

インタビュー パートナーシップで社会課題解決に挑む

日本ユニシスグループは顧客・パートナーと共に社会を豊かにする新しい価値の創造と社会課題の解決に取り組んでいる。

日本ユニシス株式会社
人事部ダイバーシティ推進室
室長 宮森未来さん

ビジネスエコシステムの中核に

—— 社会課題の解決をどのように？

商用コンピューターを初めて日本に導入した当社は、システムインテグレーターとして社会や産業を支えるシステムを構築してきました。

創業60周年にあたる2018年、経営理念である「人と環境にやさしい社会づくりへの貢献」を実現するため、当社の存在意義を再定義しようということになり、「社会課題を解決する企業」としました。

新たな取り組みの柱となるのが「ビジネスエコシステム」です。社会課題の解決は1社だけではできません。業種・業態の垣根を越えた様々なステークホルダーとのコラボレーションが欠かせないのです。当社が中核となって「ビジネスエコシステム」をつくりあげ、顧客課題の先にある社会課題を解決していく。従来のビジネスモデルからの大変革と言っていいと思います。

そして、それをさらに進化させたものが「デジタルコモンズ」。昨年度から発信しています。

デジタルで「見える化」「見せる化」

—— デジタルコモンズとは？

デジタル化時代に求められるコモンズ(共有財)を保有するコミュニティをつくらうというものです。

「コモンズの悲劇」という経済学の法則があります。共有財である牧草地に全ての牛飼いが利益の最大化を求めてたくさんの牛を放牧すれば、牧草地は荒れ果て、結果として全員が被害を受けることになる。個人による合理性の追求が、集団の不利益になってしまうというものです。

資源を食いつぶしながら生産と消費を続け、量的拡大を追求する社会から、「循環型」社会への転換が求められています。こうした課題とどう向き合うかを議論し合う中から「デジタルコモンズ」が生まれました。

コモンズの対象となるのは、活用されずに埋もれている有形・無形の資産です。例えば、デジタル化されたコンテンツや知的財産などは複製にも流通にもほとんどコストがかかりません。「見える化」「見せる化」により、未稼働もしくは稼働率の低い資産の活用と、新たな付加価値の創出も可能です。デジタルの力で、マッチングと「見せる化」による社会価値創出への投資も生み出すことができると考えました。

これまでは国や大企業が中心となって経済を動かしてきました。デジタル化が進むと一般市民や生活者が価値を生み出す主体になっていくでしょう。「生産者・消費者」という関係ではなく、データやテクノロジーをもつ企業や個人がデジタルコモンズのコミュニティで互いに「提供者・利用者」として交流する。新たな付加価値を生むようになれば、社会的価値と経済的価