

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 22 日現在

機関番号：21301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25380470

研究課題名(和文) 東北復興支援 e ビジネスモデルの創出

研究課題名(英文) Concept of e-Business Model for Tohoku Reconstruction Support

研究代表者

藤原 正樹 (Fujiwara, Masaki)

宮城大学・事業構想学部・教授

研究者番号：50553856

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,200,000 円

研究成果の概要(和文)：本研究は、東日本大震災被災地中小企業の復興に向けた課題を示すと共に、東日本大震災復興支援BtoBtoC型取引所の構想を示した。マーケットプレイス型のBtoB取引サイトと一般消費者も含んだ東北応援コミュニティの有用性を主張した。さらに、東北復興産品認証マーク制度を提案し、被災地由来商品のブランド化の方向を提案した。この取引所の有効性を評価するために、全国の一般消費者向けアンケート調査を実施した結果、一般消費者からは支持が高いことが示された。消費を通じて被災地を支援しようとする応援消費意識も継続していることが示された。他方、施策としては有効であるが、実施にあたっては多くの課題があることも示された。

研究成果の概要(英文)：This study has described issues involved with the reconstruction of SMEs in areas affected by the Great East Japan Earthquake and a vision for the B-to-B-to-C Type Market to Support Reconstruction after the Great East Japan Earthquake. It has also described the effectiveness of a marketplace-type B-to-B transaction site and a Tohoku support community involving general consumers. In addition, this study has proposed the Tohoku Reconstruction Product Certification Mark system, outlining an approach to the branding of products from disaster-affected areas. This study has verified the effectiveness of the vision for the B-to-B-to-C Type Market to Support Reconstruction after the Great East Japan Earthquake.

We have demonstrated the effectiveness of the Market but still must establish an approach to achieving it. How to build relationships of trust between companies in disaster-affected areas and companies in areas of consumption is particularly important.

研究分野：経営情報

キーワード：東日本大震災 中小企業 e ビジネス BtoBtoC型取引所

1. 研究開始当初の背景

(1) 東日本大震災の被災地の中小企業の復興は、被災地の経済復興のためだけでなく、被災者の生活基盤の確保のためにも喫緊の課題となっていた。震災直後からの被災地中小企業に対する聞き取り調査の結果、再建に取り組む中小企業の3つの課題が明らかとなった。その第1は、経営者の強い意志が復旧・復興を支えているという点である。後継者の有無も大きい。第2は、顧客とのつながりである。被災地では農林水産関連の生産や加工を行っている中小企業が多く、一度絶たれたサプライチェーンを復活するだけでなく、新たなサプライチェーン構築が復興には必要であるという点である。第3は、地域の復旧・復興計画策定の問題である。

(2) 3点の課題の中で、第2の顧客基盤の再建が被災地の産業復興には重要である点に着目した。顧客基盤の中心は、首都圏など大消費地の顧客となる。大消費地とつながるサプライチェーン再建が復興の鍵となるが、サプライチェーン再建に向けた取り組みは、個別企業レベルの取り組みにとどまっていた。聞き取り調査では、販売ルートを失ったという企業が多かったが、組織的な販路再建に向けた取り組みは限定的であった。個別企業の独自の取り組みも必要ではあるが、地域や業界で企業が連携して、場合によっては地域や業界の境界を超えて、サプライチェーン再建に向けて組織的に取り組んでいくことが求められている。

2. 研究の目的

被災地中小企業の復興に向け、従来のサプライチェーンの再構築だけでなく、新たなサプライチェーン構築を軸とする新ビジネスモデルを創出し、そのビジネスモデルの有効性を検証して、被災地の中小企業の復興を支援することが本研究の目的である。

具体的には、以下の三点を明らかにする。

(1) 被災地中小企業の販路開拓・顧客基盤再構築に向けた課題を示し、その課題を解決できる、特にインターネットを活用したサプライチェーンの再構築策(e ビジネスモデル)を示す。

(2) サプライチェーンの構築においては、首都圏など消費地と生産地である被災地をつなぎ、新たな流通を構築しようとしている新興事業者にも焦点を当て、その状況と抱えている課題を示す。

(3) e ビジネスモデルを実現するための資金調達手段として、震災復興ファンドといわれるマイクロファイナンスの現状と課題を探り、その課題を解決するための方策を示す。

これら三点を明らかにすることを通じて、それらの成果のまとめとして、「東北復興支援e ビジネスモデル」を提案する。さらに、このビジネスモデルの有効性を評価するために、被災地中小企業等への聞き取り調査、全国の一般消費者を対象としたウェブ調

査、などを通じてそのビジネスモデルの有効性を評価するとともに実現に向けた課題を示す。

3. 研究の方法

本研究では、実証的な研究方法に基づき、被災地中小企業が復興する方向に関する研究を行った。

具体的には、既存の文献による情報収集、被災地中小企業、および消費地の流通関連企業へのヒヤリング、全国の一般消費者を対象としたウェブ調査を軸に研究を進めた。

研究初年度の平成25年度は、以下の4点を実施した。

(1) 研究テーマに関連する過去の基本的文献、調査資料の分析とそれに基づく理論的な検討を行った。

(2) 東日本大震災被災地中小企業に対するヒヤリング。とりわけ津波被害を受けた沿岸部の水産加工業を中心にヒヤリングを行った。

(3) 首都圏など消費地とつながる流通関係団体、企業、支援組織等へのヒヤリングを実施した。

(4) 阪神大震災被災地中小企業、および中小企業関連団体へのヒヤリングを実施した。

平成26年度においては、初年度の調査成果を踏まえて、「東北復興支援e ビジネスモデル」を構想し、その有効性評価のために関係企業・団体への聞き取り調査、全国の一般消費者を対象としたウェブ調査等を実施した。

研究最終年度である平成27年度は、「東北復興支援e ビジネスモデル」に関する聞き取り調査、ウェブ調査等の統計的分析を通じて、ビジネスモデルの有効性の検証と実現に向けた課題を検討した。

4. 研究成果

(1) 被災地中小企業の復興課題

東日本大震災発生後から被災地である宮城県沿岸部の中小水産・食品加工業を主な対象として、復興に向けた課題を検討してきた結果、以下の3点が明らかになった。

第1は、東日本大震災被災地中小水産・食品加工業の復興においては、首都圏など大消費地を販売先とすることが必要である。消費地としての東北は市場規模として限界がある。

第2は、商品開発力やマーケティング力が乏しい被災地の中小企業が単独で一般消費者向け市場開拓に取り組むことは限界がある。被災地の企業と消費地の企業が連携し、商品開発などを伴いながら新市場開拓を行う方策の有効性が高い。

第3は、震災から4年が経過した今日でも、消費を通じて復興を支援しようという一般消費者の意識は継続している、という3点である。

(2) 東日本大震災復興支援 BtoBtoC 型取引所 (仮称) の構想

被災地中小企業の新たな販路開拓の一方策として、被災地中小企業の復興に向けた志(こころざし)を共有するコミュニティの機能を持つヴァーチャルな取引所を構想した。

「東日本大震災復興支援 BtoBtoC 型取引所(仮称) - 被災地企業の志(こころざし)を共有するコミュニティ型情報共有 & 取引サイト -」を図で示す(図 1)。その機能は、以下の3点である。

第1の機能は、Web サイト上で被災地の企業と消費地の企業が継続して取引を行う「BtoB 取引用サイト」の機能を持つことである。被災地企業の志(こころざし)に共感する消費地の食品関連企業(小売業、レストランなど)などが取引を行う。志を共有する登録メンバー(企業)による取引を仲介するとともに、被災地企業と消費地企業のコラボレーションによる新商品開発等にも取り組む。

第2の機能は、「東北応援コミュニティ」として、被災地企業とそれを応援する消費地企業、一般生活者をつなぐネット上のオープンなコミュニティの機能である。被災地の事業者と全国の一般消費者、企業がオープンな交流を行い、東北製品の紹介、取り扱い店舗の紹介なども行う。

第3の機能は、被災地で生産・製造された商品、あるいは被災地産品を原材料とした商品に対して、「東北復興産品認証マーク(仮称)」を発行し、被災地由来商品の販路開拓を支援する東北復興産品認証マーク制度の運用である。東北で製造・生産、収穫された商品や材料を使用しておれば、東北復興産品認証マークとして認証し、東北由来商品の信頼性確保をめざす。

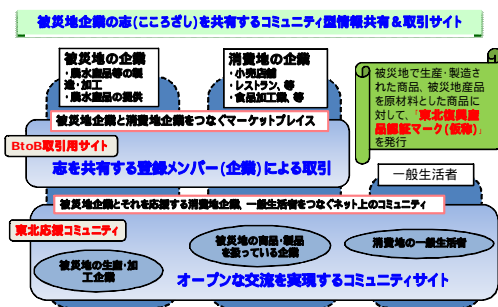


図 1 東日本大震災復興支援 BtoBtoC 型取引所

(3) ビジネスモデルの有効性評価

本ビジネスモデルの有効性を評価するため、宮城県事業者への聞き取り調査、全国の一般消費者向け Web 調査を実施した。

宮城県事業者への聞き取り調査において、復興支援 BtoBtoC 型取引所の開設については、「条件がそろえば利用する」との反応がほとんどであった。その条件とは、志(こころざし)

し)に共感があること、信頼できる企業であること、安定的・継続的な取引が出来ることなどがあげられた。

認証マーク制度については、つながりから新ビジネスが期待できるという肯定的な反応とともに、消費者の信頼が得られるとは思わないなどの否定的な反応も多く、反応が2分された。

全国の一般消費者を対象とした Web 調査は、東北被災地の食品購入などについて、東北産品認証マークに関して、復興支援 BtoBtoC 型取引所に関して、等を質問した。2015年3月に実施し、有効サンプル数 4,395 (男性:51%、女性 49%)であった。Web 調査の結果判明したことは以下の3点である。

第1の点は、東日本大震災被災地に対して消費を通じて支援するという意識は、現在も残っていることである。回答者の 50%強が、食材・食品を購入、または外食する際に東北被災地からの食材・食品であることを意識すると答えており、同じく 50%程度の回答者が東北被災地の食品を実際に購入していることが判明した。

第2に、東日本大震災復興支援 BtoBtoC 型取引所の構築について、40%弱の人が評価している点である。積極的に被災地支援のために商品購入したいという回答も 30%程度有り、取引所への一般消費者からの期待がうかがわれた。

第3は、東北復興産品認証マーク制度について、60%近くの人が意義あると評価していることである。認証マークの付いた商品を購入すると答えた人も 50%程度有り、認証マーク制度への支持も高かった。

被災地事業者と全国一般消費者へのヒヤリング・Web 調査を通じて、震災復興 e ビジネスモデル実現に向けた課題が示された。

第1の点は、全国消費者の反応はおおむね良好ではあるが、一方で、被災地事業者の反応は否定的ではないが懐疑的な反応が多かったことである。この点では、一般消費者の反応をもとに被災地事業者への働きかけが必要と思われる。

第2の点は、被災地事業者の復興に向けた志(こころざし)は強く、全国消費者の貢献消費意識は継続していることである。この2つを結びつけることで新たな販路開拓の可能性が広がることが期待される。

(4) おわりに

本研究は、東日本大震災被災地中小企業の復興に向けた課題を示すと共に、被災地と消費地をつなぐ e ビジネスモデルの構想を示した。マーケットプレイス型の BtoB 取引サイトと一般生活者を含んだ東北応援コミュニティ、さらに、東北産品認証マーク制度を提案し、被災地由来商品のブランド化の方向を提案した。

Web 調査により一般消費者からは支持が高いことが示された。また、消費を通じて被災地を支援しようとする応援消費意識も継続していることが示された。他方で、このeビジネスモデルの実現するにあたっては多くの課題があることが示された。とりわけ重要なのは、被災地事業者の志(こころざし)の共有である。

本研究では、復興支援 BtoBtoC 型取引所と認証マーク制度の機能としての有効性を示した段階であり、それをどう実現するかは今後の課題として残った。

最後に、本研究にあたっては、被災地宮城県の中小水産・食品加工業を中心に多くの事業者の方に協力いただいた。また、阪神大震災被災地の兵庫県中小企業団体中央会の方々、首都圏で東日本大震災復興支援に取り組んでいる事業者の方からも協力を得た。ここに記して、謝意を表したい。

<引用文献>

榎並利博、地域イノベーション成功の本質』、第一法規、2013年

復興庁、復興の現状と取り組み、2013年 - 2015年

平野敦士カール・アンドレイ・ハギウ、『プラットフォーム戦略』、東洋経済新報社、2010年

小門裕幸、『ウェルネスを育成するエクイティ文化の形成』、社団法人如水会、

<http://jfn.josuikai.net/josuikai/21f/52-7.htm>、2003年

丸山雅祥、『経営の経済学』、有斐閣、2011年

社団法人中小企業診断協会宮城県支部、『東日本大震災における中小企業復興への歩み』に関する調査研究報告書』、2012年

河合亜矢子・福永康人・佐藤亮、食品eマーケットプレイスの成立要因、経営情報学会誌、Vol.19 No.1 2010年、PP.51~PP.68

日経消費インサイト、『何となく不安』な時代の到来、日経消費インサイト、No.33、2015年12月、PP.2~PP.11

水産庁、水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート結果、2014年

<http://www.jfa.maff.go.jp/j/press/kakou/pdf/anke-to1.pdf> 2015年11月30日閲覧

水産庁、水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート(第2回)の結果について、2015年

<http://www.jfa.maff.go.jp/j/press/kakou/150212.html> 2015年11月30日閲覧

谷口葉子・大竹秀男、食品の『応援消費』の行動決定要因の分析 - 3.11 被災地で作られた食品の購買行動を例に -、フードシステム研究、第21巻3号、2014年、PP.158~PP.163

5. 主な発表論文等

[雑誌論文] 計4本

藤原正樹、震災復興支援eマーケットプレイスの成功要因分析 - 東日本大震災・被災地中小企業の復興課題 -、経営実務研究、査読有り、第9号、2014年、PP.21-34

藤原正樹、Vision for a B-to-B-to-C Type Market to Support Reconstruction after the Great East Japan Earthquake、Proceedings of International Conference on Business Management 2015、査読有り、2015年、PP.158 - 161

藤原正樹、A Proposal of e-Business Model to connect the Disaster area and the Consumption area、Journal of Management Science、査読有り、Vol.6、2015年、PP.9 - 16"

藤原正樹、東日本大震災復興支援eビジネスモデルの構想 - 宮城県沿岸部の中小水産・食品加工業の事例をもとに -、日本中小企業学会論集、査読無し、第35巻、2016年、PP.203-206

[学会発表] 計10本

藤原正樹、東北復興支援eビジネスモデルの創出~復興のその先へ!~、電子情報通信学会 情報・システムソサイエティソフトウェアインタプライズモデリング研究会(SWIM)、2013年8月21日、宮城大学サテライトキャンパス(宮城県仙台市青葉区)

藤原正樹、東北復興支援型eビジネスモデルの構想、2013年秋期全国研究発表大会、経営情報学会、2013年10月28日、流通科学大学(兵庫県神戸市西区学園西町)

藤原正樹、高力美由紀、東北復興に向けたeビジネスモデルの構築~フードビジネスを中心に~、第5回横幹連合コンファレンス、横断型基幹科学技術研究団体連合、2013年12月21日、香川大学(香川県高松市幸町)

藤原正樹、BtoB取引におけるeマーケットプレイスの成功要因分析 - 東日本大震災・被災地中小企業の復興課題 -、第12回全国大会、日本経営実務研究学会、2014年3月9日、東海大学高輪キャンパス(東京都港区高輪)

藤原正樹、被災地と消費地をつなぐeビジネスモデルの提案 東日本大震災・被災地中小企業の復興課題 -、第52回(2014年春季)全国研究発表大会、日本経営システム学会、2014年6月15日、法政大学(東京都千代田区富士見)

藤原正樹、東日本大震災復興支援 BtoBtoC型取引所の構想 - 被災地企業の志(こころざし)を共有するコミュニティ型情報共有&取引サイト -、2014年秋期全国研究発表大会、経営情報学会、2014年10月26日、新潟国際情報大学(新潟市中央区)

藤原正樹、東日本大震災復興支援eビジネスモデルの構想、西部部会、日本中小企業学会、2015年7月4日、神戸山手大学(兵庫県神戸市中央区諏訪山町)

藤原正樹、東日本大震災復興支援eビジネスモデルの構想、第35回全国大会、日本中

小企業学会、2015年10月3日、福岡大学(福岡市城南区)

藤原正樹、震災復興支援 e ビジネスモデルの成功要因、2015 年秋期全国研究発表大会、経営情報学会、2015 年 11 月 29 日、沖縄カンファレンスセンター (沖縄県宜野湾市真志喜)

有馬昌宏、藤原正樹、高力美由紀、大規模災害被災地中小企業の ICT による支援の可能性、015 年秋期全国研究発表大会、経営情報学会、2015 年 11 月 29 日、沖縄カンファレンスセンター (沖縄県宜野湾市真志喜)

〔図書〕(計 0 件)

〔産業財産権〕

出願状況 (計 0 件)

取得状況 (計 0 件)

〔その他〕

ホームページ等

<http://www.mfujiwara.jp/research/03/index.html>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

藤原 正樹 (FUJIWARA、Masaki)

宮城大学・事業構想学部・教授

研究者番号：50553856

(2) 研究分担者

有馬 昌宏 (ARIMA、Masahiro)

兵庫県立大学・応用情報科学研究科・教授

研究者番号：00151184

高力 美由紀 (KOURIKI、Miyuki)

宮城大学・事業構想学部・教授

研究者番号：60553857