

地域共生社会と企業 (3)

企業は、地域共生社会の実現に大きな役割を果たすことができる。企業自らの事業にとっても意義があり、地域共生社会は企業が「我が事」として参画すべき取り組みだ。

参画の第1歩は、地域の課題、ニーズの発見から始まる。ニーズとは、地域の「困り事」「あったら、できたらうれしい事」である。

ニーズの発見には、地域の「生の声」に接するのが最善である。福祉事業者の中には、積極的に「生の声」を集める手段として商店街に誰でも立ち寄れるサロンやカフェを開設したり、職員食堂を地域住民に開放したりしているところがある。

一般企業ではそこまでは難しいだろうが、顧客や近隣の住民との会話の中にもニーズを発見するきっかけがある。地域の実情に詳しい地元金融機関との対話の中にヒントが含まれている場合もあるだろう。各自治体は「共創センター」といった名称で、地域の主体が交流するプラットフォームづくりを進めている。こうした場への参加も有益だ。

現在注目を集めている仕組みの一つにリビングラボがある。リビングラボとは地域の中に研究開発拠点を設けて、住民、企業、教育・研究機関、自治体などが協働して研究開発に取り組むものである。これは、ニーズの発見から解決まで取り組める場として機能する。

企業の強みは、発見された課題を事業活動によって解決できる点

にある。事業の一環として収益を上げながら課題解決に取り組むことで、継続的な課題解決が可能になる。自社の保有する有形・無形のリソース（資源）が課題解決に活用できるか、事業のどこを見直せば課題解決につながるか、課題を自社の事業に引き寄せて解決策を考える思考が重要となる。

新事業を立ち上げるといった大きな変革ではなく、小さな見直しで課題解決につながるケースも多い。小売業で高齢者や単身者が購入しやすい少量の商品を用意するといった小さな見直しの積み重ねが地域住民の生活を支える取り組みになり得る。

地域の潜在的なリソースの発掘・活用も企業に期待される役割だ。人的リソースの発掘・活用に当たっては、これまで労働参加が困難だった人々の就業支援に自治体が行き届いており、これを積極的に活用する手が考えられる。人手不足に直面している企業から見れば人材の確保につながり、地域から見れば働く場の確保という点で課題解決の一つになる。

自社だけでは解決できない課題であっても、自社の保有するリソースと他の企業、NPOなどが保有するリソースを組み合わせることで課題解決が可能になる場合がある。課題解決に当たっても地域主体との情報交換はカギとなる。

企業にとって地域の課題解決に向けた事業活動は、事業の拡大や新事業の機会になるだけでなく、地域でのプレゼンス（存在感）向上に資する。多くの人々が地域で暮らし続けられるようになれば市場の維持につながり、自らの事業の持続可能性を高めることにもなる。

企業の課題解決能力発揮を

地域共生社会における企業の役割

