

# 21世紀型企业CSRによるソーシャルビジネスの 可能性

～社会的責任と理解されている企業CSRを社会・地域貢  
献

を目的とする企業CSRと戦略的に変革する事により、  
社会・地域とのWinWinの関係性を機軸とした地域経営  
(ソーシャルビジネス)実現～

2012年12月10日

協働まちづくり研究所 代表

特定非営利活動法人 えふネット福岡

専務理事 蓼原 典明

# “変革”を必要とする時代背景(20世紀 ⇒ 21世紀)

SBは、今の時代に必要!!

自分達が生活する地域・社会を自分達が主体となり  
良くすることができる社会が21世紀に到来!!と、理解する。

19世紀 江戸時代 とくに江戸の町文化 “自立循環型の社会”  
自立型社会

20世紀 戦後の復興、高度経済成長、経済偏重型、公害問題  
大量生産・大量廃棄、モノの満足 等  
行政依存型社会

21世紀 環境配慮、低成長、心の満足、意識の変革  
行政依存型社会 ⇒(変革) 自立型社会 ⇒ 地域力・人間力

## 福岡県での”協働”の可能性があるNPO・企業の意識（参考）

1. 福岡県のNPO法人数 : 1,448法人(平成23年6月末)
2. 社会貢献活動実施  
「ある」企業が48.8% 473社  
「ない」企業が47.9% 455社
3. NPOとの関わりの有無  
「ある」44.6% 211社  
「ない」54.1% 256社
4. 寄付金等の金銭的支援 73.5% 155社  
社員のボランティア参加等非金銭面 54.5% 115社
5. NPOとの協働について検討、検討の見込み  
「ある」44.0% 208社  
「ない」48.0% 227社
6. NPOと協働したい分野 「環境保全」 27.9% 132社  
以下、「まちづくり」「子どもの健全育成」「保健・医療・福祉」  
「地域安全」
7. その他の社会貢献活動 「地域行事への参加や寄付」 78.4%  
「自治体、学校、病院、福祉施設など公的施設への寄付・寄贈」  
36.2% 171社、「まちづくりへの参画」 28.3% 134社

# ソーシャルビジネス(SB)基本理解

## ソーシャルビジネスとは

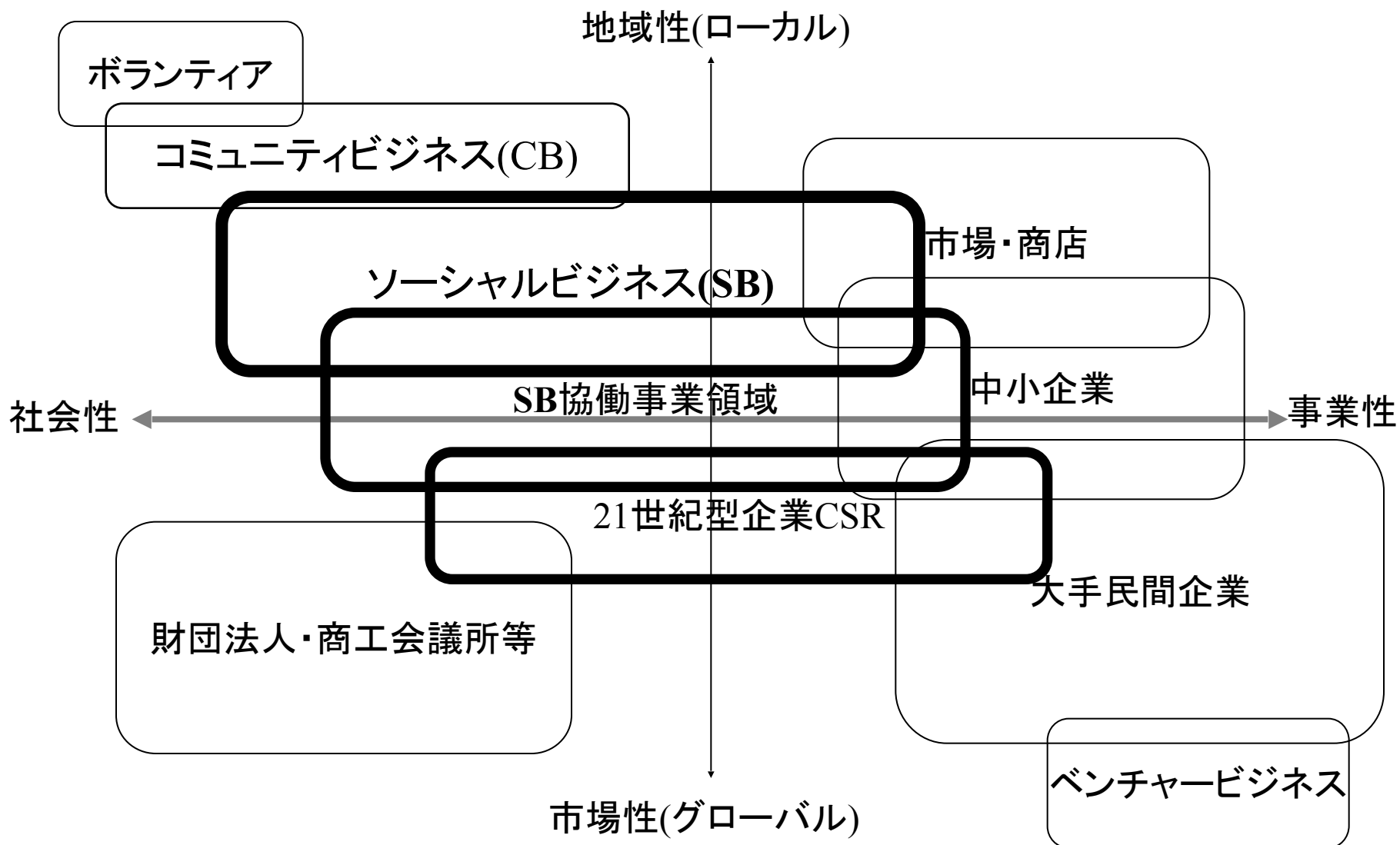
1. 子育て、高齢化、介護、環境対策、地域活性化等の社会的課題をビジネス手法を活用し解決する社会的価値事業。
  2. 株式会社・有限会社等の民間企業の事業者とともに、NPO法人、一般社団法人等の事業型非営利法人も活躍。
- ※ 民間企業は、ボランティア参加等によりSBに関与

## ソーシャルビジネスの定義

1. 障がい者自立支援、子育て支援、高齢化対策、環境対策、地域活性化、地域経済活性化等の社会的課題の解決を目的とした事業。 “スキ間”ビジネス領域
2. 「ボランティア活動」とも異なる新しいスタイルの事業形態。
3. 社会的課題の解決に対して事業性を発見し、「新たな産業・新たな働き方」を創出する事業。今後、国・行政・企業・大学・地域の協働パートナーとして期待。 “国・行政施策への参画チャンス”

# ソーシャルビジネスの可能性

## 1. 社会性と事業性



# 高齢化とソーシャルビジネスの可能性

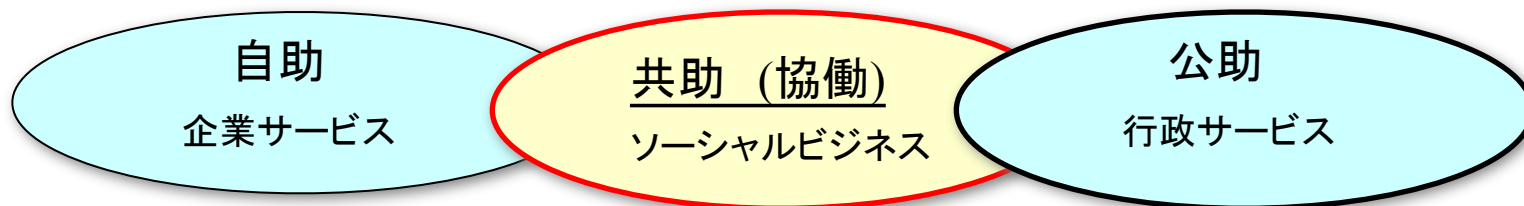
日本の総人口 1億2,780万人(平成23年10月現在)

65歳以上の高齢者人口 2,975万人, 総人口比 23.3%

平成72年には、2.5人に1人が65歳以上、4人に1人が75歳以上

## ※ 高齢者の経済状況

- ①. 暮らし向きに心配ない高齢者 約7割
- ②. 高齢者世帯は、世帯人員一人当たりの年間所得が全世帯平均と大きな差がない
  - ・世帯一人当たり 高齢者世帯: 197.9万円 全世帯平均: 207.3万円
- ③. 世帯主が65歳以上の世帯では、一人当たりの支出水準は全世帯平均を上回り、貯蓄は全世帯平均の1.4倍 (2,257万円)。
  - ・世帯主が65歳以上: 129.4万円 全世帯平均: 120.1万円



ソーシャルビジネス領域は、魅力的な”スキ間”事業

# 顧客満足(CS)と企業の存在

## 顧客満足(Customer Satisfaction)

・商品、サービスによる顧客満足 “対象: 商品・サービス”  
(意識の变革) ⇒ 地域に企業が存在する事に満足

## CMR(Customer managed relationships) ⇒ 顧客との信頼関係

- ①.豊橋市 食品スーパー「一期家一笑」顧客の名前を覚える
- ②.町田市 電気店「でんかのヤマグチ」商品の高売り、商圈の絞込み

## [福岡県内企業事例] ※ 福岡県「チームで節電! エコ事業所コンテスト」

- ①.有限会社 フジ電気  
・家族一箇所のみでエアコン使用  
・お風呂もまとめて一緒に入浴
- ②.拓新産業株式会社  
・電化製品を使用しない時は、コンセントから抜く  
・カーテンにより室内温度を涼しくする

⇒ 企業内の節電の取組から、社員家族の協力による拡がり貢献  
(社会的責任としての取組) → (地域・社会貢献としての取組)

※ 福岡県及び第三者コンテスト選考委員会の評価による企業評価の向上

※ 福岡県のホームページによる県民向け情報発信 “企業PR効果”

# 企業CSR (Corporate Social Responsibility) の変革

## [従来のCSR認識] 企業の社会的責任

- ・ ISO9000, ISO14000 の取得アピール
- ・ コンプライアンス (法律遵守)
- ・ 会社の周辺の清掃 ※ PR活動 CI活動(特徴、理念)
- ・ ゴミの分別、光熱費の節約
- ・ イベントとしてのボランティア参加
- ・ 発展途上国の支援 ⇒ 植林等資金面の支援等

## [今後評価されるCSR認識] 企業の社会貢献 地域からの信頼

- ・ 地球温暖化防止、省エネ等低炭素型社会創りへの参画
- ・ 環境配慮意識の社員・家族向け啓発 (人材教育・コミュニティ)  
⇒ IQ (知能指数)よりEQ (心の知能指数)
- ・ 地域との関わりの必要性認知とアクション
- ・ 社会性ビジネスへの知恵の創出 (業態変化)
- ・ 企業 ⇒ 社員 ⇒ 家族 ⇒ 地域 ⇒ 地域力 ※住みたい



## 地域と企業のかかわりについて ※ 相互理解の必要性

### [企業 ⇒ 地域] (Corporate Social Responsibility)

- ・ 地域の中に存在する企業としての認識は?
- ・ 地域に存在する消費者に対しての理解は?
  - ⇒ ワン・トゥ・ワン・マーケティングの必要性
  - ⇒ 意思の明確な消費者 (電通グリーンコンシューマー調査2012)
- ※ 環境問題に取り組む企業の商品・サービスは多少高くても利用する。  
2011年 9% 2012年7% (景気の低迷が影響?)
- ・ イベントの寄付程度の付き合いに止めていないか?

### [消費者(地域) ⇒ 企業] (Consumer Social Responsibility)

- ・ プラス面、マスナス面の評価 ※低価格、雇用、騒音、悪臭等
- ・ 企業に対して地域の一員としての認知は?
- ・ 地域のイベント時の寄付だけの期待
  - ※ 地域と企業の良い関係創りへの相互理解
  - ※ 地域が応援する企業としての位置付け

# 協働事業(CB/SB)創業・経営(運営)中間支援組織

特定非営利活動法人 えふネット福岡 <http://fnet-fukuoka.net/>  
〒811-4183 宗像市土穴一丁目14番10号 フォーレスト宗像102号  
蓼原典明 n.tadehara@fnet-fukuoka.net  
電話/FAX : 0940-34-1030 携帯電話 : 090-7984-1138

## [環境関連活動]

1. 環境省「ストップ・ザ・温暖化 一村一品」福岡県代表審査委員
2. 環境省「エコ住宅・リフォーム普及促進事業推進」委員
3. 環境省「省エネ家電普及促進事業」委員
4. 福岡市「温暖化防止福岡市民協議会」幹事
5. 福岡市地球温暖化対策実行計画策定審議会 委員
6. 未来型エネルギー社会創出福岡地域協議会 会長
7. 福岡市環境・エネルギー戦略有識者会議 委員
8. 福岡県地球温暖化防止活動推進員(福岡・筑紫地域リーダー)
9. 省エネルギー普及指導員(財団法人省エネルギーセンター)
10. 平成14年度 環境省「脱温暖化モデルプロジェクト事業」
11. 平成16年～22年度福岡市「地球温暖化防止福岡市民放送局運営業務」
12. 平成19年～22年度 福岡市「環境啓発U-30」広報事業