



週)報

2013~2014年度))) R I会長)ロン)D・バートン)
『ロータリーを实践して)みんなに豊かな人生を』
))))))))))第 2570 地区ガバナー)中)井)眞)一)郎)

国際ロータリー
第 2570 地区

狭山中央ロータリークラブ

〔例会場〕狭山東武サロン〒350-1305) 狭山市入間川 3-6-14)TEL)04-2954-2511
〔事務所〕〒350-1305)狭山市入間川 1 -24-48)TEL)04-2952-2277)FAX)04-2952-2366
<http://www1.s-cat.ne.jp/schuohrc/E> - mail:schuohrc@p1.s-cat.ne.jp
会長)栗原憲司) 会長エレクト)稲見)淳))副会長)高田虎光) 幹事)宮野ふさ子

【第 3 グループ内の例会日】 狭山(金)、新狭山(月)、入間(木)、入間南(火)、飯能(水)、日高(火)、狭山中央(火)
所沢(火)、新所沢(月)、所沢西(水)、所沢東(木)、所沢中央(月)

第 966 回(10 月 8 日)例会の記録

点 鐘 栗原憲司会長
合 唱 四つのテスト
第 2 副 S A A 吉松君、東君
卓話講師 大生病院
業務連携推進室長 中村 香様

出席報告

会員数	出席者数	出席率	前回修正
34 名	25 名	71.88%	81.25%

会長の時間

栗原(憲)会長



先日、秩父へ旅行に行ってきました。印象に残った、和同開珎を紹介したいと思います。私は初めて見学しましたので、印象に残りました。

和同開珎

今から 1300 年前、「708 年 1 月 11 日、武蔵国秩父郡(現在の秩父市黒谷)で和銅が発見され、朝廷に献上されました。この日から年号を和銅(和銅元年)と改める」と、奈良時代 100 年の歴史書「続日本記」に書かれています。なお続けて「5 月に銀錢、8 月に銅錢が発行された」とありますが、これが日本最初の通貨になったとされる「和同開珎」のことです。

《1 億 5 千万年も昔、海の底が動きだし、日本列島が浮かび上がる時に、さまざまな凸凹や裂け目が出来ましたが、その一つの裂け目に噴き出した鉱物の一つが「和銅」で、黒谷に噴き出したのは純銅でした。》

秩父から銅が出たことを国を挙げて祝った理由は、今までの銅と違って「和銅」(自然銅)だったからです。そして役人の位を上げ、罪人の罪を許し、長寿者・困窮者に粃(米)を与え、孝行者には租税負担を免除した。特に武蔵国の今年の庸(労役の代わりに納めた税)と、秩父郡の調(土地の産物で納める税)・庸が免除された。

その上、和銅の発見、献上が時代の要求にも合っていたのです。政治や文化が大いに進み、国家の制度も整って新しい都造り(平城京 = 奈良の都)の気運も高まってきていた時で、多くの資材や労働力が必要だったのです。その調達や運搬の費用や賃金などに貨幣という便利な手段を考えて、貨幣造りの計画も進められていたので、原料となる銅が発見され献上されていたのですが、それがしかも純銅である和銅だということですから、国家隆盛の前兆として、一代国家的行事となったのでした。

通貨の先進国であった唐(今の中国)の開元通寶(西暦 621 年発行)にならって和同開珎は造られました。形も重さも殆ど同じです。違うところは錢の名前の書き方が、開元通寶は上下左右(対読)読みですが、和同開珎は時計回り(回読)に読みます。

聖神社

和銅の発見、献上を喜ばれた第 43 代元明治天皇は、勅使を遣わして祝山に神籬(神霊の宿るところ)を建てて鉾山の神である金山彦尊を祀り、祝典を挙げられました。時は和銅と改元されたその日、1 月 11 日でした。その後間もなく、祝山から銅洗堀を隔てて叢山を背にした清浄の地を選んで遷座されましたのが聖神社です。国常立命、大日靈貴命(天照大神)神日本磐余彦尊(神武天皇)の三柱を合わせ祀り、和銅元年(708 年)2 月 13 日創建となっています。ついで養老 6 年 11 月 13 日に元明金命(元明治天皇)を合祀し、秩父の総社と称されました。

社殿は、創建以来、仁和 3 年(887 年)2 月 13 日、文明 13 年(1481 年)、寛文 4 年(1664 年)2 月 13 日(?)、文化 4 年(1807 年)11 月 13 日と 4 回の建替えを経て、現在に至っています。そして、昭和 39 年(1964 年)4 月 13 日、秩父市仲町の今宮神社の本殿・拝殿を聖神社として移転改築されたことに伴い、本殿脇に旧本殿を移し、大国主命を祀る和銅出雲神社として奉斎されることになりました。

一間社流造りの本殿と入母屋造りの礼拝殿から

狭山には、「困ったときは 宮岡宏太郎」という言葉があるそうですが、私ども尚寿会にも「困ったときは 中村香」という言葉があります。本当に知識が豊富で、色々な部署から色々な相談を受け、それを捌いていくのが彼女です。

皆様方の職業で「サービス」とは非常に重要だと思います。「サービスの質」が問題になるわけですが、「サービス」とはそれを受ける人の期待感とそれを体験した後のギャップが「サービスの質」だと、彼女が言っていました。今日はその「サービス」について、彼女にゆっくりとお話して頂こうと思います。宜しくお願い致します。

「サービス」を「体験」としてとらえる

大生病院、
業務連携推進室室長 中村 香様



私は1年9ヵ月前に、尚寿会の仲間入りをさせて頂きました。普段は人と人をつなぐ仕事、院内連携をさせて頂いております。過去17年間程、事務診療に携わり、サービスについて関わってまいりました。本日はこのようにお話をする機会を頂戴致しまして、恐縮ではございますが、是非温かい目で見守り頂きながら、お聞き頂ければ幸いです。宜しくお願い致します。

経済産業省の通商白書2012年度版、「産業別構成比の変化」からお話させて頂きます。日本の産業別構成比において、1990年、サービス産業の比率は62.9%でした。20年後の2010年、その比率は70%まで達しております。アメリカの産業別構成比において、1990年代、サービス産業の比率すでに75.1%のとなっており、2010年には78.2%と約8割を占めています。こうしたサービス産業の比率が高まってきたことに加えて、近年顧客の価値が「物」から「体験」へとシフトしてきているのではないのでしょうか？本日はそうした視点から、「サービス」を「体験」としてとらえる、というテーマでお話をさせて頂きます。サービスを「user experience」、これは「ユーザー体験」と訳しておりますが、こちらを重視した視点で少し考えてまいります。

「user experience」とは、顧客がサービスを利用した時、そして後からそれを思い返した時に味わう体験の全てです。言い換えますと、商品の機

能や使いやすさだけでなく、お客が本当にやりたいことを、楽しく、心地よく、実現できるかどうかを重視した概念と捉えて下さい。ちなみに、Microsoft社のWindows XP、この名前の由来となっているのは、「experience」の“XP”を取っていると聞いております。現在の西洋文化圏では、顧客は機能的な問題解決だけでなく、日常の中に楽しみを与えてくれる、そんな解決策を望んでおります。Apple社はMicrosoft社以上、Nikeはadidas以上、コーヒーを買うならスターバックスといった選択は、今や定番となっております。これは何故なのでしょう？それは機能性に優れるというよりも、ここで味わえる感覚が心地よいからということになります。機能性や使いやすさだけでは、私たちの暮らしは十分には満たされません。機能性や使い良さは、既にあって当然となっているのです。そして顧客が探し求めているもの、それは情緒的な結びつきや経験、体験なのではないのでしょうか？

皆さん、Sonyのウォークマンをご存知でしょうか？その登場は、音楽を野外に持ち出すという、新しい体験を顧客にもたらしめました。1980年代に急速に世の中に広まった、Sonyのウォークマンはまさしく「user experience」、「ユーザー体験」の代表例とも言えます。ウォークマンの出現以前は、音楽といえば建物の中で耳にするもの、自由に外に持ち出すことのできないもの、Sonyの盛田会長の著書に「MADE IN JAPAN」というものがございまして、その中のエピソードをいくつかご紹介致します。かつて盛田氏が滞在したニューヨークで、若者が路上で大きなラジカセを背負って、音楽をStreetで楽しんでいる姿を目にしたそうです。そこで盛田氏は、音楽を外に持ち出すことの市場性を確信したという件がありました。その確信通り、ウォークマンは世界的な大ヒット商品となり、私たちのライフスタイルを大きくかえることにもなりました。同じように、家庭用VTRの登場もそうではないのでしょうか。連続ドラマを見るために、放送時間までに家に帰らなければならない、そんな妥協を家庭用VTRは打ち破ってくれました。もう一つ、パスポートサイズの8mmビデオの出現、これも自分の子供の成長を簡単に記録するには、静止画、つまり写真以外にはないという当時の妥協を打ち破ってくれました。このようにウォークマンも、8mmビデオも、VTRも全て「user experience」、「ユーザー体験」を私たちに提供してくれた商品と言えます。では今なぜ、急速に「user experience」が注目を集めているのでしょうか？

そこにはITの出現があります。ITを用いることで、今まで妥協してきたものを打ち破るほどの体験を提供できる可能性が飛躍的に増えてきたからです。具体的にはインターネットを用いた新しい「user experience」です。Amazon.comやe-shopping booksの登場です。Amazonの登場以

前は、本が欲しい時には必ず書店に出向かなければなりませんでしたし、そこで10冊も買ってしまった日には、担いでヒューヒュー言いながら自宅に戻る必要もありました。インターネットを用いたサービスが、私たちのライフスタイルを大きく変えることにもなりましたし、インターネットが当時爆発的に人々の関心を集めたのは、この新しい「experience」、「体験」の可能性が私たちの興味を強く刺激してくれたからではないでしょうか。

「user experience」の背景を少し見てみたいと思います。そこには社会環境の変化があります。産業の歴史を少し紐解きますと、まずは機能の実現に価値があった時代、そこからそれらを流通させることが価値となる時代、さらに情報の選択の時代、こうした一連の流れに到達してきております。例えば機能の実現に価値があった時代、音楽を鳴らすことや、野菜や牛乳を冷やすこと、衣類を洗濯すること、こういった機能が不足していた時代がありました。このような機能は無いととても不便なので、機能が実現されてさえいれば、利用者にとって、形がどうであれ、価値があった時代です。しかし機能全体が満ち足りてくると、単なる機能の実現だけでは利用者は満足しなくなります。さらに機能は進化し続け、満足できないだけでなく、そもそもの機能が多くなりすぎてしまっていて必要とすらされない、こうした状況すら生まれてくるのです。家の中にある家電の機能、使っていない物が多くあると思います。私の家も同じです。

ではもう一つ、自動車産業で見ていきますと、機能の実現に価値があった時代、そもそも車が走ることが重要であった時代です。スピードがでること、走っている最中に壊れないこと、スペックが最も価値のある時代です。その次に、どこでその車が買えるのかという流通の問題に論点が移ってまいります。運搬するための交通網、販売するためのディーラー名整理といったところに移ってまいります。そしてどれを買ってもらえるかという情報の選択の時代です。いかにユーザーの眼を捉えるかということになっていきます。そしてさらに今、顧客自身の価値観に応じた選択を行う時代へとシフトしてきております。顧客自体の多様化です。同じ車という製品であっても、その見方、捉え方が人それぞれになってきています。古い車を大切に使う方、コミュニケーションのプラットフォームとして捉えているので、車自体にはこだわらない方等、色々な顧客がいる時代です。体験価値が重視されている社会になってくると、物としての商品を買うよりも、サービスをその都度利用するという体験の方が、頻度は高くなってきています。例えば、カーシェアリングで代表されるシェアリングサービス等も、いつでも好きな時間にアクセスをして利用できる、そしてシェアリングサービスは、サービス提供者と顧客に繋がる付加価値を置くというビジネスモデルになっています。

シェアリングサービスの領域は徐々に拡大をし、今や自動車産業だけではなく、自転車、住宅等で、みられるようになりました。カーシェアリングを代表する「user experience」、「ユーザー体験」の最終到達地点ともいえるべき、「サービスデザイン」についてご紹介させていただきます。

「サービスデザイン」という言葉はあまり耳にしないかもしれませんが、日本での「サービスデザイン」への関心は、4年前の2010年に始まりまして、今年5月「サービスデザインネットワーク・ジャパン」というものが設立されたばかりです。「サービスデザイン」という分野に多くの注目が集まってきてはありますが、まだ誕生したばかりで歴史も浅く、一般的な定義は確立されておられません。「サービスデザイン」は「intangible」、「無形のデザイン」とも置き換えることができます。サービスとは顧客が実現したい価値に対して、何らかのサポートをすることです。これは一見形の無い物に思いますが、実際にサービスを提供しようと思った時、何らかの物がひつようになります。サービスは建物の中で行われ、人や機械を介して提供されていきます。物や人、ソフトウェア等の組み合わせ、顧客の目的達成を手助けする仕組みや仕掛けをどう作っていくかということが、「サービスデザイン」の考え方となります。

具体的な「サービスデザイン」の特長とは

- 1.ユーザー中心...サービスは顧客の目を通して経験されるものである
 - 2.共創...すべての関係者がサービスデザインのプロセスに関わる
 - 3.インタラクションの連結性...相互に関係する複数のインタラクションを繋ぎ合わせ、一続きの夢を形作る
 - 4.物的証拠...無形なサービスは、物理的な人工物によって可視化する
 - 5.Holistic / 全体的な視点...サービス全体の環境をよく考慮する
- という5つの特長がございます。一つずつお話をさせていただきます。

1.ユーザー中心

私たちが提供するサービスは、顧客がそこにいなければどんなサービスも成立致しません。サービスは無形であり、倉庫にストックしておけるような商品ではありません。サービスはサービス提供者と顧客を通して、その都度作り出されるものなのです。そしてサービス本来の目的は、個々のニーズに応じることであり、繰り返し利用され、心から気に入って頂けるかどうかはその結果ということになります。

2.共創

サービスのデザインのプロセスには、全てのステークホルダーに参加してもらいましょう。1つ目でユーザー中心、こちらで顧客との共通点、どんなニーズが必要なのかということが見つかったならば、新しいサービスをどう設計していくか、

または既存のサービスをどう改良していくかを、皆で考えていく段階に入ります。共創は経験や専門性の異なる、さまざまなT字型人材が同じチームのメンバーとして協力し合わなければなりません。T字型人材のイメージですが、横軸が、一般知識を含めた幅広い知識を持った人材を表し、縦軸は、スキルの深さ、専門性の高い知識を持った人材ということで、これを一つのチームに一同に集めるということになります。

3. インタラクションの連結性

相互に関係する複数のインタラクションを繋ぎ合わせ、一つずつの流れを形作らなければなりません。サービスは一定の時間をかけて展開する、動きのあるプロセスです。サービスのリズムを考える必要があるのですが、サービスのリズムは、実はユーザーの気分にもかなり影響致します。例えば空港のセキュリティーチェックです。進みが遅いとじれったく感じるかと思えますし、速すぎると慌ただしく、ストレスを感じてしまいます。一度不快な思いを与えてしまうと、なかなか挽回が出来なくなってしまいます。そしてサービスのプロセスを作るのは、数多くの顧客接点、「タッチポイント」と呼ばれるものです。それらを繋ぎ合わせた一連のサービスを、時間を形作っていくことになります。

少し横道にそれますが、サービスのプロセスについてご紹介させていただきます。サービスのプロセスは3つの期間に分けることができます。

プリサービス期...サービスに接触するまでの期間、期待をして頂いている期間

サービス期...顧客がサービスを実際に経験、体験する期間

ポストサービス期...帰宅後も続くサービスに対する心地良さや感動の持続時間 = 満足度

ということになりますが、この3つのサービス期間を総合的にデザインしていく必要があるということです。一つ一つが独立してデザインされることなく、連続した流れが必要です。

3つのサービスの期間の連続性を、私ども大生大病院の人間ドックを例にお話させていただきます。まず受診者が人間ドックの受診を思いたちます。パンフレットを見たり、大生大病院の前を通りかかったり、口伝で大生大病院の評判を聞いたりといった「プリサービス」の時期があります。ここでもパンフレットを手にしたり、評判を聞いたりということが顧客接点、「タッチポイント」ということになります。ここでの優れたサービスは受診者にストレスや不安を与えることなく、サービス期当日の体験、次のサービス期まで期待感をキープしておくということが、優れたサービスとなります。人間ドック当日、こちらが「サービス期」となります。体験の期間です。受診者が大勢病院に入り、受付、医師の診察、医師の検査とさまざまものにタッチしていくわけです。そして受診が終わり、帰りにジュースのサービスをさせて頂いております。

受診者が自宅に戻り、ジュースを飲んだ時に、当日のサービス期の心地良さと感動を思い出し、さらに2週間後、結果表が送られてきた時に、再び当日の体験期間、サービス期の感動を思い出すということになります。これら一つ一つの「タッチポイント」を経ることに、顧客、受診者の気持ちが徐々に満たされていくということになります。いかに途中で途切れることなく、一連の流れをつくるかが重要です。

演劇と同様、一つのサービスが舞台上、ここでは人間ドックスペースになりますが、一つの舞台上で起こる物事だけでは成立しません。当院の例で言えば、入り口を入ってきた瞬間の院内清掃、舞台裏の作業である結果入力、カルテの準備等もサービスの一部ですから、デザインしていくことが大切となります。

4. 物的証拠

形がなく、手に触れることができないサービスは、有形の物的要素を用いて可視化する必要があります。無形のサービスを有形化にということなのですが、前回の旅行の体験を思い出して頂きたいのですが、その時にお土産は買われましたか？ご自宅に帰り、それを見ると旅先での楽しかった時間が思い出されるでしょうか？お土産が楽しい旅の記念品であるように、先ほどの大生大病院の健康診断の窓口が持たせてくれたジュース、これは心地良いサービスの記念品、または証拠となる物的証拠であり、帰宅後飲んだ時に当日の記憶を呼び起こす働きを持ちます。受診者は感情的な連鎖を通して、大生大病院で受けた人間ドックサービスを深く心に留めることになります。つまり物的要素は「user experience」、「ユーザー体験」を実際にサービス期だけで終わらせることなく、次の「ポストサービス期間」まで長く引き伸ばしてくれるという働きがあります。サービスの証となる物的要素は、目立たない舞台裏でのサービスに目を当てるのに役立ちます。ホテルの客室清掃のサービス、トイレトペーパーの端を折りたたんでいく習慣、これは正しく、清掃という舞台裏でのサービスが完了したという合図になっております。

5. Holistic / 全体的な視点

サービスを取り巻く全体に目を配りましょうということですが、サービスは無形ですが、有形の環境の中で、有形物を用いて行われていきます。病院は、病院という建物の中で、さまざまな機械を使いながら、人間の手を介して、人間ドックを行ってまいります。しかし受診者は無意識のうちに五感の全てを使って、この環境を感じ取っています。受診者はその中で行われているサービスを感じ、見たり、聞いたり、嗅いだり、触れたり、味わったりしていきます。サービス以外の要素で、受診者が無意識のうちに五感を感じ取っているかもしれないことに配慮するという事は、サービスそのものの「experience」、「体験」に大きく影響致します。現場をとりまく環境や条件にも、注

意を払う必要があります。清掃、光、明るさ、温度や湿度、匂い等にも配慮が必要となります。

「サービスデザイナー」の言葉をいくつかご紹介させていただきます。

- ・現在のサービスデザインの軸にあるのは、人と人、人と企業、企業と企業間に生じる価値や関係性への理解です。大事なはこのことです。
- ・サービスデザイン趣向とは、多様な文化が連携し合うことで、「user experience」を強化し、従業員の満足度を高め、最新技術を活用品から、企業目標を追求し、それらを通して、事業の成功という最終目的を達成することを目指す取り組みです。
- ・これはいわば人民による人民のためのサービスですから、サービスを利用する人々の興味、希望、心配事を明らかにすることが「experience design」の第一歩です。

終わりに、「user experience」を重視したサービスデザインは、人々のためデザインするのではなく、人々と一緒にデザインし、作っていくものです。そしてより良いサービスをするには、組織、内外問わず、それに関わる全ての関係者の共創によって作られなければなりません。サービスの質は顧客の期待と実際の体験のギャップによって決まります。顧客の想像をはるかに超え、これまでになかったものを打ち破るほどのギャップが「user experience」に繋がっていきます。顧客だけでなく、エンタープライズ全体のデザインをしていくことも大切ではないでしょうか。

本日は「サービス」を「体験」ととらえると題しまして、お話させていただきました。後半の「サービスデザイン」は参考引用文献と致しまして、「THIS IS SERVICE DESIGN THINKING - 領域横断的アプローチによるビジネスモデルの設計」こちらの著書は今年7月に日本語翻訳されたばかりの著書でございます。本日は誠にありがとうございました。



栗原(憲)君 大生病院・業務連携推進室長、中村香様、ようこそお出で下さいました。卓話よろしくお願い致します。

宮野君 中村 香様、本日は卓話ありがとうございます。楽しみにしておりました。

江原君 大生病院・業務連携推進室長、中村香様、卓話楽しみにしております。本日は、何卒よろしくお願い致します。

稲見君 尚寿会、業務連携推進室長、中村 香様ようこそお出で頂きました。今日のお話楽しみです。

片山様 大生病院・業務連携推進室長、中村香様、卓話楽しみにしています。

小島君 医療法人尚寿会・業務連携推進室長、中村香様、本日はありがとうございます。お話楽しみにしていました。

小幡君 中村 香様、ようこそ当クラブへお出で頂きました。卓話楽しみにしています。

坂本君 中村室長様、常日頃の笑顔に感謝致します。卓話よろしくお願い致します。

高田君 中村様、本日はお忙しいところありがとうございます。卓話よろしくお願い致します。

次の例会 例会臨時変更 地域交流フリーマーケット参加

10月15日(火) 10:00~14:00

会場 大生病院駐車場 (雨天の場合 10月20日(日)となります。)

集合時間 午前9時 会場

物品搬入にご協力の方は午前8時に事務局に集合