

# 企業の成長力をデジタルで創る 地方の成長力をデジタルで創る

～未来は予測できないが、未来は選択できる～

2014年9月12日  
ネットイヤーグループ株式会社  
代表取締役社長 兼 CEO  
石黒不二代



# グループ ミッション



ビジネスの未来をデジタルで創る、  
日本の未来をデジタルで創る



**日本技基**

# MESSAGE

## 社長のメッセージ



ちっぽけだと思っていた僕の言葉にみんなが感動してくれた。私の撮った写真が人を元気にさせたみたい。僕がつくった映像を見て泣いた人がいるんだ。地球の裏側に住む人がわが社の製品を買ってくれました。僕が開発したコードをみんなが改良してくれた。この指とまれと言ったら、100人の知らない人が手を挙げた。思い切って気持ちを伝えたら、あの人から温かいコメントが届いた。知らなかった人と話せた。無名のバンドだったのに、僕たちの曲を世界中の人がダウンロードしてくれた。この商品、お客さまのアイデアから生まれたんです。電話は恥ずかしいけれどメールなら出せた。大変な苦情だった。その苦情に解決方法を与えてくれたのは、他のユーザーだった。いつも言いたいことが言えないのに、ブログになら書けた。

インターネットはたくさんの人を不可能を可能にしてくれました。

でも・・・時々、

送信ボタンを押す前に、その言葉が人を傷つけないだろうかと考えてみませんか？サイトをアップする前に子供たちへの影響について考えてみませんか？ビデオをアップする前に、そんなことをしたら困る人がいないかどうか考えて

みませんか？声を聞いたほうがいいと思ったら電話を使ってみませんか？表情を見て話しをしたほうがいいと思ったら、少しだけ歩いてみませんか？遠い町に住むあの人と話したいと思ったら、たまには、切符を買って電車に乗ってみませんか？

インターネットを加速度的に発展させる。インターネットを心あるメディアにする。両方とも、ネットイヤーグループの大切な使命です。

未来を選択しなければ

---

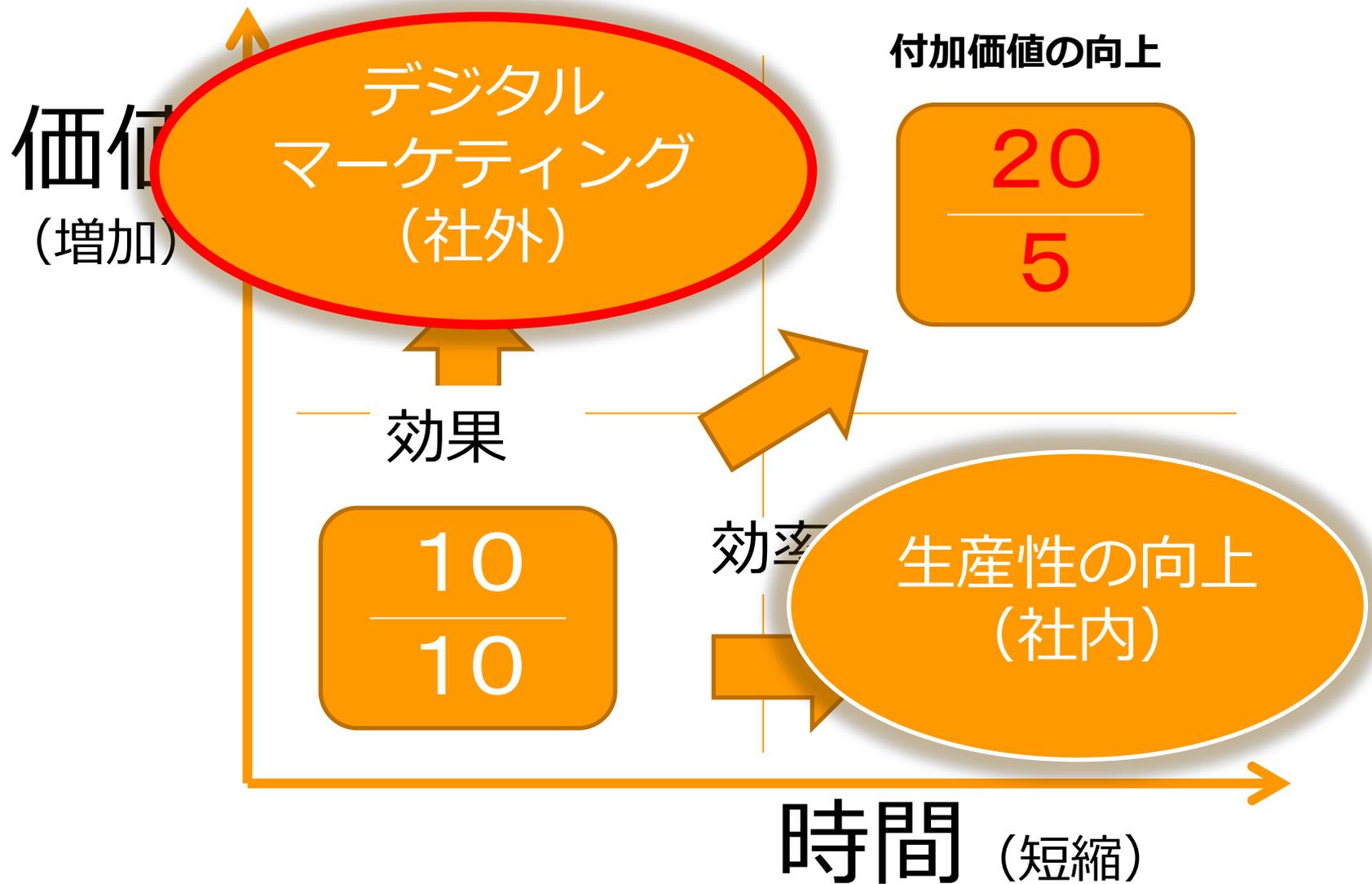
# 国が人口減少の中で成長する？

全体の付加価値

= 1) 労働人口 × 2) 一人当たりが生み出す付加価値

1) 労働人口 = 女性/移民/労働年齢

2) 一人当たりが生み出す付加価値を高める



# マーケティング

---

# 強い営業とは？

売れないものでも売ってくる営業

# マーケティングとは？

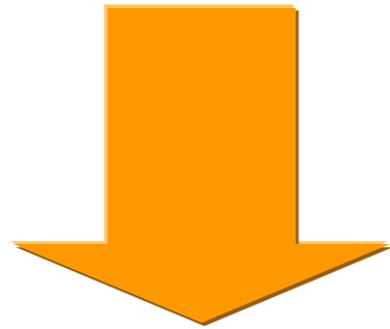
営業がなくても売れる仕組みをつくること

商品 宣伝 営業 流通 販売 カスタマーサービス

# デジタルマーケティング（データをマーケティングに使う）

---

# デジタルマーケティング (データをマーケティングに活用する)



“どのような人”なのかがわかれば、その人に  
「何をするか（何、どう、どこで、いくらで  
売るか）」を考えることができる

# ホワイトカラーの生産性向上

---

# 生産性

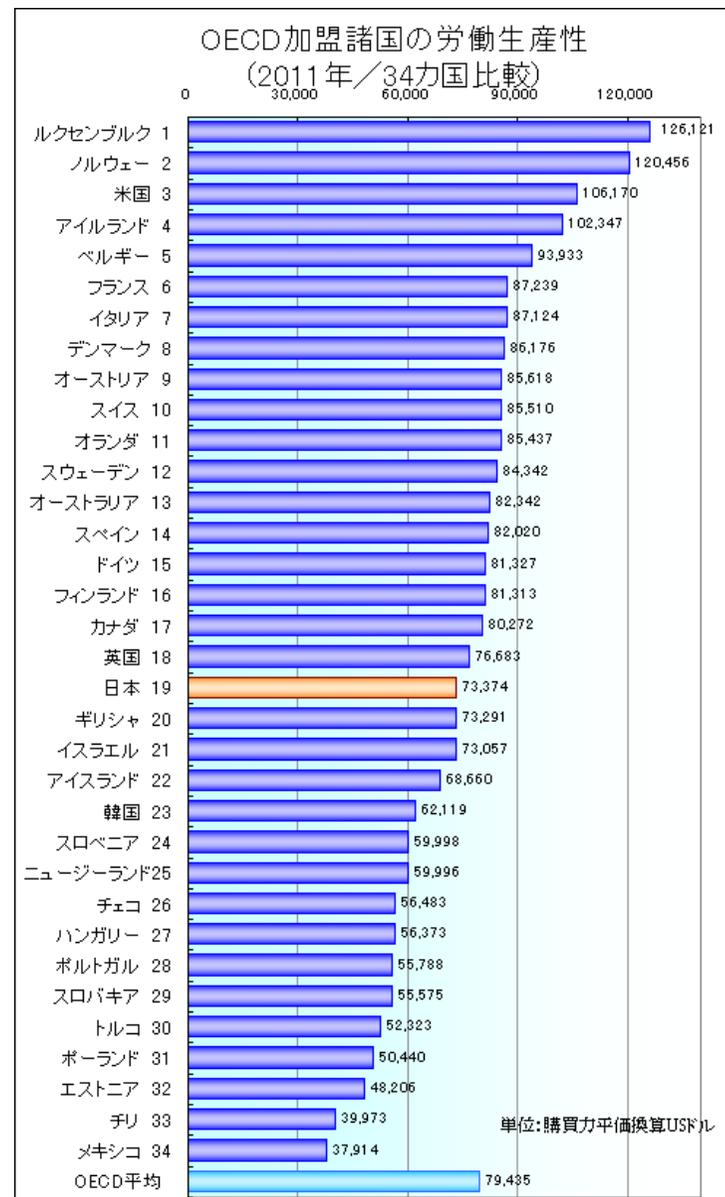
**労働生産性**は、労働者一人あたりにつき、どれだけの**付加価値**を生み出したかどうかを測る尺度のこと。

2011年の日本の労働生産性(就業者1人当たり名目付加価値)は、73,374ドル(784万円/購買力平価換算)。

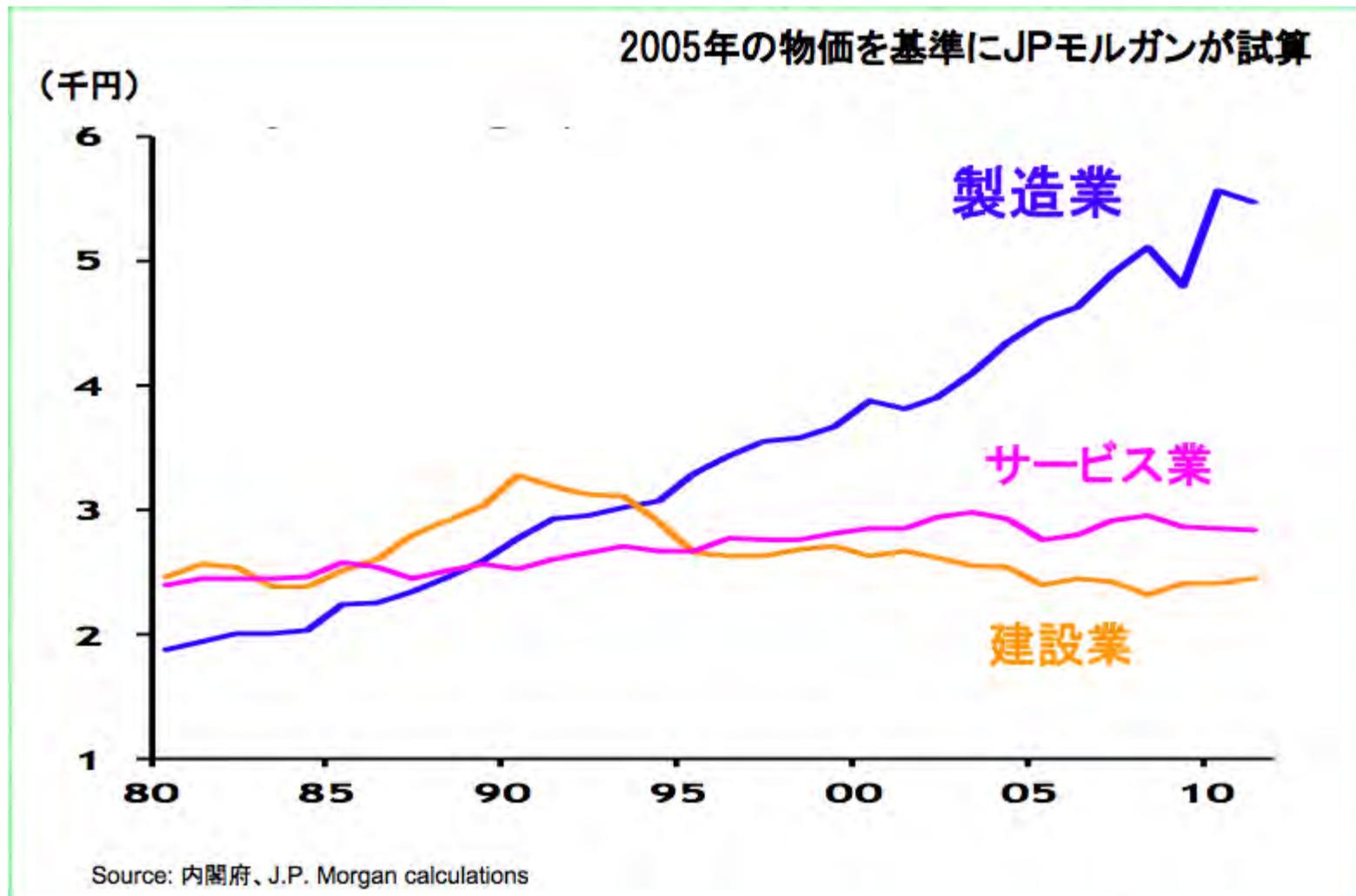
順位はOECD加盟34カ国中第19位。

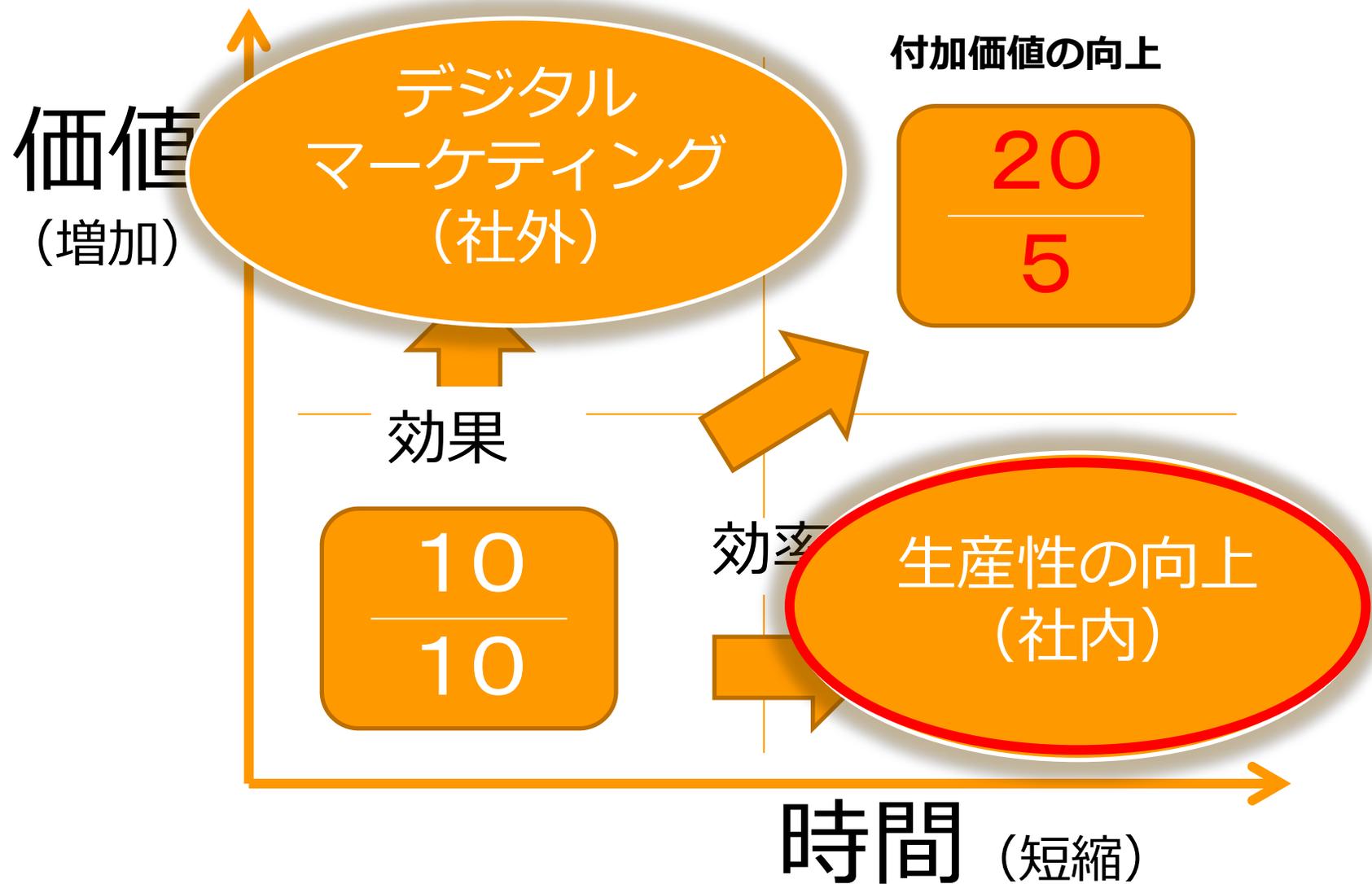
主要先進7カ国では1994年から18年連続で最下位。

就業1時間当たりで見ると、日本の労働生産性は41.6ドル(4,442円)と、OECD加盟34カ国中第19位。



# 時間あたりの労働生産性





# 生産性向上の主な問題

## 効率性 (Efficiency)

- ・ 雑務に時間をとられる
- ・ 働き場所はオフィスだけ



・ 日常業務はITが担当



・ どこでも働ける

## 効果性 (Effectiveness)

- ・ 働かなくても給与は同じ  
(やったもん負け)
- ・ 縦割り組織
- ・ 経営者 v.s. スタッフ、  
ボス v.s. 部下



・ 成果主義一時間あたりの生産性  
(頑張った人が報われる会社)



・ 横の連携、知識の共有



・ 情報の民主化

スマートエンタープライズ

# 地方を成長させる

---

# 地方が人口減少の中で外貨を稼ぐ

全体の付加価値

= 1) 労働人口      x 2) 一人当たりが生み出す付加価値

2) 共創マーケティング

2) 地域がメディアを持つ時代

地方は、東京の魅力には、かなわないのか？

しかし

アメリカには個性的な地方がいくつかある

首都ワシントン

大都会のニューヨーク

ハリウッドを擁するロサンゼルス

ITのシリコンバレー

日本各地には

いいものがたくさんある。

だけど、知られていない。

いろいろ手はある。

## 地域が情報発信に利用できるメディア

|       |     |             |   |                                     |                          |
|-------|-----|-------------|---|-------------------------------------|--------------------------|
| ターゲット | 世界  |             | 機内・車内誌  | 地域舞台映画<br>コンテンツ                     |                          |
|       | 国内  | デパート<br>物産展 | ガイドブック・<br>旅行雑誌<br>(例: るるぶ、じゃらん、<br>CCWalker) | 全国放送<br>TV番組<br>(例: アド街<br>ケンミンショー) | 個別観光<br>情報サイト<br>(補助金事業) |
|       | 地域内 | B1グランプリ     | 自治体広報誌・<br>地域新聞・<br>フリーペーパー                   | ローカル情報番組                            | 自治体サイト・<br>地域SNS         |
|       |     | リアル         | 出版・印刷物  | 電波放送<br>(地上波TV・ケーブルTV等)             | デジタル<br>(インターネット)        |

でも・・・もちろん簡単ではない。

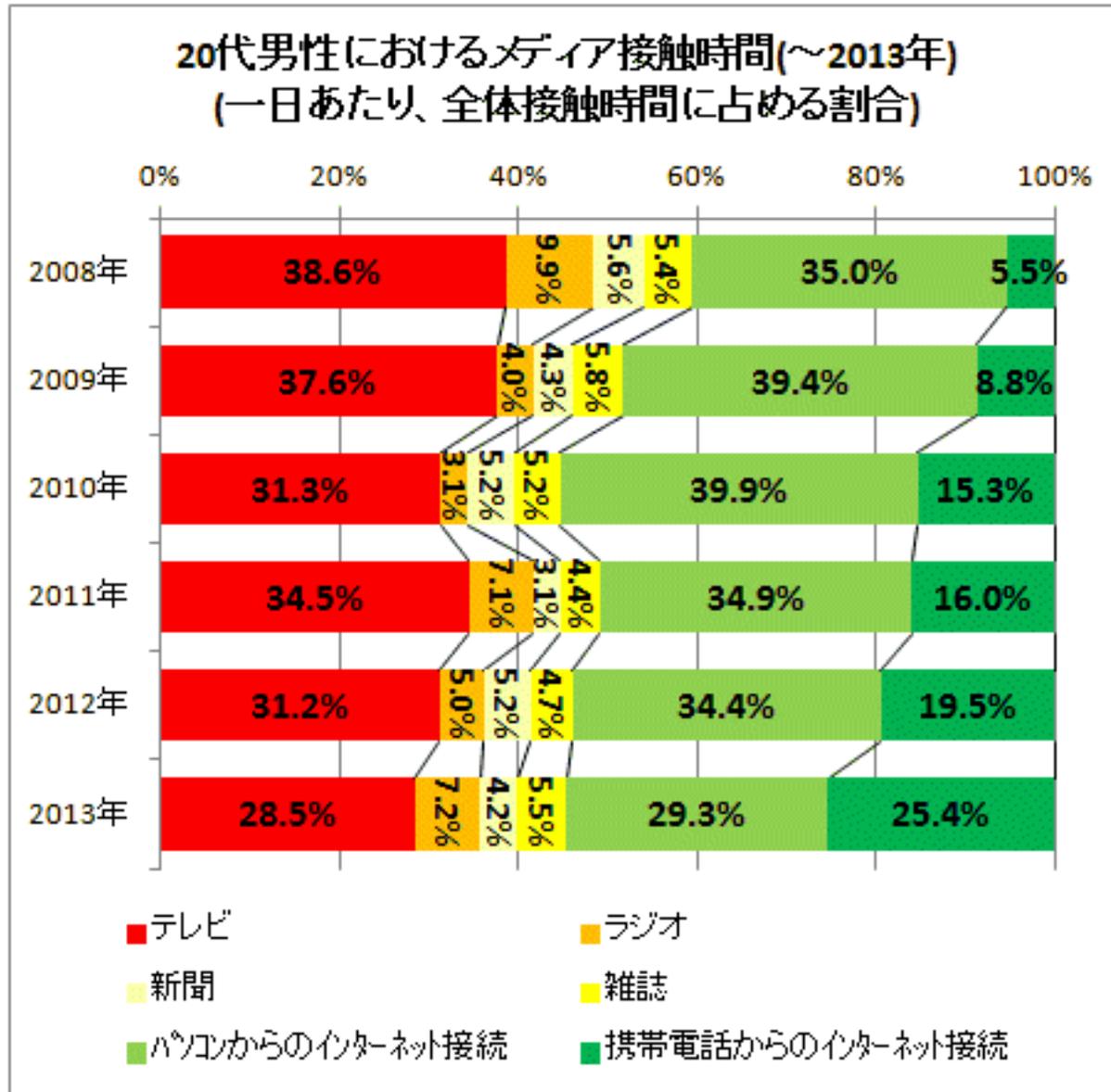
# 課題

## 費用がかさむ

実質的効果が  
得にくい

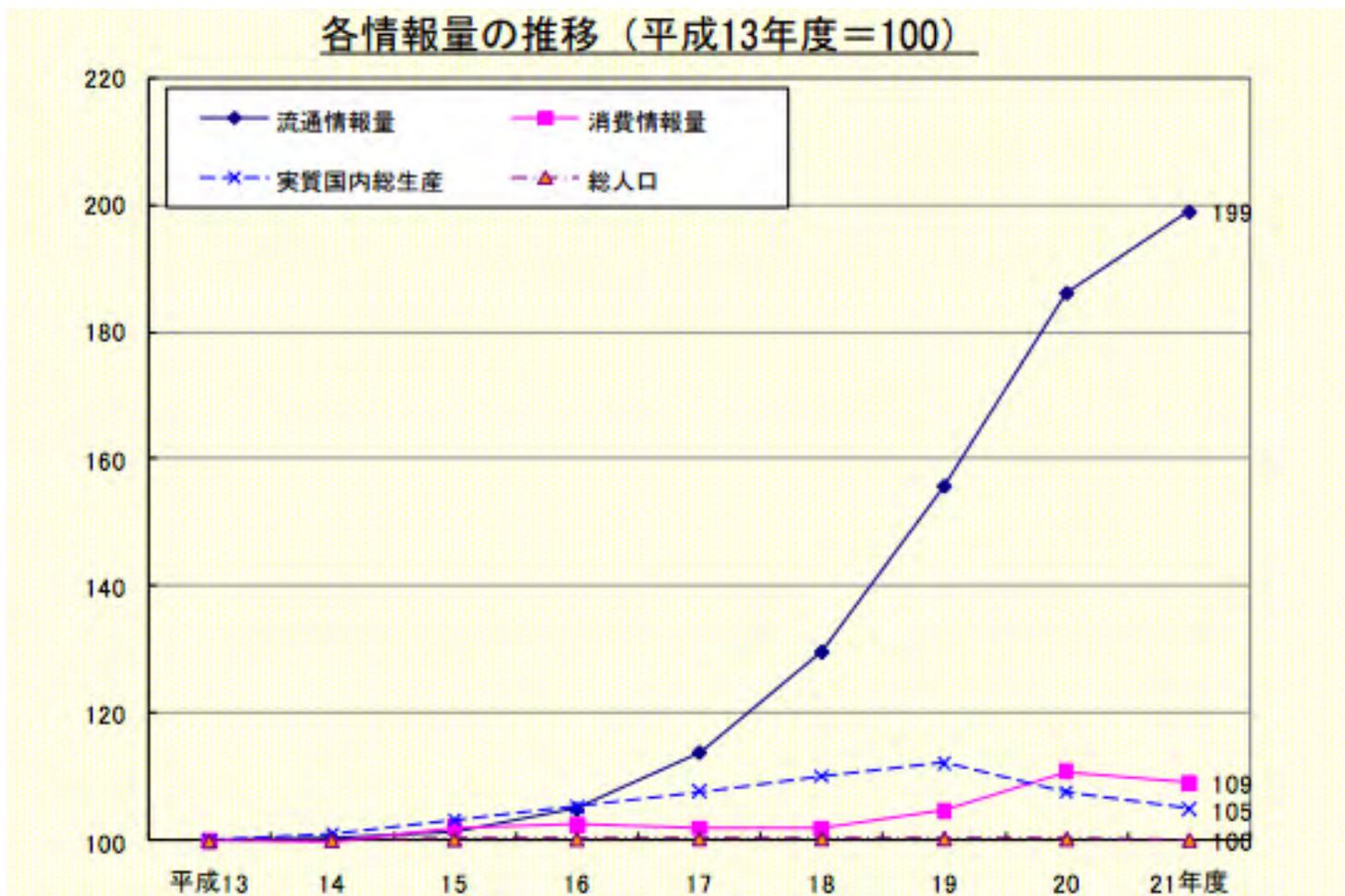
継続  
困難

特に若年層の居場所は、急激に変わってきている。



情報過多の時代は加速中。

**情報流通量は、この15年で3倍に。** (さらに拡大している)



※総務省 平成23年度「情報流通インデックス」

そもそもが、

今は本当に、

“伝えるのが難しい”時代。



デジタル技術をフル活用し、  
地元の皆さまとの共創で、  
地域産業活性化に貢献する  
“地域共創メディア”

# 地域共創メディアとは

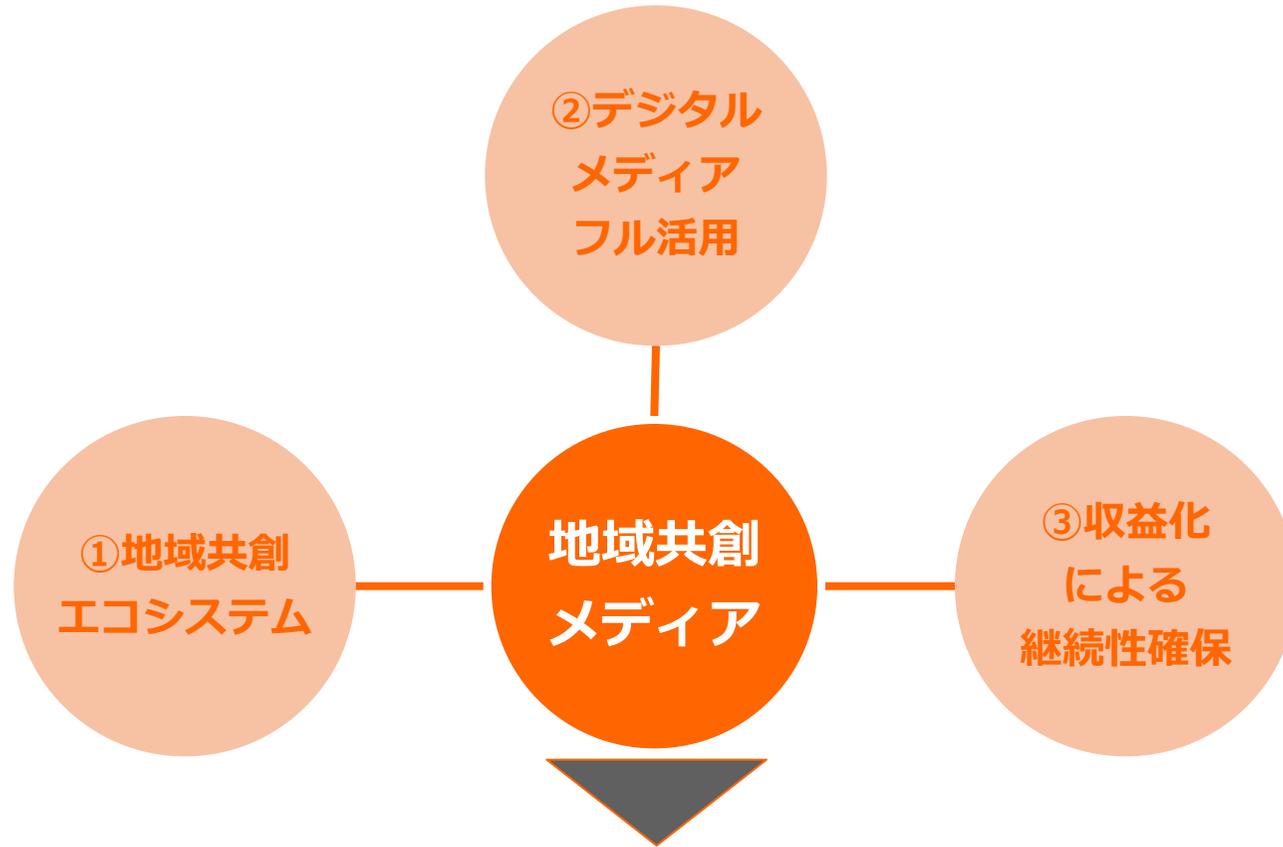
## ここに効く！（はず）

### （参考）地域共創メディアの対応領域



|       |     |             |  |                                     |                      |
|-------|-----|-------------|--|-------------------------------------|----------------------|
| ターゲット | 世界  |             | 機内・車内誌                                       | 地域舞台映画<br>コンテンツ                     | <b>地域共創<br/>メディア</b> |
|       | 国内  | デパート<br>物産展 | ガイドブック・<br>旅行雑誌<br>(例: るるぶ、じゃらん<br>○○Walker) | 全国放送<br>TV番組<br>(例: アド街<br>ケンミンショー) |                      |
|       |     | B1グランプリ     | 自治体広報誌・<br>地域新聞・フリー<br>ペーパー                  | ローカル情報番組                            |                      |
|       | 地域内 | 交通広告        |  | 自治体サイト・<br>地域SNS                    |                      |
|       |     | リアル         | 出版・印刷物                                       | 電波放送<br>(地上波TV・ケーブルTV等)             | デジタル<br>(インターネット)    |
| 媒体種類  |     |             |  |                                     |                      |

# 地域共創メディアのポイント



地域が自らの“メディア”を保有し、  
収益を生み出しながら、世界に直接発信する。

# 地域共創メディアを作るエコシステム



## 地域共創の事例紹介 ～沖縄CLIP、瀬戸内Finder、淡路島オニオンキッチンLabo～

---



フットボール作品より 撮影 - K.SEKIさん 撮影地：石垣島



# 沖縄 CLIP

コミュニティ

👍 「いいね！」しています ▼    ✓ フォロー中    💬 メッセージ    ⋮

- タイムライン
- 基本データ
- 写真
- いいね！
- 懸賞

ユーザー

いいね！ 385,497件

✍️ 投稿    📷 写真・動画

このページについて何か書く...

**2013年7月10日、**  
**沖縄観光振興を目指して開始。**  
**沖縄セルラー電話の沖縄情報発**  
**信サイト「沖縄CLIP」**



沖縄 CLIP  
16時間前 ✨

沖縄のブランド牛肉『山城牛』を抽選で5名様へプレゼント！  
 応募はこちらから→ <http://eng.mg/4e92f>  
 とっても美味しい豪華ステーキ牛肉10,000円分！

友達にこのページへのいいね！をリクエストしましょう



瀬戸内 Finder  
コミュニティ



いいね! 「いいね!」しています

フォロー中

メッセージ



タイムライン

基本データ

写真

いいね!

もっと見る

ユーザー



投稿

写真・動画

いいね! 54,161件

このページについて何か書く...

2014年7月24日、瀬戸内を囲む7つの県（兵庫県／岡山県／広島県／山口県／徳島県／香川県／愛媛県）で組織する「瀬戸内ブランド推進連合」が、瀬戸内の情報発信とブランド向上を目的に実行する地域共創メディア「瀬戸内Finder（セトウチファインダー）」(Facebook)を開始。

情報



うち旬彩館』。

共同アンテナショップ『香川・愛媛せと



道の駅うずしお「淡路島オニオンキッチン」Presents

## 新ご当地バーガー 開発プロジェクト

あなたのレシピ・アイデア投稿で、なんと

あわじ島バーガー  
“一生分”パスポート♡

ネットもOK♪

“道の駅うずしお”  
お買い物券1万円分

をプレゼント!!



現在の参加パートナー数：94人

ホーム

ディスカッション

アンケート

参加募集

ブログ

### プロフィール



団地よしお  
※プロフィール編集

男性  
居住地：東京都  
最新コラボ：77  
累計コラボ：77

### 最新情報

- 9月3日 8月24日（日）に「道の駅うずしお」で開催した、試食会の様子が新聞に掲載されました！
- 8月25日 新しいブログ「試食会の様子」をアップしました！ぜひご覧ください☆

2014年8月1日、  
“道の駅のO2O”を目指す共創  
コミュニティ「淡路島オニオンキッチン  
Labo」開設と「新ご当地バーガー開発プロ  
ジェクト」の支援を開始。

### ディスカッション 一覧を見る



ホワイトソースの隠し味？

10 コラボ

終了日：2014年09月10日  
5人が参加

参加済み

不確実性の時代

未来は予測できない

未来は創造できる