

## 「日本のサービスイノベーション 2025」に選出されました

この度、当社はサービス産業生産性協議会（公益財団法人日本生産性本部）が主催する「日本のサービスイノベーション 2025」に選出されました。本取り組みは、サービスイノベーションに挑戦する革新的で優れたサービス事例を幅広く選定・公表するものです。

当社は今後も「高感度・高品質・リーズナブルプライス」をコンセプトに、品質の高い商品の開発、丁寧で心地よい接客、居心地の良い店舗づくりにグループ一丸で取り組み、より多くのお客様にご満足いただける価値提供を続けてまいります。



## 日本のサービスイノベーション2025

### ■日本のサービスイノベーションについて

サービス産業生産性協議会が実施するもので、当協議会での活動（日本サービス大賞、日本版顧客満足度指数（JCSI）調査など）を通じて得られた多様なサービス事例の中から、模範となるサービスイノベーションの最前線事例を「日本のサービスイノベーション 2025」として選定しています。

「日本のサービスイノベーション 2025」発表ページ

<https://service-safari.jp/servicei2025/>

### ■ハニーズホールディングス 選出のポイント

「高感度・高品質・リーズナブルプライス」という革新的で優れた価値提案を追求し、7年連続で顧客満足度 No.1 を達成。独自の SPA モデルの構築や従業員満足を高める取り組みを優れたサービスにつなげ、サービスイノベーションを実現している点を評価いただきました。

### ■ハニーズホールディングスのサービスの特徴

- ・ バリエティに富んだ魅力的なオリジナルブランドを持つ。これによる幅広い年齢層の顧客に柔軟に対応できるブランド構成を強みとする
- ・ 25～45 歳向けのグラシア、10～50 歳以上向けと幅広いシネマクラブ、15～30 歳向けのコルザ、これら 3 つのブランドで構成される。各ブランドとも比較的幅広い年齢層をターゲットとする
- ・ 店舗運営では権限移譲を進める。スタッフの高いモチベーションを顧客満足向上につなげる取り組みや、商品企画スタッフの多能工化や残業削減の仕組みを構築するなど、従業員満足を高める施策についても展開している
- ・ 海外の製造委託工場と直接取引。物流も自社で対応。メーカー機能と商社機能を兼ね備えた独自の SPA（製造小売）モデル \* を展開する

\* 一般的な SPA モデルは、商品の企画を自社で行うことまでを指すことが多く、メーカー機能および商社機能を含まないことが多い