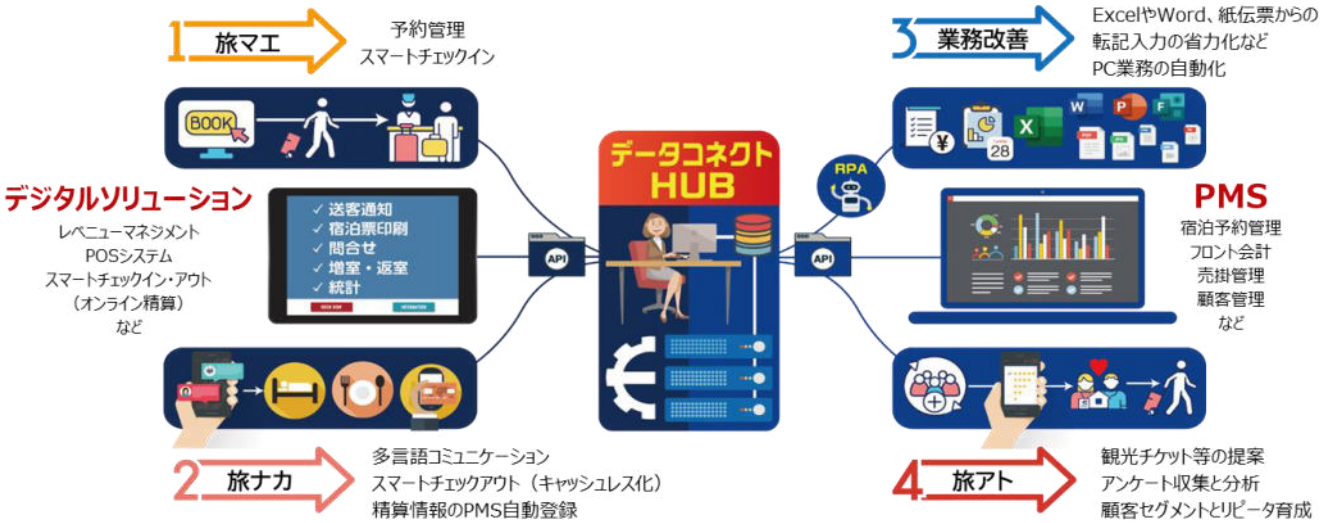
- データ連携のコストを負担できる資本力のある事業者は独自に開発を行っているが、データ連携ができず、個々の機能のみの活用にとどまる大多数を占める中小の事業者に DX 化の基盤を提供
- 予約管理などの「旅マエ」、館内利用・チェックアウト精算などの「旅ナカ」、利用アンケート分析などの「旅アト」といった一連の業務を一元管理できるようになり、宿泊事業者の業務負荷の軽減とコスト削減に貢献する
- 館内利用の未精算分の事前確認や部屋での精算が可能となり、顧客の利便性の向上にもつながる
- 宿泊業界初の仕組みであり、多くの宿泊事業者が参画を表明し、今後の拡大が期待される

［サービスイノベーションの観点から］

宿泊業界で使用されている数多くの業務管理システム同士をつなぐプラットフォームを担うものであり、業界全体の DX への取り組みの円滑化が期待されるサービスである。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションの実現を推進している



▲サービスが果たす役割。各種のデジタルソリューションサービスと数多くある既存の業務管理システムをつなぐ



▲サービスの全体概念図。乱立するデジタルソリューションサービスと既存の宿泊予約などの業務管理システムを統合する顧客との接点である「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」の 3 領域と「業務改善」の合わせて 4 つの領域での業務効率化を目指す

［組織データ］

所在地	東京都品川区
従業員数	19,510 名（2022 年 3 月末現在、グループ全体）
創業	1912 年
キーワード	ホテル・旅館、業務管理システム、DX
売上規模	1 兆円以上

*API　Application Programming Interface の略称。システム同士が相互連携するための技術仕様

*PMS　Property Management System の略称。宿泊事業者向けの業務管理システム。予約管理、売上、顧客情報管理等ができるシステム

タグ１行で越境ECまるごと支援「WorldShopping BIZ」

第４回日本サービス大賞 JETRO理事長賞 受賞

株式会社ジグザグ （東京都）

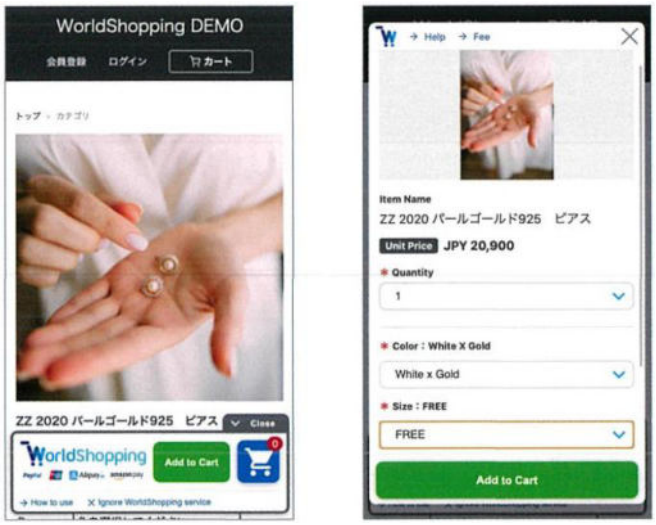
［概要］

- EC 事業者が直接海外取引(海外決済や国際配送など)を行わずに海外販売できる越境ECの仕組みが構築できるサービス
- 販売者向けの『WorldShopping BIZ』(売り手の海外販売支援)と、海外からのサイト閲覧者(購入者)向けの『WorldShopping』(海外からの購買支援)の２つのサービスで構成される
- 自社ECサイト内にJavaScriptタグを一行追加するだけで、海外言語での専用ナビゲーションやショッピングカートを表示して購入をサポートする
- 世界228の国と地域に対応した決済・配送代行オペレーションを構築。主要海外言語対応(英語、簡体・繁体中国語、韓国語)のみならず、各国の法令(個人情報保護や税制の法改正)にも対応している
- 言語対応だけでなく、EC 事業者がつまずきやすい海外決済や国際発送、関連する諸手続きも代行処理する

▲サービスイメージ

［特徴］

- 国内の販売者にとっても、海外の購入者にとっても、極めて簡単に日本のECサイトから商品を購入できるという画期的なサービスである
- 購入者視点で見ると購買代行サービスであり、同社が国内サイトで購入した商品を海外の購入者宛に発送する仕組み。そのため、販売者は一般的な国内販売を行うだけで海外への販売が可能になる
- カスタマーサポートも充実。海外からの問い合わせにも365日対応
- 同社サイトへの海外の顧客からのアクセスの拡大が、国内のEC事業者へのアクセスの拡大につながる



▲サイト画面例

［サービスイノベーションの観点から］

EC 事業者が自前では対応しきれなかった海外への販売にあたって、言語に加えて特に障害となる海外決済や海外発送までも代行する。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲サービスの流れ

所在地	東京都渋谷区
従業員数	43名
創立	2015年
キーワード	情報サービス、越境EC、海外販路開拓
売上規模	10～100億円

飲食・食品業界の DX を推進する 「シコメル」

株式会社シコメルフードテック （東京都）

［概要］

- お店で提供するレシピの仕込み済み商品を発注できる飲食店向けの無料アプリ
- 飲食店は事前にレシピをシコメルフードテック社と共有。共有後はアプリを通して簡単に発注が可能
- 発注作業や仕込み時間の削減、また仕込みのための人件費のコスト削減、さらには食材ロスの削減といった飲食店の生産性向上に貢献する

［特徴］

- 提携工場とテストキッチンで試作を繰り返し、まずはサンプルを飲食店に提供。味と見た目を確認し、店舗専用の仕込み済み商品を完成させる
- 完成後は、発注して約 2 日で商品が届く
- アルバイトスタッフや、提携工場の勤務者の IT リテラシーに差があることから、使いやすい UI を意識して開発
- 様々なジャンルに特化した、140 を超える食品工場と提携しており、安定的に仕込み済み商品を供給できる
- アプリを使用した受発注を通じて発注データが蓄積されることで、人気のないメニューを可視化するなど、コスト意識の高い経営に貢献する
- 自店の仕込み済み商品だけでなく、他店の仕込み済み商品を購入できる「シコメルストア」もあり、メニュー拡充に役立てることが可能（シコメルストアでは他店への提供に同意を得た商品のみを販売）

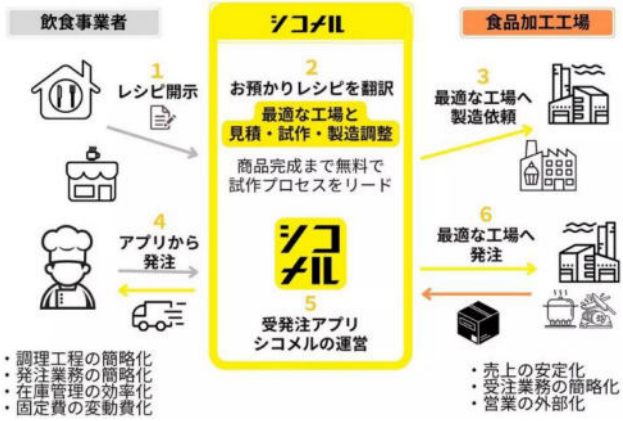
［サービスイノベーションの観点から］

「独自メニューは店舗で調理するもの」という発想を転換し、小さめの飲食店でも食材の仕込みをアウトソーシングできるサービスを提供。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲シコメルアプリでは、マイストア（自店の仕込み済み商品オーダー機能）、シコメルストア、受発注機能の 3 機能を主に活用できる

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	43 名
創業	2019 年
キーワード	情報サービス、飲食、仕込み代行プラットフォーム
売上規模	1～10 億円



▲サービスの仕組み

使用済みインクカートリッジの回収網を活かしたリユース・リサイクル事業

ジット株式会社（山梨県）

［概要］

- 全国 23,000 箇所の回収網「ジット回収ボックス」による使用済みインクカートリッジの回収システムと再製品化を展開
- 使用済みインクカートリッジを年間 2,850 万個回収。約 2,180t の CO_2 抑制を実現
- 回収した使用済みインクカートリッジを全てリユース・リサイクルし、一つもごみを出さない徹底ぶりで事業成果を伸ばしている

［特徴］

- 店舗（家電量販店、ホームセンター、ショッピングモール）7,200 店、コンビニエンスストア 2,050 店、法人・病院・学校・一般 13,750 箇所、合計 23,000 箇所に「ジット回収ボックス」を設置。加えて、都道府県・市区町村との提携数は 410 件
- リユースできるものは生産工場でインクの充填等をおこない、リサイクルインクカートリッジとして販売
- 破損等によりリユースできないカートリッジは、プラスチック資源としてリサイクルし、荷物運搬用のパレットや車輪止めに生まれ変わる
- 回収ボックスには本社直行の着払い伝票が貼付されており、提携している運送会社が集荷する仕組みを構築
- 営業スタッフや協力会社が設置店とのコミュニケーションを取り、ボックスのメンテナンスや認知度向上の取り組みを行うなど、回収率の向上に取り組む
- 日本国内で年間廃棄されるインクカートリッジの約 30%の回収に成功している
- 「廃棄物を減らして地球環境を守りたい」という顧客の共感を得て、CO_2 抑制に貢献
- 回収ボックス内には様々な機種のカートリッジが混在しており、仕分け作業はグループ会社の障がい就労支援サービス事業所へ委託。障がい者雇用にも貢献している

［サービスイノベーションの観点から］

環境保全に貢献するインクカートリッジのリユース・リサイクル事業を、消費者や回収ボックス設置場所の方々の理解と協力を得て、日本全国に展開。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	山梨県南アルプス市
従業員数	157 名
創業	1991 年
キーワード	リサイクルインク、製品再生、ボックス回収
売上規模	10～100 億円

▲大規模小売店舗等に設置されている回収ボックス

▲一般企業のオフィスからの回収も手掛ける

▲南アルプス市の工場内での生産工程
日本製の安心感を消費者に与える

フードロス＆店舗オペレーションを同時に改革するDXの実現「sinops-CLOUD」

株式会社シノプス （大阪府）

［概要］

- 「sinops（シノプス）」は、食品小売業向けの AI を活用した需要予測・自動発注サービス。sinops 自体は約 20 年前から提供されているが、2020 年よりクラウドサービス「sinops-CLOUD」を開始。パッケージ製品から SaaS 型ビジネスへの転換を行う
- 主な顧客は、食品スーパー。sinops シリーズ全体では、全国約 103 社、5,924 店舗での利用実績を持つ（2022 年 12 月現在）
- 食品ロスが出やすい惣菜・日配食品分野を中心に、利用が進む

［特徴］

- 販売実績、販売価格、天気予報などのデータをもとに需要を予測。欠品とロスを同時に軽減させるとともに、店舗オペレーションの改善にもつながる
- 導入にあたって下記のプロセスを経て納得を得たうえで展開する
  顧客店舗の実データを利用した事前分析
  →サービス導入後の費用対効果のレポート
  →1~3 店舗で実証実験を行う
  →レポートでシミュレーションし、費用対効果がでるか確認
  →顧客との合意のうえ、各店舗にサービスを展開
- クラウドサービスを開始したことで、顧客はまず「惣菜」といった一つのカテゴリのみ導入し、そのあと「日配食品」など他サービスへの展開が可能となった
- 既存顧客との信頼関係をもとに、「データ起点での企画・開発によるシステム化→現場での実証実験→費用対効果の検証」からなる業務改善の仕組みを構築している
- 需要側（消費者等）から得られる情報を基点として小売業・卸売業・製造業の流通三層に一気通貫で連携するデマンドチェーンマネジメント（DCM）の構築を目指す

［サービスイノベーションの観点から］

食品ロスが出やすい惣菜・日配食品を中心とする内容を絞り込んだ訴求で、実証実験を踏まえて、顧客との合意形成を得た上で進めていく仕組みを構築。持続的に価値共創を進める仕組みを適切に創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市北区
従業員数	94 名 （2022 年 12 月現在）
創業	1987 年
キーワード	情報サービス、フードロス、食品スーパー
売上規模	10～100 億円

▲サービスが管理する在庫の範囲

▲サービスが提供する主な機能（総菜部門の場合）

▲小売流通の課題解決への活用が期待される

新型コロナウイルス感染症・クラスター対応プロジェクト

認定特定非営利活動法人ジャパンハート（東京都）

［概要］

- 従来からの国際緊急救援活動で培ってきた知見を新型コロナウイルス感染症のクラスター対応に転用
- クラスター発生により窮地に立たされる医療福祉現場を、医療チーム派遣による包括的な緊急救援でサポートする
- 看護・介護を担当する看護師だけではなく、感染対策を徹底するためのロジスティクス担当者も含めて現場へ派遣
- 自治体との連携、派遣人材の安定確保、物資供給を迅速にするプラットフォーム構築、日本初の「濃厚接触者隔離施設」開設、感染症対策指導の実施など、派遣のみならず包括的な取り組みで危機的状況に対応した

［特徴］

- 派遣要請の受付時は、必ず当該の自治体と連携。自治体による同法人の活動を見える化する。自治体の対応に過不足が発生しないように配慮
- 従来よりも多数の支援要請を受けるにあたり、別事業で提携している医療機関と連携し、「災害時派遣スキーム」を構築。派遣人材を安定して供給できる体制を作り上げる
- 災害時の物資供給にも活用できるマッチングプラットフォーム「Heart Stock」を開発し、全国の医療従事者への物資供給を行う
- 沖縄で日本初の「濃厚接触者隔離施設」を開設。濃厚接触者本人の安全を守ると同時に入居施設の感染拡大リスクを抑え、地域医療の通常復帰を早めることに貢献
- 医療機関と比べて報酬は低く、かつ感染リスクが高くて負担が大きい介護施設への派遣も積極的に取り組んだ
- 今回のクラスター対応で得られた知見や育成された人材は、日本国内の災害時対応のみならず、東南アジアの途上国を中心とした海外での救援活動への活用も期待できる
- SDGsが掲げるユニバーサル・ヘルス・カバレッジ（全ての人が、適切な治療等に関するサービスを受けられる）の推進を目指す

［サービスイノベーションの観点から］

国際緊急救援活動のノウハウを新型コロナウイルス感染症クラスター対応に転換。従来持っていた知見を新型コロナ危機対応に活かした革新的な着想を、転換能力の高さで迅速に実現し、社会的意義と業績を両立した。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都台東区
従業員数	180 名
創業	2004 年
キーワード	医療支援、ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ
売上規模	1～10 億円

▲支援実績（2022 年 9 月時点）

▲福祉施設に対する感染対策指導も実施

移動販売という手法を用いて持続型・郊外型のマーケットを創出する「モビマル」

株式会社シンクロ・フード（東京都）

［概要］

- キッチンカーや物販カーなど移動販売事業者向けに、出店場所の提供や運営の支援を行う移動販売プラットフォームを運営。キッチンカーのレンタル事業も手掛ける
- 「駅前や商店街を活性化したい」「街の利便性を向上したい」などの社会課題にも、“移動型のマルシェ（マーケット）”という手法で地域創生の取り組みを行う

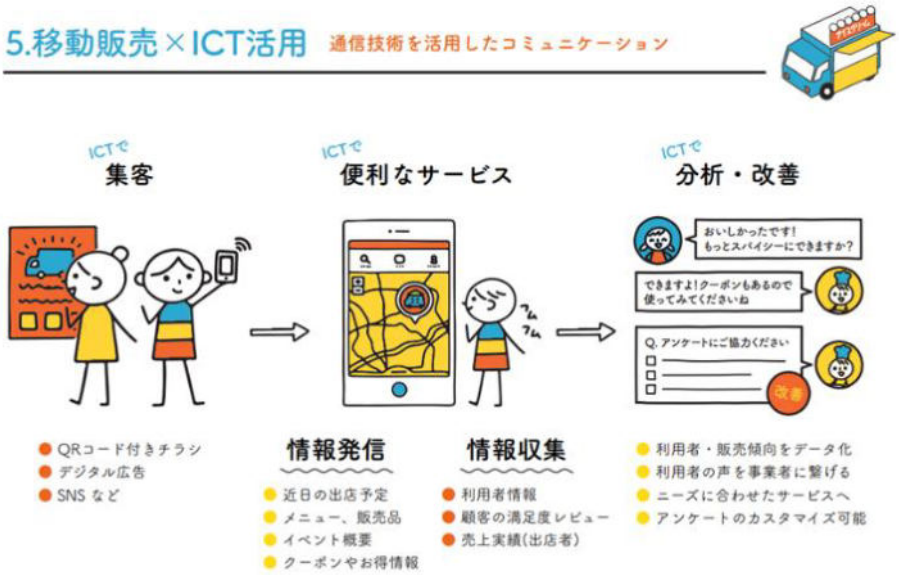
［特徴］

- 車両製作・レンタル、営業場所の確保、運営、事業者管理、移動販売コンサルティング事業などのキッチンカーに関わる事業をワンストップで提供
- 運営事業者用の「事業者管理システム」と顧客用の「モビマルアプリ」などの ICT を活用した組織的な運営体制を構築
- モビマルアプリ上で、「どんな商品を求めているのか」「どれくらいの頻度での開催を望むか」「このマーケットに何が必要か」などアンケートを行い、それを分析し、マーケットに反映する（改善を行う）という仕組みを導入
- 従来より運営していた店舗向けのサービス「飲食店.com」を活用して、地域の飲食店とも連携し、マーケットを運営することが可能
- 移動販売車を通して、地域の必要な時に必要な商品・サービスを届けるマーケットと地域住民が繋がる場を作り、「持続型の郊外型マーケット」の形成を目指す

［サービスイノベーションの観点から］

キッチンカーや物販カー向けの移動販売プラットフォームという革新的で優れた価値提案を行い、多様な価値共創の仕組みを創り込んで、サービスイノベーションを実現している。事業を通じて地域創生に寄与しようとしている

▲移動販売車と空きスペースとをマッチング



▲情報発信、情報収集を ICT で補助する

▲キッチンカーの例

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	129 名
創立	2003 年
キーワード	メディアプラットフォーム、移動販売、まちづくり
売上規模	10～100 億円

隠れた努力も見えてくる「SKYSEA Client View（スカイシー クライアント ビュー）」

Ｓｋｙ株式会社　（大阪府）

［概要］

- 企業・団体向けのクライアント運用管理ソフトウェア「SKYSEA Client View」
- 企業の情報管理担当向けサービス
- さまざまな IT 機器やソフトウェア資産を一元管理。企業の情報セキュリティ対策や IT 資産の有効活用を支援する
- セキュリティ対策に加えて、テレワークを「見える化」するサービスも装備する
- 「使いやすさ」をコンセプトに、資産管理・ログ管理・セキュリティ管理といった「情報漏洩対策」や「IT 運用管理」を支援する機能を搭載

▲イラスト付きのわかりやすい操作メニューや初めてでも操作に迷わない「ふきだしヒント」など使いやすい仕組みを提供

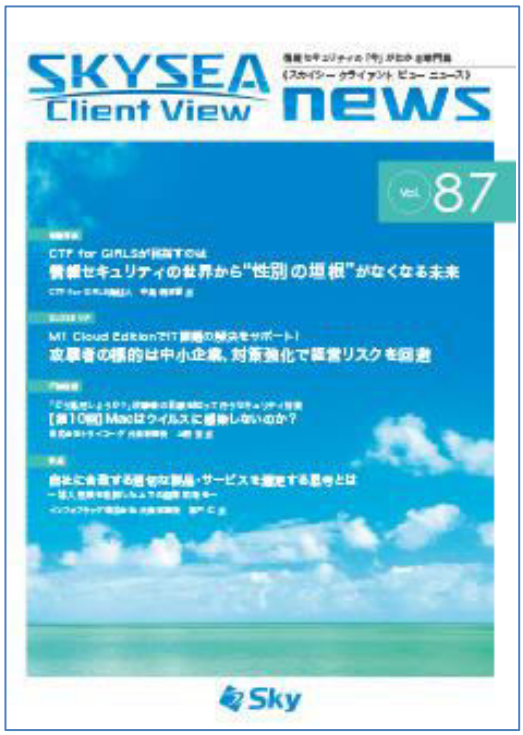
［特徴］

- ネットワーク上にあるクライアント PC やサーバー、プリンターなどのハードウェア情報やソフトウェア情報を日々自動収集。また、従業員の PC の操作の様子をログとして収集し、サーバー上に保存。サーバーに保存された各種情報を管理者用端末から確認できる
- 情報システム担当者だけでなく、各部署の管理者が自部署の様子を確認することも可能。IT に詳しくない人でもチームの労働実態を把握できる使いやすいシステムを提供している
- 営業活動、サポート窓口、各種アンケート、保守契約ユーザー用 Web サイトなどの幅広い方法で顧客の声を収集。収集した声は社内ブログでリアルタイムに全社員に共有される
- 収集した声を活用し、年々巧妙・悪質になるサイバー攻撃対策や業務に求められる新しい機能を開発し、毎年アップデートを行う
- テレワークの増加に伴い、従業員の PC 操作の様子を記録し、労働時間や業務状況を見える化。「隠れ残業」を従業員に負担を掛けない形で可視化できる

▲社内ファイルの操作状況を追跡可能

［サービスイノベーションの観点から］

営業活動だけでなく、サポート窓口や各種アンケートなどを通じて積極的に顧客の声を収集し、毎年バージョンアップするなど常に改良を重ねている。顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを適切に事業組織に伝達してサービスイノベーションを実現している



▲顧客向けに情報誌を定期的に配信

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市淀川区
従業員数	3,408 名　（2023 年 2 月 1 日現在）
創業	1985 年
キーワード	情報システム開発、テレワーク
売上規模	1,000 億～1 兆円

「お客様の声」の徹底した見える化による顧客満足度向上の仕組みづくり

第 4 回日本サービス大賞 国土交通大臣賞 受賞　　2022 年度 JCSI 国内長距離交通部門 1 位

スカイマーク株式会社 （東京都）

［概要］

- 2017 年度より 5 年連続で定時運航率 1 位を獲得。顧客満足の向上に全社で取り組み、成果を上げている
- 独自の CS 推進のための搭乗後アンケートを導入後、❶アンケート結果の即時集計・分析と社内での情報共有（約 500 件/日、約 5 割に自由記述あり）、❷CS 推進室による「CS 課題の見える化」、❸「施策効果の見える化」など、現場の自発性を高める取り組みを徹底的に行い、データ駆動と現場感覚を両立させている

［特徴］

- 現場の改善活動を日々積み重ねて、JCSI（顧客満足度指数調査）の国内長距離交通部門で 2020 年度及び 2022 年度に 1 位を獲得
- ❶搭乗者の声の収集（搭乗後アンケート、現場で直に伺った内容の登録システム）、❷CS 推進室によるデータ分析、❸情報の社内共有、❹「顧客」と「課題」の見える化、❺現場部門による施策立案・実行、❻「施策効果」の見える化、❼「目標達成度合い・競争」の見える化、❽「褒めること」の見える化、それぞれの仕組みづくりと実践を行う
- 「お客様の声」を CS 推進室が重要度・優先度を分析し、現業部門に伝達。現場任せから脱却し、効果のある CS 推進として好転
- 鮮度の高い CS データを日次と週次レベルの双方で全経営陣・全社員と共有
- 現場部門参加の会議体を新設し、現場主体での施策効果、および分析データと現場の肌感覚との乖離を常に検証する仕組みを構築

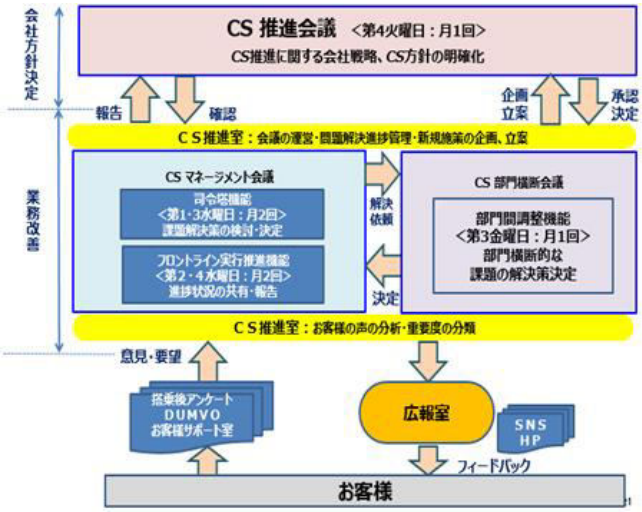
［サービスイノベーションの観点から］

鮮度の高い CS データを経営陣含む全社員と共有しながら、現場部門参加の会議体を新設し、分析データと現場感覚の乖離や現場主体での施策効果を、常に検証する仕組みを構築している。顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを適切に事業組織に伝達してサービスイノベーションを実現している

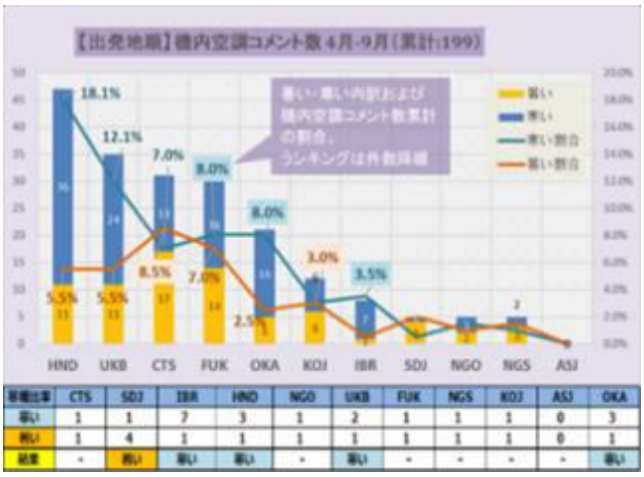
［組織データ］

所在地	東京都大田区
従業員数	2,417 名
創立	1996 年
キーワード	航空輸送、顧客満足
売上規模	100～1,000 億円

▲サービスイメージ



▲CS 推進に関わる会議体の仕組み



▲CS 推進室による「お客様の声」の分析例

NEOBANK® ～銀行をインストールする。世界をアップデートする。～

2022 年度 JCSI 銀行部門 1 位

住信 SBI ネット銀行株式会社 （東京都）

［概要］

- 自社の銀行業務のために開発してきた決済、預金、貸出などの様々な銀行システムを提携先に提供する BaaS* プラットフォームサービス
- 提携先の既存のアプリに NEOBANK 機能を連携させることで、アプリに銀行機能を持たせることができる
- 同社は、サービス産業生産性協議会の JCSI（顧客満足度指数）調査で、2022 年度の銀行部門で第 1 位となっている
- 提携先の既存サービスと銀行機能とのシームレスな連携が可能
- 提携先は、シームレスな決済による顧客体験の向上に加えて、新たなポイントプログラムなどに活用できる
- 顧客は、銀行取引をアプリ内で利用可能（カードレス）

［特徴］

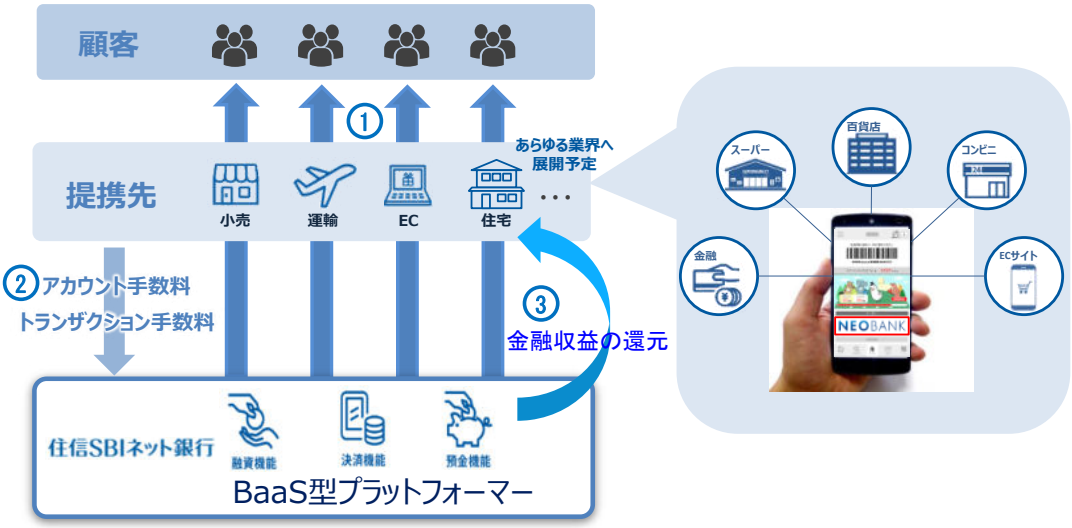
- 提携先は、自ら銀行業の資格取得や大規模な金融システムを開発することなく、同社のノウハウやインフラを活用して金融ビジネスに参入できる
- 提携先は、サービス内容によっては銀行代理業を取得する必要があるが、取得のために必要な規定整備、体制整備、申請書類の作成など同社がサポートする
- 提携先は、従来保有していたポイントプログラムに加えて、銀行取引に応じてポイントが貯まる機能を付与するなど、顧客還元率の高い新たなプログラムを実現できる
- 従来から品質を高めてきた UI･UX とセキュリティ機能、邦銀初の API 開放を行うなどの同行の先進性を発展させたサービスである

［サービスイノベーションの観点から］

BaaS という革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、積極的に手厚い支援をする価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している。UI･UX の高い銀行機能を提携先に提供し、提携先の新たなサービスの創出を支援して、JCSI の 2022 年度の銀行部門でトップに立っている

▼これまでの導入事例

大手航空会社	従来のマイル機能と連携し、銀行取引だけでなく住宅ローンを利用することでマイルが貯まる、使えるという顧客還元率の高いポイントプログラムを実現
大手ポイントプログラム提供会社	従来のポイントサービスと連携し、銀行取引に応じてポイントが貯まる･使えるプログラムを実現。公営競技･スポーツくじ利用でもポイントを貯める･使うことが可能
大手家電量販店会社	従来のポイントサービスと連携し、通常のポイントに加えてデビッドカード利用の場合、さらにキャッシュバックが受けられるなど、利得性の高いプログラムを実現
大手不動産販売会社	電気･ガスなどの生活インフラ事業に加え、銀行機能を設けることで、これまで住宅販売後接点が持ちにくかった顧客に対し、住宅購入からその先の新生活のトータルサポートを実現
大手保険会社	銀行サービスを通じて、デジタル機能と資産形成に係るサービスと連携し、更にお客さまの資産形成･承継をサポートする機能の一部として、0 歳から口座開設できるサービスを取扱開始



▲サービスの概念図

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	525 名
創立	2007 年 （銀行業の営業免許取得）
キーワード	ネット銀行、BaaS プラットフォーム
売上規模	100～1,000 億円

* BaaS　Banking as a Service。銀行が提供するバンキング機能を API**経由で提供するクラウドサービス

** API　Application Programming Interface。ソフトウェアやプログラム、Web サービスの間をつなぐインターフェース

保険の概念を超え、新たな価値を生み出す“住友生命「Vitality」”

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

住友生命保険相互会社 （大阪府）

［概要］

- 従来の生命保険にプラスして、健康増進プログラムにセットで加入することで、日々の運動や健康診断などの幅広い健康増進活動をポイント評価し、獲得ポイントに応じた「保険料の変動」や「特典(リワード)」を得ることができる
- リスクに備えるだけでなく、「リスク自体を減らしていく」ための行動変容を促す革新的なサービス

［特徴］

- 本サービスの強みは、行動経済学の考えなどに基づいた、多種多様な健康増進活動を後押しする仕組みを用意することで、加入者の取り組みを長期にわたり後押しできる点にある
- 会員は Vitality アプリなどを通じて、「Step1. 健康状態を把握する」「Step2. 健康状態を改善する」「Step3. 特典を楽しむ」という 3 つのステップによって、健康増進に取り組むモチベーションを高めていく
- 獲得したポイントにより年間のステータスが判定され、翌年以降の保険料に反映される。初年度は割引率 15%（健康プログラムを利用しない場合との比較）からスタートし、ステータスに応じて、毎年、その割引率が 2%の範囲で増加したり減少したりする。毎年の保険料が変動するというのは、国内の生命保険としては例がないが、これが健康増進活動へ取り組む大きなインセンティブとなっている
- 行動変容を後押しするインセンティブとして様々な「特典(リワード)」を用意。「健康長寿社会の実現」という理念に共感を得たリワードパートナー企業と強固なパートナーシップを構築し、行動変容のきっかけになる魅力的な割引やサービス提供を実現している

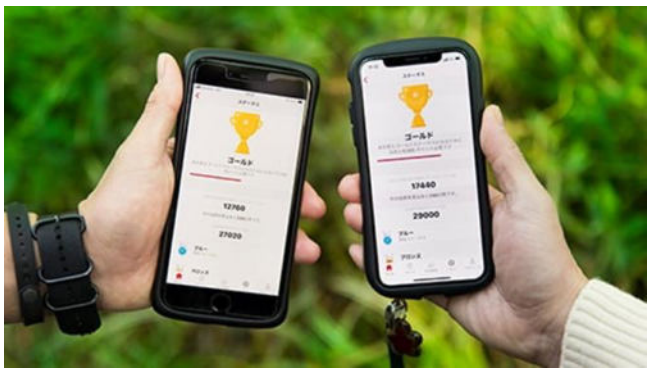
［サービスイノベーションの観点から］

リスクに備えるものであった保険をリスクを減らすものに転換し、継続的な健康増進活動を促す仕組みを構築する革新的で優れた価値提案を行った。顧客接点における顧客の意見・要望を的確に把握し、事業組織に繋ぐことで、持続的なサービスイノベーションを実現している

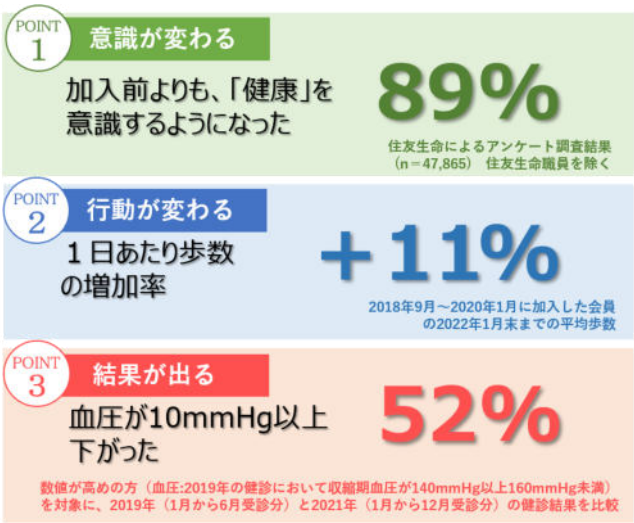
［組織データ］

所在地	大阪府大阪市中央区
従業員数	45,336 名
創業	1907 年
キーワード	生命保険、健康増進、行動経済学
売上規模	1 兆円以上

▲行動変容を促す 3 つのステップ



▲Vitality アプリ



▲Vitality 会員の変化

日本全国にフードセーフティネットを構築する革新的な食品寄付活動

認定非営利活動法人セカンドハーベスト・ジャパン　（東京都）

［概要］

- 日本初のフードバンク
- 企業や個人から寄付された余剰食品を、各種福祉施設や生活困窮者に再配布する食品寄付活動を実施する
- 日本最大級の規模と頻度で食品を提供する直営パントリー（個人向けの食品提供拠点）の運営と提携パントリーの拡大でサービスを展開
- 提供する食品は、品質には問題がないものの、包装不備などで市場での流通が困難になり、商品価値を失った食品などである
- 2019 年 11 月より、明るい雰囲気の店内で必要なものをショッピングスタイルで選択し、無償で受け取ることができる新しい形態のパントリー「marugohan（まるごはん）」を開始

▲スーパーマーケットのような明るい雰囲気の「marugohan」

▲冷蔵・冷凍機能を完備し、日本最大級の保管量を有する埼玉の八潮パントリー

［特徴］

- 主に 4 つの活動を実施している
  - ① フードバンク ： 全ての活動の基盤であり、寄贈された食品を様々な方面で寄付を行う
  - ② ハーベストパントリー ： 個人世帯を対象に緊急食糧支援を行う活動
  - ③ ハーベストセントラルキッチン ： 寄贈された食品、食材を調理し、生活困窮者へ食事を提供する活動
  - ④ 政策提言と発展 ： 研究調査や講演、シンポジウムの開催などフードバンク活動の普及と発展を推進する
- 賞味期限の比較的長い加工食品が主となる寄付活動において、冷蔵庫と冷凍庫を設置して栄養バランスも考慮した食品の品揃えを実現
- トレーサビリティや衛生面に配慮した食品提供
- 浅草橋の国内最大級の規模の「marugohan」や、食品調達機能を持たない提携団体がスムーズに食品引き取りができる「引き取り団体予約システム」、全国各地の企業と支援先をつなぐ「オンラインマッチングシステム」など、利用のしやすい仕組みを構築している
- 災害等の有事や経済状態にかかわらず、全ての人が、いつでも安心して生活するために十分な食べ物を得ることを可能にする様々な支援の体制・活動である「フードセーフティネット」の構築を目指す

▲1 都 3 県に 200 のフードパントリー（提携含む）を設置（2021 年現在）

［サービスイノベーションの観点から］

食の安全と品揃え、利用のしやすさに配慮した利用者視点に立った提供方法を構築している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都台東区
従業員数	25 名
創業	2002 年
キーワード	フードバンク、SDGs
売上規模	10～100 億円

逆転の発想から生まれた新しい官民共創のカタチ「逆プロポ」

株式会社ソーシャル・エックス（東京都）

［概要］

- 企業からみた「関心のある社会課題」に対して、自治体が「課題解決のための企画やアイデア（政策）」を提案する仕組み。これまでの自治体に対しての、企業からの提案とは逆の方式である
- 従来の公募や入札のベクトルを逆転させた新たな官民共創の形を提示するプラットフォームサービス

［特徴］

- 虎ノ門ヒルズ「ARCH」に所属する大企業の新規事業部門120 社をはじめ、独自ネットワークや広報活動にて、社会課題解決や新規事業に関心のある民間企業を集め、約 1,700 ある自治体とのマッチングを行う
- 自治体が自ら手を挙げる仕組みのため、熱意とアイデアが可視化され、企業とのマッチングが行いやすい。仕組み自体が「二人三脚で事業に取り組む姿勢のある企業と自治体」を集める源泉になっている。伴走型支援である
- 企業側の社会課題解決型の新規事業を立ち上げる際に協力してくれる自治体が見つけづらいという課題を解消。自治体側は民間資金を活用できる点、民間視点で政策の評価が得られる点などのメリットがある
- プロジェクトの形態を、「探す」から「集まる」へ。アイデアは、「評価される」から「出し合う」への転換を仕組み化する。アイデアを出す側と選ぶ側を逆転させた仕組み

［サービスイノベーションの観点から］

企業が自治体からアイデアを募集するという、従来の官民連携を逆流させるサービスモデルを提案している。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲滋賀県日野町での実施例。安全・快適な自転車利用のための子ども向け教育プログラムを開発・実施

▲「逆プロポ」の概要

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	約 15 名
創業	2021 年
キーワード	コンサルティング、官民共創プラットフォーム
売上規模	1～10 億円

オンライン購入での“サイズが合わない”不安を解消する「ZOZOMAT」

株式会社ＺＯＺＯ（千葉県）

［概要］

- マットの上に置いた足をスマートフォンのカメラで 360 度撮影することで、自宅にいながら簡単に高精度な足の 3D 計測ができる計測マット
- シューズを EC で購入する際のサイズの不安を解消する。ZOZOMAT とスマートフォンがあればどこでも利用可能
- 足の長さだけではなく、足幅、甲の高さなどをミリ単位の高精度で 3D 計測できる
- 計測したデータをもとに、足型と相性度の高い様々なシューズを提案
- 定番品から流行の品まで各シーズンごとにシューズを提案する
- 安心して自分の足型と相性度が高い商品を購入できるという価値を提案し、購入後の返品率の低減に貢献

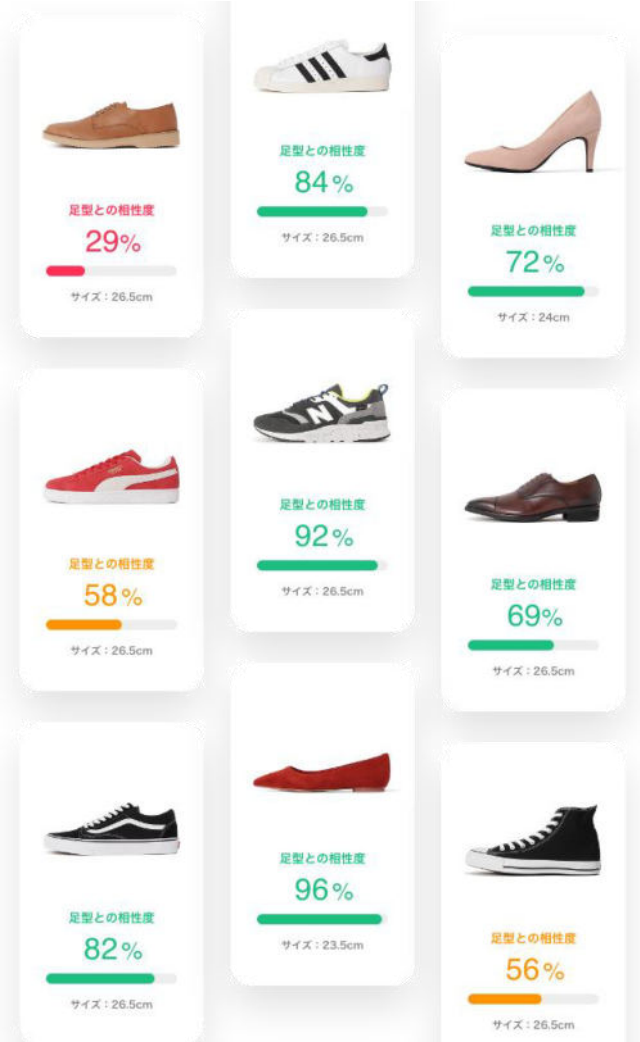
［特徴］

- 高性能で精度が高く、かつ顧客が自宅で簡単に使えるアプリ。足をスマートフォン 360 度 1 周して読み込んでもらう計測方法で、顧客が直観的に計測できるように、マットは円状のデザインを採用
- 推奨されるシューズのサイズ感に満足できる確率を示す相性度は、同社の収集したシューズデータやアンケートを加味して緑・黄・赤の 3 段階で色分けして表示。顧客からの視認性の向上を図っている
- 既存の複数ブランドから顧客が商品を選択可能にすることで、ファッション性を求める顧客の要望に応えている
- リリース前には 6 万回以上、5,000 時間のデータを計測し、アルゴリズムをチューニング。リリース後も利用者のデータを蓄積し、計測精度の向上を図っている
- 技術を応用し、スマートフォンを使い精度の高い手指の 3D サイズを自宅で簡単に計測できる「ZOZOMAT for Hands」も 2021 年 10 月に開発。この技術は、指輪の他、計測した手指の 3D サイズデータをもとに、ブレスレット、その他服飾雑貨のサイズ選びに役立てることも可能。期間限定でブルガリ ジャパンに導入された
- 同社が培ってきた計測テクノロジーは、オンラインショッピングに新たな価値を提案するとともに、返品率の低下を通じた環境負荷低減にも寄与している

［サービスイノベーションの観点から］

年間購入者数 1,100 万人超のファッション EC を運営する同社が「オンラインで顧客に合った商品の提案」を志向する中で、計測テクノロジーを活用してサイズに対する顧客の不安を解消。それを顧客が使いやすい形で提供している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲計測の様子



▲相性度に合わせて複数のシューズを提案

所在地	千葉県千葉市稲毛区
従業員数	1,513 名
創立	1998 年
キーワード	通信販売、カスタマイズ、3D 計測
売上規模	1,000 億～1 兆円

タンザニア発“心地よい風”のサブスクで　市場拡大と環境負荷軽減を両立

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

ダイキン工業株式会社（大阪府）

［概要］

- 東京大学と締結した産学協創協定が起点となり、同大発のベンチャーである WASSHA（タンザニアでランタンのレンタルなどを展開）とともにタンザニアでの新たなサービスの検討を開始。エアコンのサブスクに着目
- 今後の人口倍増が見込まれるタンザニアの経済中心都市（ダルエスサラーム）で実機を設置し事業性を検証。薬局、飲食店などの小規模店舗での需要を確認
- WASSHA とジョイントベンチャー「Baridi Baridi 株式会社」を設立し、2021 年 4 月より、タンザニアでエアコンのサブスクリプション・サービス（サブスク）の申込受付を開始
- インバータ機能付きの省エネ型エアコンを設置。ユーザーが日・週・月ごとに使用料をスマートフォンで支払うことで品質の高いエアコンを、使用したいときだけ使用できる

［特徴］

- 利用者の声を収集し活用するとともに、エアコンの使用状況をICTを活用してリアルタイムで可視化し、精緻な実態把握を行っている。利用者の信用情報も確認している
- 市中のエアコンの大半は格安型。しかし、電気代がかさむため使われていないのが実態。加えて、エアコンの設置工事の品質が低く、初期不良も多く、更には、腕のいい修理工が限られ、きちんと直らないという実態に、空気のサブスクという革新的なサービスモデルで変革を持ち込む
- 修理技術者の育成も課題。現地の職業訓練校と連携し、技術者の育成も行う

［サービスイノベーションの観点から］

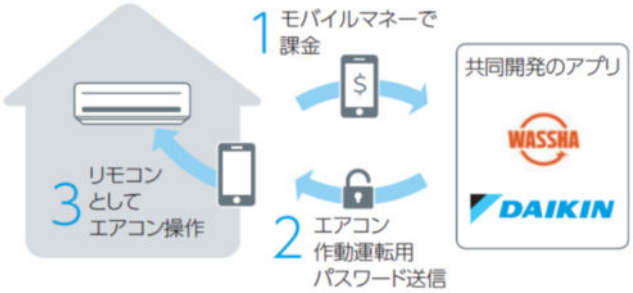
タンザニアのエアコン市場に、空気のサブスクという革新的で優れた価値提案を行い、多様な価値共創の仕組みの創り込みによってサービスイノベーションを実現している。現地の職業訓練校と連携して技術者の育成も行うなど、タンザニアの空調業界の再デザインに挑戦している。顧客はもちろん従業員や社会との価値共創に経営がコミットすることによって、ハイエンド機器の発展途上国ビジネスの新たな市場展開のモデルを生み出す期待もある

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市北区
従業員数	97,476 名
創立	1934 年（創業 1924 年）
キーワード	製造（空調機・化学製品）、エアコン、サブスク
売上規模	1兆円以上

・省エネ性能が低く、電気代が高い。
・工事品質が低く、初期不良が多い。
・砂塵により、フィルターが詰まりやすい。
・停電による電圧変化で壊れやすい。
・メンテナンスと修理が高額。
・腕の良い技術者が少なく、直せない。

▲タンザニアのエアコンの実態



▲サブスクの仕組み。モバイルマネー技術を活用し、スマホにより料金を回収する

▲雑貨販売店（書籍や文具などを販売）での設置工事。右手前にかつて設置されていたエアコン（ゾンビエアコン）の室外機が見える

▲現地オフィスの模様。企業名の Baridi Baridi は、「冷え冷え」という意味

家事代行マッチングサービス「タスカジ」 サービス成長の鍵は「フリーランスが成長する仕組み」

株式会社タスカジ （東京都）

［概要］

- ハウスキーパー（タスカジさん）と、家事をお願いしたい人とをつなぐ、C to C の家事代行マッチングプラットフォーム。「タスカジさん」は、多彩な家事スキルを活かして働くフリーランス
- 業界最安値水準（1 時間 1,500 円～）でサービスを提供。シェアリングエコノミー型とし低価格を実現
- 依頼者はプロフィールとレビューを見て自分にピッタリのハウスキーパーを選び、依頼できる
- ハウスキーパーと直接やりとりして希望を伝えることで、自分や家族に合ったサービスや細かい要望もオーダーすることが可能
- 掃除・料理/作り置き・整理収納・洗濯など、全部で 8 分野の幅広い業務範囲で家事の依頼ができる（1 回 3 時間固定）

［特徴］

- 従来、「高価格帯で富裕層が利用するもの」という印象の強い家事代行サービスを、自社ではハウスキーパーを雇用せず、シェアリングエコノミー型の C to C サービスとすることで一般家庭でも利用しやすい価格帯を実現
- タスカジさんはフリーランスで会社と雇用関係にないため品質コントロールが難しいが、「コミュニティ循環型サービス運営モデル」を構築し、タスカジさん同士がコミュニティで相互に学び合い、フィードバックを受ける場を提供することで、それを実現している。学びの場「タスカジゼミ」、オンラインチャットツール「タスカジトーク」、年に一度のオフ会「タスカジさんフェス」など複数の仕組みを通して、タスカジさん同士の知見を共有し、個々のスキル向上につなげる
- 依頼者がサービス利用後に作成するレビュー評価は、タスカジさん自身へのフィードバックになるとともに次に頼む依頼者への参考となる

［サービスイノベーションの観点から］

フリーランスのタスカジさん同士が切磋琢磨するための顧客フィードバックや、コミュニティ形成など、提供価値共創を促す仕組みが優れている。持続的に革新を生み出す仕組みを適切に創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲コミュニティ循環型サービスの運営モデル
フリーランスを活用する他のサービス産業への活用も期待できる

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	17 名
創業	2013 年
キーワード	家事代行、CtoC 仲介、コミュニティ
売上規模	1～10 億円

雇用の最適配置と流動化を支援するリファラル採用サービス 「MyRefer」

株式会社 TalentX（東京都）

［概要］

- 「MyRefer」は、国内初のリファラル採用 * を活性化する HRTech サービス。リファラル採用の実施にあたっての一連のプロセスを支援する
- 表面的な情報のやり取りではなく、自社従業員が自社のリアルな情報を友人に推奨する実効的なマッチングを行う

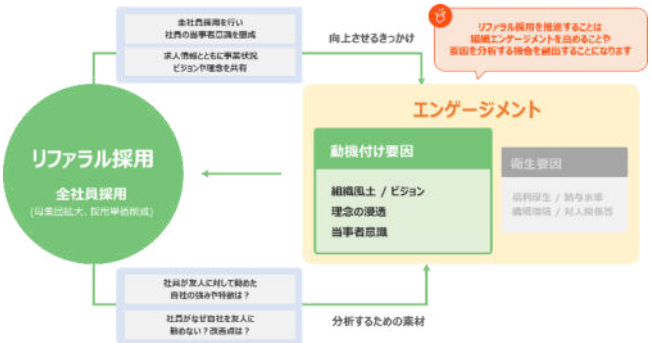
*リファラル採用　自社社員の紹介による採用活動

［特徴］

- 下記 3 つの要素で構成されている
  ①従業員のおすすめ活動を集約する人事管理システム
  ②SNS を介して簡単に自社を友人に推奨できる社員マイページ
  ③紹介限定求人サイトから企業に興味があれば直接応募することができる友人マイページ
- 人事担当者は、自社従業員のリファラル採用への興味関心度を求人や採用ニュースを通して可視化しながら、効果的に紹介を促す告知を行うことができる
- 従業員はメールや紙などの推薦状ではなく、LINE・Facebook・Twitter などの SNS を活用して、ワンクリックで負荷なく気軽に友人に自社を紹介することができる
- リファラル採用が諸外国と比較して浸透していない日本において、人事と社員双方の負荷を下げることでリファラル採用を促進するプラットフォームを提供する
- 採用時のコスト削減、内定辞退率や入社後の離職率の低減だけでなく、自分たちで仲間集めをすることで社員のエンゲージメントが高まるという効果も生んでいる

［サービスイノベーションの観点から］

使い勝手の良いマッチングアプリを提供することで、効果的なリファラル採用を成功させ、従来は極めて小さかったリファラル採用市場を大きくしている。リファラル採用プラットフォームという革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している



▲従業員エンゲージメントとリファラル採用の相関性

▲サービスの仕組み

［組織データ］

所在地	東京都新宿区
従業員数	76 名
創業	2015 年
キーワード	採用マーケティング、リファラル採用、HRTech
売上規模	1～10 億円

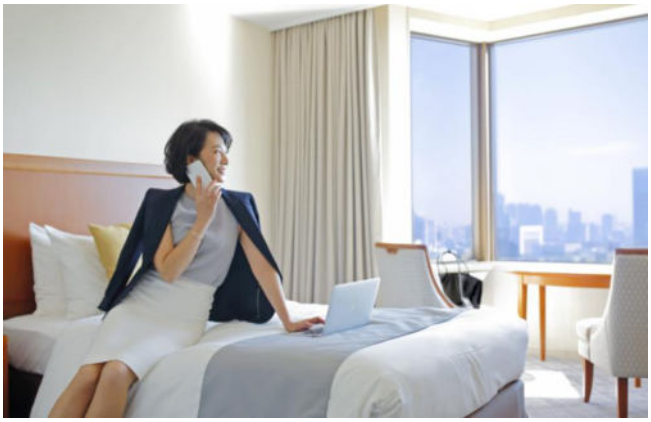
従業員の声から生まれた「ホテル内サービスアパートメント」

2022 年度 JCSI シティホテル部門 1 位

株式会社帝国ホテル（東京都）

［概要］

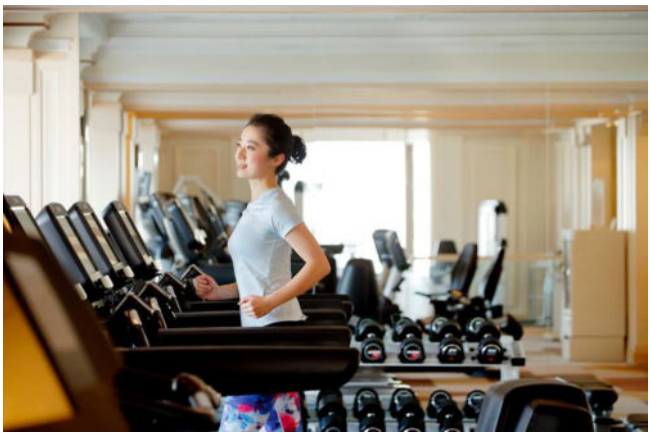
- コロナ禍で売上が減少する中、帝国ホテルの高付加価値なサービスと既存設備を最大限活用した「ホテル内サービスアパートメント」の提供を 2021 年 3 月より開始
- 30 泊 36 万円というインパクトある価格設定（2021 年のサービス開始当時）
- 通常の長期宿泊施設のようなキッチンや大型冷蔵庫などは客室内に設置せず、非日常感を残しながらもそれらのない不便さを十分に補い、より快適な滞在を実現するホテルならではの様々なサービスを提供する
- 専属のサービスアテンダントが個々の顧客の要望に応えるほか、プールやラウンジ等を普段のライフシーンで利用可能。帝国ホテルの強みでもあるランドリーや食事をサブスクリプションサービスのオプションとして用意



▲室内イメージ

［特徴］

- 旅館業法下での運営のため、不動産契約のような煩雑な契約もなく、気軽に新しいライフスタイルを開始できる
- 当初は、エグゼクティブ層の「第 2 の仕事場」といった需要を想定していたが、「自宅リフォーム中の仮住まい」や「コロナ禍での海外旅行の代わり」など、多様な需要が見られる
- 滞在を機に、会員組織に入会するケースも多くみられ、新規顧客の獲得にもつながっている
- 交通アクセスの利便性、銀座のショッピング街に加え、近隣に企業や官公庁も多く、日比谷公園を望む緑豊かなロケーションという立地の優位性も有す
- 主な顧客である富裕層のニーズを深掘りし、徹底した競合比較を行いつつも、実際の利用者の声の収集も継続的に行い、その声を踏まえて PDCA サイクルを回し、より満足度が高い、唯一無二のサービスアパートメントサービスの確立を推進している
- 客室内アメニティーの最小限化や清掃回数減により、無駄の少ない、環境に優しいホテル滞在を実現している
- 従業員のアイデアから実現化された事業。埋まらない客室を「安価な料金」で提供するのではなく、「ホテルに住まう」という新たな価値へと昇華



▲利用無料のフィットネスクラブ

［サービスイノベーションの観点から］

顧客の声の収集・分析を行って、サービスを作り上げ、唯一無二のサービスアパートメントサービスを確立している。顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを適切に事業組織に伝達してサービスイノベーションを実現している

▲共同利用施設には、洗濯乾燥機や電子レンジ、トースターなどを設置

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	1,824 名
創立	1890 年
キーワード	ホテル・旅館、ラグジュアリー
売上規模	100～1,000 億円

学びに応じた出会いを創るAI搭載理系スカウトサービス「TECH OFFER」

株式会社テックオーシャン　（東京都）

［概要］

- 理系学生に特化したスカウト型採用ツール
- 2つのデータベース(4万件の大学研究室情報DB、100万件の技術キーワードDB)をもとに、人工知能とアルゴリズムを活用することで企業が求める技術を持った学生にターゲットを絞った効率的で精度の高いスカウトが行える
- 学生は、自身の学びや特徴のどこがスカウト企業とマッチしているのかを知ることができ、大企業だけでなく中小企業やBtoB企業といった思ってもみない企業とも出会うことができる

［特徴］

- 企業側は自社が注力する技術キーワード(例:画像処理、表面処理など)を抽出し、コンサルタントとともに使用するキーワードを確定。研究室データベースと掛け合わせて採用ターゲットを絞り込む
- 絞り込んだ採用ターゲットに向けて自動スカウト機能を使用することで採用負荷の軽減が可能
- 学生に送付するアプローチ用文章の傾向(文面ごとのオファー返信率など)をデータで可視化できる。採用担当者の属人的にならずに会社としてノウハウが蓄積する仕組みを構築
- 学生側は技術キーワードをベースにレジュメ入力が簡便にできるとともに、従来の自己PRなどと比較して研究概要をキーワードで言語化でき、企業側とずれの少ないマッチングが可能
- 研究室データベースは、同じ研究室の先輩が入力したキーワードを学習して進化する。毎年同じ研究室の学生が利用していれば、後輩はより精度の高いマッチングが可能となる

［サービスイノベーションの観点から］

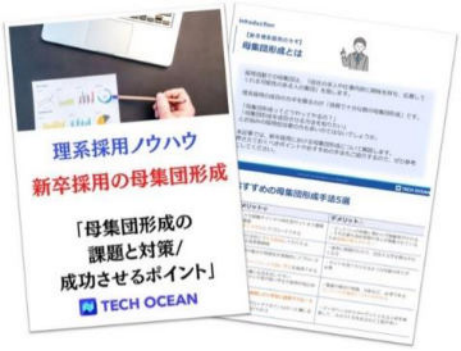
企業側の採用効率を高め、学生側も利用しやすい利用価値共創の仕組みを構築している。AIとビッグデータにコンサルタントのサービスを加えた革新的で優れた価値提案を、企業側の採用効率を高め、学生側も利用しやすくする利用価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲理系学生特化のスカウト型採用サイト

▲自動オファーの仕組み。企業は運用をほぼ自動化できる(手動でのオファー送付も可能)

［組織データ］

所在地	東京都文京区
従業員数	45名
創業	2018年
キーワード	人材紹介、理系採用プラットフォーム
売上規模	1～10億円



▲「理系採用ノウハウ」として各種情報を企業側にも配信

人の力とデジタルのベストミックスによる快適な事故解決プロセス

第 4 回日本サービス大賞 経済産業大臣賞 受賞

東京海上日動火災保険株式会社（東京都）

［概要］

- 損害保険会社による事故受付対応サービス
- 交通事故や地震・台風などの被害に遭った顧客の不安に寄り添い、迅速に事故の受付から保険金の支払い、アフターフォローまでを一貫して行うデジタルを活用した事故解決プロセス
- 最適化された質問で素早く事故受付ができ、保険金請求もスマホで完結。不安な顧客は途中で電話への切り替えも可能
- 平均 15 分かかっていた交通事故に関わる電話を Web で最短 1 分に削減するなど時間短縮を実現

▲スマホでの操作の例

［特徴］

- 一問一答形式やアイコンを活用することでテンポよく直観的に入力できるインターフェースを構築している
- 従来通りの電話だけではなく、独自のチャットシステム（メッセージボード）などを使い分け、顧客それぞれが連絡を取りやすい方法を活用している。日中働いている人でも手続きを進めやすい
- Web の入力情報や担当者とのやり取り情報などが全て一つの基幹システムに集約される。顧客は Web から電話に切り替えた際も何度も同じことを説明する必要はない
- デジタル化による事故受付などの効率化、ドライブレコーダーなどでの事故状況の確認精度向上で、担当者が顧客に寄り添える時間を増やし、顧客満足度を向上させている
- 人の温かみを残したサービスで、リアルとデジタルのベストミックスを推進している

▲事故直後からの流れ
請求完了までスマホで完結できるだけでなくアフターフォローにも注力している

［サービスイノベーションの観点から］

デジタルを活用して事故解決プロセスを快適にするとともに、人の温かみを残して顧客の不安感を解消するサービスである。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲画面下部に表示される「続きは電話で」ボタン
Web 入力からシームレスに電話への切り替えが可能

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	17,008 名
創立	1879 年
キーワード	損害保険、DX、顧客接点
売上規模	1兆円超

有田焼を製造業からサービス業に 町内制手工業で伝統産業を再構築する「幸楽窯」

第 4 回日本サービス大賞 地方創生大臣賞 受賞

徳永陶磁器株式会社（佐賀県）

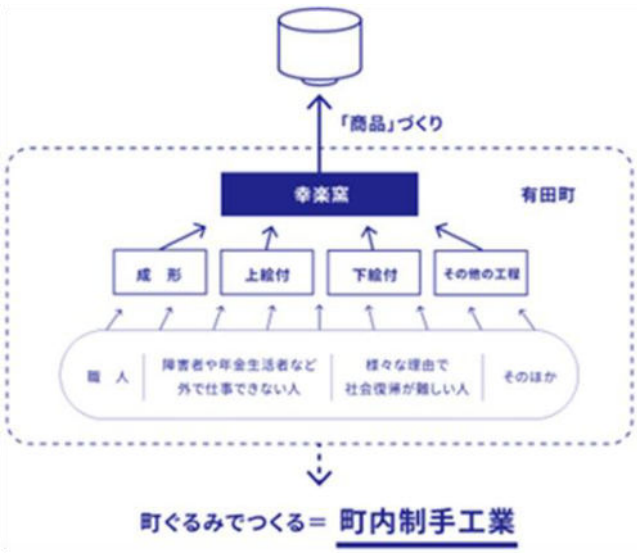
［概要］

- 400 年の歴史を持つ有田焼の優れた技術と町内制手工業の再構築によって、多様なニーズや需要変動に応えられる製品サービスシステムを構築している
- 従来の商社経由だけではない新たな市場や販売方法を創出している
- 窯元自体をオープンにすることで、国内外のアーティストや企業とのコラボレーションを実現
- 一般観光客に有田焼に触れてもらうイベント「トレジャーハンティング」を行うなど、観光資源として活用し、地域の活性化にも寄与している

▲サービスイメージ

［特徴］

- 従来はほぼ全てが商社経由の流通であった有田焼を、窯元が持つ技術や知識をオープンにすることで新たな販路の拡大や地域の観光に貢献
- 熟練した職人が作業する工程、パートなど一般人が作業できる工程をそれぞれ整理し、就労支援施設とも連携して町内制手工業として再構築
- 従来のプロダクトアウト思考から脱却し、オーダーメイド方式でビール会社などとオリジナル商品を開発
- 海外も含めた様々な分野のアーティストをアーティスト・イン・レジデンスに受け入れ、有田焼の技術とアーティストの感性を融合することで商品を開発し、海外でも販売
- 製造現場をオープンにしているため、訪れたアーティストも自由に技術や知識を他の職人から習得できる
- 従来の伝統や商習慣にとらわれず、伝統産業を再構築している



▲町内制手工業の仕組み

［サービスイノベーションの観点から］

町内制手工業体制を構築するとともに、伝統産業の技術や知識をオープンにすることで、様々なステークホルダーとの価値共創を新たに生み出している。有田焼の事業組織に持続的に革新を生み出す仕組みを適切に創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲就労支援施設で定番商品の加工を行う従業員

［組織データ］

所在地	佐賀県西松浦郡有田町
従業員数	17 名
創業	1865 年 （慶応元年）
キーワード	製造（食器）、伝統産業
売上規模	1,000 万～1 億円

革新的コーチング英会話「トライズ」 通い続ける英語教室からの脱却

トライオン株式会社（東京都）

［概要］

- 学習成果コミット型の英語コーチング・プログラム「TORAIZ（トライズ）」を提供する
- 1 年間という期限付きで、1 日 3 時間、1 年間で 1,000 時間という圧倒的な学習量を顧客に求める
- 成果を出すことにこだわり、1カ月以内の全額返金保証や規定スコアに到達できない場合のスコアアップ保証がある
- 英語を話せるようにするということを目標に、最新の理論に基づいた英語学習を提供。受講生一人ひとりに専属のコンサルタントがつく

［特徴］

- 受講生の 99.4%が社会人
- 通学/オンライン受講を自由に選択可能。オンライン・レッスンシステム、学習管理システム、アプリによる英会話試験などを組み合わせることで、オンラインであっても通学と遜色のない学習が可能
- 一人ひとりに専属のコンサルタントがつくことで個別最適化された学習プランを構築。「1 年間」というゴールから逆算して組み立てを行う
- 専属コンサルタントが常に受講生の学習進捗を確認し、日々のメールや隔週に1回行うマンツーマンの面談で適切なアドバイスや学習プランの調整などを実施することで高い継続率を維持（継続率 91.7%／2021 年現在）
- 顧客満足把握の一環として、全てのレッスン単位の後に 5 段階での満足度評価（リアルタイムパフォーマンス評価システム）を実施。年2回は全受講生を対象とするお客様満足度調査も実施することで、レッスン以外のサービスの満足度も把握する
- 社内に語学研究所を設置し、最新の理論に裏付けられた英語学習を提供

［サービスイノベーションの観点から］

英語を話せるようにするということを目標に、最新の理論に基づいた英語学習を提供し、受講生一人ひとりに専属コンサルタントをつけて日々フィードバックを行って成果を上げようとしている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲インプットとアウトプットを組み合わせた内容で年間 1，000 時間の学習で成果を出す

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	89 名
創立	2005 年
キーワード	英会話教育、コーチング、顧客満足
売上規模	10～100 億円

設置型ベビーケアルーム「mamaro ™」で 外出しやすい社会を

Ｔｒｉｍ株式会社（神奈川県）

［概要］

- 完全個室の設置型ベビーケアルーム「mamaro™」を展開
- 必要なスペースは 1.62 ㎡（畳一畳分）で設置場所の選択肢が豊富（幅 180cm、奥行き 90cm、高さ 200cm）
- 月額 69,800 円から（2023 年 2 月現在）。大掛かりな工事は不要。どこでも手軽に設置でき、家庭用コンセントで稼働可能。4 点のキャスターがついており、大人 2 名で簡単に移設も可能
- 授乳はもちろん、離乳食やおむつ替えなどのベビーケアを行うことができる。個室型のため男女問わずに使用することができる
- ベビーケアスペースがなかった駅の改札前や商業施設のフードコート、自治体の庁舎、神社などに設置が進む

▲店舗内での設置例

［特徴］

- 創業時から提供していた授乳室検索アプリの運営を通して施設側、利用者側双方の課題を把握し、より子育てに貢献できるインフラとしてサービスを開発
- 授乳室がそもそも無い、あっても不便な場所、不衛生な場所にしかないという利用者の声、店舗の売上に直結せず、スペースも費用も掛かる授乳室に積極的ではない施設側の声の双方に配慮したサービスである
- 「mamaro™」内に設置された「mamaroView」モニターでのアンケート機能を通して利用者の声を収集し、改善に活かす
- ベビーケアルームの費用対効果が計測しづらいという施設側の課題に対して、内臓の監視システムにより利用数や利用時間のマーケティングデータが取得でき、効果測定が可能
- ベビーカーや買い物した製品を持ち込める広めタイプの「mamaro 2」や、より省スペースの「mamaro lite」といったオプションを利用者や施設の声に応じて拡充
- 授乳室・おむつ交換台検索アプリ「mamoro GO」を通して、「mamaro™」の設置場所や空き状況も確認可能

▲内装のイメージ

［サービスイノベーションの観点から］

子ども連れの外出の不便を解消するサービスを、設置する施設側が受け入れやすい仕組みで提供し、サービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	神奈川県横浜市中区
従業員数	15 名
創業	2015 年
キーワード	情報サービス、スペースレンタル、子育て支援
売上規模	1～10 億円

▲同社の開発する「mamoro sofa」（左写真）。背もたれを倒すことで、ベビーベッドに早変わりする（右写真）。アプリと連携して体重測定も可能

バス事業者向け「リアルタイム混雑情報取得・配信システム」

株式会社ナビタイムジャパン　（東京都）

［概要］

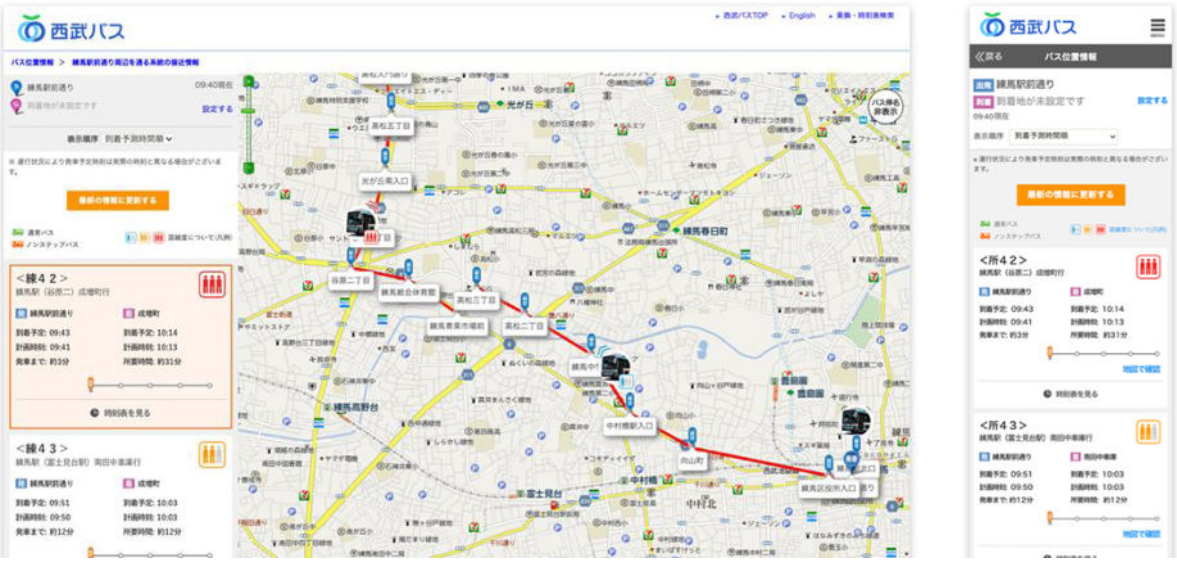
- 路線バスの混雑状況を算出し、バス事業者の公式サイトやアプリ、乗り換え案内サービスなどにリアルタイムで混雑度を表示するサービス
- バス事業者は計測用アプリが入ったスマートフォンを1台設置するだけで車両改造不要で簡単に導入が可能
- 混雑情報は、乗客の持つスマートフォンなどが発信している Bluetooth®信号を自動検知し、バス車内のリアルタイム混雑度を算出

［特徴］

- 従来から同社が提供していた高精度な車両位置情報バスロケーションシステムの知見を活かして、新型コロナウイルス蔓延でバスの混雑に不安を感じる社会的な要請に応えてサービスを開発
- 従来、企業や大学などでもバスのリアルタイム混雑情報に関する実証実験が行われていたが、車内に専用計測器の設置が必要で手間やコストがかかっていた。一般的なスマートフォンを利用するという簡便な仕組みを構築することで手間とコストを大幅に削減している
- 車両特性（最大乗車人数や車両の形、スマートフォンの設置方法など）とスマートフォンの仕様（BLE * の強度や通信規格など）から混雑測定仕様をチューニング。検証時には混雑度の一致率は 90%以上の高い精度を実現

*BLE　近距離無線通信技術 Bluetooth®の拡張仕様の一つで、極低電力で通信が可能なもの

PC　　スマートフォン



▲路線バスの運行情報の案内例

［サービスイノベーションの観点から］

従来から高度に洗練された総合的なナビゲーションサービスを展開していたが、新型コロナ危機の発生によって、顧客の期待がナビゲーションの利便性より、混雑していないバスへの乗車という安心感にあることを察知して、安価で簡易な混雑情報の提供の仕組みという価値提案を行うことにより、サービスイノベーションを実現している

▲混雑度によって色分けして表示

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	約 500 名
創業	2000 年
キーワード	情報サービス、路線バス、混雑情報
売上規模	非公開

コロナ禍における新しい付加価値　非接触による寝具販売サービス

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

西川株式会社 （東京都）

［概要］

- コロナ禍を契機に、非接触によるサービス形態を開発
- タブレット端末の寝具測定アプリである非接触型寝具測定システム「PI+MA PITTA（ピマピッタ）」により顧客の全身を撮影し、一人ひとりの体型に合ったオーダーまくらとオーダーマットレスを提案する
- 身体にフィットする寝具での質の高い睡眠という価値を提案する
- 体型の測定と提案に必要な時間を大幅に短縮。寝姿勢のチェックなどを通じた顧客の納得感の向上や、より良いコンサルティング体験を通して、顧客の来店回数の増加や接客レベルの平準化などを実現している

［特徴］

- 従来からの接触型の測定器に比べ、10 分の 1 程度の時間で全身の測定が可能。オーダーメイドに必要なパーソナルデータの自動計算、カルテの作成が可能
- 測定を気軽に試せることにより、従来は、一部の顧客層に留まっていた、高い睡眠ニーズに応えるオーダーマットレスの案内頻度が増加
- 寝姿勢も含めた自動計測と診断により、「自分の体型に合ったまくらや敷き寝具」として顧客の納得感が向上する
- 顧客の店舗滞在時間の短縮化につながる。一方で、気軽に試せる機会が増大
- 店舗内での顧客による体験を充実させ、顧客との関係性を強化している
- 接客レベルを平準化する。早期の販売員育成、来店客への声掛けなどを通した顧客との接点の創出にも寄与
- 効率アップだけでなく、より精度が高い提案ができるなど、従業員の働きがいや働きやすさの実現にも寄与

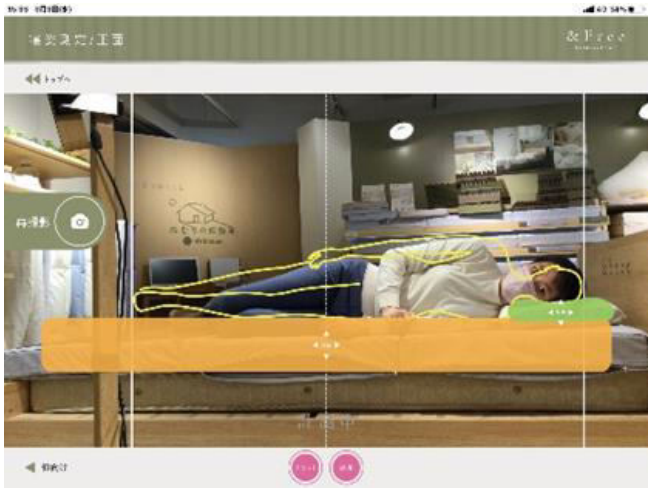
［サービスイノベーションの観点から］

コロナ禍での必要性から生まれた非接触による寝具販売という価値提案を、対面販売の強みを活かした業務プロセスの変革や接客スキルの平準化などを通じて具現化している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都中央区
従業員数	1,390 名
創立	1947 年
キーワード	小売（寝具）、カスタマイズ、店舗体験
売上規模	100～1,000 億円

▲「PI+MA PITTA（ピマピッタ）」での計測の流れ



▲寝姿勢の測定画面

選抜乗務員が自ら創る「ＥＤＳ（エキスパート･ドライバー･サービス）観光タクシー」

日本交通株式会社（東京都）

［概要］

- EDS（エキスパート･ドライバー･サービス）が提供するタクシードライバーによる観光案内
- EDS（エキスパート･ドライバー･サービス）は、同社のタクシー乗務員約 1 万名の中から選抜された乗務員が専門的なサービスを提供するものである
- 観光ガイド資格を持つ乗務員が事前のコース相談から当日の運行･ガイドまで全て担当する
- 個別の観光案内だけでなく、花見の季節にお花見スポットを効率よく巡る「お花見タクシー」、隈研吾建築都市設計事務所監修による「隈研吾 建築ツアー in Tokyo」などテーマに絞った企画ツアーも開発している

▲観光タクシーの光景

［特徴］

- 利用者に合わせて個別にオーダーメイドできるため、運行途中でも買い物やお手洗いなど柔軟な対応が可能
- サービス開始の 2011 年より、具体的なオペレーションは乗務員自らが設計
- 「単なる顧客の輸送だけではない」ものとしてタクシー業務を再定義したことで乗務員のモチベーションを向上
- 専門資格を有し、かつ審査で合格した優秀なドライバーのみがサービスを提供。乗務員約 1 万名の中の 1%未満（約 80 名）のEDSは同社の乗務員キャリアの最高位と位置付けられている
- 顧客からの「ありがとう」の数を KPI としてサービスの向上に努める
- 乗務員の役割を「運転をする人」から「接客サービスを担う人」へシフトすることで、自動運転技術では代替できない将来のモビリティサービスの先駆け
- 乗務員同士での情報交換や勉強会も行われており、社員間の繋がりが薄くなりがちなタクシー業務で横の繋がりを強めてサービスの質を向上させている

▲隈研吾 建築ツアーの光景

［サービスイノベーションの観点から］

売上や営業回数ではなくお客様からの「ありがとう」の数を KPI としてサービスを提供している。高い顧客満足度を優れたサービスにつなげ、持続的に革新を生み出す仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲お花見タクシーの光景

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	10,914 名 （2022 年 5 月現在、連結）
創業	1928 年
キーワード	タクシー事業、観光、顧客満足
売上規模	100～1,000 億円

使い捨て傘削減の新インフラ 傘のシェアリングサービス「アイカサ」

株式会社Nature Innovation Group（東京都）

［概要］

- アプリで貸し出しスポットの QR コードを読み取ると、24 時間 110 円(2023 年 1 月現在)で何度でも傘を借りられ、雨が止んだら好きなスポットで返却可能な傘のシェアリングサービス
- 「雨の日を快適にハッピーに」と「使い捨て傘ゼロへ」をミッションに掲げ、ビニール傘が普及している日本において年間約 8,000 万本も消費されている使い捨て傘の削減に貢献
- 従来であれば骨が 1 本でも折れると捨てられることが多かったが、修理可能な傘を開発し、「捨てない傘」を提供

▲アイカサの利用方法。初めてでも約 1 分で利用可能

［特徴］

- アプリダウンロードから電子決済登録の簡便な手続きで、初回利用でも 1 分程度で利用が始められる
- 急な雨に困らないようスマホアプリで天気予報を表示したり、位置情報から事前に雨が降るタイミングをリアルタイムで知らせる機能を搭載
- 傘 1 本 1 本に固有の IC チップが埋め込まれており、どのスポットに傘が何本あるかをリアルタイムで確認可能。傘の本数を適正化し、「借りたいときに無い」という事態を抑制
- スポットデータを活用して、利用の多いエリアに重点的にスポットの増設を行うなど利便性の向上を図る
- 駅や商業施設、オフィスビルなど移動の起点となるような場所を中心に、全国 900 箇所以上に設置
- 企業や都市とのタイアップも積極的に行う。イベントの PR などに活用できるほか、廃品を活用したアップサイクル傘など、20 種類以上のオリジナル傘を提供している

▲使用済みのジップロックをアップサイクルした、企業タイアップの一例

［サービスイノベーションの観点から］

年間 8,000 万本にのぼる傘が使い捨てされている現状を問題視し、使い捨て傘削減の新インフラの構築という価値提案を行っている。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲修理可能なだけでなく、デザイン性の高い傘を提供

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	20 名
創立	2018 年
キーワード	情報サービス、シェアリング、SDGs
売上規模	1 億円以下

自立的なオープンイノベーションの場の創造と伴走型共創支援「AUBA」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

パーソルイノベーション株式会社 eiicon company （東京都）

［概要］

- 「AUBA（アウバ）」は、全国各地の様々な業界の法人（企業・大学・自治体など）が出会い、提携し、イノベーションや新規事業を共創するための日本最大級のオープンイノベーションプラットフォーム
- 商材を持ち寄った単なるビジネスマッチングではなく、オープンイノベーションの啓発・普及・実践に貢献している
- コンサルタントが伴走型で支援することで新規事業創出の確度を高めている

［特徴］

- AUBA のデジタルプラットフォームとコンサルタントがユーザーを支援し、プロフィール作成、マッチング支援、実践までのプロセス全体を伴走型で先導
- 自社の弱み（解決したい課題）を明示することで、リソースの効果的な新結合を推進
- 商材の販売などの営業行為がプラットフォーム上で確認されれば即座に退会させるなど、単なる営業活動はさせず、オープンイノベーションを重んじる文化を維持
- マッチングによってお互いが新しい挑戦としてイノベーションや新規事業の共創をめざすコミュニティを設計し、オープンイノベーション文化を醸成。双方向性と付加価値型を追求した場を設計している
- 1 対 1 だけでなく三者以上の共創による事例など様々な分野や領域での共創実績を有する
- 国内で共創事例 1,700 件を突破
- 共創事例が増えていくことで、オープンイノベーションのノウハウがコンサルタントだけでなくプラットフォーム自体にもフィードバックされ、重要成功要因とプロセスを体系化している

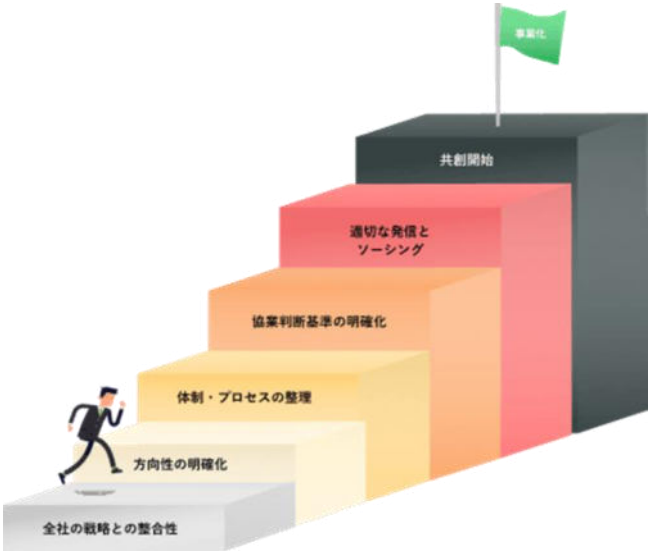
［サービスイノベーションの観点から］

オープンイノベーションを創発するデジタルプラットフォームである AUBA という革新的な優れた価値提案に、オープンイノベーション・コンサルタントの丁寧な支援を組み合わせることによって、価値共創の頻度と質の向上を実現している。共創事例の積み上げを通じて、オープンイノベーションの知識・ノウハウをコンサルタントの中に蓄積するだけでなく、体系化を追求することによって、プラットフォームにもフィードバックしようとしている

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	248 名 （うち eiicon company 59 名）
創立	2019 年
キーワード	ビジネスマッチング、オープンイノベーション、伴走支援
売上規模	非公開

▲日本最大級のオープンイノベーションプラットフォームであり、オープンイノベーションに特化した伴走型支援が特徴



▲事業化までの段階イメージ

▲共創プロフィールの作成ページでは、オープンイノベーション実践に必要となる 4 点を記入

待つをなくす混雑情報配信プラットフォーム「VACAN」

株式会社バカン　（東京都）

［概要］

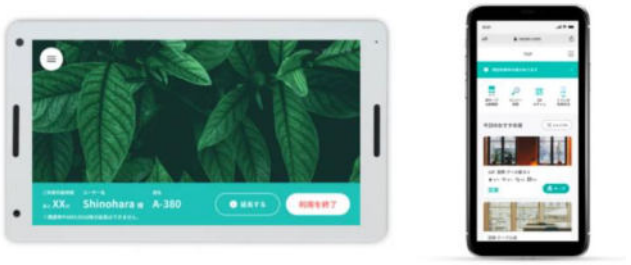
- センサーやカメラなどで人やモノの混雑・空きデータを取得・解析して様々な機能を提供するプラットフォーム
- 独自の AI アルゴリズムとセンサーやカメラなどを組み合わることで、レストラン街やカフェ、オフィス、トイレ、観光地、投票所といった日常空間から、避難所などの非日常空間まで多種多様な領域の空き情報をリアルタイムに可視化
- 混雑データはマップや電子掲示板、Web サイトなど様々な媒体に表示可能
- 店頭や Web 上から顧客のスマホにデジタル整理券を発行し、並ばずに待ち時間を過ごしてもらうような活用も可能

［特徴］

- 自社内でソフトウェアだけでなくハードウェアも開発できるチームを持つ。アンケートやカスタマーサクセスチームなどの顧客接点が得た情報を即時共有し、改善計画を立てる
- カメラやセンサー、ボタン型デバイスなど、様々な IoT デバイスを活用し、独自 AI 技術「vCore」で変換して形式や情報を統一する。この技術により、あらゆる場所で混雑情報の可視化が可能となっている
- 事前に混雑情報を利用者が確認できるようにすることで「行ってみたら空いていなかった」「空いていなかったら嫌なので、行くのを諦める」といった課題を解決し、店舗での顧客体験の向上が期待できる
- 商用利用だけでなく、バリアフリーマップへのバリアフリートイレの空き状況を連携する、避難所の混雑状況を可視化するなど、様々な方面での活用が可能
- 全国 1.5 万箇所に導入されているだけでなく、全国 200 以上自治体の投票所や避難所へも導入が進んでいる

［サービスイノベーションの観点から］

混雑状況をリアルタイムで可視化できるという価値提案を、顧客企業の用途に合わせて様々な活用方法を提案することでサービスを普及させている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲オフィス向けコミュニケーション促進サービス「Keeple」。フリーアドレス化の進むオフィスで、空いている場所の把握・予約や誰がどこで作業しているのかを確認できる

▲自治体で導入の進む避難所の混雑状況表示の一例

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	74 名
創業	2016 年
キーワード	情報サービス、混雑情報
売上規模	非公開

くらしのお困りごとを解決 「はちにの＜ライフサポートサービス＞」

株式会社八十二銀行 （長野県）

［概要］

- 高年齢のシルバー層などの個人顧客向けの困り事を解決するサービス
- 「住まい」「くらし」「シニア」の 3 グループ別に全 19 メニューを用意する。ハウスクリーニング、家事代行、見守りなどのニーズに対し、提携する地元企業を紹介し、困りごとの解決を支援する
- 顧客が負担する紹介手数料は無料。成約の場合のみ、紹介を受けた企業が手数料を負担する
- サービス提供圏域は、長野県全域と新潟県上越地域

［特徴］

- 主に「庭木の手入れが大変」といった高齢化に起因するくらしや住まいの課題解決を目的とする
- 顧客には、「信頼できる業者がわからない」という課題に対して安心感を提供
- 提携先企業には、見込み顧客の紹介を受けられるだけでなく、「代金回収に不安がある」という課題に対して安心感を提供
- 地方の金融機関と地元企業が地域全体で社会的課題を解決する地域エコシステムを形成。地元企業の収益にも貢献する
- これまで雑談で終わっていた顧客の「お困りごと」を解決することで、顧客と銀行との関係も強固にしている

［サービスイノベーションの観点から］

「銀行からの紹介」という安心感を付加することで、顧客と地元企業をお互いに受け入れやすいようにワンストップでつなぎ、地元企業の発展に貢献。地域内での銀行の信用力をさらに高めることにもつながる。革新的で優れた価値提案を行い、サービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	長野県長野市
従業員数	4,026 名 （2022 年 3 月末現在）
創業	1931 年
キーワード	銀行、ライフサポート、ワンストップ
売上規模	1,000 億～1 兆円

▲チラシに掲載されているサービスメニューの一覧

▲サービス提供の流れ

新たな官民連携による新市場 / 新規政策の創出

株式会社Ｐｕｂｌｉｎｋ（パブリンク）（東京都）

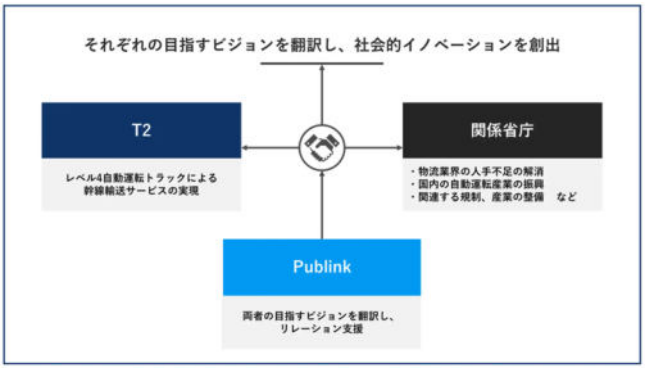
［概要］

- 官民双方への日本最大級のネットワークや知見を繋げながら、あらゆるサービスを通して新規事業や新規政策の創出、実行を支援
- 政策を、戦略に変えるメディア「Publingual」：世の中の官民共創への関心・知見を高めるために、官民共創に関する情報を発信
- ゼロセク・インキュベーションプログラム　企業・官僚・自治体職員等の多様なメンバーが、自身の本気のやりたいことに向き合いながら、異なるセクターの知見・視点・ネットワークを活かし、新たな企画を生み出すプログラム
- 民間企業の官民共創プロジェクト支援　官民双方への日本最大級のネットワークを繋げながら、失敗しやすい官民連携を成功に導くノウハウを提供するサービス
- 地域の官民共創プロジェクト支援　地域において、行政と民間をつなげ、実行支援することによる価値創造を目指す。長野県庁のおためし立地チャレンジナガノ等の実績あり

▲ゼロセク・インキュベーションプログラムでは省庁の垣根を越えて様々な企画を共創している

［特徴］

- 代表である栫井はForbes8月号(2022年)に「日本のルールメーカー30人」として選出
- 各府省庁、自治体、大企業、ベンチャーの若手・幹部・経営者の参加する複数のネットワークを通じて2,000人以上との関係を構築
- 虎ノ門駅徒歩1分という中央省庁の目の前の立地に実際のネットワーキングの場として、ディベロッパーと連携し、一般社団法人官民共創HUBとして「官民共創スタジオ」を設立
- より良い未来のためには、共創に関わる一人ひとりの「想い」が大切であると信じ、どの事業においてもその人が本気で実現したいことに向き合いながら支援を行う
- 行政と民間でのそれぞれの就業経験から培われたノウハウを活かして、お互いの大目的、スピード感、価値観等の違いを意識しながら、フラットな関係で、双方、そして社会にとって一番良い形を追求



▲民間企業の支援実績：三井物産株式会社および株式会社Preferred Networksが出資して設立した株式会社T2のレベル4自動運転トラックによる幹線輸送サービスにおける関係省庁との長期的な関係構築、コミュニケーションを支援

［サービスイノベーションの観点から］

幅広いネットワークや、「民」から「官」、「官」から「民」への翻訳能力を通じて、官民連携と、それによる政策や事業を効率的・効果的に推進している。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲様々なコミュニティを通して連携を促す

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	3名
創業	2011年
キーワード	官民共創、コンサルティング、コミュニティ
売上規模	1,000万～1億円

営業部なしで、医薬品スキンケアアウトソーシングサービス日本一

万協製薬株式会社　（三重県）

［概要］

- スキンケア製品の開発・製造・販売を行う
- 日本国内および海外の製薬企業やチェーンドラッグストア120社に対して600品目を手掛ける
- 営業部を持たず、工場を営業部に見立て、直接工場側の人間が顧客と話し合い、問題を解決して製品発売に結び付ける「工場付きコンサルティングセールス」を展開する
- マーケティング機能は顧客が持ち、自社は生産機能を担い、販売は顧客が行う「分業方式」により、安価な製品づくりを実現している

［特徴］

- 医療用医薬品から化粧品という幅広いジャンルでスキンケア製品を展開
- 自社開発品、OEM＊受諾品、共同開発品の3つのジャンルを製造
- 営業担当を介さず製造部門と顧客とが直接コミュニケーションできることにより、顧客はより専門的なやり取りをすることが可能。専門技術者が多い顧客の要望に対応している
- 開発、製造部門は顧客接点となり様々な情報を取得できるとともに、開発と製造の部門間横連携やコミュニケーション能力の向上にも役立つ
- 営業担当を配置しないことで営業経費を低減し、安価に製品を提供することが可能
- 競合他社と比べてスキンケア製品に特化しているため、製品の開発スピードを速め、独自のノウハウを蓄積
- モジュール作業手順書の作成や、部署や業務を超えた交流の場など、人づくりと組織づくりを通して社員の思考と行動の質を高め、組織自らが学習を進めるという好循環を生んでいる

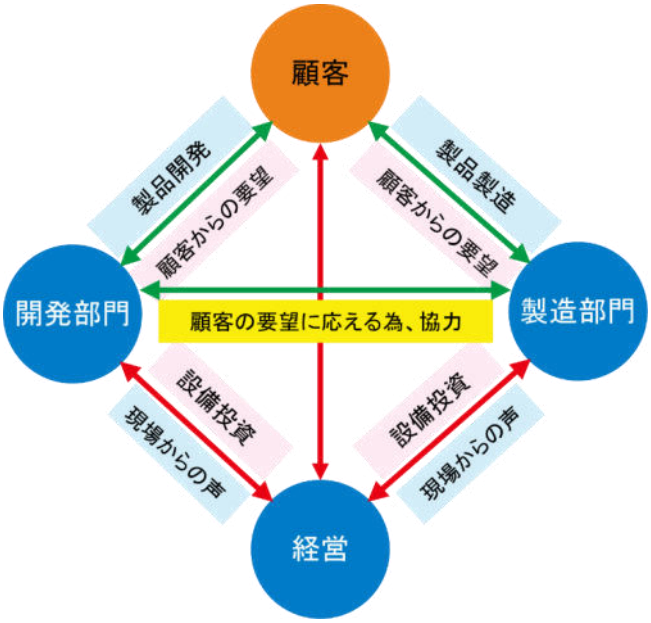
［サービスイノベーションの観点から］

顧客と開発・製造部門の現場が密接にやり取りを行って製品開発につなげる提供価値共創の仕組みを創り込み、経営品質活動を通して組織自らが学習を進める改善サイクルを構築している。新たなサービスコンセプトを適切に評価して、知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	三重県多気郡多気町
従業員数	224名（2023年2月現在）
創業	1960年
キーワード	製造（医薬品・化粧品）、経営品質、学習組織
売上規模	10～100億円

▲2021年5月から自社ブランドの直接販売も開始



▲製造部門が直接、顧客とやり取りすることにより営業費用を低減するとともに様々な情報を取得できる。全社営業の体制を構築

＊OEM　メーカーが他社（発注元）の名義やブランドの製品を製造すること

全国どこかの、厳選されたパン屋さんから届く冷凍パンの定期便「パンスク」

第 4 回日本サービス大賞 農林水産大臣賞 受賞

株式会社パンフォーユー（群馬県）

［概要］

- 全国どこかのパン屋さんから 1 回 8 個前後の冷凍パンが届くサブスクリプションサービス
- 北は北海道から南は沖縄まで全国 85 店舗(2023 年 2 月時点)のパン屋さんと提携。どのパン屋さんから届くのかは届くまでのお楽しみ
- 独自開発した冷凍技術により、パン屋さんは、冷凍庫さえあれば全国の方に自慢のパンを届けることが可能
- 顧客はパンを冷凍庫で 1 カ月保存可能で、温め直すだけで焼きたての味を再現できる

［特徴］

- 個包装専用ビニール袋を使用した冷凍技術を独自に開発
- 会員の居住地とパン屋さんの所在地の距離を考慮し、また同じパン屋さんが再度振り分けられないよう、届けるパン屋さんを自動で振り分けるシステムを開発
- どこのパン屋さんからパンが届くのか、出荷まで顧客には開示されず、旅をするようなドキドキ・ワクワク感を味わうことができる
- 地域限定の小規模事業者の販売エリアを全国に拡大するとともに、受注生産型のパン製造ができることでパン屋さんの働き方改革や食品ロスの軽減にも寄与
- 顧客からのサンクスメッセージがパン屋さん宛に直接届く仕組みも構築。食べたパンについて直接感想を聞く機会が少ないパン屋さんも顧客の声を聞くことができる

［サービスイノベーションの観点から］

「なかなか足を運べないパン屋さんとの出会い」という価値提案を行い、旅をするようなドキドキ・ワクワク感を高める仕組みを構築している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲送られてくるパンの例

▲パンフォーユーの仕組み

［組織データ］

所在地	群馬県桐生市
従業員数	40 名
創立	2017 年
キーワード	情報サービス、冷凍パン、サブスク
売上規模	1～10 億円

全国に散らばるスキマ仕事と、働き手を繋ぐ『ご近所ワーク』

株式会社ビースタイル ギグワークス （東京都）

［概要］

- 家の近所でスキマ時間に仕事をして収入を得たい働き手と、各地に散らばるスキマ仕事を外注したい企業をマッチングするプラットフォーム
- 企業は、掃除・点検等、特殊なスキルを必要としない短時間でできるスキマ仕事をワーカーに依頼することで、社員の待機時間や移動時間などの「無駄な時間に対するコスト(給与・交通費など)」を削減でき、時間とお金を有効活用できる
- ワーカーは、家の近所で好きなタイミングに仕事をして、効率よく収入が得られる

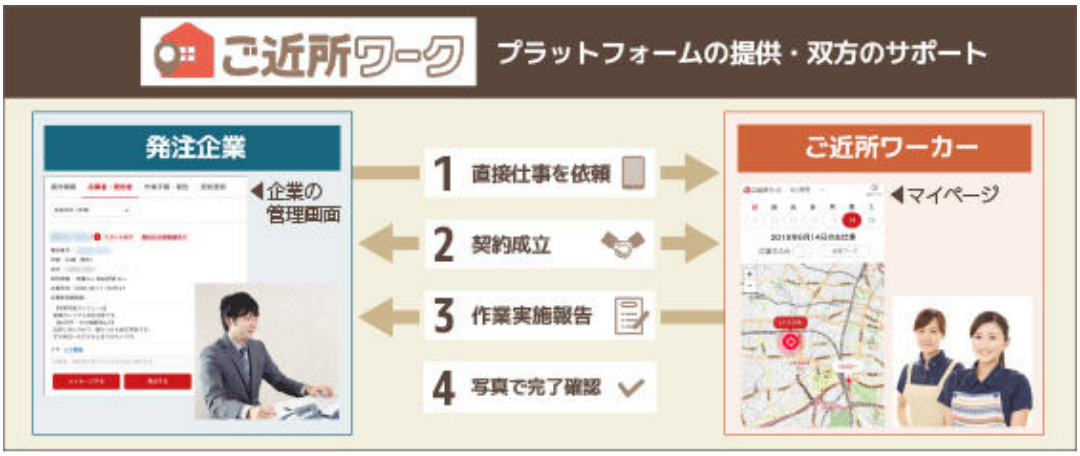
［特徴］

- 清掃、ゴミ出し/分別、物件撮影、巡回点検、草むしり、役所調査などの 10 種以上の業務に対応
- 人材不足や移動コストの課題を解決する人材活用方法として、不動産会社を中心に活用されている
- 企業は 1 回 20 分などの短時間の作業や月に 1 回程度の低頻度な作業でも依頼ができ、専門業者への依頼や自社社員で作業するよりも移動費、人件費、工数を削減できる
- ワーカーは、基本的に自分の好きな日時で作業に入れる。また、通勤にかかる拘束時間を減らすことができるため、育児や介護でまとまった時間を取れない人にとって、パートやアルバイトよりも割の良い収入確保につながる
- 企業側、ワーカー側双方に使いやすいように、「2 分のサービス説明動画」や「企業ごと・拠点ごとの差異をカスタムできるマニュアル」などの改善を行い、サービスを全国に拡大
- 全国 47 都道府県で稼働実績があり、「カンタン」×「短時間(低頻度)」×「場所が分散」の 3 つの条件にあてはまる業務のマッチングに適している
- 今まで働く機会を得られなかった潜在労働力を掘り起こし、日本の少子化による労働力の減少の対策に貢献する可能性がある

［サービスイノベーションの観点から］

スキマ仕事を事業者が発注しやすい仕組みを構築し、家の近所のスキマ仕事をしたい(ギグ)ワーカーが、簡単に受注して収入を得ることができるようにする新しい働き方を提案している。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲サービス開始時のプレスリリース



▲サービスの仕組み

［組織データ］

所在地	東京都新宿区
従業員数	366 名 （連結）
創業	2002 年 （事業会社設立は、2020 年）
キーワード	情報サービス、マッチングプラットフォーム
売上規模	10～100 億円

◀軽作業を低予算で対応したい企業の困りごとを解決する

非認知能力開発を融合した 21 世紀型 総合キッズスポーツクラブ

株式会社 ｂｉｉｍａ（東京都）

［概要］

- 基礎運動能力を高める『総合スポーツプログラム』と、数値で図ることのできない人間の総合力を育成する『非認知能力開発プログラム』を融合して開発した「21 世紀型スポーツ教育プログラム」を提供
- 幼少期の育成が重要と捉え、対象は 3 歳～11 歳までの子どもに限定
- 早稲田大学教授陣と共同で、これまで体系化されていなかった幼少期向けのスポーツ教育をプログラム化

［特徴］

- サッカーやテニス、野球など 7 種類以上のスポーツを実施する『総合スポーツプログラム』を開発し、基礎運動能力の成長を最大化する
- 従来の教育プログラムの問題（詰め込み型・正解主義）に対して、子どもたちが主体的に新しく何かを生み出す教育プログラムが必要と捉え、『非認知能力開発プログラム』を体系化した
- 企業やビジネス研修でのリーダーシップ研修やマネジメント研修をベースに幼少児向けにプログラムを設計
- 「直運営」だけでなく、スポーツスクール・メーカー・保育園・小学校・大学などと連携して様々な方法でサービスを提供している
- 運営をトレーナーの経験やセンスに頼るのではなく、指導者育成のメソッドとして運営ノウハウを仕組み化している
- 指導者育成メソッドを学校の先生や保育者、大学の学生などに展開することで、1,000 人以上の指導者を育成し、全国 900 万人の子どもにサービス提供が可能なネットワークを構築している
- 毎月 100 時間以上行う指導者研修や保護者からのレッスンアンケートを通じて、日々プログラムの改善を行っている
- パートナー企業は 59 社、33 都道府県、210 校舎以上にアライアンスが拡大している

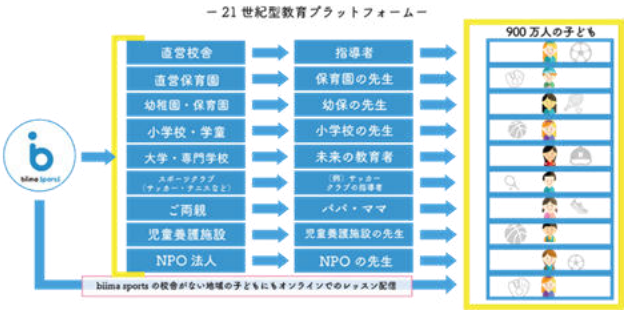
［サービスイノベーションの観点から］

従来の教育プログラムの問題（詰め込み型・正解主義）に対して、21 世紀型の新たなスポーツ教育のプログラムを体系化。さらに指導者を育成するメソッドとして運営ノウハウを仕組み化している。新たなサービスコンセプトを適切に評価して、知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	70 名
創立	2016 年
キーワード	教育サービス、非認知能力
売上規模	1～10 億円

▲「多様性」「主体性」「創造性」を取り入れた新しい形の教育コンテンツを展開



▲様々な企業、団体などと共創する 21 世紀型総合スポーツ教育プラットホームの全体像

▲非認知能力プログラムの様子
モノの特徴を認識し論理的に考える力を養う

公共空間のワークプレイスインフラ 「STATION BOOTH」

東日本旅客鉄道株式会社（JR 東日本）（東京都）

［概要］

- JR 東日本による全国 700 箇所以上（2023 年 2 月現在）のネットワークを有する個室型ブース等を中心としたシェアオフィス
- デスク、Wi-Fi、電源、空調などを備える
- 15 分 275 円（税込）で利用可能（2023 年 2 月現在）
- 駅という移動拠点でスキマ時間を有効に活用でき、安心・快適に Web 会議も可能
- 会員登録なしでも交通系 IC：1 枚で手軽に利用できる

［特徴］

- 社員発案からのハード、ソフト両面でのスピード開発。顧客の声をアンケートで収集するだけでなく、自社社員が会員となって利用することで顧客目線から改善活動を行う。一例として、当初扉は外開きであったが、人通りの多い駅では歩行者と干渉する可能性があることに気づき、内開きに改良した
- コロナ禍のテレワークニーズに対応し、迅速に展開
- 従来のシェアオフィスはオフィスビルの 1 フロアを改装したオープンデスク型が主流だったが、個室型として情報漏洩リスクを低減
- 電話ボックス型のブースとすることで駅ナカに広い場所がない、大規模工事ができないという設置時の課題も解決

［サービスイノベーションの観点から］

新型コロナ流行への対応に向けて、多拠点の駅空間を活用したワークスペースのインフラをタイミング良く提供する革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲会員登録をすれば予約可能。会員でなくても利用可能

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	48,040 名 （2022 年 4 月 1 日現在、単体）
創立	1987 年
キーワード	鉄道、シェアリング、リモート
売上規模	1 兆円超

▲駅舎内での設置例

『星を見せる』を事業化「ソラプロジェクト」

株式会社ビクセン　（埼玉県）

［概要］

- 宿泊施設や商業施設、地方自治体などに対して、星を活用した集客・誘客・観光化などのノウハウを提供するサービス
- 天体望遠鏡国内シェア No.1 の光学機器メーカー。機器の使い方や星に関わる多くのノウハウを提供する
- 全国各地で年間 200 を超える「星を見せる」イベントを開催
- 運営スタッフとして登録制アルバイトの「ビクセン サテライトスタッフ（VSS）」を活用。各地域の星好きの一般の方が、星空解説、天体望遠鏡や双眼鏡の操作方法の説明などの役割を担う
- 「星空を楽しみたくなる」時代や文化を作り出すことを目指し、「星を見せる会社」になるというビジョンを掲げる

［特徴］

- イベント当日は運営のサポートに加えて天体望遠鏡や双眼鏡などの貸し出しを行う
- 星空を活かした観光化や機材の使用方法などのノウハウの提供、機材の貸出・アフターケアを行うことで、集客の定着や地域活性化などを長期的にサポートする
- VSS の多くは学生や社会人などの“天文ファン”である。スタッフは自分の持つ知識を活かす場をイベント運営を通して得るだけでなく、スタッフの交流会も開催される。天文ファン同士が出会う場が生成されている

［サービスイノベーションの観点から］

天体望遠鏡メーカーが「星を見せる会社」になろうとする、製造業のサービス化事例であり、天文ファンに働いてもらって、顧客や地域との価値共創を行っている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、多様な価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲イベント開催の例

▲サービス提供の流れ

［組織データ］

所在地	埼玉県所沢市
従業員数	100 名
創業	1949 年
キーワード	製造（光学機器）、コンサルティング、星空演出
売上規模	10～100 億円

- ✓ 星空がきれいな場所なのでその資源をいかしたい
- ✓ 星を使ってイベントをしてみたいがどうやるかが分からない
- ✓ 商業施設における夜の顧客滞在時間を延ばしたい
- ✓ 観光施設としての新しい価値を創りたい
- ✓ 夜の時間を楽しむための、リラックスできるイベントを探している
- ✓ 人を呼べるユニークなツアーを探している
- ✓ ロマンチックなイベントを探している
- ✓ 子どもの勉強にもなるサイエンス系のイベントを行いたい
- ✓ 科学、宇宙を意識したサイエンス系のイベントを行いたい
- ✓ 星、宇宙をキーワードに企業ブランディングや製品 PR を考えている
- ✓ オフシーズンを活性化させるイベントを探している

▲イベント開催側ニーズの例

こだわり生産者から食材や花き類を直接購入できる産直通販サイト「食べチョク」

株式会社ビビッドガーデン（東京都）

［概要］

- こだわり生産者から商品を直接購入できる産直通販サイト。野菜・果物をはじめ、米・肉・魚・飲料といった食材全般と花き類を取り扱う
- 生産者が自身で価格を決定でき、消費者と双方向のコミュニケーションを取ることができる
- 会員数 約 80 万人、登録生産者数 約 8,200 軒を超える日本最大規模に成長（2023 年 2 月現在）

［特徴］

- 「生産者の“こだわり”が正当に評価される世界」を目指し、規模の小さい生産者もきちんと利益を得ることができる仕組みを構築している
- 従来からの物流構造に存在する「生産者側に価格決定権がない」「手取りの割合が低い」という課題に対して、生産者と消費者を直接つなぐプラットフォームを構築することで新たな販路の選択肢を提案
- 生産者自身で値付けができる。これにより、生産者の手取りの割合が向上（既存流通は約30～50%であったが、食べチョクは約 80%）
- 消費者のアンケート情報やフィードバックなどで野菜の好みを反映し最適な生産者とマッチングする「食べチョクコンシェルジュ」をはじめとした定期便サービスの提供
- 一次産業の高齢化に対応して、若手生産者が代表者となりネットに不慣れな高齢の生産者の商品もまとめて出品する「ご近所出品」など、サービスを拡大
- IT・コンサル業界出身者を多く集めた事業開発力・推進力の高い組織で、生産者・消費者ともに使いやすいプラットフォームを作り、戦略的なマーケティングを実施して、大きなマーケットを開拓している

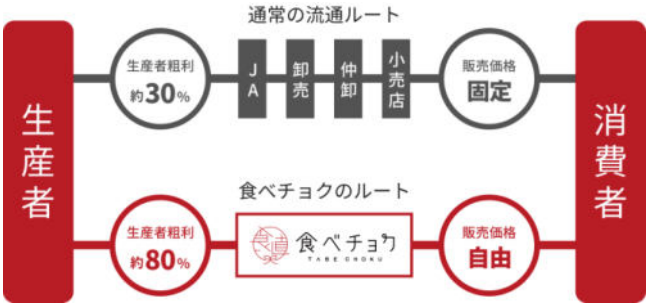
［サービスイノベーションの観点から］

生産者と消費者を直接結び付けるプラットフォームとして、日本最大級の規模にまで成長しており、1 次産業の発展と活性化に大きく貢献している。革新的で優れた価値提案を行うとともに、多様な価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	84 名
創業	2016 年
キーワード	産直通販、コンシェルジュ、マーケットプレイス
売上規模	非公開

▲サービス画面



▲仕組みの比較

▲食べチョクのこだわりの食材を顧客へのギフトなどビジネスでもご活用いただける法人向けサービス「食べチョク for Business」

Fishtech®を活用した養殖管理による食糧危機の解決と地方創生

富士通 Japan 株式会社　（東京都）

［概要］

- 「Fishtech®養殖管理」は、経験や勘に頼らないスマートな養殖を支援するクラウドサービス
- 水温・水質を測るセンサーと水中カメラを IoT 化し、陸上養殖の生け簀を常時管理。PC やスマートフォンなど使い慣れたデバイスで操作可能
- 現場作業員による簡便な記録や、クラウド上への記録により、作業が見える化され、ノウハウとして蓄積される
- 水産資源の回復、養殖ノウハウの無い人の雇用創出、工程の見える化による食の安心安全へ貢献

▲陸上養殖の様子

［特徴］

- 従来の陸上養殖にはひとたび水槽に異常が発生すれば魚が全滅してしまうというリスクがあったが、デジタル技術の活用により 24 時間 365 日水槽の監視が可能になり、アラート機能も有しているため異常があれば即座に対応できるようになった
- 北海道神恵内村にて、2018 年より、「Fishtech®養殖管理」を活用し、特産物であるウニ・ナマコの陸上養殖の実証実験を開始。ウニやナマコの養殖技術が確立されていない中で、現地の漁業関係者と現場の声を反映しながら養殖技術とシステムを開発した
- 神恵内村の持つ育成技術やノウハウをメニュー化して使いやすくし、最少手番で作業を記録できるようにしている。作業実績をシェアすることにより、属人化を避け作業分担を可能としている
- 海面養殖・陸上養殖を問わず、複数の魚種に対応可能。いつでもどこでも誰にでも、養殖管理を可能としている
- 取る漁業から育てる漁業へ転換することで、漁獲高を向上させ、漁業従事者の安定した所得につながる。水産資源と雇用回復に寄与する

▲神恵内村での利用の様子①

［サービスイノベーションの観点から］

現場で求められる機能や環境を適宜提供し、現地作業者、管理者、販売者に対してそれぞれが利用しやすい仕組みを整えていて、Fishtechによる養殖管理という革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲神恵内村での利用の様子②。スマートフォンが普及したことで漁業者がいろいろなデータに触れる環境が整った

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	11,000 名　（2022 年 4 月現在、連結）
創業	1947 年
キーワード	情報サービス、FishTech、地方創生
売上規模	1,000 億～1 兆円

1 時間で 1,000 案のデザインを創り、評価する「パッケージデザイン AI」

第 4 回日本サービス大賞 総務大臣賞 受賞

株式会社プラグ（東京都）

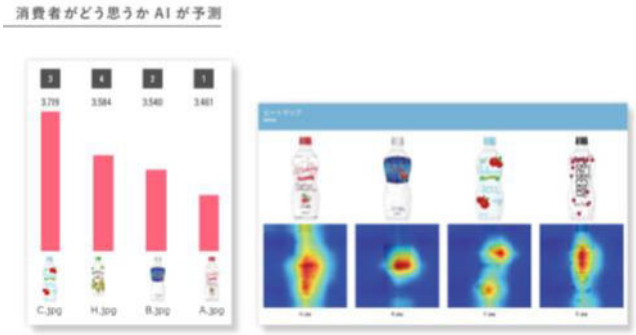
［概要］

- デザイン会社と市場調査会社のノウハウを結集
- 1,000 万人を超える膨大な消費者データを学習した AI が、評価と生成を繰り返し、1 時間で 1,000 案の消費者が好むパッケージデザインを創り、最適案を導く革新性と実益性に富むサービス
- デザイン開発にかかる時間とコストを大幅に削減する
- 好意度スコアや、おいしそう、かわいい、高級感、上質感など、19 項目のイメージワードでデザインをランキング表示できるため目的に合ったデザイン候補の絞り込みが可能
- 大企業だけでなく、これまでデザイン開発に時間と費用をかけられなかった中小企業にもデザインの活用機会を提供している

▲サービスイメージ

［特徴］

- 消費者の好みでデザインを評価する「評価 AI」と、原案をパーツに分けて再生成する「生成 AI」が、評価と生成を繰り返し、デザインの改良と絞り込みに要する時間とコストを大幅に削減
- 従来 3 カ月ほどの期間が必要とされていたパッケージデザイン開発後半の調整過程（消費者調査と改良を繰り返す）を、1,000 分の 1 以下（約 1 時間）にできる驚異的な時間短縮
- 従来デザイン制作にかかっていた 200～500 万円程度の費用を、デザイン評価は使い放題で月 50～70 万円、デザイン生成で 1 回 30 万円という低予算で提供。デザイン評価だけなら 1 画像 1.5 万円
- 候補の絞り込みにあたって、数値化された客観的な判断材料を提供する
- デザイン開発の効率化と高度化に大きく貢献するサービスである



▲デザインがどのくらい消費者に好まれるか、デザインのどの部分が注目されているかを表示する評価 AI の好意度評価とヒートマップ

［サービスイノベーションの観点から］

デザイン開発にかかる時間と費用を大幅に削減する、パッケージデザイン AI という革新的で優れた価値提案を行い、企業が消費者の好みを反映したデザインをより活用しやすくする価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲生成 AI は、検討中のデザイン案を複数アップすると、パーツを組み替えてデザインをつくる

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	68 名
創立	1982 年
キーワード	デザイン、AI、市場調査
売上規模	1～10 億円

空間演出から VR（仮想現実）まで、多目的の香りとニオイの提供

プロモツール株式会社 （東京都）

［概要］

- 心地良い香りから臭い匂いまであらゆるニオイを活用した「香りによるビジネス戦略」を提案する
- 「香り事業」として下記サービスを展開
  <1> 香りでブランディング
  <2> 香りで空間デザイン
  <3> 匂いでセールスプロモーション
  <4> ニオイでエンターテインメント
- 多種多様なニオイの提供が可能。専属の調香師が対応

［特徴］

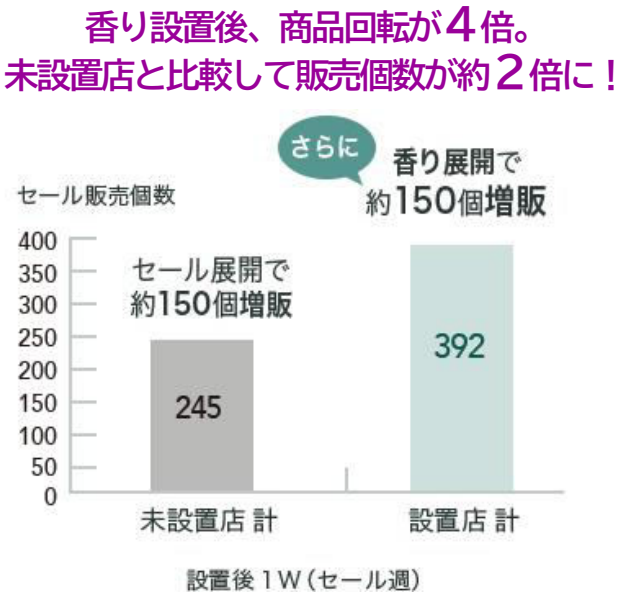
- 複数の調香師が在籍しており、様々な種類の香りやニオイをゼロから創ることができる
- 動物の糞の匂いや排気ガス、火事の匂いなど、ありとあらゆるニオイを提供可能。これらは展示施設やテーマパーク、映画館などで臨場感を高める効果がある
- 香りを流す各種の放香器を自社で開発・製造。用途に応じて放香器を使い分ける
- 心地良い香りのみを製造・供給するアロマ企業ではなく、“The Scent Technology Company”を標榜。臭い匂いも含めたニオイの総合プロデューサーである
- 日本航空の空港内ラウンジなどを代表例として、これまで 1,000 社以上の企業にサービスを提供している
- 2020 年上期には、新型コロナウイルス感染症の対策商品として、ウイルスを除去できる香り製品の開発に着手。100% 天然のブレンド精油「VB formula」を発売。日本各地の歯科医院やクリニックの待合室で利用されている
- 嗅覚を通して心身への様々な効果が期待でき、多くの企業から注目されるとともに、コロナ対策としても採用されている。VR 等の新技術とのコラボ等での成長性も期待される

［サービスイノベーションの観点から］

ニオイのサービス化で新市場を作り、空間価値と体験価値を高める提案を行っている。顧客接点からの価値発信を的確にとらえ、複数の調香師をかかえることによって、それを新たな提供価値共創につなげて、サービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都文京区
従業員数	22 名
創業	1999 年
キーワード	香りビジネス、臭い匂い、サプライズ
売上規模	1～10 億円



▲販売促進効果の例
首都圏総合スーパーでのカレー売場の場合

▲ニオイを拡散させる放香器の一例

▲香りサンプルを郵送できる香り DM「ムエカ」

「手ぶら登園」から始める、子育てを楽しむ仕組みづくり

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

BABY JOB 株式会社 （大阪府）

［概要］

- 「手ぶら登園」は、保育施設に直接メーカーから紙おむつとおしりふきを届け、定額使い放題の仕組みを構築したサブスクリプションサービス
- 毎日園児の名前を手書きして紙おむつを持参し、使用済みを持ち帰る保護者と、園児ごとに在庫管理をする保育士双方の負担を一挙に軽減することに成功している
- 子育てにおける古い常識や慣習にとらわれず、「すべての人が子育てを楽しいと思える社会」をめざしている

［特徴］

- 子育て中の「子どもと向き合わない時間」に着目
- ユニ・チャームとの提携で保育施設に紙おむつを直接配送する供給体制を構築
- 保護者の負担だけでなく、シンプルな UI で使いやすい在庫管理・発注システムなどで保育士の負担も軽減している
- 多様な対話の場を設けて社員の主体性を引き出し、社員の気づきや現場の声をチャットアプリで直ちに共有するなど、素早いサービス開発・改善につなげている
- グループ会社にて、保育所を 40 箇所以上運営していたため、改善策はすぐにテスト運用し、各現場にフィットするまで徹底して改善活動を行うことができた
- 2022 年には保育園探しを支援するサービス「えんさがそっ♪」をリリースし、ビジョンの実現に向けて事業を拡大
- 子どもを生み育てる豊かな環境づくりに貢献。女性活躍・少子化という社会課題の解決に資する社会貢献型事業の模範的なモデル
- 創発を起こす組織づくりという観点からも気づきを与える事例である

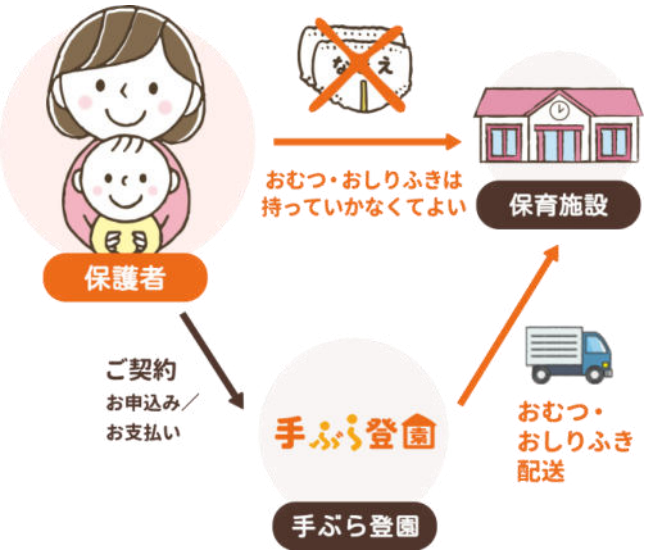
［サービスイノベーションの観点から］

保育施設に紙おむつを直接配送するサプライチェーンの構築により、手ぶら登園という革新的で優れた価値提案を行い、保護者と保育士双方に受け入れられやすくする多様な価値共創の仕組みを創り込んでいる。また、事業組織において、新しいサービスコンセプトを、すぐさまグループの保育施設で試行し、迅速に改善する仕組みを確立しており、顧客接点と事業組織、企業経営が、「すべての人が子育てを楽しいと思える社会」の実現という理念につながるサービスイノベーションとなっている

［組織データ］

所在地	大阪府大阪市淀川区
従業員数	52 名
創立	2018 年
キーワード	情報サービス、サブスク、子育て支援
売上規模	1～10 億円

▲サービスイメージ



▲手ぶら登園は保護者と保育士に時間とゆとりを提供する

▲2022 年 6 月にリリースした「えんさがそっ♪」
園探しから見学申し込みまで「保活」をサポートする

オンライン営業システム「bellFace（ベルフェイス）」

ベルフェイス株式会社（東京都）

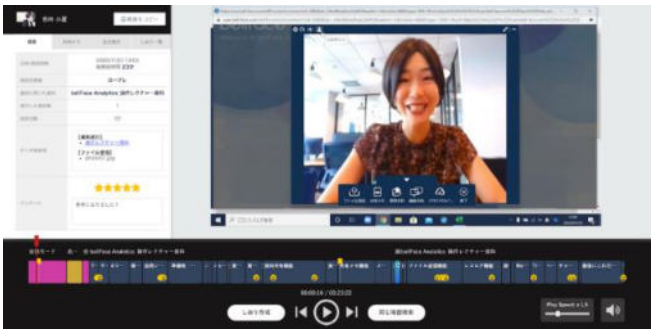
［概要］

- 電話と PC・スマートフォンを使って、簡単に資料や画面の共有ができるオンライン営業システム
- アプリインストールや URL 発行などの事前準備が不要。ネットが苦手な顧客も快適に利用できる
- 契約後は定着まで専属のカスタマーサポートが支援する
- 商談の映像や会話が記録され、それをチームで共有・分析することでスキルの向上やマネジメントの効率化が可能

▲接続イメージ

［特徴］

- アプリのインストールが不要な、簡単・便利なサービスを提供することで、ネットが苦手な顧客にも受け入れやすい
- 契約後、最短で契約翌日から利用可能
- 機能として、下記などがある
  - ① 名刺プロフィール機能　オンライン上で名刺が渡せる。アイスブレイクにも有効
  - ② シンクロプレゼンテーション機能　前に登録した資料を共有できる機能。画面共有ではないため、情報漏洩のリスク軽減、資料の一括管理が容易
  - ③ レコログ機能　商談内容を録画・録音し、データで保存・共有ができ、自動でテキスト化も可能。商談の振り返りだけでなく、教育やマネジメントにも活用できる
- これまで 3,000 社以上の営業組織の DX 支援をしてきたノウハウを活用し、専任者によるきめ細かな支援や、チャットやセミナーを通じた各種デジタル技術を活用した支援を行う。ツールの提供にとどまることなく顧客の課題解決に向けて伴走する
- セキュリティ国際規格 ISO27001（ISMS）認証および ISO27017(CLS)認証を取得。厳格なセキュリティ基準に則って運用を行うことで、大手企業や行政、金融機関などの導入実績を多数有する。特に近年は金融業界での導入が急増



▲商談での利用イメージ

▲電話の延長のような感覚で商談に入ることが可能

［サービスイノベーションの観点から］

営業のオンライン化に関する DX が期待される中、使いやすさやセキュリティ面など顧客の事前期待に対する深い配慮をベースにして、徹底した顧客満足にこだわってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	150 名
創立	2015 年
キーワード	情報サービス、オンライン営業、DX
売上規模	10～100 億円

契約マネジメントプラットフォーム「クラウドサイン」

弁護士ドットコム株式会社（東京都）

［概要］

- クラウドサインは、契約マネジメントプラットフォーム。「紙と印鑑」を「クラウド」に置き換え、契約作業をオンラインだけで完結できる
- 契約締結のスピード化とコスト削減を実現
- 電子署名法に準拠した、「いつ・誰が・どの契約に合意したか」を証明する厳格な電子署名とタイムスタンプを付与
- リモートワークの環境下においても契約書の証拠力を担保しながら、事業活動に重要となる円滑な契約業務を可能にする

［特徴］

- 紙と押印によるアナログな手法が根強く残る契約締結を、高い証拠力と安全性を保ちながら、リモートワークなどの新しい働き方を実現できる形に革新するサービスである
- 契約作業をパソコンだけで完結でき、スピーディで簡単便利なだけでなく、各種費用や保管コストも削減できる。過去の契約書の検索も便利
- これまで馴染みのなかった電子契約を、日本の商習慣に合わせて多数の導入企業の声を参考にしながら開発・改善を行う
- サービス拡大のため、初めてのユーザーにもわかりやすいUIを意識して開発
- 2万2千人を超える弁護士（弁護士の2人に1人）が会員登録する法律相談ポータルサイトである弁護士ドットコムが運営するサービスであるという安心感や専門性と、IT活用の利便性を組み合わせたサービスとして、130万社を超える企業に利用されている
- 大量の書類を振り分けが自動で可能になる、スマートキャビネットや、無権代理を防止する承認機能、監査ログ、シングルサインオンなど、大企業や自治体が求める内部統制・セキュリティレベルを満たす機能も搭載
- AIを搭載し、契約した書類や取り込んだ書類を瞬時に解析し、契約に関する情報のデータを入力し、契約管理の効率化を実現
- Web APIを搭載し、ワークフローサービス、ビジネスチャット、営業管理ツールなどと連携することで、自社で普段利用しているツールからも電子契約を操作したり、書類を保管したりすることができる

［サービスイノベーションの観点から］

契約に関わる紙の業務をデジタルに置き換えて圧倒的に便利で使いやすいサービスを提供。安心感や信頼感に支えられた、革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

▲利用の流れ。少ない手順で利用が可能

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	410名
創業	2005年
キーワード	情報サービス、業務工程見直し、効率化
売上規模	10～100億円

誰一人取り残さず、優しく迎えるバリアフリーな宿泊サービス

株式会社ホテル松本楼（群馬県）

［概要］

- 障がい者や高齢者、乳幼児連れのご家族、アレルギーの方、乳がん手術後の患者など誰もが旅行を楽しめるホテル
- 「あらゆる人に優しい宿」という目標設定のもと、ハード面・サービス面・従業員の心のバリアフリーを推進
- 食事面では、ハラルやベジタリアン、ヴィーガン、精進料理、刻み食、ミキサー食、低カロリー食、離乳食など幅広く対応

［特徴］

- 車いすで洗い場まで入れるバリアフリー貸切風呂、温泉付きバリアフリールームやキッズルームなど、ハード面のバリアフリーを推進
- 子どもの発育段階に合わせた 4 種類の離乳食や、通常のお子様ランチでは量が多い 1 歳半～3 歳児程度に向けた「年少さんランチ」など、顧客の要望に合わせた幅広い対応が可能
- 朝食バイキングでは、カロリー表示だけではなくヴィーガン、7 大アレルギーもわかりやすく表示
- 新入社員研修時から、目の不自由な方へのクロックポジション*を使っての料理提供など、旅行者が不便と感じる事を徹底的に学ぶ
- 従業員の幸福度を重視した「幸せセミナー」や、外部の旅館や取引先企業とゲーム感覚で経営を学ぶ「マネジメントゲーム研修」、ハラルおもてなしセミナーや手話など、研修を充実させて人材育成に取り組む
- 新入社員 1 人に対して先輩社員 1 人を付ける「エルダー制」を導入。離職率の低減に取り組む
- SDGsの考え方をもとに食品ロス、環境、水資源、廃棄物、顧客満足度からなる職域を横断した 5 つのグループに分かれて顧客の声を検討・分析し、サービスの改善や新しいサービスの開発を行う

［サービスイノベーションの観点から］

障がい者、高齢者、赤ちゃん連れ、アレルギー、ハラル、ヴィーガン、乳がん手術後の患者など、顧客の多様性に関わる課題が出てくれば、すぐさまそれに対応して、どんな顧客も取り残さず、優しく迎え入れるサービスを徹底している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、多様な価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	群馬県渋川市
従業員数	93 名
創業	1964 年
キーワード	ホテル・旅館、バリアフリー、SDGs
売上規模	1～10 億円

▲子どもの発育段階により 4 段階の離乳食を提供

▲社員研修では、手話や筆談する際のポイントを学ぶ

▲ホテル松本楼の外観

* クロックポジション　時計の短針が指している時間を伝えることで、視覚障がい者などと位置情報を共有できる手段

アタラシイものや体験の応援購入サービス 「Makuake」

第 4 回日本サービス大賞 経済産業大臣賞 受賞

株式会社マクアケ （東京都）

［概要］

- 新しいモノを作る前に売る「応援購入」のオンラインマーケットプレイス
- 新商品や新サービスを提供する事業者と応援の気持ちで先行購入する国内外のサポーターをつなぐ「応援購入サービス」を展開している
- 担当キュレーター制を設ける。個々のプロジェクトに伴走するキュレーターが、新商品の企画、マーケットデビューから、売上規模拡大まで一気通貫でサポートを行う
- 担当キュレーターは、サポーターから多くの応援が集まるよう、独自性・便益・必然性の観点で企画のストーリー化も支援
- 2021 年より、海外展開支援のためプロジェクトページの作成から決済や配送、カスタマーサポートまで一貫した支援を開始。日本各地からグローバルへの新たな商流の構築にも取り組んでいる

▲応援購入の仕組み

［特徴］

- 新商品開発のプロジェクト実行者（事業者）と、それを応援購入する国内外のサポーター（購入者）をつなぎ、新しいモノが次々に生まれる「0 次流通市場」を創出している
- 事業者はニーズに合わせて必要な分だけ作れるため在庫リスクなく新しいモノを生み出すことを可能としている
- キュレーションサポートや品質保証部による事前審査により事業者とサポーター間での価値の共創を支援している

▲マクアケの仕組み

［サービスイノベーションの観点から］

「応援購入」の仕組みという革新的で優れた価値提案を行い、それを担当キュレーターによるサポートや品質保証部による事前審査により価値共創を支援して信頼性を向上している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲マクアケ活用の流れ

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	約 200 名
創立	2013 年
キーワード	マーケットプレイス、応援購入、プラットフォーム
売上規模	100～1,000 億円

要介助の方、そのご家族、働く人も「自分らしく」を叶えるバリアフリー旅館

第４回日本サービス大賞 国土交通大臣賞 受賞

株式会社マザーズリヴ サポートイン南知多 （愛知県）

［概要］

- 介護福祉施設運営の知見を活かした、障がいや持病があっても安心して泊まれる、福祉特化型宿泊サービス
- 廃業旅館を改装して館内全てをバリアフリー化
- 車いすの乗り入れに対応するため、宴会場と客室には強化畳を採用
- 脱衣所から洗い場まで段差無しで入浴できる手すり・階段を備えた檜の湯や電動リフト式の浴槽も完備
- 常駐する介護福祉士・介護士が入浴・食事・排せつの介助サービスを提供
- 周辺施設とも連携し、障がい者就労支援も行う

▲リフト式機械風呂の利用の様子

［特徴］

- 障がいや持病があっても安心して泊まれる福祉サービスに特化している
- 介護施設の経験を活かしたヒアリングシートをもとに、予約時に各種病状や食事形態など配慮すべき点を細かく確認し、当日の顧客満足の最大化につなげている
- 顧客の咀嚼・嚥下機能によって刻み食やミキサー食を提供。障がいがある方も同行者と同じメニューを食べることができる
- 各所にスロープ・手すり・エレベーター・ユニバーサルトイレを設置するだけでなく、車いすの乗り入れに対応するため宴会場と客室には強化畳を採用。手すり付きの檜の湯の洗い場には柔らかい畳を敷くことで同行者が介助時に膝をついても負担にならないようにするなど、利用場面を具体的に想定して設備を整えている
- スタッフ比率の50%以上にあたる約6名の障がい者が勤務するなど、周辺施設とも連携して障がい者就労支援も行う
- 2022年8月には三重県津市の榊原温泉を福祉型滞在施設のコンセプトで運営開始。日本各地の衰退した観光地の活性化に活用されていく可能性がある

▲ミキサー食の提供例。全員同じメニューが食べられるように、すりつぶし方や盛り付けにも配慮している

［サービスイノベーションの観点から］

本格的な福祉特化型旅館という革新的で優れた価値提案を行い、施設利用前のヒアリングを徹底することで事前期待の可視化を行い、プロが的確に対応する体制を整えて当日の顧客満足を最大化している。事前期待の可視化を高い顧客満足度つなげてサービスイノベーションを実現している

▲「サポートイン南知多」の外観

［組織データ］

所在地	愛知県知多郡南知多町
従業員数	30名
創立	2011年
キーワード	ホテル・旅館、福祉特化旅館、バリアフリー
売上規模	1～10億円

六方良しの再生エネルギー流通プラットフォーム 「e.CYCLE」

株式会社まち未来製作所 （神奈川県）

［概要］

- 地方に多く存在する発電所の再生可能エネルギーの地産地消を促すと共に、余った電気を主に都市部の需要家へ流通させるサービス
- 産地や発電方法が特定できる再生可能エネルギーの調達手数料を都市部の需要家が負担し、得られた手数料の75%を「地域活性化資金」として発電所が存在する地域コミュニティに還元する

［特徴］

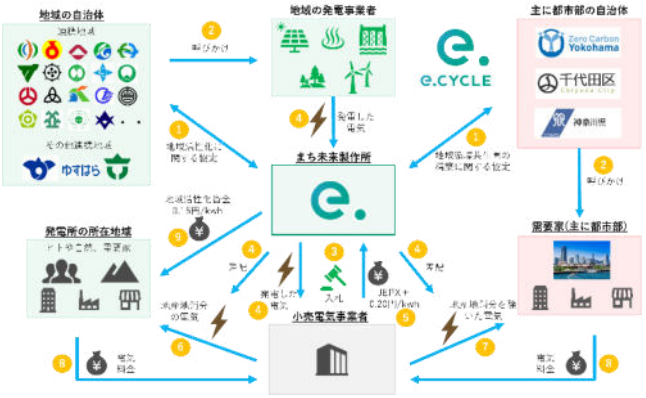
- 再生可能エネルギーの流通に関わる「①発電所の存在地域」「②電気を使う需要家」「③発電事業者」「④小売電気事業者」「⑤日本（環境問題対策等）」「⑥まち未来製作所」それぞれにメリットがある六方良しを目指す
- 「地域活性化資金」の還元方法は、「寄付」「投資」「融資」のいずれかとする。地域活性化に還元する方法は自治体と協議し実施
- 発電所ごとの発電量、卸販売先ごとの運用量、地産地消量なども共有する
- 非化石証書が付くという「環境価値」、〇〇県産の電気として表示できる「産地価値」、風力や水力などの発電方法を特定できる「特定電源価値」の 3 つの価値が付与された電気を、入札という手続きを経ることにより比較的安く供給

［サービスイノベーションの観点から］

非化石証書が付くという「環境価値」、〇〇県産の電気として表示できる「産地価値」、風力や水力などの発電方法を特定できる「特定電源価値」の 3 つの価値が付与された電気を、様々なステークホルダーの課題解決に寄与する公共性の高い仕組みで提供。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	神奈川県横浜市中区
従業員数	15 名
創立	2016 年
キーワード	情報サービス業、再生エネルギー、地域活性化
売上規模	10～100 億円



▲基本スキーム

▲市民風車なみまる（茨城県神栖市）

▲梼原町水力発電所（高知県梼原町）

スポーツ観戦が楽しめるお店を見つけられる「Fansta（ファンスタ）」

株式会社ＭＩＸＩ　（東京都）

［概要］

- 「Fansta（ファンスタ）」は、スポーツ観戦が楽しめる場を簡単に探し出すことのできるスポーツバー検索、予約サービス
- 「その日、お店はスタジアムになる。」がコンセプト。スポーツコンテンツで気の合う仲間と盛り上がるスポーツライブビューイングの文化と市場を創造する
- DAZN と提携し、同社と契約している飲食店をエリアや放映予定から検索できる。明治安田生命 J リーグ、AFC チャンピオンズリーグの試合情報を掲載（2023 年 2 月現在）

［特徴］

- 従来、商業施設におけるスポーツ観戦を実施する場合は、興行主催者および放送事業者等に対して都度申請が必要であり、その煩雑なルールや手間から、スポーツバーをはじめとした飲食店などでは店舗でのスポーツ観戦告知による集客が難しい状況であった
- 店舗（DAZN 商業施設利用契約者に限る）は、スポーツ観戦に特化した放映告知や視聴環境（席・観戦用モニター・店内の写真など）の情報掲載が可能
- 複雑になりがちな放映告知も配信予定一覧から選択するだけの簡単操作で実施できる
- スポーツファンに特化した集客を実現するため、プロスポーツチームや各種スポーツ系サービスと連携し、イベント開催や限定グッズプレゼントといったプロモーションを展開
- 新たな店舗像（スポーツ放映店舗）の提示を通じた“ふらりと店舗に入ってくる”需要の可能性を提案している
- スタジアム観戦、自宅観戦に継ぐ第 3 の観戦場所を創出。気軽にスタジアムに足を運べない子どもやその家族などに対し、スタジアムに行かなくても楽しめる新たなライブビューイングの機会を創出している
- スポーツイベント主催会社に対して、新たなファンとの関係づくりの場や応援ドリンクの販売など、新たな収益源の可能性を提示している

［サービスイノベーションの観点から］

これまで複雑で実現できなかった調整を間に入って行うことで、「飲食店」・「ライブビューイング権利所有者」・「スポーツファン」の三者が Win-Win-Win になる環境を提供している。革新的で優れた価値提案を行うと共に、三者の間での価値共創の仕組みの創り込みを適切に行うことによってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	1,452 名　（2022 年 3 月末現在、連結）
創業	1999 年
キーワード	情報サービス、ライブビューイング
売上規模	1,000 億～1 兆円

▲スポーツ観戦できる店舗の予約が可能

▲スポーツバーなどでの仲間と一緒にスポーツ観戦を楽しむ機会を創出

▲店舗管理画面

ベストプラン提案型AIシステム「MS1 Brain（エムエスワンブレイン）」

三井住友海上火災保険株式会社（東京都）

［概要］

- AIを実装した保険代理店向けの営業支援システム
- SFA（営業支援）機能や CRM（顧客管理）機能に、顧客ニーズを予測するビッグデータ分析を組み合わせている
- 保険代理店のスキル向上、業務サポートを通じて、お客様のニーズを的確に把握し、最適な商品やサービスの提供といった、質の高い顧客体験の実現に貢献する
- ネット契約手続き機能やメッセージの送受信機能など、非対面接客の質向上も可能とする

［特徴］

- 保険営業の標準化、オンライン化、個々の顧客特性に応じた提案内容と提案方法のパーソナライズ化を実装している
- 企業情報といった外部データ、2,200 万件の顧客データ、事故データなどを AI を活用して分析することで顧客の潜在的な要望を可視化
- 全国の優秀な保険営業の形式知をもとに、契約までの最適なプロセスを可視化
- 顧客属性に合わせてパーソナライズした動画が作成され、顧客にリスクをわかりやすく伝えられ、従来複雑であった保険商品の説明を簡易化
- 顧客情報をもとにおすすめの保険商品の選択肢を AI が営業担当者に提示。営業担当者の提案を支援する
- AI が営業担当者を補助することで、各顧客のリスクやニーズを正しく把握することが可能となり、顧客にとっても営業担当者にとっても最も重要な初回提案の質を飛躍的に向上させる
- 代理店経営者への経営支援（顧客分析や営業成績の可視化など）の機能も備える
- データ分析技術を応用し、機器の故障予測など RisTech（Risk×Tech、リスクをテクノロジーで解決する同社の造語）サービスも開始している
- アジア（フィリピン）への展開も始まっている

［サービスイノベーションの観点から］

蓄積されたビッグデータと長年の営業で培われた形式知を掛け合わせ、AI を活用して可視化することで保険代理店の顧客対応を飛躍的に向上させる仕組みを構築している。知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有して、サービスイノベーションを実現している

▲営業を支援する MS1 Brain と、顧客の利便性を向上させる MS1 Brain リモートの組み合わせで飛躍的に顧客体験を向上

［組織データ］

所在地	東京都千代田区
従業員数	13,453 名
創業	1918 年
キーワード	損害保険、営業支援システム
売上規模	1 兆円超

リアルでも EC でもない新たな買い物体験　「REV WORLDS（レヴ ワールズ）」

株式会社三越伊勢丹　（東京都）

［概要］

- 24 時間どこからでも、新宿東口の街の一部エリア（伊勢丹新宿本店～新宿アルタ周辺）と伊勢丹新宿本店などが再現されたメタバースの仮想都市にアクセスできるスマートフォン向けアプリ「REV WORLDS（レヴ ワールズ）」を運営
- 新しい顧客接点の場として、お客様のデジタル上の暮らしも豊かにすることを目指して 2021 年 3 月よりいち早くサービス提供を開始
- 顧客はアバターとして、仮想伊勢丹新宿本店で化粧品や食品などの買い物を楽しんだり、さまざまな出展企業のコンテンツを楽しむことができる
- 買い物をするだけでなく、自分らしくアバターを着せ替えたり、部屋のコーディネートを楽しむことができるほか、チャット機能を使用して友人や家族、初めて出会ったユーザーとも会話も楽しむことができる

［特徴］

- チャット機能を用いての対話や、販売員を 3D スキャンして作成したアバタースタイリストによるお出迎えなど、オンラインでありながら人とのつながりを感じられる買い物体験を提供
- 従来の EC では提供できなかった「誰かと一緒に買い物をする」という体験を提供。また、思わぬ商品やコトに偶然出会える「リアル」の体験価値と、時間や場所に制約のない「バーチャル」の良さをかけ合わせた体験価値を提供
- 従来の EC と比較して、空間やゲーミフィケーションを活用してブランドの世界観を表現したり、商品の使用シーンを想起させる立体的な表現が可能
- 実際の伊勢丹新宿本店で開催される催し物と連動してバーチャル上でも開催。「サロン・デュ・ショコラ」「クリスマスキャンペーン」など人気のイベントや、ラグジュアリーブランドと共創したメタバース上での特別な顧客体験を提供。リアル、EC、メタバースの顧客接点を最適に組み合わせることで、出品企業・イベントと顧客との関係性を総合的に上げることができる
- ゲームユーザーだけでなく、非ゲームユーザーでゲーム操作に慣れていない方など、顧客目線の使用感を念頭に開発。品揃えの豊富さや、頻繁にイベント開催を行うことからアーリーアダプターだけでない層にも受け入れられている

［組織データ］

所在地	東京都新宿区
従業員数	4,331 名
設立	2011 年（三越伊勢丹）
キーワード	百貨店、社内起業、メタバース
売上規模	1,000 億～1 兆円

- 2018 年から立ち上げた社内起業制度を発端に事業化。ビジョン実現のため、CG 制作も内製化。外部の開発パートナーとともに高品質なグラフィックを実現
- 今後は、デザイナーがアプリ上のアバターで新しいデザインの服をテストしてみるなど、ファッションの可能性をアプリならではの手法で広めていく活用も期待できる

［サービスイノベーションの観点から］

優れたグラフィックで丁寧に世界観を創り込み、EC の利便性とリアルの体験価値を複合した買い物体験を提案している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲実際のスタイリストを CG 化している。リアリティが高い

▲単に「商品を入手する」のではない新しい買い物体験を提供している

多様な社会に医療通訳が活きるプラットフォーム 「mediPhone」

第４回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

メディフォン株式会社（東京都）

［概要］

- 外国人の医療に特化した多言語通訳サービス
- 医療サービスを受けたい外国人は、31 言語の医療通訳者に遠隔でアクセスしコミュニケーション支援を依頼できる
- 言語障壁なく誰もが適切な医療を受けられるようにするため、医療機関、保健所、薬局などに展開することで医療を取り巻く周辺領域まで包摂している
- 医療通訳者の実績やスキルをデータベースで管理し、対話を想定したユースケースによる研修を充実させるなどの管理・人材育成を行い、医療通訳の質向上を実現

▲サービスイメージ

［特徴］

- 日本語が不得意な外国人生活者と医療機関に、言語による医療格差の解消を支援する
- 電話・ビデオを通じた医療通訳機能や機械翻訳機能、翻訳チャット機能などを搭載した固有のウェブアプリケーションとネイティブアプリ
- 従来はボランティアがほとんどであった医療通訳者に報酬を与える「働く場」を創設
- 新たな疾病など共有すべきユースケースを対話形式でまとめて共有し、動画閲覧やロールプレイングで学習する仕組みを構築し、医療通訳者の質の向上にも取り組む
- 医療機関だけでなく、社会ニーズに応えて保健所、調剤薬局までをも包摂
- 予防医療の新たなサービス(mediment)を拡充するなど、言語にかかる「医療格差の解消」を、医療を取り巻くバリューチェーン全体へもたらすことが期待される

▲利用画面の一例

［サービスイノベーションの観点から］

日本語が不得意な外国人や医療機関の、言語による医療格差を解消するネットワークサービスという革新的で優れた価値提案を行い、医療機関だけでなく周辺領域まで包摂するとともに、従来ボランティアが多かった通訳者をプロフェッショナル化させ、研修機能や評価機能を充実させて医療通訳の質の向上を図るなどの価値共創の仕組みを創り込むことによって、サービスイノベーションを実現している

▲人事労務担当者向けクラウド健康管理システム「mediment」。ストレスチェックの多言語実施や産業医面談の多言語通訳などのサポート体制を有する

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	60 名
創立	2018 年
キーワード	医療サービス、医療通訳、オンライン
売上規模	1～10 億円

リモートでの従業員向け メンタルヘルス予防の標準化サービス

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 審査員特別賞 受賞

株式会社メンタルヘルステクノロジーズ / 株式会社 Avenir （東京都）

［概要］

- 労働安全衛生法に基づく産業医および産業保健師などによる役務提供サービスに、メンタルヘルスに特化したクラウド型サービス「ELPIS シリーズ」を組み合わせた健康管理業務のアウトソーシングサービス「産業医クラウド」を、低価格・高品質にワンストップで提供する
- 産業医のスコアリングによりスキルを可視化し、産業医業務を標準化している
- メンタルヘルスケアの「課題解決型運用」への支援が特徴である

▲サービスイメージ

［特徴］

- メンタルヘルスケアと産業医供給での構造的課題に対するワンストップの価値提案を行う
- 法令順守に向けた必要最低限の対応である「形式運用」から、従業員のメンタルヘルスケア、健康問題の積極解決を目指す「課題解決型運用」への転換を支援する
- 課題解決に長けた産業医・産業保健師による役務提供サービスと従業員の心身の健康管理に資するクラウドサービスである「ELPIS」の組み合わせにより、コストを抑えたメンタルヘルス予防体制の構築に貢献している
- 個人に依存していた産業医サービスのチーム化も行う
- 産業医にしかできない業務を明確化し、それら以外の業務をクラウドサービスや請負で代替する
- サービスを利用する企業の健康経営の推進や従業員の働きがいや働きやすさの向上に貢献
- 同社の産業医での取り組みは、専門性の高い人材を活かすためのサービスモデルとしても参考になる

▲産業医および産業保健師等による役務提供サービスと従業員の心身の健康管理に関する各種クラウド型サービスをパッケージ化して「産業医クラウド」として提供

［サービスイノベーションの観点から］

産業医にしかできない業務を明確化して、それら以外の業務をクラウドサービスと請負で代替。加えて、産業医のスコアリングによるスキル可視化、ニーズの異なる企業規模に合わせたサービス構成などを通じて、高品質なサービスの継続提供を可能にしている。新たなサービスコンセプトを適切に評価して、知識・スキルを体系的に蓄積し、全社で共有してサービスイノベーションを実現している

▲厚生労働省の推奨するメンタルヘルスケアの手法としての「4 つのケア」の実現を目指す

［組織データ］

所在地	東京都港区
従業員数	92 名
創立	2011 年
キーワード	情報サービス、産業医、メンタルヘルス
売上規模	10～100 億円

食の流通 DX による「無理なく、楽しく、おいしく」つながる地域OS

やさいバス株式会社（静岡県）

［概要］

- 農業、漁業、畜産業の「生産者」と小売業者や外食店といった「購買者」をつなぐ、青果流通のマッチングプラットフォーム
- 地域に「バス停」と称する集配場所を設置。「バス停」を「やさいバス」と名付けた冷蔵車が巡回する共同配送の仕組み（地域 OS、Operating System）を運営する
- 出荷者は予め登録した最寄りの「バス停」に出しに行き、配送。購買者は最寄りの「バス停」で商品を受け取る
- 直売所や道の駅、青果店、商業施設内の専用コーナー、農家の軒先、鉄道駅、卸売業者の倉庫などが「バス停」となっている
- 受発注、共同配送物流の運営、決済は全て Web 上で行う

［特徴］

- バス停での受け取りという、ラスト 1 マイルの配送を行わない青果流通の仕組みを構築
- ラスト 1 マイルの配送を行わないことにより、宅配で届けるよりも運送料は 8 割程度安くなる
- 登録料、年会費はなし。購入（出荷）毎に、購入者は商品代と送料を負担。出荷者は、販売手数料として 15%を負担
- 伝票処理などの間接業務は、IT を用いて圧縮しているため、生産者への負担軽減（販売手数料 15%）を実現。生産者の収入向上に貢献
- ITシステムはグループ内で開発しているため、素早い改善が可能
- 同一生産者からのまとめ購入、予約・自動発注機能、同一品目の定期発注機能を備えるなど、利便性を充実させてきている
- 地産地消、かつプロの生産者と長期的に付き合いたい購買者の期待に応えるサービス

［サービスイノベーションの観点から］

ラスト1マイルの物流を生産者と購買者が負担することで分散されたハブの間での共同配送を行うという、購買者の共感を得て成立するモデルを実現している。革新的で優れた価値提案を行い、顧客が受け入れやすいように、生産者、購買者双方に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している事例である

［組織データ］

所在地	静岡県牧之原市
従業員数	16 名
創立	2017 年
キーワード	農産物流通 DX、プラットフォーム、地方創生
売上規模	1～10 億円

▲サービスの流れ

▲既存店舗内での設置例

「よなよなエール」で顧客と共創　クラフトビール製造エンタメ事業

株式会社ヤッホーブルーイング（長野県）

［概要］

- ミッションは、「ビールに味を！人生に幸せを！」。自社の事業領域を「ビールのメーカー」ではなく「ビールを中心としたエンターテインメント事業」と位置づけている
- 個性あるクラフトビールの製造に加え、「顧客とのつながり」「ファンとの共創」に注力
- スタッフが自ら計画・実行する「よなよなエールの宴(うたげ)」などのファンイベントを通して、社員の働きがい向上、顧客満足の追求、ファンとの共創の好循環を生み出す

［特徴］

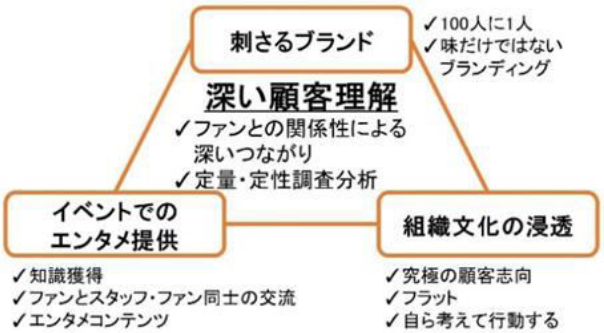
- 製品開発では、マス顧客向けではなくターゲット顧客を絞り込み、デプスインタビューをはじめとした徹底した調査分析を実施。味わいだけでなくネーミング、パッケージデザイン、プロモーション施策含めて、顧客インサイトを捉えた「狭く深く刺さるブランド」を創り込む
- 長期的に顧客との関係性を深めることを重視し、大小様々なファンイベントを開催
- 一般的なメーカー主催のイベントでは広告代理店や外部スタッフを活用し、自社社員の関わりは薄いが、同社のイベントはほぼ全て社員が自ら企画から運営までを担当
- イベント自体の短期的な売上獲得は重要視せず、「顧客満足」「熱狂度」「推奨度」を KPI として設定。イベント自体の収益は赤字となることも多い
- ファンの方々との交流を通して、機能的な価値だけでなく情緒的な価値を訴求し、製品・企業ブランドへの愛着向上を図る
- 様々な交流の機会を通して消費者目線のフィードバックを得て改善や新規コンテンツの開発に役立てるだけでなく、社員のエンゲージメント向上につながっている
- 「ファン宴」「超ファン宴」など、ファンが自らファンイベントを開催するという新しい関係性も生まれている

［サービスイノベーションの観点から］

標的顧客のインサイトを顧客が自覚していない部分も含めて深く捉えた製品を開発し、イベントなどの交流機会を通じて、顧客と社員が立場・役割を超えた高度な共創関係を創り上げている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

▲個性豊かな現在のクラフトビールの製品例

▲5,000 名が集った「よなよなエールの超宴」



▲事業の概念図

［組織データ］

所在地	長野県北佐久郡軽井沢町
従業員数	202 名　(2023 年 2 月現在)
創業	1997 年
キーワード	製造(ビール)、顧客満足、ファンづくり
売上規模	非公開

地域課題を解決する事業をデザインし、次世代がときめく地域社会を提案

第 4 回日本サービス大賞 地方創生大臣賞 受賞

ヤマガタデザイン株式会社 （山形県）

［概要］

- 山形県庄内地域において、固定概念にとらわれない独創的・革新的な発想で、地域資源に新たな光を当て、観光、教育、人材、農業の 4 カテゴリーで民間主導による街づくり事業を展開している
- 日本の地方都市が抱える共通課題の解決を目指し、地方の活性化に寄与する多様なサービスを通じて、社会に新しい価値を提案している

［特徴］

- 田んぼの中に佇むホテル「スイデンテラス」、教育施設「KIDS DOME SORAI」、有機農業の経営/栽培体系の確立「ヤマガタデザインアグリ」、自動抑草ロボット“アイガモロボ”の開発「有機米デザイン」、山形庄内地方に特化した就転職サイト「ショウナイズカン」、フリースクール「SORAI SCHOOL」、売り上げを教育に活用する再エネ事業「SORAI ソーラー」の事業を展開
- 民間のデザイン力と実行力で、地域資源の魅力を活かし、地域に革新をもたらす価値提案を次々に行い、それぞれの事業で成果を収めつつ、新たな雇用を生み、定住者を増やしながら、地域のステークホルダーとともに課題解決を加速させる挑戦を続けている
- 特に「スイデンテラス」による、ここでしか味わえない宿泊体験は、訪れる人々を魅了している。地域住民から“何もない場所” “誰も来ない”と言われた山形庄内の「田んぼ」の風景にこそ本質的価値があるとする逆転の発想によるブランディングで、内外に多くの気づきとインパクトを与える

［サービスイノベーションの観点から］

民間企業の牽引力で、地域資源の魅力を活かし、地域に革新をもたらす地域創生の価値提案を次々に行っている。その中から、地域住民からも“何もない”“誰も来ない”と言われた場所で、地域資源である田園風景に新たな光を当てた、「スイデンテラス」ホテルサービスを生み出し、幅広い顧客にここでしか味わえない宿泊体験を提供。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	山形県鶴岡市
従業員数	151 名 （4 社合計）
創立	2014 年
キーワード	不動産、まちづくり
売上規模	1～10 億円

▲提供するサービスの一例

▲展開する事業の全体像

▲「ショウナイズカン」のノウハウや仕組みを全国に展開し、地域主導で UI ターンを創出できるようにサポートする「チイキズカン」プロジェクトも展開

競技場へ声援を送る！競技場で実況を聞く！「Remote Cheerer powered by SoundUD」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

ヤマハ株式会社 （静岡県）

［概要］

- 音響技術とクラウドの組み合わせにより、遅延なく音声を届けることができる
- ファンがスマホの操作で競技場のスピーカーを通じ、選手に声援を届けることができるサービス
- 選手のモチベーションを上げるだけでなく、ファンの声援の可視化を通して、スポーツ業界全体の再活性化に貢献
- 新型コロナウイルス蔓延を機に生まれたサービスではあるが、アフターコロナを見据え、スマホで実況を聞けるサービスも展開中
- 競技場でも実況を楽しめるようになり、自宅で観戦するだけだったライト層が競技場に来るきっかけを創出
- 世界最大のスポーツメディア DAZN とも連携

▲サービスイメージ

［特徴］

- ヤマハの音のユニバーサルデザインの追求という骨太の技術的取り組みから、新たなスポーツ観戦方法を生み出す
- コロナ禍で競技場へ行けないファンが、リアルタイムに声援を届けられる仕組みにより、会場のファンと遠隔のファンが一体となって盛り上がることができる
- コロナ禍以降は、自宅にいるとき同様に戦況や戦術などの実況解説を競技場にいても遅延なく提供できる仕組みにより、ライト層も競技場で一体となって盛り上がることができる
- SoundUD * の理念のもと、音響技術をクラウド環境下で活かす取り組みとしてファンの声援の可視化を推進
- 単に選手に声援を届けるだけでなく、多くのスポーツ事業者やスポーツメディアを巻き込み、新たなファンマーケティングやサービスを生み出している
- ファン、選手、スポンサー、メディアなどの間で様々な価値共創を誘引している

▲試合中のアプリ画面。左:音声配信の画面、中央･右:応援画面

［サービスイノベーションの観点から］

同社が培ってきた音のユニバーサルデザイン技術を活用して、スポーツの新たな観戦方法である「Remote Cheerer」という革新的で優れた価値提案を行い、会場でも自宅でも変わらない体験と一体感を生み出す、多様な価値共創の仕組みの創り込みを行い、サービスイノベーションを実現している

▲専用アプリを入れたタブレットを、試合会場の音響設備に繋ぐだけで会場に音声を届けられる

［組織データ］

所在地	静岡県浜松市中区
従業員数	28,758 名
創立	1887 年
キーワード	製造（音響機器）、リモート参加、ユニバーサルデザイン
売上規模	1,000 億～1 兆円

* UD　Universal Design（ユニバーサルデザイン）の略。年齢や障がいの有無にかかわらず、全ての人が使いやすいように工夫されたデザイン

日本映画文化を守り、そして攻める！エンタメ体験サービスの提案

ユナイテッド・シネマ株式会社（東京都）

［概要］

- ユナイテッド・シネマ、シネプレックスなどを運営する映画興行会社。全国に44劇場、399スクリーンを展開する（運営受託含む）
- 映画を見るだけでない映画館の新しい体験価値や映画館に来ない方へも提供できる体験を提案
- 「日本独自の映画文化」の昇華を目指して挑戦を続ける

［特徴］

- 映画ファン、映画館に来る機会の少ない方それぞれが受け入れやすいサービスを提供
  - ① 映画ファン向け ： 「4DX」「IMAX」「ScreenX」「プレミアム・ダイニング・シネマ」など
  - ② 映画館に来る機会の少ない方向けの安心サービス ： 「抱っこ de シネマ」、「家族 de シネマ」、「みんな de シネマ」など
- 映画館での鑑賞外でもサービスを提供
  - ① グッズの積極展開 ： グループ企業の資源を活用し、映画関連の独自商品や話題の商品を独自仕入。楽しかった思い出をお土産として提供
  - ② 美味しいポップコーンの提供 ： 2017 年に原材料の選定、レシピの改定、2019 年には開店前の劇場でポップコーン専用の機械を使用し製造したでき立てのポップコーンを提供するようオペレーションを変更するといった専門店並みのこだわりで改善
  - ③ フードデリバリー ： 映画鑑賞者の約半分が食するポップコーンなどを自宅でも提供できるようデリバリーを開始（UberEats で注文可能）。自宅での映画鑑賞の際の雰囲気づくりに貢献する
- 配給会社と連携していない独立系の興行会社として、「私たちはエンタテインメントを通じて“みんなと暮らすマチ”を幸せにします」という企業理念に向けて、エンタメ体験を最大限にするべく様々な挑戦を継続している

［サービスイノベーションの観点から］

「ユーザー360 度エンタメサービス」のビジョンのもと、保有資源を活用しながら、映画館の利用価値を高める革新的で優れた価値提案を次々と生み出して、サービスイノベーションを実現している

▲ユナイテッド・シネマ・キャナルシティ 13（福岡）で実施している「プレミアム・ダイニング・シネマ」。映画を見ながら食事とお酒を注文して楽しむことができる日本初の試み

▲普段映画館を使用しづらい層にも受け入れやすいサービスを展開

［組織データ］

所在地	東京都品川区
従業員数	約 2,000 名 （2022 年 7 月現在）
創業	1999 年
キーワード	映画館経営、カスタマイズ
売上規模	100～1,000 億円

「IT × 人」で企業間取引を DX 化　B2B 受発注プラットフォーム「アイミツ」

第 4 回日本サービス大賞 優秀賞 受賞

株式会社ユニラボ（東京都）

［概要］

- 「何かを発注したい企業」と「案件を受注したい企業」を効率的かつ適切につなぐ、B2B の相見積りプラットフォーム
- 日本におけるほとんどの役務領域を包括する
- 発注者は無料で使用でき、目的に合う条件の企業の探索をコンシェルジュが支援する
- 「アイミツ」に加え、長期継続的に企業を支え続ける会員制のクラウドサービス「アイミツ CLOUD」も 2021 年度から新設・発展させている
- 企業間取引の DX 化により、受発注業務を革新し、生産性向上に寄与

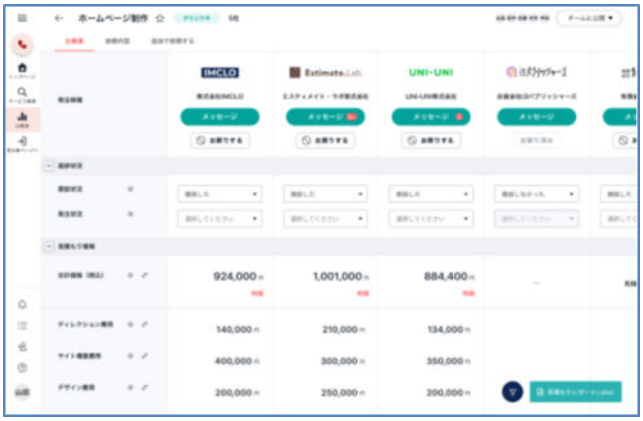
［特徴］

- これまで企業間取引の課題であった下記の 3 点を解消する革新性を有する
  ❶受注側の強み・弱み、実績、価格など、選定・発注時に必要となる情報の未整理性
  ❷多重下請け構造による価格体系の不透明さ
  ❸大手事業者以外の企業・サービス情報の埋没
- サービス内容・価格・実績・地域など、様々な比較軸で発注先候補を絞りこめるプラットフォームを提供
- 「コンシェルジュ」と呼ぶ担当者が仲介し、発注側と受注側をマッチングする。受発注内容の具体化・明確化を支援、主として発注先候補選定までを支援する
- 発注側が知見のない分野での手間も、コンシェルジュが仲介に入ることで解消することが可能
- 企業側は、営業面での人的・資金的負担の軽減というメリットが得られる。従来ではリーチできなかった新規顧客の獲得や効率的な営業による販路拡大を期待できる
- 中小零細企業から上場大企業まで、商材を持ち寄ったビジネスマッチングや受発注をスマートに革新するプラットフォームを目指す

▲カテゴリーの掲載例（一部）。検索も容易な画面設計

［サービスイノベーションの観点から］

受発注プラットフォームという価値提案を、コンシェルジュサービスを組み合わせることで、発注者、受注者双方に受け入れられやすいように仕組みを創り込んでいる。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲見積先の一覧比較が可能な「アイミツ CLOUD」の画面例

［組織データ］

所在地	東京都品川区
従業員数	187 名
創立	2012 年
キーワード	情報サービス、BtoB マッチング、コンシェルジュ
売上規模	10～100 億円

オンラインフィットネスという新たな顧客体験で日本を健康に！

株式会社ルネサンス（東京都）

［概要］

- 全国 100 店舗以上のスポーツクラブを運営するルネサンスが展開するオンラインレッスンサービス
- ヨガ、ピラティスなどの人気プログラムに加えて、幼児向けやシニア向けのオリジナルプログラムをライブもしくはビデオ配信
- 店舗会員向けの無料プランもある
- コロナ禍で運動の機会が失われ、健康や体調不安が高まりつつあった顧客に向けてサービスを開発。元々は店舗会員向けのサービスだったが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けてタイミングよく迅速に対象顧客を一気に拡大した

［特徴］

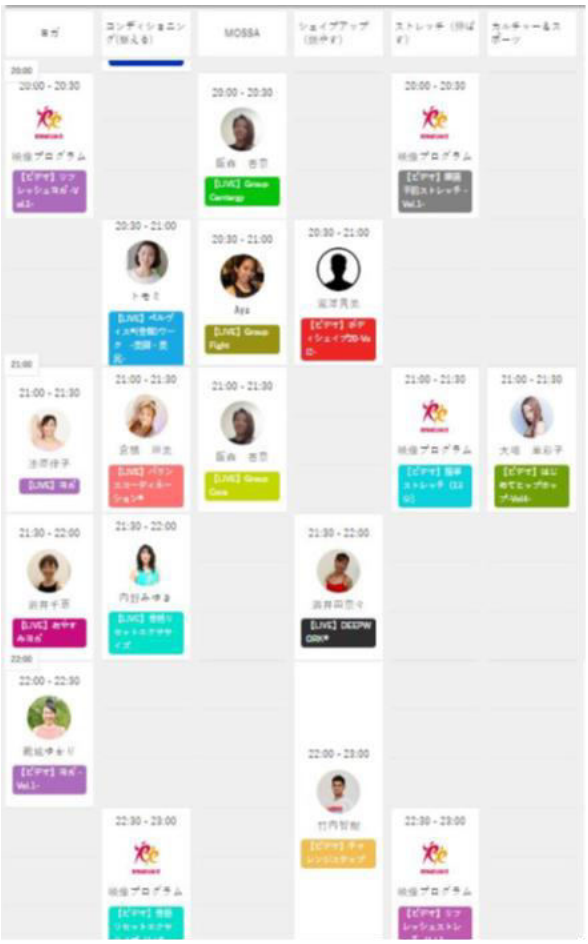
- 体力に自信の無い方、実店舗になじめなかった方、実店舗の無い地域に転勤・引っ越しとなった方、産休・育休中の方など、利用者層の拡大につながった
- 自宅だけでなく、出張先のホテルからも参加できるなどの場所を選ばないメリットも生まれた
- 実際のスタジオでは展開しにくかった「顔すっきりヨガ」や「歌うボイスエクササイズ」などの新たなプログラムも展開
- ニックネームを用いての声掛けやチャット、体験投稿など、これまでの実店舗では無かった手法でコミュニケーションが取れる。実店舗ではインストラクターに声を掛けづらかった顧客も気軽に交流することができる
- 実店舗で課題となっていた「スタジオ利用者の定員管理」や「レッスン前にスタジオ前で並んでしまう」といった課題を、オンラインレッスンで導入したシステムを転用し、解消。予約システムが統合されたことでシームレスにオンラインとオフラインのレッスンを予約できるようになった
- フィットネスクラブを来館だけのサービスから脱却させ、実店舗と統合して利用者の価値向上を図る

［サービスイノベーションの観点から］

コロナ禍に生まれたオンラインサービスから得られた様々な知見や反応を活かしながら、店舗会員の標準付帯サービスとして組み込み、リアルとオンラインを統合させ、付加価値・収益性を高めようとしている。顧客接点から得られる新たな着想やアイデアを適切に事業組織に伝達して、店舗事業で獲得した知識・ノウハウを活用することによって持続的なサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都墨田区
従業員数	1,454 名 （2022 年 3 月末現在）
創業	1979 年
キーワード	フィットネス、健康増進、オンライン
売上規模	100～1,000 億円



▲多様なオンラインプログラムを用意する

▲ビデオレッスンは、早朝・深夜など時間を選ばず利用できる

▲オンラインレッスンの例。子どもも一緒に参加できる

会話のブラックボックス解消！ 音声解析 AI 搭載電話 「MiiTel（ミーテル）」

株式会社 RevComm（レブコム）（東京都）

［概要］

- 電話応対品質を改善することが可能となるセルフコーチングツール『音声解析 AI 搭載 IP 電話「MiiTel」』
- 自動録音、文字起こし、音声解析 AI、SFA * 連携により、電話応対の内容を可視化
- 文字起こし機能により電話対応後の応対内容の記録の手間も低減
- 話速、talk・listen（トーク・リッスン）比率、ラリー回数、被せ率、沈黙回数などを AI が自動で分析し、フィードバックを得ることで自身の応対を振り返り、セルフコーチングに活用することができる

＊SFA　Sales Force Automation の略。営業支援システムを指す
営業活動の効率化、見える化などの効果が期待されている

［特徴］

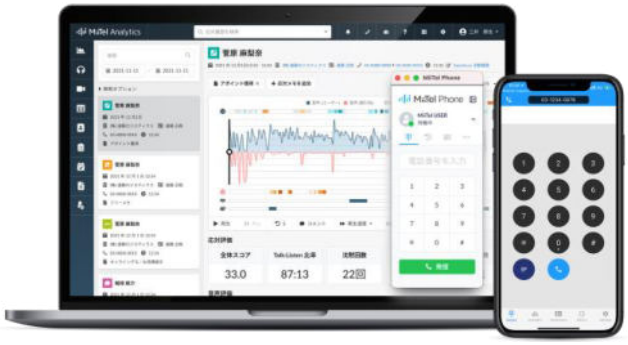
- 従来、ブラックボックス化が課題であった営業やコールセンターの電話対応を即座に可視化することで、自身の活動の振り返りや他者への共有を容易にすることが可能
- セルフコーチングだけでなく、優秀な担当者の事例を共有するなどの活用方法で生産性向上を図ることができる
- 労働状況の把握が困難なリモートワーク環境下においても行動ログを可視化することができる
- ①通信、②人工知能（音声解析エンジン）、③既存サービスと API 連携可能なウェブアプリケーションの 3 つの技術で構成され、全て自社開発である。ビジネス領域に特化した音声解析エンジンが強みとなっている
- 属人的になりやすい営業組織に着目し、電話対応を可視化して生産性の高い組織を作ることで、日本の労働力人口減少問題への貢献を目指す

［サービスイノベーションの観点から］

従来ブラックボックスであった電話での顧客対応の品質やスキルを見える化し、セルフコーチングツールを提供することで営業やコールセンターの生産性向上に寄与している。革新的で優れた価値提案を行ってサービスイノベーションを実現している

［組織データ］

所在地	東京都渋谷区
従業員数	192 名 （2023 年 3 月現在）
創業	2017 年
キーワード	デジタルコーチング、音声解析
売上規模	10～100 億円



▲IP 電話は、インターネット回線を活用した電話サービス。
オフィスでも在宅でも同じ番号で架電・受電できる

▲主な機能の例

ファンとの共創で顧客を拡大　ワークマン流ユーザー・イノベーション

株式会社ワークマン（群馬県）

［概要］

- 個人向け、低価格、高機能の商品で、現場作業や工場作業向けの作業服及び関連商品の専門店として日本最大手
- SNS のクチコミからアウトドアなどでも利便性が高いことが発信され、本来想定していたユーザー以外のカジュアル志向の顧客にも市場を拡大
- 製品のデザインを改良したり、アウトドアやバイカーなどに最適化した製品の開発に取り組む
- 「ワークマンプラス」「#ワークマン女子」といった新業態の店舗を構えて、作業員以外の新たな顧客層を取り込む
- ワークマン製品が好きで継続して製品を発信してくれる人、専門分野に精通していて製品開発に助言をくれる人、ワークマンを応援してくれる人を対象に「ワークマン公式アンバサダー」を認定
- アンバサダーを通して SNS での発信力を高めるとともに、より強く第三者の意見を反映した製品開発に取り組んでいる

▲公式アンバサダーである日本を旅するうめのさんとの打ち合わせの様子

［特徴］

- キャンプ好きのインスタグラマーが溶接用の耐火性の高い服を紹介しており、売上が向上したことからアンバサダー制度に着目
- 現在はキャンプ、バイク、ガーデニング、釣りなどそれぞれの専門分野を持つ約 40 名の公式アンバサダーを認定
- アンバサダーには金銭的な報酬はなく、第三者目線で自由な発信を促す
- 単に情報発信をしてもらうだけでなく、開発段階から密に関わってもらうことで、深くユーザーの意見を反映した新製品の開発を行う
- 数々のヒット商品の開発につなげて、顧客の満足度を高めている

▲アンバサダーのそれぞれの専門分野の知見を活かして製品開発につなげている

［サービスイノベーションの観点から］

作業服以外のカジュアルユースへの急速な市場拡大の動きを受けて、顧客の代表であるアンバサダーの声を深く反映した機能性とデザイン性の高い製品を、自社発信だけでなく第三者の声を広く活用して発信し、顧客の豊かな事前期待を形成している。高い顧客満足度の評価を優れたサービスにつなげてサービスイノベーションを実現している

▲製品の機能性を実演するため、暴風雨雪の荒天を再現したり、火を用いたりする「過酷ファッションショー」という独自の取り組みを展開している

［組織データ］

所在地	群馬県伊勢崎市
従業員数	349 名
創立	1979 年
キーワード	小売（衣服）、アンバサダー
売上規模	1,000 億～1 兆円

公益財団法人日本生産性本部
サービス産業生産性協議会

東京都千代田区平河町 2-13-12
https://www.service-js.jp/
service-js@jpc-net.jp