



J!NS MEME





JINS MEME



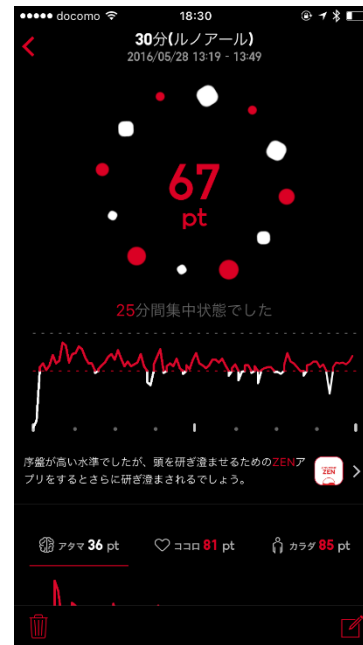


HR Solution contest グランプリ



HR チャレンジ大賞 イノベーション賞





オフィス



図書館



新幹線



ホテルロビー



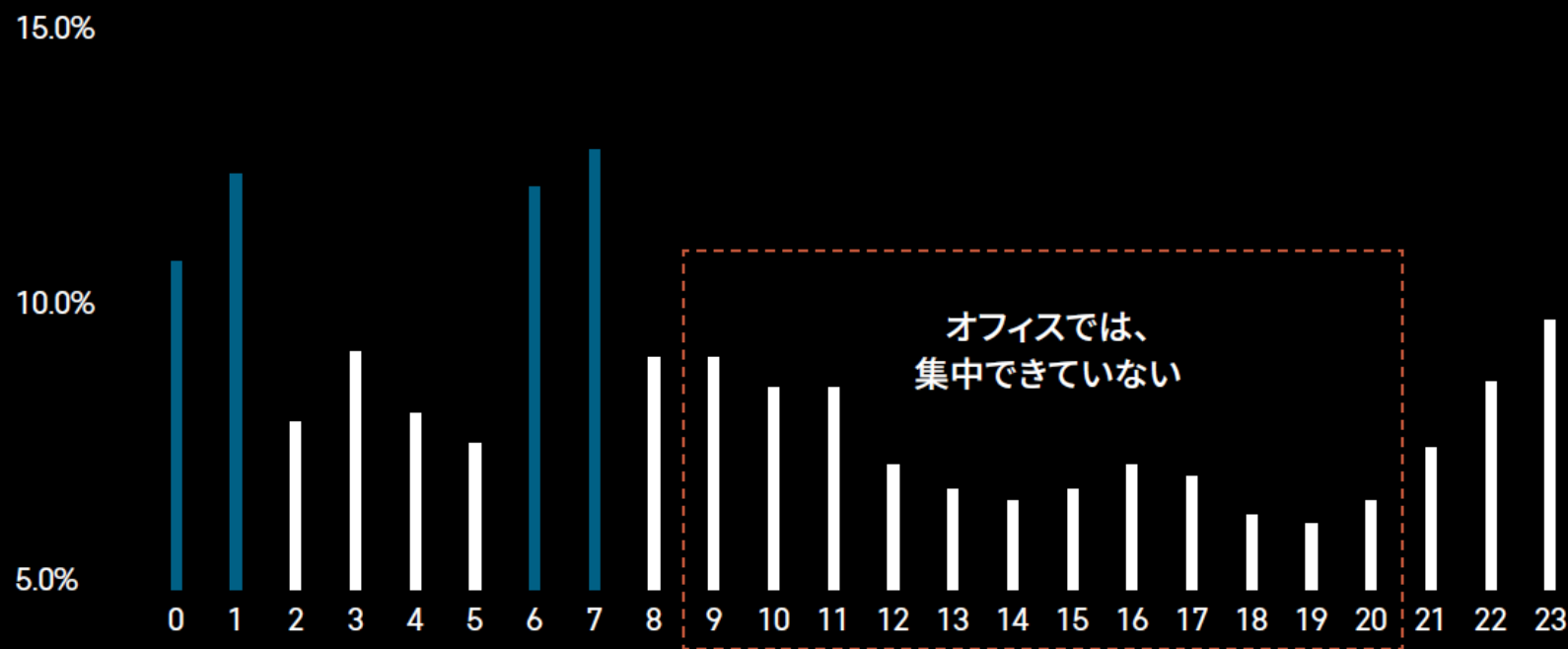
喫茶店



公園

Investigate

深い集中出来ている時間帯分析 by J!NSMEME



しかし、集中力を可視化するサービスの企業導入を進める中、データ解析をしていくと、ジズズのオフィス環境を含む、現在のオフィス環境は、集中に向いていないことを突き付けられた。



環境

取り組み方

体調

集中の潜在能力

不調を抜け出す

1. 最適TPO
2. デジタルデトックス
3. コミュニケーションの排除
4. CO2と温度

9. Whyの考え切り
10. 後悔・不安の除去
11. マインドワンダリングの回避

17. 眼疲れ改善
18. 睡眠改善
19. ストレス対応
20. 肩こり/腰痛改善

NA

さらに高める

5. 視覚hack
6. 聴覚hack
7. 嗅覚hack
8. 触覚hack

12. ルーティン
13. アメとムチ
14. アダプティブラーニング
15. ポモドーロメソッド
16. 内省

21. 食事マネジメント
22. 光マネジメント
23. アクティブレスト

24. 瞑想 (マインドフルネス)
25. フローの入り方

Partnership

KOKUYO

大カムラ
株式会社 岡村製作所

PLUS



DAIKO
大光電機株式会社

CENTRAL
CENTRAL SPORTS

 Otsuka
大塚製薬




MORINAGA

pbs

 **ayur chair**
アーユル チェアー

 **Nestlé**
Good Food, Good Life

NETATMO

 **airweave**


 SAPPORO

おいしい「」がある
pokka Sapporo

 **DELTA**
International Co., Ltd.

 **SEA BREEZE**
NATURAL+AID

and more . .



 Think Lab

世界一集中できる空間



集中力を 計るデバイス



JINS MEME

集中力を 高める方法



集中力を あげる空間



経営デザインシート

(機能性アイウェアからJINS MEMEまで)

事業概要

「外を見る」ためのアイウェア
(メガネ)のSPA(企画・生産・流通・販売の一括提供)

経営方針との関係

アイウェアを通じた
「Magnify Life: ライフスタイル提案」の実現

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウェア+体験(サービス)を通じた「Magnify Life: ライフスタイル提案」の実現

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

主要な資源

- SPA(企画・生産・流通・販売の一括提供)による高い収益力
- 販売量・実績による調達コストの低減
- カスタム性の高いメガネ商品における検眼/加工等の店舗オペレーション効率化の仕組みと人員育成
- ファッション感覚でメガネを楽しむためのデザイン力
- PR文脈等の構築能力(特にJINS SCREENなどにおける情報開発能力)

収益の仕組み

- 価格やサービスの常識を覆す「レンズの追加料金¥0」のビジネスモデルを導入
- 30分で渡せるなど「メガネを買う」というわずらわしい体験を、ファッション感覚で楽しめる体験へと変革
- 視力矯正以外の「機能性アイウェア」という新市場の創出

提供してきた価値

高効率なアイウェア提供による価値創造

- ちゃんとした視力矯正を安く早く
- ファッション性
- ブルーライト対策
- 花粉症対策
- ドライアイ対策等

提供先から得てきたもの

業界2位の2倍以上の顧客基盤とそのリレーション

事業課題(弱み)

モノ売りのみではマクロ環境変化に脆弱

これまでの外部環境

人口減、レーシング(代替)による視力矯正市場におけるメガネシェアの縮小

主要な資源

内部資源

- 基礎特許(知的財産)
- デザイン
- 経営判断・投資
- 新規性の高いブランドカ

調達した資源

- システム
- スマホアプリ
- ソフトウェア
- HW開発機能

開発パートナー

- 東北大学(加齢医学研究所)
- 小型化部品のトップメーカー
- 各種開発会社

収益の仕組み

実用に耐えるサービス化のためのパートナーリング

提供先へのアクセス

- 強力な事業パートナー企業 が載ってくるためのPR活動
- 事業パートナー
- オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
- 安全を高めたいドライバーや運送会社
- フィットネスクラブ等

提供する価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

- オフィスワーカー: 自らの「集中時間」の理解
- ドライバー: 各制度の変化を見て、安全運転を実現

提供先から得るもの

集中、眠気、姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

これからの外部環境

人口減、多様な視力矯正品(代替品)等による市場縮小

移行のための課題

物売り(メガネ)のみに特化した企業体(2年半に一回しか顧客タッチポイントが無い。)

必要な資源

顧客タッチポイント

知財 顧客とつながるための生理データ取得・アプリ UI,UXに関わる知財

解決策

- 生理データを活用した具体サービスにつなげるUI,UX開発機能とその実装能力の用意
- 現メガネの購買・利用シーンに違和感なく使えるHW,アプリの開発能力
- 利用者を増やしていくことで、顧客タッチポイントを増やし、価値提供タイミングを増やしていく

これから

経営デザインシート

(JINS MEMEからThink Lab)

前頁右半分と基本的に共通

事業概要

経営方針との関係

事業概要

経営方針との関係

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

アイウェア+サービスを通じた「Magnify Life」の実現

「集中体験」を提供、より具体的な「働き方改革」の実行（もはや、メガネを使わない）

より直接的な形で「Magnify Life：ライフスタイル提案」を実現していく

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

主要な資源

内部資源
 ・基礎特許（知的財産）
 ・デザイン
 ・経営判断・投資
 ・新規性の高いブランドカ

調達した資源
 ・システム
 ・スマホアプリ
 ・ソフトウェア
 ・HW開発機能

開発パートナー
 ・東北大学（加齢医学研究所）
 ・小型化部品のトップメーカー
 ・各種開発会社

収益の仕組み

実用に耐えるサービス化のためのパートナーング提供先へのアクセス
 ・強力な事業パートナー企業が載ってくるためのPR活動
事業パートナー
 ・オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
 ・安全を高めたいドライバーや運送会社
 ・フィットネスクラブ等

提供してきた価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

提供先から得てきたもの

集中、眠気、姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

事業課題（弱み）

あくまで「メガネを売る」ことが必要

主要な資源

資源（知財）
 ・JINS MEMEの基本特許、製品ノウハウ、サービス
 ・5,000人のデータを分析して把握した「人が最も集中できる場」に関するデータ

外部調達資源
 ・強力な事業パートナー、ユーザー
 ・学者（予防医学・行動科学）
 ・建築家

収益の仕組み

自社で
 ・自分の知を高める、最高の集中体験を提供する場として「Think Lab」の開設・提供

事業パートナーと
 ・Think Labの思想を活かし、AGC（旭硝子）・パナソニックなどで「集中」するためのオフィスデザイン

提供する価値

オフィスワーカー
 ・最高の集中体験
 ・短時間で集中した働き方による労働時間削減等

企業（提供者）
 ・従業員がポテンシャルを發揮できる働き方の提供
 ・残業代削減、WLBの改善等

提供先から得るもの

集中に関するTPO紐づきの多くのデータから、さらなる改善提案の元を獲得

「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

これからの外部環境

「働き方改革」「人生100年時代」に対する社会的要請

移行のための課題

・働き方の先駆者ブランド
 ・不動産業界への知見

必要な資源

・店舗展開スピードを担保するリソース
 ・空間設計のためのデータサイエンスと感性価値のデザイン

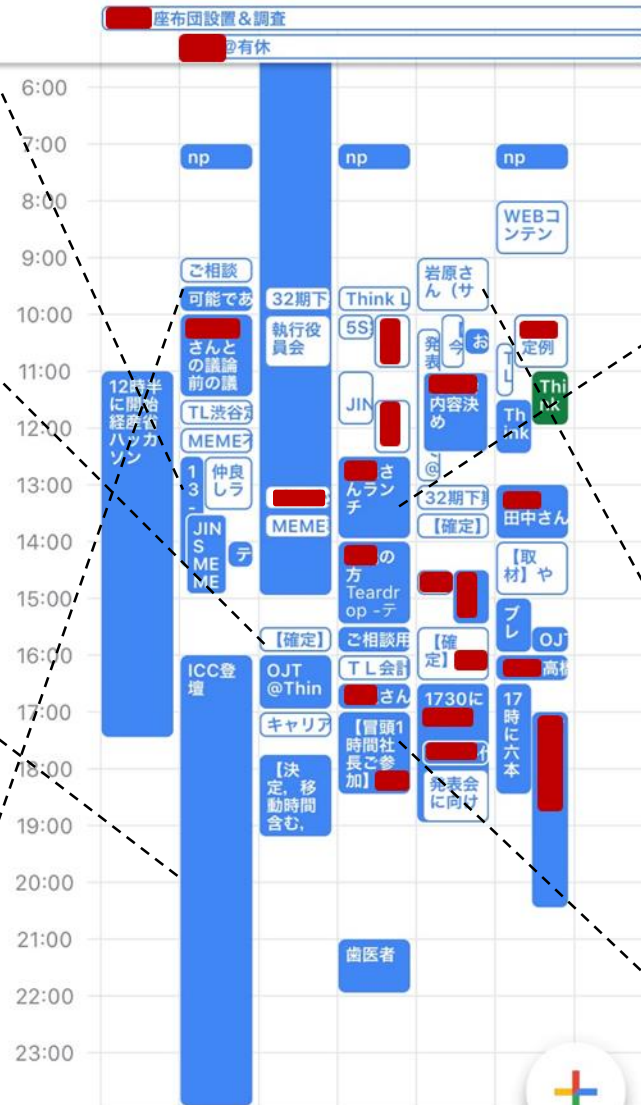
知財 集中を作るための分析元のデータ、ノウハウ

解決策

・自社展開のみならず、他社オフィスに作るなど、ストックを持たずに済むモデルを開発
 ・多くの先駆者っぽい企業とのコンソーシアム構築

これから

企業内でやる新規事業に大事なことって何か？



大企業執行役員 (相談)
違うよ、Think Labの一番の価値は〇〇だって、もったいないよ今の考え方は。。

禅のお坊さん@電話
この事業って、宗教が担ってきた機能を現代に翻訳してそれを代替してあげることなのかも？

うちの社長
提供価値のレイヤーを変えた方が良い、ビジネスモデルは〇〇を目指そうよ。

大学教授
最近の脳神経科学の領域で、そのコンセプトが裏付けられる研究が出たの読みました？

ベンチャーイベント登壇者
新しい働き方を進めていくうえで、〇〇な方法あり。協業しようか？

アートディレクター
アプリデザイン方向性定めるためには、実現したいことをもっと端的に表現してくれないと。

他部門システム部隊
サービス設計を具体的にしてくれないとおれら動けないよ！！

設計チーム
コンセプト早く固めてよ、絵を描きたいんですけど。。

大企業執行役員（相談）
 うよ、Think Labの一番の価値は〇〇だって、もったいないよ今の考え方は。

ビジョンとか意義とかのレイヤー

禅のお坊さん@電話
 〇〇事業って、宗教が担ってきた機能を現代に翻訳してそれを代替してあげることなのかも？

うちの社長
 提供価値のレイヤーを変えた方が良く、ビジネスモデルは〇〇を目指そうよ

ビジネスモデルとか戦略とかのレイヤー

大学教授
 最近の脳神経科学の領域で、そのコンセプトが裏付けられる研究が出たの読みました？

アライアンスとか提供価値とかのレイヤー

ベンチャーイベント登壇者
 新しい働き方を進めていくうえで、〇〇な方法あり。うか？

UIとかサービスの顔とかのレイヤー

アートディレクター
 アプリデザイン方向性定めるために、実現したいことをもっと端的に表現してくれないと

他部門システム部隊
 サービス設計を具体的にしてくれないとおれら動けないよ！！

実行とかのレイヤー

設計チーム
 コンセプト早く固めてよ、絵を描きたいんですけど。。

企業内でやる新規事業に大事なことって何か？

もうそれは・・・

**多岐にわたる人が「独自の視座／視野／視点」で
良い話（面白いor実効性の高い）をしてくるんです。**

**この良い話を、できるだけ殺さずに
でも、一貫した物語にすること。**

これが新規事業を作るうえでの最大に大事なこと

経営デザインシート

(機能性アイウェアからJINS MEMEまで)

事業概要

「外を見る」ためのアイウェア (メガネ) のSPA (企画・生産・流通・販売の一括提供)

経営方針との関係

アイウェアを通じた「Magnify Life: ライフスタイル提案」の実現

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウェア+体験 (サービス) を通じた「Magnify Life: ライフスタイル提案」の実現

資源

ビジネスモデル

ビジネスモデル

価値

主要な資源

- SPA (企画・生産・流通・販売の一括提供) による高い収益力
- 販売量・実績による調達コストの低減
- カスタム性の高いメガネ商品における検眼/加工等の店舗オペレーション効率化の仕組みと人員育成
- ファッション感覚でメガネを楽しむためのデザイン力
- PR 文脈等の構築能力 (特にJINS SCREENなどにおける情報開発能力)

収入

- 価格
- ...
- ...

仕組み

- デジタル化のた
- 企業
- 活動
- 生産性
- 業
- ドライバー
- フィットネスクラブ等

提供する価値

- 事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供
- オフィスワーカー: 自らの「集中時間」の理解
 - ドライバー: 各制度の変化を見て、安全運転を実現

提供先から得るもの

集中、眠気、姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

再掲

だから、こういうことをまとめるのは良いことでした。

これまでの外部環境

人口減、レーシング (代替) による視力矯正市場におけるメガネシェアの縮小

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

人口減、多様な視力矯正品 (代替品) 等による市場縮小

移行のための課題

物売り (メガネ) のみに特化した企業体 (2年半に一回しか顧客タッチポイントが無い。)

必要な資源

顧客タッチポイント

知財 顧客とつながるための生理データ取得・アプリ UI,UXに関わる知財

解決策

- 生理データを活用した具体サービスにつなげるUI,UX開発機能とその実装能力の用意
 - 現メガネの購買・利用シーンに違和感なく使えるHW,アプリの開発能力
- 利用者を増やしていくことで、顧客タッチポイントを増やし、価値提供タイミングを増やしていく

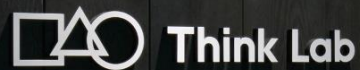
これまで

これから

JR飯田橋 徒歩2分

1,500円/時間

70,000円/月



世界一集中できる空間