山梨学院大学
経営ナビゲーション
―ビジネス革新への航海図

No. ２５－３
平成２５年１１月１日発行
山 梨 中 央 銀 行
法人推進室
甲府市丸の内 1-20-8

山梨中央銀行は、大学等の研究機関が有する知的資産とビジネスの現場とを結びつけ、企業経営のイノベーションや事業機会の創出を支援するリエゾン（橋渡し）活動に取り組んでいます。

本リポートでは山梨学院大学の先生方と、その研究内容を紹介していきます。中小企業のみなさまが肌で感じとったビジネスの現場の空気と、気鋭の研究者たちが取り組むアカデミズムの最前線が出遭うこのリポートが、新たなビジネスの「創発(emergence)」の場となることを期待いたします。

＜第１１回＞

１０年先の経営者たちに贈る
“先行投資”
～「ＣＳＲ」と「人材交流」～

今井　久　先生
（現代ビジネス学部　教授）

≪要点≫

- 「社会疫学」とは、社会・地域における経済状況や人々の信頼関係、結びつき（ソーシャルキャピタル）等が住民の健康や、幸福感等にどのように影響するのかを実証する学問である。
- 山梨県は、「健康寿命ランキング」（介助なく生活できる年齢）が全国１位であり、「無尽」という「ソーシャルキャピタル」と「健康」が相互に関係している可能性がある。
- 「地域経済」において、今後、求められる「企業のあり方」とは、「地域住民に『誇り』を持たせることができる企業」である。
- そのためには、「コミュニティビジネス」、「ソーシャルビジネス」が必要となる。
- 企業は、その分野の担い手であるＮＰＯ法人等と連携し、「ＣＳＲ」（企業の社会的責任）として協働することが、「ソーシャルキャピタル」の形成につながる。
- ＣＳＲは、ボランティアではなく、１０年後の事業継続のための先行投資である。
- 消費者が商品を選ぶ「きっかけ」を作るのは「ＣＳＲ」であり、これからの消費者は、自分が「お金を使う」ことが社会を「育てる」ことにつながると意識する消費者となる。

■どのような分野を研究されていますか？

社会疫学、経済学について研究しています。

■「社会疫学」とは何ですか？

社会疫学とは、社会・地域における経済状況や人々の信頼関係、結びつき（ソーシャルキャピタル）等が住民の健康や、幸福感等にどのように影響するのかを実証する学問であり、この関係性を統計学等を用いながら研究しています。

信頼関係等が構築されている社会では、他人への警戒が少なく、「治安・経済・教育・幸福感」等に良い影響を与え、社会の効率性が高まると言われています。

例えば、山梨県では、定期的に親しい仲間などと集まり飲食等を行う「無尽」が文化として根付いています。これもソーシャルキャピタルの一つです。また、山梨県は「健康寿命ランキング」（介助なく生活できる年齢）が全国１位に輝いており、「無尽」という「ソーシャルキャピタル」と「健康」が相互に関係している可能性があります。

■「経済学」の中で、具体的にどのような研究をされていますか？

「地域経済」に重要な「コミュニティビジネス」、「ソーシャルビジネス」について研究しています。

今後、世の中が求める「企業のあり方」とは、「地域住民に『誇り』を持たせることができる企業」です。そのためには、「コミュニティビジネス」、「ソーシャルビジネス」が必要となります。

■「コミュニティビジネス」、「ソーシャルビジネス」とは何ですか？

「地域」（コミュニティ）、「社会」（ソーシャル）に存在する社会問題の解決を目的として、収益事業に取り組む事業体のことです。特に、コミュニティビジネスは、地域における人材を活用することで社会問題を解決し、その地域を活性化し、さらにはそこに住んでいる人の「生きがい」を作り出します。つまり、「地域を豊かにする」のです。

これらの事業の担い手は、現在では主にＮＰＯ法人であり、彼らの活動はコミュニティ内の「絆」を生み「ソーシャルキャピタル」を形成します。社会問題が解決され、コミュニティが強化されることで「地域の生活満足度」は向上し、地域経済は豊かになります。

■企業が「コミュニティビジネス」を推進するためにはどうすれば良いですか？

企業が直接、「コミュニティビジネス」、「ソーシャルビジネス」の分野で活動するのは難しいため、担い手であるＮＰＯ法人等と連携し、ＣＳＲ（企業の社会的責任）の一環として実施することができれば、「ソーシャルキャピタル」の形成に、企業の活動を加えることができます。このようなＣＳＲ活動は、１０年後の事業継続のための先行投資と言えます。

■「先行投資」としての「ＣＳＲ」とは何ですか？

これからは、消費者が変化する時代となります。現在は「自分のために買い物をする消費者」が一般的ですが、今後は消費者の２割～３割が「買い物が社会貢献につながると自覚する消費者」へと変化していくと思います。自分が「お金を使う」ことが社会を「育てる」ことにつながると意識する消費者です。

彼らは、「地産地消」など「社会に反映される商品」への関心が高く、購買能力も高いと言えます。このような消費者に支持される商品は、継続して支持される可能性が高いため、１０年後を考える企業にとって重要なお客さまと考えられます。

消費者が商品を選ぶ「きっかけ」を作るのが「ＣＳＲ」（企業の社会的責任）です。地域のためになる商品や、ＣＳＲ活動自体が「誇り」に思われる企業のファンは当然に増えるでしょう。

また、地域を「誇り」に感じる住民が増えることは、今後の地域経済において重要です。そのような住民が増えることで「コミュニティビジネス」は推進され、豊かな地域経済が作られます。

■「ＣＳＲ」以外に、「持続可能な企業」に必要なものはありますか？

「ソーシャルキャピタル」の形成に関わることです。企業、大学、ＮＰＯ法人など様々な人たちが交流することは「横のつながり」を増やし、「地域の安全性向上」へとつながります。各々の事業体から出向者を出し合うなど、地域の大学、学生も巻き込んで「人材交流」を活性化することができれば、今後の「地域経済」は、さらに豊かになるのではないでしょうか。

“持続可能な企業”についてご相談がある方は、
山梨中央銀行 営業統括部 法人推進室
TEL：055－224－1091 まで、お気軽にご連絡・ご相談ください。