

第2回 サービス標準化ワーキンググループ 議事概要

1. 日時：令和 5 年 12 月 20 日（水） 10:00～12:00
2. 場所：経済産業省別館 6 階 626 会議室(持丸委員長、事務局)及びオンライン会議室(Webex)
3. 出席者：持丸委員長、朝日委員、伊藤委員、河村委員、釘宮委員、齊木委員、菅委員、高橋委員、水流委員、中嶋委員、野沢委員、福士委員、太田委員、橋本委員（代理山崎様）、俣野委員（代理原川様）、武重委員
（委員全 19 人中、本人出席 14 名、代理出席 2 名、欠席 3 名（戸谷委員、原委員、岡本委員（書面提出あり））
4. 議題：分科会からの報告
事務局からの説明
（サービスの対象・定義の整理、標準化活用の類型の例、普及促進）
5. 議事概要

事務局から資料 4 に基づき説明があり、議論が行われた。委員等からの主な意見は以下のとおり。

・サービス標準化の存在及び活用方法を消費者や民間企業にもっと周知することが重要。今年度の補正予算として家事支援サービスが盛り込まれたところだが、この産業を日本の文化として根付かせていくためにも、利用者・担い手・事業者がサービス規格を活用することで、さらに前進していきたい。

・関係企業の実務に即した規格にすること、関係企業が当事者意識を持てるようにすること等を目指し、規格開発段階からヒアリングを行っている。また、他の企業の指針または利用の動機付けとなるような関係企業に対して、規格の具体的な利用イメージやメリットを啓蒙することで、開発した規格を普及し、利用を促している。

・作成中のマニュアルには「what」（どういう項目か）が記載されているが、「why」「how」を追加すべき。「why」の観点としては、規格開発による事業メリットを示すことが重要。「how」の観点としては、開発した規格を改善するサイクルをつくり、アジャイル的にステークホルダーを巻き込むプロセスを示すことが重要。

・日本国内にとどまることなく、最初からグローバルな市場創出・獲得という観点から、規格・標準を構想するマインドセットが必要。標準化を通じて日本が誇るサービス産業を国際展開することで、外貨獲得という機運を社会全体で醸成する取組が必要。

・他国との差別化を図るうえで製造業に関連するサービス業も射程に含めて検討することが重要。また、「おもてなし」「もったいない」といった日本独自の価値観を定義・尺度化してサービス業に活かす検討もお願いしたい。

・サービス規格の活用を類型化することで意義が分かりやすくなる。規格の具体例として

ISOのみ例示されているが、認証や業界規格など適切なものがあればISOにこだわることはなく、様々な事例が数多くあった方が理解が深まる。普及啓発については、お墨付き以外にも体系的な視点を提供するという、広い意味での標準化の意義を訴求することが必要。

- ・ISO10002（品質マネジメント—顧客満足（苦情対応））の普及を行っているが、規格導入の意義・経営上のメリットを経営トップに理解してもらうことが課題。普及を促進するためには、行政からの後押しが有効と考えられる。連携してプラットフォームができると更なる推進が期待される。

- ・エステ業界は、他業種からの参入・撤退が容易であることに加え、社会的ニーズを捉えているため消費者が飛びつきやすいことから消費者トラブルが多い。一方で基準に基づく認証を受けた事業者は、消費者トラブルが少ないことから、規格開発と普及は意義がある。事業者が認証を取得するモチベーションをいかに高めるかが重要。海外事例の参照も必要。

- ・類型E（情報の非対称性を解消、消費者の選択を支援）こそが標準化の重要なメリットで、A（品質の高さを可視化）やC（新サービス市場創造）に直結する。ISO22458（消費者の脆弱性）では「サービス自体の標準化」と「サービスの提供の仕方の標準化」は関連しているものの、イコールではない。特にサービス分野は提供の仕方がサービスの品質にかかわってくるので、その概念整理とメッセージを正確にすると伝わりやすい。

- ・活用類型は業界が規格作成するニーズを表しており、活用類型があることで標準作成によってどんなニーズを満たしたいかという合意形成しやすい。最初から完成度の高いものを目指すのではなく、まず活用すべき類型を検討し、徐々にブラッシュアップしていくと良い。

- ・認証は最終顧客にはありがたいが、認証コストに対する各組織のメリットが明確でなければ規格がさらに活用されなくなる。サービスにも認証が有効という方向性を示し、サービスエクセレンスのような上位のものは自己適合宣言することもあり得る。

- ・類型B（SDGsやエシカル等、新たな評価軸を付加）について、この記載ぶりだと環境・人権配慮への有無で差別化を図っているが、もう1つの側面としてグリーンウォッシュのようなまやかしのエシカルとの差別化の意味合いがあればより標準化のニーズが高まるだろう。

- ・近年の消費者トラブル対策として、組織のガバナンスと情報の非対称性の解消が非常に重要。組織のガバナンスがF（安心・安全の担保）に含まれるなら、トップのコミットメントと内部のチェック機能が図られているという観点と新サービスは法に抵触しないという観点を盛り込むべき。また、認証でマークを採用することは消費者観点から非常に重要で、マークの認知度を高めていくかが肝になってくる。

- ・ISO・JISの作成には時間も費用もかかることから、業種の実態に応じて業界規格・JSA-S（日本規格協会規格）の活用も有効。また、認証もビジネスであるという認識が必要。業種ごとの要求事項を規定する規格や、サービス提供のあり方に関する規格が重要であり、ISO22458はサービス事業者の最低要求事項になりうる。

- ・業界にとって認証あるいはISO・JISの適合は非常にコストがかかることを鑑みると、取

得によるメリットを明らかにする必要がある。認証マークはつけるだけでは認知されない一方、消費者に認知されることで業界にとって取得メリットが増えていく。業界がメリットを認知し、業界一丸となって規格を作成するムーブメントをいかに起こしていくが重要。

- ・品質の高いヘルスケアサービスを提供している事業者が成長できるような環境整備に向けて「ヘルスケアサービスガイドラインのあり方」を策定している。これに沿ってエステティック機構がサロン認証を行っているが、業界内のすべての事業者認知されておらず普及率が低い。加えてロゴの認知度・掲示できるパターンにも限度があり、メリット設計が課題。マニュアル策定の際にはガイドライン策定時の課題を盛り込んでいただきたい。

- ・サービス分野が非常に多岐に渡ることから、自分の業種がどの活用類型に当てはまるかわかりやすくなるとよい。また、標準化した後の普及も重要だが、標準化する前にステークホルダーに向けて標準化の意義・メリットを十分に説明することが必要。特にクリエイティブな業種はルールに縛られたくないという空気感がある。コアとなる標準化人材・業界団体とともに、標準化するメリットをよく検討したい。

- ・サービス標準が活用されない理由として、活用実績がなくわかりにくいことが挙げられる。そういった背景から規格を作成する側・利用する側双方にとって活用しやすい環境づくりが必要。そのために具体例を示しながらの議論が必要。

- ・認証をビジネスとして成立させるには、価格設定とクオリティのバランスが重要。そのため、認証機関の関係者が規格開発段階から参画する必要がある。

- ・認証取得により、リスク減少につながる事例もあることから、保険会社が入ると認証が広がりやすい。また、ビジネスの広がりとして自治体も重要。新サービスについて自治体ができるべきことをアウトソーシングする（BtoG）して、その事例を他自治体に共有するというのも1つのビジネスモデルになりえる。

- ・製造業のサービス化について圧倒的にBtoBが多い。製造業は品質保証等で標準化関係部署が設置されていることが、サービス業と異なる強み。視点とポリシーが変わるためそのまま活用できないものの、関係者の知見をもらうことができる。

以上

問合せ先

経済産業省産業技術環境局国際標準課

電話：03-3501-9277