



TOPICS  
特別講義

〈講義テーマ〉

## 破壊的イノベーション

株式会社トップカルチャー 代表取締役社長 清水 秀雄 客員教授

2018年6月2日(土)、株式会社トップカルチャー 代表取締役社長 清水秀雄 客員教授による特別講義が開催され、株式会社トップカルチャーの成長を支える、イノベーションの成功事例の数々が紹介されました。TSUTAYAグループの最大手フランチャイジーである株式会社トップカルチャー。その経営理念を含む、講義内容を振り返ります。



清水秀雄 客員教授

### 蔦屋書店の原動力は、時代に合わせた武器の変化

蔦屋書店は1986年のトップカルチャー創業当時から今に至るまで、当社の主力事業ですが、その武器となる商品力を時代に合わせて変化させてきたことが、現在まで躍進を続けている原動力です。当初の武器はレンタルでした。それが今から5年前には書籍、現代では文具・ライフスタイル商品の物販と変わってきています。

また、蔦屋書店は単なる本屋ではなく、家族3世代が楽しめる大型複合店舗として展開しています。「美と健康」をテーマに、カフェ、大型スーパー、レストラン、衣料・服飾雑貨等、様々なジャンルのテナントを導入しています。

これが、書店不遇の時代と言われる現代においても、蔦屋書店が実店舗を持つ他店と比較して集客力No.1を誇る秘密です。



### スポーツを基盤とした生活スタイルの提供

2007年にはスポーツ関連事業を目的として株式会社グランセナフットボールクラブを設立しました。グランセナのスタジアムは市街化調整区域のため、建物に用途制限はあるものの、賃料を安く広大な土地を確保できました。大きな投資で圧倒的な優位性をもつ。これがライバルの追従を許さない極意です。

グランセナはその広大な敷地に、お客様満足度アマチュアクラブ日本一の施設を実現し、安心・安全・快適な、選手育成にとって最高の環境を提供しています。クラブとスクールを合わせた生徒数は新潟県最大です。大会やイベントを実施するほか、近隣の保育園・幼稚園運動会の会場として貸し出すことで、年間来場者数は38万人を誇っています。そのため、広告媒体としての価値も向上し、現在施設内の広告ボードの空きはありません。

### 経営者の移動距離に売り上げは比例する

私は「文化は感動、文明は効率」という言葉を創業当時から大切にしています。効率を追求することももちろん必要ですが、それだけではお客様に感動を与えることはできません。お客様に感動を与えるためには、ライフスタイルを変え、常識を変え、世界観を変えることが必要です。自身の世界観を変えるためには、国内でも海外でも、現地に行って自分の目で見るのが重要です。会社の売り上げは経営者の移動距離に比例すると私は思っています。



講義後に参加者の個別相談を受ける清水氏

# オープンデータを活用してビジネスチャンスをつかめ!

教授 杉本 等

ビックデータはよく耳にしますが、「オープンデータ」を知っていますか? ビッグデータは単純にデータ量が多いデータと言えます。オープンデータは、自治体や企業などが持っているデータのうち個人情報などを除いた、公開可能なデータのことです。その量が多ければ、ビックデータとも言えます。オープンデータの大きな利点は、無償で誰でも自由に二次利用が可能などです。

## 政府も推進しています

オープンデータの活用については、2013年のG8における「オープンデータ憲章」への合意など世界的な流れとなっています。日本では、2012年のIT戦略本部による電子行政オープンデータ戦略の決定から、2016年の官民データ活用推進基本法、2017年の官民データ活用推進戦略会議のオープンデータ基本指針の決定、官民データ活用推進基本計画の閣議決定および2018年に修正計画が閣議決定されています[1]。

## 海外におけるオープンデータに関わるビジネス例

以前よりよく紹介されているビジネス例を2つ示します。

1つ目は、The Climate CorporationのTotal Weather Insuranceです[2]。国立気象サービスがリアルタイムに提供する地域ごとの気象データと、農務省が提供する過去60年の収穫量データ、さらに2.5平方マイル単位で取得した土壌情報などを活用して、地域や作物ごとの収穫被害発生確率を独自技術で予測します。この予測結果に基づいて、顧客である農家あるいは農場ごとに保険をカスタマイズして販売しています(図1)。

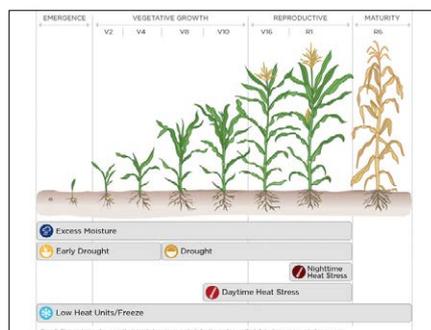


図1: Total Weather Insurance

2つ目は、Metropolitan Regional Information SystemsのHomesDatabaseです[3]。不動産に関するさまざまなオープンデータを元に、例えば学校に関しては、生徒数、先生一人当たりの生徒

数、生徒一人当たりの支出額、各学年の生徒数などに加えて、学力のテスト結果まで知ることができます。環境に関しては、降水量、年間の降雨日数、年間の晴天日数、快適指数などに加えて、大気品質、一人当たりの医師の数、医療経費指標、紫外線指数などまで知ることができます。

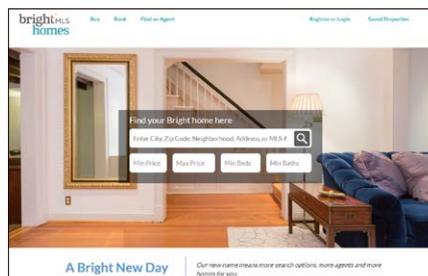


図2: BRIGHT HOMES COVERAGE (<http://www.brightmlshomes.com/>)

## 日本におけるオープンデータに関わるビジネス例

オープンデータを利用し、有料サービスへ結びつけ収益を得ている2つの例を紹介します[4]。

1つ目は、どの図書館に読みたい本があるかわからないという課題を解決した図書館検索のカーリルです(図3)。図書館ごとに公開されている蔵書・貸出情報を利用し、Webサービスとして提供しています。



図3: カーリル (<https://caril.jp/>)

2つ目は、圃場の紙での管理や農薬データベースがないという課題を解決したアグリノートです。農薬データは、(独法)農林水産消費安全技術センターの農薬データを利用しています。



図4: アグリノート (<http://www.agri-note.jp/>)

## 日本ではこの後どのようなデータがオープンデータとなるのか

官民データ活用推進基本計画において、重

点項目に挙げられているデータは下記などです[1]。

- ・都市計画に関するデータの利用環境の充実
- ・気象情報の利活用の促進
- ・統計データのオープン化の推進・高度化
- ・訪日外国人観光客等に有益な飲食店や観光資源等の観光情報のオープンデータ化推進
- ・農業関係情報のオープンデータ化の推進
- ・建設における3次元データの利活用の促進
- ・交通事故統計情報のオープンデータ化の推進
- ・犯罪発生情報のオープンデータ化の推進
- ・海上活動情報のオープンデータ化
- ・ICTを活用した歩行者移動支援の普及促進に向けた取組の推進
- ・公共交通機関の運行情報(位置情報等)等のオープンデータ化

これらのデータを自由に利用できるとしたら、みなさんならどのようなビジネスを思いつくでしょうか?

## ビジネス化に向けて

普段生活していて、この課題は解決できないかな、と気づくところから始まります。一方で、データの加工や解析、可視化には、ITの力が必要になります。しかしながら、ビジネスを起こす人は、必ずしもIT技術者ではありません。要は、解決するためのアイデアを持った自分を中心に、人的ネットワークを形成し組織化、その上でビジネスプランを作成すればよいのです。

常に、身の回りのことやいろいろな人の会話に積極的に興味を持ち、ビジネスチャンスを考える習慣を身につけましょう。

参考文献:

- [1] <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/pdf/20180615/siryou1.pdf> (2018年6月21日参照)
- [2] <http://okfn.jp/2013/09/17/open-data-business-model-twi/> (2018年6月21日参照)
- [3] <http://okfn.jp/2012/11/15/opendatabiz9/> (2018年6月21日参照)
- [4] [http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujoku/it\\_yugo\\_forum\\_data\\_wg/pdf/h25\\_02\\_06\\_00.pdf](http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujoku/it_yugo_forum_data_wg/pdf/h25_02_06_00.pdf) (2018年6月21日参照)



教授  
杉本 等

【担当科目】  
ビジネスプラン作成法  
演習Ⅰ・Ⅱ

東北大学大学院工学研究科修士。博士(工学)。日本大学工学部情報工学科にて助手、専任講師。地域の情報化に貢献。その後、(株)パドックを立ち上げ、現在代表取締役。オープンソースに特化したビジネスを展開。また、NPO社会起業家や地域リーダー育成などの団体の立ち上げにも携わっている。

# 修了生の今

働きながらMBAを取得された修了生に、入学経緯や大学院で学び得たこと、今後の抱負や展望などについて語っていただきました。



写真提供：GEW

武蔵野美術大学 身体運動文化  
准教授

株式会社アクションリサーチ  
代表取締役

北 徹朗さん  
(2010年3月本学修了)

## 教育と研究、そして地域社会との 融合を目指して

### 地域コミュニティの活性化に 貢献する健康支援事業を

2008年2月に昭和大学医学部で医学博士の学位を取得後、研究成果(エビデンス)をベースに、地域コミュニティの活性化にも貢献できる健康支援事業を立ち上げたいと考えていました。事業創造大学院大学は、一般的な教育内容に加え、スポーツ、ツーリズム、ヘルスケアビジネスなど、他の専門職大学院には見られない、大変ユニークなカリキュラムであることを知りました。

私の専門分野である、健康・スポーツ科学を基軸としたビジネスプランの作成を検討する上で、事業創造大学院大学の存在はまさに「ドンピシャ」で、大学院説明会に行きすぐに受験を決意しました。2008年4月の入学後は電通ヨーロッパなどで社長経験もある信田和宏教授(マーケティング)のもとで、大変有意義な2年間を過ごしました。

### 授業内外で 日々ディスカッションを重ねて

入学してみると、私と同様にユニークなカリキュラムに惹かれた様々なバックグラウンドの方々が学生として所属していました。例えば、都内で複数の事業を営んでいるインド人実業家や、ベトナム政府系企業の留学生もいま

た。また、現在客員教授をされている伊藤聡子さんとも同期でしたし、こうした皆さんと授業内外で日々ディスカッションを重ねていました。

現在、私は武蔵野美術大学(東京都小平市)で身体運動文化研究室の専任教員として勤務しています。ここでは、例えば、スポーツメーカーのプーマやブリヂストンといった企業との共同研究や産学連携を導引したり、大学教育やアート&デザインの分野に貢献できる、新たな風を起す取り組みを多数行っています。このほか、玉川大学経営学部観光経営学科、帝京科学大学医療科学部、事業構想大学院大学などでは、「マーケティング」や「マネジメント」に関する授業の担当教員として招聘されてきました。こうした活動や大学への採用には、事業創造大学院大学での経験や実績



シンポジウムでの講演

### 日本プロゴルフ協会の 経営戦略委員に

大学教員は「象牙の塔」というイメージが強いかもしれませんが、私も本来そうあるべきだと思っています。ただ、これから社会に出て

いく大学生においては、産業界との連携や、一般社会を見据えた研究や経験は重要であるし必要であると確信しています。その点で、私自身のリエゾン活動が学生教育のみならず、企業や社会にも貢献できればと願っています。

例えば、2016年には日本プロゴルフ協会の経営戦略委員に任命され、2017年には経済産業省が中心となって組織されたゴルフ市場活性化委員会に大学教員としては唯一、委員(有識者)として任命されたりしています。ゴルフはあらゆるスポーツの中でその市場規模は最大であり「ナンバーワンスポーツ」と言われることもしばしばあります。近年、スポーツビジネスが国策としても掲げられるようになっていますが、そのような業界において有識者という立場で提言できる人材でいられるのは母校(事業創造大学院大学)での経験無くしてはあり得ません。



大学ゴルフ授業の充実に向けた産学連携調印式を仲介

### 何を学ぶか、どう学ぶか

専門職大学院(ビジネススクール)は紋切型とか金太郎飴状態だと言われることがあります。しかし、事業創造大学院大学には他の専門職大学院にはない教育理念や特徴的なカリキュラムがあると思います。

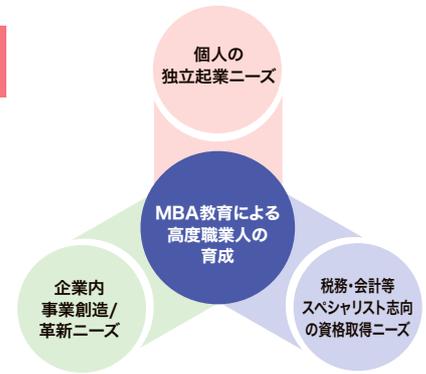
その1つが、アントレプレナーの養成に軸足を置いている点で、私のようなビジネスに無関係だった者がここで学び、ビジネス的視点や感覚を身に付けて活躍している事実は大きいと思います。また、これは私に限ったことではなく、多くの修了生(起業家)たちがそれを証明しています。

個人的には、2016年には一般社団法人を、2017年には株式会社アクションリサーチという会社を新たに立ち上げ、教育と研究、そして地域社会との融合を目指して、さらに高い目標に向かって頑張っています。こうした活動の源も事業創造大学院大学での経験がなければ成し得なかったことは言うまでもありません。

# 事業創造大学院大学のMBAとは

本学を修了すると、経営管理修士(専門職)という学位を取得することができます。「経営管理修士」の後に「(専門職)」が付きますが、これは、高度専門職業人を養成する専門職大学院(プロフェッショナルスクール)が付与する専門職学位だからです。MBAとは、経営管理修士の英文名称Master of Business Administrationの略称です。

本学では経営に関わる知識とスキルを体系的に学ぶことにより多様な専門性を得ることができ、また、豊富なケーススタディによりあらゆるビジネスシーンにおいて応用できる問題解決力も身につけることができます。



## INFORMATION

### 特別講義

参加対象: 在学生、修了生、一般の方

本学の教育理念に賛同する著名な学識者、起業家、経営者の方々から客員教授に就任いただき、年間を通じて特別講義を行っております。一般の方々にも受講いただけるよう広く公開しておりますので、皆様のご参加をお待ちしております。(参加無料・要予約)



2018年7月28日(土)  
10:30~12:00

『なぜ日本の  
インフラは凄いのか』

株式会社プラネット  
代表取締役会長  
玉生 弘昌 客員教授



2018年9月1日(土)  
10:30~12:00

『第4次産業革命進行中での  
日本の勝ち残り戦略』

早稲田大学  
名誉教授  
松田 修一 客員教授



2018年9月22日(土)  
10:30~12:00

『大人が変われば子どもが変わる。  
子どもが変われば未来が変わる。』

株式会社てっぺん  
代表取締役  
大嶋 啓介 客員教授

### MBA特別授業・大学院説明会

参加対象: 入学を検討されている方、MBA特別授業に興味がある方

開催日 2018年7月21日(土) 13:30~15:30

#### MBA特別授業



『投資で儲ける』への学問的アプローチ  
～実は人間臭いファイナンス～

唐木 宏一 教授  
(担当科目: コーポレートファイナンス、アントレプレナー・ファイナンス)

開催日 2018年8月25日(土) 13:30~15:30

#### MBA特別授業



情報の重要性を理解しよう!

高中 公男 教授  
(担当科目: マネジメントサイエンス、市場調査法)

### 税理士試験科目免除申請説明会

参加対象: 入学を検討されている方、税理士を目指している方

開催日 2018年8月25日(土) 10:30~12:00

### 入学試験 2018年秋季学期(10月)入学

出願受付期間	入学試験日
7月17日(火)~7月25日(水)	8月4日(土)
8月21日(火)~8月29日(水)	9月8日(土)

※お申込み、お問い合わせ、詳しい大学院情報をご希望の方は、下記までご連絡ください。大学院のパンフレット及び募集要項等をご希望の方へ無料でご送付致します。



# 事業創造大学院大学

JPress 編集・発行 / 事業創造大学院大学 広報委員会

〒950-0916 新潟市中央区米山3-1-46  
TEL 025-255-1250 FAX 025-255-1251  
URL <http://www.jigyo.ac.jp/>  
e-mail info@jigyo.ac.jp