

企業による地方創生チャレンジ なぜいま、トライセクターリーダーが必要か



ファシリ
テーター

北島 大器氏
(株式会社ラーニング・イニシアティブ 代表取締役、東京都)

登壇者

押田 一秀氏

(復興支援センターMIOA 代表、福島県南相馬市)

佐藤 功行氏

(ロート製薬株式会社 広報・CSV推進部 東北地域連携室 室長)

陣内 一樹氏

(日本電気株式会社 テレコムキャリア企画本部、東京都)

石井 重成氏

(釜石市まち・ひと・しごと創生室 室長、岩手県釜石市)

山本 圭一氏

(株式会社 NTTドコモ 東北復興新生支援室、東京都)

小沼 大地氏

(NPO 法人クロスフィールズ 代表理事、東京都)

戸塚 絵梨子氏

(株式会社 パソナ 東北創生代表取締役、岩手県釜石市)

プレゼンテーション概要

- 押田** 地域側も課題の整理をしていかなければいけないし、企業側もできていないことが多い。今も地域に関われている企業は、試行錯誤を重ねながら変化できている企業。地域と企業の関係づくりには、課題整理のためにまず人を地域へ送り込むことから始めればよいのではないかと。
- 佐藤** 行政だけでは手が届かないことを民間がやろうと考えていた。(公財)みちのく未来基金がその一例。ただ行政との連携には地域をよく知るキーマンが必要なので、行政と対話できる NPO がいるエリアにはこだわった。自社商品やサービスを提供することよりも、まずは社員を送り込み、地域が気付かない魅力や課題を掘り起こそうと考えた。
- 陣内** 社内では経理系の部署で法人向けのものが多かったのでエンドユーザーが見えづらかった。一方、地域の町役場は困った住民が相談に来る場所。住民は相談事を解決してくれると期待してくるので、解決せねばという責任を感じながら働いた。その経験は会社に戻ってからはユーザー視点で仕事をするのに役立った。
- 石井** 震災から数年間は、企業から被災地行政に様々な提案をお持ち頂いたが、そのトレンドは変わった。今後は、行政自らがパートナーとしての提供価値を磨いていく必要がある。目の前にある“不都合な現実”を変えるために行動を実践する方々と、セクターを越えてコミュニティを形成していくことが、持続可能な企業連携の手法となる。
- 山本** 現地で活動している農家さんなどに行き、できるだけ現地の方が主体的に動いていっていただく関わりを意識した。ほとんどの社員は、地域に入って初めて「人の役に立った」という実感を得られた。活動が長期化すると、社員のモチベーションの維持に苦労した。社員で話し合っ「現地の方が笑顔になるお手伝いをしよう」と決めたことで、モチベーションも上がり、人間的にも成長した。
- 小沼** 社会課題解決を担うプレイヤーが変化している。これまでは行政の仕事だと言われてきたが、現在は予算が十分につく時代ではない。市場原理を活かせる領域は企業が、その領域以外を NPO / NGO が担う。行政、企業、NPO / NGO が三者で社会課題を協働して解決する時代がきている。
- 戸塚** 地域に入ってからではできないことだらけだった。地域に入って、それまで会社内では課題を乗り越えられるようステップが用意されていたことに気付いた。ある時、できないことを考えるより、自分ができることを探すことの方が大事だと気付いた。自分にとってはブレイクスルーの瞬間だった。

ディスカッションより

- 現場での失敗と改善の試行錯誤の結果として生まれた能力がトライセクターリーダーではないか。(北島)
- 地域側の努力も必要。自分たちが解決したい課題はこれだと言い切ることが必要。(石井)
- トライセクターリーダーの6つの特徴：(1) 理想と実利をとともに追及する (2) 無関係に見える状況の類似性を見抜く (3) 状況判断力に優れている (4) 知的生産性を高める (5) セクター横断的な人脈を築く (6) 心構えを忘れない (北島)
- 企業のキーマンアクション：(1) 中間支援団体と連携した自社らしさを活かす地域貢献 (2) 社内人材の中長期にわたる現地派遣 (3) 事業価値創造への活動に向け、活動の意味・意義づけを再定義していけること (北島)