

第6回DIIセミナー「〈善い〉ビジネスが成長を生む 破壊と包摂のイノベーション」

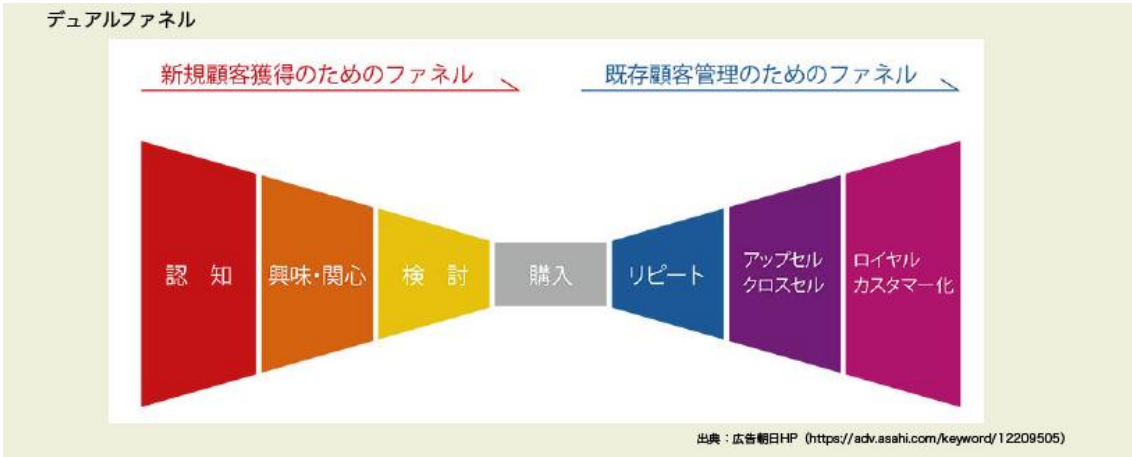
・議論のポイント

イントロダクション：飯塚倫子（政策研究大学院大学教授）

- 「破壊と包摂のイノベーション」のコンセプトとは従来の仕組みや慣行を破壊して新たな価値を創出し、誰一人取り残されることなく科学技術イノベーションの便益を行き渡らせること。そして、このコンセプトを提唱することで一人ひとりが変わり、「あるべき社会」に近づくことを目的として本（『〈善い〉ビジネスが成長を生む』）を書いた。
- 本の内容は、序章で科学技術の現状について概観し、1章ではマシエルカさんが、善いことをして成功することができることを、例をあげて説明している。第2章では、ワトキンさんが科学技術を必要な人に届けるシステムについて述べている。第3章はミュラスさんがスタートアップ・エコシステムで必要なものをまとめています。第4章は破壊的・包摂的イノベーションについて概説して、エピソード1-8では、インタビューをベースに、民間セクターの社会課題への貢献、新しいビジネスモデル構築後の実態への対応、そのためのレジリエンスを高めるためのエコシステムの構築プロセス、途上国でのデジタルシステムの展開の状況、デジタルプラットフォームの重要性と展開そしてその戦略性、非デジタル技術への支援の必要性を書いている。終章では、エピソードの比較とエコシステムの構築について議論し、タイプ分け、規制への対応方法をまとめている。
- 本書から政策への示唆として、社会的インパクトの測定方法、実証実験の手法、デジタル技術の導入による市民の政策への参加、地球課題解決に資する知的所有権の扱い方、進行技術の規制についてなどが挙げられる。

プレゼンテーション：中出雅大（株式会社電通／文部科学省）

- 「善い」ビジネスを取り囲む背景として、SDGs、気候変動に関連して各企業に情報開示を求めるTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）、サステナビリティ、ウイグルの人権問題、衣料の廃棄の問題、再生可能エネルギーの利用など、企業が対応しないとビジネスできなくなるリスクがある。
- 一方で、企業・投資家はチャンスであるとの認識している。世界はESG投資が増えているし、消費者、特に若者は、環境への意識が高い。
- デュアルファネルフレームワークでは、商品の認知から実際に購入するところまで、実際に行う人は減っていく、しかし、今はSNSなどによってファンのようなロイヤルカスタマーとなって他の人に影響を及ぼす数は増大する。



- エコシステムを機能させるためにはビジネス化が必要、そのためにシーズを生み出すこととその普及が欠かせない。
- 行政の観点から、科学技術イノベーション政策の変遷を見ると、第3フェーズである現在は、よりより社会への実現に投資をしている。また、第2と第3フェーズの違いは市民の参加が指摘されている。実際に、クラウドファンディングが増えている、シチズンサイエンスも大きな動きになっている。
- 「善い」ビジネスにつなげるため、大きなポートフォリオを描き、税金の使い方などを検討しながら市民と一緒に進んでいくことが必要である。

科学技術イノベーション政策の変遷

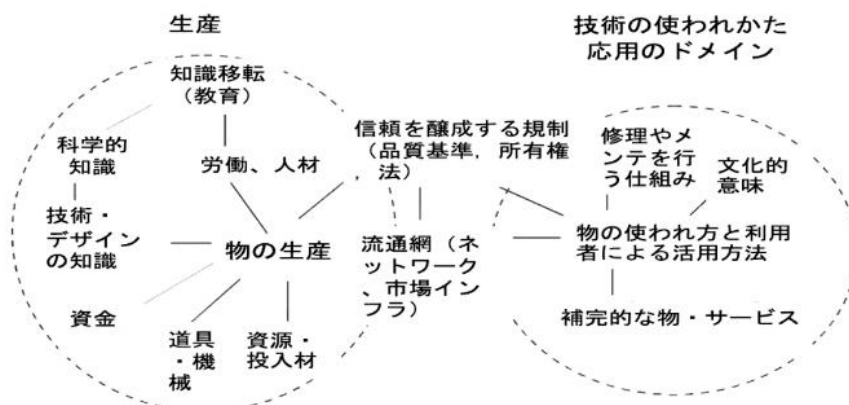
第1フェーズ	第2フェーズ	第3フェーズ
1950-1980	1980-2010	2010-
リニアモデル	イノベーション・システム	トランスフォーマティブ・チェンジ
科学技術の実用化	生産性の向上	より良い社会への実現
政府、大学・研究所	企業、政府、大学・研究所	市民、企業、政府、大学・研究所

「<善い>ビジネスが成長を生む～破壊と包摂のイノベーション～」より一部抜粋

飯塚倫子・中出雅大 参加者との質疑応答から

- Geels の新興技術の生産と使われ方の概念図では、「物の生産」と「応用ドメイン」はそれぞれで閉じたループに陥りがち、「物の生産」が「応用のドメイン」まで進まないことが多い。この解決策としては、現地に当てはめて実証すること、マーケットリサーチを重視して、リーン、アジャイルにしていくことが重要。また、機能は飽和して発展の余地が

少ないので、「応用のドメイン」に含まれている文化的な意味などの重要性が増していることを認識することが重要。



Source:Geels, 2020 新興技術の生産と使われ方(socio technicalsystem elements)の概念図

- 大量消費大量生産から変化が起こっていくと考えられるので、小回りのきく中小企業に、「善い」ビジネスのチャンスがある。地元の銀行とのつながりなどを活かして細かなニーズに応えることもできる。また、公的な支援の利用もできる。
- DIIにおける学の役割の事例として、メルセデスベンツがブラジルで大学と協力して研究開発を行い、大学はエクステンションワーカーとして地域の人を巻き込んで車のパーツの開発と生産を行った。また、研究シーズが海外で役立つことが多い、砂漠で緑を増やす研究者とベンチャーキャピタルが協力した事例がある。学からの知は重要だが、それを発展させる点に課題がある。
- 地域固有の社会課題で、「善い」ことと収益性を両立するために必要なことは、本人が気づいていないニーズであるヒドゥンニーズや経済性や利便性だけでなく、負をどのように解消するのかといったニーズを見つけていくことが必要。地域差をリサーチしてコミュニケーションを取ることも必要。また、スケールアップモデルにも可能性がある。本(『〈善い〉ビジネスが成長を生む』)の中で、ソーシャルビジネスもフランチャイズして基本的な部分はシェアして、地域性のある部分は現地の人にアジャストしてもらって、ビジネスモデルを売るというシステムについて触れている。
- アジャイル型の政策形成について省庁の無謬性を乗り越えるためには、マクロで見てポートフォリオをどのように描くのか、どこに投資して投資額とリターンをどのように見積もるのかの研究の分野への導入も行政で行うことができるといい。近年、大型の研究費ではフィージビリティスタディで育成してから、本格的なステージに移るステージゲート制を設けているプログラムもある。民間企業の例で、オープンイノベーションプロジェクトのマネージングの方法としてポートフォリオがある。
- 「善い」ビジネスが、陥りやすい誤謬として、グリーンウォッシュのように、何かのウオ

ッシュや企業の取り組みを誇張しすぎることが挙げられる。企業の「善い」取り組みを宣伝することがチャンスになるはずが、後で異なる内容が出てくればリスクになることもある。

- 破壊的包摂的イノベーションのコンセプトは、利益追求だけではなく、社会的なことも考えないとビジネスにならないのではないかということ。破壊的なイノベーションには、技術ベースのものとビジネスモデルのようなものがある。包摂的というのはそれまでそのビジネスモデルに入っていなかったプレイヤーの参加が可能になるということ。

- 「善い」とは、宗教、ダイバーシティのように、既存の一つの価値観で進めればよいものではなく、企業にとって「善い」と一般の人々の「善い」は違う可能性がある。一つの流れとして、合意するというよりは情報開示によって判断は相手に任せるとことが挙げられる。

- DIIを促進として市民を巻き込むことにひとつ議論の契機になる可能性がある。また、DIIを促進には政府がドライバーになりうる。企業と組む、企業が連携を組みやすい環境を作ることが政府の役割。どのように市民を巻き込んで環境を作っていくのか、省や国などの管轄を技術などで乗り越えられるかもしれない。

- 企業の社会貢献は現状、財務諸表ではなく統合レポートで開示されている。この内容を評価するためには、市民がリテラシーを持つことも重要になる。