

サービスエクセレンス／生産革新部会

2025年9月25日版

一般社団法人日本品質管理学会

東京大学

「Quality とHealthを基盤におくサービスエクセレンス社会システム工学」
総括寄付講座

当部会は、日本品質管理学会、東京大学 サービスエクセレンス総括寄付講座の共催により運営しています。

一般社団法人日本品質管理学会

当学会は、品質管理の一層の発展と学理の探求を目指して1970年に設立し、50余年の歴史を刻んでいます。会員は、学界で品質管理を研究する方のみならず、実務で品質保証・品質管理に携わる方はもちろんのこと、企画、開発、設計、販売など種々の職種の産業界の方が数多く入会されています。

当学会では会員の皆様のニーズに応えるために、機関誌や各種行事、部会活動などを通じて研鑽ならびに交流の場を提供しています。

東京大学「Quality とHealthを基盤におくサービスエクセレンス社会システム工学」 総括寄付講座

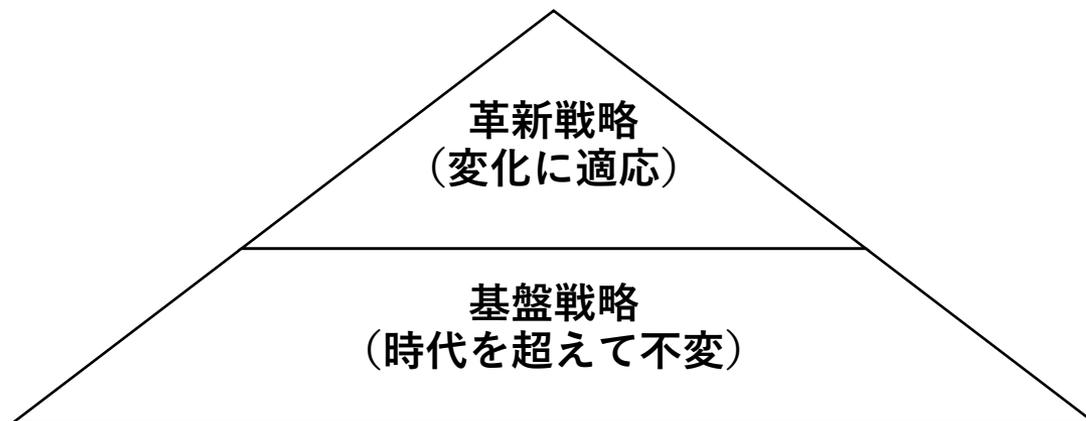
本講座は、東京大学総長室直下の総括寄付講座として、2020年10月1日に設置しました。「社会実装によるナレッジエコシステム」の構築を目指した研究と実践を展開し、①産業、②医療介護、③地域・自治体、という3本の柱で研究を進めています。

3領域それぞれが、社会システム研究・構造化知識研究を展開し、ナレッジエコシステムのサイクルを回す「多様なアカデミアと現場との共創環境」を整備します。具体的には、若手研究者と産業界有志・医療介護経営者およびエキスパート・自治体有志が集う、研究プロジェクト・研究会・協議会・コンファレンス等をアクティブに実施し、産業・医療介護・地域自治体領域における「デジタルトランスフォーメーション」を実現する活動を、企業・医療介護施設・自治体等と一体化して推進します。

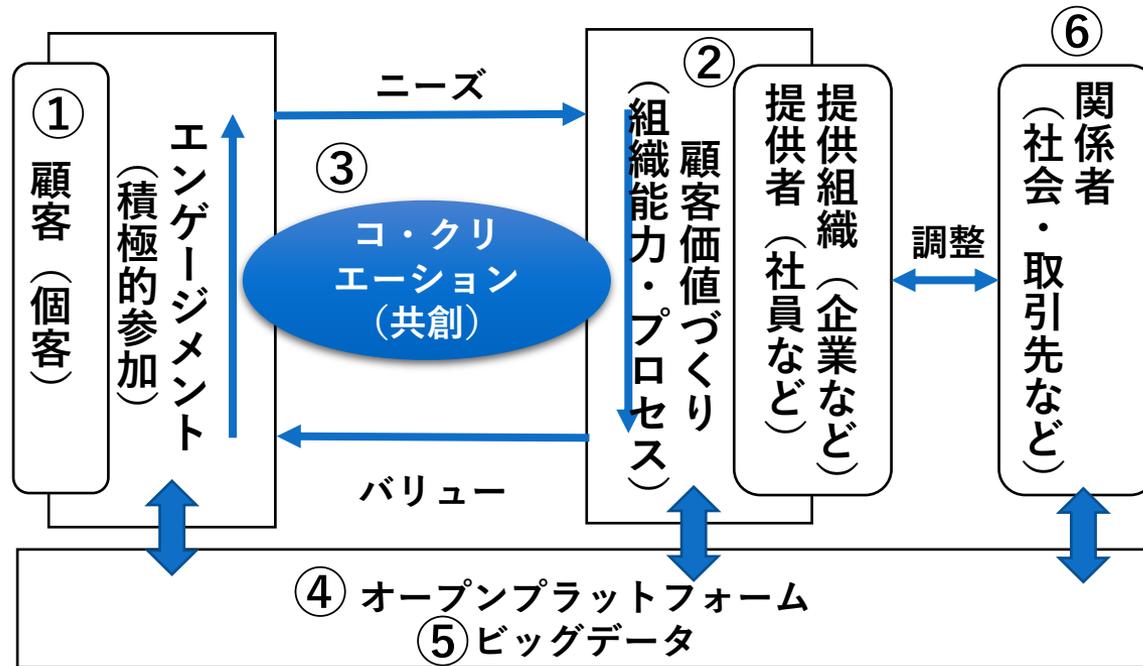
日本の高度成長の原動力となった品質管理は、今日においても「基盤戦略」として、顧客価値を中心におく経営の根幹であることに変わりありません。しかしながら、近未来に実現し得る革新的な技術開発が加速する社会においては、顧客価値の変化も激しく、PDCAサイクルを加速できた組織のみが、顧客を引き付けることができ、組織の持続性を担保できるものと考えられます。

PDCAサイクルを加速するには、①顧客価値の創出に関与する多様な業務・経営の知識の獲得と再利用、②顧客のニーズの把握と対応のためのビッグデータ活用、が必要となります。PDCAの加速に疲労せずに適応していく組織となるためには、リアル世界のPDCAだけではなく、サイバー世界でのPDCAサイクル技術を駆使する事業経営の在り方を考える必要があると考えられます。

社会の変化に応じて顧客が求める基盤部分を確実にした上で、さらなる成長を目指すためには、基盤戦略に立脚した「革新戦略に資する品質経営」に注力する必要があります。革新戦略に資する品質経営とは、Society5.0, Industry4.0に代表される社会変化への適応に加えて、「品質」をより広い意味でとらえ、「顧客価値づくり」として推進することに他なりません。よって、日本品質管理学会は、「変化をとらえた顧客価値づくり」を重点的に推進するために、2018年10月より「サービスエクセレンス／生産革新部会」の活動を本格的に始動し、東京大学 サービスエクセレンス総括寄付講座との連携により活動を進めています。



当部会は、未来を志向して「顧客価値づくり」を追究しています。



項目	概要
① 「 個客 」対応の進展	不特定多数の顧客からパーソナルな個客へ
② 「 コトづくり 」の進展	個客のニーズに応えるために、モノとサービスを融合した「コトづくり」へ
③ 「 共創 」の進展	個客と「コトづくり」における共創が進展（個客体験の価値創造）
④ 「 オープン化 」の進展	個客価値を進展させるために、オープンイノベーションが活性化する
⑤ 「 ビッグデータ化 」の進展	オープン化が進むとビッグデータが蓄積され個客価値の源泉になる
⑥ 「 社会 」との関係性強化	オープン化により社会課題の解決にスケールアップする

知識共有会を土台として、関係機関との連携により、
 共通プラットフォーム、オープンコミュニティ、ナレッジエコシステムを形成し、
 未来志向の「顧客価値づくり」を追究します。



		機会	ねらい・計画概要
知識化、 つながる化		論文（論文化研究会）	・モデル、ツール等の収集・類型化（東京大学サービスエクセレンス総括寄付講座を中心に類型化推進）
		事例研究会	・タイアップ企業との共同研究他
挑戦する、 つなげる化		学会誌、書籍、 行事	・普及（品質誌、クオリティフォーラム、書籍化）
考える、 活かす		委員会	・標準化（TC312他）
		ワークショップ	・教育モデルづくり（東京理科大学他との連携） ・オープンコミュニティづくり（顧客価値づくりの実装を志向して、考え、活かす場を提供）
知る、学ぶ		知識共有会	・顧客価値づくりの共通理解促進（知識共有会から得た学びを証明し各組織に還元できるしくみを整備）
		WEBサイト	・オープンプラットフォーム（活動概要、基本テキスト、eラーニング等を情報共有）

第54年度実績（2024年10月～2025年9月）

サービスエクセレンス／生産革新部会は、サービスと生産に携わる幅広い職域を網羅する側面に加えて、各職域が求める課題を部会名に示し、課題の達成に向けて定期的に知識共有会などを開催しています。そして、課題達成の原動力と位置付けるDX(Digital Transformation)は両部会の共通課題であり、コトづくりとして包括的にとらえて調査研究を行うために、合同で取り組みを進めています。

第54年度は、「顧客価値づくりの実装事例・フレームワーク」「AI時代の製品サービスシステムによる顧客価値づくり」にフォーカスして、知識共有会、およびワークショップを以下の通り開催しました。

【知識共有会】

- ・生活者行動ビッグデータによる新たな顧客体験の創出（2024年11月）
- ・サービスエクセレンス国際規格の整備状況と実装挑戦事例（2025年7月）
- ・ドローンの標準化から見た日本における標準化活動の課題（2025年9月）

【ワークショップ】

- ・ビジネスモデルに「個客体験”価値”を組み込むには（2024年10月）
- ・ビジネスモデルに「循環価値」を組み込むには（2024年10月）

また、「サービスエクセレンスのフレームワーク」の開発と普及を目的として、研究メンバーを選抜し、調査研究活動を進めています。

今後は、「サービスエクセレンスのフレームワーク」の論文化、普及、実装事例収集を重点課題として、「未来志向の顧客価値づくり」の体系化を志向します。

第55年度計画（2025年10月～2026年9月）

サービスエクセレンス／生産革新部会は、サービスと生産に携わる幅広い職域を網羅する側面に加えて、各職域が求める課題を部会名に示し、課題の達成に向けて定期的に知識共有会などを開催しています。そして、課題達成の原動力と位置付けるDX(Digital Transformation)は両部会の共通課題であり、コトづくりとして包括的にとらえて調査研究を行うために、前年度に続いて合同で取り組みを進めます。

第55年度は、知識共有会を通して「AI時代の製品サービスシステムによる顧客価値づくり」の実装事例を収集すると共に、タイアップ企業との共同研究、論文化に向けた研究活動などを展開し、「未来志向の顧客価値づくり」の体系化を志向します。そして、活動を通して得た知見は、『品質』誌への掲載などを通して学会内外への普及活動を推進します。また、サービスエクセレンス／生産革新の実装を促進するためのコミュニティづくりに加えて、関係機関・組織との連携により国際標準などへのフィードバック活動を進めます。

No.	年	月	テーマ	講師
【フェーズ1】 デジタル、オープンプラットフォームの基礎を学ぶ				
1	2018	10	デジタルがもたらす事業構造変革 ～個客価値の視点から考える取引モデルと市場の変革	(株)インテック 中川 郁夫 氏
2	2018	12	データ資本とサービスプラットフォーム ～データの戦略について考える	IBM 山下 克司 氏
3	2019	2	品質を切り口にインターネットの思想・仕組みを語る	(株)インターネットイニシアティブ 山本 功司 氏
4	2019	4	夢の技術！？ 「ブロック・チェーン」最前線	コンセンサス・ベイス(株) 志茂 博 氏
5	2019	6	品質としてのプライバシーとサイバーセキュリティ	情報セキュリティ大学院大学 後藤 厚宏 氏
【フェーズ2】 顧客価値づくりの最前線を学ぶ				
6	2019	8	CASEという自動車業界に多大な影響を与える環境変化の中で、いかに生き残っていくか	トヨタ自動車(株)コネクティッドカンパニー 山本 昭雄 氏
7	2019	11	周回遅れのデジタルトランスフォーメーション in Japan	東京大学 大学院 情報数理工学系 研究科 江崎 浩 教授
8	2020	2	問題は会議室で起こっているんじゃない 生産現場で起きているんだ！！	シスコシステムズ合同会社 筑瀬 猛 氏
9	2020	6	エクセレントサービスの国際標準化に向けて ～エクセレントサービスの設計に重視すべき4つのポイント	東京大学 原 辰徳 氏

No.	年	月	テーマ	講師
【フェーズ3】 データドリブンによる価値づくりを学ぶ				
10	2020	9	データ・ドリブン・エコノミー ～ニューコロナ時代のデジタル経営～	東京大学 森川 博之 氏
11	2020	12	デジタル社会を支えるデータ流通 ～データ流通におけるデータ品質の課題と取り組み～	データ流通推進協議会 EverySense, Inc. 真野 浩 氏
12	2021	3	データの財化をみんなで考える	東京理科大学 安井 清一 氏
13	2021	6	宅急便サービスを起点とする付加価値の提供	ヤマト運輸株式会社 大河原 克彬 氏
【フェーズ4】 社会サービスによる価値づくりを学ぶ				
14	2021	7	デジタル庁って何ですか？	内閣官房情報通信技術総合戦略室 小野寺 好広 氏
15	2021	9	地域共生社会の実現に向けて-川崎市の取り組みから-	川崎市総合リハビリテーション 推進センター 竹島 正 氏、野木 岳 氏
16	2021	12	EBPM (Evidence Based Policy Making) で変わる 地方自治体 - その取り組みを支える我々の地道な活動	コニカミノルタパブリテック株式 会社 別府 幹雄 氏
17	2022	2	無駄じゃないムダ -DXを支えるための信頼性と冗長化-	筑波大学 伊藤 誠 氏
18	2022	4	建設業におけるDXー竹中工務店の取組みー	株式会社竹中工務店 政井 竜太 氏

No.	年	月	テーマ	講師
【フェーズ5】 顧客価値づくりにおけるPDCAサイクルの連続化・高速化を学ぶ				
19	2022	6	デジタルによる生産革新と価値共創	旭化成株式会社 久世 和資 氏
20	2022	9	生産管理の今後の発展に向けて	玉川大学 木内 正光 氏
21	2023	1	AIを使ったデジタルツイン活用の試み～AI×デジタルツインでリアル空間での検証を100倍速に	燈株式会社 野呂 侑希 氏
22	2023	4	昨今の社会環境変化と個室型ワークブース「テレキューブ」無人運営で顧客満足を得るためのチャレンジ	テレキューブサービス株式会社 小山田 佳裕 氏
—	2023	6	サービスエクセレンスワークショップ (PDCAサイクルの連続化・高速化他)	—
23	2023	9	リビングラボと共創 リビングラボにおける共創活動のマネジメント、インフラストラクチャリング	国立研究開発法人産業技術総合研究所 赤坂 文弥 氏

No.	年	月	テーマ	講師
【フェーズ6】顧客価値づくりの実装事例・フレームワークに学ぶ				
24	2023	12	旭化成におけるDXの取り組み	旭化成株式会社 中山 雅彦 氏
—	2024	2	生産革新ワークショップ（トランスフォーメーションが進まない現場の現状を打破するには）	—
25	2024	8	新しい消費の創出へ。 既存ファッション業界へのシェアリングビジネスの挑戦。	株式会社エアーグローゼット 天沼 聡 氏
26	2024	9	製品の循環性情報伝達における国際ルール形成動向	一般社団法人循環経済協会 千葉 祐介 氏
—	2024	10	ワークショップ ①ビジネスモデルに「“個客体験”価値」を組み込むには ②ビジネスモデルに「循環価値」を組み込むには	—
27	2024	11	生活者行動ビッグデータによる新たな顧客体験の創出	株式会社unerry 内山 英俊 氏
【フェーズ7】AI時代の製品サービスシステムによる顧客価値づくりを学ぶ				
28	2025	7	サービスエクセレンス国際規格の整備状況と実装挑戦事例	東京大学 原 辰徳 氏
29	2025	9	ドローンの標準化から見た日本における標準化活動の課題	東京大学 五十嵐 広希 氏