

すぎなみソーシャルデザイン塾～すぎなみをデザインする社会起業家になる

第3章　　すぎなみブランディング　～すぎなみの固有価値を掘り起こしデザインする

テーマ：　ソーシャル・デザインに向けて～コミュニティ投資の視点

07年2月14日

学習支援者：(株)三井物産戦略研究所　新谷大輔さんの講演概要

1　はじめに

第三章は杉並をデザインしてどのような「まちづくり」が可能か等を考えていくものです。今まで、教育の分野に民間企業がかかわりを持つ話とか、杉並の栗を区民としてどのように考えたらいいのか等を皆様と話し合ってきました。

本日は新谷の本業（戦略研、立教大学院）の一部である「区民、NPO等が企業と付き合い合う場合の関わり方」と「かかわりを強めるための視点」について、はなしをしたいと思います。

大人塾の講演者の日野公三さん(美川特区アットマーク国際高等学校校長　)や西本千尋さん(ジャパンエリヤマネジメント)たちは、社会起業家として自らの社会的課題をビジネスとして取り上げ社会を変えようと考えています。その際に、問題となるのは社会的課題とビジネスをつなぐ接点(切り口)が重要となります。接点を皆様がどのように創造するのか等の参考になればと考えています。

1　コミュニティ投資について

まず、ソーシャル・キャピタルの概念について説明をします。例えば、金融の世界で投資信託SRIファンド(社会的責任投資)という金融商品がありますが

・投資信託ビジネスとまちづくりの観点を併せ持つ商品です。企業がまちづくりに関心を持ち地域に投資するとその応援をしようと金融会社がファンドを立ち上げ、まちづくりに関心のある市民が投資をする。実績が出たら配当を受け取ることができるというリスクを市民が取る商品です。そこで課題になるのが、ソーシャル・キャピタルの概念です。

1) ソーシャル・キャピタルの意味

まず、定義を説明します。

「ソーシャル・キャピタルとは、社会的なつながりの量・質を決定する制度、関係、規範で

ある。社会的なつながりは経済の繁栄や経済発展の持続に不可欠であり、ソーシャル・キャピタルは単に社会を支えている制度ではなく、社会的つながりを強くするための糊の役割を果たしている」(世界銀行資料より)

つまり、

「社会的ミッションを達成する」「社会的課題を解決する」等に必要な資本をソーシャル・キャピタルといいます。

必要なファクターは

コミュニティの中に、「信頼、規範、ネットワーク」を生み出す機能を持つと「ソーシャル・キャピタルが醸成」される仕組みが出来上がります。そこから、「コミュニティ投資のアプローチ」が模索されることとなります。

2) ソーシャル・キャピタルとコミュニティ

地域活性化は一人の市民が騒ぐだけでは何も起こらない。一人の関心がコミュニティ全体の意識へと拡大しなければ地域活性への動きは起こりません。そこで必要な人材がいることとなります。

きっかけ作りの出来る人、組織=つなぐことが出来る人、組織ですが、「信頼関係」がないと活性化への動きは生まれません。

つながりができる人、組織を「ソーシャル・デザイナー」と呼びます。

・重要なのは、市民への意識付け。市民が何らかの価値観や問題意識を共有することが出来れば、容易にネットワークは拡大する。

市民を巻き込む動きが起こるかどうかが NPO の機能が重要。但し、現実・・・

・まちづくりのポイントはコミュニティにある資源を利用・再生させ、地域の人々に自信を回復させること。

町の誇り、愛着、共通意識等、求心力となるものを探ること

3) コミュニティ投資とは

社会的な課題を解決することを目的に行う様々な投融資の仕組みを指します。

C R M (Cause Related Marketing) の考え方が鍵で「Cause」とは原因・起因のことですが本質的な原因を突き詰めて背後にある社会的な課題を探り、その解決策等を見つけること。そして

解決策等に共鳴する方々等(行政・NPO・学校・市民等)が差し出す仕組み・人材・資金等がコミュニティ投資となるわけです。

CRMの事例としてアメリカで1980年代から盛んになったピンクリボン活動があります。

<参考事例～ピンクリボン運動に用いられたCRM戦略>

- ・ イベントキャンペーン 乳がんの情報提供と検診の啓発を促す
- ・ Estee Lauder 店舗を通じて乳がんの知識や自己検診の方法を消費者に知らせてきた。乳がんについての講演会やメイクアップ教室なども。
- 「社会貢献」という非営利の活動に主体的に取り組む姿勢を消費者に知らせる
- ・ 問題をより多くの人々に知らせる
- ・ 企業の非営利的な要素(乳がんの情報を提供する)を加えた商品の付加価値や企業ブランド(企業の利益)を構築します

企業は

- * Cause を発見しビジネス面で課題を打開したい(購買層、販売エリア拡大など)
- * 進出した地域コミュニティとの関係を構築したい
- * 地球、国、地域などの社会的課題に積極的に取り組みたい

地域は

- * 地域に眠るニーズを把握
- * 地域の抱える社会的課題を解決したい

つなぎ役

リソースである行政・NPO・学校・市民等になります。

4) CSR (Corporate Social Responsibility・企業の社会的責任) はコミュニティ投資の一つです

- ・ 米国などでは「通常の金融機関では融資しにくい、マイノリティや低所得者層地域の発展のために、投融資を行うこと」と一般的には定義されますが必ずしも金融機関による投融資の仕組みを指すのではなく、NPO や一般市民はもちろん、事業会社が行うSRI のひとつとしても捉えることができる。
- ・ SRI (社会的責任投資) のうち、スクリーニング、株主行動に続く、第3の手法と考えられている。
- ・ 欧米諸国ではコミュニティ投資もSRI の重要な柱と考えられ、米国のコミュニティ投資の資産残高は2004年では140億ドルと、2001年対比84%増と急成長を遂げている。
- ・ その背景にはCSR への意識の高まりと、制度的背景がある。
- ・ CSR においては「社会とのコミュニケーション」が鍵で、積極的に社会との関係を作るための戦略として重要です。

・「信頼、規範、ネットワーク」というソーシャル・キャピタルを構成する3要素はビジネスにおいても重要な視点です。

5) コミュニティ投資とは社会にイノベーションを起こす投資のことで、ソーシャル・イノベーションを意味します

「地域経済に密接に関係のある事業に対して積極的に投資を行う取り組み」で、言い換えれば、社会にイノベーションを起こすような投資を行うこと。AとBの視点がある。

A. コミュニティをターゲットに戦略的に投資を行う

「問題解決型」アプローチ

B. コミュニティの資源をコミュニティで循環させる

「地産地消型」アプローチ

6) コミュニティ投資の対象分野

コミュニティ(=地域)の発展のために解決が必要な社会的な課題を対象とする。

NPOがその事業対象とする分野はコミュニティ投資の対象分野と重なることが多く、ホームレス支援などの低所得者向けから、マイクロクレジット(小規模金融)などの小規模事業者の経済的自立支援、さらには環境問題、災害対策、子育て支援など、幅広く含まれる。

ソーシャル・キャピタルの醸成がキーポイント

・米国などでは主に貧困地域を対象として行われるケースが多いが、必ずしも低所得者層の救済のためのものではない。

・ コミュニティ投資はあくまでもチャリティ(慈善)ではなく投資であり、地域コミュニティが活性化することが様々な分野でリターンを生むと考えられているからこそ出てきた投資概念である。

7) 身近な事例で考える

コミュニティをターゲットに戦略的に投資を行う 「問題解決型」アプローチの例

企業のコミュニティ投資とは、操業地の地域社会の課題ニーズを認識し、それに対応するために企業が行う活動ですが、地域の課題に精通している熱心な地元団体(NPOを含む)とパートナーシップを組んだ活動を指しますがAとBの観点があります。

A. 慈善

B. 投資

従業員が地域を知ることにより従業員の視野が広くなったり、技能、顧客ロイヤリティの向上などの形で企業に利益が返ってきます。

課題事例(地域)

子育て世代の育児サービスに対する人材が不足、慢性化している

企業の課題

有能な社員（男女問わず）を子育てのために家庭に拘束することは貴重な人材資源を逃がす恐れがある。特に、優秀な女性社員は子育てのために居住地近くの職場に転職をするリスクを負う。

解決策

企業内で託児施設などを置くか、地域に置くのかは、地元団体(NPOを含む)の企画力(子育て世代のニーズ把握)、交渉力等にかかる。子育て世代と企業双方のニーズを把握して、企業の理解を得るような仕組みを提供できれば、企業と地元団体との協働が成り立つ、また、行政も協力をしやすくなる。

解決の切り口は「コミュニティの課題」と「コミュニティのリソース」を関連付けることです、「つながり」が重要となります。

<参考資料～企業のアプローチ>

- ・自社の事業目標を再検討する
- ・コミュニティが直面している重要な課題を把握し、自社がどの程度貢献できるかについて率直な議論を行う
- ・競合相手の活動、潜在的なパートナー企業を検討する
- ・重要な課題において自社ですでに関与している事業がないか確認する
- ・潜在的なパートナーとなる市民団体を特定する
- ・プログラムの詳細を決める
- ・プログラムへの関与をステイクホルダーに十分伝達する
- ・プログラムの成功を見届ける

8) 最後に、イノベーションとは

刷新、新機軸の意味

生産技術の拡大だけでなく、新商品の導入、新市場・新資源の開拓、新しい経営組織の実施などを含む概念。～広辞苑第五版(岩波書店)より

イノベーションは特別な人がやることですか、いえ、誰にでもイノベーションは起こせます。

キーワードは「個」と「つながり」、そして「社会」です。「個」を見直し「社会」との「つながり」を考えること、ちょっとした気づきはイノベーションのきっかけとなります。

メッセージ “*Change the World*”

(注) 当日の講演は、市民やNPOが企業や行政との協働活動を模索する場合に、必ず通らなければいけない情報が満載でした。この講演録は前半の概要を網羅したものです。私たちは

概要をよく勉強し、主旨を理解の上、反芻することにより、自らの活動の価値を高めることが可能となり企業等の支援を得ることにつながることを確信します。すばらしい講演でした。

文責 知の市庭 東島信明