

(講演テーマ) 地域社会における起業による共有価値創造

高知工科大学 那須清吾

論点 1～組織間関係とプロセス論

■スタートアップの初期状態と戦略選択

- ①第一段階：ビジネスデザイン⇒ 緩い関係
技術・資源の所在から、資源依存・組織の支配を受ける。
- ②第二段階：パートナー確保（具体化に伴う組織間関係）⇒ 少し強い関係
資源・事業規模・地域との関係から、組織・制度の支配を受ける。
- ③第三段階：リスクを取る⇒ クラスタ形成、強い関係構築
第二段階の支配関係を継続する。資本関係から組織・制度が強化される。
- ④第四段階：戦略選択⇒ 競争優位の確保とクラスタ維持
第三段階の支配関係を継続する。
- ⑤第五段階：市場規模確保と顧客からの認知⇒ クラスタの構造的安定化

論点 2～起業プロセスと経営者の機能

■起業における戦略創造のプロセス

- ①起業の初期段階：可能性の理解、深い構造への無知⇒ 起業を妨げるものではない。
- ②具体化の段階：可能性の縮小⇒ 戦略の縮小・放棄
- ③戦略の進化段階：構造理解の深化、制約の放棄と多義性の獲得⇒ 学習と戦略の創発

論点 3～共通価値の創造（考え方）(解説 1) Creating Shared Value (Michael E. Porter)

そもそも、企業という存在は、地域にとっての負荷であると評価される場合が多い。そのような企業が行う事業活動が、実際にはどのような存在であるかを再認識することで、「共有価値の創造」の本当の意味を理解することが出来る。

- 発送転換：財務的な価値増進⇒ 顧客の幸福、地域社会便益など。

社会的便益と経済的成功は相殺関係 ⇒ ×

CSR、社会貢献活動、持続可能性 ⇒ ×

- 外部性への対応：事業活動の外部不経済の内部化⇒ 経済的ニーズに加えて社会的ニーズを市場の定義に加える。

- 共通価値：社会のニーズや問題に取り組むことで社会的価値を創造し、結果として経済的価値が創造される。企業が事業を営む地域社会の経済的条件や社会状況を改善しながら、自らの競争力を高める。

- 共有価値という発想の効用：結果として企業の事業活動にプラスとなる。なぜならば、企業活動は健全な地域社会を必要としている。共存共栄でなければ、双方が衰退する。

(解説 2)

- 製品と市場を見直す。事業そのものが、課題解決に関連している（顧客の役に立つ）。

- バリューチェーンの生産性を再定義する。

生産性を社会問題との関連で再定義することで、生産性改善が社会問題の解決に繋がる。

- 地域社会にクラスタを形成する。

あらゆる関連する組織をクラスタ構成要素として捉えれば、構成要素に課題があれば、企業の事業活動に支障が生じる。

(問いかけ)

●社会起業家とは？

ポーターの概念で共通価値を認識すれば、果たして社会起業家は存在するのか？

●クラスター構成の課題

クラスター構成を考えることは出来るが、実現することは出来るのか？

●営利組織と非営利組織

企業利益と社会的便益が一体であると考えれば（共通利益の発想）、区分出来るのか？

(解説3)

●CSV・・・「地域を豊かにする」・・・形態とは？

営利企業の本業を通じて社会的問題解決と経済的利益をともに追求し、相互効果を生み出す。商品、サービスが直接課題に作用して解決に資する。

●経営環境改善の為に社会的問題の解決に投資

地域の人材教育による能力向上が事業に寄与する。

●持続的競争優位⇒ 業界構造や経営資源に起因する不確実性にとって、共通価値の意味とは。

●起業家の視点

起業家は、経済的価値のみを目指している訳ではない。研究者はそこを誤解している。一方で、経営はそこを読み切れる訳ではない。

経営者は、経済的価値を生み出さないと持続可能ではないことを知っているし、持続可能であることで理想を実現している。

(事業創造・起業の例示)

