



EARTH on EDGE

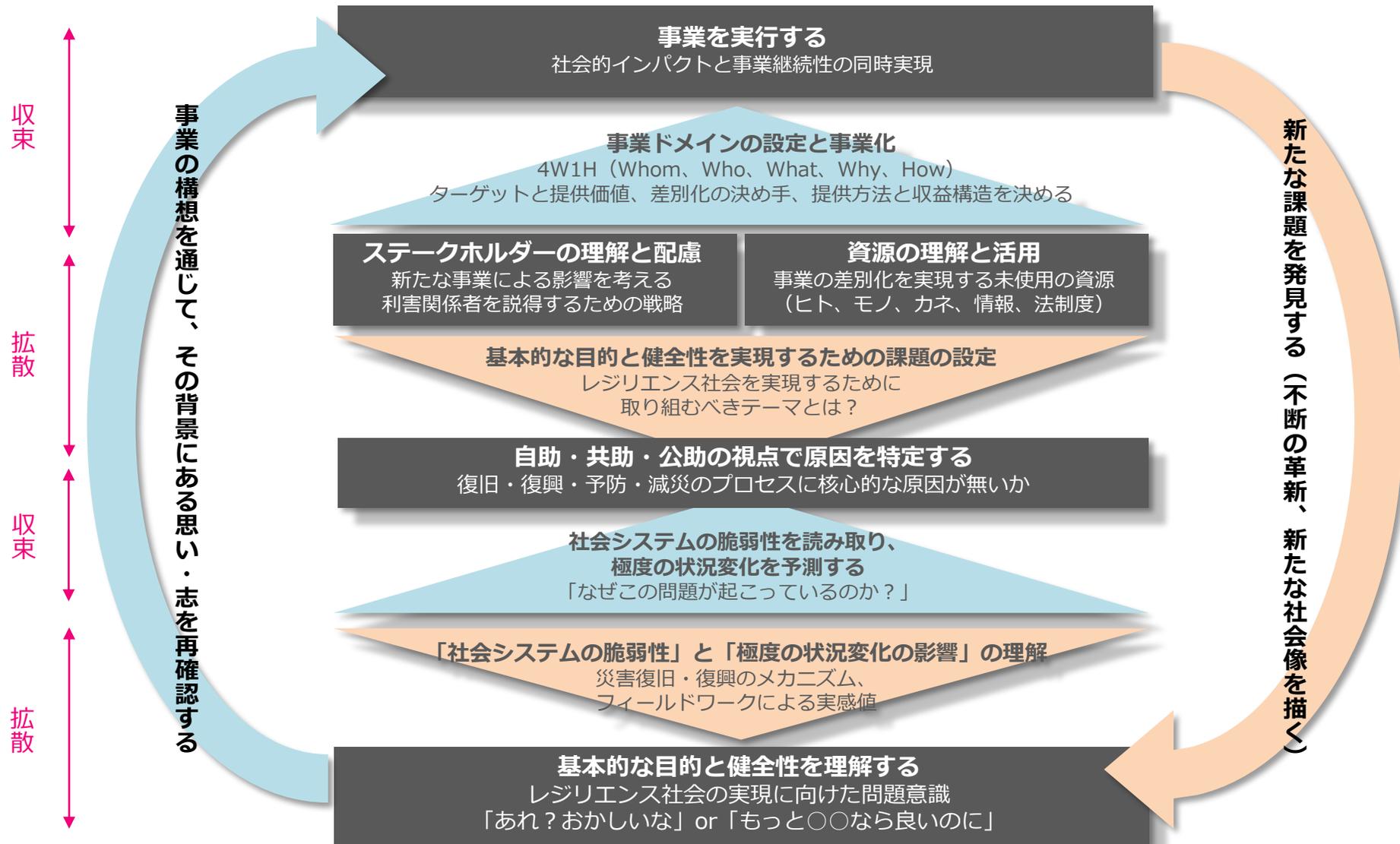
2020年度 EDGE-NEXT共通基盤事業  
レジリエント社会構築を牽引する起業家精神育成プログラム

**「眼前の事態」を捉えて  
新しいレジリエンスを提案する  
社会的価値と経済的価値を両立させる**

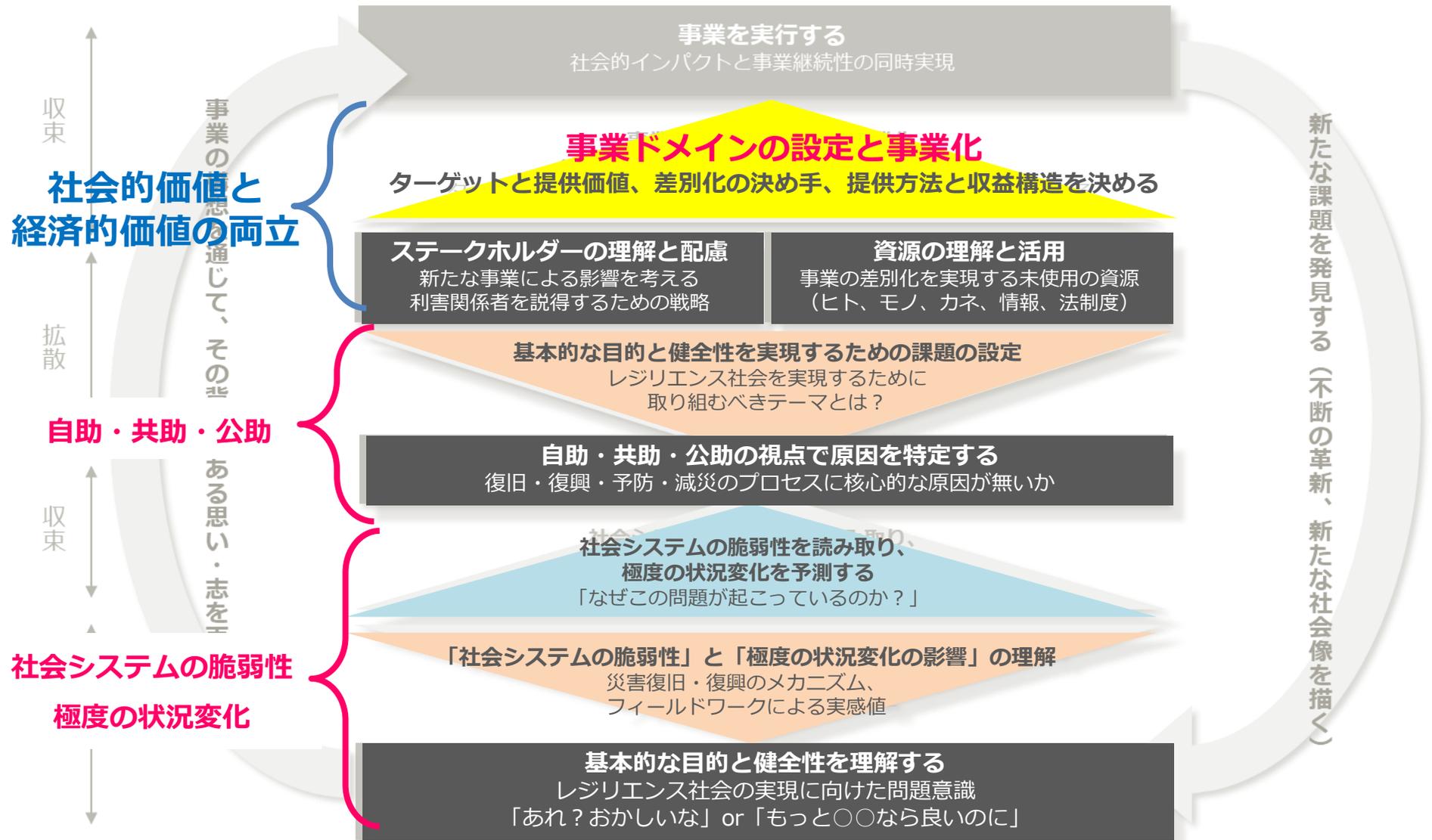
小樽商科大学アントレプレナーシップ専攻

学術研究員 三上 淳

# プログラム全体を俯瞰するフレーム



# プログラム全体を俯瞰するフレーム



## 社会システムの問題が放置されている背景

社会的問題が引き起こされている原因を紐解き、その核心的原因を突き止め、解決のために取り組むべきことが明確になったとしても、成功が約束されるわけではない。

**多くの場合、社会的問題が放置されている背景には、  
経済的な事情が潜んでいる。**

そのため、課題解決にあたっては、その取り組み（事業／ビジネス）が  
**持続的に高効率で高品質な成果を生み出し、安定的な収益を得られるような「仕組み」が  
構築されていなければならない。**

# 社会的価値と経済的価値の両立

## 社会価値

叶えるニーズに社会的意味があるかどうか

## 顧客価値

顧客が欲しいと思ってくれるかどうか

## 技術価値

実現を裏付ける技術があるか

## 事業価値

収入と支出のバランスが取れているか

# 社会的価値と経済的価値の両立

社会価値

顧客価値

技術価値

事業価値



# 社会的価値と経済的価値の両立

社会価値

顧客価値

技術価値

事業価値



# 社会的価値と経済的価値の両立

社会価値

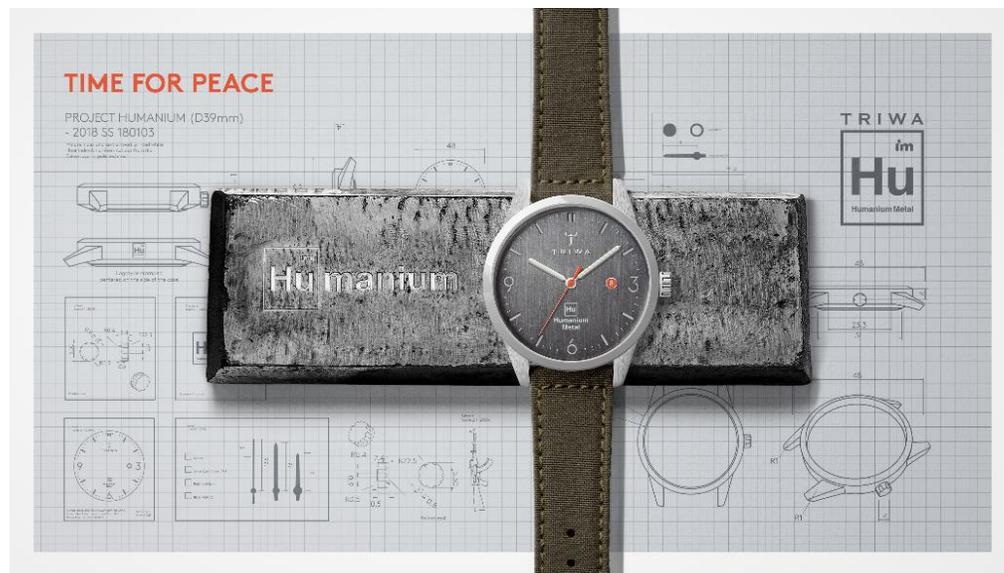
顧客価値

技術価値

事業価値



## 具体例：Humanium（ヒューマニウム）



### 違法銃による犯罪をなくすために生まれた事業／ビジネス。

同社は、貧しい国で違法銃の押収が進まないのは、押収した違法銃の処分コストの高さに原因があると考え、違法な銃を安価で回収し、分解した金属を「Humanium」と名付け、反戦意識の高い企業やクリエイターに提供するビジネスを展開。

企業はHumaniumを使用することでブランド価値を高め、社会貢献をすることができる。そして、製品を販売して得た利益はさらなる銃の回収や貧困による暴力を減らす活動をしているNPOに寄付されている。

## 具体例：Neighbors（ネイバーズ）



### 「見張り番」コミュニティで地域の安全を守るビジネス。

同社が提供するビデオ付きスマートベル「Ring」を購入し、自宅に設置することで、いつでもどこでも家に来た人を確認し会話もできる。さらに、この映像を隣人（コミュニティ）で共有ができる。不審者の情報を地域全体で把握することができる。2016年にはロス市警とも情報が共有できるよう提携。ホームセキュリティは各家庭の責任という考えを覆し、技術の力で「治安は地域のコミュニティでつくる」という流れを生み出した。

## 失敗例：バングラディッシュの井戸



### 井戸の技術が新たな問題を生み出した

1970年代に政府とユニセフが先頭に立ち、大がかりなプロジェクトに着手した。当時、細菌だらけの地表水を飲んで下痢を起こし、死亡する子供があとを絶たなかったため、解決策として「手押しポンプによる管井戸」を設置、90年代には人口の95%が安全な水を手に入れられるようになった。しかし、その井戸の約30%から1ℓ当たり50 $\mu$ g以上のヒ素が検出される。ユニセフはヒ素中毒を防ぐべく、井戸の調査と封鎖に奔走したが「水利権」がコミュニティのシステムに深く根付いてしまい、中毒となった家族を隠すもの、村の秩序維持のために井戸を捨てられない人など、新たな問題を生み出すこととなった。

# 社会的価値と経済的価値の両立

## 社会価値

叶えるニーズに社会的意味があるかどうか

## 顧客価値

顧客が欲しいと思ってくれるかどうか

## 技術価値

実現を裏付ける技術があるか

## 事業価値

収入と支出のバランスが取れているか

**顧客価値**について考える

## 価値とは何か

# 顧客は**価値**を買っている



「4分の1インチのドリルが100万個売れたのは、人が4分の1インチのドリルを欲したからではなく、4分の1インチの穴を欲したからだ。人は自分にもたらされる価値の期待値に金を払うのだ」

レオ・マックギブナ（セオドア・レビッド）



「工場では化粧品をつくっていますが、  
小売店では希望を売っています」

レブロンの創業者チャールズ・レブソン

# 顧客によって**価値**は変わる

# 顧客価値は大きく2種類ある

不の解消



こだわりの実現



## 不の解消から顧客価値を考える

### 不の3大要素とは

**不安**

将来のリスクに備える

保険  
コンサルティング

**不満**

精神的、肉体的、  
経済的な負担の軽減

格安航空  
ディスカウントストア

**不便**

時間の損失を解消

配送  
検索エンジン

## こだわりの実現から顧客価値を考える

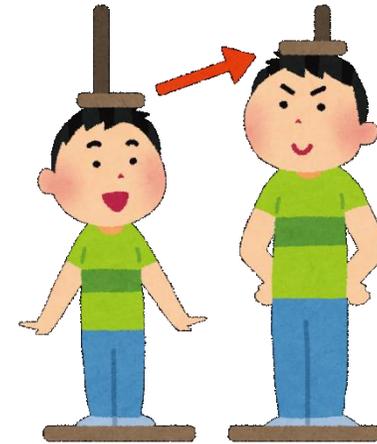
より大きくしたい**成果**を指します。

うれしいこと、喜び、願望など

例：遊び

「もっと刺激的な体験をしたい」

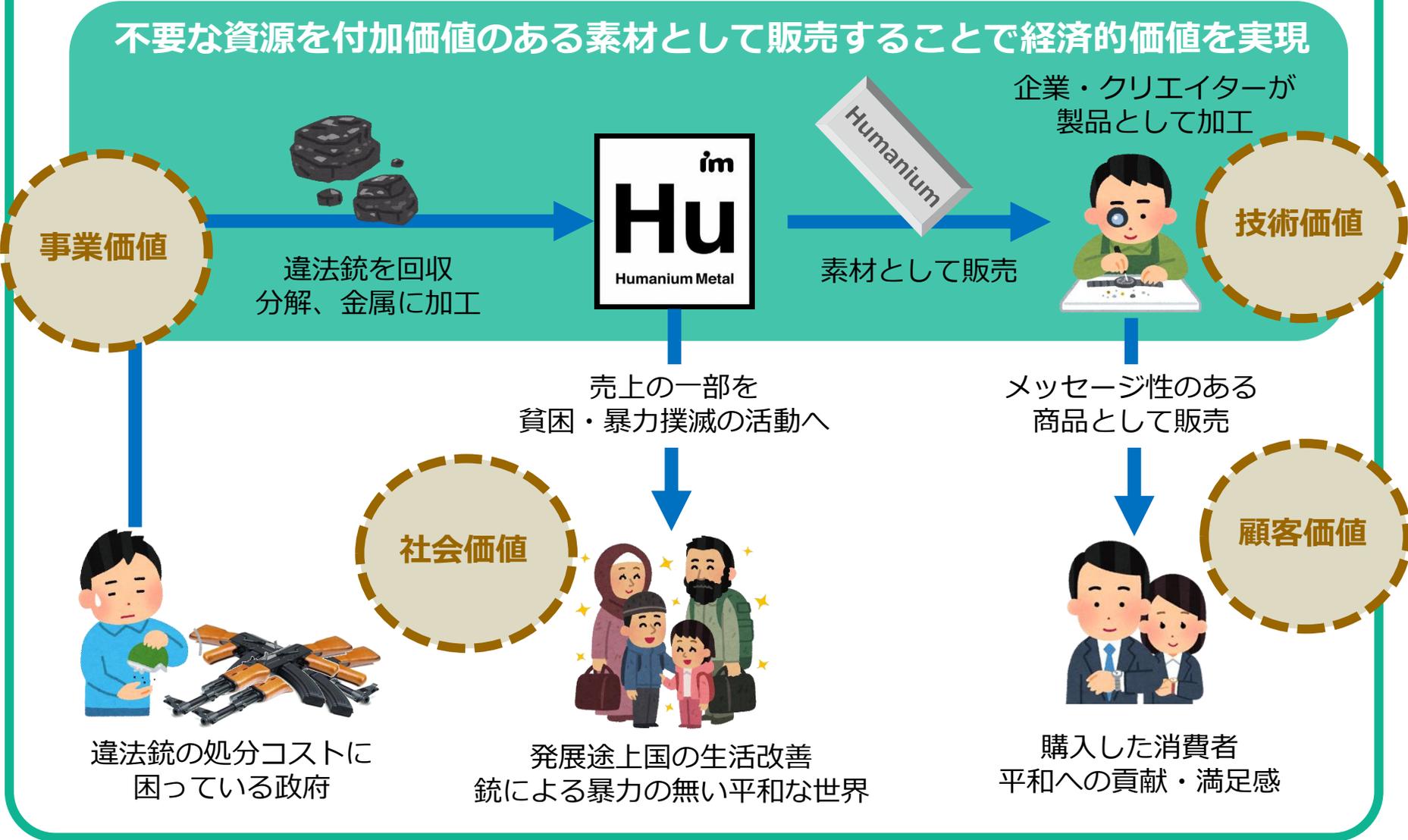
「多くの人と一緒に遊びたい」



イメージとしてはプラスに向いていく**欲求**

# Humaniumの事例

取り組み全体として、社会的価値と経済的価値を両立



# プランニング・ワークシート

## プランニング・ワークシート



事業/ビジネス アイデア名:

大学名:

氏名:

社会的価値		経済的価値			
事業/ビジネスの ゴールイメージの		ターゲットとなるユーザー (想定する地域や属性)	提供する価値	商品・サービスの機能	
	問題定義 (社会システムの理解) 予測した相場の状況変化:  社会システムの脆弱性 (自助・共助・公助の視点も踏まえて)	事業/ビジネスの活動 (ビジネスの形態・内容、どこで何を誰に提供するか、CVC/Aを要するかなど)			
課題設定	復興/防災・減災の具体的な取り組み	事業/ビジネスのステークホルダー	事業/ビジネスを支える経営資源		
		事業/ビジネスに与える制約条件	<input checked="" type="checkbox"/> 資金や原料の調達	<input checked="" type="checkbox"/> 法律や規制	<input checked="" type="checkbox"/> 新技術の登場
			<input checked="" type="checkbox"/> 人材の調達や確保	<input checked="" type="checkbox"/> 競合や類似のビジネス	<input checked="" type="checkbox"/> 社会システムの変化

この部分!

# プランニング・ワークシート

## 顧客価値

顧客が欲しいと  
思ってくれるかどう  
か

## 技術価値

実現を裏付ける  
技術があるか

## 事業価値

収入と支出のバラ  
ンスが取れているか

### 誰に？

(ターゲット)

### 何を？

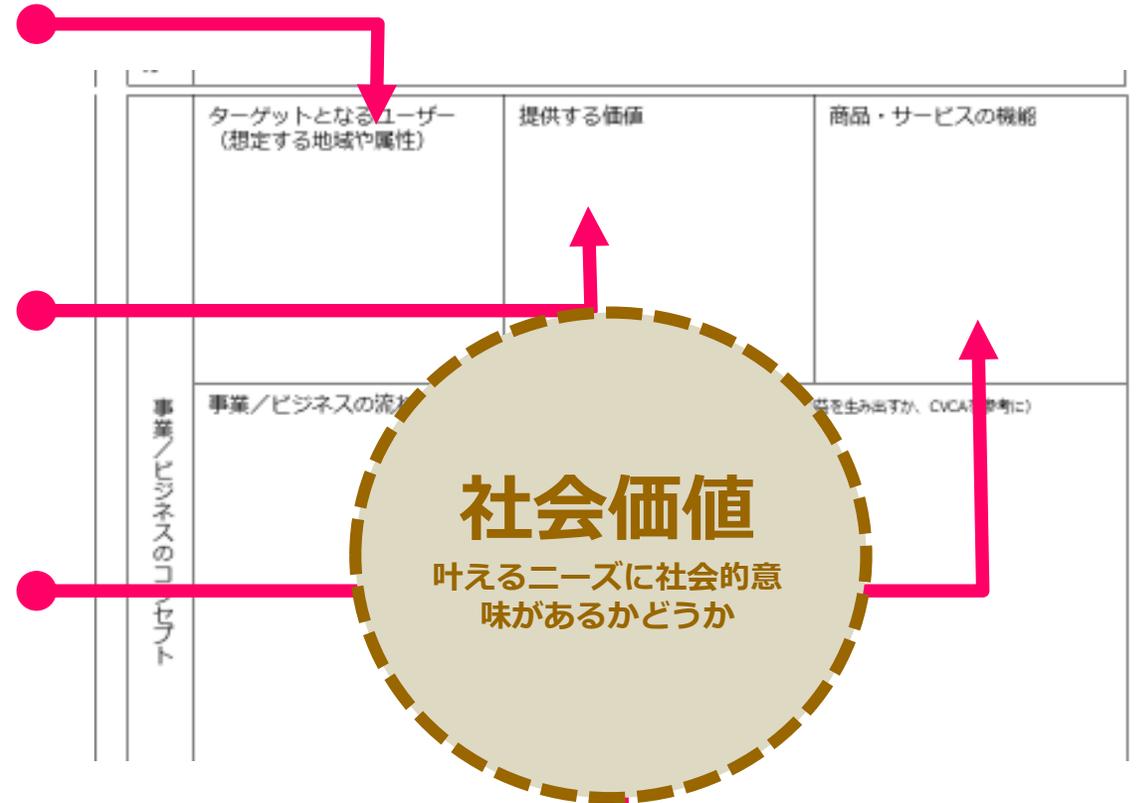
(価値)

### どうやって？

(機能とシステム)

### なぜできる？

(マネタイズ)



## 社会価値

叶えるニーズに社会的意  
味があるかどうか

# プログラム全体を俯瞰するフレーム

