

地域の文化と海外発展に寄与するための エコシステムを提案する！

2024/08/23

株式会社NTTデータ ソーシャルデザイン推進室

滝童内 裕樹

目次

01 NTTデータソーシャルデザイン推進室とは

02 NTTデータの考える地域創生とは

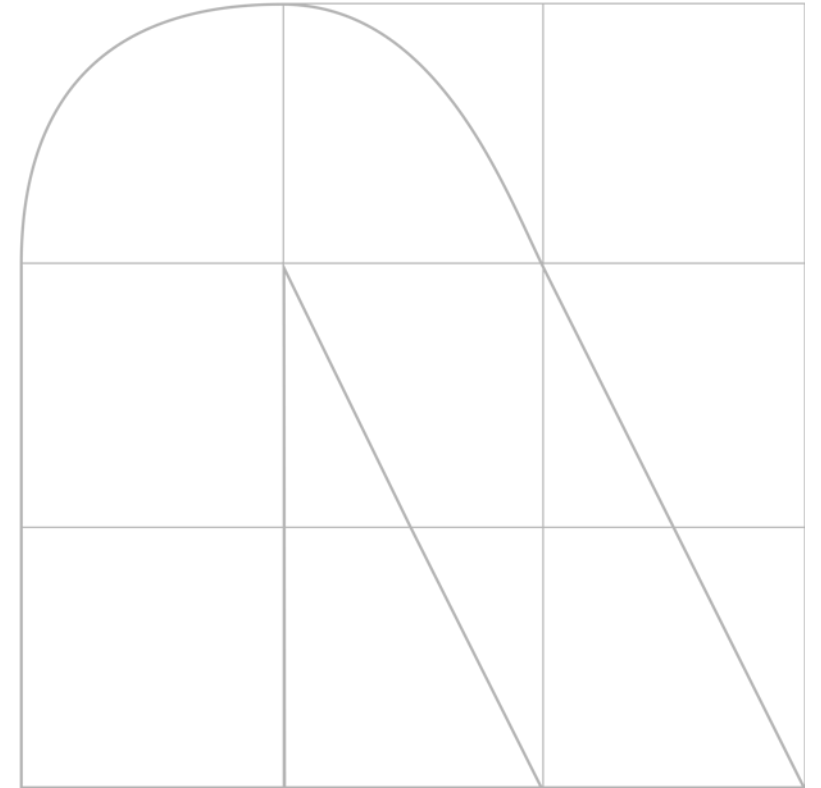
03 発酵バレーNAGANOとのつながり

04 NTTデータが考える「地域創生」のエコシステム

01

NTTデータ

ソーシャルデザイン推進室とは



NTTデータの事業

▶ NTTデータは、ITに関するあらゆるサービスや最先端テクノロジーを組み合わせ、お客さまにとって最適なサービス・ソリューションをグローバルに提供する。

NTTデータの主な経営資源・実績 (2022年3月期)



総資産

3兆845億円



従業員数

151,600人超

参考：NTT Ltd.との
海外事業統合後
約190,000人



売上高 (33期連続増収)

2兆5,519億円



連結子会社

312社



ビジネスパートナー*

約160社
約62,000人

*国内のみ

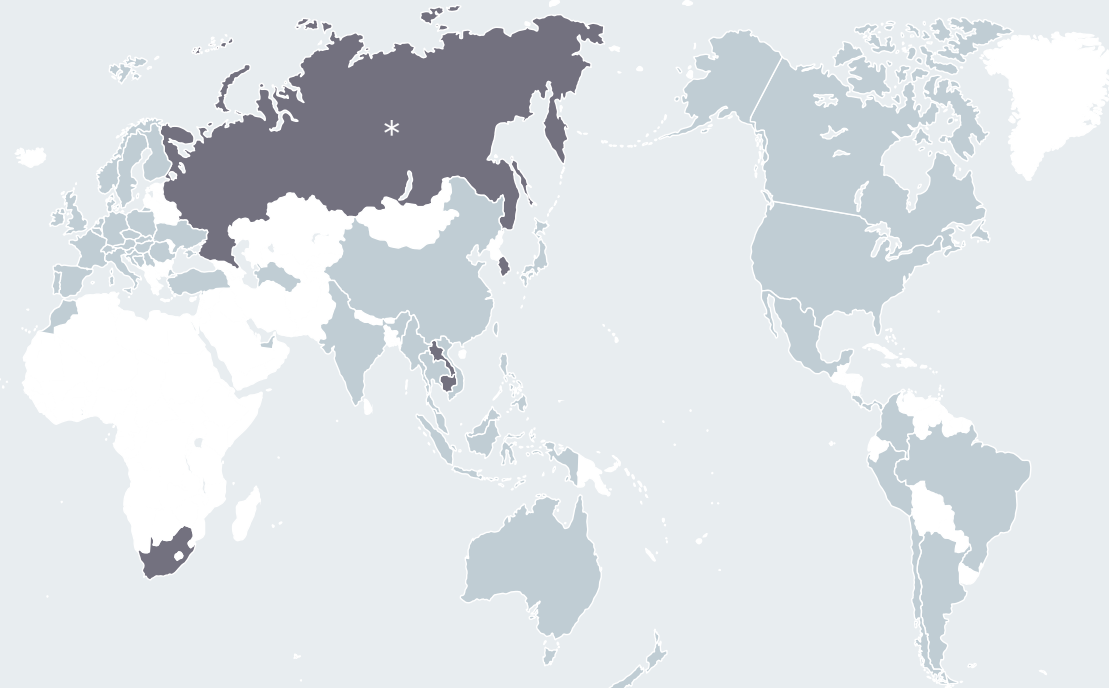


売上高 (NTT Ltd.事業込)

3兆6,000億円超

NTTデータのグローバルカバレッジ

- NTT Ltd.との海外事業統合前時点でカバーしている国・地域
- NTT Ltd.との海外事業統合後にカバーされる国・地域

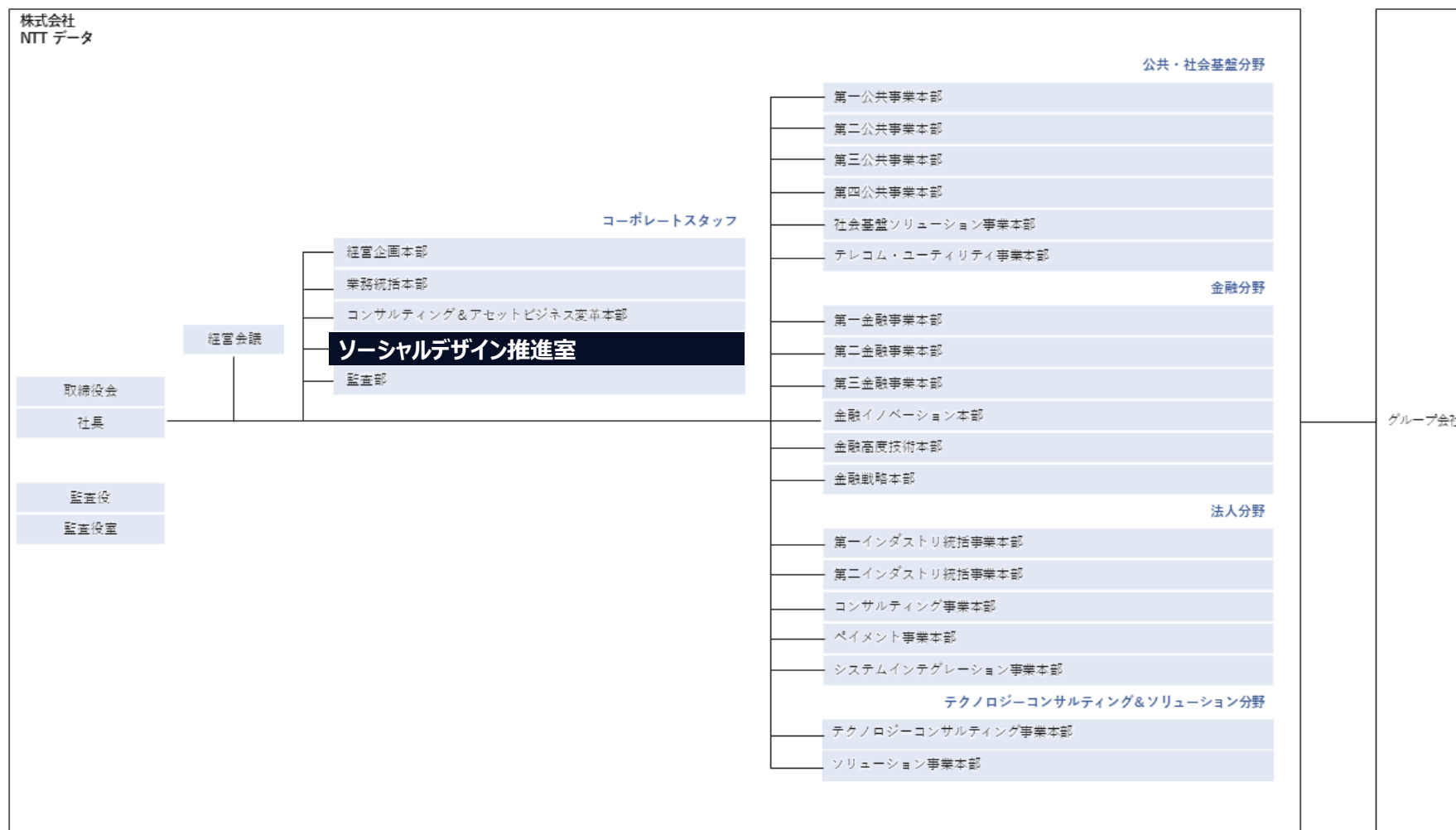


*NTT Ltd.事業について、今後ロシア事業の撤退を含め検討 (NTTデータ事業は2022年5月に撤退完了)

組織の位置づけ

- ▶ ソーシャルデザイン推進室は、NTTデータの従来の事業セグメントにとらわれない新たなビジネスの企画・創発に向けて、**全社横断的かつ強力に推進する組織として位置づけられている。**

対外公表組織機構図（2024年7月1日現在）



設立の背景

- ▶ Covid19で顕在化したあらゆる**“分断”**
⇒日本のデジタル・ITを牽引してきた企業としての**責任・反省**

行政デジタル化の遅延



助成金、給付金など
支援の遅れ

対応遅れへの社会の不満



政府支持率の低迷・不信感

コロナ禍を契機とした社会変化



リモートワーク・密集回避など
新しい生活様式

設立目的

- ▶ デジタル技術の進化や市場環境の変化をとらえ、業界を横断しこれまでの枠組みを越えて社会課題を解決していく組織としてソーシャルデザイン推進室は設立された。

社会のさまざまな変化

モノ売りからコト売りへ



デジタル技術の進歩



複雑化する生活者の課題



生活者のWell-beingの向上

豊かで調和のとれた社会の実現

目的

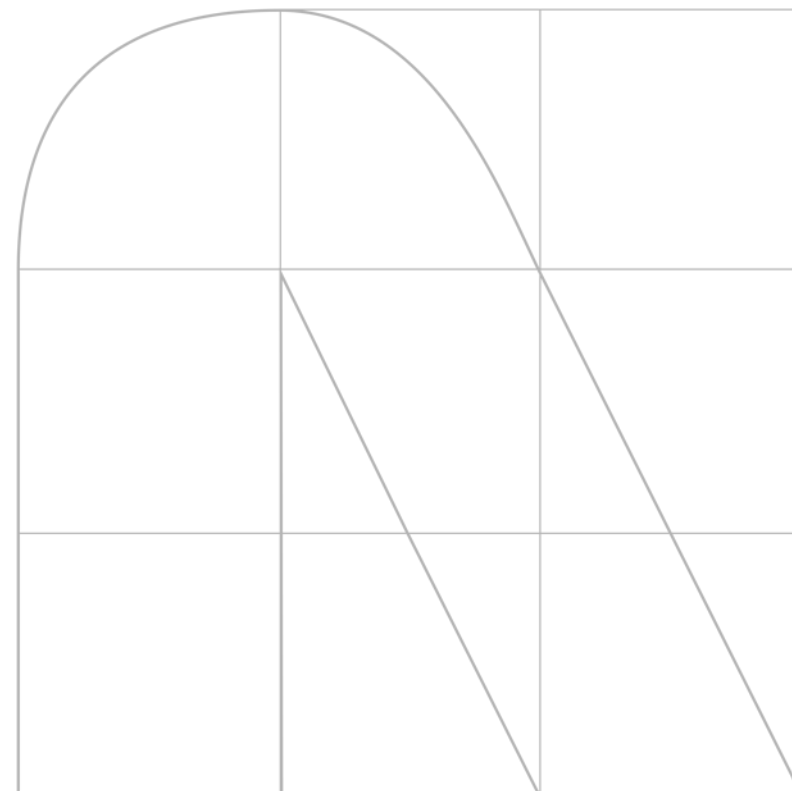
生活者視点で新しい社会をデザイン、デジタルを活用し
企業・業界の枠を越えたビジネスに取り組む

ソーシャルデザイン推進室が解決を目指す社会課題テーマ



02

NTTデータが考える地域創生とは



地域が抱える課題？？

民間連携で対応すべき地域課題

- 地域課題とサステナブルな事例を踏まえると、特に民間連携で対応すべき地域課題を「**地域活性化・文化振興**」、「**都市基盤整備**」、「**環境保全対策**」、「**教育**」の領域と仮定。

地域課題	領域	領域例	
	安全・安心対策 (防災対策)	<ul style="list-style-type: none"> 防災対策 防犯対策 	<ul style="list-style-type: none"> 安全対策 (日常生活上の怪我防止等)
	環境対策	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化対策 自然環境保全(生活圏外) 	
	地域活性化・文化振興	<ul style="list-style-type: none"> 地域活性化(人口減少対策) 産業(商工業)振興 農林水産業振興 雇用対策 	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興 生涯学習 (就職以降のスキルアップ対策) 文化・コミュニティ対策
	都市基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> 地区整備・再開発 道路・交通対策 公共施設対策 	<ul style="list-style-type: none"> 都市景観整備 住宅対策 冠水対策
	子育て支援	<ul style="list-style-type: none"> 待機児童解消対策 医療・予防接種 発達支援 	<ul style="list-style-type: none"> 児童虐待防止 母子支援策(ひとり親対策)
	福祉・保健衛生の充実	<ul style="list-style-type: none"> 保健衛生 高齢者福祉 	<ul style="list-style-type: none"> 障害者福祉 生活福祉(低所得者等向け)
	環境保全	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー対策 環境保全対策(生活圏内) 	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物(ゴミ)対策
	教育	<ul style="list-style-type: none"> 施設整備 小中一貫教育 学力向上 放課後対策(見守り) 	<ul style="list-style-type: none"> 要支援対策 (障がい者、低所得者家庭等向け) 不登校対策 学校給食

NTTデータが取組む地域課題

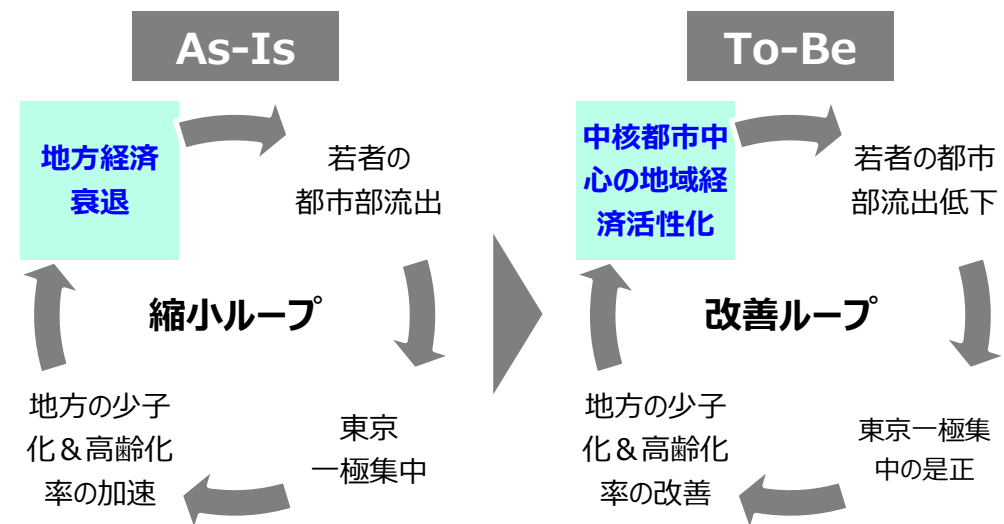
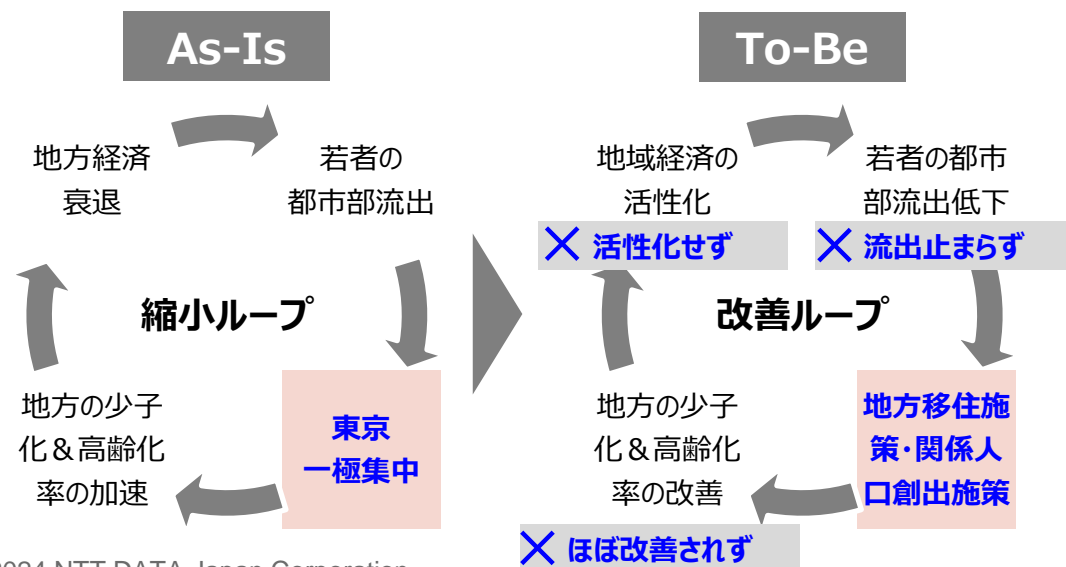
- 東京一極集中の是正にフォーカスした取組ではなく、地域経済活性化にフォーカスした取組に変えていくことが必要。
- 具体的には中核都市を中心とした地域経済活性化に注力し、Bのアプローチで取り組むべき。

A : 東京一極集中是正→地域経済活性化

東京一極集中の是正からスタート。
地方移住施策や関係人口創出施策に注力。
それに伴い地域経済を活性化させる。

B : 地域経済活性化→東京一極集中是正

地域経済活性化からスタート。
中核都市を中心とした地域経済活性化に注力。
その結果として、東京一極集中が是正される。



民間連携で対応すべき地域課題

- 地域課題とサステナブルな事例を踏まえると、特に民間連携で対応すべき地域課題を「**地域活性化・文化振興**」、「**都市基盤整備**」、「**環境保全対策**」、「**教育**」の領域と仮定。

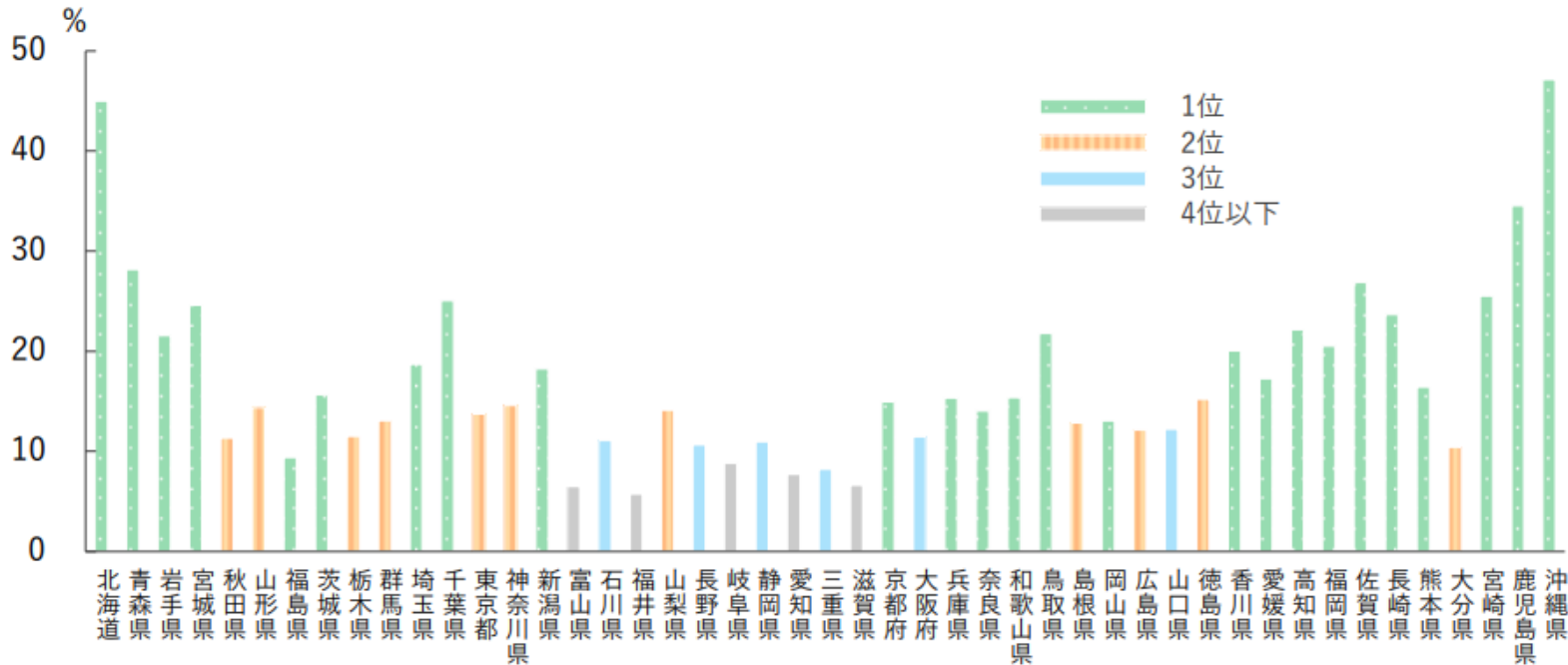
地域課題	領域	領域例	
	安全・安心対策 (防災対策)	<ul style="list-style-type: none"> 防災対策 防犯対策 	<ul style="list-style-type: none"> 安全対策 (日常生活上の怪我防止等)
	環境対策	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化対策 自然環境保全 (生活圏外) 	
	地域活性化・文化振興	<ul style="list-style-type: none"> 地域活性化 (人口減少対策) 産業 (商工業) 振興 農林水産業振興 雇用対策 	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興 生涯学習 (就職以降のスキルアップ対策) 文化・コミュニティ対策
	都市基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> 地区整備・再開発 道路・交通対策 公共施設対策 	<ul style="list-style-type: none"> 都市景観整備 住宅対策 冠水対策
	子育て支援	<ul style="list-style-type: none"> 待機児童解消対策 医療・予防接種 発達支援 	<ul style="list-style-type: none"> 児童虐待防止 母子支援策 (ひとり親対策)
	福祉・保健衛生の充実	<ul style="list-style-type: none"> 保健衛生 高齢者福祉 	<ul style="list-style-type: none"> 障害者福祉 生活福祉 (低所得者等向け)
	環境保全	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー対策 環境保全対策 (生活圏内) 	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物 (ゴミ) 対策
	教育	<ul style="list-style-type: none"> 施設整備 小中一貫教育 学力向上 放課後対策 (見守り) 	<ul style="list-style-type: none"> 要支援対策 (障がい者、低所得者家庭等向け) 不登校対策 学校給食

何かができると
地域が活性化する??

食品製造業界に着目 ～ 地域の視点

食品製造業の従業者の割合は、ほとんどの都道府県において1位から3位までに入っている。

図表1-4-2 全製造業の従業員数に占める食料品製造業の従業者数



出展：令和4年度 食料・農業・農村白書

食品製造業 は地域の雇用において重要な役割を果たしている
⇒ 様々な地域で重要な産業

食品製造業界に着目 ～ 国の視点

日本の「食」の価値やポテンシャルは高い一方で、海外展開の現状は政府の輸出目標と著しく乖離。

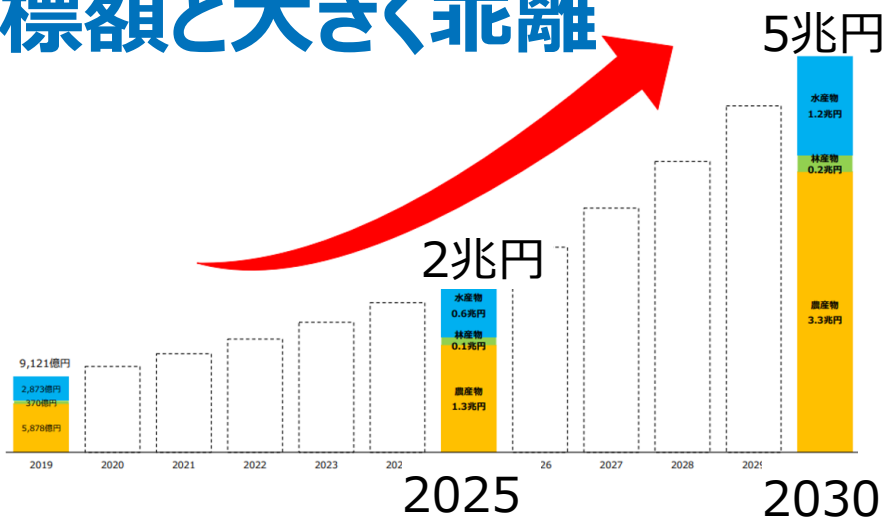
輸出の大半は大企業中心であり、食料品生産の大半を占める地域の中小企業の海外展開は進んでいない。

⇒ **地域中小企業の輸出促進が、政府目標到達、及び、地域経済活性化の活性化のカギ**

“食”の輸出実態

- 政府目標と現状

目標額と大きく乖離



出典：「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律等の一部を改正する法律の背景及び概要について」（農林水産省）

日本食のポテンシャル

- 世界の日本食レストラン数

10年間で約3.4倍

- 世界が認める『和食』

ユネスコ無形文化遺産

食産業事業者の現状

- 輸出額の内訳

約90%と大半は大企業

中小企業には大きな壁

日本食材の海外輸出 (弊社調べ)

マス向け商品

例

約1.3兆円/年

- ✓ 大衆消費者向け商品
- ✓ 大手日本食材卸
- ✓ 大衆消費者向け小売



地産品

例

約0.07兆円/年

※内、長野県内加工食品
約49億円/年



- ✓ こだわり・希少性商品
- ✓ こだわり日本食材卸
- ✓ こだわり消費者向け小売



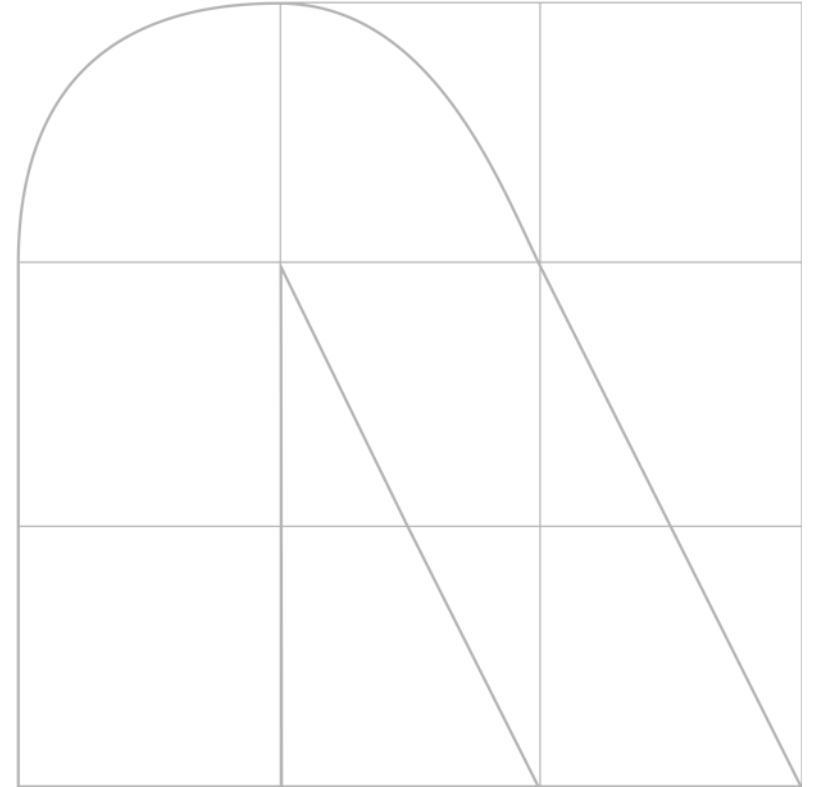
NTTデータが本取り組みで目指したいのは

地域創生

中小企業の域外を視野に入れた成長による
地域産業・食文化の持続的発展

03

発酵バレー-NAGANOとのつながり



発酵バレーNAGANOとのつながりは運命的

NTT DATA

2023.08



- 想いを共感いただけるパートナー
- 自治体の方向性
- 地域の規模

- 長野県が誇る発酵食品を世界へ広め食品製造業の活性化を目指す

2023.10



- 長野県が誇る“発酵食品”を世界に発信する協議会を2023.11に発足を目指す

長野県食品製造業振興ビジョン2.0 (2023.3 策定)

長野県では、消費者・社会ニーズに合った「NAGANOの食」の創出・提供を推進するため、食品製造業者の取組指針として、「長野県食品製造業振興ビジョン2.0」を策定し、各種支援施策を展開する。

【目指す姿】

グローバルな視点で社会的ニーズに対応した長寿県「NAGANOの食」の創出・提供により国内外の食市場をリードする食品製造業の実現

【目指す姿の実現に向けた取組】

目指す姿の実現に向けた4つの重点プログラム

- ① フードテックを活用した健康志向、社会持続性、安全・安心などの消費者、社会ニーズに沿った商品開発力の強化
- ② 地域資源と優れた技術による本質的価値を活用したブランド力の向上
- ③ グローバルな視点による世界市場及び国内需要への展開を加速するマーケティング力の強化
- ④ 関連産業・機関との連携による新たな価値の創出力の向上

【ビジョンに基づく支援施策】

◆開発力の強化

産学官連携・ネットワーク型の「食」と「健康」ラボによる一貫支援を実施し、「NAGANOの食」の開発を図るとともに技術系人材の育成を支援する。また、フードテックを活用し地域の課題解決に向けた支援を行う。

<支援策>

- 信州フードスペシャリスト育成プログラム・・・研究開発人材の育成支援
- 新食品開発スペシャリストアドバイザーによる開発支援・・・企業の新食品開発を支援
- 研究会による新商品開発プロジェクト・・・産学官で新商品開発を支援
- フードテックに係るセミナーの開催及びコーディネータによる相談支援
- ・・・企業のフードテックへの取組を支援

◆ブランド力の向上

「発酵・長寿」ポータルサイトを活用し、国内外において県産食品のブランド力向上を図る。

- 「発酵・長寿」ポータルサイトでは、県産食品の魅力を紹介しております。
- <コンテンツ>
 - ✓ 県産食品の歴史や健康効果等
 - ✓ 旅行コース「発酵巡りツアー」
 - ✓ 県産食品を活用したレシピ など



長野県 技術開発支援制度等の紹介

<https://www.pref.nagano.lg.jp/mono/sangyo/shokogyo/joseikin/documents/p25-30.pdf>

発酵バレーNAGANO / 発酵食品を軸とした地域創生



長野県が誇る**”発酵食品”**を世界に発信
8協議会等 300社以上が連携
(日本酒・味噌・ワイン・醤油・酢・チーズ・漬物・納豆)

2023年11月
発足



marukome ハナマルキ

産学官連携により活動を推進
事業としての成立をめざす

新商品開発

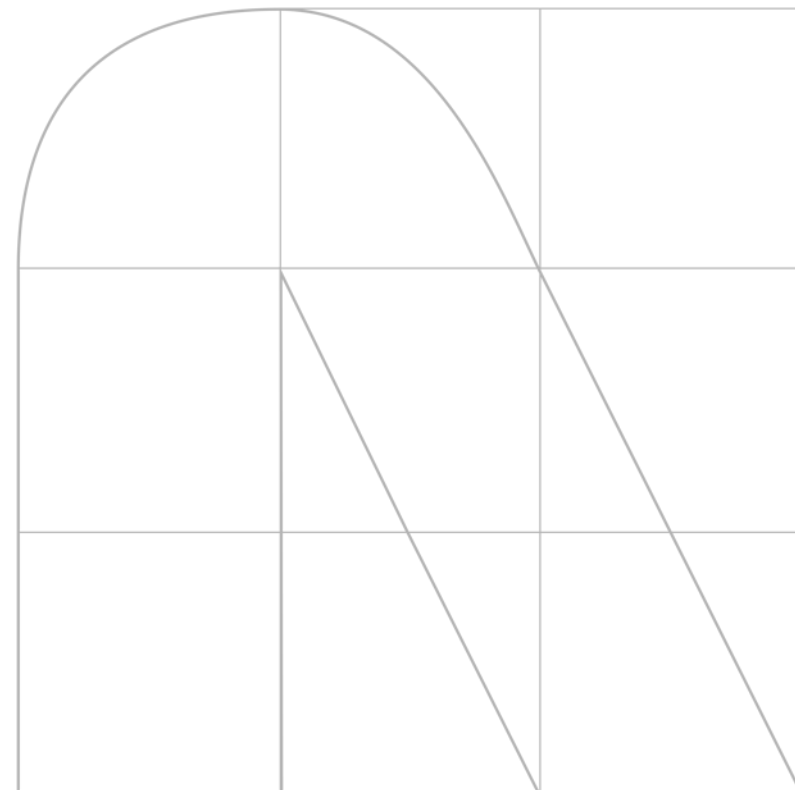
販路拡大

観光・ツーリズム



04

NTTデータが考える「地域創生」の エコシステム



NTTデータが貢献できる活動の一つは「DX」

		定義			典型例	“一言”で言うと…	
		範囲	考え方	深さ(DX種類=得られる成果)			
DXレベルの変革規模	デジタルトランスフォーメーション	(6) 社会の変革	社会	消費者行動、業界内外の構造、労働構造など社会の行動や構造が変革される	<ul style="list-style-type: none"> 隣接市場・新規事業展開 プラットフォーム・ビジネス展開 	<ul style="list-style-type: none"> UberEATS Airbnb Instagram 	社会を変えた
		(5) 市場での立ち位置の変革(により、リーダーに)	市場(での自社の立ち位置)	業界内の構造や市場が変革される	<ul style="list-style-type: none"> 新収益源/サービス・製品の創出 成果分配型事業展開 	<ul style="list-style-type: none"> KOMTRAX 	市場を変えた(例:PFビジネスを1つ以上展開)
		事業変革	(4) 市場での競争力の変革	競争力(事業成長力)	提供価値が向上する価値向上により、当該企業の市場での競争力が変革される	<ul style="list-style-type: none"> 新収益源/サービス・製品の創出 	<ul style="list-style-type: none"> 音楽をサブスクで聴く
	(3) 顧客体験の変革		顧客体験(取引先等も含む)	新たな提供価値を生み出す取引先・顧客など当該企業外のプレイヤーの体験が変革される	<ul style="list-style-type: none"> 顧客体験高度化 在庫と収益のバランス最適化 	<ul style="list-style-type: none"> ネット音楽を聴く 	売り物の価値を高めた
	デジタルオプティマイゼーション	(2)-b 取引先も含めた業務変革	取引先も含めた組織全体の業務	企業内に限らず、取引先を含めたサプライチェーンが改革される	<ul style="list-style-type: none"> 外部(取引先)を巻き込んだサプライチェーンの改革 	<ul style="list-style-type: none"> 取引先も含めたEnd-to-EndのSCMの自動化 	サプライチェーンを変えた
		(2)-a 企業全体の業務変革	組織(企業)全体の業務	複数業務・部門を跨った取組み個々の業務・部門改革が複数あるだけであれば(1)に該当	<ul style="list-style-type: none"> 生産性改善、既存売上改善 生産設備等の最適化 財務の最適化 	<ul style="list-style-type: none"> 需要に基づくSCMの自動化(工場の自動化、物流、データ連携) 	業務を変えた(企業業務の50%以上を変革)
(1) 一部の業務変革		ある特定部門の業務	DXの入り口として、RPAやWeb会議の導入を行う	<ul style="list-style-type: none"> 売上原価削減 販管費削減 	<ul style="list-style-type: none"> 自動発注(小売) 	一部業務を変えた	

図 1: 変革規模のレベル定義

独立行政法人情報処理推進機構「DX実践手引書 ITシステム構築編 完成 第1.0版」から抜粋

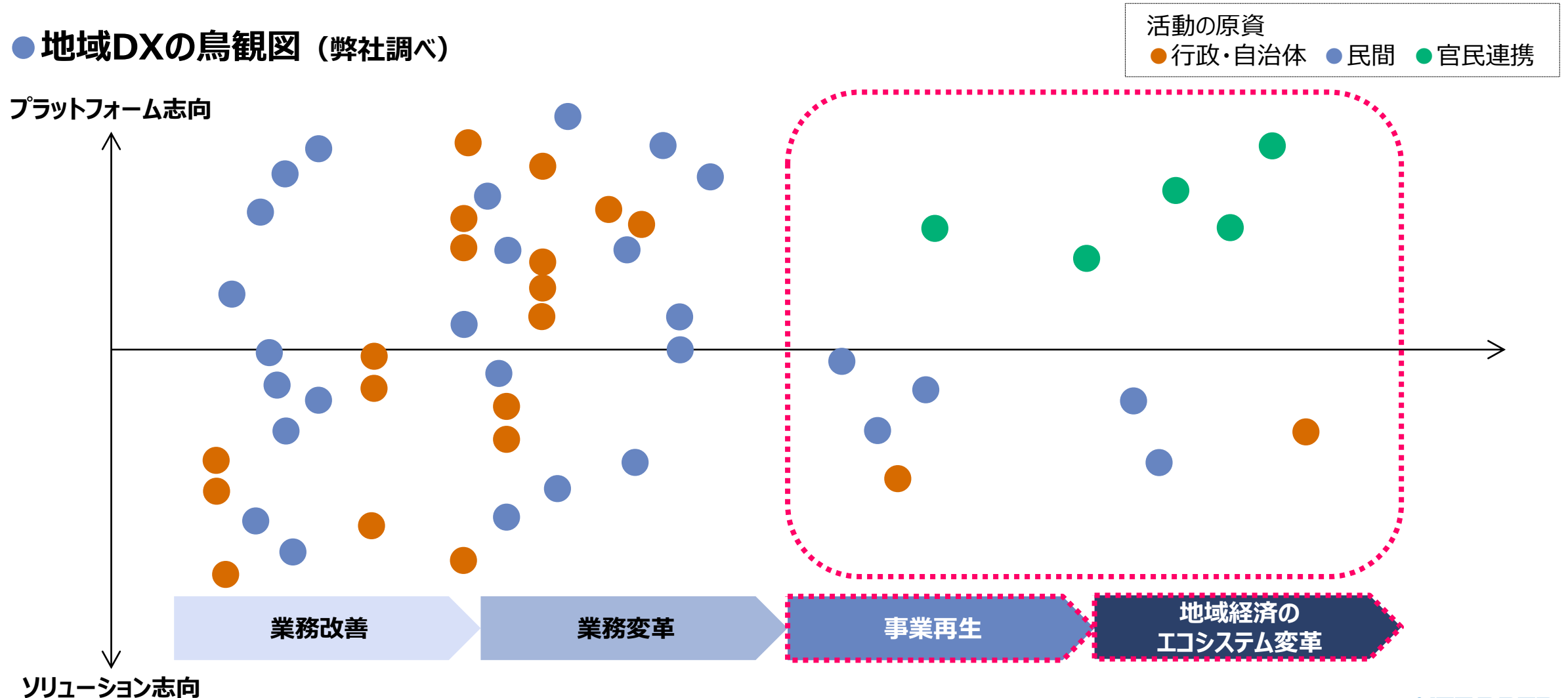
**地域DXはすでに
取り組まれているのでは？**

日本の地域DX/地方創生プロジェクトの実態

地域DX / 地方創生PJは全国各地に存在。

年間2兆円以上の国家予算が投じられているが、大半が**サステナブルな取り組みになっていない**

● 地域DXの鳥観図 (弊社調べ)



地域DX/地方創生に対する評価 ～成功と失敗の要因～

- ▶ 地域DX/地方創生の取組の殆どが、一時の実証にとどまり、技術的、費用的な側面から社会実装しうる状況に至っていない。明暗を分けるのは、**地域で持続的に循環するビジネスモデルを成立させ、またテクノロジーを社会に実装させること**

評価の観点（大分類）	評価の観点（中分類）	例
①有効性	効果（インパクト）	売上向上、生活の困りごと解決、生活の質向上・・・ある意味ではいかようにも設定可能
	持続性※	
②トレードオフ（副作用）	マイナス効果の影響（直接）	環境、プライバシー、損をする人 地域の既存事業者の事業機会減少、 将来のビジネス環境の破壊
	マイナス効果の影響（メタレベル）	
	倫理性	
③実現性	技術※	技術そのもの、地域におけるサプライヤー事情
	費用※	
	受益者と費用負担者の関係	
	ステークホルダーの感情	

地域経済活性化が進まない主な要因



民間企業や金融機関による
中長期的な投資



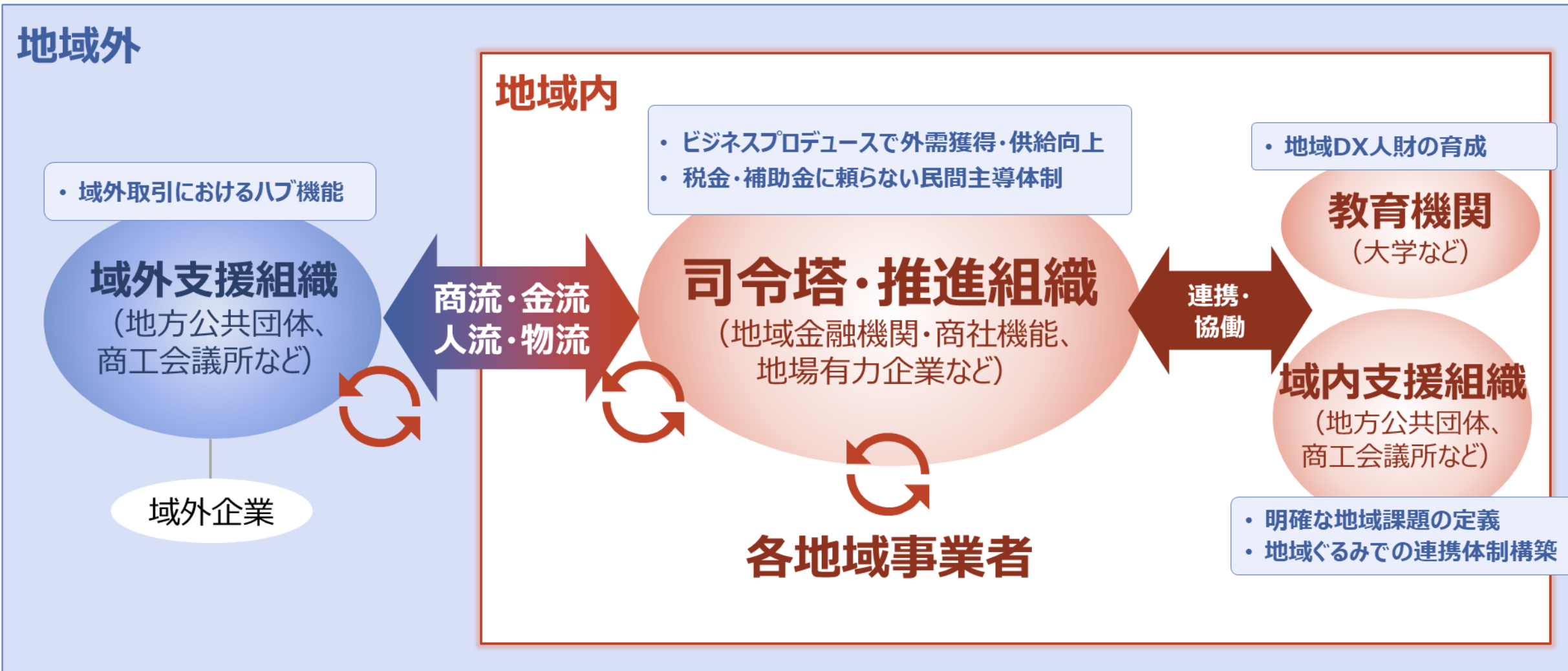
地域DXを担える
人材の育成・創出



地域ぐるみかつ
市民の巻き込み

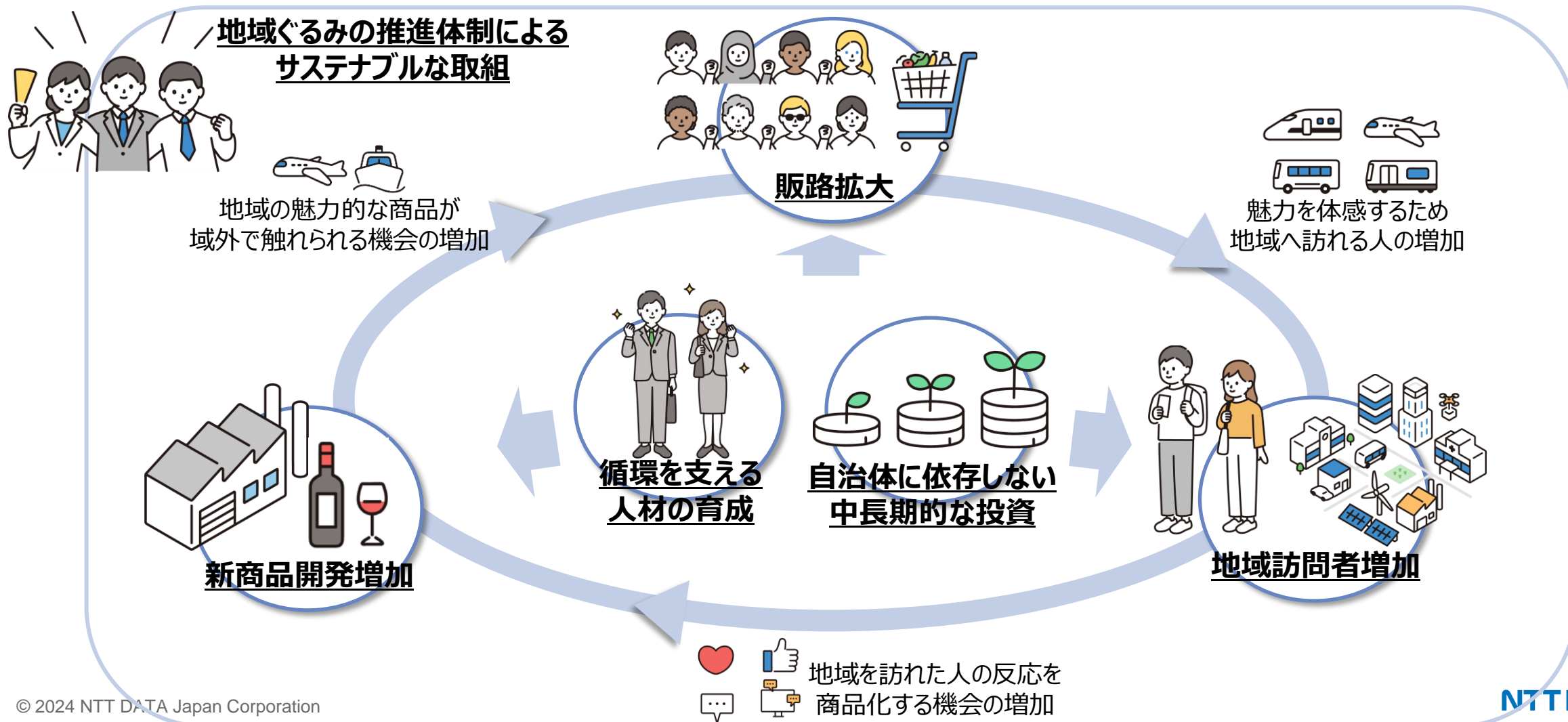
NTTデータがめざす「地域創生」の方向性

民間主導のエコシステム構築による、**地域経済循環を実現する推進体制の構築**
地域ぐるみの活動の中心で活躍する、**地域DX人財育成の推進**



地域経済循環で目指す好循環

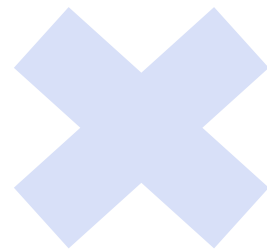
- ▶ 地域の魅力的な産業が活性化することで、域外からの金流・人流が増加
- ▶ 域外からの循環を支える人材の育成、自治体に依存しない中長期的な投資を含めた活動を地域ぐるみで推進し、持続可能な取組を実現



地域創生のためにNTTデータができること



- 地域の方々を中心とした組織による、地域の魅力を活かしたビジネスの創出
- デジタルサプライチェーンの提供



- 地域ビジネスをサステナブルに推進するための人材育成

参考：NTTデータのASET



iQuattro®は構想策定・アプリ開発・伴走支援で企業のDXを加速するトータルソリューションです。



DXを加速する
構想策定・
コンサルティング



最新技術を搭載した
プラットフォームと
アプリ開発



DX体制構築を支援する
トレーニング・
メソッド提供



オープンでグローバルな
貿易エコシステムをめざして

貿易業務のデジタル化はそのプレーヤーの多さ、仕組みの複雑さゆえに、従来の技術では実現不可能と言われてきました。ブロックチェーン技術を活用することにより、貿易に関わるプレーヤーの間で一気通貫の情報共有ができる貿易プラットフォーム「TradeWaltz®」を構築し、貿易文書の電子化にとどまらない新たな価値をユーザへ提供します。



NTTデータが考える人材育成・支援の在り方

すでに構築されている組織・これから立ち上がる組織を支援しつつ、
地域の方々が新たな取り組みに挑戦できる力を身に着ける協力を行うことが必要

支

組織推進を中から支援する
(デジタル変革推進支援・全体プロデュース支援)

地域の組織力向上
地域の人材育成

地域に不足する機能を
地域外から協力する
(地域外からの副業兼業支援)

協

創

地域でビジネスを
立ち上げる力を身に着ける
(地域学生・社会人向け
地域DX授業)

参考：地域DX人材育成

立教大学ビジネスデザイン研究所とNTTデータの共同研究による新規ビジネス創発手法であるDCAP最新版を活用し、金沢大学学生と北陸エリアの社会人を対象として特別講義を実施。

金沢大学での特別講義の連携

金沢大学での特別講義風景（2023年8月）



地域のエコシステムを構築していくためのポイント



民間企業や金融機関による
中長期的な投資



地域DXを担える
人材の育成・創出



地域ぐるみかつ
市民の巻き込み

地域創生プロジェクトで私が意識していること

- **地域の皆さんが自分事として活動に参加できる場**
- **取組の推進役の存在（全体の推進、個々の取組推進）**
- **現業を行いながら、新たな取組へ参加する意欲醸成**
- **ゴール感を合わせる（バックキャストイング）**
- **地域の皆さんが主役であること**



NTT DATA