



# 『つながりをデザインする』

すぎなみソーシャルデザイン塾  
キックオフ  
2007年6月20日(水)

新谷大輔

(株)三井物産戦略研究所 研究員  
立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科 兼任講師

# デザインの原点

---

私たちは、皆デザイナーです。

日常生活の中で私たちが毎日繰り返しているのはデザインすることです。

デザインこそが、全人類の基本的な営みだからです。

デザインのみを取り出して自己目的化しようとする試みは、この事実に反するものです。

つまり、デザインこそが、生命の最も本質的な源泉なのです。

(ユニバーサルデザインの原点: DESIGN NOW AUSTRIA)

# デザインの原点1

---

## 質問

あなたが考える「デザイン」とはどのようなものですか？

# キャピタルという考え方

---

キャピタル = 資本

フィナンシャル・キャピタル・・・いわゆる金融資産  
フィジカル・キャピタル・・・機械などモノを産む装置  
その他有形資産・・・土地など自然資本

ヒューマン・キャピタル

・・・容姿、能力など個人に関わるキャラクター

ソーシャル・キャピタル

・・・つながり。組織やコミュニティ、人間関係に影響。

# キャピタルという考え方

---

特に大事なものは、ヒューマン・キャピタルとソーシャル・キャピタル。

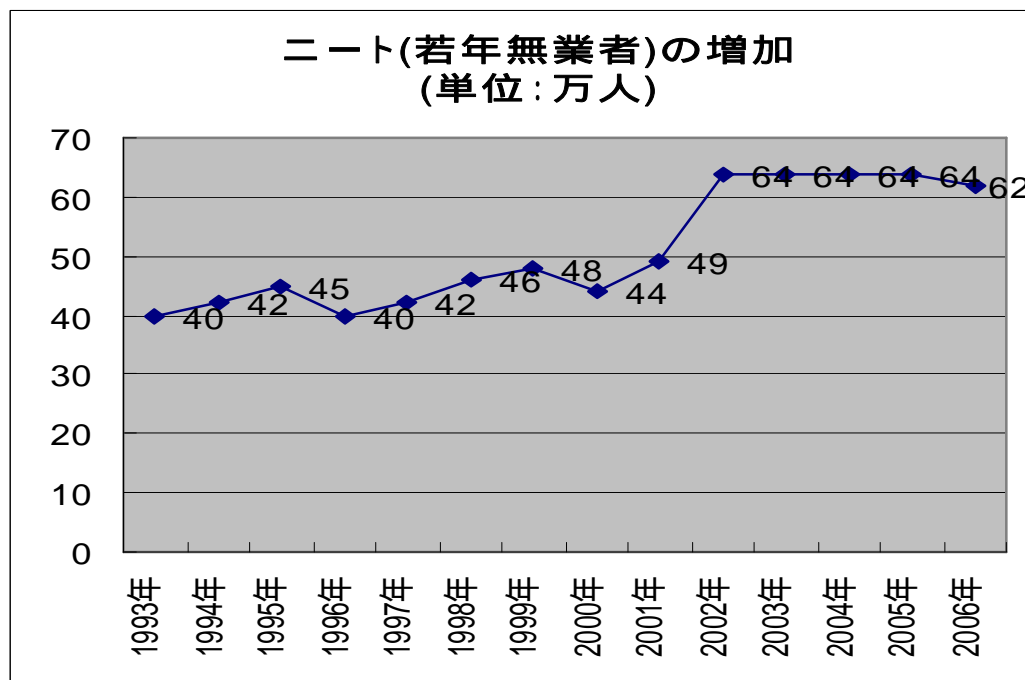
ひとりひとりの能力でもあるヒューマン・キャピタルが、いくつも重なって出来るのがソーシャル・キャピタル。

人間の能力というのは、実はひとりひとりのヒューマン・キャピタルだけによって構成されているのではありません。

ヒューマン・キャピタルと、ソーシャル・キャピタル、すなわち他者や社会との関係性によって構成されています。

# 今、日本の社会は

- 2005年度のひきこもりは160万人以上。但し稀に外出する程度の準ひきこもりを含めると300万人以上存在。(NHK福祉ネットワーク)
- ニートの数は、約62万人。(厚生労働省)
- 不登校の生徒数は約1,440万人。全体の約1.26%。(文部科学省)
- 精神障害を持つ人の数は05年に約303万人となり、02年から約45万人増え、初めて300万人を超えた。疾患別では、そううつ病などの「気分(感情)障害」が増加し、33.3%で最も多かった。(障害者白書2007)



(出所)厚生労働省

(2005年度不登校生徒数)

学校	生徒数(割合)	不登校生徒数
小学校	7,197,458人	22,709人 (0.32%)
中学校	3,626,415人	99,546人 (2.75%)
高校	3,596,820人	59,419人 (1.65%)

(出所)文部科学省



# 今、日本の社会は

---

## 日本における10の社会的課題

- ホームレス・若年層の失業・自殺の増加
- 犯罪と不安感の増大
- 外国人の増加と偏見
- 食の安全性への信頼低下
- コミュニティ崩壊
- 不登校児童・生徒の増加
- 女性就労への障壁
- ドメスティック・バイオレンスと児童虐待の増加
- 情報化社会の負の影響
- 急速な高齢化

資料:「企業のコミュニティ投資:市民のニーズに応える社会貢献へ」英サステイナビリティ社、CAC-社会起業家研究ネットワーク、ケーブル・アンド・ワイヤレス社 2003年



# 今、日本の社会は

➤産業構造の変化、長く続いた不況など、様々な要因から社会が変容している。

✓「お上」意識の変化

行政不信

お金がない 信用できない

✓都市化・過疎化・空洞化

ネットワークの欠如

核家族 隣人を知らない 世代間断絶 産業集積が喪失

「地域」に属するという意識が希薄に

✓社会不安増大

コミュニティの崩壊

犯罪率上昇と凶悪化 ホームレス、自殺者増加

✓企業不祥事、食の安全

ルール(法、規則、道徳観など)の喪失

✓詐欺横行、医療不信

✓個人主義の暴走

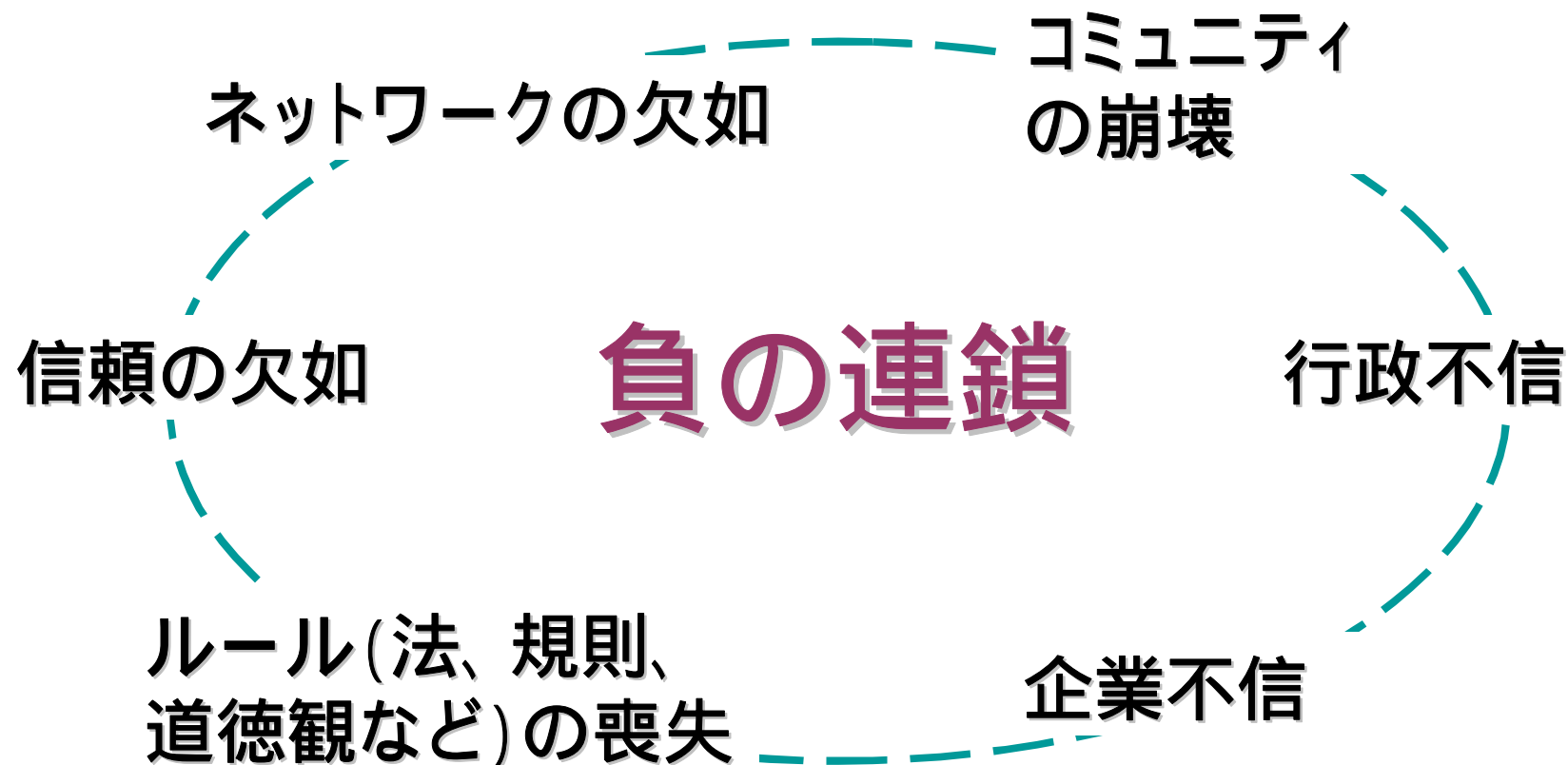
信頼の欠如

家族の崩壊 引きこもり 「コモンズ」の崩壊





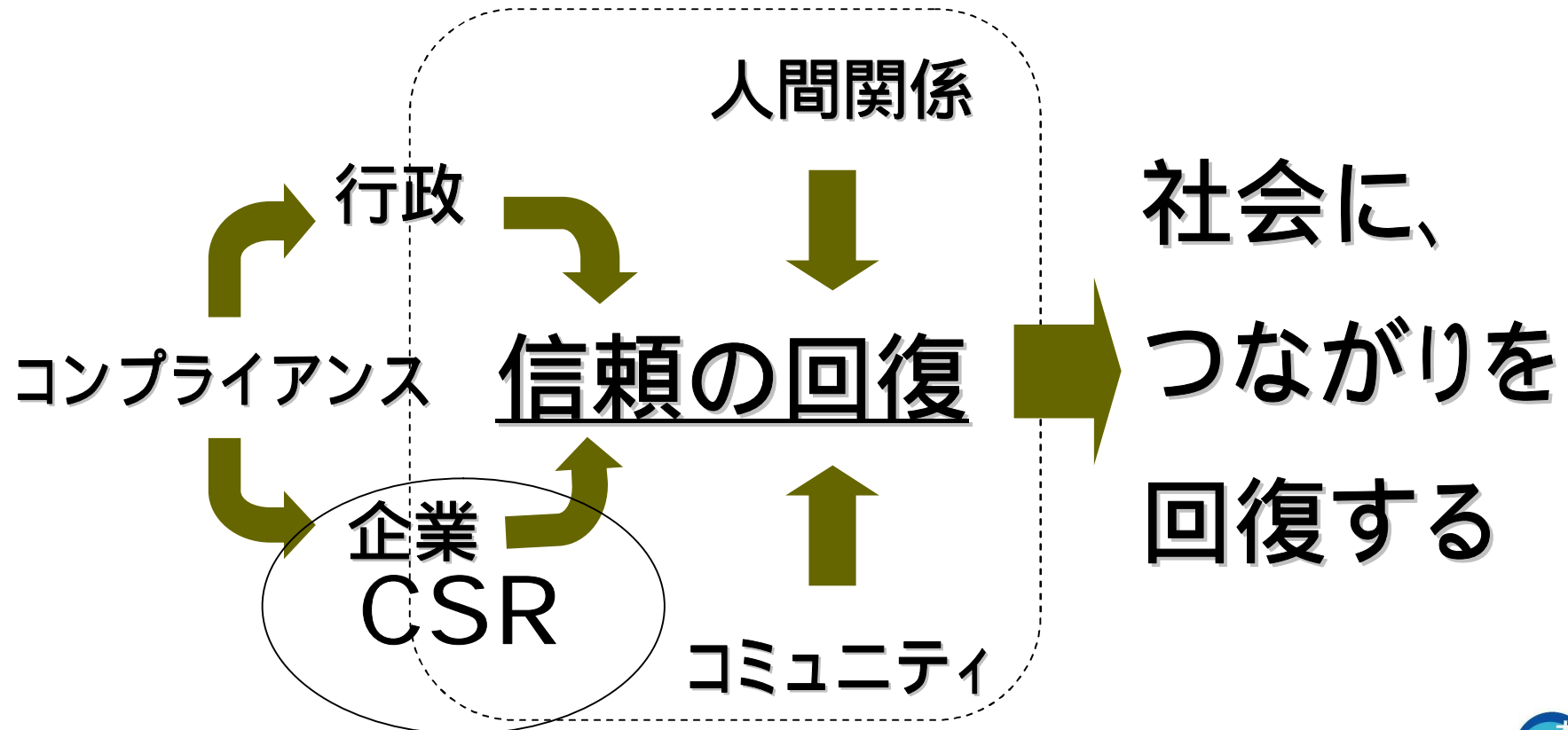
# 今、日本の社会は



負の連鎖を断ち切り、正の循環サイクルに戻す必要

# 信頼ある「つながり」の回復

その鍵は『**信頼**』の回復にある。様々な社会の課題を解決し、つながりを回復すること。信頼なくして、つながりなし、コミュニティなし。



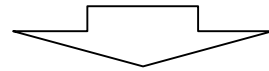
# 信頼ある「つながり」の回復



# ソーシャル・キャピタルの意味

---

➤ 社会におけるつながりを回復する、ということは



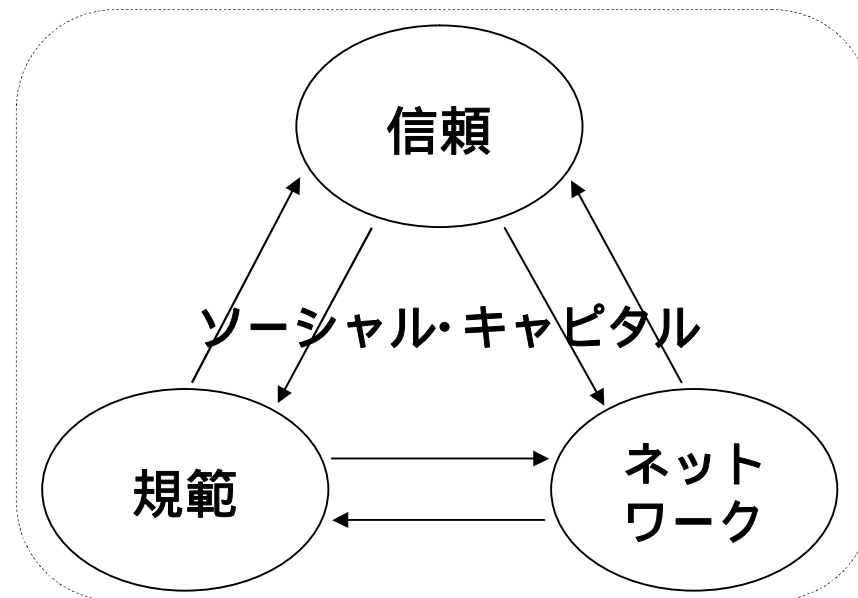
コミュニティの内に、「信頼、規範、ネットワーク」を生み出すようにすること。



ソーシャル・キャピタルの醸成

# ソーシャル・キャピタルとは

「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」(R・パットナム)



✓パットナムは、ソーシャル・キャピタルの衰退の主な要因としては、TVの台頭・女性の役割の変化(社会進出)・人々の地理的流動性の増加・ライフスタイルの変化・市民参加に関する価値観や行動の世代的变化などと指摘

# ソーシャル・キャピタルとは

「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)

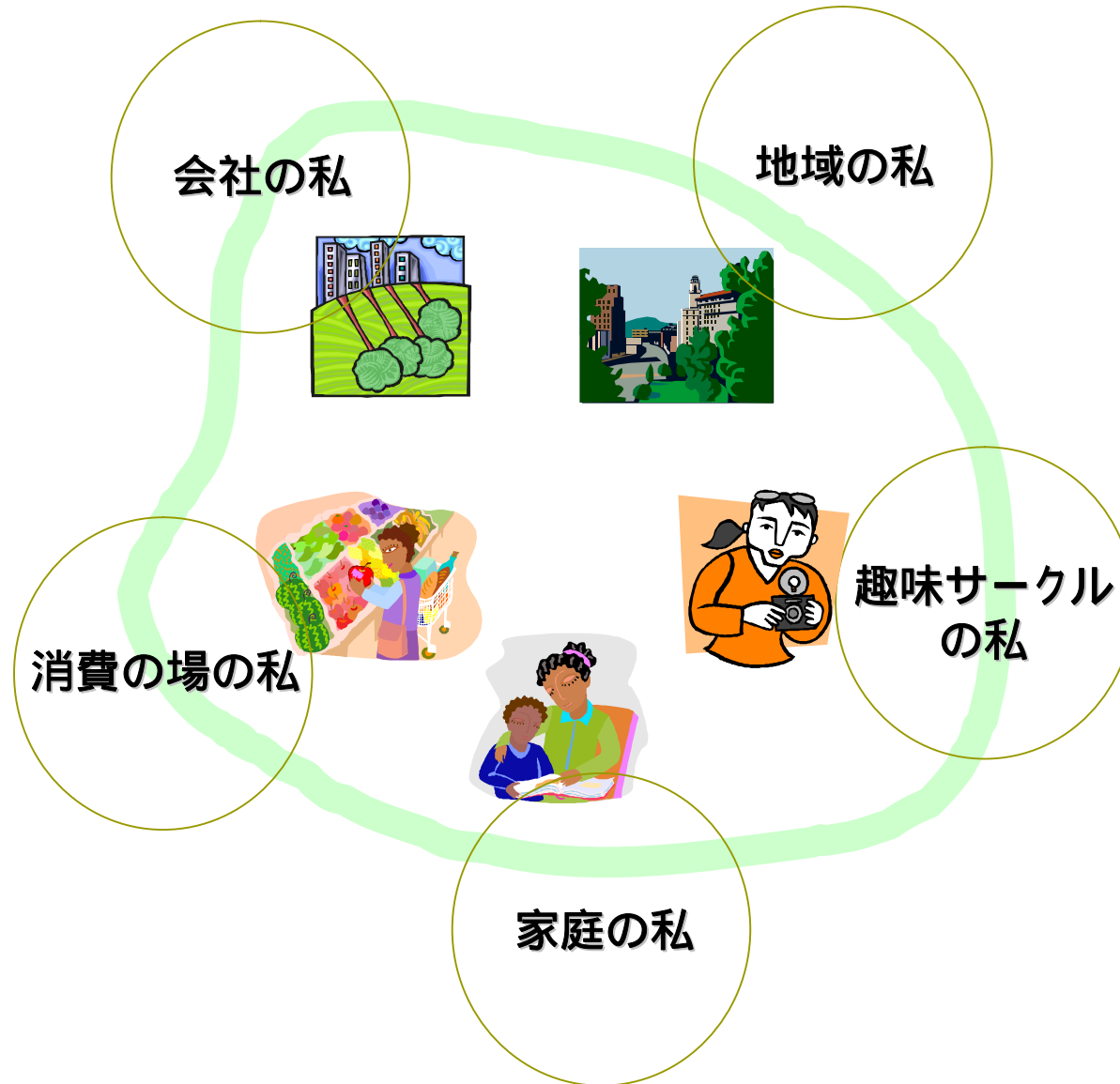
## ソーシャル・キャピタルの構成要素

- つきあい・交流(隣近所や友人・知人、親戚との付き合い程度、スポーツ・趣味・娯楽活動への参加状況)
- 信頼(一般、近所、友人・知人、親戚への信頼度)
- 社会参加(地縁的活動、ボランティア活動、人口あたり共同募金額)

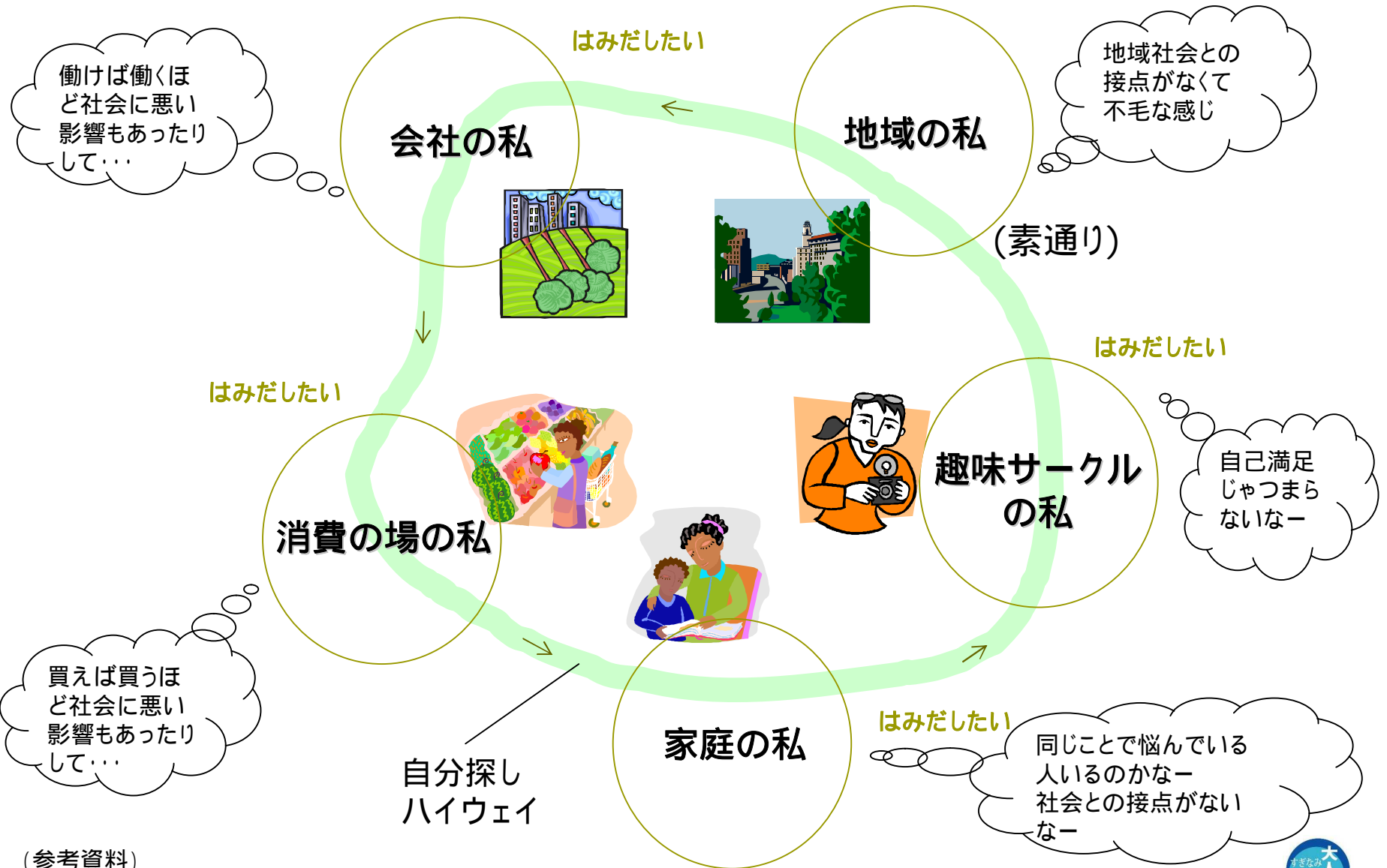
さらにエスニシティ、政治体制、文化など、あらゆる社会的な要素も影響



# ヒューマンからソーシャルへ



# ヒューマンからソーシャルへ





# デザインの原点2

---

## 質問

あなたはどんな「私」を持っていますか？



# 私デザイン

現状

プロセス

ありたい未来

	現状	プロセス	ありたい未来
家庭の私			
地域の私			
趣味サークルの私			
会社の私			
消費の場の私			



# ソーシャル・デザイン

人と人、人と地域社会、地域と地域など、バラバラになっているものをつなぎなおす作業を通して、社会を作っていくこと。ソーシャル・キャピタルを醸成する作業ともいえる。



つながり = ソーシャル・キャピタル



## ソーシャル・デザイナー

社会とのつながりに気付き、社会情勢やトレンド、将来像をふまえ、地域を俯瞰で見て、新たなつながりを作っていくことができる。地域でつながりをどんどん自ら作ることが出来る人。

# ソーシャル・デザイン



愛着

コモンズ

つながりの場

共通の認識

ソーシャル・デザイナーの役割が重要

(消費を通じて世界じゅうの人のくらしをもっとよくしていきたい)

Project of interest



ソーシャルベンチャー

(儲けよりも昇進よりも人に役立つモノづくり)

会社の私

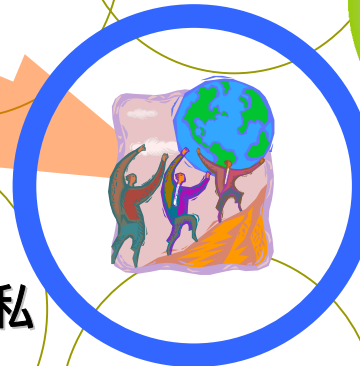
地域の私



楽しいサークル系NPO

(たくさんの人と触れあって共感したい)

Project of interest



Project of interest

消費の場の私

趣味サークルの私

家庭の私



フェアトレードNPO

Project of interest



助け合い系NPO

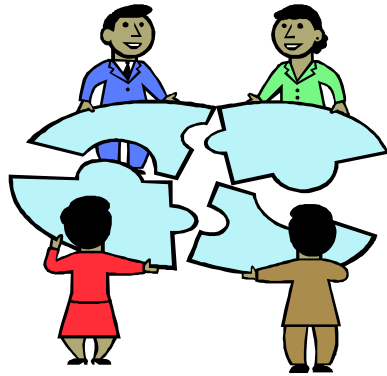
(喜びも悲しみもみんなと分け合いたい)

(参考資料) 博報堂生活総合研究所

Daisuke Shintani 2007



# ソーシャル・デザイナーとは



いろいろなリソースを発見し、俯瞰で見て、つないだり、編集したりすることが出来る人

つながりのポイントを見出せる人



# デザインの原点3

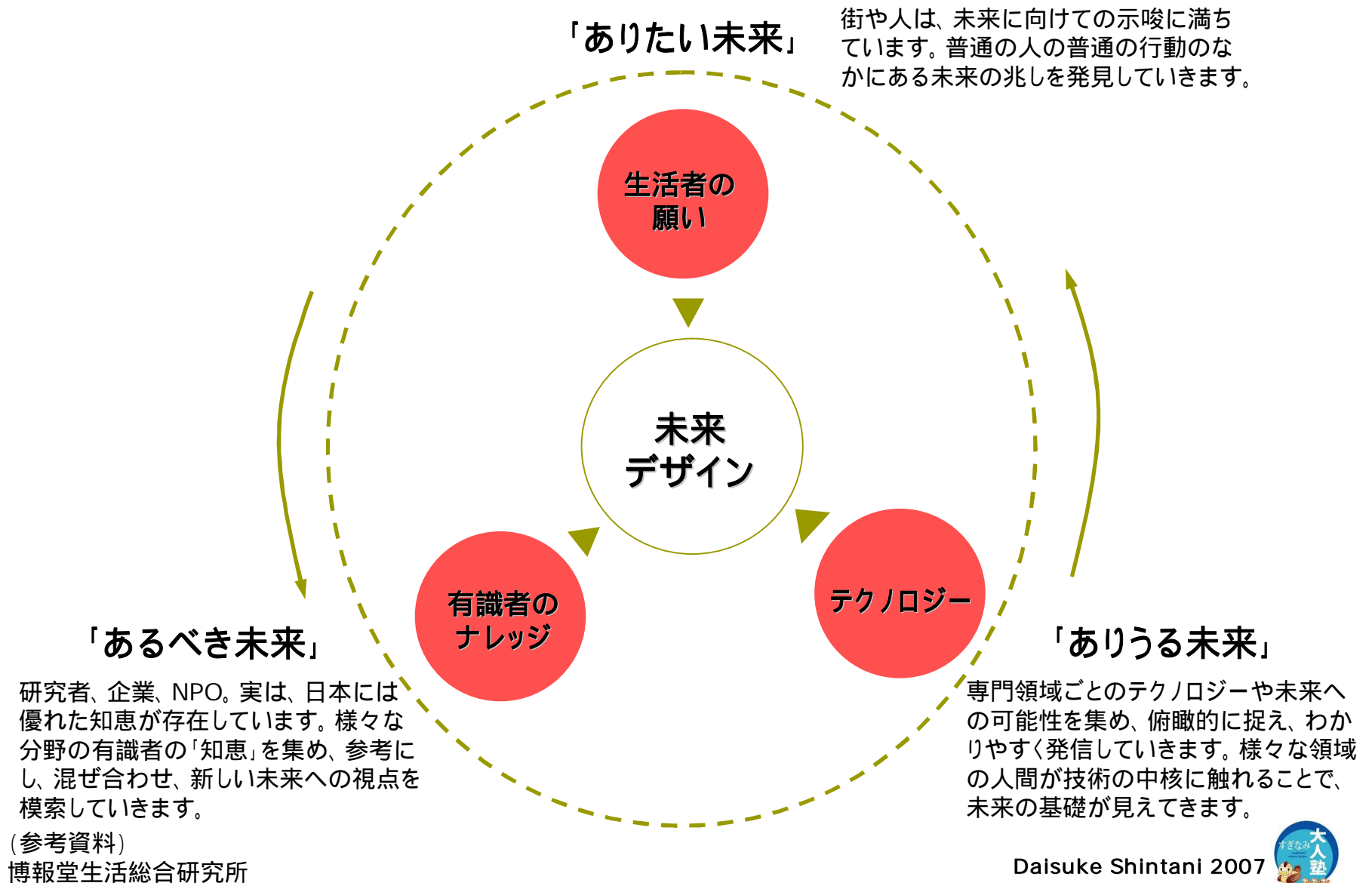
---

## 質問

あなたはどんな「未来」を描いていますか？



# 未来デザイン



# 未来デザイン

短期

中期

長期

<p>どんな社会に なっていますか？ (理想像)</p>	<p><u>あるべき未来</u></p>
<p>どんな技術や製 品があふれる社 会ですか？</p>	<p><u>ありうる未来</u></p>
<p>あなた自身はそ の未来の中でそ んな役割を果た していますか？</p>	<p><u>ありたい未来</u></p>





# デザインの原点

---

多様な「私」を認識する

強みと弱み = つなぎ目 をみつける発想力

未来を認識する

長期的な視点 = つなぎ目 からの発想力

社会を認識する

「情報収集」によって得られる社会や顧客の  
ニーズ つなぎ目 となる。

「つなぎ目」を意識した提案力

## すぎなみソーシャルデザイン塾が目指すこと

---

個人と個人、個人と企業、個人と区、区と企業、企業とNPO、区とNPOなど、個人とNPOなど、いろんな異なる人や組織の間の「**つながり**」を見つけたり、作ったりしながら、つないでいく、「協働」という視点をまずは考えていきます。

そして、ひとりひとり、ないしはグループで、**新たな「協働」のモデル**を考えます。そのとき、社会起業家精神を注入し、ビジネスの視点を必ず加えていくようにします。最終的には、ひとりひとりが「**つながり**」を意識し、**社会をデザインする社会起業家へと成長するためのきっかけ**を見い出してもらえればと思います。

# (参考) ソーシャル・アントレプレナーとは

「投資に対する経済的なリターンと社会的なリターンを同時に追求しながら、社会的目的を追求するために、自ら事業で稼ぎ出す戦略をとる人」(The Institute for Social Entrepreneurs)

「社会起業家は、社会問題を解決するため、伝統的なビジネスのスキルを用い、イノベティブなアプローチを考え出し、個人的な価値よりむしろ社会的な価値を創造する」(Social Entrepreneurship Initiative, The Stanford Business School)

- ◆社会起業家にとって、ソーシャル・キャピタルは、事業運営と社会目的達成の双方に影響するため、極めて重要。社会起業家は事業面では様々なリソースをつなげ、ネットワークを有効活用する。
- ◆但し、彼らは社会問題解決に取り組むため、あえて劣悪なソーシャル・キャピタルの地域でのオペレーションを行い、ソーシャル・キャピタルの改善を目指すこともある。
- ◆社会起業家はソーシャル・キャピタルを有効活用する人々であるといえる。

# ありがとうございました。

---

## 新谷大輔

E-mail: [D.Shintani@mitsui.com](mailto:D.Shintani@mitsui.com)

HP: <http://das.seesaa.net/>

(株)三井物産戦略研究所 <http://mitsui.mgssi.com/>

三井物産 CSR <http://www.mitsui.co.jp/csr/index.html>

立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科  
<http://www.rikkyo.ac.jp/~z3000142/sd/>

NPO法人 社会的責任投資フォーラム(SIF-Japan)  
<http://www.sifjapan.org/>

すぎなみソーシャル・デザイン塾  
[http://www.chinoichiba.net/07\\_otonajyuku.html](http://www.chinoichiba.net/07_otonajyuku.html)

