



灼熱の徳島の夜、日本中どの祭りも及ばない熱気と情熱に満ちた特別な4日間、「踊る阿呆に見る阿呆」色めき立った人々がいつもとは違う街の灯りに照らされながら、心に刻む阿波おどり。徳島の街で、大粒の汗と共に舞う団扇を片手に、魂の限り踊るSCOメンバーとavexROYALBRATSの姿には人々に「感動」を与えるに足る熱量が、確かに存在していた

昨年、内藤佐和子・前徳島市長の呼びかけから初めて阿波おどりに参加してから1年。2度目の参加となる今年の阿波おどりに求められるレベルはグッと上がった。「徳島の人々をあとと言わせる。感動させる阿波おどりにする」という玉井社長の大号令の下に、半数以上が初挑戦、踊りの素人集団が、プロダンスチームavexROYALBRATSと共に阿波おどりに参加するという物語が始まったのである。「圧倒的に練習量が足りなかった昨年のように、本番ギリギリで間に合った、なんてことは今年は許されない。それでは徳島の人を感動させることはできない」と阿波おどりのリーダー

に任命された菊地、飯田は口を揃える。クオリティを上げるには練習しかない、4月からは週3回の始業前の朝練に週1回はスタジオ練習。昨年に比べて練習量は倍どころではない。最終的に本番当日までのメンバーの平均練習量は60時間以上、リーダー 2人の練習量は合わせて200時間をゆうに超えていた。さらに今年は、SCOメンバーに加えてプロダンスリーグD.LEAGUEの人気チームavexROYALBRATS考案の振り付けをメンバー 13人と共に踊る。阿波おどりの歴史においてD.LEAGUEのメンバーが参加したことは未だかつてないということもあり、「一体どんな踊り

になるのだろう」と否が応でも徳島での注目度は高まり、求められるレベルも上がっていく。べいらいと連が徳島の人々を魅了する準備は確実に整っているように見えた。



しかし、言うは易し、行うは難し。SCOメンバーでも踊れるようにと考えられた振りと構成も簡単なわけではない。阿波おどりに「流し」の中に独自の振りを入れ込んだ見せ場が存在するが、aRBの考案したものは阿波おどりとヒップホップの融合だ。「考案していただいた振りが練習してきたものと違いすぎたので、私にとっては違うスポーツを同時にやっている感覚で、正直、大変でした(笑)」と事業推進部の河野が振り返るように、ダンス未経験者にとって簡単なものではなかった。その上、普段のハードワークに加えての練習時間の確保、朝練に参加するためには朝5時に起きないといけないメンバーもいた。辛い、



しんどい、辞めたいとすら思ったメンバーもいるかもしれない。ただ、だからこそ、生まれるものがあつた。届くものがあつた。本番の8月12日、徳島の夜に舞うべいらいと連の阿波おどりに「感動」を届けるだけのものが間違いなく、そこにはあつたのだ。べいらいと連が踊ったのは紺屋町演舞場と両国本町演舞場。順番にさまざまな連が踊り、通り抜けていく。構成や振りの独自性。他の連と見比べても、目を引くものが確かにあつた。「企業連のレベルじゃない」「やるなあ」「かっこいい」多くの歓声は、踊るメンバーに確実に届いていた。大袈裟ではない、確かな感動と賛辞がべいらいと連に送られていた。演舞の時間は2つの会場を合わせても30分に満たない。まさに一瞬かもしれないが、SCOとaRB、それを支えてきた多くの人たち、いくつもの想いの結晶が輝いた瞬間だった。



a RBのダンスディレクター Yutaは「踊りきった感動を高めて予想していましたが、その想像を超えてきました。あんなに声を出して踊ることも今まではなかったですし、踊っている時の景色も素晴らしかったです。これぞ日本の文化だと感じられるひとときでした。本当に素晴らしい経験でした」と振り返る。

「最後の最後までこだわって、みんなで動きを合わせて、全員で作り上げたからこそ自信を持って踊れましたし、感動したと色々な方から言っていただけたのかなと思います」というリーダー飯田の目には一筋の涙。

「皆と一緒にこの怒涛の数ヶ月間を乗り切り、現地の熱狂と溶け合い、喝采を浴びる事が出来た事は紛れもない事実で、これは今後の人生における大事な資産になると確信をしています」という菊地の言葉も熱を帯びていた。



avex ROYALBRATS Special Workshop in Tokushima

S COが徳島に残したのは「感動」だけではない。本番前日に行ったSCO主催のaRBダンスワークショップは130人を超える参加者を集めた。100人を超えるワークショップは徳島はもちろんavexでも経験したことのない規模だったという。



阿 波おどりの感動、ダンスワークショップ、これらを行ったのは東京の企業、SCOグループだということは忘れてはならない。新参者、よそ者と捉えられるかもしれない。しかし、だからこそ変えられるものがある。それが証明された今回の徳島での3日間ではなかっただろうか。全力で、誰かのための行動は、徳島を、そして医療業界をもきっと変えていくに違いない。



SCO GROUP × avex ROYALBRATS

What's the Update Release

システム部よりプロダクト開発情報をお届け！

——今回は、来年3月までの必須課題「EMV 3-Dセキュア（以下3Dセキュア2.0）」について、端地さんに伺いました。

「2024年3月、一般社団法人日本クレジット協会の発表によると、年々増加し続けているクレジットカードの不正利用被害額は、2023年には過去最高の541億円にのぼったことが明らかになりました。経済産業省は2025年3月末を目前に、ECサイトへの本人認証3Dセキュア2.0の導入を義務化すると発表し、それに伴い、EC加盟店、クレジットカードの発行事業者であるイシューア、加盟店契約会社のアクワイアラがそれぞれ3Dセキュア2.0の導入に向けて動かねばならず、SCORGグループとしても決済サービスのRabbitに対して加盟店が3Dセキュア2.0を利用できる状況にしなければなりません。」

手続きを省略できます。また、アカウントパスワードや生体認証にも対応しているため、本人でなければ認証ができず、なりすましを防げます。さらに、3Dセキュア2.0ではWebブラウザ上の決済のみ対象でしたが、2.0ではスマホアプリからの決済も含まれます。

SCORGグループとしては、3Dセキュア2.0について一年以上前から議論をしていたものの、Pay Light Callなどのリリースもあり、2024年4月から本格的に始動した形です。加盟店さまや、実際に決済をされる加盟店さまのお客さま方に、安心してRabbitをご利用いただけるように開発を進めています。我々は、Rabbit以外に、加盟店登録サービスのTURTLER、Pay Light BOX、に加えて一部の社内用ツールも開発をしているので、社員からフィードバックをもらって改善していくことができます。しかし、今回の3Dセキュアについては、各加盟店さまの様々な使い勝手を想定するだけでなく、ご利用いただくお客さまの個人情報の取り扱いにも充分に注意を払わなければなりません。当たり前のことですが、お金にまつわる開発は特に気をつけて進めています。

現状、設計は終わっていて、製造の段階です。サービスリリースまでを

10割とすると、3と4割のフェーズ6割くらいになるとテストが始まり、リリースに繋がるイメージです。今回は、2025年3月末で提供を終了する従来のAPI（アプリケーション・プログラミング・インターフェース）を残した状態で、3Dセキュア2.0対応したRabbitのAPIを追加します。従来のものが通常通り動いたうえで最新の動作確認もする必要があるので、確認作業にもより時間が必要となります。サービス提供後に何かを直すとなると、加盟店さま側でも作業が必要になるので、テストや事前確認をしっかりと重ねてリリースに向かいたいと思います。

年に1回はこういった大きな開発がある印象だが、2024年は2と3回ある形。自信というよりもみんな謙虚にのぞんでいる形ですが、自分たちでつくってきたサービスだからやるのであれば我々しかないだろう」という意識はあります。」

——穏やかに、でも着実に進んでいく。内に秘めた熱き革命心を感じた時間となりました。

Key points of issue

イシューア

イシューア (issuer) で「発行者・発行人」などの意味がある。業界内では「クレジットカード発行会社」の意味として知られている。

イシューアは利用者と契約し、クレジットカードを発行・提供する企業。クレジットカードを利用したい消費者は、イシューアとの契約を結ぶことで、その国際ブランドが利用できるクレジットカードが発行される。

アクワイアラ

アクワイアラ (acquirer) は、「得る者・獲得する者、取得者、入手者」などの意味がある。業界内では「加盟店管理会社」の意味として知られている。

アクワイアラは国際ブランドからライセンスを取得し、加盟店の新規開拓/加盟店の審査・管理/イシューアへの購入代金請求を行っている。クレジットカード決済を導入する際には、アクワイアラと契約を結ぶことが必要になる。

最近どうだい？

vol.2 カスタマーサクセス部

「実際にどのような業務を担っていて、どんなことを考えながら仕事をしているのか聞いてみたい。」そんな思いから始まった企画です！

現代のビジネスにおいて欠かせない役割であり、顧客の成功体験を実現するカスタマーサクセス部。「実際にどのような業務を担っていて、どんなことを考えながら仕事をしているのか聞いてみたい。」とは思いませんか？

第二回目となる「最近どうだい？」は、今年の6月よりカスタマーサクセス部の部長に就任した堀内祐都さんにお話を伺いました。

.....

「プロダクトやサービスを歯科医院さまに満足して使い続けてもらうこと、またユーザーである歯科医院さまの声を集めてプロダクトの質の底上げにどれだけ繋げることができるか、これがカスタマーサクセス部における使命だと考えています。そのためにやらなければいけないことはたくさんあるのですが、現状では歯科医院さまからの問い合わせへの意識改善が大切だと考えています。Pay Light Cashlessは売り切りの

プロダクトでしたが、Pay Light PlusやPay Light Callは売ってからは始まりのサービスです。魅力的なプロダクトであれば人は集まってはきますが、歯科医院さまからのご不満がイメージとして残ってしまうと、それを覆していくのは容易ではありません。特に我々のパーティカルSaaSのような業界特化のサービスは、対応の仕方ひとつひとつが特に大切になってきます。

問い合わせへの対応の仕方もまさにブラッシュアップしているところです。本来サポートの仕事というものは、いただいたお声に対して素早く対応をし満足度をあげることはもちろん、そこにどれだけ付加価値(+α)を付けることができるかが重要であると感じます。とはいえ人員が潤沢にあるわけではないので、各メンバーが、これは必要なのか、こうしたらもっとショートカットできるのではないか、など常に疑問を持ちながら今最大限できることをやっつけていける意

識と体制の構築を行なっていきたいです。

歯科業界はまだまだレガシーでやりにくさもありますが、見方を変えるとチャンスでもあると思います。成熟したライバルが存在するわけでもありませんから、やったらやった分だけ成果として返ってきます。どれだけ早く我々がこの業界でSaaS企業として抜きん出ることができるかが非常に重要なことであると考えています。

現状のプロダクトや今後の展開を考えれば、カスタマーサクセスが肝になってくることは間違いありません。常に柔軟な変化をし続けたいといけない、その意識を一番に持って日々課題と向き合っていきたいと思っています」

.....

今回はカスタマーサクセス部部長・堀内祐都さんにお話を伺いました。ありがとうございました！

支社だより from Branch Office

—— 夏季休暇明けに札幌から大阪へ異動して1週間、快くインタビューに応じてくださった南部さん。今回は札幌支社で過ごした10ヶ月間を振り返り、大阪でどのような成長を目指しているのかを伺いました！

「札幌支社は若手メンバーが多く、日々切磋琢磨しながら業務に励んでいます。現地には支社長が不在の中、窪さんがマネジメントを担っているため、メンバーそれぞれが得意分野を活かして協力し合う体制が整っており、瞬発力と数字に対するコミット力が高いです。森田さんは歯科衛生士の経験を活かして飛び込み営業を強化し、島田さんはインサイドセールスと進捗管理業務を、私は遠方の医院や学会・代理店の対応を担当し、チームとして成果を追求しています。

北海道内の歯科医院は約3,000件で、その多くが札幌に集中しています。そのため、「無歯科医地区（おおむね半径4kmの区域内に50人以上が居住している地区であって、かつ容易に歯科医療機関を利用することができない地区）」の数は全国最多です。先生方のお話によると、患者の中には自宅から300キロ以上離れた医院に通うために、

長距離バスで片道約6時間をかける方もいらっしゃるそうです。

このような状況だからこそ、全ての人々が気軽に歯科医院に通えるよう、札幌を中心にキャッシュレス決済やAI電話といった新技術の導入を進め、地域の歯科医院に新たな価値を提供していくことを目指しています。地方に密着した営業スタイルと都会的なビジネス手法を組み合わせることで、着実に関係構築を進めています。

Pay Light を北海道に浸透させるという使命を胸に、昨年の10月から支社の立ち上げを行い、地場の歯科コミュニティを強化して、札幌の医院が東京と同等の水準でPLを導入できる環境づくりに努めてきました。

今回、大阪では小出さんの人間力やマネジメント・戦略立案など、あらゆることを吸収する機会をいただきました。ボリュームのあるエリアでどのように攻めていけるのか、自分がどれだけ通用するのか、常にチャレンジしながら、大阪での学びを札幌に持ち帰り、さらに札幌を盛り上げていきたいと考えています。全社に波及できる存在となるべく、精進していきます」

札幌支社→大阪支社 南部駿太



◀大阪支社
▼札幌支社

