

令和 3 年 6 月 27 日現在

機関番号：34323

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2017～2020

課題番号：17K03883

研究課題名（和文）エクイティ文化に基づく東北復興ビジネス・プラットフォームの構想と実現に関する研究

研究課題名（英文）Research on the Conception and Realization of the Tohoku Reconstruction Business Platform Based on Equity Culture

研究代表者

藤原 正樹 (Fujiwara, Masaki)

京都情報大学院大学・その他の研究科・教授

研究者番号：50553856

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,400,000円

研究成果の概要（和文）：東日本大震災から10年が過ぎた被災地中小企業の復興に向けた一番の課題は、新たな顧客基盤の構築を含む販路の開拓である。首都圏など大消費地の企業と被災地の企業が継続的に取引を行うビジネス・プラットフォームの構築が必要となる。その設立と運営における課題と対応策の検討を行った。被災地企業の復興に向けた志（こころざし）をもとにした取引企業間の信頼関係や企業と消費者との間の絆がどのように構築され、強化されていくかについて定量的な評価を行った。社会関係資本の一形態であるエクイティ文化がバーチャル空間であるビジネス・プラットフォームでの事業者とその志を支援する生活者との間でどのように作用するかを分析した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、被災地中小企業の新規販路開拓をテーマとしている。インターネットを活用した新事業モデルに関する研究である。本研究においては、被災地事業者の志（こころざし）の共有を事業化の重要成功要因と位置づけている。

被災地中小企業の復興のために、被災地と消費地の企業とを直接的にプラットフォームを介して結びつけて新たな取引先との販路開拓を行おうとする試み、さらに消費者の思いによって動かされた消費地の企業と消費者からの共感で支えられる被災地の企業とをプラットフォームを介して結び付けようという試みは、本研究の独創的な点であり、志（こころざし）をエクイティの観点から捉える初めての試みでもある。

研究成果の概要（英文）：10 years have passed since the Great East Japan Earthquake, and the most important issue for the recovery of small and medium-sized enterprises in the affected areas is the development of sales channels, including the construction of a new customer base. It is necessary to establish a business platform where companies in large consumption areas such as the Tokyo metropolitan area and companies in the disaster areas can conduct business on a continuous basis. We examined the issues and countermeasures in its establishment and operation.

We quantitatively assessed how to build and strengthen the bonds of trust between companies in the affected areas based on their aspirations for recovery, and between companies and consumers. We analyzed how equity culture, a form of social capital, works between businesses and consumers who support their aspirations in the virtual space of a business platform.

研究分野：経営情報

キーワード：東日本大震災復興支援 ビジネス・プラットフォーム エクイティ文化 中小企業 BtoBtoC型取引所

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

本研究は、平成 25 年度～27 年度の研究：東北復興支援 e ビジネスモデルの創出 (基盤研究(c)研究代表者：藤原正樹)を継承した研究である。先の研究において、以下の 3 点を明らかにしてきた。

- (1) 東日本大震災被災地中小企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。
- (2) 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。
- (3) 被災地には復興に向けた強い志(こころざし)を有する企業が多く存在し、それに共感する全国消費地の企業・一般消費者も存在している。

他方、被災地の中小企業においては、震災前の販売先との取引が復活できない現状を踏まえて、新たな販路開拓に向けた取り組みが行われている。これらを組織的な取り組みへと発展させる目的で、先の研究では被災地企業と消費地の企業・一般消費者をつなぐ「東日本大震災復興支援 BtoBtoC 取引所」を構想し、全国の消費者向けアンケートなどを通じて、その有効性を検証してきた。その結果、この取引所に対する一般消費者の支持は高いが、その実現に向けては取引所の運営主体形成など多くの克服すべき課題があることを示した。とりわけ重要な課題は、被災地中小企業経営者の復興に向けた志(こころざし)の共有である。志を共有しながらビジネスとして継続していくためには、被災地と全国の消費地をつなぐビジネス・プラットフォームが必要であり、被災地と全国消費地の時間と場所を越えた継続的な交流の場の創出が求められている。

2. 研究の目的

本研究の目的は、被災地中小企業の復興に向けた志(こころざし)を共有し、ビジネスとして継続していく仕組みを構想し、その設立と運用における課題とその対応策を示していくことである。我々はその取引所を「東北復興ビジネス・プラットフォーム」と命名し、その実現の道筋を理論と実証データで示していく。具体的には以下の 3 点を設定した。

- (1) 東日本大震災被災地中小企業と全国の消費地企業が、継続的に取引を行う「東北復興ビジネス・プラットフォーム」の具体的内容を提案し、有効性と実現可能性を全国の企業・団体および一般消費者を対象とした調査データによる実証的方法に基づいて示す。
- (2) 中小企業のプラットフォーム・ビジネス成功事例を調査し、中小企業のプラットフォーム・ビジネスの成功要因を明確にする。
- (3) 被災地企業の復興に向けた志(こころざし)をもとにした取引企業間の信頼関係や企業と消費者との間の絆がどのように構築され、強化されていくかを理論的に整理し、志(こころざし)や絆の大きさを、コンジョイント分析や CVM(仮想市場評価法)などの定量評価の手法を適用して定量的評価を示す。

3. 研究の方法

本研究では、実証的な研究方法に基づき、東北復興ビジネス・プラットフォームを構想する方向を研究した。具体的には、既存の文献による先行研究調査、被災地中小企業、および消費地企業へのヒアリング、プラットフォーム・ビジネス実施企業の調査、の三点を軸に研究を進めた。

初年度においては、では、エクイティ文化とプラットフォーム・ビジネスに関連する基本的文献の調査と理論的な検討を行った。では、プラットフォーム・ビジネス企業団体事

例研究として、京都試作ネット、京都試作産業プラットフォームを運営する京都試作センター株式会社へのヒアリングを実施した。また、宮城県の株式会社 GRA の新産業育成に向けた取り組み事例の調査を実施した。では、宮城県南三陸町の水産加工業である株式会社ヤマウチとの共同プロジェクトを構築し、新たな水産加工品の商品開発と販路開拓に向けた取り組みを行った。また、これらの研究成果に関する 2 回の学会発表を実施した。

2 年目の平成 30 年度においては、では、昨年度に引き続き、エクイティ文化とプラットフォーム・ビジネスに関連する基本的文献の調査と理論的な検討を行った。では、宮城県東松島市の「松島農商福連携ネットワーク」による高級牡蠣のブランディング化の取り組みを継続調査した。産業技術総合研究所が中心となって取り組まれた「おらほのカキ市場」について調査を行った。また、全国での取り組みとして、震災復興プラットフォーム：東の食の会、熊本市：みなみあそ村へのヒアリングを実施した。では、これまでの研究で検討してきた「東日本大震災復興支援 BtoBtoC 取引所」を再評価し、東北復興ビジネス・プラットフォームのビジネスモデル検討を行った。研究成果報告では、共同研究者 3 名が合計 5 件の学会発表等を行い、中間報告としての研究成果を報告した。

3 年目の平成 31 年度（令和元年度）においては、では、東日本大震災から 9 年がたった被災地の復興状況について、宮城県沿岸部の水産加工中小企業にヒアリングを行った。また、「東北復興ビジネス・プラットフォーム」に関する評価を確認した。さらに、構想した「東北復興ビジネス・プラットフォーム」の有効性を評価するための全国一般消費者向けの Web アンケート調査を実施した。2020 年 1 月 23 日～2 月 24 日までの間実施し、全国の都道府県 18 歳以上で 4690 サンプルからの回答を得た。

研究の最終年度である令和 2 年度においては、「東日本大震災復興支援に向けた生活者向けアンケート」の分析評価とその成果の学会等での発表を行った。

4．研究成果

本研究の目的は、「東北復興ビジネス・プラットフォーム」の設立と運用における課題とその対応策を示していくことであった。

本研究の第 1 の成果は、エクイティ文化の醸成がこのビジネス・プラットフォームの運営において重要な役割を果たすことを示したことである。被災地中小企業経営者の復興に向けた志（こころざし）の共有をプラットフォームの成功要因として掲げていたが、その共有方法については示すことが出来なかった。本研究ではその共感を継続・拡大していくために、被災地と消費地をつなぐエクイティ文化の醸成が重要な役割を果たすことを示した。

本研究の第 2 の成果は、エクイティ文化の醸成を定量的に評価する手法を形成したことである。エクイティ文化は、ソーシャル・キャピタル(Social capital)の発展形としての一形態であると考えられる。感情的資産(Emotional Equity)も含めて地域の関係者間の信頼関係醸成に重要な影響を及ぼし、エンジェルとしての投資やアドバイザーとしての支援などの形態での積極的関与をもたらすと考えられる概念である。本研究では、ソーシャル・キャピタルの構成要素を参照しつつ、エクイティ文化の個人レベルの醸成度を定量的に把握する方法を生み出した。

本研究第 3 の成果は、エクイティ文化の高さが被災地の復興支援意識の高さ（志への共感）へとつながる関係性を示した点である。エクイティ文化の醸成度が高い一般生活者は、被災地中小企業経営者の復興に向けた志（こころざし）へ高い共感を示した点である。

2020 年 1 月 23 日～2 月 24 日までの間実施した一般消費者向け Web アンケート調査にお

いて、エクイティ文化と被災地復興支援意識を分析した。表1に、復興産品認証マーク付き産品購入意識（購入と非購入）、被災地産品の情報取得のためのQRコード読取意向（読取と非読取）、コミュニティ取引サイトへの関心（関心と無関心）、プレミアム（上乗せ）価格の受容意識（受容と非需要）について、JMP(Ver.14)を利用して名義ロジスティック回帰分析を適用した結果を示す。

表 名義ロジスティック回帰分析結果

		認証マーク 購入 / 非購入	QRコード 読取 / 非読取	取引サイト 関心 / 無関心	上乗せ価格 受容 / 非受容
決定係数		0.075	0.056	0.086	0.056
有効サンプルサイズ		4,531	4,011	3,282	3,233
切片		-1.068 **	-0.555 **	0.862 **	-1.436
性別	女性	0.203 **	0.076 *	0.301 **	-0.059
	男性				
年齢	20歳代以下	0.096	0.589 **	0.028	0.184
	30歳代	-0.159 *	0.417 **	-0.152	0.052
	40歳代	-0.030	0.262 **	0.016	-0.116
	50歳代	0.069	-0.060	-0.064	-0.167
	60歳代	0.006	-0.377 **	-0.118	-0.032
	70歳以上				
地域	北海道	-0.320	-0.079	0.040	-0.201
	東北(被災県除く)	0.192	-0.133	-0.262	-0.144
	被災県	-0.131	-0.040	-0.130	0.003
	北関東	-0.113	-0.243	-0.168	0.029
	東京都	0.176	-0.008	0.121	0.294 *
	南関東	-0.035	0.076	0.120	-0.043
	甲信越	-0.170	-0.254	-0.156	-0.045
	北陸	0.153	-0.265	0.395	-0.465
	愛知県	0.055	0.057	0.173	0.210
	東海	-0.356 *	-0.070	-0.091	-0.230
	京都府・兵庫県	0.066	0.102	0.129	-0.139
	大阪府	0.053	0.233 *	0.103	0.151
	近畿	0.291	0.242	0.226	0.180
	中国	-0.079	0.002	0.002	0.106
四国	0.029	0.163	-0.144	0.250	
福岡県	0.238	0.189	-0.227	0.035	
九州・沖縄					
被災 県	親戚在住あり	0.313 **	0.203 **	0.400 **	0.256 **
	親戚在住なし				
エク イ テ ィ 文 化	高い	0.949 **	0.552 **	0.888 **	0.852 **
	やや高い	0.234 **	0.315 **	0.261 **	0.202 **
	やや低い	-0.362 **	-0.243 **	-0.359 **	-0.263 **
	低い				

(*と*はそれぞれ 1% 有意水準と 5% 有意水準で有意を示す)

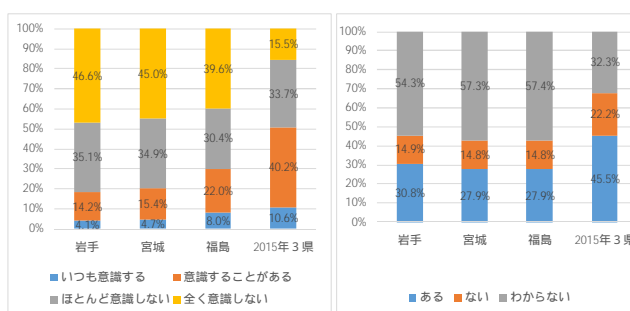


図 被災地産品購入の意識および実態とその変化

これらの結果から、エクイティ文化の醸成が被災地支援意識に大きな影響を及ぼしていることが確認できた。

本研究では、ウェブ調査による表明選好データによる分析ではあるものの、バーチャルなインターネット上の空間で志を媒介にエクイティ文化の醸成度の高い一般消費者に認証マーク等を使って働きかけることで、東北復興ビジネス・プラットフォームの実現の可能性があることを示した。

本研究の成果は、東日本大震災に限らず、他の災害からの復興や新型コロナウイルス感染

拡大防止のための自粛で疲弊している事業者の支援にも適用可能であると考えられる。被災者への義捐金・給付金や被災事業者への復興支援のための助成金に加えて、復興に取り組む事業者と想いや志を同じくする消費地の事業者や一般消費者のバーチャル空間での支援は有用で効果的であり、本研究をさらに深化させていきたい。

<引用文献>

- 藤原正樹・有馬昌宏・高力美由紀、『東北復興支援 e ビジネスモデルの構想』, 宮城大学事業構想学部藤原正樹研究室 (コンテンツ堂 から 電子出版), 2017
- 今井 賢一・国領二郎 『プラットフォーム・ビジネスオープン・アーキテクチャー時代のストラテジック・ビジョン』 情報通信総合研究所 1994
- 根来龍之, 『プラットフォーム・ビジネス最前線: 26 の分野を図解とデータで徹底解剖』 翔泳社 2013
- 小門裕幸, 「シリコンバレー・ベンチャー 成功の仕組みとエクイティ・カルチャー」, 国民生活金融公庫総合研究所 『調査季報』, 2001 年 5 月, pp. 21-43 2001
- 榎並利博, 「地域における IT 活用とエクイティ文化地域経済の活性化から見えてくる IT 活用と文化の関係」 経営情報学会 2012 年秋期全国研究発表大会予稿集
- 榎並利博, 「地域イノベーションとエクイティ文化」, 文化経済学, 第 14 巻第 1 号 pp. 6-11 2017
- 稲葉陽二 『ソーシャル・キャピタル入門』 中央公論新社 2011
- 内閣府国民生活局, 『ソーシャル・キャピタル: 豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて』, [https://www.npohomepage.go.jp/toukei/2009izenchousa/2009izenonota/2002social capital](https://www.npohomepage.go.jp/toukei/2009izenchousa/2009izenonota/2002social%20capital) 2003
- Saito M, Kondo N, Aida J, Kawachi I, Oyama S, Ojima T, Kondo K, Development of an instrument for community level health related social capital among Japanese older people: The JAGES Project, " Journal of Epidemiology, Vol 27, Issue 5, pp. 221-227, 2017

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計5件（うち査読付論文 2件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 Masaki Fujiwara, Masahiro Arima	4. 巻 1
2. 論文標題 The Potential Role of Equity Culture in Tohoku Reconstruction	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Proceedings of APCIM (Asia Pacific Conference on Information Management)2020	6. 最初と最後の頁 55-62
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 高力 美由紀	4. 巻 12
2. 論文標題 震災復興における「ビジネス・プラットフォーム」の形成	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 研究論文集「地域活性研究」	6. 最初と最後の頁 83-92
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 有馬昌宏	4. 巻 春
2. 論文標題 自治体から発信される情報を位置情報を利用して取得するポータルサイトとウェブアプリの可能性	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 情報経営 第76回全国大会予稿集【春号】	6. 最初と最後の頁 139-142
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 有馬昌宏	4. 巻 2018年
2. 論文標題 自治体の外国人向け観光紹介ページ開設の現状と評価 - ロジスティック回帰分析とコンジョイント分析による評価	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 SASユーザー総会2018論文集	6. 最初と最後の頁 311-320
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 有馬昌宏	4. 巻 秋
2. 論文標題 自治体から発信される観光情報を位置情報を利用して取得するウェブアプリの可能性	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 情報経営 第77回全国大会予稿集【秋号】	6. 最初と最後の頁 109-112
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計9件 (うち招待講演 2件 / うち国際学会 0件)

1. 発表者名 有馬昌宏
2. 発表標題 エクイティ文化が東北復興支援に果たす役割の可能性
3. 学会等名 文化経済学会 <日本> 年次大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 有馬 昌宏、藤原 正樹
2. 発表標題 エクイティ文化とICTによる 大規模災害被災地中小企業の支援の可能性
3. 学会等名 日本情報経営学会、第80回大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 有馬 昌宏、藤原 正樹、高力 美由紀
2. 発表標題 エクイティ文化とICTによる 大規模災害被災地中小企業の支援の可能性
3. 学会等名 経営情報学会2020年全国研究発表大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 藤原 正樹
2. 発表標題 東日本大震災から8年 - 復興課題の再整理
3. 学会等名 一般社団法人地域デザイン学会第8回全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 高力 美由紀
2. 発表標題 震災復興における「ビジネス・プラットフォーム」の形成
3. 学会等名 地域活性学会第11回研究大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 藤原 正樹
2. 発表標題 プラットフォームとデータ資本
3. 学会等名 一般社団法人 宮城県中小企業診断協会（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 高力美由紀
2. 発表標題 震災復興ビジネス・プラットフォームの現状と展望
3. 学会等名 おきたま地域未来フォーラム・日本地域政策学会東北支部大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 藤原正樹
2. 発表標題 ITマネジメント・ビジネスモデルの変遷とブランド戦略 ～価値共創時代におけるビジネス・プラットフォームの役割～
3. 学会等名 一般社団法人ブランド戦略研究所（招待講演）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 藤原正樹
2. 発表標題 キュレーション型Web販売サイトの可能性～LINE@を活用した水産品販路開拓～
3. 学会等名 一般社団法人地域デザイン学会
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分担者	有馬 昌宏 (Arima Masahiro) (00151184)	兵庫県立大学・応用情報科学研究科・名誉教授 (24506)	
研究 分担者	高力 美由紀 (Koriki Miyuki) (60553857)	新潟食料農業大学・食料産業学科・教授 (33114)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------