ソーシャルイノベーションを巡る冒険

同志社大学大学院 総合政策科学研究科 准教授　佐野 淳也

ソーシャルイノベーション、ということばがにわかに注目されている。同志社大学では10年前より大学院総合政策科学研究科にソーシャルイノベーションコースが設置されているが、とりわけこの数年でソーシャルイノベーションと呼ばれる実践や概念が、社会課題の解決と新たな産業創出という２つの文脈から注目されるようになってきている。

例えば日本財団では、昨年から「ソーシャルイノベーター支援制度」を開始した。これは、社会課題をこれまでにない新たな手法で解決することにより、新たな社会システムの創出が可能なインパクトのある実践に、最大で３年間で３億円もの支援を行う取り組みだ。

日本財団ソーシャルイノベーションフォーラム 2016（2016年9月30日 東京）

※日本財団HP ソーシャルイノベーションページより引用

昨年は、島根県隠岐郡海士町での高校魅力化の成功事例をベースに、全国の教育魅力化による地域活性化を加速させる「地域・教育魅力化プラットフォーム」など、３つのプロジェクトが受賞団体に選ばれた。

その背景には、これまで日本財団が支援してきた草の根のNPOなどの活動が、必ずしもその地域や社会の課題を産み出しているシステムそのものの変革にまで結びつかず、大きな社会インパクトを産んでいない状況があったと言われている。

NPO などの活動は、社会課題に対する「ほっとけない」という情熱や、理想の社会に向けたビジョンのもとに編まれる社会的使命（ミッション）に基づくものだが、活動規模が小さく多くの場合は資金や人材などのリソースも極めて限られていることから、なかなかそのビジョンを具現化していく道程が描ききれないことが多かった。

しかし近年はこうした NPO に対しても、どれだけ目指す課題解決とシステム変革をなしえたか、という社会的インパクトを主な評価軸として設定されることが増えた。そしてたとえば地域における子どもの貧困など、ひとつの組織や特定のセクターのみでは解決が難しい複雑かつ社会システム全体の変容が求められる課題に対し、様々な組織やセクター間の連携・協働により確実な成果を出していこうとする「コレクティブ・インパクト」という考え方が大きく注目されている。

前述した日本財団のソーシャルイノベーター支援制度は、こうしたコレクティブ・インパクトを目指すプロジェクトに対し集中的な支援を行うものだ。セクターや組織の壁を超えた協働により、確実かつ目に見える成果を産み出していけるチームを評価するものであり、その軸となるソーシャルイノベーターに対し、事業のスタートアップ及び拡大のための資金が提供される

ソーシャルイノベーション、という概念も市民の立場で社会課題にコミットしようとする草の根の NPO の動きと、ビジネスを通して社会を良くしていこうとする社会的企業やソーシャルビジネスの両方の動きや理念が組み合わさる中で発展してきた。非営利（non-profit）という概念には、利益の最大化を目指すが上に時に環境破壊や人権侵害の原因にもなってしまう営利企業の活動に対するアンチテーゼが含まれている。しかし、NPO の多くが抱える事業性の薄さが、社会的インパクトの小ささにも結びついてきた。

ソーシャルイノベーションという概念は、いわば Profit for Mission とでも言うべきものであり、より良い社会をつくるというミッションに向けて継続性のある事業を産み出し、利益と雇用を産み出しながら問題を産み出しているシステムそのものの変革を目指していくところに最大の特徴があると言えるだろう。

このように、ソーシャルイノベーションは営利セクターと非営利セクターの両方を結びつけ、またセクターを超えた協働を生み出す上での共通言語になりつつある。ソーシャルイノベーションを巡る冒険は、これからさらに大きく広がりそうだ。

実践ソーシャルイノベーション（千倉書房）

- ある地域や組織において構築されている人々の相互関係を、新たな価値観により革新していく動き。
- 社会の様々な問題や課題に対して、より良い社会の実現を目指し、人々が知識や知恵を出し合い、新たな方法で社会の仕組みを刷新していくこと。

サステイナブル・カンパニーとは何か

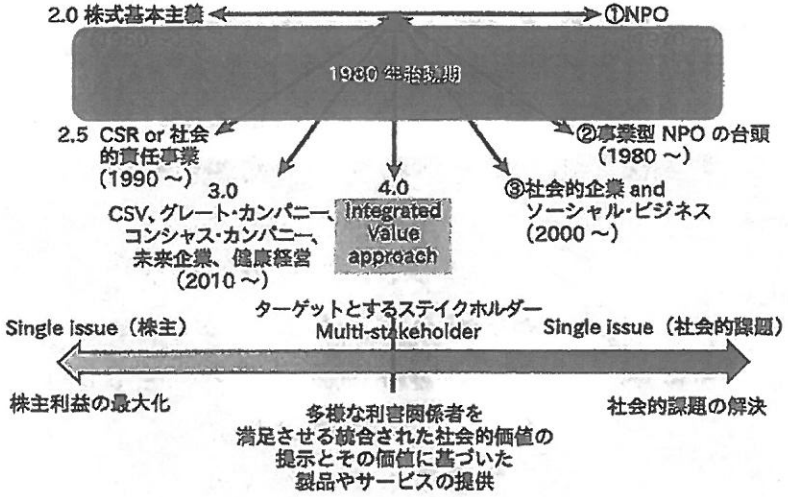


図 3-4　経営スタイルの振子

「サステイナブル・カンパニー入門」大室悦賀（学芸出版社）

日本財団の定義

- 「よりよい社会のために、新しい仕組みを生み出し、変化を引き起こす、そのアイデアと実践」
- 〈ソーシャルイノベーション〉が多く実践されることによって、本当の意味での持続可能な「みんながみんなを支える社会」が実現。

日本財団ソーシャル イノベーションフォーラム2016

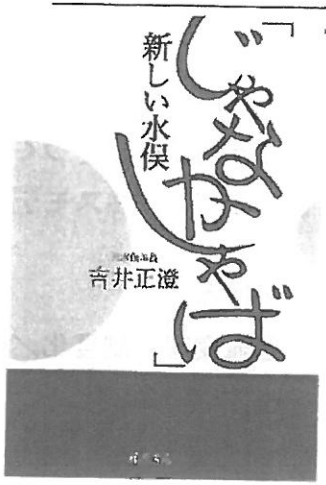
「新しい当たり前」

–いまある社会課題が発生しない仕組みへと社会を革新（バージョンアップ）すること。またそれに向けたアイデアや行動、事業活動などの総称。

⇒あたらしい「当たり前」をつくること！

ソーシャル
イノベーション
の起こし方

『じゃなかしゃば』



- 「こんなんじゃない娑婆」
- 「今のようでない世の中」
- 水俣病の患者運動から生まれたことば
- 当事者の視点に立脚し、より良い社会を主体的かつ協同で実現していこうとする「社会運動」性がSIには必要。

You must be the change you want to see in the world.

- Mahatma Gandhi （ガンジー）

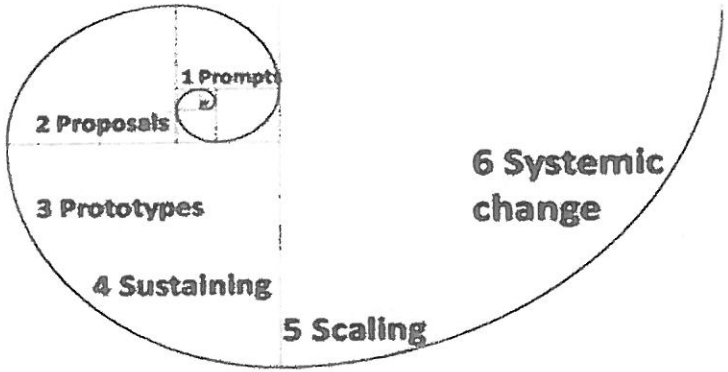
あなたがこの世で見たいと願う変化に、あなた自身がなりなさい。

ソーシャルイノベーションの6つのステージ

1. アイディアを思いつく
2. 誰かにそれを提案する：仲間を集める／グループをつくる
3. プロトタイピングする：試しにやってみる／試作品をつくる
4. それを継続可能な状態にする：事業化する／ビジネスモデル化する
5. スケーリングする：拡大する／各地に広げる
6. 当たり前化していく：システム変革（意識変容／制度化／産業化）

西村 勇哉（NPO法人ミラツク 代表理事）

ソーシャルイノベーションの成長プロセス



http://www.socialinnovator.info/process-social-innovation

MIRA TUKU

組織化
- ①社会課題を解決するアイデア
- ②アイデアを実施する組織・グループ

事業化
- ③アイデアを試行する
- ④事業化する／ビジネス化する

社会変革
- ⑤事業を拡大する／各地に広げる
- ⑥社会変革（制度・技術・ライフスタイル）

コレクティブ・インパクト
（社会課題解決を目的とした総働）

- 特定の社会課題に対して、ひとつの組織の力で解決しようとするのではなく、行政、企業、NPO、基金、市民などがセクターを越え、互いに強みやノウハウを持ち寄って、同時に社会課題に対する働きかけを行うことにより、課題解決や大規模な社会変革を目指すアプローチ。
- ①共通のアジェンダ ②評価システム ③相互の活動強化 ④持続的なコミュニケーション を生み出す中間支援組織の働きが重要。