

2015年2月18日 全8頁

《実践》公共インフラ関連ビジネス

地方創生における オープンデータ活用の可能性

地元企業に期待される共通価値の創造

コンサルティング・ソリューション第三部
コンサルタント
小林 一樹

[要約]

- 2014年版の中小企業白書にて、中小企業の経営課題解決に向けた新しい潮流として「社会価値と企業価値の両立」が採り上げられた。米経営学者のマイケル・ポーターが提唱した「CSV（Creating Shared Value） 共通価値の創造」の概念を引用したもので、地域の中小企業が地域課題の解決に向けた取り組みを行うことで、地域経済の好循環を引き起こすという内容である。
- 地域経済の担い手たる地元中小企業の共通価値の創造と、これを活用した地域活性化を目指すにあたって、近年関心の高まりを見せている「オープンデータ」が有効ではないだろうか。
- オープンデータは発展途上段階にあり課題も多い。とはいえ、地域でビジネスを展開する中小企業が先頭となって事業化に取り組み、国や地方公共団体がオープンデータ化の推進を通じて支援することで、地域の社会価値のみならず、地元企業の企業価値も創造できる。企業と地域社会の双方にメリットをもたらす一連の取り組みが、日本が目指す地方創生の原動力となる。

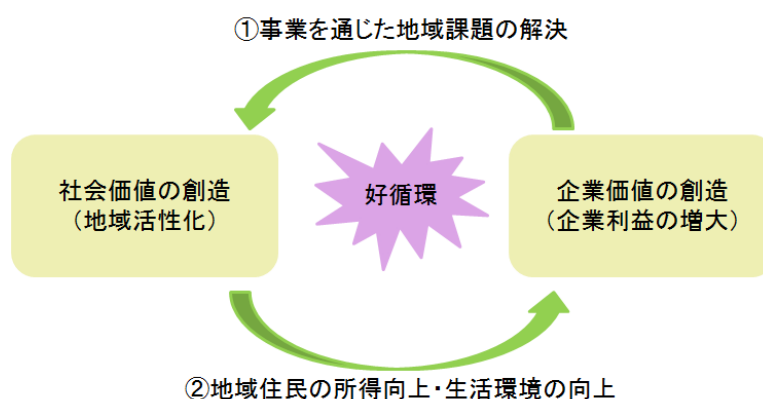
1. 事業活動に発する地域経済の好循環

人口減少、超高齢化をはじめとした急速な環境変化の中、地方創生というテーマは日本が抱える課題の中でも年々その重要性を増している。政府も長年の課題解決に向け、まち・ひと・しごと創生本部を設置し、様々な施策を提示している。この中には、補助金の交付

や税制措置なども含まれており、一定の効果が期待される。ただし、地方創生という課題を本質的に解決していくためには、地域経済の主体である中小企業が生産性と収益性を高め、一時的な補助施策に頼ることなく自立していくことが必要不可欠である。

2014年版の中小企業白書に、中小企業における経営課題の解決に向けた新しい潮流として「社会価値と企業価値の両立」が採り上げられた。これは、米経営学者のマイケル・ポーターが『共通価値の戦略』¹の中で提唱した「CSV (Creating Shared Value) 共通価値の創造」の概念に通じるものとされている。地域の中小企業が地域課題の解決に向けた取り組みを行うことで、社会価値を創造する。それが地域住民の所得向上・生活環境の向上を通じて再び企業価値の創造に結び付く。このような地域経済の好循環を生み出す可能性が示されている。

(図表 1) 社会価値と企業価値の創造から成る地域経済の好循環



出所：『中小企業白書 2014』中小企業庁 p. 448

共通価値の創造 (CSV) とは、企業が、事業を営む地域社会の経済条件や社会状況を改善する「社会価値」を創造し、その結果として企業の経済価値を高める「企業価値」を創造することと定義されている。この 2 つの価値を「共通価値」とし、その両方を目指すことが CSV の基本的な考え方である。「社会価値」の創造という言葉から、従来の CSR (企業の社会的責任) から連想される慈善活動のように社会貢献活動を捉えがちである。CSV を理解するための一つの重要なポイントは、「社会価値」の創造を「企業価値」の創造につなげ、収益を生む事業として実行することである。社会貢献活動が企業の競争力を高める積極的

¹ Porter, M. and M. Kramer、編集部訳「共通価値の戦略」、『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー 2011 年 6 月号』ダイヤモンド社

な方法と位置付けられている点にある。

具体的な事例として、2014年版の中小企業白書では、飲酒運転という社会課題に対して、キリンがノンアルコールビールを開発した事例や、ネスレが、コーヒー豆の仕入れ先であるアフリカや中南米の零細農家に対し、農法のアドバイスや融資保証などを通して、高品質のコーヒー豆の安定仕入を実現している事例などを挙げている。地域課題に近い事例としては、単身高齢者の増加という課題に対してセブンイレブン・ジャパンが実施する会員制配食サービス「セブンミール」事業と、これを通じた単身高齢者の見守りサービス。待機児童増加という課題に対して JP ホールディングスが行う託児所事業など、社会課題の解決と企業価値向上を両立した事例は数多ある。

事例は大企業のものだが、むしろ地域に根差して活動をしている中小企業の方が、より課題の本質を捉えやすく、同時に事業化のアイデアも出しやすいはずである。何より、地域の課題解決に取り組むことは、地域密着を旨とする中小企業にとって、事業の継続性の観点から大企業に比べてはるかに意義深いものではないだろうか。地域の過疎化、少子高齢化を考えた場合、中小企業にとっては、顧客の減少だけを意味しない。働き手の不足の点で、事業の継続性に影響を与えることになる。地域が住みよくなることで人口流出や地域経済縮小の問題を緩和できれば、一定の需要が確保でき、地域内の取引関係も維持できる。地域課題の解決に取り組むことを、慈善活動の一種と表面的に捉えることは早計であり、共通価値の創造に向け、自社の競争力を高める手段として取り組むことが、地域の盛衰と一蓮托生である中小企業にこそ必要と言える。

中小企業白書では、遊休スペースの貸し出しを通じて地域コミュニティの形成を促進している大里総合管理株式会社や、大手バス会社が参入できないニッチな地域に路線バスを走らせることで交通弱者の頼れる足となっている銀河鉄道株式会社の事例が紹介されている。いずれも中小企業ならではの視点と柔軟性によって共通価値を創造している企業である。政府からの一時的な補助金や税制措置を期待するのではなく、中小企業が主体的に地域課題の解決に取り組むことで、地域経済の好循環を生み出す。中小企業による共通価値の創造は、本質的な地方創生へと辿り着くための一つの道といえよう。

2. 共通価値の創造における「オープンデータ」の可能性

では、具体的に地域の中小企業はどのように共通価値を創造すればよいのであろうか。地域課題解決の重要性を理解しても、事業化できなくては前に進まない。共通価値の創造に向けたアプローチは様々あるが、そのうちの一つとして、近年関心の高まりを見せている「オープンデータ」の可能性について考えてみたい。

オープンデータとは、「機械判読に適したデータ形式で、二次利用が可能な利用ルールで公開されたデータ」を意味する²。国や地方自治体が持つデータを公共の社会インフラとして公開することによって、新事業や官民協働の新サービスを創出し、企業活動や社会活動にイノベーションを起こすことを目的としている。オープンデータの活用は世界的なトレンドでもあり、2014年2月に開催された「International Open Data Day 2014」では、世界111都市、日本でも30を超える自治体や団体が参加して、市民参加型のアイデアソンやハッカソンが行われた。そこではオープンデータを活用したアプリの開発や地域課題の解決方法に関する議論が活発に行われ、関心の高まりを感じさせるものであった。

オープンデータの対象は、人口動態、気候、犯罪、交通、観光資源など多岐にわたる。これらのデータはそのまま事業化へつながらないものではない。利用者（事業者）が、データを組み合わせ、加工し、分析することで価値あるものへと変えていくことが求められる。事例としては、観光地の所在地データに公衆トイレ、駐車場の位置情報などを組み合わせた観光案内サービスや、現在位置情報を元に、付近の避難所データ、避難ルート情報を提供する災害支援サービスなどが挙げられる。オープンデータ化の取り組みは全国の自治体へ広がりを見せており、今後は民間企業などもデータをオープン化する予定である。質と量ともにデータの充実が想定され、更なる盛り上がりを見せるものと思われる。

一方、オープンデータの抱える課題として、オープンデータの推進がビジネス展開に結びついていないことが挙げられる。現状、オープンデータを活用したビジネス展開といえ、データを活用したアプリケーションの開発、販売が主流である。図書館の蔵書検索サービス「カーリル」や緊急地震速報を提供する「ゆれくるコール」などの事例があるものの少数である。もともとオープンデータは「無料」であるため、対価を得る点で事業として成り立ちづらい。「カーリル」においても、図書館の蔵書検索サービスそのものは無料であるが、そのデータとノウハウを元によく借りられる本の傾向を分析し、出版社や書店向けに企画支援などの事業も行っているという。「カーリル」はオープンデータをビジネス展開につなげた好事例であるが、データを起点としてビジネス展開するためには、高い独創性と技術力が求められる。実際にオープンデータがビジネスに活用されるようになるためには、データ起点でビジネス展開を考えるのではなく、ビジネス起点でデータをいかに活用するかを考えるべきであろう。その点で、自社のビジネスを起点に地域課題を解決するという共通価値創造の考え方は、オープンデータの活用と親和性が高いと考えられる。

² 総務省 HP 「オープンデータ戦略の推進」

http://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/ictriyou/opendata/index.html

3. オープンデータ活用のアプローチ

共通価値の創造に向けて、オープンデータの活用は有効な手段となり得るのであるのか。ポーターは『共通価値の戦略』の中で、共通価値を創造する方法として、次の3点を挙げている。

- ① 製品と市場を見直す
- ② バリューチェーンの生産性を再定義する
- ③ 企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる

本章では、この各アプローチを念頭に、既存の事例を踏まえて中小企業の共通価値創造に寄与するオープンデータ活用の方向性を考察する。

(1) 製品と市場を見直す

地域課題の裏側には多様な社会的ニーズを持つ人がいる。過疎化により公共交通の路線網から外れてしまい移動が困難になった高齢者や、育児や介護を抱えて働きたくても働けない女性など、地域課題とニーズは密接に関連している。大企業のサービスでは行き届かないニーズに対し、地域の中小企業が自社の製品やサービスをそのニーズに適合させていくことが、共通価値を創造する一つの方法である。

この点におけるオープンデータ活用の一案として、過疎地域におけるオンデマンド交通事業が挙げられる。地域交通の利用ログに関するデータと高齢化率データを組み合わせることで、効率的なオンデマンド交通サービスの設計が可能となる。この取り組みは既に実証実験³なども進められている。大手交通会社が定期路線バスを運行しない地域であっても、オープンデータを活用した効率的なサービスを、地方公共団体と連携して中小企業が設計できれば、自社の収益化だけでなく、交通弱者の保護、地域経済の活性化という社会価値創造にもつながる。

また、地域の空家情報をオープンデータとして活用するアイデアも注目されている。地域の不動産事業者や自治体が持つ空家情報をオープンにし、データベース化することにより空家問題の解消が見込める。低予算で持ち家を持ちたい若年層の世帯に対するマッチングが促進され、若年層世帯の流入という効果も期待できよう。

社会的ニーズを把握し、オープンデータの観点から自社の製品やサービスを見直すこと

³ 総務省 『平成26年情報通信白書 第1部 特集 ICTがもたらす世界規模でのパラダイムシフト』
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/html/nc142220.html>

は、共通価値の創造につながる。

(2) バリューチェーンの生産性を再定義する

調達から流通、販売、アフターサポートまでの一連の価値創造行為をバリューチェーンという。例えば農業の場合は、生産、収穫、加工、流通がおおまかなバリューチェーンである。従来、バリューチェーンを通じた生産性の向上と高付加価値化の取組みは、生産者の勘と経験で進めるより他なかった。現代は、地域の気候と最適な農作物の飼育方法、肥料の量などに関するデータのオープン化が進んでおり、データに基づいた生産管理と品質向上が可能である。また、農作物の栽培情報、流通情報、消費者による評価情報といったデータを共通化し、トレーサビリティシステムに活用する実証実験⁴なども行われている。バリューチェーンの各所におけるデータをオープン化することで、バリューチェーン全体の生産性向上に結び付けることができる。

(3) 企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる

福井県鯖江市の「さばえぶらり」は、観光を産業クラスターとして捉えた場合のオープンデータの活用事例としてよく採り上げられる。

「さばえぶらり」は、鯖江市の提供する観光情報やWi-Fiの設置情報を、古地図上に配置して街歩きができるアプリケーションである。このようなオープンデータを活用した観光サービスは、「観光客を呼び込む」、「効率的な観光ルートの案内により地元店舗への来店率を上げる」といったニーズを抱える地域に対する社会的価値を提供することができる。オープンデータを活用した観光向けのアプリケーションは、地図情報を用いているものが多いことから、GPS (Global Positioning System, 全地球測位網) を活用したO2Oマーケティングなど、今後さらなる広がりを見せる可能性もある。

以上のように、ポーターが挙げた、共通価値を創造する3つの方法において、オープンデータの活用は有効な手段となり得ることが分かる。今後、オープンデータ化が推進されるにつれ、共通価値創造のためにオープンデータを活用する企業の増加が想定される。

⁴ 総務省『平成24年度オープンデータ実証実験 生鮮農産物情報 (概要)』
http://www.soumu.go.jp/main_content/000262471.pdf

4. 地元企業のオープンデータの活用を地方創生への原動力に

オープンデータの活用は、中小企業による共通価値創造の有効な手段の一つであるが、その活用においては課題も多い。中でもデータ活用に明るい人材の育成はその最たるところであろう。オープンデータ自体は無償で提供されているため、比較的少額の投資で取り組めるといったメリットがあるものの、そのデータを有効活用するためには、一定の技術力とアイデアを持った人材が必要となる。その点で、尻込みをしてしまう中小企業は多いのではないだろうか。とはいえ、オープンデータを活用したビジネスコンテストなどの入賞作品を見ると、高校生や大学生が受賞しているケースも多い。オープンデータ API⁵の提供も進んでおり、千葉県流山市では地図画像を使ったアプリケーションのサンプルプログラムも公開している。また、内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室からは地方公共団体向けのオープンデータ化の手引書⁶が公表された。地元企業のオープンデータ活用を後押しすべく、地方公共団体には、データの拡充のみならず、共通フォーマット化やデータの適切な更新ルールの策定、さらには人材育成の支援など、より利用しやすい環境の整備が求められている。

日本は課題先進国とも呼ばれる国である。なかでも、「地域」単位で事業を行っており、課題の最前線に立つ中小企業においては、自社の事業の成否が地域の社会的課題と密接に関連している。そのため共通価値の創造は、地域の中小企業にとって、まさに「生きる道」であると言えよう。そして、共通価値を創造するきっかけとして、オープンデータの活用は非常に有効と考えられる。2015年2月21日の「International Open Data Day 2015」など、今後世界中でオープンデータを活用したアイデアソン、ハッカソンが開催される予定である。この中から地域の課題解決に向けたアイデアの原石が出てくる可能性は大いにある。地域でビジネスを展開する中小企業が先頭となって事業化に取り組み、国や地方公共団体がオープンデータ化の推進を通じて支援することで、地域の社会価値のみならず、地元企業の企業価値をも創造することができる。企業と地域社会の双方にメリットをもたらす一連の取り組みこそが、わが国が目指す地方創生への原動力となるものと期待される。

—以上—

⁵ API (Application Programming Interface) ソフトウェアの汎用的な機能やデータを、他のプログラムから使用するために定められた仕様

⁶ 内閣官房 情報通信技術（IT）総合戦略室 『オープンデータをはじめよう ～地方公共団体のための最初の手引書～』 http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/densi/kettei/opendata_tebikisyo.pdf

参考文献

- 中小企業庁『中小企業白書<2014年版>』 日経印刷
- Porter, M. and M. Kramer、編集部訳「共通価値の戦略」、『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー2011年6月号』 ダイヤモンド社