

## 優れた価値共創でサービスの生産性向上を

昨年の今ごろは、COVID-19の急激な拡大に伴い、緊急事態宣言が日本全国に出され、不要不急の外出自粛を余儀なくされた。その後1年間にわたり、COVID-19の存在は社会全体に大きなインパクトを与え、多くの経済活動が停滞したが、とりわけ影響が大きかったのが、観光・宿泊業、飲食業、運輸業、エンターテインメントなどのサービス業であった。もちろん、IT産業やゲーム産業など、サービス業のなかでも好調な業種もあり、明暗が分かれてしまった格好だ。ただ、好調・不調それぞれの業種のなかにも、企業ごとの優勝劣敗もある。その要因はさまざまであろうが、一つのキーワードとして「価値共創」を挙げておきたい。

昨年10月に、第3回「日本サービス大賞」が発表され、内閣総理大臣賞のコマツの「スマートコンストラクション」をはじめとする各種大臣賞18件、優秀賞12件の、計30件もの優れたサービスが受賞した。筆者自身もその選考に関わらせていただいたこともあり紹介させていただきたいのだが、今回の日本サービス大賞の選考にあたっては、村上輝康委員長のリーダーシップのもと、サービスロジック（サービス学）の考え方を念頭に置きつつ、「革新的な優れたサービス」が選ばれた。サービス・ドミナント・ロジックの考え方によれば、世の中で行われる経済活動はすべてサービスと捉えられ、価値は送り手である企業によって生み出されるものではない。企業にできるのは顧客に価値を提案することだけで、価値は受け手である顧客とともに生み出される。日本サービス大賞でも、企業側が優れたイノベーションを起こした経緯を持つというだけでなく、サービスイノベーションが継続する、サービスの送り手と受け手の「価値共創」の達人を選抜したということである。

第3回日本サービス大賞への応募事業者の募集および審査は、まだ新型コロナ危機の影も全く見えない2019年秋から始められたのだが、どの受賞企業も2020年春以降のコロナ禍においても、窮地に陥ることなく、しっかり事業を継続している。なお、受賞企業は大企業だけでなく、30件のうち8件は従業員数50人以下の中小事業者である。

需要が急激に落ち込んでしまった一部の業界では今後も難しい企業経営が続くと思われるが、サービス業をはじめとする多くの企業においては、受賞企業が取り組んできた「価値共創」を参考にいただき、自社と顧客との価値共創を進めることで、日本全体のサービス業が元気になるとともに、生産性が向上していくことを切に願う。

株式会社 野村総合研究所  
コンサルティング事業本部  
シニアパートナー  
三崎 富查雄