



## 異なる視点・視座のうちのひとつ 「ソーシャルビジネス」

OKB 総研は、本紙で「外」のプロフェッショナルが持つ異なる視点・視座を取り入れる」をご提案してきました。今回は「外」のプロフェッショナルとは誰か」「異なる視点・視座とは何か」という問いへのひとつの例として、「ソーシャルビジネス」についてご紹介いたします。いま増えてきている、社会起業家と呼ばれる若者たち。彼らの視点には、「これから」を切り拓くためのさまざまなヒントが隠されています。

### CONTENTS

- 02 インタビュー記事  
新規事業の着想を  
「社会課題解決起点」で考えるという選択。  
社会起業家の3つの定義。  
Z世代が消費行動のルールを変える ほか
- 04 売れば売れるほど地球を再生させる、  
「リジェネラティブ」の方程式 ほか
- 06 INFORMATION  
【SEMINAR】OKB ビジネスセミナーのご案内《2022年10~12月》  
【SEMINAR】岐阜県委託事業「GIFU2022中小企業合同新入社員研修」  
の参加者募集！  
【SERVICE】メール会員募集中！

# 新規事業の着想を「社会課題解決起点」で考えるという選択。



ソーシャルビジネス（ビジネスで社会課題解決を行うこと）を通して、環境・貧困・医療など地球上に存在するさまざまな社会課題を解決すべく、次代のリーダーたちが動き出しています。

社会課題解決型の起業家、いわゆる社会起業家（スタートアップ）への育成・支援を行っている株式会社UNERI（本社：愛知県名古屋市）。同社を立ち上げた代表取締役の河合将樹氏が目指すのは、社会課題解決と収益が両立できる市場を創出し、その先に「誰もが自分の信じる道を歩める社会」を実現することです。

「社会課題解決と経済的利益追求の関係性は、トレードオフ（何かを得ると別の何かを失う現象）ではありません。今後は、すべての会社が社会課題解決型事業に移行する必要性が出てくると私は考えています。社会貢献のマーケティング的な表面上の後付けは、情報感度の高い20代の若者から見抜かれ、いずれ採用にも厳しい影響を与えていくでしょう。スタートアップに限らず、既存企業も変化を起こすことが大切です」と河合氏は言います。

現状のビジネスを維持しながら新たな領域へ踏み出そうとする企業の皆さまへ、同氏のインタビューを通じて、ヒントをお届けします。



河合将樹氏  
株式会社UNERI  
代表取締役

1995年愛知県生まれ。大学在学中、イギリス留学を経て、世界111カ国240人と共同生活をする内閣府事業に参加。地方から社会課題解決に繋がるチェンジメーカーを育む場の必要性を感じ、NPO法人ETICにて学生起業家向け私塾の運営に従事した後、大学6年目の時に株式会社UNERIを創業。1期目より名古屋市スタートアップ支援室主催事業の運営を務め、2年間で600回の施設訪問や300件の共創事例、累計3億円超えの資金調達事例を3組創出し、東海エリアのエコシステム拡大に寄与。2020年に社会起業家育成事業、翌年にインパクトリターン100%の資金提供を開始。社会課題解決の市場創出を目指して取り組んでいる。

## 会社概要

### 株式会社UNERI

設立：2020年5月  
所在地：愛知県名古屋市守山区小幡3-20-8  
事業内容：社会起業家支援（社会起業家育成プログラムの企画・運営、社会課題の分析・研究、省庁/自治体との協業など）

Webサイト：unerico.jp/

## 社会起業家の3つの定義。Z世代が消費行動のルールを変える

「社会起業家」と聞いて、「利益を生み出していない」「寄付で成り立つNPO法人」と想起する方は多いかもしれません。しかし、同じ「社会起業家」や「社会課題解決」という言葉を掲げている、法人格はさまざま（株式会社、NPO法人、一般社団法人など）ですし、事業概要、給与水準、働き方、人数、資本政策もまったく異なります。まずは思い込みを外し、構造的に理解し直していただくことが重要だと思います。

私たちUNERIでは、社会起業家のタイプを大きく「出資型（株式会社）」「融資型（株式会社/NPO）」「寄付型（NPO）」の3つに分類しています（図1参照）。もちろん、各々の間にはグラデーションが存在しています。近年では株式会社とNPO法人の二刀流で経営を行う会社もあることから一概に区分するのは難しいのですが、それほど現在は過渡期にあるとお考えいただけると幸いです。

従来、社会課題の多くの領域は市場規模が小

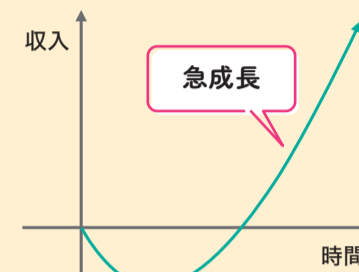
さいためビジネス化が難しく、また「社会課題解決＝ボランティア、CSR」と考える企業がほとんどで、市場参入は限定的でした。しかし近年、その流れは変わりつつあります。背景にあるのは、上場企業を中心にSDGsやESGなどを企業経営ガバナンス上で取り組む義務の発生、地球温暖化による気候変動といった環境問題に対する世界的な意識の高まり、「社会に良いこと」や持続可能性を最優先する若い世代（Z世代）の増加などです。特に「Z世代」と呼ばれる、1990年代半ば以降に生まれた人たちは上の世代に比べて環境や社会への関心が高く、社会課題解決につながる消費行動を取る人が多いと言われています。現在はまだ20代であり社会的・政治的影響力が高くないため、彼らによる影響を実感しにくい状況です。しかし近い将来、消費行動の中心を担うようになった際には、大きな地殻変動が起きるのは間違いないでしょう。

## 「社会貢献」は死語？ 経済活動と環境・社会の関係性

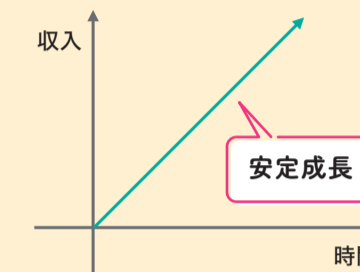
日本の経済界で今、「社会課題の解決」が急速

図1 社会起業家のタイプ

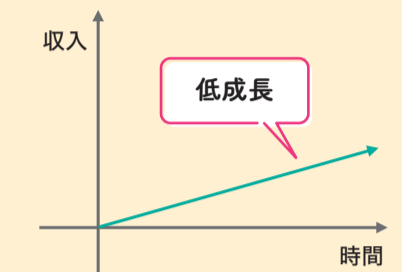
**タイプ1**  
【出資型企业群】  
VC（ベンチャーキャピタル）からの出資で資金調達し、上場を目指す株式会社



**タイプ2**  
【融資型企业群】  
事業の安定性が高く、億単位以上の売り上げを出す株式会社/事業型NPO法人



**タイプ3**  
【寄付型企业群】  
現代では構造的に受益者から経済的問題を理由に対価を徴収できないが、本来は税金を使って対応すべき重要度の高い事業を提供する寄付型NPO法人



出所：株式会社UNERI「社会起業家の定義と変遷」よりOKB総研にて作成

図2 経済・環境・社会の関係性の変遷イメージ



出所：株式会社UNERI

に広がりを見せているのは、企業の環境保護に対する重要度の変化も大きいと思います。戦後間もない日本を支えた第1世代の方々、経済活動と環境価値、社会価値の3つはまったくの別物と捉え、経済成長最優先で今日まで人類史上最大・最速の経済的発展を牽引してきました。

しかしある時から、「利益優先の経済活動は、環境価値・社会価値の毀損につながる」と認識する第2世代が現れるようになりました。具体的には、イタイイタイ病や水俣病など産業型公害による健康被害が深刻化した1950～1970年代

です。それから3つは重なり合っていると考えられるようになり、1990年代ごろからは利益の一部を使って社会的責任を負う「社会貢献」、すなわちCSRに取り組む企業が現れはじめました。「コストを負担する」ことから、企業にとって社会貢献は、「“経済活動”と“環境価値・社会価値”とのトレードオフ」という感覚が強かったのではないのでしょうか。

そして、気候危機などの環境問題が全人類にとって脅威となっていった2010年代以降、環境や社会に悪影響を与える事業そのものに問題意

識を持ち、ピュアに社会に良いことをしたいと考えるZ世代が登場します。彼らは、「環境価値があるからこそ社会価値が成り立ち、経済活動が生まれる」という構造で捉えており、今までの「社会貢献」とはまるで異なる視点・視座を持っています。つまり、これからの時代は「環境価値・社会価値の向上を起点にして経済活動をする」という考えに基づく事業が求められると言えます。

## 売れば売れるほど地球を再生させる、「リジェネラティブ」の方程式

では、社会課題解決とビジネスをどのように繋げていけばいいのでしょうか。私が特に共感している事例は、オリジナルクラフトビールブランドの「かけはしブルーイング」と、食器ブランドの「ARAS（エイラス）」です（事例1・2参照）。

この2社に共感している理由は、環境負荷を抑制しているからだけではありません。「商品を購入すると環境が良くなる」という方程式が特徴の、「リジェネラティブ」をも実践しているところです。リジェネラティブとは、地球・社会を「再生」させる事業に多く取り入れられ、サステナブルの発展型として注目されているキーワードです。

私は、これからの消費行動の中心に、この方程式に沿った商品が増えていくと考えています。リジェネラティブな商品がZ世代や消費者から選ばれている根拠はさまざまですが、最も重要なのは「デザインや機能を妥協しなくてもいい高品質なもの」ということだと思います。これからの時代の消費行動には、背景のストーリーを意識しなくても、単純に「素敵な商品だから」「美味しいから」というワクワク感で購入したら、実はそれが環境・社会課題の解決につながっていた、というフローが理想なのではないでしょうか。暮らしの中に自然と「地球に良いこと」がある、くらいがちょうどいい。この考え方が当たり前になると、「それぞれの価値観で無意識に消費を楽しんでいたなら、環境・社会が良くなっていった」というエコシステムができあがっていくのではないかと思います。



醸造は、理念に賛同するブルワリーに委託。将来的には自社醸造を目指している。

### 地元産ホップ、カキ殻粉末を使用したビールを製造・販売

京都府与謝郡与謝野町出身の濱田祐太氏が、人口約2万人の地元を活性化させたいとの思いで関西学院大学在学中の2019年に株式会社ローカルフラッグを起業。人材マッチングや移住・定住関連の事業に加え、地元産ホップを用いた6次産業化でオリジナルクラフトビールブランド「かけはしブルーイング」の製造・販売をしています。ホップは主に与謝野町産を使用、水の硬度調整には天橋立に堆積して生態系の破壊や悪臭などの問題を引き起こしているカキ殻を使用。「飲めば飲むほど、海がきれいになる」というコンセプトで、環境問題の改善と持続可能な地域をつくることに挑戦しています。

■かけはしブルーイング Webサイト: [kakehashi.beer/](http://kakehashi.beer/)

Instagram ID: [asobi.beer](https://www.instagram.com/asobi.beer) [instagram.com/asobi.beer/](https://www.instagram.com/asobi.beer/)



耐久性に加え、料理をおいしく味わえるデザインにもこだわった「ARAS」の食器。

### 長く愛用できる割れない循環型食器を商品化

「強く、美しい、カタチ。」をコンセプトにした、独自の質感を持つ樹脂製の食器ブランド「ARAS」を展開するのは石川県加賀市の石川樹脂工業株式会社。1947年創業の歴史ある樹脂製品メーカーです。「ARAS」は、使い捨てプラスチックが抱える環境問題に真正面から取り組もうと、3代目の石川勤専務取締役がリードし、立ち上げました。廃棄時に再び原料に戻すことができるコレクション、産業廃棄物となっていた杉皮を原料に混ぜたコレクションなど、リサイクルを意識した商品が話題を集めています。

■ARAS（エイラス） Webサイト: [aras-jp.com/](http://aras-jp.com/)

Instagram ID: [aras.japan](https://www.instagram.com/aras.japan) [instagram.com/aras.japan/](https://www.instagram.com/aras.japan/)



## 私が名古屋でUNERIを立ち上げ、社会起業家支援に取り組む理由

ソーシャルビジネスの必要性が高まってきているといっても、それに共感する方々の多くは東京が拠点で、地方拠点の共感者とは数が大きく乖離しています。

東海エリアにも社会起業家を志す人はいますが、起業に必要な知見を深められる場所がありません。また、複数の法人格を横断しているケースが多く、資金調達も非常に困難です。

そこで私は「どんな人でもチェンジメーカーになれる機会と土壌を、地方からつくっていこう」と思い、地元である名古屋で株式会社UNERIを立ち上げました。2020年設立以降、社会起業家育成プログラムの企画・運営、社会課題の分析、自治体との協業などを通じて、社会課題解決型事業を志す起業家やスタートアップが生まれるエコシステムをつくるために総合格闘技的に挑んでいます。

ではなぜ私がこのような取り組みを行うことになったのか。その経緯について少しお話ししたいと思います。転機となったのは、起業家育成を行うNPOで得た学びと課題意識です。私は2019年に、毎年大学生の起業家・イノベーターを約50人採択する学生起業家向けプログラムの運営事務局に勤務していました。「現代の松下村塾」とも言えるそのNPOで感じたのは、「お金のインフラ

が整っていないために、起業家は十人十色の道を歩めない」ということです。学生起業家の多くは信用もない、与信もない、実績もない、というないない尽くしで、「過去を見て評価する融資」とは相性が良くありません。彼らは「未来をみて評価する出資」を望んでいました。しかし出資は、株式を持たないNPOや上場を目指さない企業との相性は良くありません。「みんなやりたいことをやっているだけなのに、フェアではない」と疑問に思い、彼らが前に進める道を1つでも多く作っていきたく強く感じました。その最初の取り組みとして、社会課題の解決をテーマにした起業や、彼ら向けの新しい投資手法「インパクト投資」をより普及させていきたくと考え、現在に至っています。

### 着想を、「技術起点」から「社会課題解決起点」へ

はじめにお話した通り、ソーシャルビジネスはこれから当たり前になり、すべての事業が社会課題解決型に移行していくと私は予想しています。いち早く転換や移行を図れた企業はきっと、Z世代からの注目を集め、多数のメディアで取り上げられたりする可能性が高まるでしょう。

東海エリアは言わずと知れた製造業のメッカですが、本業のみで企業を継続させていくのは難しいと考え、すでにさまざまな取り組みを模索している企業さまも多いと思います。新規事業の着想を、「技術起点」ではなく「社会課題解決起点」

から思索する、というのも1つの方法かもしれません。

リジェネラティブの分野においては、最終的に技術力が競争優位性を獲得する場面も見受けられます。そうした場面では、東海エリアの強みを大いに活かすことができるのではないのでしょうか。

私たちUNERIも微力ながら、東海エリアを支える企業さまと連携をしつつ、当地域のサーキュラーエコノミー化を促進していきたいと考えています。新規事業を検討中の企業担当者の方、リジェネラティブに活路を見出したい方、ソーシャルビジネスに興味のある方はぜひ、社会起業家たちの活動内容にご注目ください。そして、第1歩を踏み出してみてください。たった1人の熱が世界を変えると、私は信じています。



OKB ビジネスセミナーのご案内 《 2022年10月▶12月 》

SEMINAR

10/25 (火) 13:30~16:30

売れる営業職が実践する  
“仕掛け術”習得セミナー

~売り込まないのに売れてしまう営業パーソンが心がけ・実践していたことは~

講師名 株式会社経営志援 代表取締役  
社会保険労務士法人THINK ACT  
社会保険労務士 志賀 弘幸 氏  
対象 若手社員・新入社員、中堅・実務担当者  
会場 OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市市中村区名駅)  
定員 20名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：5,500円  
一般：13,200円

11/8 (火) 10:00~17:00

経理業務を改善し、社長の判断を助ける情報を提供しよう  
経理リーダーに求められる役割と  
ワンランクアップスキル

講師名 御堂筋税理士法人  
税理士 小笠原 知世 氏  
対象 中堅・実務担当者、管理職  
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：11,000円  
一般：26,400円

11/18 (金) 10:00~17:00

企業の底力を引き上げる総務に必要な“力”とは  
総務部門強化セミナー

講師名 Edu.ANNEX  
代表 池田 稔子 氏  
対象 若手社員・新入社員、中堅・実務担当者  
会場 OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市市中村区名駅)  
定員 20名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：11,000円  
一般：26,400円

12/2 (金) 10:00~17:00

世代間ギャップに悩む管理職の  
「受容力」向上セミナー

講師名 株式会社ビジネスプラスサポート  
人財育成プロデューサー 山田 容子 氏  
対象 管理職  
会場 OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市市中村区名駅)  
定員 20名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：11,000円  
一般：26,400円

12/7 (水) 13:30~16:30

離職を防ぎ生産性を高める!今こそ考えたい計画的な社員教育  
教育体系設計・運用のポイント

講師名 有限会社サンクスマインドコンサルティング  
代表取締役 伊藤 弘一 氏  
対象 中堅・実務担当者、管理職、経営者・幹部  
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：5,500円  
一般：13,200円

①12/21 (水) ②2023年1/11 (水) 各回13:30~16:30

【全2回コース】自信をもって明日から実践!  
“いまさら聞けない”ビジネスマナー研修

講師名 株式会社クレース・プランナーズ  
人材開発コンサルタント 伊藤 典子 氏  
対象 若手社員・新入社員、中堅・実務担当者、管理職  
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名  
受講料 共立ビジネスクラブ会員：11,000円  
一般：26,400円

お申込方法

- WEB申込 OKB総研Webサイト内のお申し込みフォームをご利用ください。
- FAX申込 OKB総研Webサイト内より「お申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください。

セミナー詳細・お申し込み  
(okb-kri.jp/seminar/business/)



岐阜県委託事業

「GIFU2022中小企業合同新入社員研修」の参加者募集!

SEMINAR



社会に出てまだ間もない、たくさんの希望を持つ若手新入社員の成長を支える合同研修会です。ビジネスマナーやコミュニケーション力を学びつつ、モチベーションアップや同世代の仲間づくりにつながるプログラムをご用意しています。次世代若手職員育成のために、当研修をご活用ください!

期間 10/21 (金) ~ 11/22 (火)  
開催エリア 飛騨・岐阜・東濃・西濃・中濃  
(岐阜エリアのみ2回、他エリア各1回開催。全日程同一内容)  
対象 岐阜県内中小企業の新入社後3年以内の若手新入社員  
参加費 無料

研修プログラム、開催日時・定員・場所等は、専用Webサイトにてご確認ください。

研修詳細・お申し込み  
(okb-kri.jp/kenshu/)



当研修参加企業の人事担当者に向けた  
「フィードバック研修」  
も実施します!

フィードバック研修の詳細やお申し込み方法は、ご参加が決定した企業さまにご案内いたします。

※オンライン開催

登録  
無料

メール会員 募集中

OKB総研は、メール会員を随時募集しています。イベントやセミナーの開催情報、独自の視点でまとめた調査結果、マッチング情報(希望者限定)などをいち早くお届けいたします。ぜひご登録ください!

メール配信サービスのお申し込み  
(okb-kri.jp/contact/mailcontact/)

