

よりよく 生きるための 生活リテラシー 第二回

社会のさまざまな問題に立ち向かう生活者が身につけておくべきリテラシーとは何かについて、有識者へのインタビューを通じて探っていく本連載の第二回は「ソーシャルデザイン」がテーマ。社会の「員」として、関心のある社会課題の解決は誰もが願うもの。しかし、自分自身がそこにどう関われるのかという「方法」は知識として共有されていない。NPO法人グリーンズの小野裕之理事は小さな「ほしいもの」をつくることの積み重ねを推奨する。



Literacy
for
a
Better
Living
Number 02

ほしい未来を つくる、

ソーシャルデザイン

小野裕之

Ono Hiroyuki



greenz.jp 副編集長、NPO法人グリーンズ理事。岡山県生まれ。大学卒業後、ウェブサイトを制作するベンチャー企業に就職。2009年よりgreenz.jpに転職。greenz.jpのNPO法人化にともない理事に就任。NPO法人グリーンズの事業戦略づくり、企業や行政に向けた事業の開発や営業、オペレーションの責任者を務める。ライフワークとして、ソーシャルなスタートアップビジネスの事業化を支援している。http://greenz.jp/

元気のなかった
おばあさんが
生き生きした顔に

手編みのマフラーなど、ニット製品をオーダーできるフランスのウェブサイト「ゴールデン・フック」には作り手のおばあさんたちの写真が並んでいる。購入する人は作ってもらいたいおばあさんを指名したり、交流したりすることができ。きっかけはあるデザインナーが保養所に大叔母さんをたずねた際、退屈そうにしているおばあさんたちを見て、社会に関わるきっかけになればと思い、仕事を手伝つてと声をかけたことからじまった。

買い物は時間に余裕のあるおばあさんが丁寧に作った商品を手に入れることができる。作り手のおばあさんたちは無理のない範囲でお金を稼げるうえに、感謝のメッセージが届くことで生きがいを感じることができる。経営的にも好循環が生まれている。

この企画に関わる人すべてが便益を得ており、商売としても持続可能性が高く、しかも高齢者の社会参画や生きがい醸成、社会的承認の獲得といった社会課題の解決にもつながっている。それは迂遠で壮大なものではなく、自分にとって身近で小さな「現実」への対応であるところに意味がある。

これはひとつの事例にすぎず、同様の取り組みや実践が世界のいたるところで起こっているのである。

社会課題を
解決する
仕組みをつくる

ユネスコが立ち上げた「DESIGN21」というSNSサイトでは「ソーシャルデザイン」を「Better design for the greater good」（大きなよごのためのデザイン）と定義している。他にもさまざまな定義があるが、私たちは「社会的な課題の解決と同時に、新たな価値を創出する画期的な仕組みをつくること」だと考えている。社会にマイナスをもたらしている課題をプラスに転じ、しかも俗人的な努力にゆだねるのではなくそれを仕組み化する。それがソーシャルデザインだと。

そのためにNPO法人グリーンズは身近な暮らしと世界に新しい価値を与えるアイデアや活動を紹介するウェブマガジンを運営している。最近の例では商店街の空き店舗を物々交換所にする、海の生きものの声なき声を聴くことでそれらを救うことにつなげる「貝リンガル」、販売期限切れ食料品の専門店、家の壁を巨大キャンバスに変えた「落書き」でも怒られない遊べる住宅など。環境、まちづくり、福祉、健康、人権をはじめ、多様なテーマを取り上げていく。単にそれらの情報を知って楽しん

でもらうというのではなく、それをきっかけに実践活動を支援したり、自身が実践者や社会起業家になったりしてもらうことが目的だ。

そこで大切にしているのは「ほしい未来は、つくるう」という考えである。はじめはよりよい社会に「変える」ことを目指していたこともあったが、「変えられる側」とは必ずしも利害が一致しない。そこに摩擦が起こって結局何も進まない。それならばたとえ小さくても誰もが共感する新しい未来をどん

大切にしているのは
「ほしい未来は、つくるう」
という考えである。

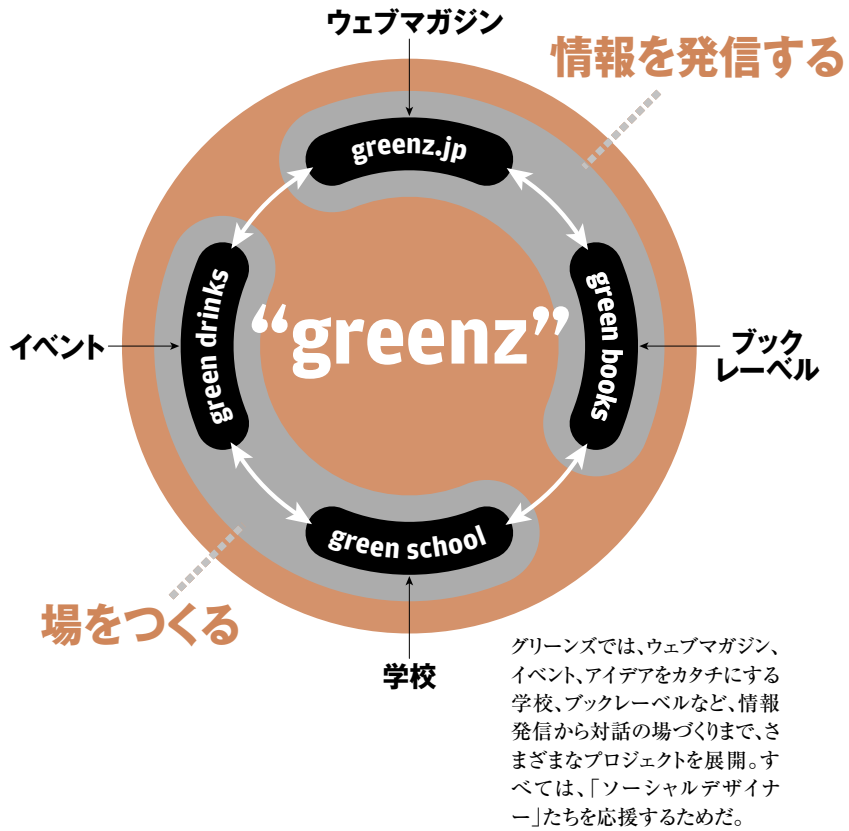


どんつくつていけばよいと考えるようになった。世の中が変わるかどうかというのはそのような小さな行動の積み重ねの結果にすぎない。重要なのはそこに至るプロセスを着実に実現していくことだ。

したがって私たちは社会課題の存在を問題提起するだけでなく、何らかの解決策を提供することにこだわっている。同様の文脈でいえば、何かに「No」をいう反対運動（それ自体は重要で否定はしないが）よりも、Yesと肯

グリーンズが考えるソーシャルデザインの生態系

いくつかの活動が連鎖しあって、
「自分のため」の
社会的課題を解決する
動きが生まれてゆく。



グリーンズが考える[グッドアイデアの3箇条]

- その1 サプライズがある
- その2 社会的課題を一石何鳥で解決できる
- その3 「思いやり」や「愛」がある

社会課題の定義は人それぞれ

定して新たな価値を生むアクションを大切にしたいと思っている。

何が社会課題かというのは人によって異なっている。その人にとっての社会で問題があれば、それはすべて社会課題である。家庭、町内、会社、地域、日本、世界。ごみの廃棄から景観の保全、LGBT(性的少数者)や臓器提供など。そのなかで私たちが取り上げるのは、そのままで市場で解決しにくい問題であることが多い。だからこそ新たな価値を創出する画期的な仕組みをつくる必要がある。

マスメディアは途上国支援といった、わかりやすくきれいなストーリーになるものを取り上げる。多くの人の関心を持たなければ商売にならないからだ。私たちはマス(大衆)をターゲットにしているわけではなく、時には専門的な知識が必要な複雑な事例も紹介する。そのためコストが安くすむウェブを活用している。閲覧は若年、壮年層に偏る傾向はあるが、それもひとつの新たな価値を創出する仕組みであると考えている。

もちろん、ウェブマガジンに掲載する場合、明文化されてはいないものの一定のクオリティが満たされているもの、という基準がある。具体的にはその取り組みに継続性がある、人のためにというだけでなく自分のために

もなっている、できれば採算が取れる(ビジネスモデルになっている)、そしてデザイン性が優れていることなどである。やはりいくらかよいアイデアでもセンスのないものは取り上げない。

大切なのはネクスト・アクション

社会的課題の解決に興味を持ち、何かしたいという気持ちを内に秘めている人も多いと思う。そんな場合はまず、世の中のたくさんの人たちが実際に取り組んでいる事実を知ってもらいたい。さまざまな情報が世の中にはあふれている。そして、そのなかの一つにでも二つにでも興味を持てば、そこに遊びに行ってみる、イベントに参加してみる、その商品を買ってみる、積極的に応援してみると

いった行動を起こしてもらいたい。私たちの運営するウェブマガジンでは事例紹介の後に必ずネクスト・アクションという、次の行動につなげるための情報提供を行っている。一番重要なのは何かの行動を起こすかどうかである。説得しないと動かないような人は結局動かないし長続きもしない。それは悪いことではなく、その人の心の中でまだ機が熟していないということだ。一生そのまま(で幸せ)

個人的な考えではあるが、より多くの人々が不満に支配されない生き方を実現していること。加えてそれに納得し、前に進んでいる実感を持っているような社会だ。そのためには大きな結果を目指すより、小さいかもしれないけれど着実に成果を実現している取り組みに目を向けてもらいたい。世の中にはそのような実践活動をしている人がたくさんいる。所得以外の幸せはいくらでもあり、ひとりひとりが独自の幸せを定義する時代なのだ。遠くの安全地帯からダメ出しをする

かもしれないし、子どもが生まれたことなどをきっかけに突然社会に関心を持つかもしれない。その時を待つことが賢明である。

行動を起こす気になった人に提供されている手がかりはウェブ情報だけではない。ソーシャルデザインに関する書籍は私たちのものをはじめ、たくさん出版されている。また日本仕事百貨(株)シゴトヒト)と共同で、東京の虎ノ門に「リトルトーキョー」という活

小さいかもしれないけれど
着実にYesを
実現している取り組みに
目を向けてもらいたい。



動の拠点をづくり、「もうひとつの肩書きがもてる街」というコンセプトで運営している。そこでは会員(市民)制度をつくって会費(税金)も徴収し、毎週そのお金の使い道を議論して決定している。飲食もできるので誰でもふらっと立ち寄ることもできる場所だ。

さらに「グリーン・ドリンクス」という交流会が全国約150カ所で自主運営され(実際にアクティブなのは半分ほどだが)、毎月のように数十人の

人たちが集っている。都会では早朝大学といった学ぶ場も多く提供されている。このように、いきなりソーシャルビジネスを立ちあげるということは無理でも、その気になればネクスト・アクションを起こす機会はいくらでもある。繰り返すが、分水嶺は、ずるか、しないかである。

社会課題を解決するのは自分のため

前述した『ほしい未来』とは何か。

個人的な考えではあるが、より多くの人々が不満に支配されない生き方を実現していること。加えてそれに納得し、前に進んでいる実感を持っているような社会だ。そのためには大きな結果を目指すより、小さいかもしれないけれど着実に成果を実現している取り組みに目を向けてもらいたい。世の中にはそのような実践活動をしている人がたくさんいる。所得以外の幸せはいくらでもあり、ひとりひとりが独自の幸せを定義する時代なのだ。遠くの安全地帯からダメ出しをする

批評家になるのではなく、一つでも二つでも興味を持って実際に商品を買ってみたり、サービスを使ってみたりしてほしい。そこから生まれる批判や批評は当事者にとって参考になる、建設的な助言になるはずだ。そしてそのような行動は自分自身に刺激を与えることにもなる。『ほしい未来』をほしがつているのは、自分に他ならず、社会課題を解決することは自分のためであるという実感が得られるはずだ。