

「革新的手法とイノベーション」の概念整理

第 16 条 5 項：ソーシャル・イノベーションが創出されること。

1、ソーシャル・イノベーションの定義、概念

ソーシャル・イノベーションは、

多様な社会課題に対して、個々の問題に個別に対応するのではなく、思想や価値観のレベルまでさかのぼって社会のあり方を変革し、新たな価値を生み出すこと。

「社会事業は、社会が必要とする変革を認知し、問題解決を成し遂げる事業を自ら発案した（社会）起業家等によってなされる。共感や信用に裏付けられた道徳（倫理）を伴わなければ持続しない。社会変革を進めるには、固定的な思考から離れる想像力が重要。これらの変革を支えるためには、事業自体への資金提供から、実施主体の運営を長期的に支援する形態へ移行していくことになるため、社会価値の継続的評価と各支援組織の協調支援が重要となる。

ソーシャル・イノベーションの本質は、共助と連帯の行動原理を基本とした経済思想に基づく、持続可能な新たな経済社会モデルの構築を目指すものである。」

服部、武藤、渋澤（2010）『ソーシャル・イノベーション：営利と非営利を超えて』日本経済評論社

2、ソーシャル・イノベーションの研究領域

- ① 社会課題を解決するための新たな制度や仕組みの創造、あるいは既存の制度の改善
- ② 組織行動の変容と柔軟な働き方の創造
- ③ 協働による課題解決（協働手法による組織行動の変容）
- ④ 市民運動、活動（急進的なものから漸次的なものを含む）
- ⑤ 先駆的な解決手法や考え方等の普及と社会への影響

ソーシャル・イノベーションを必要とする領域

- ・過度の都市化（過疎化）に伴う問題、コミュニティの崩壊、
- ・福祉制度の問題、
- ・長寿化による医療コストの増加、増加する慢性疾患などヘルスの問題
- ・資本市場の弊害、・拡大する不平等、・個人の幸福度の低下
- ・青少年の成長に伴う課題、
- ・国内外の文化的多様性、
- ・地球規模の資源制約、気候変動の影響、など。

Nicholls and Murdock (eds.) 2012, *Social Innovation: Blurring boundaries to reconfigure markets*, Palgrave macmillan を参考に作成

3、革新性

“ソーシャル・ノベーションは、新しいアイデアとしくみの創造(プロダクト)と同時に、公共財、公平、平等など社会的規範への新たな意味づけの「プロセス」である。”(出所前掲)
ソーシャル・イノベーションの革新性は、発想、プロセス、成果すべての時点において見出される。

- ・ 既成概念・現状打破のための創意、

- ・ 様々な関係機関と対等なパートナーシップを築いて実施するプロセス

“ソーシャル・イノベーションには境界がなく、公共・非営利および営利のすべての領域で起こりえるものだ。実際、最も創造的な活動は、境界線上で生じている。”Murray 他(2010)

- ・ 成果は社会の変化。(アイデアがどのような成果に転化したか)

“ソーシャル・イノベーションは、社会の文化、規範、法規における変化である” Hamalainen and Heiskala (2007)

4、革新性の論点、課題

- ・ 革新性の判断

- ・ 革新性の度合

- ・ プロセス評価とインパクト評価の融合

* 新規性、革新性を語る背景には多様な解釈が行われ、その文脈によって革新性の判断が左右されうる。

* ネガティブインパクトも起こりうる。

* ソーシャル・イノベーションの度合、深度は大きく3つに整理され、いずれも革新性があるとみなされる。「社会のニーズを理解しサービス等を改善する(持続的)イノベーション」、「新たな成果や価値を創出するために既存の制度を改める(制度的)イノベーション」、「パワーシフトなどによって最初から新たなシステムを創る(破壊的)イノベーション」。

* 協働による解決手法の導入に伴い、立場の異なる人々に関わる(クロスセクター間による)事業を評価すること自体にも革新性があるといえる。

* ソーシャル・イノベーションの観点からは、解決手法と団体やプロジェクトの使命のギャップを防ぐためにもプロセス評価と成果重視のインパクト評価双方が求められ、評価手法の開発と議論が盛んに行われている。