

修士論文

2010 年度

欲求連鎖分析を用いた
環境配慮行動の促進システムの提案

牧野 由梨恵
(学籍番号：80933542)

指導教員 教授 前野 隆司

2011 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論 文 要 旨

学籍番号	80933542	氏 名	牧野 由梨恵
論文題目： 欲求連鎖分析を用いた環境配慮行動の促進システムの提案			
(内容の要旨) 近年、地球環境問題が深刻化している。環境問題解決のためには環境配慮行動の実践が重要である。しかし日本人は、環境配慮行動を実践に移せていないのが現状である。このため、本研究では、行動と欲求の関係に着目する。心理学の分野における内容理論では、“行動は、欲求を充たすため生じる”と理解される。しかし、これまでの社会システムの分析・設計手法である“顧客価値連鎖分析 (CVCA)”では、行動を考える際に、欲求まで考慮されてこなかった。そこで本研究では、欲求を考慮した社会システムの分析・設計手法である“欲求連鎖分析 (WCA: Wants Chain Analysis)”を開発するとともに、WCAを用いて環境配慮行動の促進システムを発想・提案することを目的とする。 まず、WCAの開発にあたり、欲求の洗い出し・考察を行った。この結果、“動作主”と“対象”という2つの要素に基づく新たな欲求の分類方法を提案した。この分類方法を用いると、“利己的”・“利他的”欲求の分類が可能である。この分類に従来の欲求リストを適用した結果、“利他的欲求”が着目されていないことがわかった。次に、この欲求の分類を用いて、CVCAを発展させたWCAを開発した。WCAを用いて社会システムを分析すると、そのシステムが“利己的”か“利他的”かの判断が可能である。次に、社会システムの設計手法の確立に向け、WCAを用いて、ソーシャルビジネス等の成功事例を分析した。その結果、成功する社会システムは以下の2つの条件を満たすことがわかった。その条件とは、欲求の連鎖によって、①主体が利己的欲求を持つ場合は、必ず自らが財やサービスを受け取ること、および“②主体が利他的欲求を持つ場合は、その欲求の対象が財やサービスを受け取ることが、それぞれの欲求充足につながるという点である。これは、社会システムにおける全てのステークホルダーの欲求の充足を視覚的に確認できたことを意味する。最終的に、これらの条件を用いて、WCAを用いた社会システムの設計手法を構築した。最後に、この設計手法を、環境配慮行動の促進システムの発想・提案に適用した。WCAを用いた設計手法によりシステムを設計したため、全てのステークホルダーの欲求が充足する社会システムを設計できた。また、WCAを用いた社会システムの設計によれば、環境問題だけでなく多様な社会問題の解決も含めたシステムを発想できる事を明らかにした。 以上のように、本研究では、社会システムの分析・設計手法であるWCAを開発するとともに、WCAを用いて環境配慮行動の促進システムを発想・提案した。			
キーワード (5語) 環境配慮行動, 欲求連鎖分析, 設計工学, 欲求, 顧客価値連鎖分析			

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	80933542	Name	Yurie Makino
<p>Title</p> <p style="text-align: center;">A Proposal of System for Promoting Pro-Environmental Behavior Using Wants Chain Analysis</p>			
<p>Abstract</p> <p>Recently, the environmental problems have become a serious issue. In order to solve these problems, it is important to put Pro-Environmental Behavior (PEB) into practice. However, Japanese have not practiced PEB routinely. In this paper, we focus on the relationship between consumer needs/wants and behavior. In the content theory of psychology, they say that “actions arise to satisfy one’s needs”. However, “Customer Value Chain Analysis (CVCA),” a conventional tool for designing and analyzing social systems, does not considered needs when it considers actions. Therefore, in this study we develop a tool named “Wants Chain Analysis (WCA)”, which considers consumer needs when analyzing and designing social systems, and propose a new system for realizing PEB based on our WCA method.</p> <p>In order to develop the WCA, we closely examined needs. As a result, we proposed a new classification method of consumer needs based on the following two factors: “subject” and “object.” Using this classification method, we can further classify consumer needs into two different types: “altruistic” and “selfish.” We applied the traditionally categorized needs to this classification and found that no attention has been paid to “altruistic” needs. In the next stage of development, the CVCA was evolved into the WCA by using our new classification method. When we use the WCA on social systems, it is possible to determine whether the system is “selfish” or “altruistic”. Then, we analyzed successful social businesses with the WCA to establish a social system design scheme. As a result, we found that successful social businesses satisfied the following two conditions: (1) When a subject has a selfish need, he/she always receives goods or services through the chain of needs. (2) When a subject has an altruistic need, he/she can be satisfied provided the object of his/her needs receives goods or services. This means that the WCA could show the satisfactions of needs of all stakeholders in the system visually. Finally, we constructed a social system design method by using the WCA and proposed a system for promoting PEB. Since the system was created established by using the WCA, all of the stakeholder’s needs will be satisfied. In addition, we found that our method can be applied not only environmental problems, but also to the other types of social systems as well.</p> <p>As mentioned above, in this study, we developed the WCA, which is an analysis and design tool for social systems. We also proposed the system for promoting PEB through the use of the WCA.</p>			
<p>Key Word(5 words)</p> <p>Pro-environmental behavior, Wants Chain Analysis, System design, Needs, Customer Value Chain Analysis</p>			

目次

第1章 序論.....	1
1.1 背景・問題点.....	2
1.1.1 環境問題に対する国の動向.....	2
1.1.2 環境問題に対する国民の意欲と行動.....	3
1.2 課題解決に向けた取組の概要.....	6
1.3 目的.....	8
第2章 欲求連鎖分析の開発.....	10
2.1 欲求の調査・分析.....	11
2.1.1 欲求の洗い出し.....	11
2.1.2 欲求の洗い出し結果の考察.....	21
2.1.3 新たな欲求の分類方法の提案.....	26
2.1.4 2.1節の考察.....	27
2.2 動機づける方法の調査・分析.....	31
2.2.1 動機づける方法の洗い出し.....	31
2.2.2 動機づける方法の洗い出し結果の考察.....	36
2.2.3 2.2節の考察.....	42
2.3 欲求連鎖分析の分析手法の開発.....	45
2.3.1 欲求連鎖分析の手順.....	45
2.3.2 欲求連鎖分析による効用.....	50
2.3.3 2.3節の考察.....	51
第3章 欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法の構築.....	53
3.1 社会システムの欲求連鎖分析.....	54
3.1.1 ソーシャルビジネスの分析.....	54
3.1.2 特徴的な社会システムの分析.....	85
3.2 分析結果の考察.....	100
3.2.1 成功事例の分析結果の考察.....	100
3.2.2 失敗事例の分析結果の考察.....	103
3.3 欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法.....	109
3.4 3章のまとめと考察.....	119

第4章 欲求連鎖分析を用いた環境配慮行動促進システムの提案.....	120
4.1 環境配慮行動とは.....	121
4.2 環境ビジネス・政策の分析.....	121
4.2.1 自治体の取組の分析.....	124
4.2.2 民間企業の取組の分析.....	139
4.2.3 特定非営利活動法人の取組の分析.....	164
4.3 欲求連鎖分析を用いた環境配慮行動の促進システムの提案.....	180
4.3.1 ステークホルダーの選定.....	181
4.3.2 システムの発想・提案.....	185
4.4 4章のまとめと考察.....	213
第5章 結論および展望.....	215
5.1 結論.....	216
5.2 課題と今後の展開.....	219
5.2.1 課題.....	219
5.2.2 今後の展開.....	222
謝辞.....	236
参考文献.....	238
付録A 内容理論とは.....	244
付録B 発想法について.....	253
付録C 発想法を用いた欲求の洗い出し アンケートシート.....	256
付録D ソーシャルビジネス55選の分類について.....	261

1 章

序論

本章では，本研究を行う上での背景・目的を述べる．まず，1.1 節において環境問題の概要と進まないライフスタイルの変更，すなわち現状の環境配慮行動の実践度について述べる．次に，1.2 節においてライフスタイルの変更に重要な分野の研究の概要を述べる．これらを踏まえ，1.3 節において本研究の目的を述べる．

1.1 背景・問題点

1.1.1 環境問題に対する国の動向

近年、地球環境問題が深刻化している。環境問題とは、1960年代において、地域で発生し地域にその影響を及ぼす公害問題を指していた。しかし、1987年の国連人間環境会議ブルントラント委員会において、“持続可能な開発”という概念が議論された。これを契機に環境問題は、その影響が地域に限定される公害問題から、その影響が地域に限らず将来を含めた国際問題である地球環境問題へと焦点が変化した。このように時間の経過とともに、“環境問題”という言葉からイメージする“問題”が変化している^{文1-4}。この環境問題に関する、日本と国際的な動向を図 1.1 に示す。

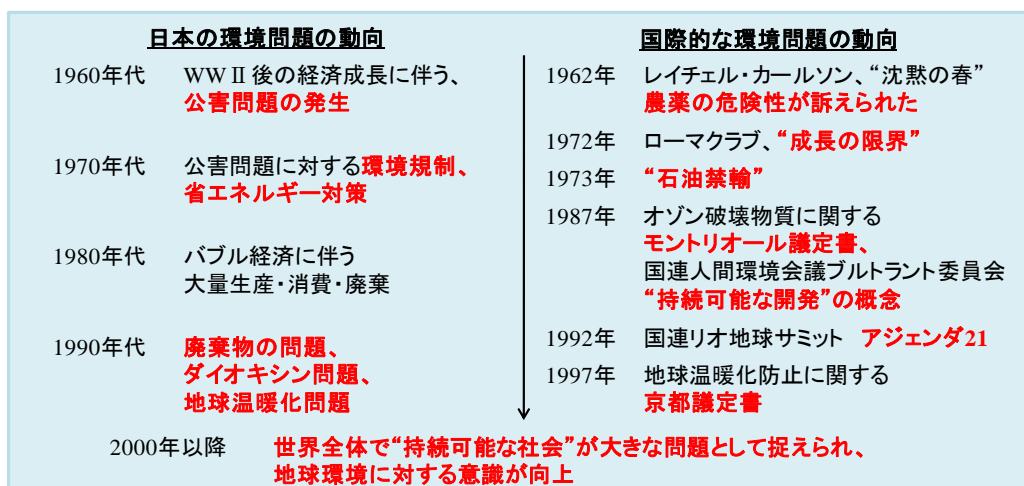


図 1.1 日本・国際的な環境問題の動向

図 1.1 より、2000年以降、環境問題とは、地域に限定されず、また将来に渡り影響を及ぼす問題と認識されるようになったことがわかる。

この地球環境問題の解決に向け、1992年ブラジルのリオ・デジャネイロで開催された地球サミット(環境と開発に関する国際連合会議)において、21世紀に向け持続可能な開発を実現するための各国及び関係国際機関が実行すべき行動計画である“アジェンダ 21”が採択された。アジェンダ 21では、地球環境問題の解決に向けた必須となる前文と 4つのセクション(①社会的・経済的要素、②開発のための資源の保全と管理、③主要なグループの役割の強化、④実施手段)から構成されている。さらにアジェンダ 21は、国別行動計画(ナショナル・アジェンダ 21)の作成を要請している。このアジェンダ 21が採択された地球サミットを契機に、1993年、日本において環境基本法が策定された。^{文5}

アジェンダ 21 に示される行動計画のうち、重要と考えられる 10 項目について、その進捗状況を調査した結果(2005 年～2009 年までの調査参加国全体の進展度(「大いに発展した」 + 「ある程度発展した」の合計値)の平均値)^{文⑥}を図 1.2 に示す。

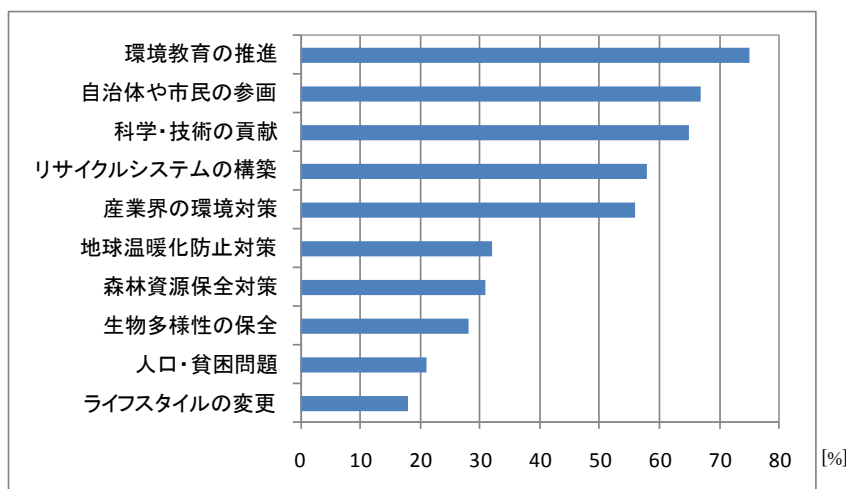


図 1.2 アジェンダ 21 の進捗状況
(2005 年～2009 年までの調査参加国全体の進展度の平均値)

図 1.2 より、「環境教育の推進」、「自治体や市民の参画」、「科学・技術の貢献」、「リサイクルシステムの構築」、「産業界の環境対策」について“進展した”と回答する割合は、50%を超えることがわかる。しかし、「ライフスタイルの変更」に関しては、全体の進展度は 18%と低いことがわかる。これは、「ライフスタイル」の変更を政府が法整備により規制することが、私有財産の壁から困難であるためと考えられ、現状では人の自発性に頼っているためと考える事が出来る。このことから、人の自発性に頼る「ライフスタイルの変更」について、思わずライフスタイルの変更をしてしまう、すなわち環境配慮行動が実践したくなる社会システムを検討し、提案していく事が重要と考えられる。

1.1.2 環境問題に対する日本人の意欲と行動

前項において、環境問題の解決に重要な 1 つアプローチである「ライフスタイルの変更」が、人の自発的な行動に頼られており、結果としてあまり進んでいないことを述べた。本項では、特にライフスタイルの変更、すなわち環境配慮行動の実践度と、深刻化する環境問題に対する解決に向けた意欲について、各国の比較を述べる。さらに、特に日本人について、環境配慮行動ごとの実践度を述べ、問題点を明確にする。

図 1.3 に、“地球環境の保護に、あなた自身が多少の手間やコストをかけても、貢献したいとどの程度思いますか？”という問に対する、主要 8 都市(モスクワ、ミラノ、

パリ、フランクフルト、ロンドン、トロント、ニューヨーク、東京)の回答とその平均値^{※7)}を示す。

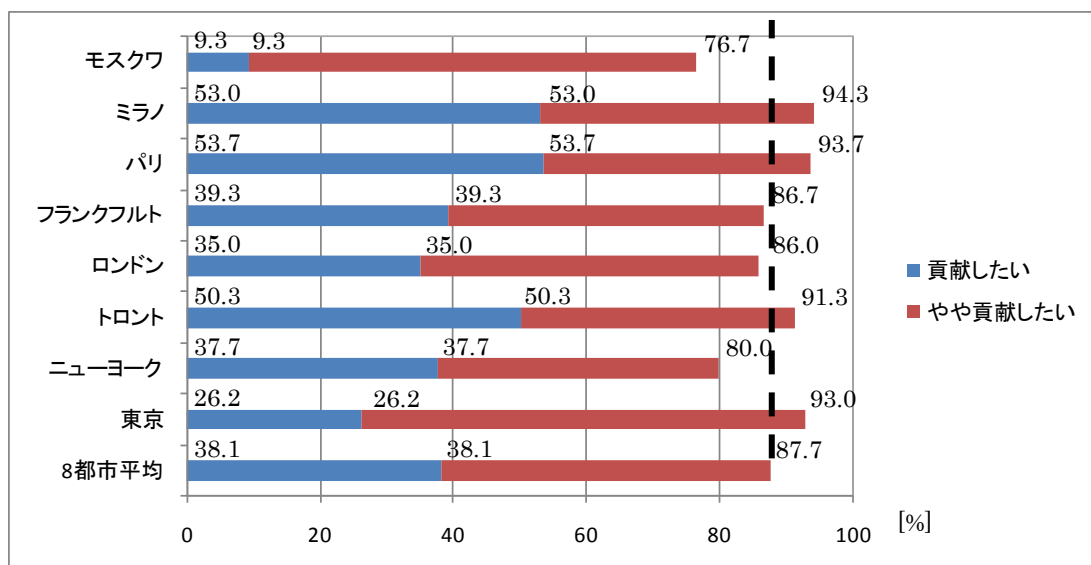


図 1.3 地球環境保全に対する貢献の意欲

図 1.3 より、主要 8 都市の平均を上回るのは、東京を含め、ミラノ・パリ・トロントの 4 都市である事がわかる。特に日本は、イタリア・フランスにつぎ、多くの人が多少の手間やコストをかけても地球環境保全に貢献したいと思う人が多い事がわかる。

次に、“「地球環境に配慮した行動」が日常的な習慣になっている”に対して、主要 8 都市(モスクワ、ミラノ、パリ、フランクフルト、ロンドン、トロント、ニューヨーク、東京)の回答とその平均値^{※7)}を図 1.4 に示す。

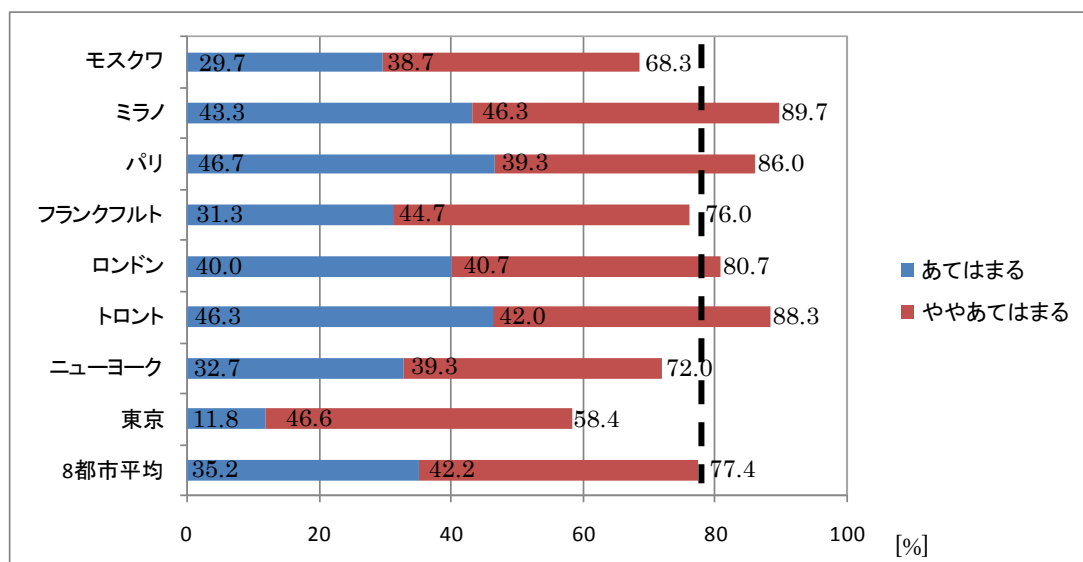


図 1.4 環境配慮行動の日常的な実践度

先に示した図 1.3 において、環境保全に対する貢献の意欲は、東京の回答は平均を上回り高い数値であった。しかし、図 1.4 に示すように、環境配慮行動の日常的な実践度に関しては、東京の回答は 6 割を切っている。さらに、“あてはまる”と回答した数値だけをみると、1 割強の回答が該当するだけで、他国に比べて低い数値を示している事がわかる。このことから、日本人は諸外国人よりも、環境保全に対する貢献意欲は持っているが、日々の行動にはその意欲が現れていない事がわかる。

次に、日本人の各環境配慮行動の実践度^{※7}を図 1.5 に載せる。

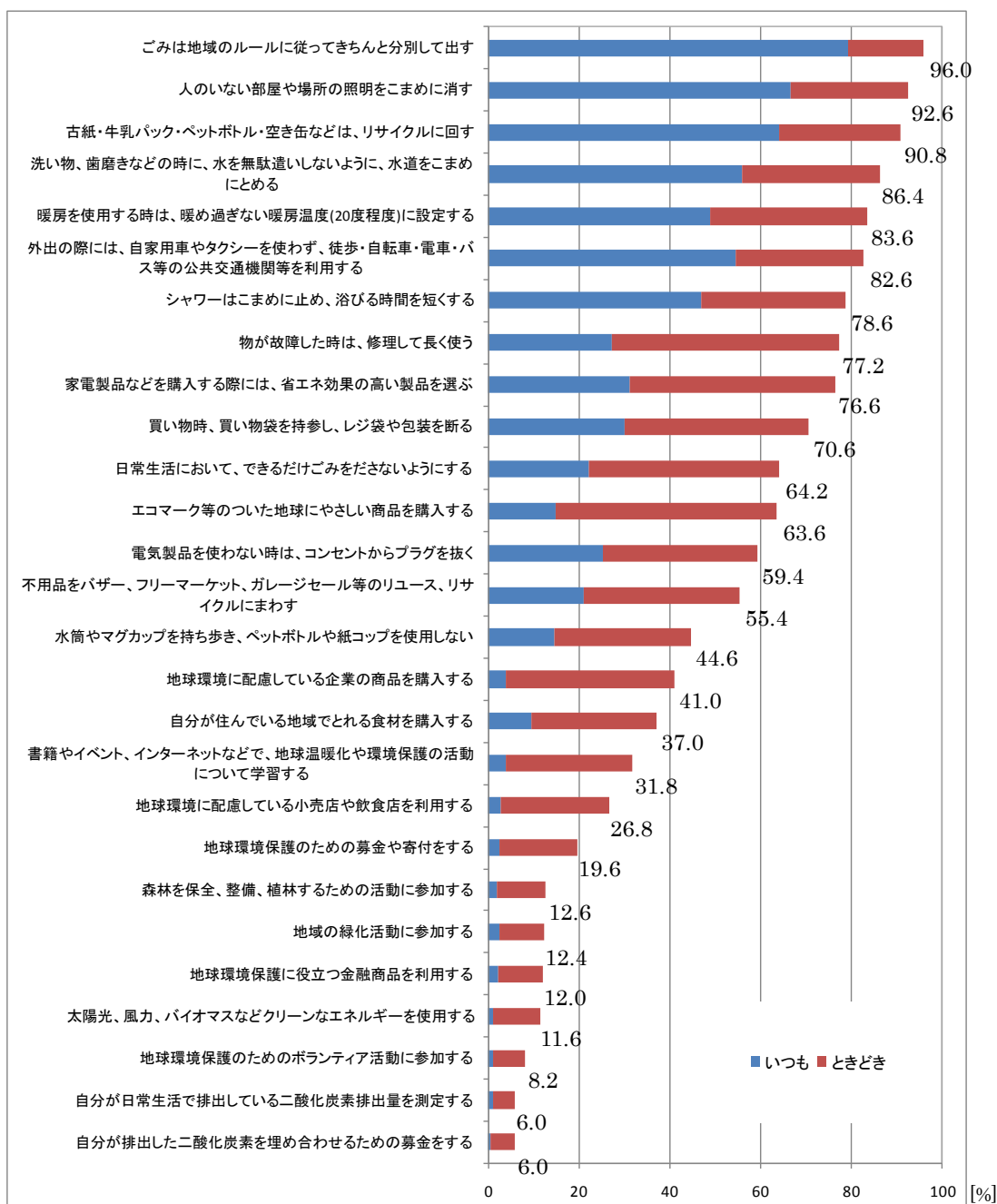


図 1.5 日本人の各環境配慮行動の実践度

図 1.5 より，“照明をこまめに消す”・“暖房温度を 20 度程度に設定する”・“レジ袋を断る”といった日常的に実施しやすい行動や，“地域のルールに従ってゴミを分別する”といった規則に従わないと隣人と不仲になるといった環境配慮行動の実践度が高いことがわかる。

以上より，特に日本人に関しては，環境保全に対する貢献の意欲が高いにも関わらず，多くの人々が環境配慮行動を日常的に実践できていないのが現状であることがわかった。また，個々の環境配慮行動の実践度に関しては，日常的に実施しやすい行為や他者の目が気になる行動に関しては実践される傾向があり，一方で，日常生活において実施しにくい行動に関しては実践に移されていない事がわかった。これは，現状の環境配慮行動を促す手段の多くが，環境問題の深刻さを訴える“啓発”が多く，具体的な行動の実践を促す方策が少ない事が要因と考えられる。従って，環境配慮行動の実践は人の自発性に頼るのみとなり，日常的に実施しやすい行為を中心に実践されていると考えられる。このことから「ライフスタイルの変更」を効率的に実施するには，自発的な環境配慮行動の実践に頼るだけではなく，環境配慮行動を思わず実施したくなる社会システムを提案していくことが重要だと考えられる。

1.2 課題解決に向けた取組の概要

前節において，環境配慮行動を思わず実施したくなる社会システムの提案が重要だとわかった。そこで本研究では，“人の行動は，欲求に基づく”という内容理論(詳細は，付録 A 参照)を基に，“欲求”に着目し，環境配慮行動を思わず実施したくなる社会システムの発想・提案を目指す。特に本節では，①環境配慮行動の促進に向けた研究，②欲求の把握を試みている研究，③社会システムの分析・設計に用いる手法について概要を述べる。

① 環境配慮行動の促進に向けた研究^{文 9~11)}

環境配慮行動の促進を目指した研究は，主に社会心理学で扱われている。その研究の多くは，環境配慮行動の目標意図(温暖化対策をしようと思う意欲)と行動意図(行動をしようと思う意欲)に，どんな要素が起因するか，すなわち規定因を調査し，行動に至るまでの意思決定をモデル化している^{文 9)}。図 1.6 と 1.7 に，環境配慮行動に至るまでの 2 種類の意思決定モデルを示す。以下に示す意思決定モデルにおける規定因の決定は，合理的行動理論や計画的行動理論を参照している。

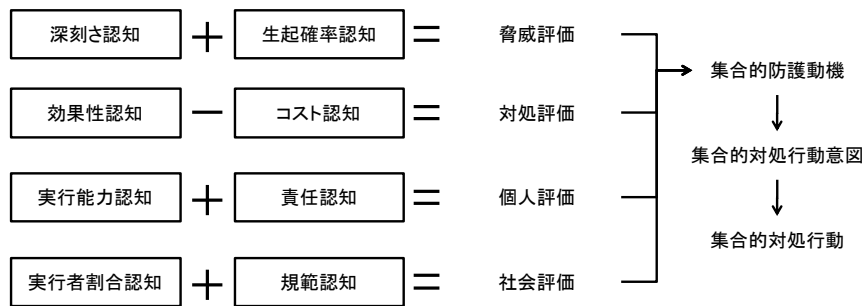


図 1.6 集合的防護モデル

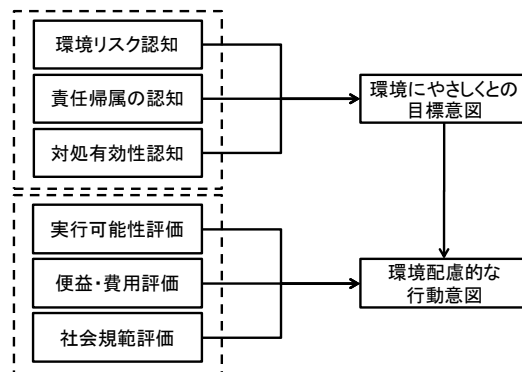


図 1.7 環境配慮行動と規定因の要因連関のモデル

このように、目標意図や行動意図に関係する規定因を明確にすることで、環境配慮行動の実践に向け“何を実施することが有効か”を判断することを容易にする。しかし、これらの一連の研究では、“環境配慮行動をしたいと思わせ環境配慮行動の実践に移させる”という、すなわち“内発的動機づけ”に着目されているといえる。人を行動に結びつけるため、欲求を刺激する“動機づける方法”を効果的に実践するには、人の欲求を把握することが有効である。しかし、社会心理学においては、欲求を把握し、その欲求に有効な動機づけ方法(意思決定モデル)を検討するといったアプローチではなく、既存のモデルを応用発展させ、その効果を検証する事例が多いことがわかった。またこの分野では、個人の意思決定にのみ着目されており、社会全体の設計方法は議論されていない。

② 欲求の把握を試みている研究^{文 12~15)}

欲求研究は、“人間の行動が欲求に基づく”という考えに端を発し、欲求を把握することで人の行動を説明するという目的のため始まった。この人の欲求の把握は、H. A. マアレーが欲求リストを作った事に始まる。マアレーは、①人間がなんらかの欲求をもつこと、②人間行動は欲求を満足させようとするプロセスとして説明できることを仮定した。そして、人間が持っていると考えられる多くの欲求を仮定し、TAT (Thematic Apperception Test: 課題統覚検査)という方法を用いて、人間がもつ欲求を把握することを試みた。そして、得られた結果を、初めて「欲求リスト」としてまとめた(詳細は、2章・付録A参照)。

マアレーが欲求をリスト化したのに対し、A. H. マズローは、マアレーの欲求リストから欲求間の関係を考察し欲求階層説を構築した。欲求階層説では、5つの欲求(生理的欲求、安全の欲求、所属と愛の欲求、自尊・承認の欲求、自己実現の欲求)を仮定し、低次欲求から高次欲求へ1つずつ段階的に移行していくと仮定した(詳細は、2章・付録A参照)。

このように、人の行動の要因である欲求の研究では、人を行動に結びつけるための社会システムを設計等の議論はされておらず、“欲求”そのものの把握や欲求間の関係性の明確化に主眼がおかれている。

③ 社会システムの分析・設計に用いる手法^{文16~18)}

社会システムの分析・設計に用いる手法として、CVCA (Customer Value Chain Analysis ; 顧客価値連鎖分析)がある(詳細は、3章参照)。CVCAは、①既存の製品やサービスに関わるステークホルダーを洗い出し、ステークホルダー間の金・商品・サービス・情報のやり取りの可視化と、②新しい社会システムを設計する手法である。このようにCVCAは、ステークホルダー間のやり取りを可視化することで、各ステークホルダーが何を求めるのか、すなわちステークホルダーにとっての価値を明確にする事ができる。その他にも、CVCAを用いて社会システムを可視化することは、グループワークにおける作業での情報を共有できるといった効用がある。しかし、CVCAは、金・商品・サービス・情報のやり取りは明確化できるが、新たなシステムを設計する際に、ステークホルダーがそのシステムに参加する理由、すなわちステークホルダーの充足できる欲求が何であるかまで言及できていない。これは、ステークホルダー間のやり取りは可視化できても、社会システムに参加するステークホルダーが皆“Win”であるかどうかの判断ができないことを意味する。新しい社会システムを設計し、効果的にステークホルダーを巻き込むためには、各ステークホルダーが得られる物質的な価値やサービスだけでなく、満たせる欲求を明確にする必要がある。

1.3 目的

上述のように、深刻化する環境問題に対し、環境配慮行動の実践がその解決に向けて重要な1要素となる。しかし現状では、特に日本人は環境保全への貢献の意欲は高いが、環境配慮行動の実践は人の自発性に頼るため、日常的に実施しやすい行動(ex.こまめに照明を消す)”を除き、多くの人が実践できていないことがわかった。以上より、環境問題の深刻さを訴える“啓発”だけではなく、人が思わず環境配慮行動を実践したくなる社会システムを発想・提案することが重要といえる。

ここで、人の行動の促進には、“行動は欲求に基づく”という考えによると、欲求の把握が重要といえる。しかし、現状の環境配慮行動の促進を目指した研究は、“欲求”という視点で議論がされておらず、さらに社会全体の設計まで発展していない。また“欲求”の把

握を試みた研究では、“欲求”を行動促進に向けたシステムの設計に活かしていない。一方で、社会システムの分析・設計に用いる手法である CVCA は、各ステークホルダーが充足できる欲求までは言及されておらず、新しい社会システムを設計した際にステークホルダーが参加したい(行動してもよい)と思うシステムが設計できたかどうかの判断ができない。

以上を踏まえると、環境配慮行動を促進する社会システムの発想・設計には、まず全てのステークホルダーが参加したい(行動してもよい)と思うシステムが設計できたかどうかの判断ができる手法が必要となる。そこで本研究では、まず CVCA を発展させた社会システムにおけるステークホルダーが充足する欲求を把握できる欲求連鎖分析(WCA: Wants Chain Analysis)を開発する。次に、WCA を用いた設計手法の確立に向け、WCA を用いて、ソーシャルビジネスの成功事例を分析する。この結果を基に、成功するソーシャルビジネスにおける共通した条件を見出し、その条件を用いた WCA を用いた社会システムの設計手法を確立する。最後に、得られた設計手法を用いて、環境配慮行動を促進する社会システムを発想・提案することを目的とする。

2 章

欲求連鎖分析の開発

本章では、人の行動を促進する仕組みを提案するツールとして、社会システムを分析する“欲求連鎖分析(WCA : Want Chain Analysis)”を開発する。欲求連鎖分析の開発にあたり、まず 2.1 節において、人間の持つ“欲求”を調査・分析した。次に 2.2 節において、欲求を行動に結びつける方法である“動機づける方法(モチベートする方法)”を調査・分析した。2.1 節および 2.2 節で得られた知見を活かし、2.3 節において欲求連鎖分析を提案する。

2.1 欲求の調査・分析

本節では、人の行動を引き起こす要因とされる欲求(詳細は、付録 A 参照)の新たな分類方法を提案する。提案に向け、まず 2.1.1 項において、先行研究及び発想法を用いて欲求を抽出する。次に 2.1.2 項において抽出した欲求の分析を行い、2.1.3 項において新たな欲求の構造の提案をする。最後に 2.1.4 項において、本節の考察を記載する。

2.1.1 欲求の洗い出し

欲求の洗い出しは、欲求を網羅的に抽出するため、先行研究および発想法(ブレインストーミング)を用いて実施した。ここで本研究において定義する欲求とは、「生活体に生理的・心理的な欠乏や不足が生じたとき、それを満たすための行動を起こそうとする気持ち」^{文19)}とする。

(1) 先行研究調査に基づく洗い出し

本節では、選考研究調査に基づいた欲求の抽出結果を記す。先行研究調査では、内容理論(詳細は、付録 A を参照)の著名な研究者のうち、欲求のリスト化を行った H. A. マアレー・斉藤勇、さらに欲求の階層説で有名な A. H. マズローの研究を調査した。

① H. A. マアレー

マアレーは、初めて欲求のリスト化を行った研究者である。マアレーは、①人間がなんらかの欲求をもつこと、②人間行動は欲求を満足させようとするプロセスとして説明できることを仮定した^{文12)}。そして、人間が持っていると考えられる多くの欲求を仮定し、TAT (Thematic Apperception Test:課題統覚検査^{文20)}を用いて欲求を抽出し、抽出結果を「欲求リスト」としてまとめた(表 2.1)^{文12)}。(詳細は、付録 A を参照)

表 2.1 マアレーの欲求のリスト

欲求名	意味	
1.生理的欲求のリスト		
A. 欠乏から 摂取に導く欲 求	(1) 吸気欲求	酸素を求めること
	(2) 飲水欲求	水を求めること
	(3) 食物欲求	食べ物を求めること
	(4) 官性欲求	感性的印象を求め、楽しむこと
B. 膨張から 排泄に導く欲 求	(1) 性的欲求	性的関係を形成し、促進すること 性交すること
	(2) 授乳欲求	乳児への授乳を求めること
	(3) 呼気欲求	空気を吐くことを求めること
	(4) 排尿排便欲求	尿や便をの排せつを求めること

欲求名		意味
C. 障害から回避に導く欲求	(1) 毒性回避欲求	有毒な刺激を回避し、それから逃れること
	(2) 暑熱・寒冷回避欲求	一様な体温を維持しようとする
	(3) 傷害回避欲求	苦痛, 身体的傷害, 病気, 死を避けること
2. 社会的欲求のリスト		
A. 主として無生物に関係した欲求	(1) 獲得欲求	財産やいろいろなものを手に入れること 物をつかみ, ひったくり, 盗むこと かけ引きをし, かけ事をする 金銭や品物のために働くこと
	(2) 保存欲求	収集し, 修繕し, 清潔にしまっておくこと 損傷ないように保護すること
	(3) 秩序欲求	物をならべ, 組織し, 片付けること きちんときれいさっぱりしていること こまかいところまで正確であること
	(4) 保持欲求	物をいつまでも持っていたがること 与えたり, 貸したりしながらないこと 貯蔵すること 儉約で経済的でケチであること
	(5) 構成欲求	物を組み立て, 建設すること
B. 野心や権力に関係した欲求	(1) 優越欲求	事物, 人々, 観念を支配すること 是認と高い社会的地位をうるため努力すること
	(2) 達成欲求	障害を克服すること 権力を行使すること 何か難しいことをできるだけうまく, できるだけ早く成し遂げようと努めること
	(3) 承認欲求	賞賛と推奨をおこさせること 尊敬を要求すること 自分の業績を自慢し, 誇示すること 卓越, 社会的名声, 名誉, 高い官職を求めること
	(4) 顕示欲求	自分の人格に注意をひきよせること 他人を刺激し, 面白がらせ, 躍動し, ショックを与え, ぞっとさせること 自己を激化すること
C. 地位防御に関係した欲求	(1) 不可侵欲求	自尊心を気づけけないようにし, 「いい子」になっていようとし, 批判から免れようとし, 心理的に他人とある「距離」を保っておこうとすること
	(2) 屈辱回避欲求	失敗, 恥辱, 嘲笑を避けること 自分の力以上のことをしようとしないうこと 外観のまずいところを隠すこと
	(3) 防衛欲求	非難や軽視に対し自己を守ること 自己の行為を正当化すること 自分の罪を軽くするため言い訳したり, 説明や弁解を申し立てること 「調べられる」のを拒むこと
	(4) 中和欲求	再努力によって失敗を征服し, 埋め合わせる 再び行為を続行して, 屈辱をぬぐい去る 弱さを克服し, 恐怖を抑圧する 行為によって, 不名誉を消す 傷害や困難を求めて克服する 自尊心と誇りを高く維持する

欲求名		意味
D. 力の行使 に関係した欲求	(1) 支配欲求	他人に影響を与えたり、支配したりすること 説得し、禁止し、指図すること 先導し、指揮すること 拘束すること グループの行動をまとめること
	(2) 服従(恭順)欲求	優秀なものを賞賛し、すすんで従うこと 指導者に協力すること 喜んで仕えること
	(3) 同化欲求	感情移入すること 模倣したり、見習ったりすること 自分を他人と同一視すること 同意し、信じること
	(4) 自律欲求	影響、強制に対して抵抗すること 権威に挑み、自由の新天地を求めること 独立しようとする
	(5) 対立欲求	他人と違った風に行動すること 独特であろうとすること 反対側にまわること 慣例を破るような見解をとること
	(6) 攻撃欲求	ある対象を襲撃したり、傷つけること 人を殺すこと 人を軽視し、害し、非難し、告発し、意地悪く嘲笑すること 厳しく罰すること
	(7) 屈従欲求	降伏すること 他人のいいなりに罰を受け入れること 謝罪し、告白し、罪滅ぼしをすること 自己卑下
E. 禁止に関係した欲求	(1) 非難回避欲求	反社会的衝動、社会的慣習を破りたい衝動を起こさないようにして非難、追放、罰を避けること うまく身を処し、法律に従うこと
F. 愛情に関係した欲求	(1) 親和欲求	友情や交際を結ぶこと 他人を歓迎し、結びつき、一緒に住むこと 他人と協力し打ち解けて話すこと 愛すること 集団に加わること
	(2) 排除(拒否)欲求	人を相手にせず、無視し、排すること 超然と無関心な事 差別的な事
	(3) 養護欲求	無力なものを養い、援助し、保護すること 同情を示すこと 子供を「母として世話する」こと
	(4) 救護(依存)欲求	援助、保護、同情を求めること 慈悲をこいねがうこと 愛情をこいねがうこと 愛情をもって養育してくれる両親から離れないこと 依存的であること
遊戯に関係した欲求	遊戯	自らくつろぎを慰めること 気晴らしや娯楽を求めること 興ずること ゲームすること 笑い、冗談を言い、楽しくすること まじめな緊張を避けること
G. 質問応答に関係した欲求	(1) 認知欲求	探求すること 質問すること好奇心を満足させること よく見、聞き、調べること 読書しそして知識を求めること
	(2) 証明欲求	指摘し、論証すること 事実を述べること 情報を与え、説明一解釈し、他人を説くこと

② 齊藤勇^{文 21~23)}

H.A.マアレー以降、心理学研究において欲求全体の分類や図式化の研究は見られず、個別の欲求に関する研究が行われてきた。齊藤勇は、マアレーの心理発生的欲求に独自に新たな多数の欲求を加え、質問紙調査法により欲求の抽出を試みた^{文 21)}。そして、59個の欲求を抽出した^{文 22)}。この結果を表 2.2 に示す。

表 2.2 齊藤勇の欲求リスト

欲求名	意味
1 自尊	友人や同僚との競争には負けたくない
2 競争	競争によって良いものができる。常に競争していきたい
3 優越	争ってでも、ライバルには勝ちたい
4 攻撃	殴らないとわからないことがある。そんなときは殴りたい
5 反発	やられたらやり返したい
6 流行	新しいものが好きなので、流行の先端のものを手にいれたい
7 自己顕示	注目を集め、みんなの評判になりたい
8 指導	リーダーシップを発揮し、集団をまとめ、強化したい
9 名誉	社会的に名誉のある地位につきたい
10 支配	人に命令し、指示しながら仕事をしたい
11 権力	社会で活躍できるような地位と権力をもちたい
12 愛情	愛する人のために頑張り、一生を共にしたい
13 恋愛	好きな異性の望みをかなえてあげ、その人から好かれたい
14 愉楽	みんなと一緒にワーツと騒ぎたい
15 自由	私は拘束されるのが嫌なので、自分の自由な生活をしていきたい
16 自己表現	自分の個性をはっきりとアピールしたい
17 不満解消	日頃のストレス解消のため、思い切り気分転換したい
18 達成	目標を決めて仕事や勉強を始めたら、困難があっても克服して頑張り続けたい
19 内罰	事がうまくいかなかったとき、自分に悪い点はないか反省したい
20 自己成長	あらゆる機会を利用して自己を充実、成長させたい
21 持続	初志は貫徹し、根気よく続けていきたい
22 自己実現	人生計画をしっかりとて、日々努力したい
23 知識	勉強すると知識が増え、楽しいので、多くのことを学びたい
24 自己主張	自分が正しいと思ったことは、遠慮なく、腹藏なく主張したい
25 批判	人が悪いことをしたときは、悪いとはっきりと指摘し、正させたい
26 趣味	自分の生きがいとして、一生趣味を持ち続けたい

27 感性	丘の上で空の雲を眺めていたい
28 理解	物事の因果関係は科学的、合理的に考えていきたい
29 他者認知	殺人事件や誘拐事件について詳しく内容や動機を知りたい
30 好奇	海外旅行をし、今まで知らなかったことを知りたい
31 秩序	社会的規範を守り、しっかりした生活をしていきたい
32 援助	弱い人や困っている人の面倒をみたり、世話をしてあげたい
33 集団貢献	所属している集団のために全力をつくしたい
34 社会貢献	住みよい社会を作るために貢献したい
35 教授	自分の得意なことを先生として若者に教えたい
36 自己認知	性格テストをやって、自分がどんな性格であるかを知りたい
37 承認	できるだけ多くの人から好かれたい
38 自己開示	自分のことを親しい人にたくさん話したい
39 屈辱回避	人前で笑われるようなことはできるだけ回避したい
40 同調	仲間と一緒に同じことをしたい
41 嫌悪回避	人前で笑われるようなことはできるだけしたくない
42 批判回避	上の人から怒られるようなことは、さげたい
43 服従	上の人への指示、命令には黙って従い、その通りに行動していきたい
44 優位	友人には優越感のもてるような自分より下の人を選びたい
45 譲歩	私は争うのが嫌いなので、争うなら譲りたい
46 安心	失敗しそうで、心配なことは避け、安心な方を選びたい
47 気楽	無理せず、あせらず、ゆうゆうとした人生を送りたい
48 挑戦	人生はカケなので、危険を覚悟で行動したい
49 安全	身に危険が生じるような恐ろしい国に行くのは避けたい
50 拒否	私は好き嫌いがはっきりしているので、嫌いな人とはつきあわないようにしたい
51 金銭	どんな活動をするにも経済力が必要なので、お金を確保したい
52 生活安定	日常生活が困窮しているので、早く安定した生活がしたい
53 依存	心配なことがあるときは、誰かに助けてもらいたい
54 親和	友達と一緒に旅行したり話をしたりしながら、楽しい時を過ごしたい
55 協力	仕事や活動はみんなで分担し、協力しあってやりたい
56 孤立	できるだけ一人でいたい
57 恭順	信頼できる指導者に従い、忠実な活動をしていきたい
58 自己規制	欲念を抑えて、真面目で誠実な生活をしていきたい
59 迷惑回避	できるだけ人に迷惑をかけないようにしたい

③ A. H. マズロー^{文 13~15)}

マアレーの欲求リストから欲求間の関係を考察し、モチベーション理論を構築したのがマズローである。マズローは、欲求を5つに分類し、その5つは優勢度をもつ階層すなわち欲求の階層説を仮定している。(詳細は、付録Aを参照)また、マズローは欲求のリストを作る事は理論的に健全ではないとし、欲求のリストとしてまとめるのではなく、7つの欲求を基本的欲求(表2.3)として挙げるに留まっている^{文 13)}。

表 2.3 マズローの7つの基本的欲求

欲求	意味
生理的欲求	生理的動機に基づく欲
安全の欲求	安全(医療・鹿・失業・障害・老齢も含む)、安定、依存、保護、恐怖・不安・混乱からの自由、構造・秩序・法・制限を求める、保護の強固さを求めること
所属と愛の欲求	所属する集団や家族における位置の確保すること
自尊・承認の欲求	強さ、達成、適切さ、熟達と能力、自信、独立、自由を得ること 評判、信望、地位、名声、栄光、優越、承認、注意、重視、威信、評価を得ること
自己実現の欲求	全体性、完全性、完成、正義、躍動、富裕、単純、美、善、独自性、無礙、遊興、真実・正直・現実、自己充足を達成すること
知ること・理解することの欲求	好奇心を満足させる、知る、理解すること
審美的欲求	鑑賞、熟考、瞑想をすること

(2) 発想法に基づく洗い出し

本研究では、発想法の中でも特にブレインストーミング(詳細は、付録B参照)を用いて、欲求の抽出を行った。本節では、欲求の洗い出し方法と結果を記す。

① 欲求の洗い出し

ブレインストーミングを用いた欲求の抽出は、「行動をなぜなぜ分析(理由分析)することで抽出可能」という考えのもとに^{文 24)}、下記の手順で、7名の被験者を集め、90分間で実施した。ここで、行動をなぜなぜ分析で得られた結果が欲求に対応する。

- a. 属性調査
- b. 内容理論の説明
- c. 行動の理由分析
- d. ポストイットへの記入
- e. ブレインストーミングの実施

被験者には、まず a.属性を記入してもらった後、b.内容理論の説明を行った。その後、各自で c.行動の理由をなぜなぜ分析を用いて分析してもらった。(図 2.1 参照)理由分析の対象とした行動は、“最近新たにはじめたこと、もしくは、レジャーや遊びに行ったこと”、“誰かに何かをしてあげたこと”、“誰かから何かをしてもらったこと”の3つのテーマに該当する行為とした。その後、行動とその行動に至った理由(欲求)を d.ポストイットへ記入してもらい、各自の分析結果を参加者で共有した。最後に、e.ブレインストーミングにより、「他者の行動に対し、自分ならこの理由で行動する」という発想を膨らませ、欲求を抽出した。(図 2.2 参照)

ブレインストーミングを実施する際に使用したアンケートシートは、付録 B に記す。



図 2.1 なぜなぜ分析中の様子



図 2.2 ブレインストーミング中の様子

② 欲求の洗い出し結果

前節に記した欲求の洗い出し方法を用いて得られた欲求の結果を記す。

a. ブレインストーミングへの参加者の属性

ブレインストーミングへ参加した 7名の被験者の属性を表 2.4 に記す。

表 2.4 ブレスト参加者の属性

	性別	年齢	職業	結婚
1	女	20代	学生	未婚
2	女	20代	会社員	未婚
3	男	20代	大学研究員	未婚
4	男	20代	会社員	未婚
5	男	30代	会社員	既婚
6	男	30代	会社員	未婚
7	女	50代	主婦	既婚

表 2.4 に示すように、男女混同・様々なバックグラウンドを持つ職業の 20代～50代まで 7名を集め、実施した。

b. ブレインストーミングを用いた欲求の洗い出し結果

前節に記した 7 名の被験者で実施した、ブレインストーミングを用いた欲求の洗い出し結果を表 2.5～2.7 に記す。表 2.5 は、行動のテーマを“最近新たにはじめたこと、もしくは、レジャーや遊びに行ったこと”とした理由分析の結果を示す。表 2.6 は、行動のテーマを“誰かに何かをしてあげたこと”とした理由分析の結果を示す。表 2.7 は、行動のテーマを“誰かから何かをしてもらったこと”とした理由分析の結果を示す。

表 2.5 なぜなぜ分析の結果

行動のテーマ：最近新たにはじめたこと、もしくは、レジャーや遊びに行ったこと

行動	欲求(理由)
ライブに行くようになった	深く知りたい
	一体感を味わいたい
	現実を忘れたい
料理をレンジでする	おいしく食べたい
	他者から認められたい
	豊かに暮らしたい
会社の清掃ボランティアに参加する	子供と共感したい
	社会に貢献したい
	自分の存在意義を感じたい
山登りにいった	自然に触れ、リラックスしたい
	現実から逃れたい
	一体感を味わいたい
	運動したい
	知らないところを知りたい
早起きする事	達成感を味わいたい
	親に感謝したい
サイクリングに行った	充実した人生を送りたい
	趣味の時間がほしい
歯の治療をしたい	健康を維持したい
	生きたい
	面倒を避けたい
ジェットコースターに乗った	好かれたい
	スリルを味わいたい
	どれだけ怖いか知りたい
	開放感を味わいたい

表 2.6 なぜなぜ分析の結果

行動のテーマ：誰かに何かをしてあげたこと

行動	欲求(理由)
修士の研究指導	楽しみたい
	新たな知識を増やしたい
	感謝されたい
	他人の考えを知りたい
	その人を安心させたい
両親に東京案内	自分を知ってほしい
	時間を大切に使いたい
	安心してほしい
留学生に日本語を教えた	お金がほしい
	自分がやさしいと認めてほしい
	海外の情報を知りたい
会社の他チームが行えない 業務を肩代わりした	感謝されたい
	業務の幅を広げ、知識を増やしたい
	つながりを強くしたい
	自分の力を使いたい
ピアノを貸した	代わりに誰かにやってもらいたい
	自分の存在を認識したい
	所属したい
	役に立ちたい
同僚の仕事を手伝った	困っている人を助けたい
	趣味に時間をかけたい

表 2.7 なぜなぜ分析の結果

行動のテーマ：誰かから何かをしてもらったこと

行動	欲求(理由)
研究のメンバーに誘ってもらう	必要とされたい
	面白がってもらいたい
母に ALPS に来てもらう	安心したい
	健康でいてほしい
	他者から認められたい
	達成感がほしい
妻に子供の面倒をみてもらう	思いを共有したい
妻に子供の面倒をみてもらう	安心したい
担当教授にテーマ発表資料を添削してもらう	完璧でありたい
言い訳をした	許してほしい
	解放されたい
	甘えたい
	自分の身を守りたい
先輩に夕食をおごってもらった	節約したい
	職場の文化にあわせたい
	認められたい
子供のために食事を用意する	皆で食事を楽しみたい
	子供を喜ばせたい
	子供の健康を守りたい
	子供を静かにさせ、自分の時間を確保したい
	義務を果たし、仕事をこなしている事を認めてもらいたい

2.1.2 欲求の洗い出し結果の考察

(1) 欲求の対応付け

前項において、先行研究調査より 104 個の欲求(マアレーの研究から 38 個、斉藤勇の研究から 59 個、マズローの研究から 7 個)を、また発想法を用いた調査から 33 個の欲求を洗い出した。合計で 137 個の欲求について、それぞれの意味を考慮し、対応付けを行った結果を表 2.8 に示す。このように、欲求の対応付けを行うことで、先行研究調査および発想法を用いた調査から洗い出された欲求は、マズローがあげた 7 つの基本的欲求で網羅できることがわかった。

表 2.8 欲求の対応付けの結果

A. H. マズロー	H. A. マアレー	斉藤勇	ブレインストーミング結果
知りたい・ 理解したい欲求	G.1 認知(理解)	28 理解	知りたい
		29 他者認知	
		23 知識	
		30 好奇	
		36 自己認知	
審美的欲求		35 教授	
		26 趣味	現実を忘れたたい
		27 感性	リラックスしたい
生理的欲求	A.1 呼気		生きたい
	A.2 飲水		
	A.3 食物		
	A.4 感性		
	B.1 性		
	B.2 授乳		
	B.3 呼気		
	B.4 排尿排便		

A. H. マズロー	H. A. マアレー	齊藤勇	ブレインストーミング結果		
安全と安定の欲求	C.1 毒性回避		健康を維持したい		
	C.2 暑熱・寒冷回避				
	C.3 傷害回避	49 安全			
			51 金銭	お金がほしい	
				節約したい	
	E.1 非難回避	52 生活安定		豊かでありたい	
			53 依存		
	D.7 屈従	43 服従			
	D.2 恭順	57 恭順			
	F.4 救護				
			32 援助	助けたい	
	F.3 養護				健康でいてほしい
					喜ばせたい
			安心させたい		
		33 集団貢献	役に立ちたい		
		34 社会貢献	社会に貢献したい		
所属と愛の欲求	F.1 親和	12 愛情			
		13 恋愛	好かれない		
		54 親和			
		55 協力	一体感を味わいたい		
		58 迷惑回避	自分の身を守りたい		
	C.3 防衛	42 批判回避			
			6 流行		
			41 嫌悪回避		
			甘えたい		

A. H. マズロー	H. A. マアレー	齊藤勇	ブレインストーミング結果
承認・自尊の欲求	D.4 自律	15 自由	解放されたい
		56 孤立	
	F.2 排除(拒否)	50 拒否	
	C.1 不可侵		
	D.5 対立		
	D.6 攻撃	4 攻撃	
		5 反発	
		45 譲歩	
	C.2 屈辱回避	39 屈辱回避	
	D.3 同化	40 同調	
		58 自己規制	
	G.2 証明	24 自己主張	
	D.1 支配		8 指導
		25 批判	
		10 支配	
	B.1 優越	3 優越	
	B.4 顕示	7 自己顕示	
		16 自己表現	
		38 自己開示	
	B.3 承認	11 権力	
		37 承認	感謝されたい
			許されたい
			他者から認められたい
	1 自尊		
	9 名誉		
	44 優位		
	48 挑戦		
B.2 達成	2 競争		

A. H. マズロー	H. A. マアレー	齊藤勇	ブレインストーミング結果	
自己実現欲求	B.2 達成	2 競争		
		18 達成	達成感を味わいたい	
		20 自己成長		
	C.4 中和			
		19 内罰		
		21 持続		
		22 自己実現		充実した人生を送りたい
				完璧でありたい
	遊戯	14 愉楽		楽しみたい
				スリルを味わいたい
		17 不満解消		開放感を味わいたい
		46 安心		安心したい
		47 気楽		
	A.1 獲得			
	A.2 保存			
	A.3 秩序	31 秩序		
	A.4 保持			
	A.5 構成			
				楽したい
				時間を大切にしたい
				許されたい
				感謝されたい
				誰かにやってもらいたい

(2) 欲求を構成する要素

前節において抽出された、139種類の欲求について、その意味を詳細に分析した結果、個々の欲求は、以下の3つの要素から構成されていることがわかった。

- ① 欲求を実現する人物
- ② 欲求の対象となる物や人物
- ③ 欲求を持つ主体が望む理想の状態

本研究では、それぞれの要素を、①を「動作主」、②を「対象」、③を「理想状態」と呼び扱うこととする。

ここで、代表的なマズローの5つの欲求に関して、3つの要素に分解した結果を表2.9に示す。

表 2.9 マズローの5つの欲求に関する3要素

欲求の名称	欲求を構成する3要素		
	動作主	対象	理想状態
生理的欲求	自分が	自分の	食欲を満たしたい
安全の欲求	自分が	自分の	安全を確保したい
所属の欲求	自分が	自分を	あの団体に所属できるようにしたい
承認の欲求	自分が	自分を	認められるようになりたい
自己実現の欲求	自分が	自分を	成長できるようにしたい

このように、先行研究から抽出できた欲求を、3要素に分解し分析すると、動作主・対象は“自分”であることが多く、理想状態の洗い出しに着目されていたことがわかる。次に、発想法を用いて洗い出した欲求の一部を3要素で分解した結果を表2.10に示す。

表 2.10 欲求の3要素の分解結果

欲求の名称	欲求を構成する3要素		
	動作主	対象	理想状態
豊かでありたい	自分が	自分を	豊かでいれるようにしたい
一体感を味わいたい	自分が	自分を	一体感を味わえるようにしたい
健康でいてほしい	自分が	子供を	健康で入れるようにしたい
安心させたい	自分が	家族を	安心させたい
誰かにやってもらいたい	誰かが	自分を	手伝ってほしい

このように、発想法を用いて抽出した欲求を、3要素に分解してみると動作主・対象は必ずしも“自分”であるわけではないことがわかった。

2.1.3 新たな欲求の分類方法の提案

前節における，先行研究や発想法を用いた欲求の調査結果の分析から，

- ① マズローの7つの基本的欲求が，今回抽出された欲求を網羅できていること
- ② 今までの欲求研究は，理想状態の抽出に着目されており，動作主・対象は議論されてきていなかったこと

がわかった．そこで本研究では，今まで着目されてきていなかった，“動作主”・“対象”を含めた新たな欲求の構造(分類方法)を提案する．欲求を網羅的に把握するため，動作主と対象については，MECE (Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive; ミーシー，ミッシー)^{文25)}という考えを取り入れ，区切ることとした．ここで，MECE とは「相互に排他的で，網羅的」という「モレがなく，ダブリがない」という意味である．

MECE の考えを適用し，動作主・対象を以下に示すように区切った．

- 動作主：自分 / 他者
- 対象：自分 / 他者

ここで，対象の“他者”は，自分が所属する社会も含める意味で用いる．また，今回抽出できた欲求は，マズローの7つの基本的欲求が網羅できていたため，上記の動作主・対象の考えを導入し，図2.3に示す新たな欲求の分類方法を提案する．

		対象	
		自己(利己)	他者(利他)
動作主	自己(自力)	生理 安全 所属と愛 承認自尊 自己実現 審美 認知理解 私が，私を私の望む状態にしたい	生理 安全 所属と愛 承認自尊 自己実現 審美 認知理解 私が，他者を私の望む状態にしたい
	他者(他力)	生理 安全 所属と愛 承認自尊 自己実現 審美 認知理解 他者が，私を私の望む状態にしてほしい	生理 安全 所属と愛 承認自尊 自己実現 審美 認知理解 他者が，他者を私の望む状態にしてほしい

図 2.3 新たな欲求の分類方法

本研究で提案する分類方法は，まず動作主と対象を，図2.3に示すように自己もしくは他者で分類し，さらに各枠の中の“望む状態”に関して，マズローの7つの基本的欲求の理想状態で分類する方法である．このように分類することは，今まで着目されてこなかった，欲求を実現する“動作主”および欲求の対象となる物や人物である“対象”の把握を容易

とする。このように、MECE の考えを導入したとで、今まで把握されてこなかった、対象も動作主も“他者”となる欲求の把握もできるようになった。また、図 2.4 に、特に生理的欲求の中でも“空腹を満たす”欲求の例を示す。



図 2.4 生理的欲求の例

このように、本研究で提案した欲求の分類方法を用いることで、“空腹を満たしたい”という欲求も、4つの見方ができることがわかる。

ここで、図 2.3 において、“利己”および“利他”という表現を用いているが、本研究ではそれぞれの用語を、

- ・利己：商品・サービス等を自己が得る
- ・利他：商品・サービス等を他者が得る

と、定義している。

2.1.4 2.1 節の考察

(1) 欲求がもつ対立概念

先行研究調査や発想法を用いた欲求の抽出から得られた欲求を考察した際、欲求の理想状態には、以下のような対立概念が存在することがわかった。

- 安定 / 変化
- 受動 / 能動
- 対人関係 / 対人関係外

本研究では、図 2.3 に示すように、理想状態をマズローの 7 つの基本的欲求で区切る欲求の構造を用いる。しかし、用途に応じて、上記の対立概念を構造に組み込み、分類方法を変更することも可能である。

(2) 欲求リストのマッピング

先行研究調査(マアレー・斉藤勇)及び発想法を用いて抽出した欲求を、前節で提案した新しい欲求の構造にマッピングした。その結果を図 2.5～2.8 に示す。なお、図 2.5～2.8 に示す分類の図は、図 2.3 の縦軸と横軸を入れ替えて示している。

a. マアレーの欲求リストのマッピング

マアレーが抽出した、38 個の欲求を本研究で提案する新たな欲求の構造にマッピングした結果を図 2.5 に示す。

			動作主	
			自己	他者
対象	自己	生理	A1 呼吸 A3 食物 B1 性 B3 呼吸 B4 排尿排便	A2 飲水 A4 感性 B2 授乳
		安全	C1 毒性回避 C2 暑熱・寒冷回避 C3 傷害回避 E1 非難回避	D2 恭順 D7 屈従 F4 救護
		所属と愛	F1 親和 D4 自律 C1 不可侵 C2 屈辱回避 D3 同化 B1 優越 B3 承認	C3 防衛 F2 排除 D5 対立 G2 証明 B2 達成 B4 顕示
		承認・自尊	B2 達成 F' 遊戯 A2 保存 A4 保持	C4 中和 A1 獲得 A3 秩序 A5 構成
		自己実現	G1 認知	
		認知・理解 審美		
	他者	生理		
		安全	F3 養護	
		所属と愛		
		承認・自尊	D1 支配 D6 攻撃	
		自己実現		
		認知・理解 審美		

図 2.5 マアレーの欲求のマッピング結果

図 2.5 より、マアレーの欲求は、動作主・対象が共に“自分”に集中していることがわかる。また、動作主・対象が共に“他者”となる欲求は抽出できていないこともわかる。

b. 齊藤勇の欲求リストのマッピング

齊藤勇が抽出した、59 個の欲求を本研究で提案する新たな欲求の構造にマッピングした結果を図 2.6 に示す。

			動作主	
			自己	他者
対象	自己	生理		
		安全	49 安全 51 金銭 52 生活安定 57 恭順	43 服従 53 依存 57 恭順
		所属と愛	6 流行 12 愛情 13 恋愛 41 嫌悪回避 42 批判回避 54 親和 55 協力 58 迷惑回避	
		承認・自尊	1 自尊 3 優越 4 攻撃 5 反発 7 自己顕示 9 名誉 11 権力 15 自由 16 自己表現 24 自己主張 25 批判 37 承認 38 自己開示 39 屈辱回避 40 同調 44 優位 45 譲歩 48 挑戦 50 拒否 56 孤立 58 自己規制	
		自己実現	2 競争 14 愉楽 17 不満解消 18 達成 19 内罰 20 自己成長 21 持続 22 自己実現 31 秩序 46 安心 47 気楽	
		認知・理解		
		審美	26 趣味 27 感性	
		生理		
		安全	32 援助 33 集団貢献 34 社会貢献	
		所属と愛	12 愛情	
		承認・自尊	8 指導 10 支配	
		自己実現		
		認知・理解	35 教授	
審美				
	他者			

図 2.6 齊藤勇の欲求のマッピング結果

図 2.6 より、齊藤勇の欲求も、マアレーの欲求と同様に、動作主が自分・対象が“自分”の枠に集中していることと、動作主・対象が共に“他者”となる枠に対応する欲求が抽出できていない事がわかる。

c. 発想法から抽出された欲求のマッピング

発想法を用いて抽出された、33 個の欲求を本研究で提案する新たな欲求の構造にマッピングした結果を図 2.7 に示す。

		動作主		
		自己	他者	
対象	自己	生理	生きたい	
		安全	健康を維持したい	
			お金がほしい	
			節約したい	
		所属と愛	豊かでありたい	
			好かれたい	
			一体感を味わいたい	
	承認・自尊	自分の身を守りたい		
		甘えたい		
	自己実現	解放されたい		
		感謝されたい		
		許されたい		
		他者から認められたい		
		達成感を味わいたい		
充実した人生を送りたい				
完璧でありたい				
楽しみたい				
スリルを味わいたい				
開放感を味わいたい				
安心したい				
楽したい				
時間を大切にしたい				
許されたい				
感謝されたい				
認知・理解	知りたい			
	自分自身を認識したい			
審美	現実を忘れたい			
	リラックスしたい			
他者	生理			
	安全	助けたい		
		健康でいてほしい		
		喜ばせたい		
		安心させたい		
	役に立ちたい			
	社会に貢献したい			
所属と愛				
承認・自尊				
自己実現				
認知・理解				
審美				

図 2.7 発想法から得られた欲求のマッピング結果

図 2.7 より、発想法を用いて抽出した欲求も、動作主が自分・対象が自分の枠に集中していることがわかる。

以上の分析結果から、今までの欲求研究では、主として、動作主・対象が自己となる欲求に着目されてきた事がわかった。しかし、本研究では以降の議論において、動作主・対象が共に他者となるものも、“欲求”として扱う。

2.2 動機づける方法の調査・分析

前節において、人の欲求の新たな分類方法を提案した。本節では、人がもつ欲求を行動に結びつける方法である「動機づける方法」もしくは「モチベートする方法」を調査し、欲求との関係を分析する。まず、2.2.1項において、動機づける方法を抽出する。次に2.2.2項において、抽出された動機づける方法を考察する。最後に、2.2.3項において2.2節の考察を記載する。ここで、本研究において用いる「動機づける方法」とは、「人々が欲求を満たそうとし行動に移させる方法」と定義する。

2.2.1 動機づける方法の洗い出し

本項では、動機づける方法の洗い出し結果を記す。動機づける方法は、先行研究と発想法(ブレインストーミング)を用いて洗い出した。

(1) 先行研究に基づく洗い出し

先行研究調査は、慶應義塾大学図書検索システムにおいて、「動機づけ or モチベーション」を検索ワードに設定した際にヒットした主要な4つの研究分野である環境心理学・教育心理学・スポーツ心理学・組織心理学の中から洗い出した。

① 環境心理学^{文10,11,26)}

環境心理学とは、特定の環境(物理的環境や社会的・対人的環境)とそこで行動している人間を互いに影響を及ぼしあう、分けることのできない構成単位と考え、その関係を研究する分野である。環境心理学のテーマは、都市環境・自然環境にはじまり、環境配慮行動まで包含する。特に環境配慮行動を扱う研究においては、行動を促すための決定要因として“動機づける方法”が議論されている。この分野から、16項目の“動機づける方法”が洗い出せた。この結果を表2.11に示す。

表 2.11 環境心理学で議論されている動機づける方法

フィードバックする	自己規範の形成	技術を習得させる	社会的圧力
対処有効性を認知させる	社会規範の形成	報酬	関心を高める
実行可能性評価をさせる	便益を示す	知識を高める	便益を示す
ロールモデルの存在を示す	参加させる	環境リスクを認知させる	罰則

② 教育心理学^{文 27~33)}

教育心理学とは、教育という営みを心理学的側面から研究する分野である。特に教育実践の場においては、従来から生徒の学習意欲を高める重要性が強調されてきた。これは、生徒の学習意欲が低ければ、いくら教師が詰め込み教育をしても、あまり学習成果があがらないが、生徒の学習意欲が高まると、それだけ授業や学習に集中し努力するようになり、やがて学習成果が向上する。このように、教師にとっては、いかに多様な欲求をもつ生徒の学習意欲を引き出し、学習に集中させるかが重要となり“動機づける方法”が議論されている。この分野から、37項目の“動機づける方法”が洗い出せた。この結果を表 2.12 に示す。

表 2.12 教育心理学で議論されている動機づける方法

小刻みな目標を立てる	指し手をさせる	評価する	無力感を与えない
容易な目標から徐々にステップアップさせる	子供同士が良好な人間関係をを感じる機会を作る	学習内容に価値があることを示す	自己決定の機会(課題の選択等)の提供
近接目標を設定する	自己採点させる	行動結果を認知させる	能力がないと思わせない
課題を渡す	声掛け(あなたならできる)	肯定的なフィードバック	おもしろい関係を作る
集中に要する時間を短くする	他者がある行動をして報酬が得るのを観察させる	自分の行動によって結果が変わると思わせる	友達が出来ていることを示す
適度に困難なレベルにする	挑戦機会の提供	行動歴を確認させる	他人の経験を知らせる
既存の知識との差をつける	成功体験をもたせる	競争	賞を与える
適度な量	努力で補えることを教える	協同	金銭
統制する	無視	教師が親密に接する	賞賛
叱責			

③ スポーツ心理学^{文 34~37)}

スポーツ心理学とは、もともと体育指導場面の問題や課題を研究対象としていたため、教育心理学の一領域として捉えられていた。しかし、体育は他の教科と異なり身体活動の学習・指導に関わることから体育心理学として独立し、その後課外活動として扱われる各種のスポーツをも包含するスポーツ心理学に発展した。特に、教育心理学と異なり、「多様な目的・広範囲な年齢」を対象としていることが特徴である。スポーツは、健康な体作りに欠かせないため、一生涯にわたって取り組むことが欠かせない。そのためスポーツ心理学では、スポーツへ意欲を向上させ、スポーツの実践に結びつけるための“動機づける方法”が議論されている。この分野から、29項目の“動機づける方法”が洗い出せた。この結果を表 2.13 に示す。

表 2.13 スポーツ心理学で議論されている動機づける方法

挑戦的な課題の設定	ほめる	競争させる	仲間との交流
課題目標をもたせる	フィードバックの提供	練習を支援する	協調性を高める
自我目標をもたせる	熟達重視の雰囲気を作る	自己理解を助ける	成功体験を積ませる
興味のある学習課題を設定する	チーム目標と個人目標を設定する	うまくできる方法に気付かせる	結果目標ではなく行動目標を設定する
努力の重要性を認識させる	切磋琢磨できる環境を作る	適切な評価を行なう	チーム員一人一人を認める
長期目標とそれに至る短期目標を設定する	集団で行なおうとする雰囲気作り	能力ではなく努力を評価する	スポーツする意義や価値を問い直す
具体的な目標を設定する	指導者との交流	承認する	賞金
出来る喜びを感じさせる			

④ 組織心理学^{文 38~45)}

組織心理学とは、主として心理学の知見を応用することにより、組織と関わりを持っている人々の行動を記述し、理解し、予測することによって、人間と組織の望ましい、そしてあるべき関係の仕方を見出すことを目的とする科学である。この分野では、「人は何のために働くのか」・「仕事に人を駆り立てるものは何か」・「人々を仕事や企業・組織の目標達成に向けて、一生懸命働くように働きかけるためには何をすればよいのか」という視点から“動機づける方法”が議論されている。この議論をするには、働く人々がどのような欲求を持ち、仕事の中で何を考え・感じるかを知る事が、重要であるため、組織心理学では欲求も議論されている。この分野から、86項目の“動機づける方法”が洗い出せた。その結果を表 2.14 に示す。

表 2.14 組織心理学で議論されている動機づける方法

妥当な目標の設定	競争機会を作る	具体的な役割を分担する	研修を充実させる
上司・仲間から認められる機会を作る	名前を取り上げる機会を作る	その道のプロとしてのスキル・マインドを構築する機会を作る	目的に対する判断軸を共有する
理想の対象者をさがす	プロセスを見える化する	自主・自律性を与える	給与
マイルストーンを設定する	賞与	挑戦する機会を作る	昇進の機会
ポータブルスキルを意識させる	仲間との目標共有・連帯感・相互信頼の実感	存在価値を実感できる機会を作る	知的な刺激を受ける機会の設定
仕事の負荷を調整する	上司との人間関係を作る	柔軟な働き方を許容する	福利厚生
人物を重視する評価	重要事項の伝達をする	官僚主義がないこと	職務の安定・保証
仕事(自己実現度)を認める	同僚との人間関係を作る	創造性の発揮機会を作る	雇用を保証する
人と問題を切り離し評価する	部署内のチームワークをよくする	創造性・革新性を重んじる文化を作る	目標自己実現度の確認をさせる
会社全体のチームワークを良くする	関係部署間のチームワークをよくする	自分のものの見方・考え方を押し付けない	担当業務の意味や価値を示す
安全性を与える	賞賛する	採用活動に参加させる	作業環境
改善策と共にフィードバックする	双方向のコミュニケーションの実施	製品・サービスの品質向上を目指す	行動による上位の目的を示す
顧客からの感謝をフィードバックする	敬意と尊厳をもった接し方をする	行動内容を人前で説明する機会を作る	組織への貢献度が得られる仕事を割り振る
上司の専門スキルを高める	理念の浸透	ロールプレイング	仕事間の関わりを示す
経営陣の言行を一致させる	全員に与える	成功体験を聞く機会を作る	監督する
組織としての誇りを再認識させる	仕事に必要な機器をそろえる	失敗体験をしたもので集まる	ミッションやビジョンを明確にする
会社の収益を上げる	意思決定に参加させる	自己開示の機会の設置	叱責
社会的尊敬・業界における注目の獲得	円滑な意思決定ができるようにする	知識や能力を伸ばす機会を作る	仕事に必要な情報をそろえる
称賛と批判のバランスをとる	選択権利を与える	責任感を持たせる	無視
プロセスを見える化する	貢献実感を持たせる	変えられることに目を向けさせる	援助
人事考課を透明にする	個性・希少性を見出す	キャリアパス形成の支援	不満
えこひいきがないこと	自己選択の機会を増やす		

(2) 発想法に基づく洗い出し

本研究では、動機づける方法を発想法の中でも特に、ブレインストーミングを実施することで洗い出した。ブレインストーミングは、テーマを“人を動かす方法”と設定し、表 2.15 に示すメンバーで、計 3 回実施した。

表 2.15 ブレインストーミングの参加者

	実施日	参加人数	世代	性別
1 回目	2010.2.27	15 人	20 代~40 代	男女混同
2 回目	2010.6.23	8 人	20 代・30 代・50 代	男女混同
3 回目	2010.8.9	4 人	20 代・30 代	男女混同

このブレインストーミングから、74 項目の“人を動かす方法”を得られた。その結果を表 2.16 に示す。

表 2.16 発想法から得られた“人を動かす方法”

明確な目標を作る	流行	賞金	命令する
行動のやり方を示す	仲間をつける	恐怖感をもたせる	法律を作る
評価する	連携させる	希少であることをしめす	規則
結果のフィードバックをする	試してもらう	子供に注意させる	威圧感
評価させる	自分の行動を示す	啓発する	締切を作る
リフレッシュさせる	尊敬する人がやっている	説得する	発表させる
コンクールにする	芸能人がやっている	希望を持たせる	周囲の雰囲気
目標を共有する	ダメだししない	腕力	大人はやっている雰囲気
不満を解消する	頼りにする	パワハラ	周りがやっている
仲良くやる	自尊心に訴える	監視	怒る
他者を信頼させる	お願いする	無理やりやらせる	弱みをつかむ
お祭りみたいにする	おだてる	おどす	叱る・怒る
誘う	ちやほやする	リーダーシップ	宣言させる
おねだりする	参加を表明させる	あおる	署名させる
誘惑する	代わりに何かやってもらう	しつこく何度もいう	地位を与える
罰金	嫌がる内容を公表する	夢をもたせる	競争
死んでしまう	物を与えない	興味を持たせる	権利を与える
注意する	恐怖感をもたせる	感動させる	

2.2.2 動機づける方法の洗い出し結果の考察

(1) KJ法に基づく分類結果

前節より、動機づける方法は、先行研究調査から 168 項目(環境心理学からは 16 項目、教育心理学からは 37 項目、スポーツ心理学からは 29 項目、組織心理学からは 86 項目)、発想法から 71 項目抽出できた。合計で 239 項目の動機づける方法を、発想法の中の一つの手法である KJ 法(詳細は、付録 B 参照)を用いて分類した。その結果、大きく 12 個のカテゴリーが得られた。12 個のカテゴリーを表 2.17 に、KJ 法を用いた分類の結果を表 2.18 に示す。

表 2.17 動機づける方法の 12 個のカテゴリー

感動させる	評価する・させる	自尊心に訴える
報酬を与える	興味をそそる	競争する・させる
自己効力感を持たせる	罰則	目標を設定する・させる
一体感を作る	価値を認識させる	支配する

表 2.18 動機づける方法を KJ 法により分類した結果

	組織論	教育心理学	スポーツ心理学	環境心理学	プレスト
目標を設定する	妥当な目標の設定		挑戦的な課題の設定		明確な目標を作る
			課題目標をもたせる		
			自我目標をもたせる		
			興味のある学習課題を設定する		
			結果目標ではなく行動目標を設定する		
			具体的な目標を設定する		
	プロセスを見える化する	小刻みな目標を立てる	長期目標とそれに至る短期目標を設定する		
	理想の対象者をさがす	容易な目標から徐々にステップアップさせる			
	マイルストーンを設定する	近接目標を設定する			
		課題を渡す			
	援助		チーム目標と個人目標を設定する		
			練習を支援する		行動のややり方を示す
		自己理解を助ける			
		うまくできる方法に気付かせる			
仕事の負荷を調整する	適度な量				
	適度に困難なレベルにする				
	既存の知識との差をつける				
	集中に要する時間を短くする				
行動を評価する		評価する	適切な評価を行なう		評価する
	人物を重視する評価		能力ではなく努力を評価する		
	仕事(自己実現度)を認める		承認する		
	賞賛する	賞賛	ほめる		
	人と問題を切り離し評価する				
	目標自己実現度の確認をさせる	行動結果を認知させる			結果のフィードバックをする
	改善策と共にフィードバックする	肯定的なフィードバック	フィードバックの提供	フィードバックする	
	顧客からの感謝をフィードバックする				
			熟達重視の雰囲気を作る		
		自己採点させる			評価させる
		行動歴を確認させる			
	上司の専門スキルを高める				
	経営陣の言行を一致させる				
	組織としての誇りを再認識させる				
	社会的尊敬・業界における注目の獲得				
	会社の収益を上げる				
	称賛と批判のバランスをとる				
	プロセスを見える化する				
	人事考課を透明にする				
	えこひいきがないこと				
競争させる	競争機会を作る	競争	競争させる		競争
	名前を取り上げる機会を作る				
	上司・仲間から認められる機会を作る				
			切磋琢磨できる環境を作る		コンクールにする

一体感・交流	目的に対する判断軸を共有する				
	仲間との目標共有・連帯感・相互信頼の実感	協同	集団で行なおうとする雰囲気作り		目標を共有する
	上司との人間関係を作る	教師が親密に接する	指導者との交流		
	重要事項の伝達をする				
	同僚との人間関係を作る	温かいおもしろい関係を作る	仲間との交流		不満を解消する
	部署内のチームワークをよくする	子供同士が良好な人間関係を感じる機会を作る	協調性を高める		仲良くやる
	関係部署間のチームワークをよくする				
	会社全体のチームワークを良くする				
	双方向のコミュニケーションの実施				
	敬意と尊敬をもった接し方をする				
					他者を信頼させる
					お祭りみたいにする
					誘う
					おねだりする
					誘惑する
				流行	
	理念の浸透				
				仲間をつける	
	全員に与える			連携させる	
	自己開示の機会の設置				
自己効力を作る	選択権利を与える	自分の行動によって結果が変わると思わせる		対処有効性を認知させる	試してもらおう
	意思決定に参加させる	自己決定の機会(課題の選択等)の提供			
	円滑な意思決定ができるようにする				
		指してをさせる			
	貢献実感を持たせる				
	個性・希少性を見出す				
	自己選択の機会を増やす				
	存在価値を実感できる機会を作る				
	その道のプロとしてのスキル・マインドを構築する機会を作る				
	自主・自律性を与える				
	挑戦する機会を作る	挑戦機会の提供			
	具体的な役割を分担する				
	柔軟な働き方を許容する				
	官僚主義がないこと				
	創造性の発揮機会を作る				
創造性・革新性を重んじる文化を作る					
自分のものの見方・考え方を押し付けない					
行動の意義を再認識させる	採用活動に参加させる				
	ロールプレイング				
	行動内容を人前で説明する機会を作る				
	製品・サービスの品質向上を目指す				

自尊心に訴える		成功体験をもたせる	成功体験を積み重ねる		
		努力で補えることを教える	努力の重要性を認識させる	実行可能性評価をさせる	
		無力感を与えない			
		声掛け(あなたならできる)			
		能力がないと思わせない			
			チーム員一人一人を認める		
		他者がある行動をして報酬が得るのを観察させる			
		友達が出来ていることを示す		ロールモデルの存在を示す	自分の行動を示す
					尊敬する人がやっている
					芸能人がやっている
		他人の経験を知らせる			
		成功体験を聞く機会を作る			
		失敗体験をしたもので集まる			
		変えられることに目を向けさせる			
		仕事に必要な機器をそろえる			
		仕事に必要な情報をそろえる			
				技術を習得させる	
					ダメだししない
					頼りにする
					自尊心に訴える
				お願する	
				おだてる	
				ちやほやする	
				参加を表明させる	
	ポータブルスキルを意識させる				
	キャリアパス形成の支援				
	知識や能力を伸ばす機会を作る				
	研修を充実させる				
報酬を渡す	賞与	賞を与える			
	給与			報酬	
	昇進の機会				
					代わりに何かやってもらう
		金銭	賞金		賞金
	知的な刺激を受ける機会の設定				
	福利厚生				
	職務の安定・保証				
	雇用を保証する				
	安全性を与える				
	作業環境				
				恐怖感をもたせる	

行動の意義を示す	担当業務の意味や価値を示す	学習内容に価値があることを示す	スポーツする意義や価値を問い直す		希少であることをしめす
	行動による上位の目的を示す				
	仕事間の関わりを示す				
				知識を高める	
				環境リスクを認知させる	
				自己規範の形成	
				社会規範の形成	子供に注意させる
支配する					啓発する
					説得する (メリット、デメリットを伝える)
			出来る喜びを感じさせる	便益を示す	希望を持たせる
	組織への貢献度が得られる仕事を割り振る ミッションやビジョンを明確にする				
		統制する		参加させる	命令する
					法律を作る
				社会的圧力	規則
					威圧感
					締切を作る
					発表させる
興味をそそる					周囲の雰囲気
					大人はやっている雰囲気
					周りがやっている
					腕力
					パワハラ
	監督する				監視
					無理やりやらせる
					おどす
					リーダーシップ
					あおる
				しつこく何度もいう	
				怒る	
				弱みをつかむ	
				子供に注意させる	
				宣言させる	
				署名させる	
				地位を与える	
				リフレッシュさせる (時間の余裕をなくす)	
				権利を与える	
	責任感を持たせる				
感動を与える				関心を高める	
				便益を示す	
					興味を持たせる
					興味の湧く内容を示す
					夢をもたせる
					希望をもたせる
					感動させる

行動結果に罰を与える	叱責	叱責		罰則	叱る・怒る
	無視	無視			罰金
					死んでしまう
					注意する
					嫌がる内容を公表する
					物を与えない
					恐怖感をもたせる
行動しよう	不満				
	叱責 無視	叱る 無視		罰則	

(2) 欲求の構造へのマッピング

前項において、動機づける方法の12個のカテゴリ(表 2.17)を抽出できた。得られた12個のカテゴリを前章で提案した欲求の分類に対応付けを行った。その結果を図 2.8 に示す。ここで図 2.8 は、図 2.3 と異なり、動作主と対象の軸を入れ替えている。

			動作主	
			自己	他者
対象	自己	生理	罰則を与える 報酬を与える	
		安全	罰則を与える 報酬を与える	
		所属と愛	一体感を作る 支配する 罰則を与える	
		承認・自尊	自己効力感を示す 評価する・させる 競争させる	
		自己実現	目標を設定する 自尊心に訴える 価値を示す 自己効力感を持たせる 評価する・させる	
		認知・理解	興味をそそる	
		審美	感動を与える	
	他者	生理		
		安全		
		所属と愛		
		承認・自尊		
		自己実現		
		認知・理解		
		審美		

図 2.8 動機づける方法のマッピング結果

図 2.8 に示すように、動作主が自分・対象が自分の枠にのみ対応づけられることがわかった。これは、今まで先行研究においては、例えば組織心理学では“社員に仕事を積極的に取り組んでもらう”，教育心理学では，“生徒自身に勉強させる”ための方法の研究，すなわち“ある人に，その人自身のために行動させる”ための方法の研究が着目されていたためだと考えられる。

2.2.3 2.2 節の考察

本項では、特にブレインストーミングの結果についての気づきをまとめる。“人を動かす方法”をテーマに設定したブレインストーミングからは、71項目(表 2.16)の動機づける方法が抽出できた。ブレインストーミングを実施した際に、KJ法を実施した。この結果は、2.2.2項で得られたものと別の分類結果が得られた。本項では、ブレインストーミングの結果のみをKJ法を用いて分類した結果を示す。(表 2.19)

表 2.19 “人を動かす方法”の KJ 法を用いた分類結果(その 2)

行動後 に実施 する	評価	評価する		
		評価させる		
	自信をつける	結果をフィードバックする		
		ダメだししない		
	罰	他者から自分が何かを受け る	奪われる	物を与えない
				罰金
			名誉を奪う・評価が下がる	死んでしまう
				嫌がる内容を公表する
	報酬	他者から自分が何かを受け る	賞金	注意する
				怒る・叱る
かわりに何かを行う				
行動中 に実施	目標	目標を共有する		
		明確な目標を作る		
	方法	仲良くやる		
		コンクールにする		
		仲間をつける		
		他者を信頼させる		
		連携させる		
		お祭りみたいにする		
		競争させる		

行動前に実施する	支配する	腕力		
		パワハラ		
		威圧感		
		命令する		
		監視		
		無理やりやらせる		
		おどす		
		リーダーシップ		
		弱みを握る		
		しつこく何度もいう		
		あおる		
		怒る		
		恐怖感をもたせる		
		優位感を与える	頼りにする	
	自尊心に訴える			
	お願いする			
	希少であることを示す			
	ルールを作る	規則にする		
		法律を作る		
	やりたい気持ちにさせる	希望をもたせる		
		感動させる		
		おだてる		
		誘う		
		説得する		
		啓発する		
		夢を持たせる		
		興味をもたせる		
		おねだりする		
		ちやほやする		
		誘惑する		
	気持ちを切り替える	不満を聞く		
		リフレッシュさせる		

行動前に実施する	プレッシャーを与える	世間体が悪くなる	周りがやっている		
			周囲の雰囲気		
			大人はやっている		
			流行		
		締切を作る			
		参加表明をさせる			
		発表させる			
		評価する			
		責任意識を形成する	地位を与える		
			宣言させる		
	子供に注意させる				
	権利を与える				
	署名させる				
	情報提供 (宣伝 CM、新聞、広告、サ プリミナル、口コミ、教育)	実例をあげる	人がやっっていることを示す	自分の行動を示す	
				尊敬する人がやっている	
				芸能人がやっている	
		試してもらう			
行動のやり方を示す					

この結果から、“動機づける方法”を実施するタイミングには、行動の実施前・実施中・実施後の3通りあることがわかった。このことから、人の欲求を把握し、行動に結びつけることを考える際には、研究者が関与するタイミングが3通りあり、実施するタイミングを適切に見分ける必要があることがわかった。また、KJ法は、切り口によって分類結果が位置に定まらない事もわかった。

2.3 欲求連鎖分析の分析手法の開発

欲求連鎖分析とは、石井が開発したCVCAを発展させた、筆者らが提案する社会システム(ビジネスモデルや非営利社会システム等)の分析手法である。本節では、2.1節および2.2節の結果を踏まえ、まず2.3.1項において欲求連鎖分析の分析方法を説明する。その後、2.3.2項において欲求連鎖分析の効用を説明する。

2.3.1 欲求連鎖分析の手順

本項では、まず欲求連鎖分析の基となるCVCA(Customer Value Chain Analysis ; 顧客価値連鎖分析)について解説する。次に、欲求連鎖分析の分析方法を解説する。

(1) CVCA について^{文 16~18)}

CVCA は、製品や工程の開発において、決定権者や中間業者をはっきりさせ、誰が購入を決定するのか、複雑な市場の構造と各業者(以下、ステークホルダー)との関係を明確にするという効用がある。CVCA の作成手順を記す。

①これから開発しようとする製品/サービス/活動に関連する重要なステークホルダーを挙げる。

(ステークホルダーの一例；人，会社，政府，NGO/NPO，学校)

② 以下の流れを矢印とともに記入し，ステークホルダー間の関係を明らかにする。

- ・金銭や資本
- ・物品：機会，材料，サービス，情報
- ・クレーム，企画の影響，投票

CVCA の例として，ペースメーカー製造販売業者である聖ジュートメディカルのビジネスモデル^{文 16)}を図 2.9 に示す。

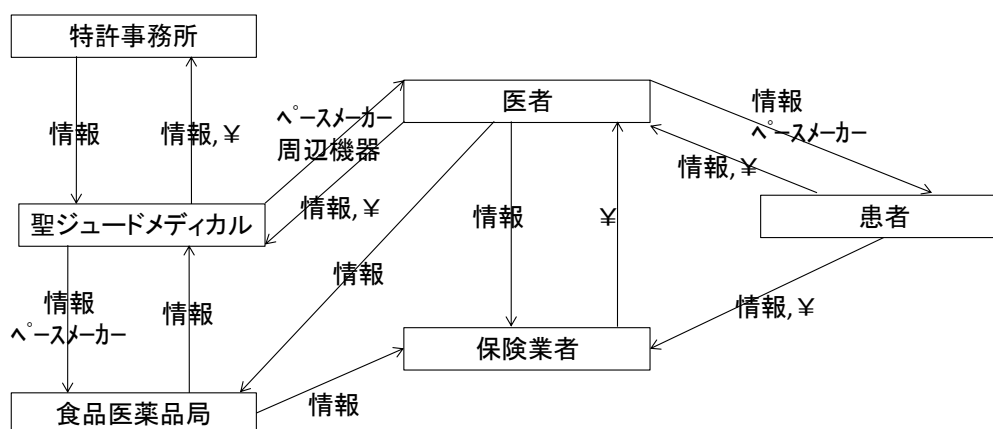


図 2.9 聖ジュートメディカルの CVCA

このように，CVCA は，あるステークホルダーと別のステークホルダーの間での，金・物・サービス・情報の流れの把握を容易にするツールである。そのため，ビジネスのシステムや非営利社会システムの可視化や，グループワークにおける異なるバックグラウンドを持つ者同士での情報を共有するツールとして有効である。しかし CVCA は，“なぜシステムがこのような形態をとるのか”，すなわち“ステークホルダー間でのやりとりがなぜ成立するのか”まで明確にされておらず，各ステークホルダーが金銭や物品を流す行為に至った要因(欲求)を把握することは困難である。ここで，ビジネスや非営利社会システムにおける各ステークホルダーの欲求を把握することができれば，例えば，あるステークホルダーを同様の欲求をもつステークホルダーに置き換えてもビジネスが成立する可能性を見いだせるといった，新たなシステムの発想に役立つと考えられる。そこで，本研究では，CVCA に各ステークホルダーの欲求を追加した欲求連鎖分析(WCA : Want

Chain Analysis)を提案する。

(2) 欲求連鎖分析の方法

欲求連鎖分析は、CVCA にステークホルダーの欲求を記入する分析手法である。記入する欲求は、2.1.3 項で新たに提案した欲求の分類方法に基づくものとする。ここで、CVCA への記入にあたり、ステークホルダーの欲求はハートマークを用い記述し、特にその色は図 2.10 に示す色を用いるものとする。



図 2.10 欲求の種類と色

ハートマークの色は、図 2.10 に示したように、欲求の対象が“自分”である場合は赤系の色を用い、欲求の対象が“他者”である場合は緑系の色を用いる。また、動作主が“自分”である場合は塗りつぶし、動作主が“他者”である場合は白抜きを用いる。ここで、対象の色づかいは、利己的なほど情熱が伴うというイメージから赤色を、利他的なほど環境問題を含めた社会問題を解決するというイメージまた緑色を用いることとした。動作主に関する色づかいは、自力であると実が伴うというイメージから塗りつぶしを用い、他力であると実が伴わないというイメージから白抜きを用いることとした。

欲求連鎖分析は、図 2.10 に示す欲求のマークを用いて下記の手順で行う。なお、最初の 2 つの手順は CVCA の手順と同様である。

- ① これから開発しようとする製品・サービス・活動に関連する重要なステークホルダーを挙げる。

(ステークホルダーの一例；人，会社，政府，NGO/NPO，学校)

- ② 以下の流れを矢印とともに記入し，ステークホルダー間の関係を明らかにする。
 - ・金銭や資本
 - ・物品：機会，材料，サービス，情報
 - ・クレーム，企画の影響，投票
- ③ ②で記入した矢印の始点に，各ステークホルダーが行動に至った要因(欲求)を，図に示すハートマークの色・種類を用いて記入する．さらに，欲求のハートマークの横に，欲求の詳細な説明を記述する．また，ハートマークの色に合わせて，矢印の色を変更する．ここで，各行動に至る要因(欲求)をマズロー7つの基本的欲求に分類することは困難であるが，ひとつの行動は複数の欲求に基づくこともあるので，ハートマークを複数記載しても構わない．ハートマークを複数記載する際は，矢印を追加し，ひとつのハートマークに対応する矢印が一本になるようにする．
- ④ 欲求連鎖分析の図を描く作業が終了したら，下記の4点の確認を行う；
 - a. 赤色(塗りつぶし)のハートマークの欲求から出発する矢印は，他のステークホルダーのハートマーク(赤色・緑色の両色の塗りつぶし・白抜きを含む)欲求に基づく矢印に連鎖すること．さらに，自分に戻る矢印によって，赤色(塗りつぶし)の欲求が必ず充足されていること．
 - b. 緑色(塗りつぶし)のハートマークの欲求から出発する矢印は，矢印が連鎖しなくとも，また自分に戻る矢印によって欲求が充足されなくてもよい．ただし，最終的な矢印の到達点は，緑色(塗りつぶし)のハートマークの欲求の“対象”にたどり着いていること．
 - c. 赤色(白抜き)のハートマークの欲求から出発する矢印は，他のステークホルダーのハートマーク(赤色の塗りつぶし，もしくは緑色の塗りつぶし)の欲求に基づく矢印に必ず連鎖していること．さらに，自分に戻る矢印によって，赤色(白抜き)欲求が必ず充足されていること．
 - d. 緑色(白抜き)のハートマークの欲求から出発する矢印は，他のステークホルダーのハートマーク(赤色の塗りつぶし，もしくは緑色の塗りつぶし)の欲求に基づく矢印に必ず連鎖していること．しかし，自分に戻る矢印によって欲求が充足されなくてもよい．ただし，最終的な矢印の連鎖が，緑色(白抜き)のハートマークの欲求の対象にたどり着いていること．

欲求連鎖分析の例として，Volvicの1L for 10Lのビジネスモデルを図に示す．ここで，CVCAとの比較のため，図2.10にはCVCAを，図2.11には欲求連鎖分析を示す．

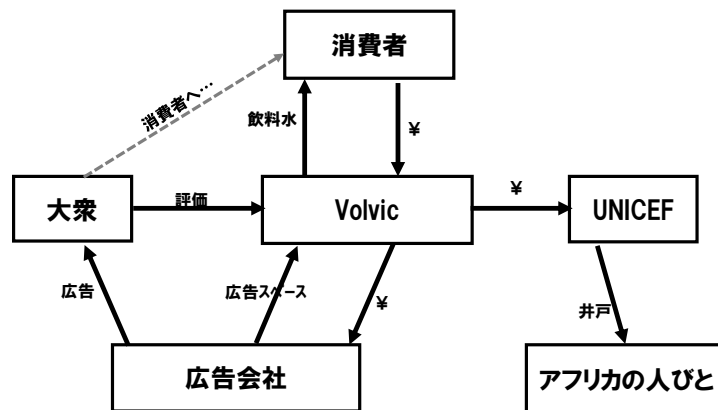


図 2.11 Volvic の 1L for 10L の CVCA

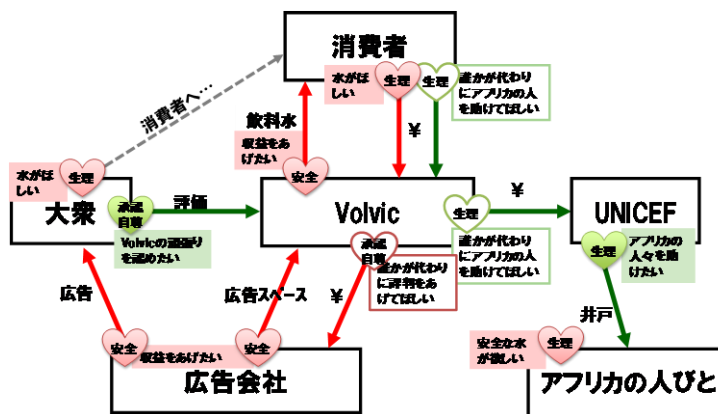


図 2.12 Volvic の 1L for 10L の欲求連鎖分析

通常のビジネスでは、主として金銭と物品やサービスは交換されることが多い(図 2.11 における、消費者・Volvic 間のミネラルウォーターの販売)。しかし、消費者からの寄付の流れも存在する。従来の CVCA では、金銭と物品やサービスとの交換以外のやりとりは、“なぜ実現するのか”を把握することが困難であった。しかし、図 2.12 のように各ステークホルダーの欲求を記入することで、交換以外のステークホルダー間のやりとりが成立する理由を把握することができるようになる。

2.3.2 欲求連鎖分析による効用

WCAは、①既存のビジネスシステムや非営利社会システムの分析ツールや、②新たなビジネスシステムや非営利社会システムを発想するツールとして役立つ。本項では、分析ツールおよび発想ツールとして用いる方法をそれぞれ説明する。

(1) 分析ツール

ビジネスシステムや非営利社会システムの分析ツールとして用いる方法は、2.3.1項に示した通りである。特に、分析結果を下記のように解釈することで、3点が明らかになる。

- a. 2.3.1項のWCAを描く手順④に示した4つの点が満たされているかを確認する。
ここで、WCAを描く手順④に示した4つの点が満たされていない場合は、分析したシステムが全てのステークホルダーの欲求を満たせていないこととなり、win-loseなシステムとなり破たんする可能性が高い。
- b. ハートマークの内側に描いたマズローの7つの基本的欲求に着目する。欲求の種類によって、そのシステムの市場規模を創造することができる。例えば、マズローの欲求階層説の中で特に低次の欲求とされる生理的欲求と安全の欲求は、誰もがもつため、市場におけるシェアが大きいと考えられる。
- c. ハートマークの色を確認する。赤色のハートマークの欲求は、欲求の対象が“自分”であるため、赤色が多いシステムは利己的なシステムといえる。一方で、緑色のハートマークの欲求は、欲求の対象が“他人”であるため、緑色が多いシステムは利他的なシステムといえる。従って、緑色が多いシステムほど、社会性を重視したシステムといえる。

(2) 発想ツール

欲求連鎖分析は、ビジネスシステムや非営利社会システムの創造や、うまくいっていない部分の改善に役立たせることができる。以下の4つのステップを踏まえることで、WCAを発想ツールとして用いることができる。また、特に新たな矢印を追加する際は、2.2節の図2.7で示した“動機づける方法”を参考にするといよい。

- a. 簡単な社会システムの欲求連鎖分析結果を描く
- b. ハートマークの中に描いたマズローの基本的欲求の種類を変更する
→新たなステークホルダー・市場の開拓に役立つ
- c. ハートマークの色や塗りつぶしの有無を変更する
→新たなシステムの形態の発想に役立つ
- d. 分析ツールのa.で示した4つの点が満たせるシステムの形態に、ステークホルダーや物・サービスの流れを加えることで変更する

2.3.3 2.3節の考察

欲求連鎖分析は、CVCA を基にしているため、あるビジネスのある瞬間を図示したものとなる。したがって、同じ図において、時系列の変化を描くことが困難である。また、欲求を定量的に測定することは困難であるが、ステークホルダーの欲求の強度を測定し欲求連鎖分析に反映することで、より実現可能性の高いシステムをデザインすることが可能となると考えられる。

以上より、欲求連鎖分析の今後の発展として以下の分析手法の検討が必要と考えられる。

① 時系列を考慮した分析方法の開発

→①の達成に向けた

- 時系列を考慮した図示方法の検討
- システム思考を応用した矢印の種類の開発

② 各ステークホルダーの欲求の強度の反映

→②の達成に向けた

- 欲求の強度の測定方法の開発
- 矢印の太さの検討

また、現状の欲求連鎖分析の表記方法は、白黒印刷時や色盲・色弱の方が見たときに、わかりにくい表記となっている。そのため、白黒印刷時は、下記のような表記方法を用いる。

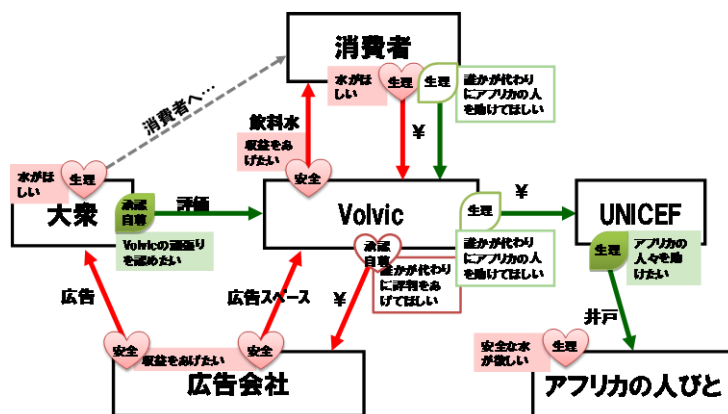


図 2.13 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(カラー)

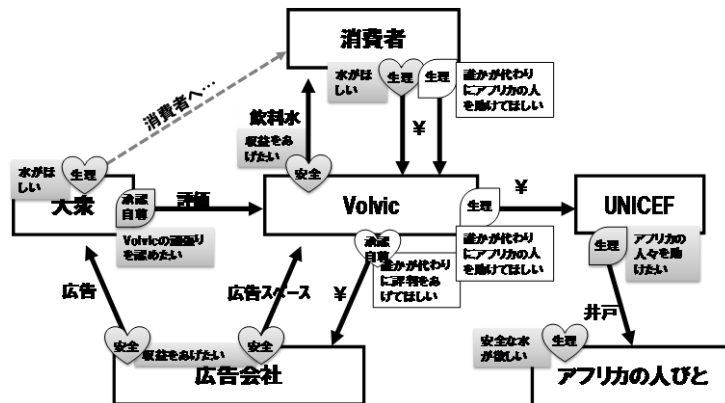


図 2.14 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(白黒)

このように、利他的欲求を、ハートマークから、葉の形に変更した。利他的、すなわち“他者を思いやる活動”は、欲求連鎖分析では、温かみを感じる“緑色”のハートマークで表していた。この“緑”から発想される形が、“木の葉”であったことから、形を“葉”に変更した。

さらに、実際にビジネスモデルを、欲求連鎖分析を用いて分析すると、マズローの 7 つの基本的欲求の分類を決定することが困難な場面に直面する可能性がある。この場合は、無理に理想状態を特定せず、図 2.15 に示すように、ハートの内側に欲求の詳細情報を記載してもよい。

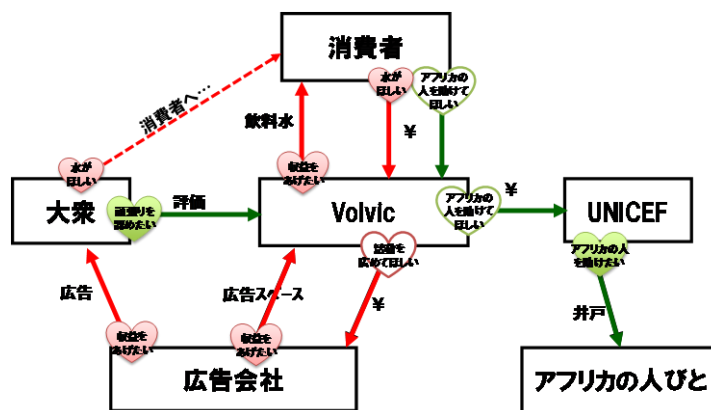


図 2.15 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(白黒)

しかし、図 2.15 のように記載する場合は、ハートの大きさがそれぞれの欲求で変化する。このようにハートマークの大きさ異なると、欲求の大きさが異なるとご認識する可能性があるため、図 2.15 のような表記方法を用いる場合は、注意が必要となる。

3 章

欲求連鎖分析を用いた

社会システムの設計手法の構築

前章において、ビジネスや非営利社会システムといった社会システムを分析する手法である欲求連鎖分析を開発した。本章では、まず 3.1 節にて提案した欲求連鎖分析を用いて、ビジネス・非営利社会システム(以後、二つをあわせて社会システムと称する)を実際に分析する。そして、その結果を 3.2 節において考察する。最後に、得られた考察結果ら、3.3 節において社会システムの設計方法を構築する。

3.1 社会システムの欲求連鎖分析

本節では、様々な社会システムの欲求連鎖分析を行う。分析は、近年注目されているソーシャルビジネスと、発想法(ブレインストーミング)をもとに抽出した特徴的な社会システムを対象に実施した。

3.1.1 ソーシャルビジネスの分析

本項では、ソーシャルビジネスの欲求連鎖分析結果を示す。ソーシャルビジネスを分析対象とした理由は、①人のやりとりを考えた時、“見返りを求めない≒ボランティア”と、“見返りを求める≒物々交換≒ビジネス”との2つに分類できると考え、ソーシャルビジネスがこの2要素を兼ね備えていることと、②環境配慮行動は、社会的な問題の一つであり、その社会的な問題の解決を試みているソーシャルビジネスを対象に分析することで、次章における環境配慮行動の促進システムの発想のためのアイデアを得ようとしたためである。分析にあたり、まずソーシャルビジネスの定義を示す。その次に、ソーシャルビジネスの欲求連鎖分析結果を示す。

(1) ソーシャルビジネスについて^{文 46-49)}

ここで、ソーシャルビジネスの定義を述べる。経済産業省のソーシャルビジネス研究会では、ソーシャルビジネスを以下の3要件を満たすビジネスとしている。

- ① 社会性
- ② 事業性
- ③ 革新性

①社会性とは、現在解決が求められる社会的課題(ex.福祉, 教育, 環境, まちづくり等の公共的分野)に取り組むことを事業活動のミッションとすることを指し、②事業性とは、①のミッションをわかりやすいビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと(i.e.財・サービスの提供を行い、その対価を受け取る事を通じて、継続的な活動のための財源確保を行う。(ボランティアは該当しない))を指し、③革新性とは、新しい社会的商品・サービスやそれを提供するための仕組みの開発、あるいは一般的な事業を活用して、社会的課題の解決に取り組むための仕組みの開発を行うことを指す。

このように、ソーシャルビジネスは、営利を目的とした典型的な「会社」と異なり、また、無報酬の善意に依存する「ボランティア活動」と異なる新しいスタイルの事業形態といえる。これまでは地域や社会における課題は、行政などの公的セクターによって対応が図られてきたが、ソーシャルビジネスは、行政以外の担い手として、地域のおよび地域を超えた社会的課題を、事業性を確保しつつ解決しようとする主体として期待されている。

また、次項で分析対象とするソーシャルビジネスは、2009年2月に経済産業省がベストプラクティス集としてまとめた“ソーシャルビジネス 55選^{*46)}”で扱われる55事例とした。ソーシャルビジネス 55選は、応募事業者総数107事業者の中から、どのような課題や困難に直面し、どのように乗り越え、解決してきたのかといった視点から、先進的な事例55事業を選定したものである。ソーシャルビジネス 55選の主な活動分野は、

- ① 街づくり・観光・農業体験等の分野で地域活性化のための人づくり・仕組みづくりに取り組むもの(25事例)
- ② 子育て支援・高齢者対策等の地域住民の抱える課題に取り組むもの(18事例)
- ③ 環境・健康・就労等の分野で社会の仕組みづくりに貢献するもの(7事例)
- ④ 企業家育成、創業・経営の支援に取り組むもの(5事例)

の4分野である。

その一覧を表3.1に示す。

表 3.1 ソーシャルビジネス 55選の一覧

	都道府県	形態	団体名	主な活動分野
1	北海道	NPO 法人	楽しいモグラクラブ	教育・人材育成
2	北海道	株式会社	マミープロ	子育て支援
3	北海道	NPO 法人	札幌チャレンジド	障害者や高齢者、ホームレス支援
4	北海道	NPO 法人	北海道職人義塾大学校	教育・人材育成
5	岩手	—	あやおり夢を咲かせる女性の会	地域活性化・まちづくり
6	宮城	NPO 法人	不忘アザレア	地域活性化・まちづくり
7	宮城	社会福祉法人	はらから福祉会	障害者や高齢者、ホームレス支援
8	茨城	NPO 法人	くらし協同館なかよし	地域活性化・まちづくり
9	群馬	NPO 法人	ハートフル	保険・医療・福祉
10	千葉	NPO 法人	TRYWARP	地域活性化・まちづくり
11	千葉	株式会社	フューチャーリンクネットワーク	地域活性化・まちづくり
12	東京	NPO 法人	「育て上げ」ネット	教育・人材育成
13	東京	株式会社	アバンティ	環境(保護・保全)
14	東京	NPO 法人	イー・エルダー	障害者や高齢者、ホームレス支援
15	東京	NPO 法人	フローレンス	子育て支援
16	神奈川	株式会社	イータウン	地域活性化・まちづくり
17	新潟	企業組合	さんぼく生業の里	地域産業振興
18	富山	社会福祉法人	フォーレスト八尾会	障害者や高齢者、ホームレス支援
19	石川	株式会社	御祓川	地域活性化・まちづくり
20	石川	株式会社	盤水社	教育・人材育成
21	山梨	NPO 法人	えがおつなげて	地域活性化・まちづくり

22	長野	有限会社	ねば塾	障害者や高齢者、ホームレス支援
23	岐阜	株式会社	コミュニティタクシー	交通
24	岐阜	NPO 法人	G-net	教育・人材育成
25	静岡	—	ヘアサプライ ピア	保険・医療・福祉
26	愛知	NPO 法人	パンドラの会	障害者や高齢者、ホームレス支援
27	愛知	株式会社	にんじん	その他(食の安全)
28	愛知	NPO 法人	アスクネット	教育・人材育成
29	愛知	株式会社	エフエム岡崎	地域活性化・まちづくり
30	三重	NPO 法人	生活バス四日市	交通
31	三重	NPO 法人	M ブジジジ	地域活性化・まちづくり
32	三重	NPO 法人	愛伝舎	国際交流・国際協力
33	京都	有限会社	キュアリンクケア	子育て支援
34	大阪	NPO 法人	大阪 NPO センター	その他(中間支援)
35	大阪	有限会社	ビッグイシュー日本	障害者や高齢者、ホームレス支援
36	兵庫	NPO 法人	宝塚 NPO センター	その他(NPO 設立相談、企業相談)
37	兵庫	NPO 法人	コムサロン21	その他(中間支援)
38	兵庫	株式会社	チャイルドハート	子育て支援
39	和歌山	農業法人株式会社	秋津野	地域活性化・まちづくり
40	島根	株式会社	吉田ふるさと村	地域産業振興
41	広島	NPO 法人	コーチズ	保険・医療・福祉
42	広島	NPO 法人	日本タッチ・コミュニケーション協会	子育て支援
43	徳島	株式会社	いろどり	地域産業振興
44	徳島	株式会社	ジェイシーアイ・テレワーカーズ・ネットワーク	障害者や高齢者、ホームレス支援
45	香川	NPO 法人	わははネット	子育て支援
46	高知	株式会社	四万十川	地域産業振興
47	高知	株式会社	赤岡青果市場	地域産業振興
48	福岡	NPO 法人	えふネット福岡	地域活性化・まちづくり
49	福岡	株式会社	フラウ	子育て支援
50	福岡	NPO 法人	循環生活研究所	環境(保護・保全)
51	福岡	NPO 法人	里山を考える会	環境(保護・保全)
52	宮崎	NPO 法人	宮崎文化本舗	地域活性化・まちづくり
53	鹿児島	NPO 法人	ネイチャリング・プロジェクト	教育・人材育成
54	沖縄	有限会社	やんばる自然塾	観光
55	沖縄	NPO 法人	島の風	観光

(2) ソーシャルビジネス 55 選の欲求連鎖分析の結果^{文 46)}

表 3.1 で示したソーシャルビジネス 55 選を、欲求連鎖分析を用いて分析した。その結果を図 3.1～3.55 に示す。(ここで、ソーシャルビジネスの欲求連鎖分析は、文 46)のみを参考としたため、情報がそろわず不完全な分析結果もある。)

① 街づくり・観光・農業体験等の分野で地域活性化のための人づくり・仕組みづくりに取り組むもの(25 事例)

<特定非営利活動法人 北海道職人義塾大学校>

活動内容：

- ・職人による技能・知識の教育，訓練の場を提供する事業を運営している。
- ・職人の価値を見出し，職人に経済的な支援を提供すると同時に，仕事の認知度の向上，後継者の発掘，教育機会への参加という複数の意義を見出している。

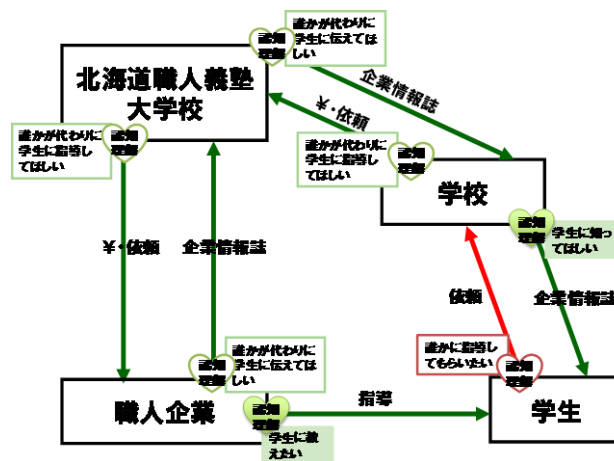


図 3.1 北海道職人義塾大学校 欲求連鎖分析結果

<あやおり夢を咲かせる女性の会>

活動内容：

- ・女性の立場から、町づくりの夢を語り、行政・農協等へ積極的に働きかけている。
- ・特に、道の駅オープンと共に、駅舎内に女性達による郷土食提供店をオープンさせ、運営している。

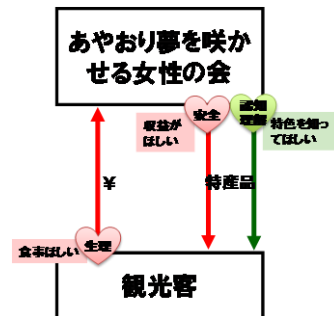


図 3.2 あやおり夢を咲かせる女性の会 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 不忘アザレア>

活動内容：

- ・民間企業が放棄したスキー場の再生に、地元民が中心となり NPO 法人として経営改善に取り組んでいる。
- ・特に顧客を継続的に呼ぶため、食事を中心とした徹底的なサービス改善を行っている。

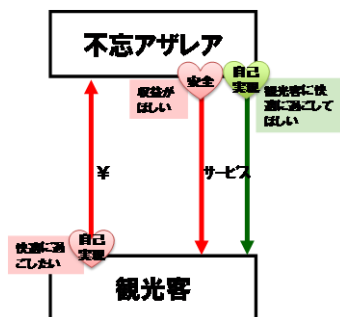


図 3.3 不忘アザレア 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 くらし協同館なかよし>

活動内容：

- ・閉店が決まった生協跡に、住民(特に、高齢者のニーズを反映した食料品販売店をオープンし、主婦を中心とする力で運営している。
- ・特に、住民が気楽に集まれる「たまり場(憩いの場)」を設置し、住民間のコミュニケーションの活発化を図っている。

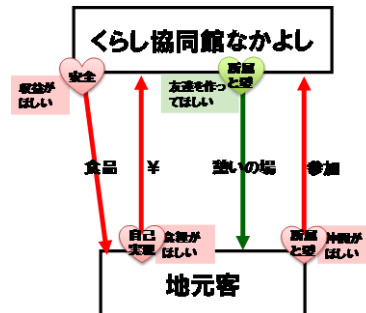


図 3.4 くらし協同館なかよし 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 TRYWARP>

活動内容：

- ・大学生と地域住民が「こんにちは」と言いあえる地域づくりを目指し、大学生と地域の交流をコンセプトにしている。
- ・地域住民が困っている事(パソコン技能の習得等)に対し、大学生が助ける事業を展開。

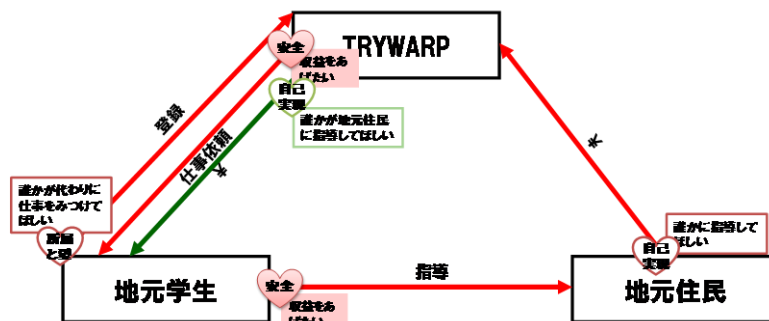


図 3.5 TRYWARP 欲求連鎖分析結果

<株式会社 フューチャーリンクネットワーク>

活動内容：

- ・地元の住民に、町の情報を円滑に伝える HP を開発し、生活をサポートしている。
- ・さらに、情報を提供する企業や行政が使いやすいコンテンツを制作している。

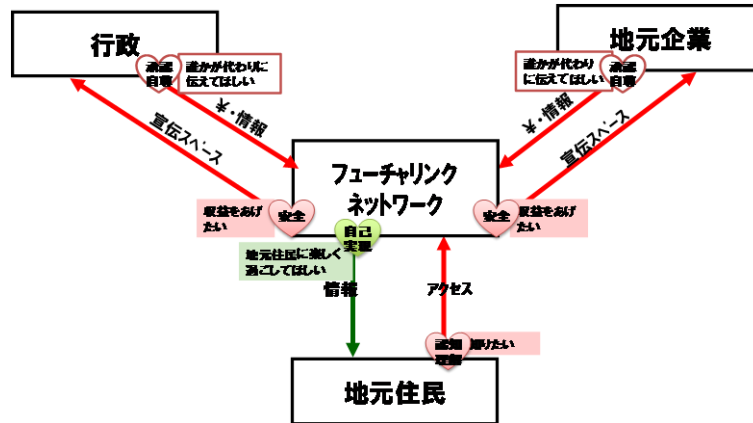


図 3.6 フューチャーリンクネットワーク 欲求連鎖分析結果

<株式会社 イータウン>

活動内容：

- ・活発な町づくりを目指し、CAFÉ に展示・販売スペースを設け、一定収入を得て、市民が集まる CAFÉ を運営し、市民交流の場を設けている。

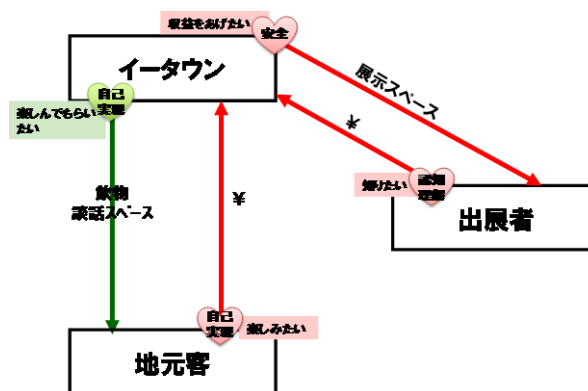


図 3.7 イータウン 欲求連鎖分析結果

<さんぼく生業の里企業組合>

活動内容：

- ・国の伝統工芸品の販売や，郷土食の提供，赤カブ漬等の地域固有の資源を活かした事業を展開。
- ・地元に住む人が中心となり，行政・産業団体を巻き込み，地域活性を目指している。

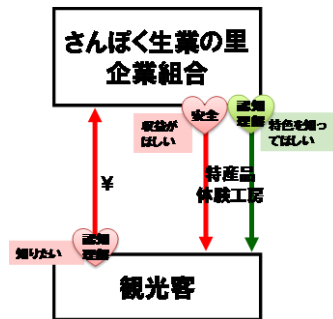


図 3.8 さんぼく生業の里 欲求連鎖分析結果

<株式会社 御祓川>

活動内容：

- ・御祓川の浄化に向け，県・市・大学・高校の繋ぎを実施。
- ・能登の調味料を活かし，川沿いで直営店を運営し，川沿いのにぎわいを創出。
- ・御祓川と市民の関係を取り戻すため，親水イベントを実施する NPO をサポート。

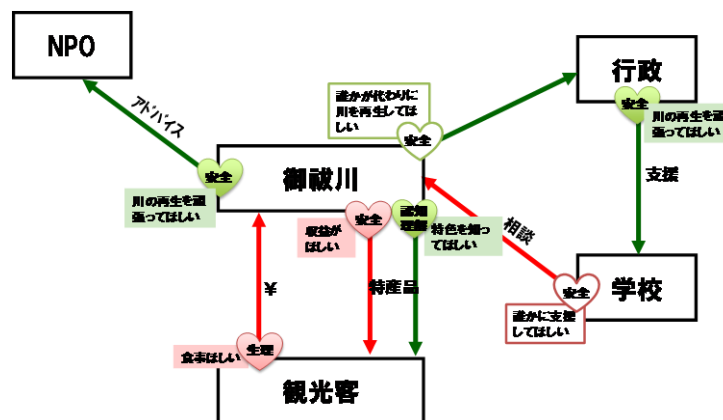


図 3.9 御祓川 欲求連鎖分析結果

<株式会社 盤水社>

活動内容：

- ・学校配布型キャリア教育支援マガジンを、フリーペーパーとして編集し発行している。
- ・企業にとって自身の取組みを学生に知ってもらい良い機会であるため、企業は情報提供・出資を実施している。

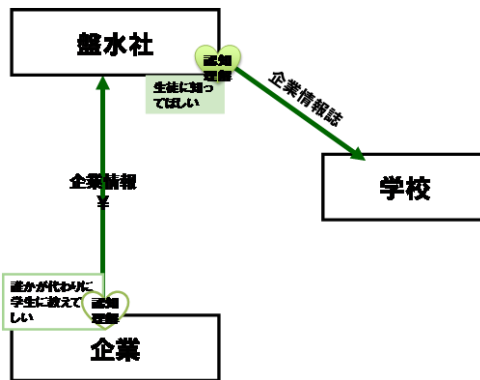


図 3.10 盤水社 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 えがおつなげて>

活動内容：

- ・限界集落における「遊休農地」の開墾活動にむけ、農村ボランティアを募集し、町おこしに貢献している。

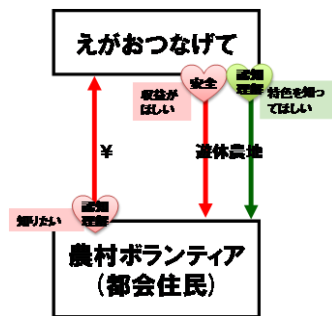


図 3.11 えがおつなげて 欲求連鎖分析結果

<株式会社 コミュニティタクシー>

活動内容：

- ・地域の課題を解決するため、行政・地域企業がサポートする運送会社を設立。
- ・「タクシーで皆の足、便利屋で皆の手に」という合言葉に生活支援企業を目指している。

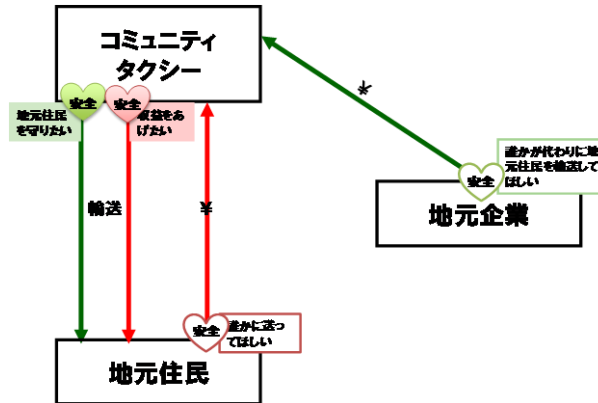


図 3.12 コミュニティタクシー 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 アスクネット>

活動内容：

- ・子供たちに、多様な大人との交流の機会を設けるため、市民講師を学校に派遣する事業を展開。

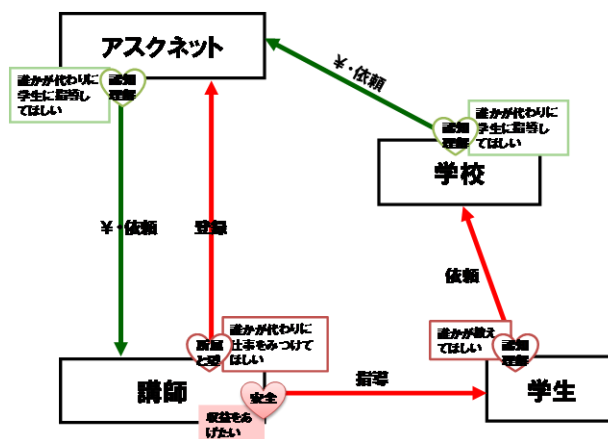


図 3.13 アスクネット 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 Mブリッジ>

活動内容：

- ・商店街の空き店舗を利用し、カルチャースクールを開講することで、町の賑わいの創出に貢献している。

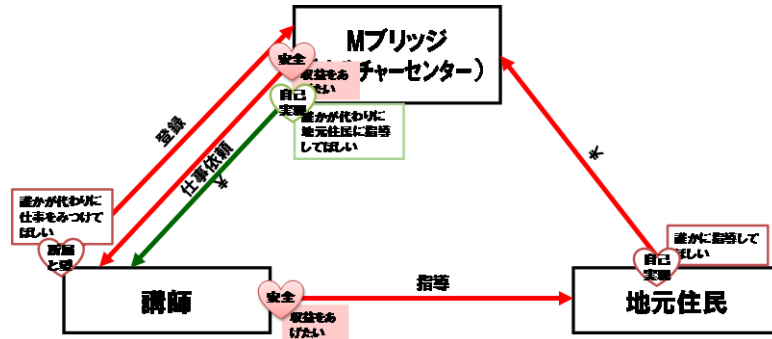


図 3.16 Mブリッジ 欲求連鎖分析結果

<農業法人株式会社 秋津野>

活動内容：

- ・地域が一体となって、秋津野ガルデンを運営し、都市農村交流を図っている。

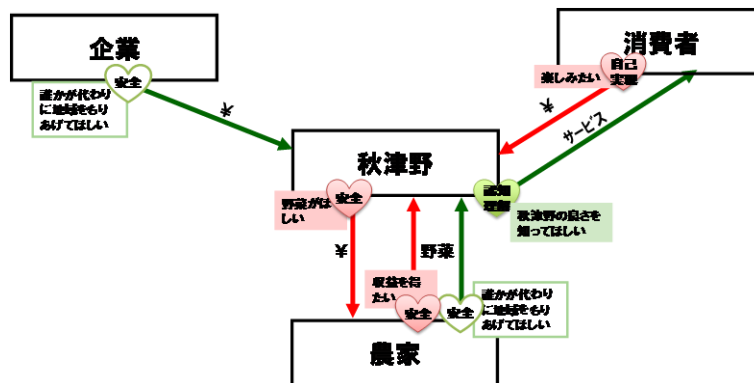


図 3.17 秋津野 欲求連鎖分析結果

<株式会社 吉田ふるさと村>

活動内容：

- ・住民が住みやすい街づくりのためのサービスを展開している。
- ・行政の支援だけでなく、住民自身が株主となり、会社をサポートしている。

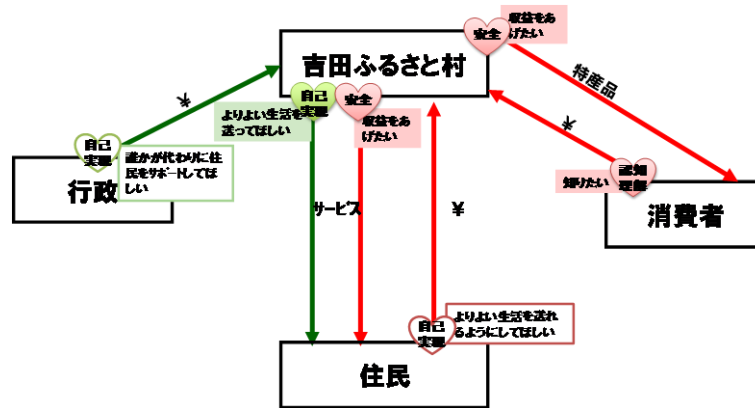


図 3.18 吉田ふるさと村 欲求連鎖分析結果

<株式会社 いろどり>

活動内容：

- ・高齢者が再び自律的に働ける仕組み、IT 関連のサポート・詳細なマニュアルの作成・出荷目標の設定等を構築し、つまものを販売する事業を展開。

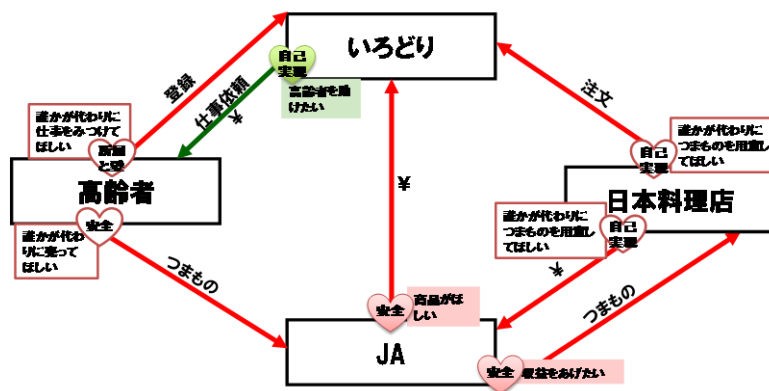


図 3.19 いろどり 欲求連鎖分析結果

<株式会社 四万十川>

活動内容：

- ・四万十川および四万十川流域の素材を活かした事業に取り組む。
- ・会社の運営を通して、地域活性・人材育成に貢献している

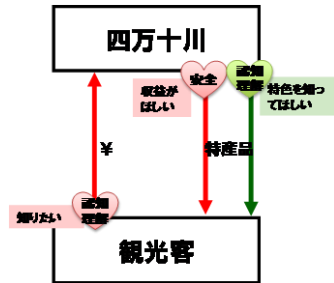


図 3.20 四万十川 欲求連鎖分析結果

<株式会社 赤岡青果市場>

活動内容：

- ・農家の負担を市場が請け負うことで、農家に農業に専念してもらう仕組みを構築。
- ・農家の高齢化・女性比率の向上に対し、出荷のサポートをする仕組みを作り、地域活性に貢献している。

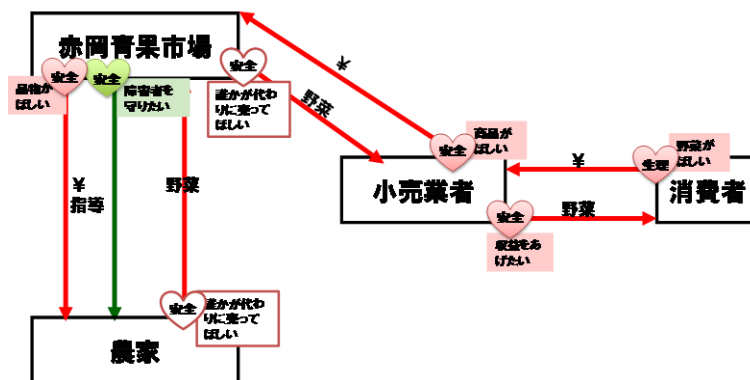


図 3.21 赤岡青果市場 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 えふネット福岡>

活動内容：

- ・地域活動や企業活動を、映像コンテンツの作成により見える化している。
- ・特に、CSR活動を映像化し、インターネットにより配信することで、企業・NPO活動を住民にわかりやすく伝えることに貢献している。

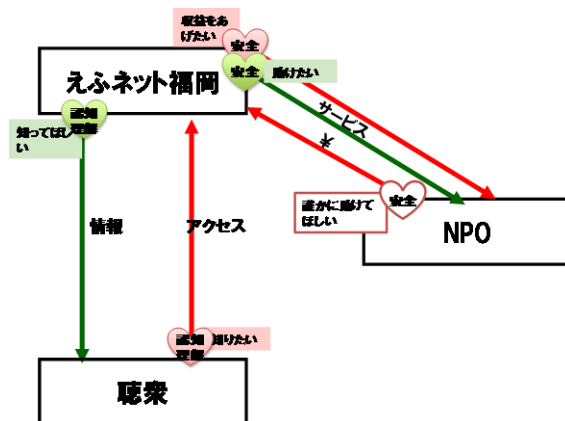


図 3.22 えふネット福岡 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 宮崎文化本舗>

活動内容：

- ・映画を中心とした芸術文化のまちづくりと、市民活動の際に事務局代行機能を提供することで、他団体の活動をサポートしている。

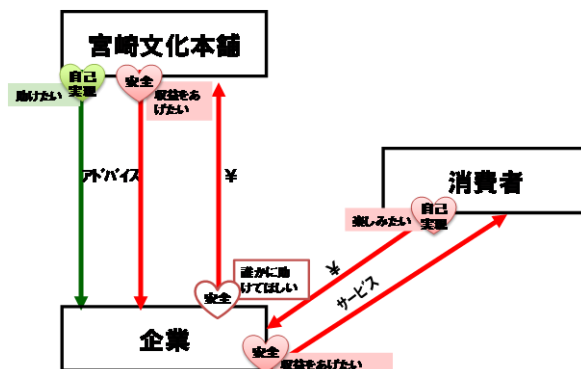


図 3.23 宮崎文化本舗 欲求連鎖分析結果

<有限会社 やんばんる自然塾>

活動内容：

- ・ マングローブなどの地域特性を用いた，少人数のエコツアープログラムや，修学旅行の自然体験・文化体験プログラムを提供。
- ・ 環境啓発だけでなく，地域の観光客の増加，雇用の創出等の成果も生んでいる。

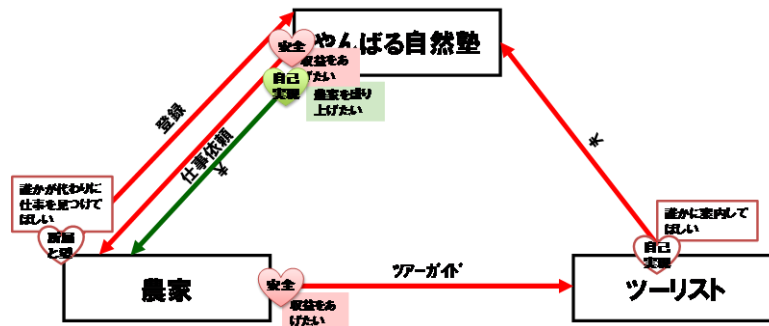


図 3.24 やんばんる自然塾 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 島の風>

活動内容：

- ・ 島民のみで古民家を再生・運営する，“コミュニティ・ツーリズム”を実施。
- ・ 一方で，積極的に観光客を呼び込まないことで，地域の資源を守る事も実施している。

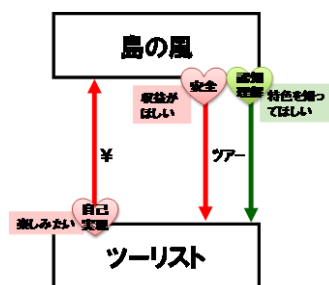


図 3.25 島の風 欲求連鎖分析結果

② 子育て支援・高齢者対策等の地域住民の抱える課題に取り組むもの(18事例)

<株式会社 MammyPro>

活動内容：

- ・リアルタイムに子育て中のママの応援を目指し、子育て支援サイトを運営し、リアルタイムな情報発信を目指す。
- ・子供の就労体験が重要であると考え、商店街と協力し、就労体験を実施。

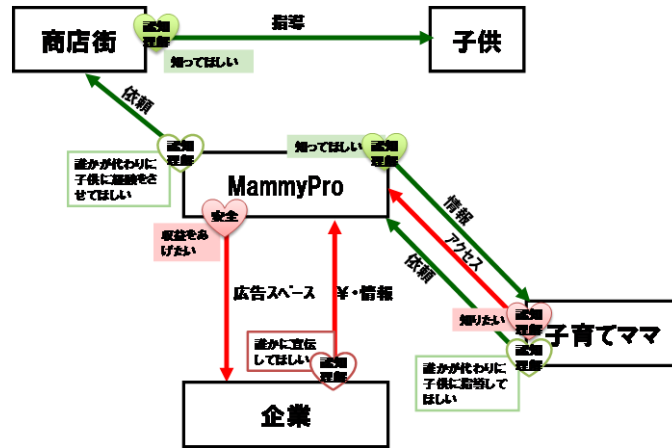


図 3.26 MammyPro 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 札幌チャレンジド>

活動内容：

- ・パソコン教室から就労支援まで一貫したサービスを提供することで、障害者の自立を支援する事業を展開。

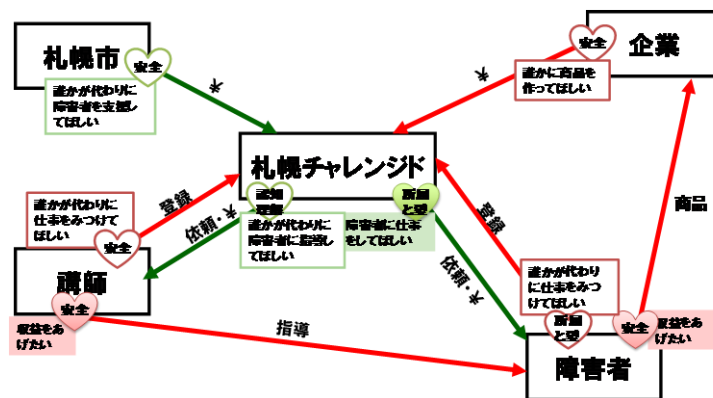


図 3.27 札幌チャレンジド 欲求連鎖分析結果

<社会福祉法人 はらから福祉会>

活動内容：

- ・ 障害者に豆腐製造のノウハウを指導し，その豆腐を販売することで，障害者の自立を支援する事業を展開。

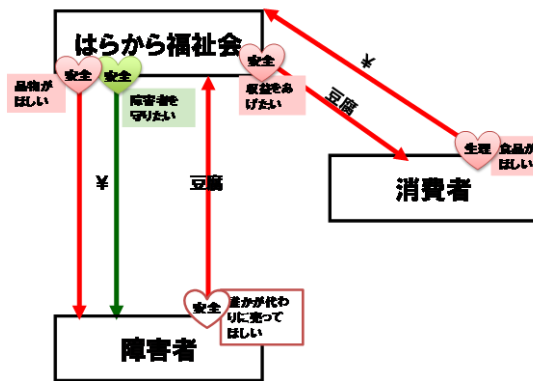


図 3.28 はらから福祉会 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 ハートフル>

活動内容：

- ・ 保温容器に入れた温かい食事を一人暮らしの高齢者に提供するサービスを展開。
- ・ 一方で，一定の収入を確保するために，ヘルパー指導者への講習も実施している。

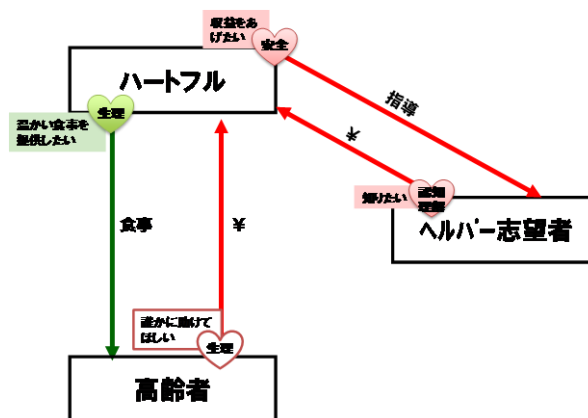


図 3.29 ハートフル 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 イー・エルダー>

活動内容：

- ・企業より使い古した PC を再生費用を共に受け取り，PC を必要とする団体に寄付する事業を展開。
- ・また，高齢者に携帯利用講習を実施．同時にアンケートをとり，その結果を企業に渡すことで，運営資金を得ている。

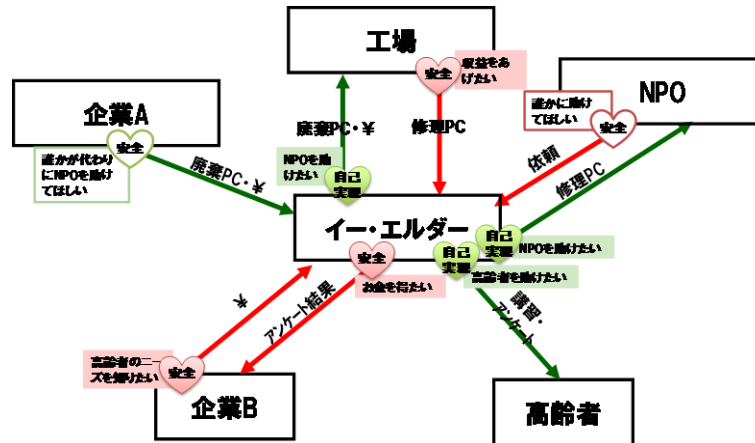


図 3.30 イー・エルダー 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 フローレンス>

活動内容：

- ・保育園等が病気の子供を受け入れてくれない際に，看病してくれるママを紹介し，働く育児中のママを支援する事業を展開。

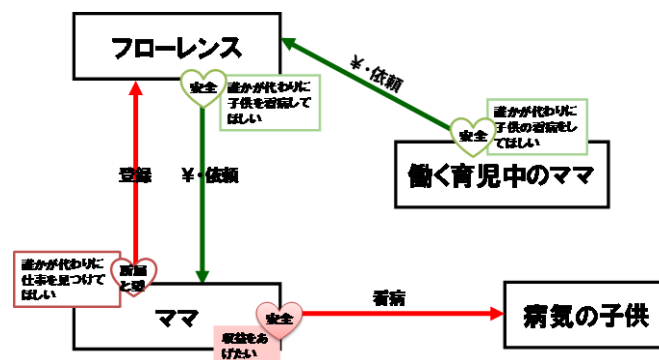


図 3.31 フローレンス 欲求連鎖分析結果

<社会福祉法人 フォーレスト八尾会>

活動内容：

- ・ 障害者による観光土産品作りと喫茶店の運営をサポートし，障害者の自立を支援する事業を展開。

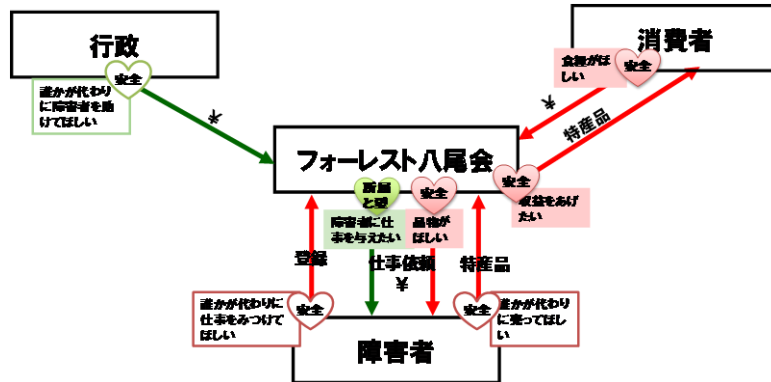


図 3.32 フォーレスト八尾会 欲求連鎖分析結果

<有限会社 ねば塾>

活動内容：

- ・ 障害者に石鹼作りのノウハウを指導し，販売することで，障害者の自立を支援する事業を展開。

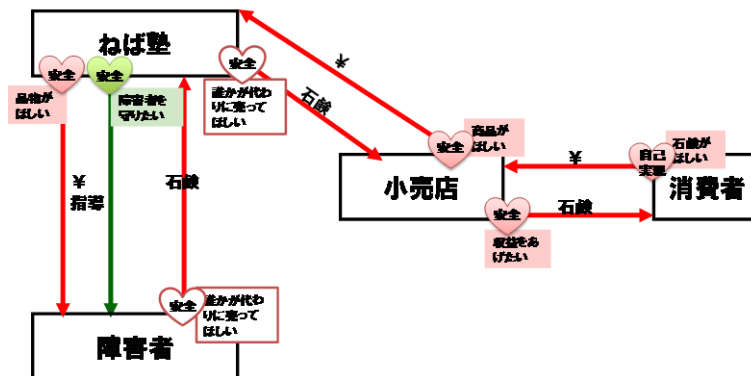


図 3.33 ねば塾 欲求連鎖分析結果

<一般社団法人 ピア>

活動内容：

- ・安く入手できるかつらを製造・販売することで、がん患者をサポートする事業を展開。

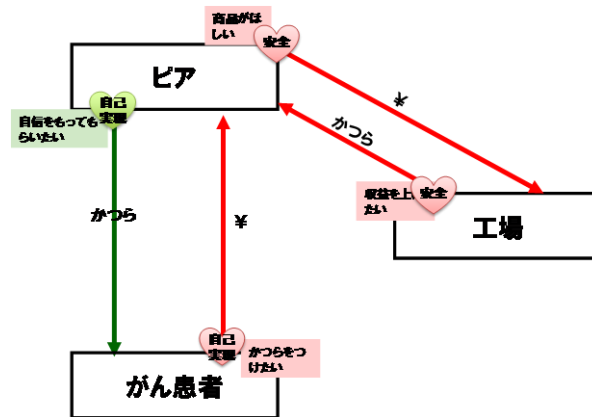


図 3.34 ピア 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 パンドラの会>

活動内容：

- ・障害者に洋菓子(クッキー)作りのノウハウを指導し、販売することで、障害者の自立を支援する事業を展開。

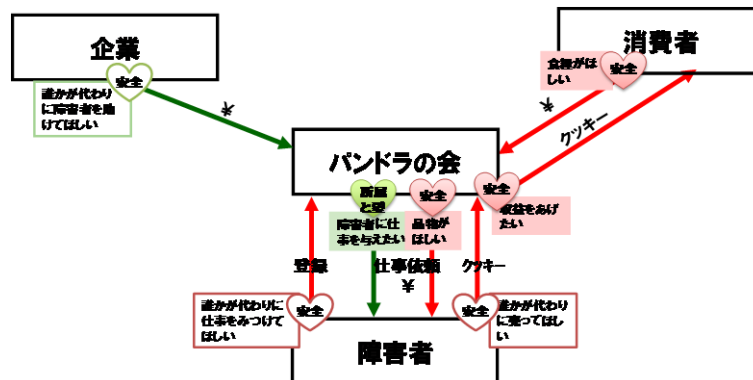


図 3.35 パンドラの会 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 愛伝舎>

活動内容：

- ・外国人と日本人のトラブルにおけるコミュニケーションの円滑化を目指し、通訳を引き受ける事業を展開。

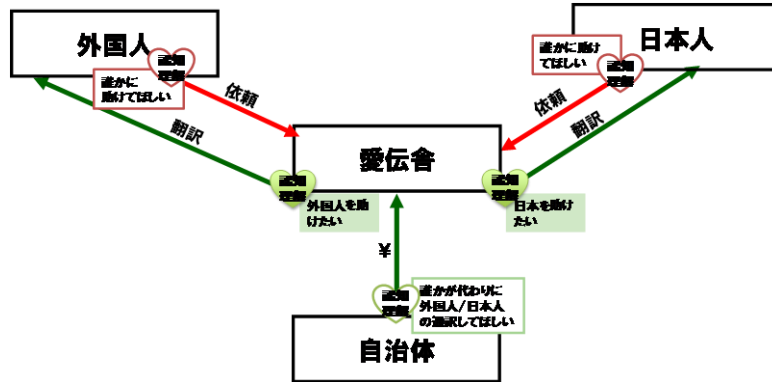


図 3.36 愛伝舎 欲求連鎖分析結果

<有限会社 キュアリンクケア>

活動内容：

- ・個人向け事業として、妊娠中から1年間妊婦さんを自宅訪問し、「見守り続けるケア」を提供する事業を展開。

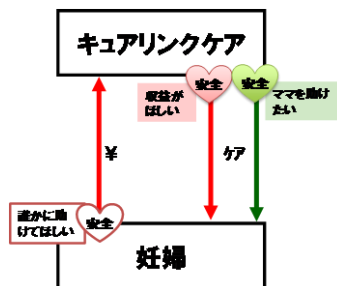


図 3.37 キュアリンクケア 欲求連鎖分析結果

<有限会社 ビッグイシュー日本>

活動内容：

- ・ホームレスに雑誌を販売させ、その収益の多くをホームレスに提供することで、ホームレスの生活を支援する事業を展開。
- ・なお、雑誌に使用する記事は、ISNP より無料で提供されている。

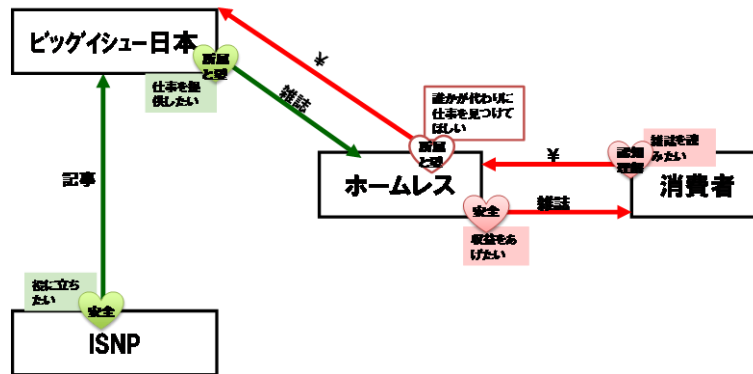


図 3.38 ビッグイシュー日本 欲求連鎖分析結果

<株式会社 チャイルドハート>

活動内容：

- ・乳幼児保育事業を中心に、育児中のママをサポートする事業を展開。
- ・特に、WEBカメラ・ICタグ導入など、「お子様の安心、安全、保護者様への情報開示」に積極的に取り組んでいる。

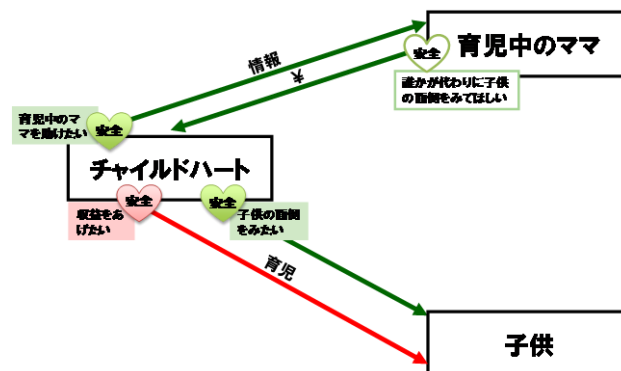


図 3.39 チャイルドハート 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 日本タッチ・コミュニケーション協会>

活動内容：

- ・子育てに励むママと，その子供に，心と体の両面における健康増進を目指した，サービスを展開。

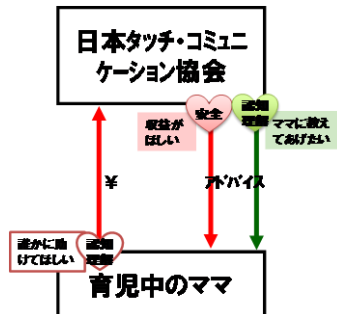


図 3.40 日本タッチ・コミュニケーション協会 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 ジェイシーアイ・テレワーカーズ・ネットワーク>

活動内容：

- ・障害者に ICT 利用のノウハウを指導し，障害者が作成した製品を販売することで，障害者の自立を支援する事業を展開。

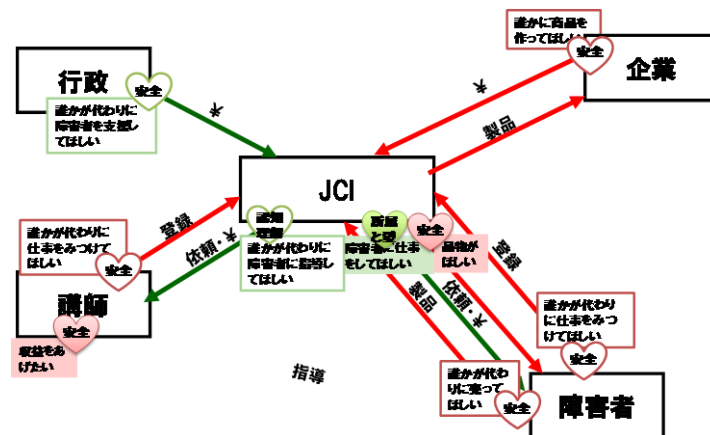


図 3.41 ジェイシーアイ・テレワーカーズ・ネットワーク 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 わははネット>

活動内容：

- ・子育て情報をメールで子育てママに配信し，子育てママをサポートする事業を展開．
- ・企業に子育てママを対象としたアンケート調査結果を渡すことで，資金を確保している．

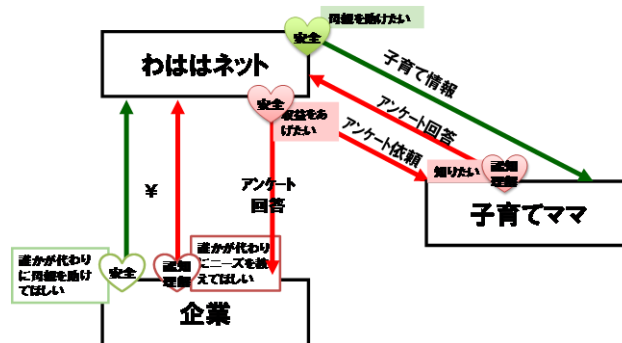


図 3.42 わははネット 欲求連鎖分析結果

<株式会社 フラウ>

活動内容：

- ・子育て情報を，メールで配信したり，本を販売したりすることで，子育てママをサポートする事業を展開．
- ・企業に子育てママを対象としたアンケート調査結果を渡すことで，資金を確保している．

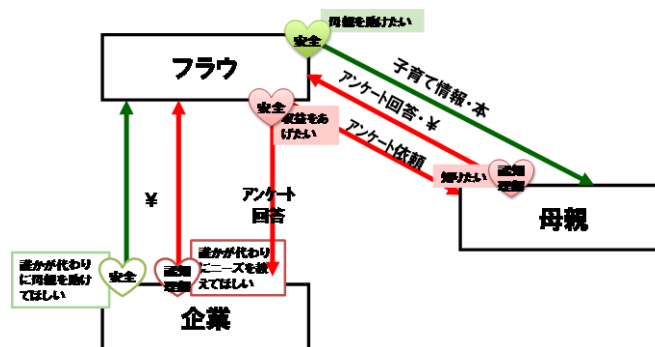


図 3.43 フラウ 欲求連鎖分析結果

③ 環境・健康・就労等の分野で社会の仕組みづくりに貢献するもの(7事例)

<特定非営利活動法人 楽しいモグラクラブ>

活動内容：

- ・不登校，ひきこもりの人たちの状況を理解し，彼らに合った働き方を支援し，メンタ
ル的なサポートをする場(モグラクラブ)を提供.

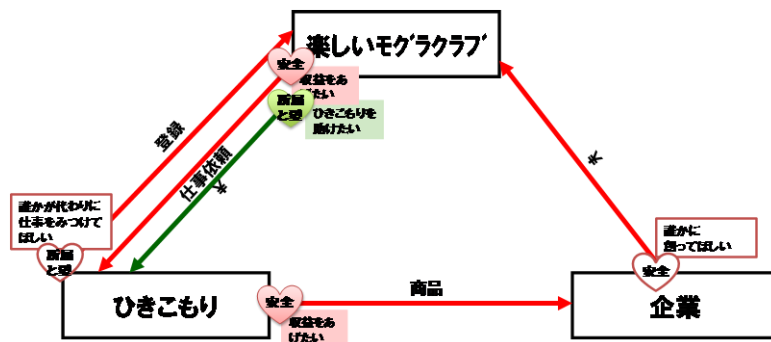


図 3.44 楽しいモグラクラブ 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 「育て上げ」ネット>

活動内容：

- ・コミュニケーションが苦手，働く事が不安，やりたいことが見つからないといった「働
けない」若者と，その保護者や関係者に対して「経済的自立」・「社会参加」を目標と
した包括的な支援を実施.

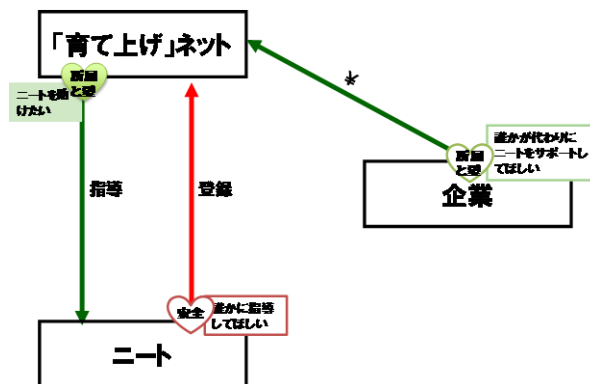


図 3.45 「育て上げ」ネット 欲求連鎖分析結果

<株式会社 アバンティ>

活動内容：

- ・オーガニックコットンの栽培，糸，生地，製品企画，製造販売まで実施し，自然やエコロジーに配慮し，かつ人が親しみやすい商品を販売。

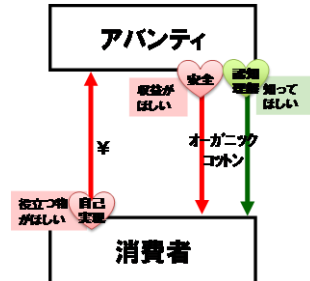


図 3.46 アバンティ 欲求連鎖分析結果

<株式会社 にんじん>

活動内容：

- ・農家の規格外野菜の流通システムを構築し，農家を支援。

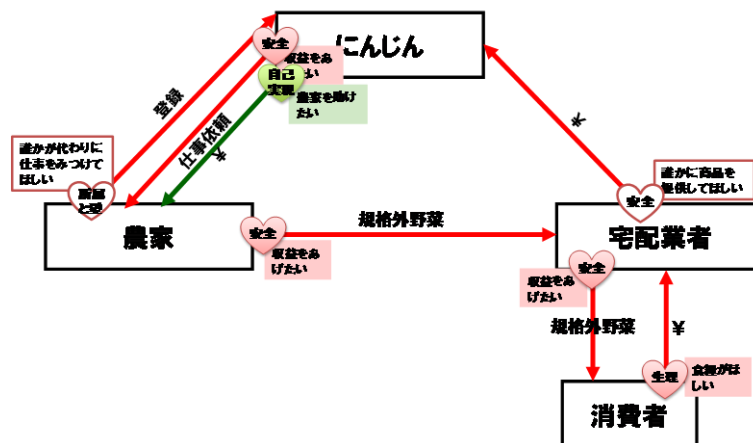


図 3.47 にんじん 欲求連鎖分析結果

<株式会社 コーチズ>

活動内容：

- ・元暴走族出身の青年の社会復帰を願い、高齢者向けのボールを用いた健康体操指導方法を伝授。老人ホームからの指導依頼を青年に託し、自律を支援している。

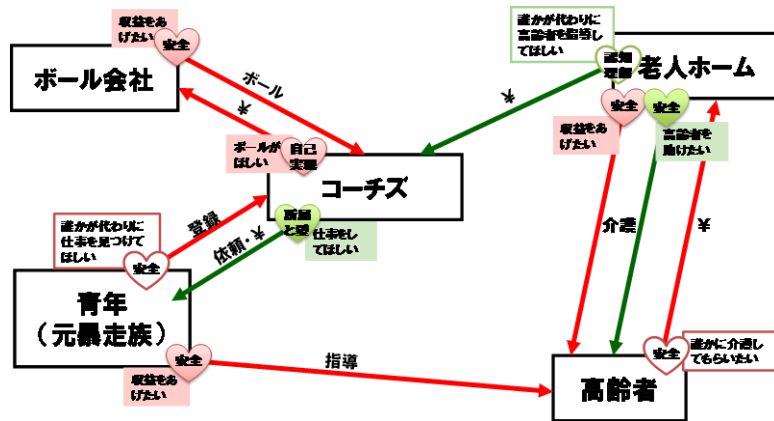


図 3.48 コーチズ 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 循環生活研究所>

活動内容：

- ・誰でも利用できる生ごみをたい肥化するダンボールコンポストの利用講習会を実施。
- ・住民の環境意識を高める取組みを実施している。

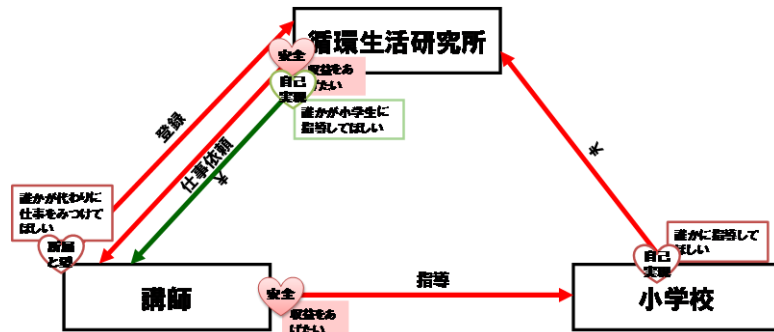


図 3.49 循環生活研究所 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 里山を考える会>

活動内容：

- ・生活スタイルを変革しないと環境問題は解決しない。その手本が里山にあると考え、里山について考え・見習い、都市生活に持っていくことを考えてもらう事業を展開。

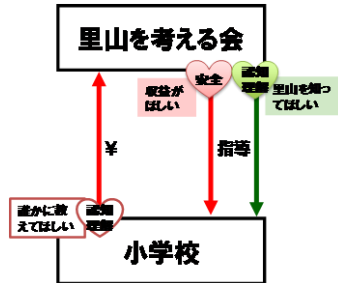


図 3.50 里山を考える会 欲求連鎖分析結果

④ 企業家育成、創業・経営の支援に取り組むもの(5事例)

<特定非営利活動法人 G-net>

活動内容：

- ・「夢に向かって挑戦するヒトを応援すること」をテーマに、金融機関・行政・大学と連携し、長期実践型インターンシップを中心とした事業を展開。

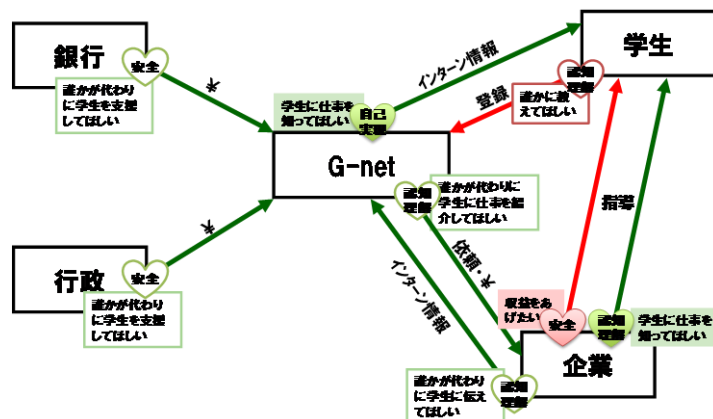


図 3.51 G-net 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 大阪 NPO センター>

活動内容：

- ・ NPO の設立・運営についての支援事業，人材育成事業，コンサルティング・コーディネート事業を展開。

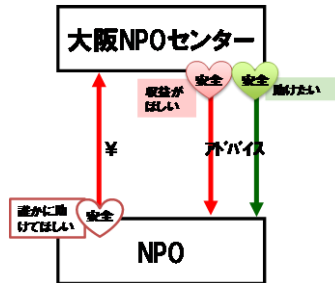


図 3.52 大阪 NPO センター 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 宝塚 NPO センター>

活動内容：

- ・ 人材育成講座，市民活動啓発のための講演，NPO 法人設立支援や運営相談等のサービスを提供。

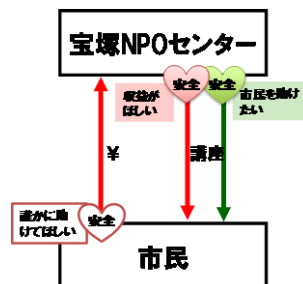


図 3.53 宝塚 NPO センター 欲求連鎖分析結果

<特定非営利活動法人 コムサロン 21>

活動内容：

- ・市民活動，特に一人では実現が難しいアイデアを人的なネットワーク支援や事務局機能代行によって支援。
- ・市民の面白いアイデアを実現することで，地域活性化にも貢献している。

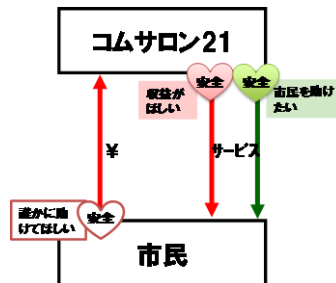


図 3.54 コムサロン 21 欲求連鎖分析結果

<ネイチャリング・プロジェクト>

活動内容：

- ・「真に自立した人材を育てる事」を目的に，退職予定者のためのコミュニティビジネスセミナーや，若物を対象とした社会起業家研修等を実施。

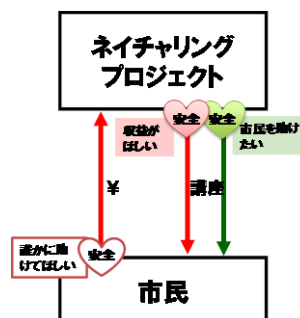


図 3.55 ネイチャリング・プロジェクト 欲求連鎖分析結果

3.1.2 特徴的な社会システムの分析

(1) 分析した社会システムの一覧

特徴的な社会システムは、ブレインストーミングにより抽出した。ブレインストーミングは、テーマを“特徴的な社会システム”と設定し、表 3.2 に示すメンバーで、計 3 回実施した。

表 3.2 ブレインストーミングの参加者

	実施日	参加人数	世代	性別
1 回目	2010.8.17	5 人	20 代～40 代	男女混同
2 回目	2010.9.25	4 人	20 代～30 代	男女混同
3 回目	2010.12.8	5 人	20 代～50 代	男女混同

このブレインストーミングにより、28 項目の特徴的な社会システムが抽出できた。この一覧を表 3.3 に示す。

表 3.3 特徴的な社会システムの一覧

Volvic: 1L for 10L	WWF: パンダマーク
Table for two: 寄付	絵葉書/切手企業: 寄付
アジア植林友好会: バリ島への植林	NIKE: 古靴のリサイクル
日本ユニセフ協会: 募金	野球チーム: 折れたバットのリサイクル
日本環境協会エコマーク事務局: 認定	FC Barcelona: 寄付
レインフォレストアライアンス: 認定	行政(国): エコポイント
ベルマーク教育助成財団: 寄付	行政(地方自治体): 図書館
ユニクロ: リサイクル	浅草神社: 三社祭
環公害防止連絡協議会: プルタブのリサイクル	渋谷大学: カルチャーセンター
AKB48: ファンによる投票	行政(地方自治体): カルチャーセンター
エコキャップ推進協会: キャップのリサイクル	行政(栗山町): 栗山グリーンツーリズム
AMERICAN EXPRESS: 社会貢献	大学生: ゼミでの発表
TULLY's: マイカップ持参で値引き	私立学校法人: 学校教育
行政(国): カーボンオフセット	公立学校法人: 学校教育

<アジア植林友好会：バリ島への植林^{文52)}>

活動内容：

- ・NPO 団体に募金をすることで、植林参加証を発行してもらえると同時に、NPO が代理でバリ島に植林する仕組み。

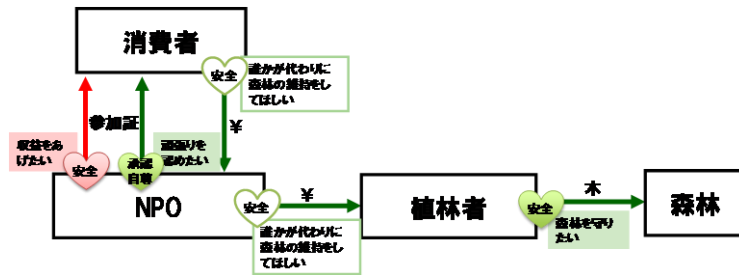


図 3.58 アジア植林友好会：バリ島への植林 欲求連鎖分析結果

<日本ユニセフ協会：募金^{文53)}>

活動内容：

- ・ユニセフ協会に募金をすることで、ユニセフ協会が世界中の困っている子供等に支援する仕組み。

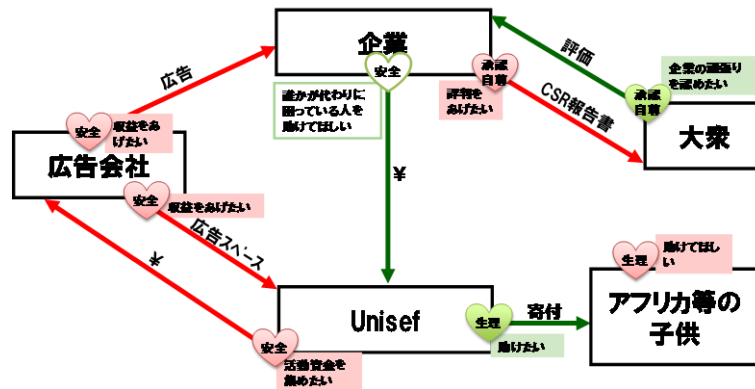


図 3.59 日本ユニセフ協会：募金 欲求連鎖分析結果

<日本環境協会エコマーク事務局：認定^{文54)}>

活動内容：

- ・一定の基準を満たした製品に対し，エコマーク使用契約を結ぶ。
- ・企業は，許可が得られた時点で，製品にエコマークを表示し販売できる。

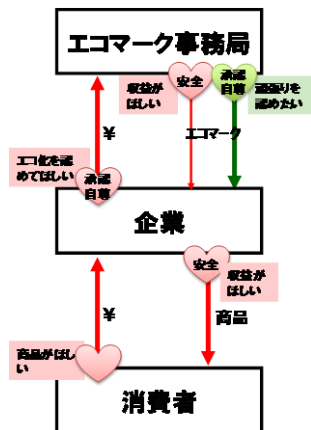


図 3.60 日本環境協会エコマーク事務局：認定 欲求連鎖分析結果

<レインフォレストアライアンス：認定^{文55)}>

活動内容：

- ・農地の利用方法に対し一定の水準をクリアすることで，企業が“カエルマーク”を使用することを許可する仕組み。

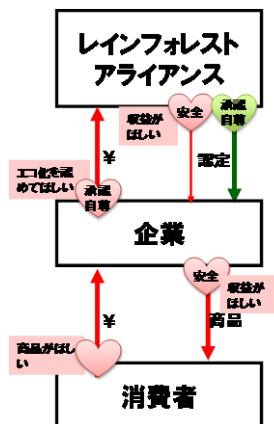


図 3.61 レインフォレストアライアンス：認定 欲求連鎖分析結果

<ベルマーク教育助成財団：寄付^{文56)}>

活動内容：

- ・協賛会社からベルマークの使用料を，協力会社から寄付金と文房具等を得ることで，ベルマークを集める学校と，へき地の学校の教育を支援する仕組みを構築。

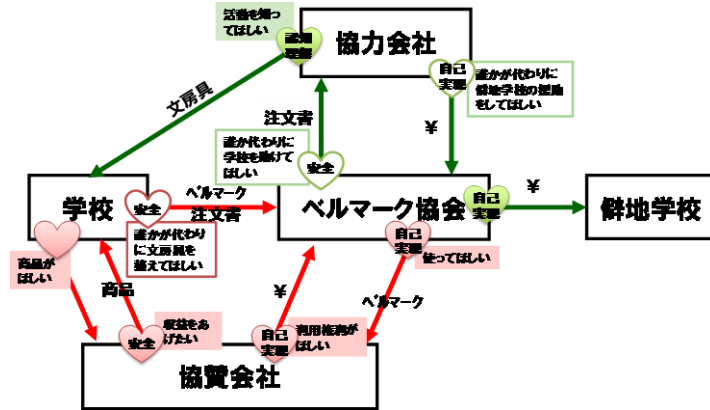


図 3.62 ベルマーク教育助成財団：寄付 欲求連鎖分析結果

<ユニクロ：リサイクル^{文57)}>

活動内容：

- ・着古したユニクロ製品を，ユニクロに寄付すると，難民キャンプ等に衣服を寄付する仕組みを構築。

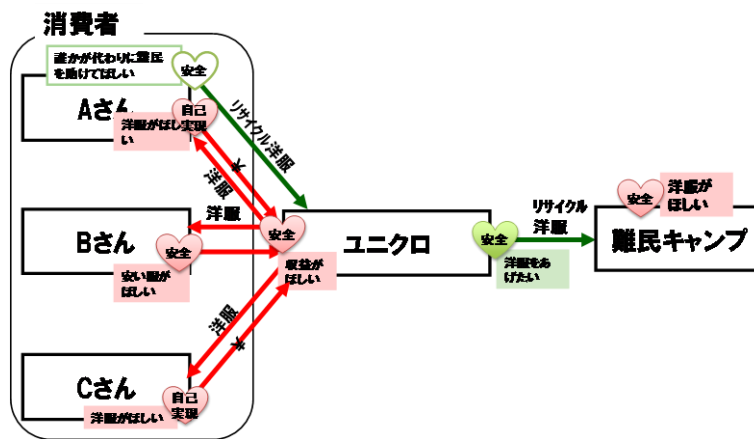


図 3.63 ユニクロ：リサイクル 欲求連鎖分析結果

<環公害防止連絡協議会：プルタブのリサイクル^{文58)}>

活動内容：

- ・プルタブを集めることで、環公害防止連絡協議会が福祉施設に車椅子を寄付する事業を展開。

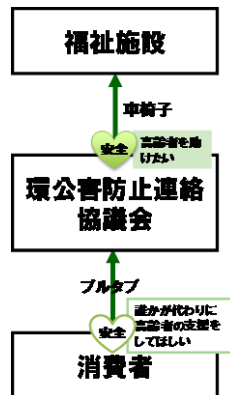


図 3.64 環公害防止連絡協議会：プルタブのリサイクル 欲求連鎖分析結果

<AKB48：ファンによる投票^{文59)}>

活動内容：

- ・AKB48 のセンターポジション決め投票権を、CD に付加して販売することで、消費者が AKB48 のセンターを決定できるようにした仕組み。

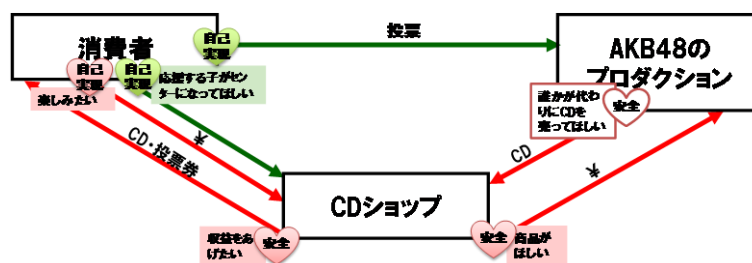


図 3.65 AKB48：ファンによる投票 欲求連鎖分析結果

<エコキャップ推進協会：キャップのリサイクル^{文60)}>

活動内容：

- ・ペットボトルのキャップを回収し、エコキャップ推進協会に寄付することで、アフリカの子供たちを助ける事が出来る仕組み。

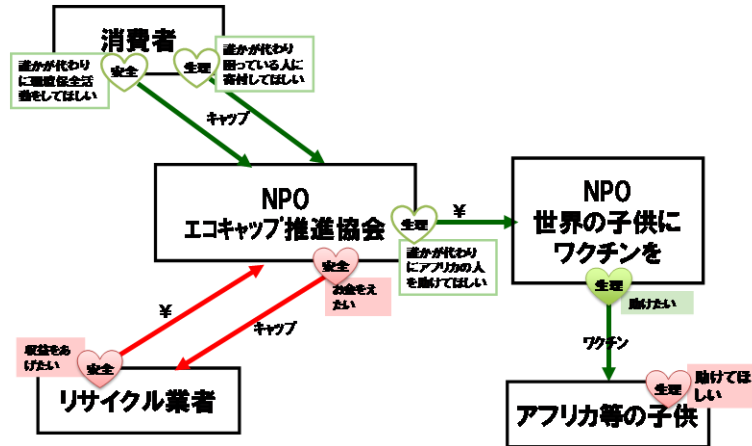


図 3.66 エコキャップ推進協会：キャップのリサイクル 欲求連鎖分析結果

<AMERICAN EXPRESS：社会貢献^{文61)}>

活動内容：

- ・アメリカンエクスプレスカードで買い物をすると、その利用額の一部が自由の女神の修復金に寄付される仕組み。

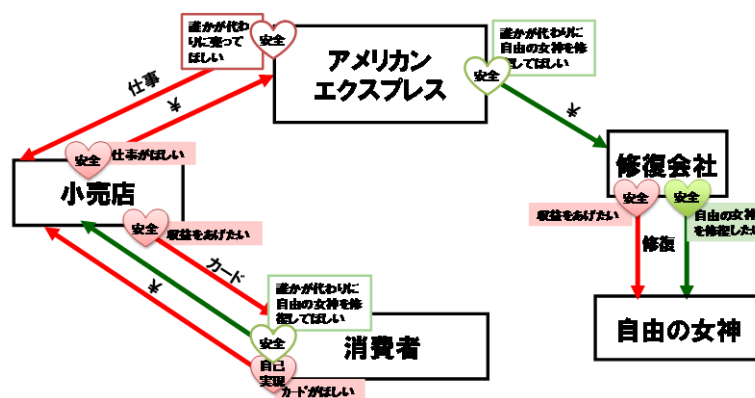


図 3.67 AMERICAN EXPRESS：社会貢献 欲求連鎖分析結果

<WWF：パンダマーク文64)>

活動内容：

- ・企業からパンダマーク使用料・寄付金を、消費者から募金を募ることで、WWFが海や森を守る仕組み。

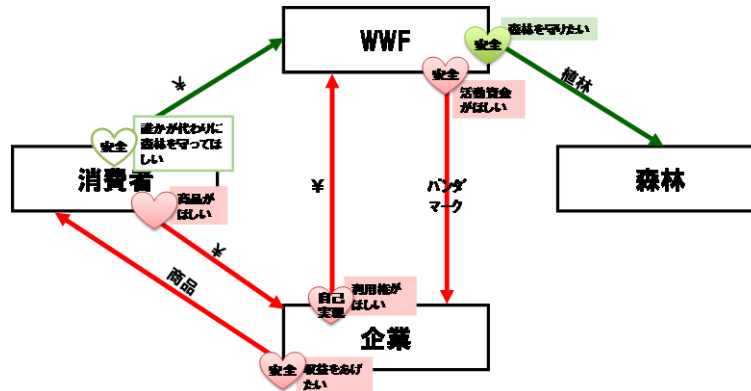


図 3.70 WWF：パンダマーク 欲求連鎖分析結果

<絵葉書/切手企業：寄付>

活動内容：

- ・切手やはがきの代金に寄付金額を上乗せし販売することで、消費者が切手もしくははがきを購入すると、自動的に寄付するビジネスを展開。

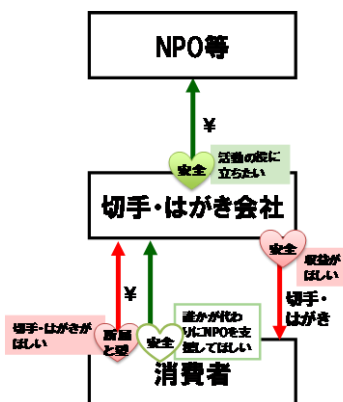


図 3.71 絵葉書/切手企業：寄付 欲求連鎖分析結果

<NIKE：古靴のリサイクル^{文65)}>

活動内容：

- ・はきつぶした運動靴を回収し、加工ゴムを再生し、バスケット等に活かすリサイクル事業を実施。

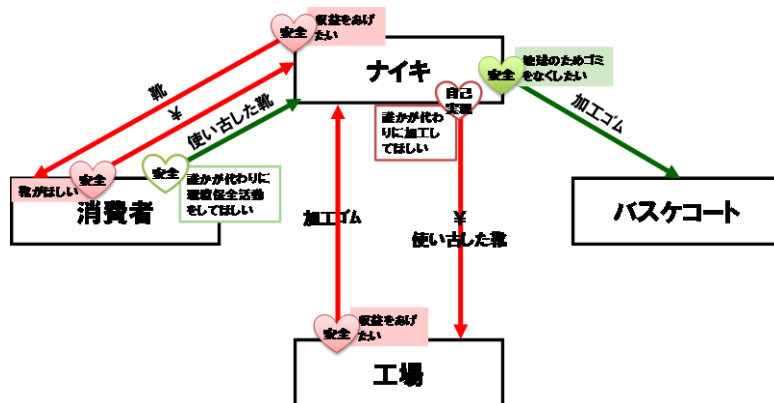


図 3.72 NIKE：古靴のリサイクル 欲求連鎖分析結果

<野球チーム：折れたバットのリサイクル^{文66)}>

活動内容：

- ・試合や練習中に折れたバットをリサイクルし、箸としてファンに販売する事業を展開。

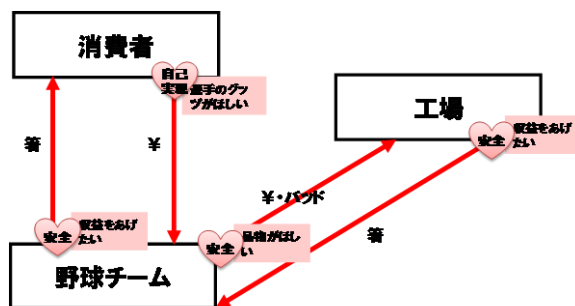


図 3.73 野球チーム：折れたバットのリサイクル 欲求連鎖分析結果

<FC Barcelona：寄付^{文67)}>

活動内容：

- ・サッカーの興行収入の一部を、ユニセフの『子どもとエイズ』世界キャンペーン」のために寄付。
- ・FCバルセロナは、創立以来100年間スポンサーなどにその使用を決して許すことの無かったユニフォーム前面のスペースにユニセフのロゴを入れ、キャンペーンへの支持を示している。

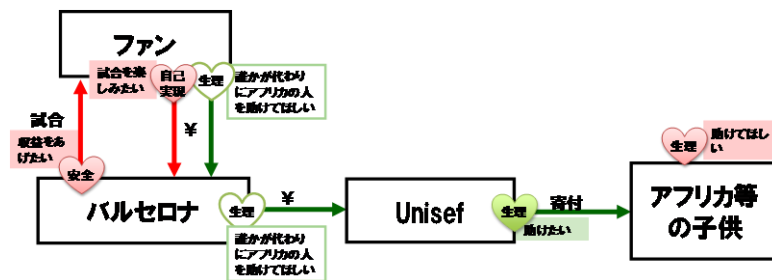


図 3.74 FC Barcelona：寄付 欲求連鎖分析結果

<行政(国)：エコポイント^{文68)}>

活動内容：

- ・エコポイント対象商品を購入すると、商品やサービスと交換できるエコポイントを付与する政府主導の仕組み。

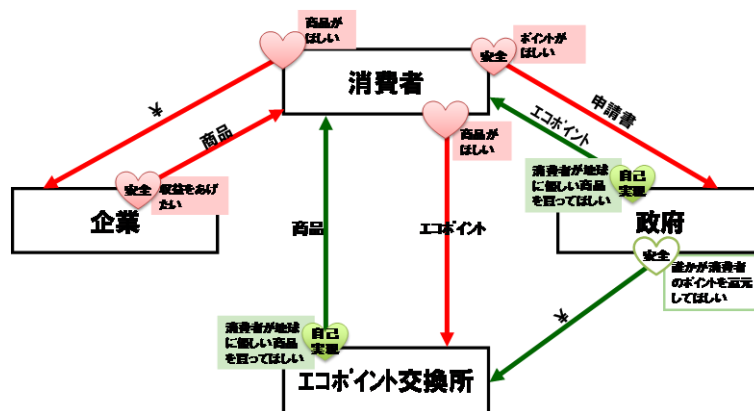


図 3.75 行政(国)：エコポイント 欲求連鎖分析結果

<行政(地方自治体)：図書館>

活動内容：

- ・行政から運営資金を得て，図書を管理し，区民に図書を貸し出す仕組み。

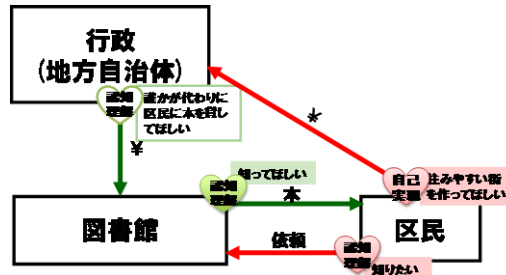


図 3.76 行政(地方自治体)：図書館 欲求連鎖分析結果

<浅草神社：三社祭^{文69)}>

活動内容：

- ・地元企業等から支援を受けて，年に一度神輿を担ぎ手に託し町内をめぐり，神様をお祭りする仕組み。

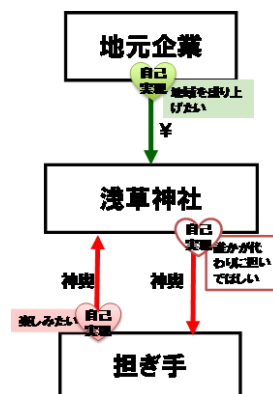


図 3.77 浅草神社：三社祭 欲求連鎖分析結果

<渋谷大学：カルチャーセンター^{文70}>

活動内容：

- ・後援者から資金を得て、教えたいと思う人が講師となり、学びたいと思う人に講義をする仕組み

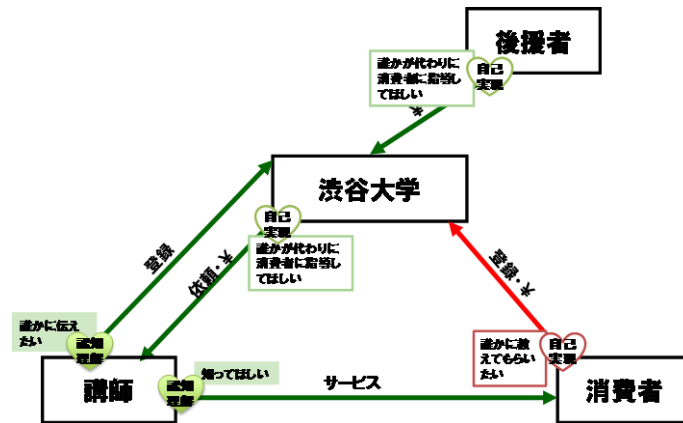


図 3.78 渋谷大学：カルチャーセンター 欲求連鎖分析結果

<行政(地方自治体)：カルチャーセンター>

活動内容：

- ・行政が資金を援助し、カルチャーセンターを運営することで、区民の生涯学習の支援を目指す仕組み。

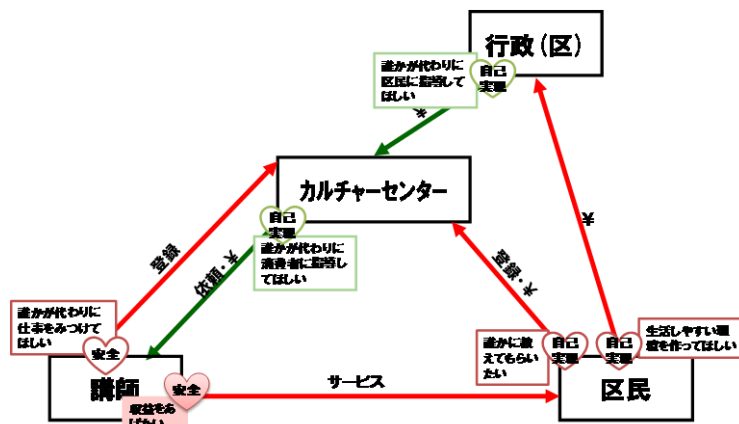


図 3.79 行政(地方自治体)：カルチャーセンター 欲求連鎖分析結果

<行政(栗山町)：栗山グリーンツーリズム^{文71)}>

活動内容：

- ・栗山町が中心となり，農家の農村民宿体験ツアーを修学旅行生等に販売し，農都の共生・地域活性を目指す事業を展開。

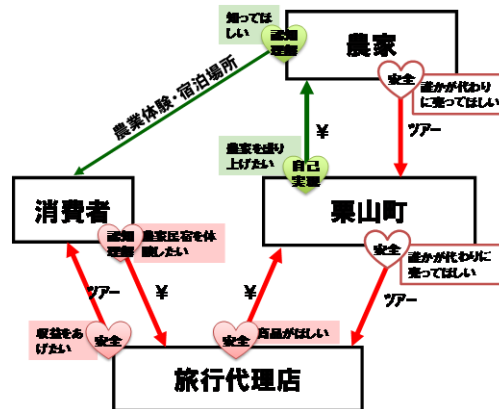


図 3.80 行政(栗山町)：栗山グリーンツーリズム 欲求連鎖分析結果

<大学生：ゼミでの発表>

活動内容：

- ・ゼミ生の1人が，教授・他のゼミ生の前で進捗報告することで，指導やアドバイスをもらえる仕組み。

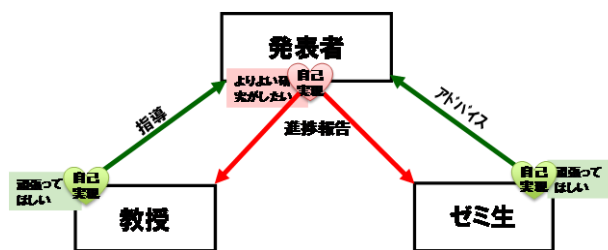


図 3.81 大学生：ゼミでの発表 欲求連鎖分析結果

<私立学校法人：学校教育>

活動内容：

- ・ 学生が授業料を支払うことで、私立大学が学生に教育を提供する仕組み。

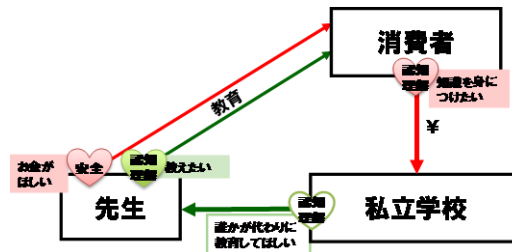


図 3.82 私立学校法人：学校教育 欲求連鎖分析結果

<公立学校法人：学校教育>

活動内容：

- ・ 学生からの授業料と政府からの支援金により、公立大学が学生に教育を提供する仕組み。

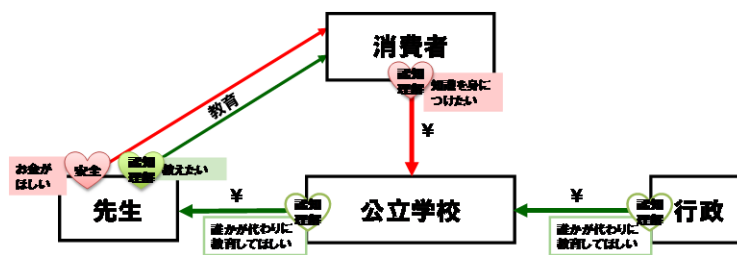


図 3.83 公立学校法人：学校教育 欲求連鎖分析結果

3.2 分析結果の考察

本節では、まず 3.2.1 項において、3.1 節における成功事例の分析結果から得られたルールを示す。そして 3.2.2 節において、そのルールが失敗事例に適用できない事を示す。

3.2.1 成功事例の分析結果の考察

前節において、欲求連鎖分析を用いて多様な成功している社会システムを分析した結果、

① 社会システムでは、その社会システムをデザインした主体が、システムの対象とした人物(ex.水を売る相手といった消費者,仕事を与える相手といった障害者)が持つ“欲求”を充足できるやり取りを取り入れていること(これは、4種類の欲求について、図 3.84 に示すようなやり取りが含まれている事を意味する。).

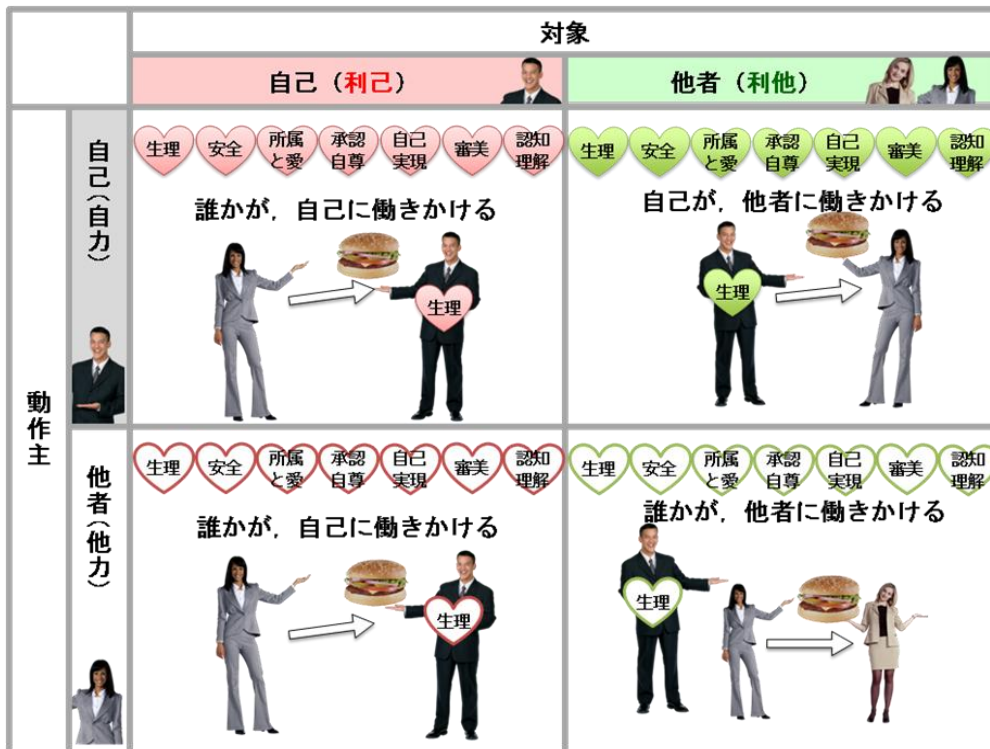


図 3.84 欲求を実現するやり取り

② さらに、上記のやり取りをサステイナブルにするために必要な、要素(ex.資本・商品・労働力)を得るやり取りを追加していること。

③ 成功する社会システムでは、②のようにやり取りを追加することで、各欲求が以下の点を満たすようにし、全ステークホルダーの欲求が全て充足していること。

1. 赤色の利己的欲求：

自分に戻る矢印によって、赤色の欲求が必ず充足されていること。

2. 緑色の利他的欲求：

最終的な矢印の到達点が、欲求の“対象”にたどり着いていること。

(例外として、地域の発展や地球環境保全の場合、地域や地球がステークホルダーとして登場しないため、到達しない)

ということがわかった。以上の考察を踏まえて、システムの対象とした人物が持つ、大きく4つの欲求ごとに1事例ずつ図3.85～3.88示す。なお、各事例において、①社会システムをデザインした主体を灰色に、②システムの対象とした人物はその人物がもつ欲求の色(赤もしくは緑)で塗りつぶした。また、図中の破線で囲んだ部分が、図3.84に示すやり取りに相当する。

(1) システムの対象とした人物の欲求が、対象が“自分”・動作主が“自分”の例

具体例として、ソーシャルビジネス55選の中から、特定非営利活動法人 島の風の事例をあげる。

システムの対象である観光客の“自己実現(楽しみたい)”を実現するため、社会システムをデザインした主体である島の風は、ツアーを提供している。この時、観光客からお金を対価として受け取ることで、この仕組みをサステイナブルなものにし、かつ全ての欲求を充足させている。

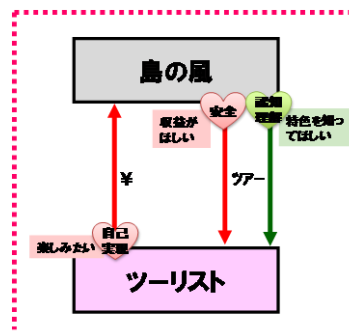


図 3.85 特定非営利活動法人 島の風

(2) システムの対象とした人物の欲求が、対象が“自分”・動作主が“他者”の例

具体例として、ソーシャルビジネス 55 選の中から、特定非営利活動法人 Mブリッジの事例をあげる。

システムの対象である地元住民の“自己実現(誰かが指導してほしい)”を実現するため、社会システムをデザインした主体である Mブリッジは、カルチャーセンターで地元住民を指導している。この時、地元住民からお金を対価として受け取り、さらに指導をする講師を雇い給与を支払うことで、この仕組みをサステイナブルなものにし、かつ全ての欲求を充足させている。

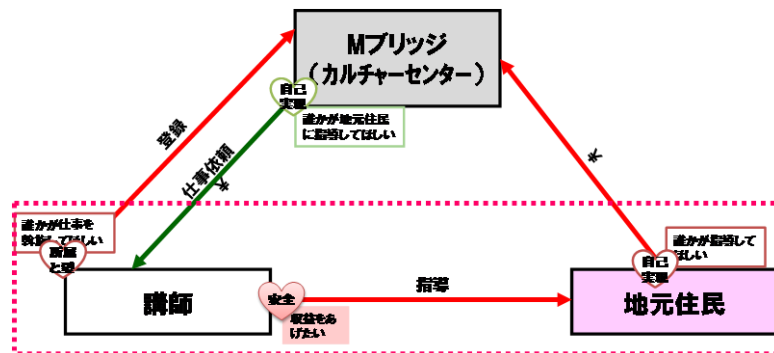


図 3.86 特定非営利活動法人 Mブリッジ

(3) システムの対象とした人物の欲求が、対象が“他者”・動作主が“自分”の例

具体例として、特徴的な社会システムから、AKB48:ファンによる投票の事例をあげる。

システムの対象である消費者の“自己実現(応援する子がセンターになってほしい)”を実現するため、社会システムをデザインした主体である AKB48 のプロダクションは、投票券を提供している。この時、CD ショップを介し消費者に投票券付属の CD を販売することで消費者からお金を対価として受け取り、この仕組みをサステイナブルなものにし、かつ全ての欲求を充足させている。

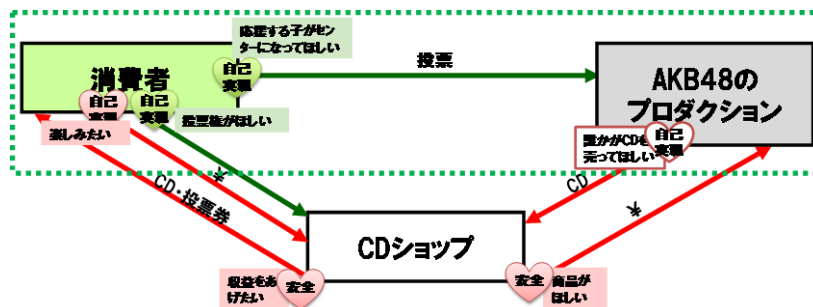


図 3.87 AKB48:ファンによる投票

(4) システムの対象とした人物の欲求が、対象が“他者”・動作主が“他者”の例

具体例として、ソーシャルビジネス 55 選の中から、株式会社 チャイルドハートの事例をあげる。

システムの対象である育児中のママの“安全(誰かが子供の面倒をみてほしい)”を実現するため、社会システムをデザインした主体であるチャイルドハートは、子どもの育児を提供している。この時、育児中のママからお金を対価として受け取ることで、この仕組みをサステイナブルなものにし、かつ全ての欲求を充足させている。

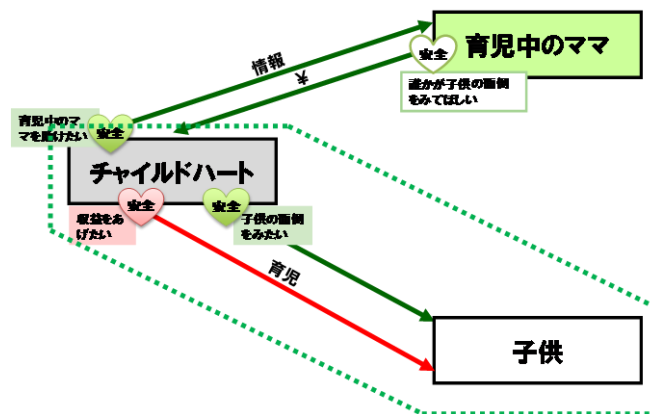


図 3.88 株式会社 チャイルドハート

3.2.2 失敗事例の分析結果の考察

本項では、失敗事例を、欲求連鎖分析を用いて分析し、3.2.1 項で抽出された成功する社会システムにおける共通事項、特に 3.2.1 項における③が成立しない事を確かめる。分析対象とした失敗事例は、日経ビジネスに記載されている“敗軍の将、兵を語る^{文 72~78}”というコラムより、CVCA の描きやすい表 3.4 に示す 7 事例を選んで用いた。

表 3.4 分析対象としたビジネス

企業名	コラムの題目
三重中京大学	「就職の強さ」も入学ゼロ
ダイイチ	エコカー旋風で整備減る
茨城県住宅供給公社	ずさんな分譲で家建たず
県民球団長崎セインツ	夢追うチーム、応援団なし
タワーレコード	邦楽市場は”ガラパゴス”
今泉	人気の浮輪、百貨店と沈む
日本インターネット新聞	ツイッターに勝てず休刊

コラム“敗軍の将、兵を語る”では、ビジネスが成功から失敗へ転向する過程が、経営者により語られている。本付録では、ビジネスが“成功しているとき”および“失敗に転向した時”の二つを、欲求連鎖分析を用いて分析した。その結果を図 3.89~3.95 に示す。

<三重中京大学>

三重中京大学は、大学の乱立と少子化の影響を受け、生徒の募集を中止した大学である。

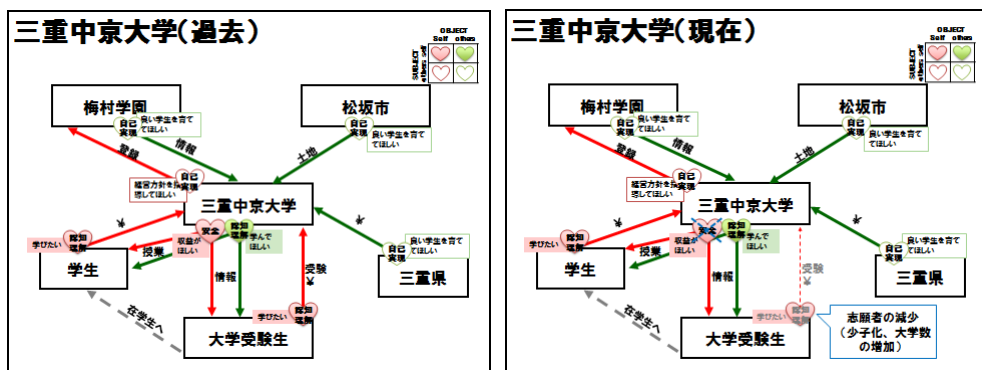


図 3.89 三重中京大学の過去と現在

このように、欲求連鎖分析を用いて分析した結果、少子化・大学数の増加により、受験生が減少し、結果として在学生在が減少する。その結果、受験料や授業料の収入が三重中京大学が、必要経費以下となり、特に三重中京大学の“安全：収益がほしい”という欲求を充足できなくなった事が確認できた。

<ダイイチ>

ダイイチは、自動車整備工場に、工具を卸す問屋である。エコカーブームや、自動車離れ、ディーラーによる顧客の抱え込みにより、自動車整備工場の利用者が減り、事業の継続を断念した。

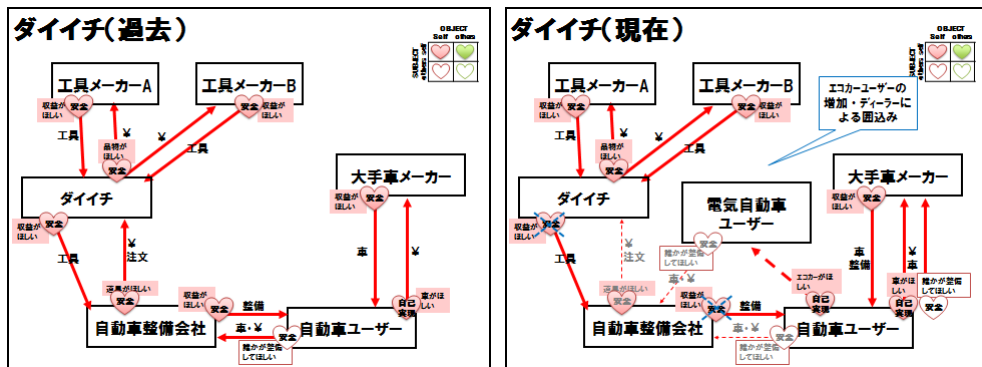


図 3.90 ダイイチの過去と現在

このように、エコカーの普及による整備時の工具の減少に伴う注文数の減少や、ディーラーによる消費者の囲い込みが生じた結果、ダイイチが取引先とする中小企業を中心とした自動車整備会社からの注文が減少した。この結果、ダイイチは、“安全：収益がほしい”という欲求を充足できなくなった事が確認できた。

<茨城県住宅供給公社>

バブル期に大量に購入した土地を抱え、また競争力の高い民間企業も出現し、顧客を確保できなくなり、破産を決意した国内初の住宅公社。

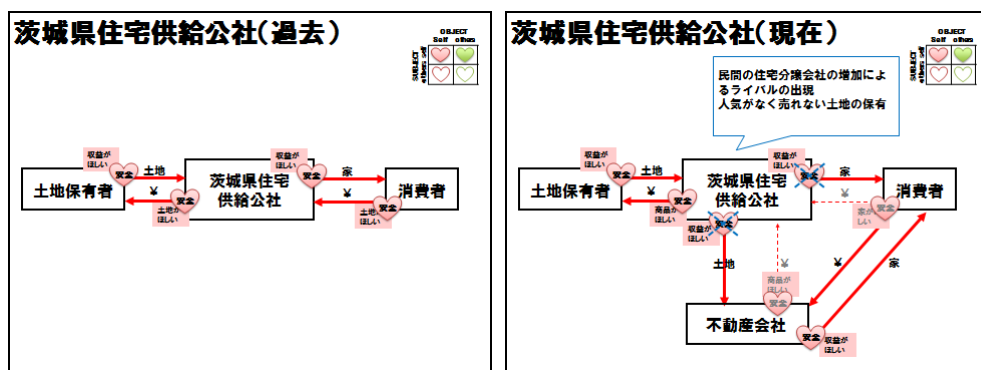


図 3.91 茨城住宅供給公社の過去と現在

このように、民間のライバル会社の出現による顧客の減少や、人気がなく売れない土地を保有することによる資産価値の減少により、茨城県住宅供給公社の“安全：収益がほしい”という欲求が充足できなくなった事が確認できた。

<県民球団長崎セインツ>

野球というエンターテイメントを地元の住民に提供することを通して地域活性の実現を目指し設立された。しかし、リーマンショックを契機とした業績不振によるスポンサー一離れにより、収入が大幅に減り、活動を中止した。

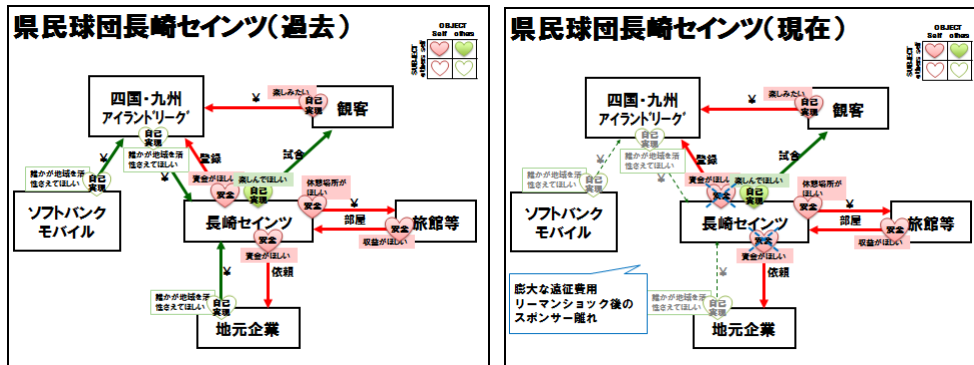


図 3.92 県民球団長崎セインツの過去と現在

このように、リーマンショックに伴うスポンサー離れにより、県民球団長崎セインツの遠征費等の必要経費が賄えなくなった。このように、県民球団長崎セインツの“安全：収益がほしい”という欲求が充足できなくなった事が確認できた。

<タワーレコード(ナップスター)>

ナップスターは、国内で最大数の楽曲数を配信するインターネットを利用したサービスを提供している。しかし、アメリカを基盤とした配信システムであったため、音楽会社はその配信形式を嫌ったため契約を拒否し、一方で消費者の要求には万全に応えることができず、サービス停止した。

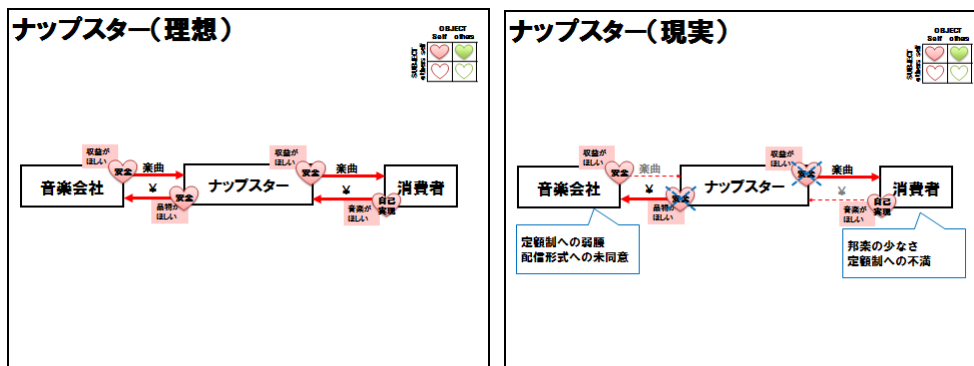


図 3.93 ナップスター理想と現実

このように、ナップスターの“安全：品物がほしい”という欲求と、“安全：収益がほしい”という欲求が充足できていない事が確認できた。

<今泉>

今泉は、老舗の浮輪メーカーであると共に、百貨店の卸問屋でもある。百貨店の営業不振も伴い、卸問屋として売れ残りを在庫として抱えるようになり、事業を停止することとなった。

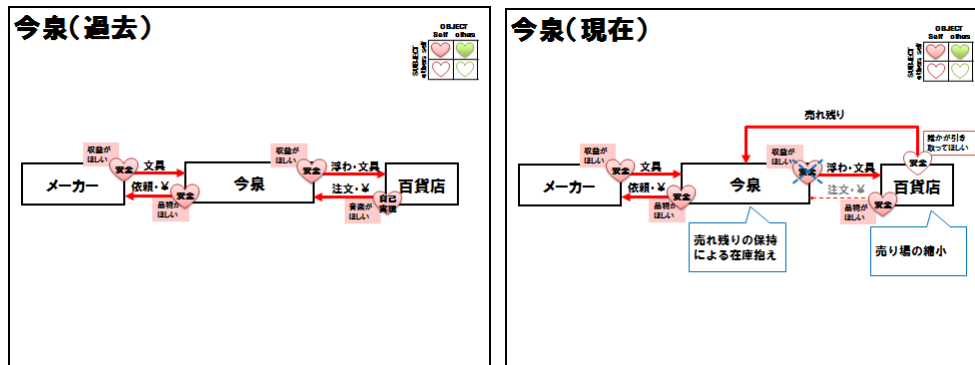


図 3.94 今泉の過去と現在

このように、百貨店の経営不振による在庫抱えや注文数減少により、今泉の“安全：収益がほしい”という欲求が充足できなくなった事が確認できた。

<日本インターネット新聞>

日本インターネット新聞は、市民ボランティアに記事を提供してもらい、WEBを通して無料で新聞記事を配信する仕組みを構築した。しかし、即座に自分の意見を発言できる“Twitter”の普及により、顧客を確保できなくなり、事業を停止することとなった。

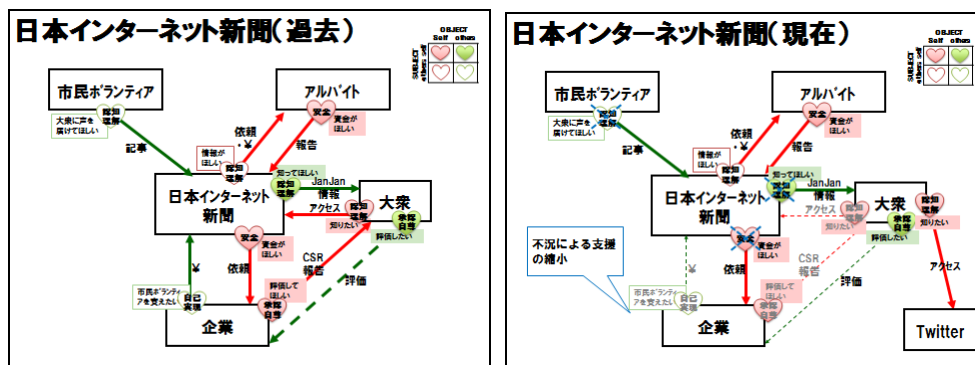


図 3.95 日本インターネット新聞の過去と現在

このように、Twitterの普及により、大衆が日本インターネット新聞よりも素早く情報を手に入れたいと思うようになり、利用者が減少した。また、スポンサー離れや、利用者が減少するにもかかわらず、人件費がかかる政治情勢の情報開示を行ってきた。この結果、日本インターネット新聞の“安全：収益をあげたい”という欲求と、市民ボランティアの“大衆に情報を届けたい”という欲求が充足できなくなった事が確認できた。

以上のような欲求連鎖分析の結果から、下記の2点がわかった。

・成功事例を欲求連鎖分析を用いて分析して得られた、以下のルールは、失敗事例の分析結果においては、満たせていない事がわかった。

＜成功事例が抽出されたルール＞

1. 赤色の利己的欲求：

自分に戻る矢印によって、赤色の欲求が必ず充足されていること。

2. 緑色の利他的欲求：

最終的な矢印の到達点が、欲求の“対象”にたどり着いていること。

このことは、失敗事例を欲求連鎖分析を用いて分析することで、失敗要因すなわち“欲求が充足できていないこと”を可視化することができる

・CVCA と異なり、失敗事例を分析するだけで、充足できない欲求を把握することができるため、失敗要因を把握することができることがわかった。

(通常、CVCA を用いて分析する場合は、成功している状態と、失敗している状態を比較することから、失敗の要因を把握することしかできない。)

このように、成功事例から抽出されたルールが失敗事例では適用できていないことから、成功する社会システムを設計するためには、全てのステークホルダーの“欲求が充足させること”ことを実施する必要があることがわかった。

3.3 欲求連鎖分析を用いた社会システム設計手法

3.2節における考察結果を踏まえると、成功する社会システムを設計するためには、全てのステークホルダーの欲求を充足させる必要がある。そのため、成功する社会システムは、下記の手順で設計ができると考えられる。

① 課題設定

ここでは、社会システムのラフなスケッチを描く。どんなステークホルダーを登場させ、“誰”に“何”をやり取りさせたいのかを明確にする。

② 欲求の把握

ここでは、①で登場させたステークホルダーの欲求を把握し、書き出す。このとき、社会システムの運用に必要な資金も、“お金がほしい”という欲求として書き出す。

③ 仕組みの構築

ここでは、①であげたステークホルダー間のやり取りで、②で洗い出した欲求を充足させる仕組みを構築する。

④ 欲求の充足状況の判定

ここでは、③で構築した仕組みが、②で洗い出した欲求を全て充足できているかを判定する。ここで、欲求の充足条件の判定は、3.2節の考察でわかった下記の条件を満たしていることを確認する。

If 全て欲求が充足している → finish

Else 一つでも欲求が充足していない →設計手順⑤へ

※欲求の充足に関する補足

1. 赤色の利己的欲求：

201, 赤色(塗りつぶし)の欲求が必ず充足されていること。

2. 緑色の利他的欲求：

最終的な矢印の到達点が、欲求の“対象”にたどり着いていること。

⑤ ステークホルダーの追加

ここでは、④の判定において、充足できていなかった欲求を充足できるステークホルダーを追加する。ステークホルダーを追加した後、②へ戻る。

以上の設計手法をまとめると、図 3.96 のようになる。

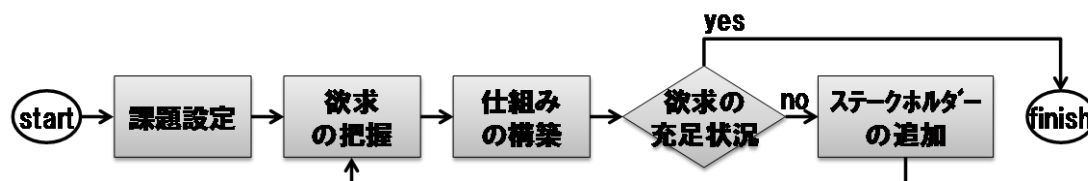


図 3.96 社会システムの設計手法

次に、ソーシャルビジネス 55 選の中から代表的なやり取りの形である

- ・特定非営利活動団体 里山を考える会
- ・特定非営利活動団体 楽しいモグラクラブ
- ・特定非営利活動団体 Mブリッジ
- ・特定非営利活動団体 フローレンス

の設計を上記の設計方法を用いて行った。この結果を図 3.97～3.100 に示す。

- ・特定非営利活動団体 里山を考える会 の社会システムの設計(図 3.97①～⑦)

特定非営利活動団体里山を考える会の社会システムの設計を、上述の社会システムの設計手法に沿って記述する。

① 課題設定(図 3.97①) :

小学校の人に里山について知ってもらうため、自ら講義を行う

② 欲求の把握(図 3.97②) :

里山を考える会と小学校がもつ欲求をそれぞれ把握する。

里山を考える会 :

- ・里山について知ってほしい
- ・里山の知識がほしい
- ・運用資金がほしい

小学校 :

- ・里山について教えてほしい

③ 仕組みの構築(図 3.97③～⑤) :

・里山を考える会の“里山について知ってほしい”と、小学校の“里山について教えてほしい”という欲求は、里山を考える会の講義により充足させる。(図 3.90③)

・里山を考える会の“里山の知識がほしい”という欲求は、自分で賄うことで、充足させる。(図 3.97④)

・里山を考える会の“運用資金がほしい”という欲求は、小学校からの受講料を受け取ることで、充足させる。(図 3.97⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 3.97⑥)

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 3.97⑦)

このように、設計手法をふまえて社会システムを設計することで、図 3.50 の欲求連鎖分析結果と一致する社会システムが構築できることを確認した。

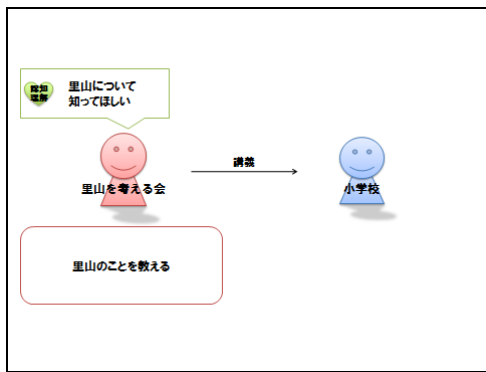


図 3.97① 課題設定

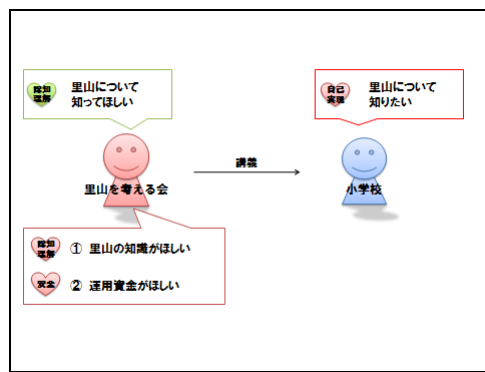


図 3.97② 欲求の把握

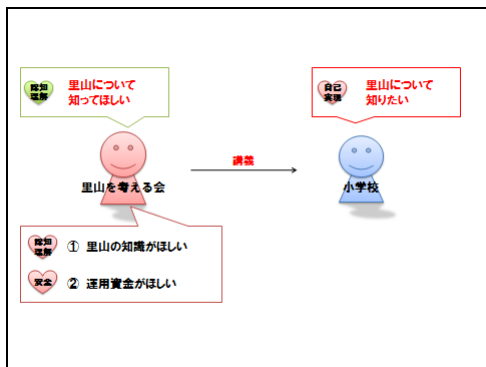


図 3.97③ 仕組みの構築 1

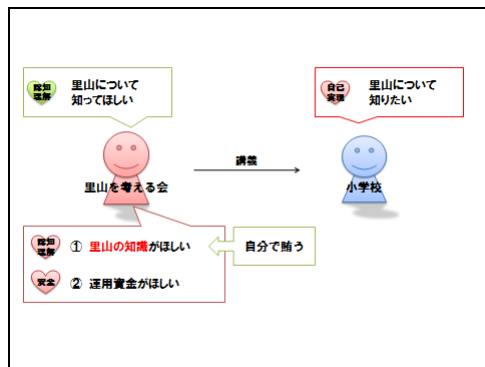


図 3.97④ 仕組みの構築 2

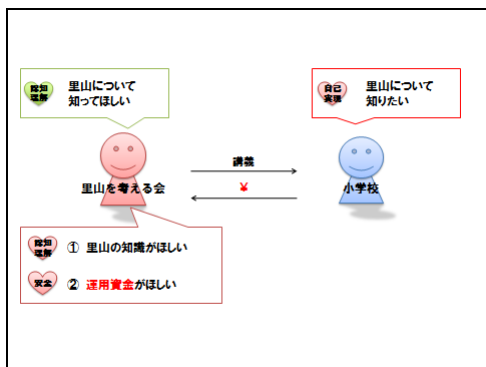


図 3.97⑤ 仕組みの構築 3

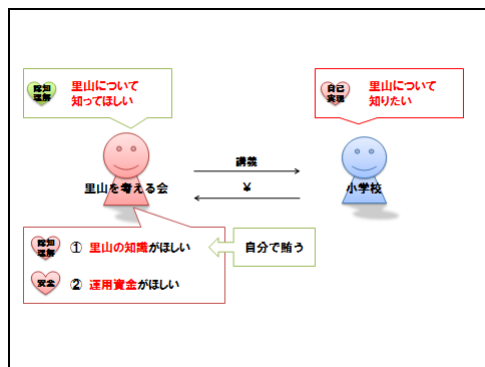


図 3.97⑥ 欲求の充足状況の判定

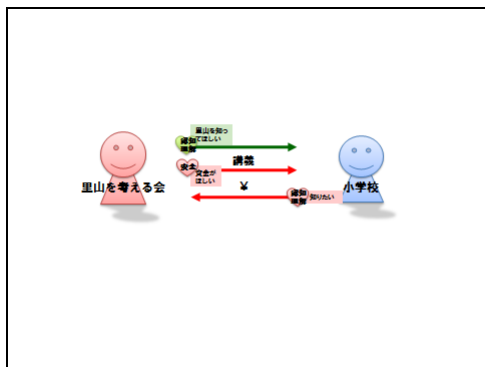


図 3.97⑦ finish

・特定非営利活動団体 楽しいモグラクラブ の社会システムの設計(図 3.98①～⑨)

特定非営利活動団体楽しいモグラクラブの社会システムの設計を、上述の社会システムの設計手法に沿って記述する。

① 課題設定(図 3.98①) :

ひきこもりに仕事を提供する。

② 欲求の把握(図 3.98②) :

楽しいモグラクラブとひきこもりの欲求を把握する。

楽しいモグラクラブ :

- ・ひきこもりを社会復帰させたい
- ・ひきこもりの情報がほしい
- ・(提供する) 仕事がほしい
- ・運用資金がほしい

ひきこもり :

- ・誰かが仕事を斡旋してほしい
- ・お金がほしい

③ 仕組みの構築(図 3.98③) :

・楽しいモグラクラブの“ひきこもりの情報がほしい”という欲求は、ひきこもりからの登録によって充足させる。

④ 欲求の充足状況の判定(図 3.98④)

②で挙げた下記の欲求が充足できていない。

楽しいモグラクラブ :

- ・ひきこもりを社会復帰させたい
- ・(提供する) 仕事がほしい
- ・運用資金がほしい

ひきこもり :

- ・誰かが仕事を斡旋してほしい
- ・お金がほしい

→⑤ステークホルダーの追加へ

⑤ ステークホルダーの追加(図 3.98⑤)

仕事とお金を提供してくれる、企業を追加する。

⑥ 欲求の把握 2(図 3.98⑥)

新たに加わったステークホルダーである企業の欲求を把握する。

企業 :

- ・誰かが製品を作ってほしい

⑦ 仕組みの構築 2(図 3.98⑦)

・企業から仕事とお金を、楽しいモグラクラブが受け取り、楽しいモグラクラブの“仕

事がほしい”と“運用資金がほしい”という欲求を充足させる。

- ・楽しいモグラクラブからひきこもりに仕事とお金を提供することで、楽しいモグラクラブの“ひきこもりを社会復帰させたい”という欲求と、ひきこもりの“仕事を斡旋してほしい”と“お金がほしい”という欲求を充足させる。

- ・ひきこもりから企業に製品を納めることで、企業の“製品を作ってほしい”という欲求を充足させる。

⑧ 欲求の充足状況の判定(図 3.98⑧)

全ての欲求が充足されたことを確認。

→finish(図 3.98⑨)

このように、里山を考える会の設計手順と異なり、ステークホルダーを追加するプロセスが増えたが、設計手法をふまえることで、図 3.44 の欲求連鎖分析結果と一致する社会システムが構築できることを確認した。

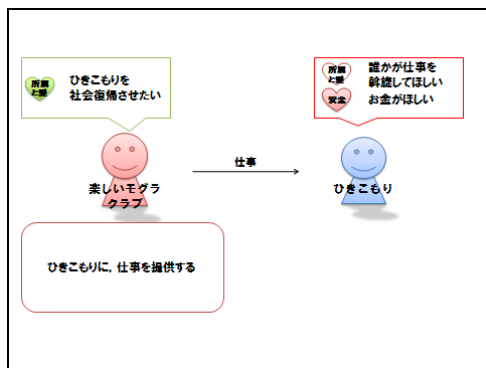


図 3.98① 課題設定

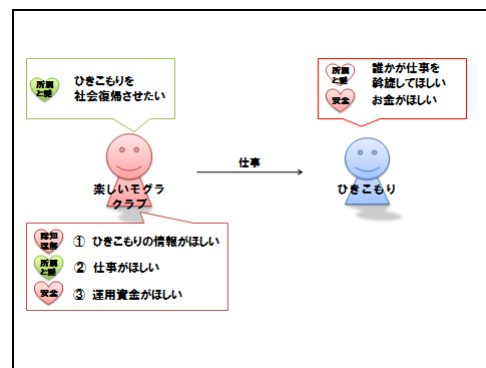


図 3.98② 欲求の把握

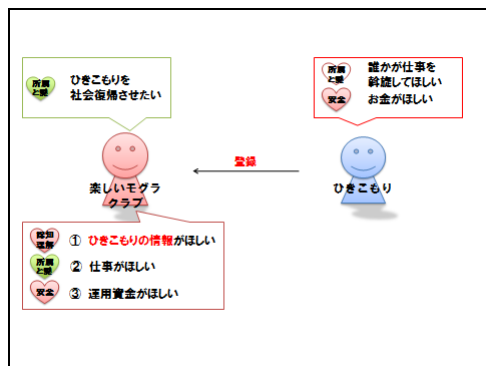


図 3.98③ 仕組みの構築

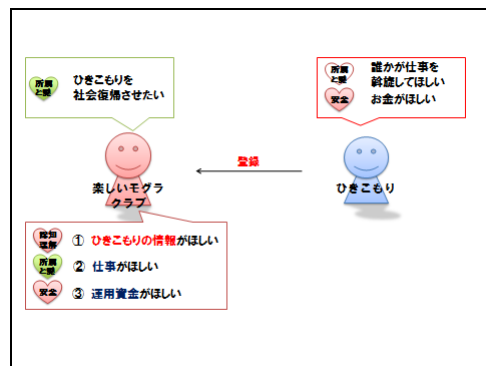


図 3.98④ 欲求の充足状況の判定

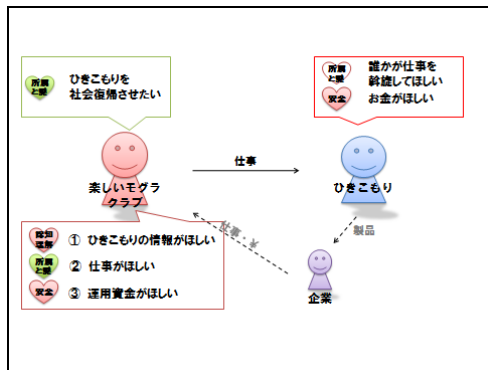


図 3.98⑤ ステークホルダーの追加

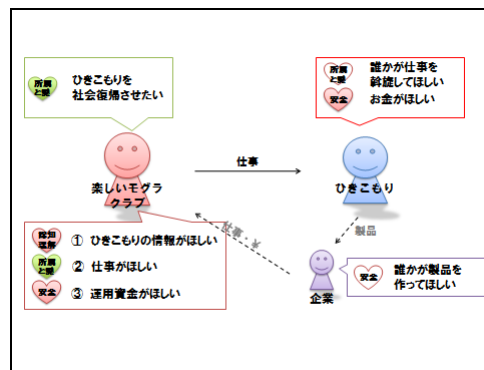


図 3.98⑥ 欲求の把握 2

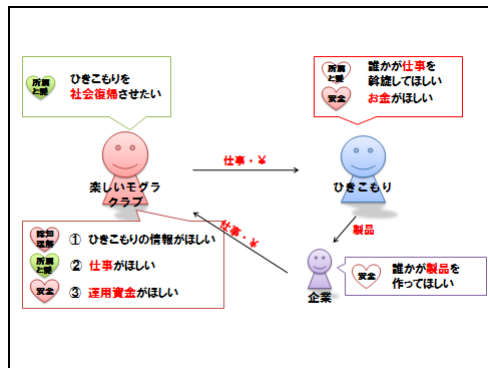


図 3.98⑦ 仕組みの構築 2

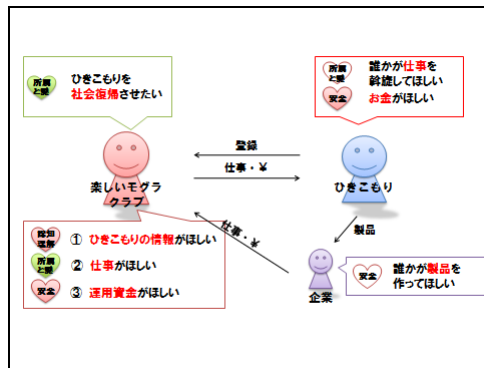


図 3.98⑧ 欲求の充足状況の把握

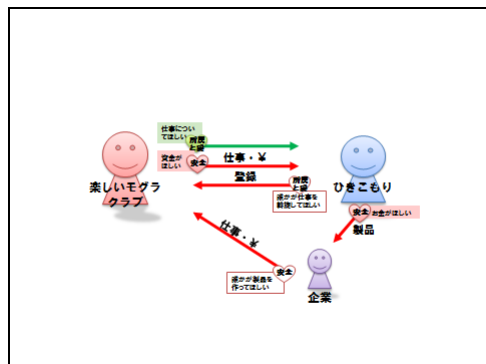


図 3.98⑨ finish

・特定非営利活動団体 Mブリッジ の社会システムの設計(図 3.99①～⑦)

特定非営利活動団体 Mブリッジの社会システムの設計を、上述の社会システムの設計手法に沿って記述する。

① 課題設定(図 3.99①) :

地元の住民が困っていることに対して指導ができる講師を Mブリッジが雇い、講師が地元住民を指導する。

② 欲求の把握(図 3.99②) :

Mブリッジ・地元住民・講師のそれぞれ把握する。

Mブリッジ :

- ・誰かが地元住民の生活を充実させてほしい
- ・講師の情報がほしい
- ・運用資金がほしい

地元住民 :

- ・誰かが教えてほしい

講師 :

- ・お金がほしい
- ・仕事を斡旋してほしい

③ 仕組みの構築(図 3.99③～⑤) :

・講師が地元住民に指導することで、Mブリッジの“誰かが地元住民の生活を充実させてほしい”という欲求と、地元住民の“誰かが教えてほしい”という欲求を充足させる。

(図 3.99③)

・講師からの登録により、Mブリッジが仕事を講師に提供することで、Mブリッジの“講師の情報がほしい”という欲求と、講師の“仕事を斡旋してほしい”という欲求を充足させる。(図 3.99④)

・地元住民から指導料を Mブリッジが受け取り、その一部を講師に支払うことで、Mブリッジの“運用資金がほしい”という欲求と、講師の“お金がほしい”という欲求を充足させる。(図 3.99⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 3.99⑥)

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 3.99⑦)

このように、里山を考える会と異なり、ステークホルダーの数は多いが、設計手法を用いて社会システムを設計することで、図 3.16 の欲求連鎖分析結果と一致する社会システムが構築できることを確認した。

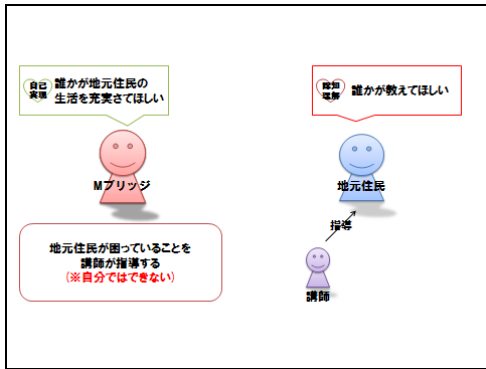


図 3.99① 課題設定

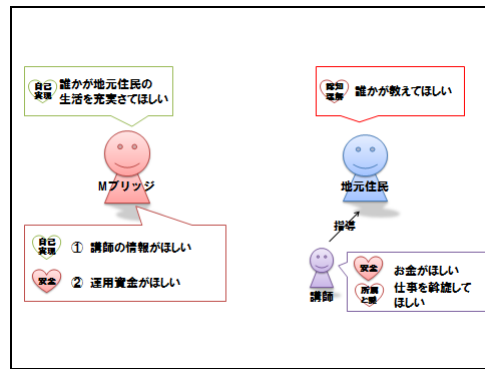


図 3.99② 欲求の把握

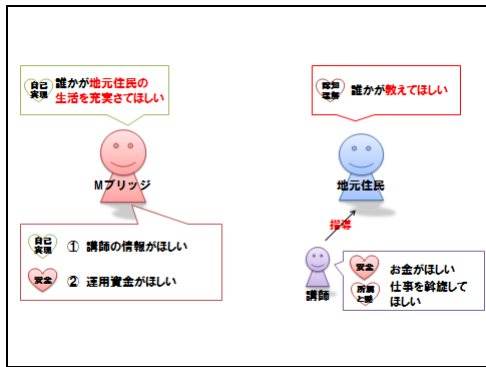


図 3.99③ 仕組みの構築 1

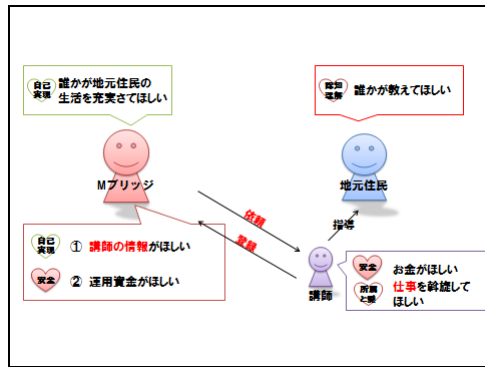


図 3.99④ 仕組みの構築 2

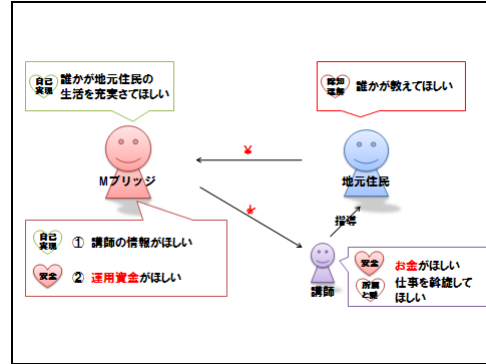


図 3.99⑤ 仕組みの構築 3

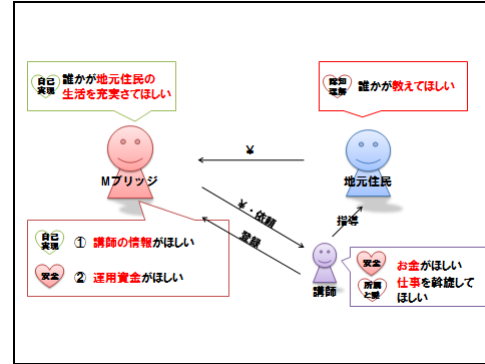


図 3.99⑥ 欲求の充足状況の判定

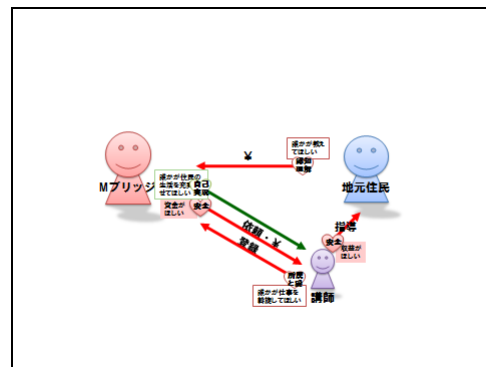


図 3.99⑦ finish

・特定非営利活動団体 フローレンス の社会システムの設計(図 3.100①～⑦)

特定非営利活動団体フローレンスの社会システムの設計を、上述の社会システムの設計手法に沿って記述する。

① 課題設定(図 3.100①) :

働く育児中のママの病気の子供を、育児が終わったママに看病してもらい仕組みを構築

② 欲求の把握(図 3.100②) :

フローレンス・働く育児中のママ・育児が終わったママのそれぞれの欲求を把握する。

フローレンス :

- ・誰かが働くママのために子供を看病してほしい
- ・(育児が終わった)ママの情報がほしい
- ・運用資金がほしい

働く育児中のママ :

- ・誰かが子供の看病をしてほしい

(育児が終わった)ママ :

- ・お金がほしい
- ・仕事を斡旋してほしい

③ 仕組みの構築(図 3.100③～⑤) :

・育児が終わったママが、子供の看病をすることで、フローレンスの“誰かが働くママのために子供を看病してほしい”という欲求と、働く育児中のママの“誰かが子供を看病してほしい”という欲求を充足させる。(図 3.100③)

・育児が終わったママに登録してもらい、フローレンスがママに仕事を斡旋することで、フローレンスの“ママの情報がほしい”という欲求と、ママの“仕事を斡旋してほしい”という欲求を充足させる。(図 3.100④)

・働く育児中のママから看病代をフローレンスが受け取り、その一部をママに支払うことで、フローレンスの“運用資金がほしい”という欲求と、ママの“お金がほしい”という欲求を充足させる。(図 3.100⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 3.100⑥)

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 3.100⑦)

このように、里山を考える会同様に、設計手法を用いて社会システムを設計することで、図 3.16 の欲求連鎖分析結果と一致する社会システムが構築できることを確認した。

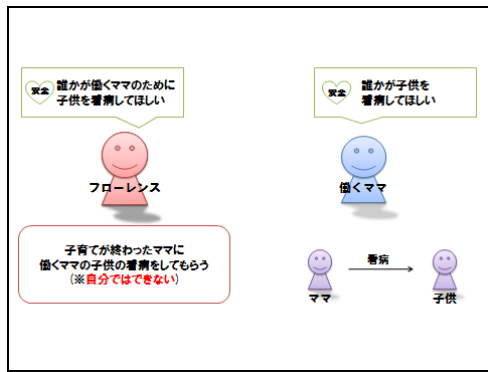


図 3.100① 課題設定

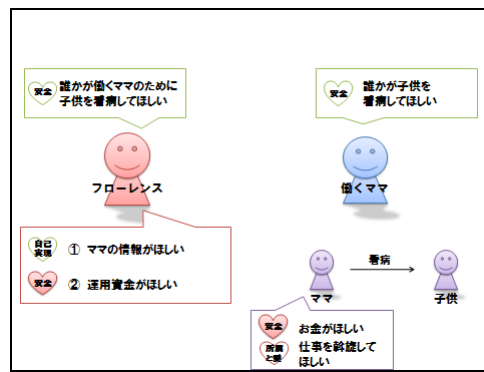


図 3.100② 欲求の把握

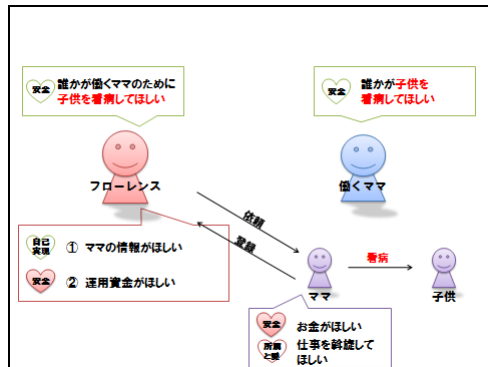


図 3.100③ 仕組みの構築 1

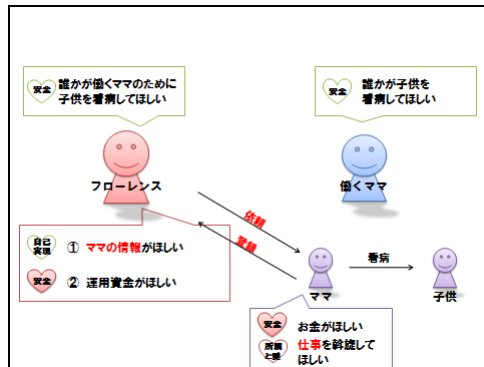


図 3.100④ 仕組みの構築 2

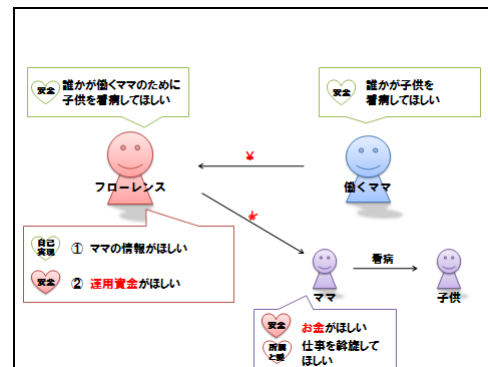


図 3.100⑤ 仕組みの構築 3

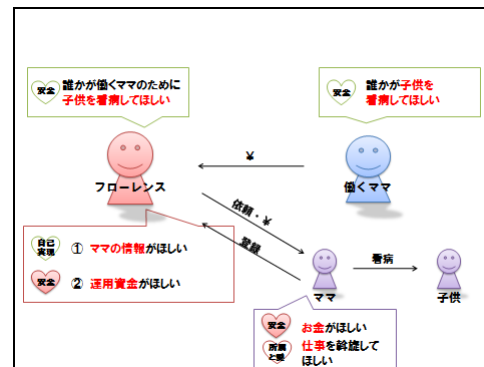


図 3.100⑥ 欲求の充足状況の判定

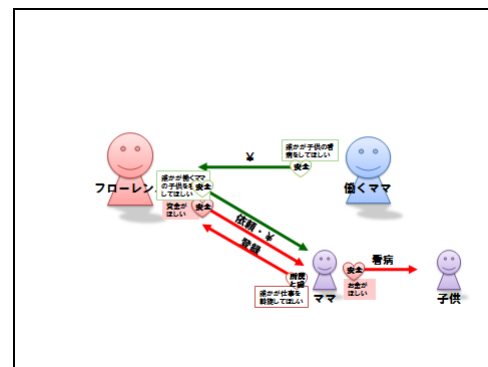


図 3.100⑦ finish

3.4 3章のまとめと考察

本章では、2章で開発した欲求連鎖分析を用いて、社会システムの中でも、特に成功するソーシャルビジネス 55 選を中心に、83 事例を分析した。この結果得られた知見を以下にまとめる。

- 成功する社会システムでは、全ステークホルダーの欲求が、以下のように全て充足していること。
 1. 赤色の利己的欲求：
自分に戻る矢印によって、赤色の欲求が必ず充足されていること。
 2. 緑色の利他的欲求：
最終的な矢印の到達点が、欲求の“対象”にたどり着いていること。
(例外として、地域の発展や地球環境保全の場合、地域や地球がステークホルダーとして登場しないため、到達しない)

- 上記のルールは、失敗事例を分析した結果、満たせていない事が確認できた。これは、充足できていない欲求を把握することができれば、失敗要因を把握することができる事を意味する。

- 欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法を行うと、“欲求”と“要求”という言葉の使い分けに混同する。しかし、本設計手法は、システムの設計者が、ステークホルダーの潜在的な“欲求”を、これから設計する社会システム“要求”として捉えていると解釈できる。そのため、狭義の意味で、“欲求”と“要求”が一致する。

- 欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法は、図に示したように、欲求が充足されなければ、どんどんステークホルダーを追加することを示唆している。そのため、いつシステムの設計を終了するかシステムの境界を決定することが重要となる。もしくは、システムの設計は、“利他的”欲求を持つ人を加えると、終了できる。そのため、今後、利他的欲求を持つ人材を増やす事も重要だと考えられる。

- 失敗事例の分析結果には、「必要経費を賄う分だけの収益は得られていないが、お金は得られている」というケースがあった。現状の欲求連鎖分析の記述方法では、このような状況における、欲求が充足できているかどうかの把握は困難である。今後、失敗要因の把握をより容易に行うことができるツールに発展させていくためには、欲求の充足率を数値的に示す方法を検討する必要がある。

4 章

欲求連鎖分析を用いた

環境配慮行動促進システムの提案

本章では、3 章で示した、“欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計指針”を用いて、環境配慮行動を促進する社会システムを設計・提案する。環境配慮行動を促進する社会システムの提案にあたり、まず 4.1 節にて環境配慮行動を定義する。次に 4.2 節において、環境配慮行動の促進に向け現状で実施されている環境ビジネス等の取組を、欲求連鎖分析を用いて分析する。4.2 節の結果を踏まえて、4.3 節において新たな環境配慮行動を促進する社会システムを提案する。最後に、4.4 節において本節のまとめを行う。

4.1 環境配慮行動とは

1章に示したように、地球環境問題の深刻化を受けて、消費者一人ひとりの環境配慮行動が重要である。これを受けて、近年、“グリーンコンシューマー”・“環境行動”・“省エネルギー行動”・“環境配慮行動”といった用語が用いられる機会が多い。ここで、それぞれの用語の定義^{文 11,72~75)}を確認する。

- ・グリーンコンシューマー：
自身の行動が環境問題に大きく影響しているという認識から、消費の場面において、自身の選択を通じて、環境保全型経済社会を構築しようという動き
- ・環境行動：
環境問題に関心と知識を持って人間活動と環境とのかかわりについて理解し、環境に配慮した行動をとること
- ・省エネルギー行動：
電気・ガス・石油の利用を控えた行動
- ・環境配慮行動：
エネルギーや資源の消費や環境への負荷が相対的に小さな消費行動および環境保全のための具体的な行動

本研究においては、“環境配慮行動”を、上記の4つの用語を包含すると用語として捉え、その定義を、“環境問題に関心と知識を持って人間活動と環境とのかかわりについて理解し、エネルギーや資源の消費や環境への負荷が相対的に小さな消費行動および環境保全のための具体的な行動をとること”とする。

上記の定義にあてはまる行動^{文 76~79)}の一覧を表4.1に示す。なお、環境配慮行動は、大きく5つのカテゴリー(①エネルギーの利用、②物の利用、③水の利用、④まちづくり、⑤活動・情報収集)で分類した。次節以降では、表4.1に示す行動を促進する社会システムの設計・提案を目指す。

表 4.1 環境配慮行動の一覧

①エネルギーの利用					
全般	家電製品	家電製品の購入時は、省エネタイプを選択する 太陽光発電・太陽熱利用給湯機を導入する	給湯	風呂	家族が時間を合わせて続けて入浴する
	建物躯体	保温、断熱化を行う 屋上緑化を行う			入浴者が多い場合には湯船で入浴する
	ライフスタイル	早寝早起きをする 精神的に豊かな生活を送る			シャワーの時間を短くする 入浴後はふたを閉じる 湯はりの量を少なめに設定する
空調	エアコン	冷房設定温度を高くする(28℃を目安)	炊事	洗面	ガス給湯器は非使用時に種火を消す
		暖房設定温度を低くする(20℃を目安)			湯を沸かす時は中火で沸かす
		使用時間を短くする(着衣量で調節する)			給湯機の湯をコンロで沸騰させる
		こまめにエアフィルターを清掃する			食器洗いの際の湯温を低くする
		カーテン・ブラインドで熱の出入りを調節する			洗い物はため洗いをする
		扇風機を併用する			手洗いではなく食器洗い乾燥機を使用する
		ドア・窓の開閉時間を短くする			給湯の使用時間を短くする
		家族が同じ部屋で団欒する			給湯の設定温度を低くする
		夏場は外出時にカーテンを閉める 室外機の周りは物を置かない			温水を使用しない
	ガス・石油ファンヒーター	設定温度を低くする(20℃を目安)	照明	照明	無駄な明かりをつけない(自然光を適宜利用する)
		使用時間を短くする			点灯時間を短くする
		外出・就寝時は早めにオフにする こまめにエアフィルターを清掃する			家族が同じ部屋で団欒する 部屋をでるとき、電源を切る 器具をこまめに掃除する
	電気カーペット	設定温度を調節する	娯楽情報	テレビ	非使用時は主電源を切る
		エアコンとの併用時は低温にする			使用時間を短くする
		人のいない部分は温めない 断熱マットを併用する			画面を明るくし過ぎないようにする 画面の掃除をする 音量を上げ過ぎないようにする
扇風機	風量を調節する	ビデオ	非使用時は主電源を切る		
こたつ	設定温度を低くする 座布団や上掛けと併用する	CD/MD	非使用時は主電源を切る		
全般	非使用時はコンセントを抜く	携帯電話	充電したままにしない		
厨房	冷蔵庫	季節に合わせて設定温度を調節する	家事衛生	洗濯機・乾燥機	風呂の温水を洗濯に使用する
		熱い物は常温で冷やしてから入れる			まとめ洗いをする
		開閉回数を少なくする			軽い汚れはスピードコースを使用する
		開閉時間を短くする			乾燥機の利用回数を減らし、天日干しにする
		物を詰め込み過ぎないようにする			先に部屋を片付け(雑巾がけをする等)、 使用時間を短くする
		放熱面に物を載せないようにする 壁から適切な感覚で設置する			吸引力を調節する こまめにフィルターを掃除する 集塵パックを適宜取り替える
	調理	下ごしらえは電子レンジを使用する	温水洗浄便座	ドライヤー	非使用時はふたを閉じる
		なべ底の水滴をふき取ってから火にかける			季節に合わせて設定温度を調節する 外出時はオフにする
		鍋の底の面積が大きいものを使用する			風量を調節する 髪をよく拭いてから使用する
		落としブタを使用する 段取り良く調理する			アイロン
	電気ポット	保温時間を短くする	移動手段	車	利用回数を減らし、公共交通・自転車を利用する
		低温で保温する 使用しない(ガスコンロで湯を沸かす)			急発進・急加速・急ブレーキ ・空ぶかし(アイドリング)をやめる 無駄な荷物を積みっぱなしにしない 宅配便の利用は避ける
	炊飯器	保温時間を短くする	elevator ・escalator		利用回数を減らし、階段を利用する
		保温しない			
	食器洗い乾燥機	まとめて洗う 設定温度を調節する			
標準(節約)コースで洗う お湯をあまり使わない					
電子レンジ	冷凍食品は自然解凍する				
全般	非使用時はコンセントを抜く				

②物の利用			③水の利用				
購入時	全般	過剰包装の商品を買わない	水質汚染防止	全般	石鹼・合成洗剤を利用しすぎない		
		過剰包装を断る			殺虫剤は毒性のない物を利用するか、利用しない		
		環境対策に積極的なお店を利用する			衣類の防虫やトイレの防臭に化学薬品を使わない		
		エコバッグを持参する			洗濯	石鹼を利用し、合成洗剤を利用しない	
		衝動買いせず、計画的に購入する				洗剤の量を適量以上使わない	
		環境負荷の小さなものを購入する			キッチン	すすぎはためすぎにする	料理の盛り付け量を調整し食べ残しや
		安易に買い替えない				油汚れ等を少なくする	
		抗菌加工の製品を買すぎない				お皿の油汚れボロ布等で拭いた後洗う	
		長く利用できるものを購入する			トイレ	排水溝や水路に食品くずを直接流さない	強力な洗剤剤を用いない
		絶滅の危機にある動植物に関連した商品を購入しない				強力な洗剤剤を用いない	
		借りることができる場合は、購入せず借りる			風呂	シャンプーやリンスの量・回数を減らす	強力な洗剤剤を用いない
		バザーやガレージセールを利用する				洗面所	洗面のため洗いを
	日用品	リターナブル品を使う	水利用量の減量	全般	水道の開栓を必要以上に大きくしない		
		ノート等は再生紙使用のものを使う			節水コマ、水流調節弁など節水用具を使用する		
		トイレトーパー、ティッシュペーパーはリサイクル品を使う			雨水を地下にしみこませる		
		使い捨て商品(コップ、紙皿等)は避ける			キッチン	食器洗い時、水を流しっぱなしにしない	
		利用後にリサイクルできるものを購入する				米のとぎ汁を再利用する	
		充電式電池を購入する			洗面所	油を利用する料理を作らない	洗顔のため洗いを
		詰め替え製品を選ぶ				歯磨きの時、水を流しっぱなしにしない	
		食品			加工食品を減らす	トイレ	洗面所
CSAを利用する	風呂		残り水を洗濯や掃除・打ち水に利用する				
地産品を購入する	空調		排水をため再利用する				
無農薬野菜を購入する			緑を増やす	海外への植林			
旬の食材を購入する	緑を育てる		森林整備の手伝い				
トレーに入っているものは購入しない	自然破壊しないレジャーを選ぶ						
食品添加物の少ない物を選択する	森や公園・街路樹を大切に						
利用時	食品		買った食料は必ず使い切り、	⑤活動・情報収集	情報収集		
		手つかずのまま捨てない(茎も利用する)	人間が利用できる水資源が0.8%であることを知る				
		食品はなるべく早く食べて無駄に捨てない	化学物質の情報に関心をもつ				
		職油は使い切って廃油を出さない	温暖化の原因を知る				
		無駄のない献立にし、食べ残しを減らす	企業の環境報告書を読む				
		飲み残しをなくす	石油・石炭の枯渇の問題を知る				
		食品の保存は、ラップを使用せず容器を用いる	コミュニケーション			家族と自然の大切さを話し合う	
		廃棄時	recycleの実施			牛乳パックは回収ポイントに持って行く	支援・寄付
資源ごみの鉄・アルミ・ビン・ペットボトルの容器を分別して資源化ルートに出す	グリーン電力制度を支援する						
水筒を利用しペットボトルを購入しない	ISO14001の取得等、環境マネジメントに取り組む企業を支援する						
新聞紙、雑誌、ポロなどを分別して回収業者に出す	環境対策を推進する議員を応援する						
使い捨ての紙を計算用紙、封筒、袋などに再利用する	団体への働きかけ			ノーカーday、自動車新入禁止区域の増加を働きかける			
瓶やプラスチック容器はできるだけ中身を入れ替えて繰り返し使う	大気汚染調査・川の水調査・酸性雨調査に参加する						
下着や綿の古着を雑巾にして使う	環境NGO/NPOに参加する						
生ごみを堆肥化する	授業で環境教育の実施を要請する						
家電や電化製品は修繕をして長く使う	マスコミに環境問題を取り上げるように投書する						
衣服は繕いをしたりリフォームをして長く使う							
携帯電話を回収システムにのせる							
使用済み電池を回収する							
掃除にはティッシュではなく台拭きを利用する							
マイ箸を持参する							

4.2 環境ビジネス・政策の分析

本節では、4.1 節において定義した環境配慮行動の促進に向けた現状の環境ビジネス・政策を、欲求連鎖分析を用いて分析する。分析は、自治体の取組 25 事例、民間企業の取組 44 事例、特定非営利活動法人の取組 28 事例の計 97 事例の取組を対象に行った。

4.2.1 自治体の取組の分析

(1) 分析した取組の一覧

自治体の取組は、環境モデル都市の取組を対象に分析した。環境モデル都市とは、2008 年に政府によって応募総数 89 団体の中から選ばれた 13 都市で、“地域一丸となった底力の発揮により低炭素が他の都市・地域モデルを構築”すること^{文 80)}を目的に選出された。

本研究では、各都市の取組集やホームページより情報が得られた環境配慮行動の促進に向けた取組を分析した。分析した取組 25 事例の一覧を表 4.2 に示す。

表 4.2 分析対象とした環境モデル都市の取組^{文 81-96)}

大都市	北九州市	工業地帯のエコ化
		SuperCAT の運用
		CASBEE 利用による低金利
		カーボンオフセット・エコポイントシステム
	京都市	京エコロジーセンター
	堺市	コミュニティサイクルシステム
		エコファイナンス
		環境教育
		電力証書
	横浜市	ライフスタイル診断
		グリーン電力基金
		都市農村連携
		ヨコハマエコスクール
横浜環境ポイント		
地方中心都市	飯田市	おひさま 0 円システム
	帯広市	廃油リサイクル
		太陽光発電の設置
	富山市	レンタサイクル
豊田市	環境通過	
小規模都市	下川町	J-VER 制度
	水俣市	生活品リユースシステム
		廃油リサイクル
	宮古島市	サトウキビの糖蜜利用
梶原町	バイオマス発電	
特別区	千代田区	地方共生

(2) 自治体の取組の欲求連鎖分析結果

表 4.2 に示した取組を，欲求連鎖分析を用いて分析した結果を図 4.1～4.25 に示す。
 (ここで，欲求連鎖分析は，入手可能な資料より作成したため，情報が不十分で不完全な分析結果もある。)

① 大都市の事例

<北九州市：工業地帯のエコ化^{文91)}>

実施内容：

- ・長寿命で化石燃料の使用減を目指す取組に対し，補助金を出す仕組み。

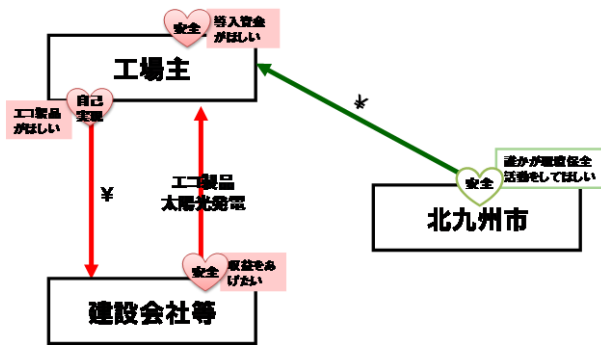


図 4.1 北九州市 工業地帯のエコ化 欲求連鎖分析結果

<北九州市：Super CAT の運用^{文91)}>

実施内容：

- ・環境ミュージアムやエコハウスを SuperCAT 内に設置し，都市全体で低炭素社会を学べる仕組みを構築。

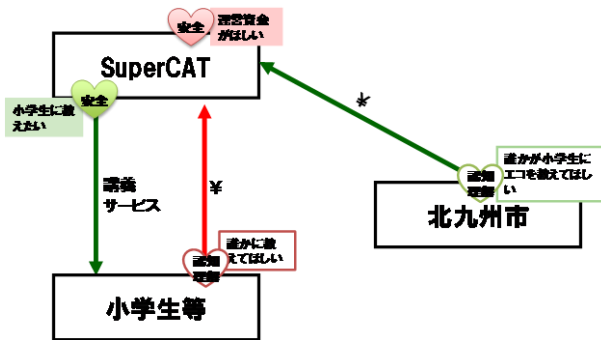


図 4.2 北九州市 Super CAT の運用 欲求連鎖分析結果

<北九州市：CASBEE 利用による低金利^{文91)}>

実施内容：

- ・新築住宅を CASBEE で評価し、一定の評価以上となると、低金利で銀行からお金を借りることができる仕組み。



図 4.3 北九州市 CASBEE 利用による低金利 欲求連鎖分析結果

<北九州市：カーボンオフセット・エコポイントシステム^{文89,91)}>

実施内容：

- ・環境活動に対し、環境 NPO の運営資金や商品と交換できるエコポイントを付与する仕組みを構築。

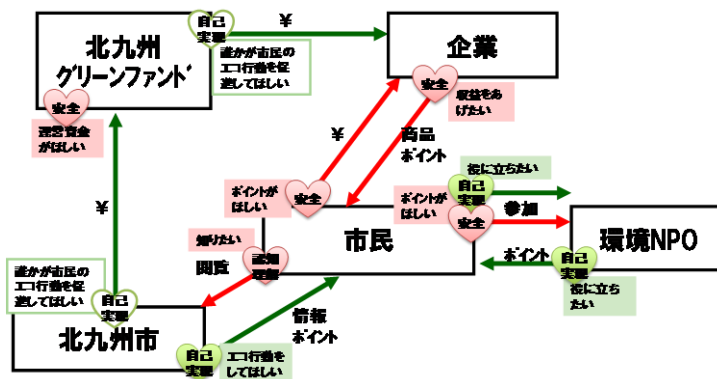


図 4.4 北九州市 カーボンオフセット・エコポイントシステム 欲求連鎖分析結果

<京都市：京エコロジーセンター^{文92)}>

実施内容：

- ・京エコロジーセンターで、エコ活動に興味のある市民を指導し、エコのノウハウを身につけてもらう。
- ・さらに、ノウハウを身に付けた市民が、ボランティアとして別な市民にエコを普及していく仕組み。

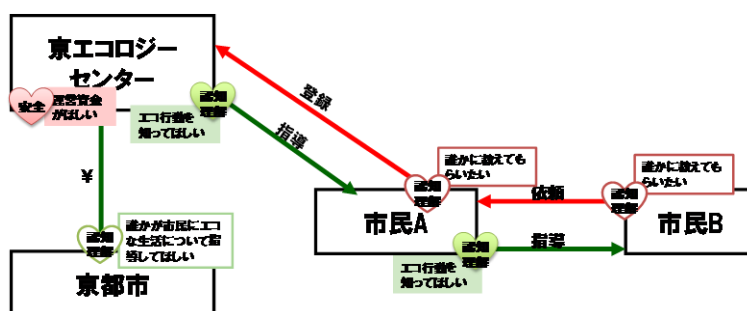


図 4.5 京都市 京エコロジーセンター 欲求連鎖分析結果

<堺市：コミュニティサイクルシステム^{文89,93)}>

実施内容：

- ・市民や来訪者が自由に自転車を利用できる仕組みを構築。
- ・CO₂削減とともに、地域の活性化・駅前の駐輪問題解決にも貢献。

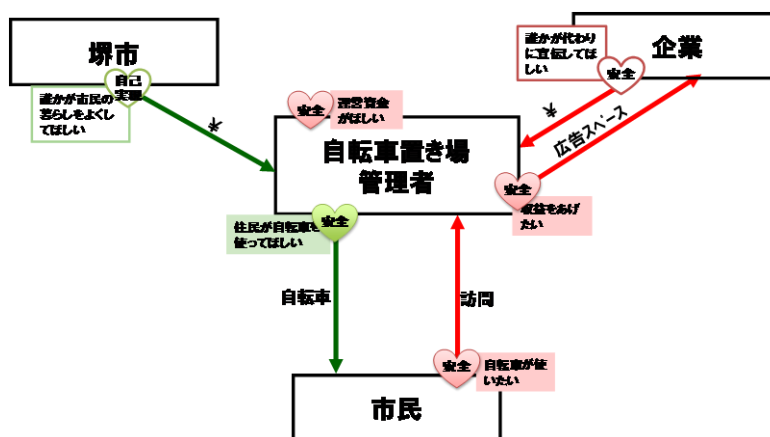


図 4.6 堺市 コミュニティサイクルシステム 欲求連鎖分析結果

<堺市：エコファイナンス^{文90)}>

実施内容：

- ・市内 22 の金融機関で，“SAKAI エコ・ファイナンスサポーターズ倶楽部” を設立し，環境関連金融商品の提供や市内の店舗で省エネの取組を実施。

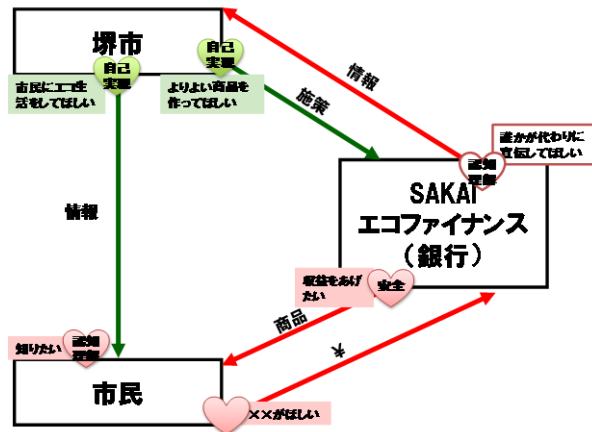


図 4.7 堺市 エコファイナンス 欲求連鎖分析結果

<堺市：環境教育^{文93)}>

実施内容：

- ・大学や NPO と連携し，自主的に“環境行動”ができる人材の育成を目指す仕組み。

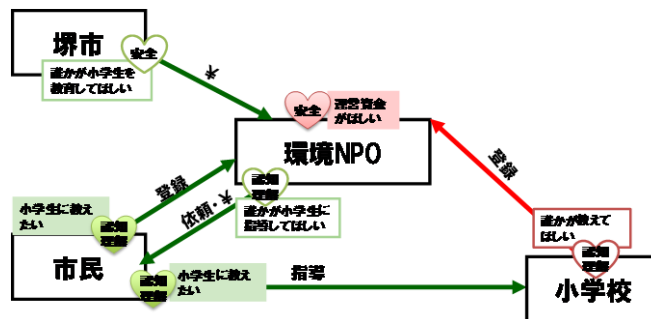


図 4.8 堺市 環境教育 欲求連鎖分析結果

<堺市：電力証書^{文93)}>

実施内容：

- ・太陽光発電の普及を目指し、市民のグリーンエネルギー発電分の、電力証書を発行することで、グリーンエネルギー発電分の売買ができる仕組みを構築。

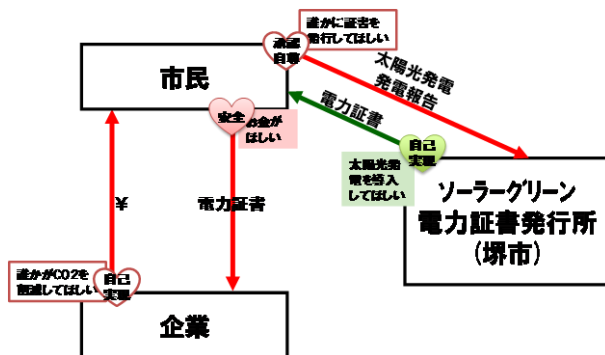


図 4.9 堺市 電力証書 欲求連鎖分析結果

<横浜市：ライフスタイル診断^{文94)}>

実施内容：

- ・環境行動の記入用紙を、町内会を通して市民に配布。町内会ごとに集計し、横浜市に提出する仕組み。

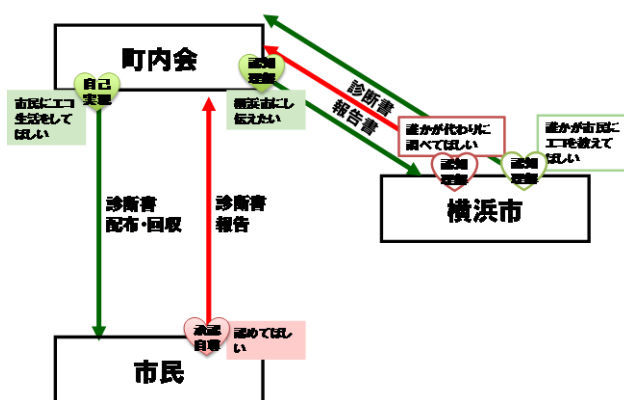


図 4.10 横浜市 ライフスタイルの診断 欲求連鎖分析結果

<横浜市：グリーン電力基金^{文94)}>

実施内容：

- ・市民が電力使用料に上乗せした代金を支払うことで、再生可能エネルギー発電設備の運用を援助すると、グリーン電力基金認証ラベルを受け取ることができる仕組み。

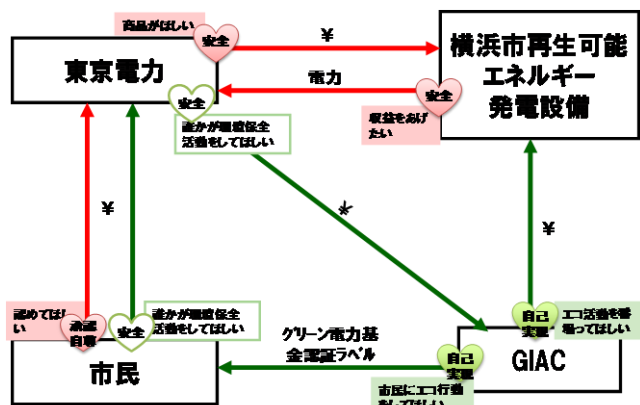


図 4.11 横浜市 グリーン電力基金 欲求連鎖分析結果

<横浜市：都市農村連携^{文90)}>

実施内容：

- ・山梨県道志村における森林整備による CO₂ 吸収認証を、横浜市が買い取り、横浜市の CO₂ 排出削減にあてる仕組み。

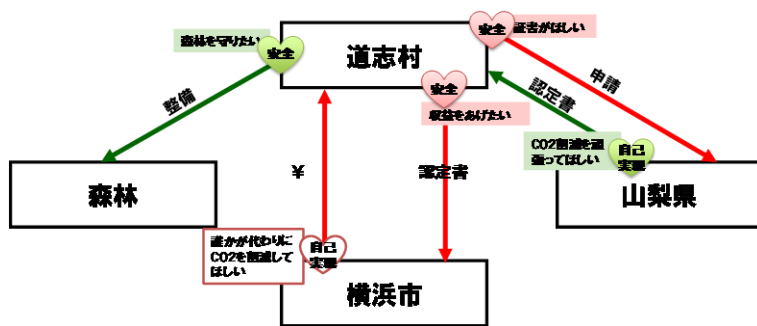


図 4.12 横浜市 都市農村連携 欲求連鎖分析結果

② 地方中心都市の事例

<飯田市：おひさま0円システム^{文90,95)}>

実施内容：

- ・飯田市・地元金融機関・企業が連携し、初期投資ゼロで住宅太陽光発電を導入できるシステムを構築。市民は、9年間、一定月額を支払う。

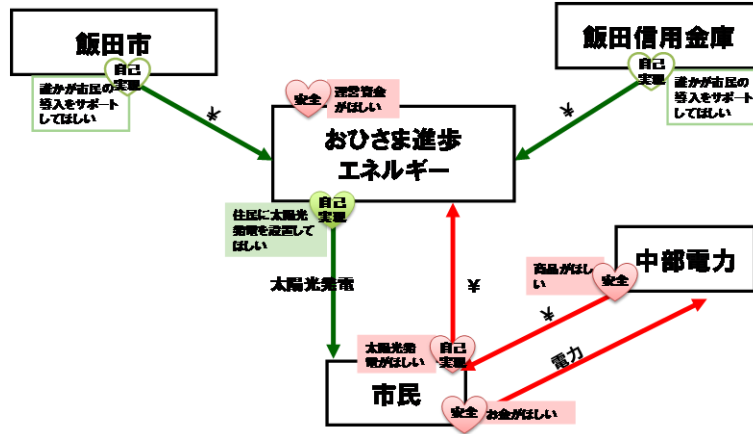


図 4.15 飯田市 おひさま0円システム 欲求連鎖分析結果

<帯広市：廃油リサイクル^{文89)}>

実施内容：

- ・廃てんぷら油を家庭から回収し、BDFを製造し、農業用燃料として販売する。

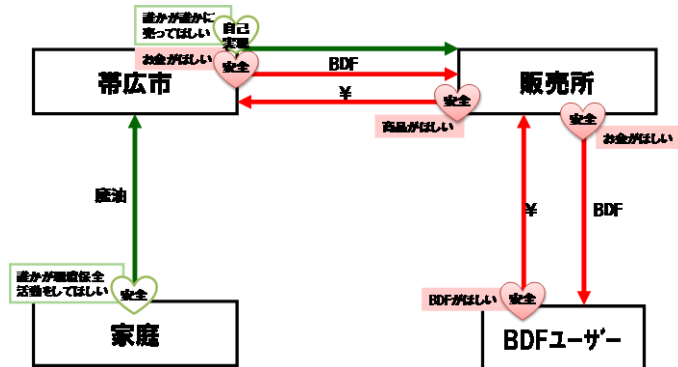


図 4.16 帯広市 廃油リサイクル 欲求連鎖分析結果

<帯広市：太陽光発電の設置^{文96)}>

実施内容：

- ・企業や市民が市に寄付金を出し合うことで、市内の公共施設に太陽光発電を導入する仕組み。

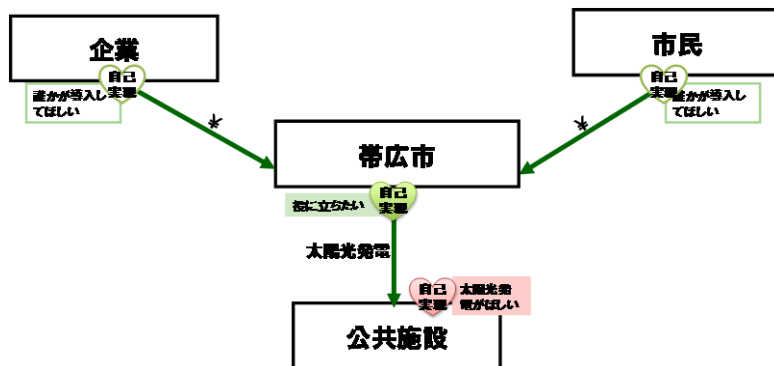


図 4.17 帯広市 太陽光発電の設置 欲求連鎖分析結果

<富山市：レンタサイクル^{文89,97)}>

実施内容：

- ・利用者からの利用料金や広告収入で資金を得ることで、中心市街地に24時間貸出・返却ができる自転車シェアリングシステムを構築。

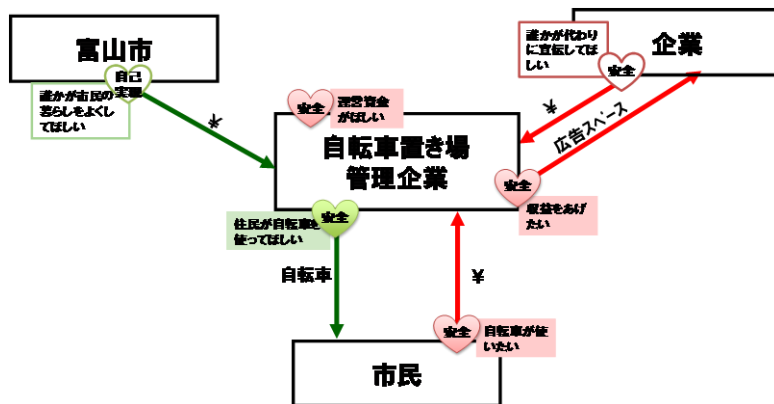


図 4.18 富山市 レンタサイクル 欲求連鎖分析結果

<豊田市：環境通貨^{文98)}>

実施内容：

- ・市民が環境に優しい製品を購入するとエコポイントを発行. エコポイントは、ポイント引き換え対象商品や環境 NPO の活動に投資できる仕組みを構築.

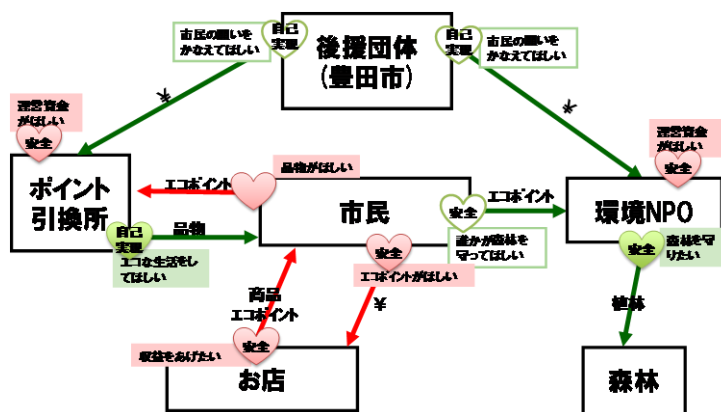


図 4.19 豊田市 環境通貨 欲求連鎖分析結果

③ 小規模都市

<下川町：J-VER 制度^{文90,99)}>

実施内容：

- ・カーボンオフセット制度の導入により、環境先進企業と山村地域連携による森林づくりプロジェクトを実践する仕組みを構築.

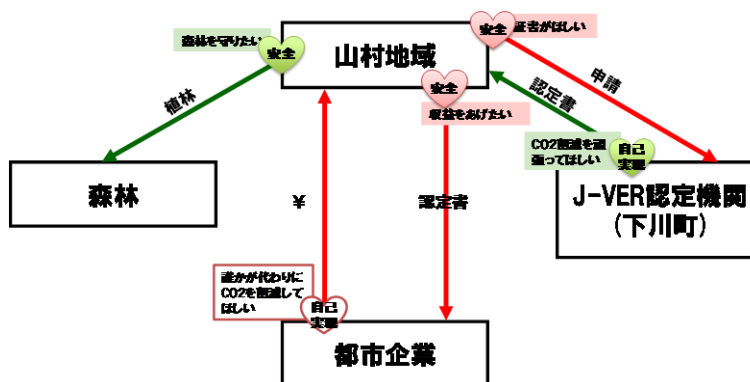


図 4.20 下川町 J-VER 制度 欲求連鎖分析結果

<水俣市：生活品リユースシステム^{文100}>

実施内容：

- ・市民が使わなくなった不要な衣服等を，市が集め，別な市民に提供するリユースシステムを構築.

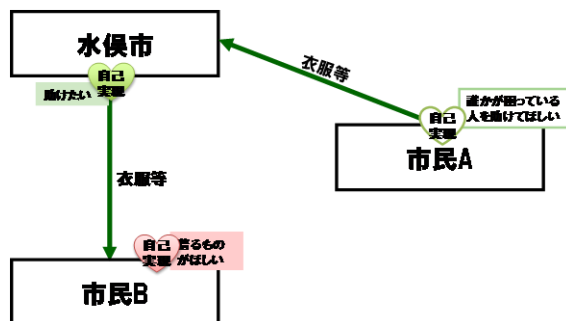


図 4.21 水俣市 生活品リユースシステム 欲求連鎖分析結果

<水俣市：廃油リサイクル^{文89,100}>

実施内容：

- ・家庭や旅館における廃油を回収し，BDF を精製し，BDF を公共交通に利用するリサイクルシステムを構築.

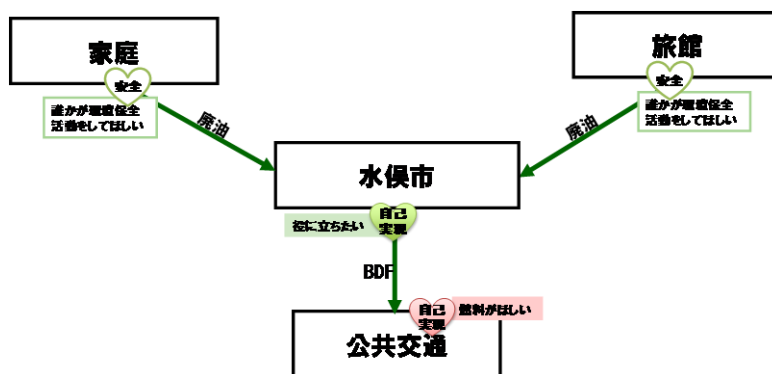


図 4.22 水俣市 廃油リサイクル 欲求連鎖分析結果

<宮古島市：サトウキビの糖蜜利用^{文101)}>

実施内容：

- ・サトウキビの製糖後に副産物として発生する糖蜜からバイオエタノールを生産し、自動車等の燃料として利用する仕組みを構築.

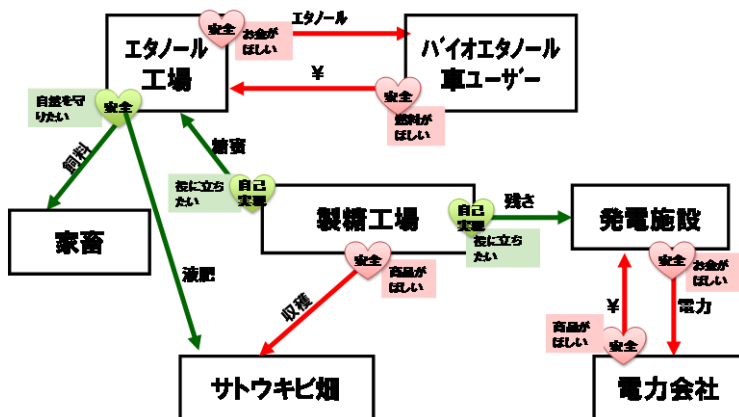


図 4.23 宮古島市 サトウキビの糖蜜利用 欲求連鎖分析結果

<梶原町：バイオマス発電^{文102)}>

実施内容：

- ・間伐材や端材等から木質ペレットを生産し、ペレットストーブ等の燃料として活用できる仕組みを構築.

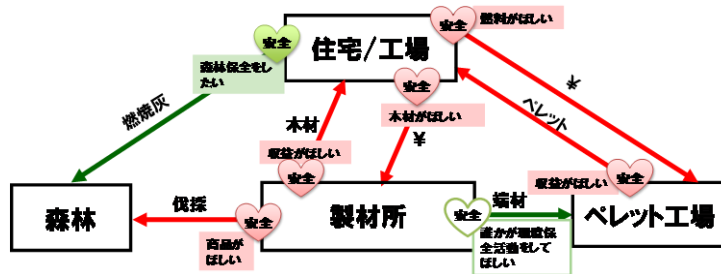


図 4.24 梶原町 バイオマス発電 欲求連鎖分析結果

④ 特別区

<千代田区：地方共生^{文103)}>

実施内容：

- ・千代田区が地方のペレット会社に資金を援助し，得られた CO₂ 削減クレジットを買い取る仕組み。

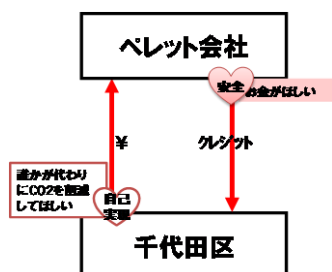


図 4.25 千代田区 地方共生 欲求連鎖分析結果

(3) 自治体の取組の欲求連鎖分析結果の考察

以上の 25 事例を分析した結果、

- ・自治体に関わる社会システムは、3 者以上登場するケースが多い
- ・自治体の活動は、ステークホルダーに直接サービスを提供する場合と、補助金等を渡すだけで援助するだけの立場にたつ場合の 2 つのケースにわかれる
ということがわかった。

また、充足される欲求の個数を自治体とその他のステークホルダーごとに数えた結果を表 4.3 と 4.4 にのせる。

表 4.3 自治体の充足する欲求

自治体		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	9	0	0
	他者	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	7	0	5

表 4.4 ステークホルダーの充足する欲求

自治体		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	0	47	0	2	5	0	2	0	7	0	0	12	0	4
	他者	0	3	0	3	4	0	6	0	5	0	0	5	0	2

以上より、

- ・自治体の充足する欲求は、欲求の対象が“他者”であることが多い。また、その欲求の対象の“他者”は、“住民”もしくは“森林や地球”に該当することが多い。これは、自治体の活動の目的が、自治区の住民の生活の質の向上や環境保全であるためだと考えられる。
- ・自治体からのインセンティブは、補助金や地域通貨の付与が多いため、ステークホルダーの充足する欲求は、欲求の対象が“自分”の“安全”の欲求が多い。
ということがわかった。

4.2.2 民間企業の取組の分析

(1) 分析した取組の一覧

民間企業の取組は、経済産業省がまとめた“環境を『力』にするビジネス ベストプラクティス集”等^{文97~101)}で注目される取組を対象に分析した。分析した44事例の一覧を表4.5に示す。

表 4.5 分析対象とした民間企業の取組

和民	大阪ガス	森鉄工
ESCO事業	ジャパン・エンジニアリング・サプライ	田中建材
ゼファー	ゼオテック	楽しい
ナカモト	近畿環境興産	クリーンベンチャー
セイダイ	ユーズ	昭和
積水化学	チャフローズ・コーポレーション	モリタ
アサカ	アミタ	インクマックス
池内タオル	リーテム	環境経営総合研究所
エコビズ	リサイクルワン	ジオパワーシステム
野毛印刷	ブリッジ・カンパニー	キヌカ
コスモライフ	ダイセキ環境ソリューション	日生バイオ
フェアトレードカンパニー	日本ナチュロック	今泉鐵工所
谷口建材	パナソニック	トピア
クレアン	損保ジャパン	積水ハウス
グレイス	フミン	

(2) 民間企業の取組の欲求連鎖分析結果

表 4.5 に示した取組を, 欲求連鎖分析を用いて分析した結果を図 4.26~4.69 に示す.
 (ここで, 欲求連鎖分析は, 入手可能な資料より作成したため, 情報が不十分な分析結果もある.)

<和民^{文104}>

実施内容:

- ・ワタミ系列や契約した他者の飲食店から出た廃棄物を, 系列会社のリサイクルセンターに売る. リサイクルセンターは, 有機農業用の堆肥を作り, 和民系列の有機農園和民ファームに肥料を売却する. 和民ファームから収穫できた野菜は, 和民等の飲食店で利用する仕組みを構築.

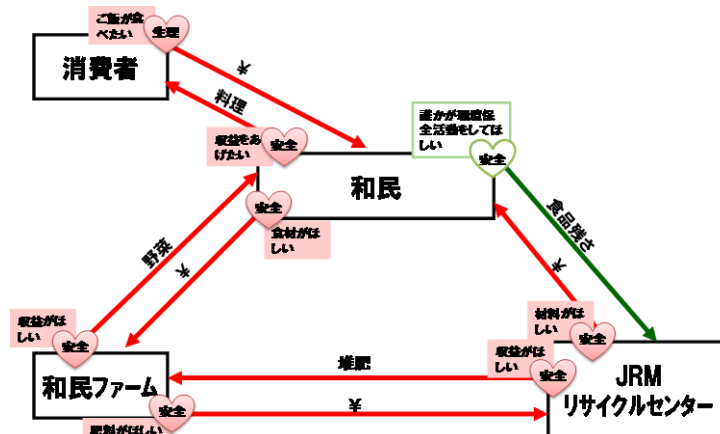


図 4.26 和民 欲求連鎖分析結果

<ESCO 事業^{文104)}>

実施内容：

- ・省エネにつながる機器を紹介し，ESCO を提供する企業が初期投資を負担し導入をサポート．省エネにより浮いた運用費用の一部を危機利用費として受取る仕組み．

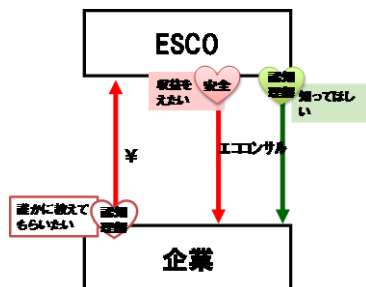


図 4.27 ESCO 事業 欲求連鎖分析結果

<ゼファー^{文105)}>

実施内容：

- ・汎用小型風力発電機を開発し，販売を実施．
- ・NEDO より，研究開発や設備投資に必要な資金を補助企業により確保．

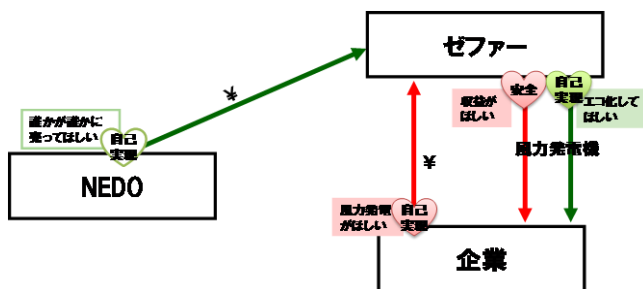


図 4.28 ゼファー 欲求連鎖分析結果

<ナカモト^{文105)}>

実施内容：

- ・下水汚泥からエネルギーを創るタービンを開発し，販売.

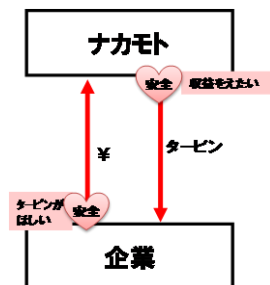


図 4.29 ナカモト 欲求連鎖分析結果

<セイダイ^{文105)}>

実施内容：

- ・石川県において，唯一“次世代省エネルギー基準適合住宅”を販売する事業を展開.

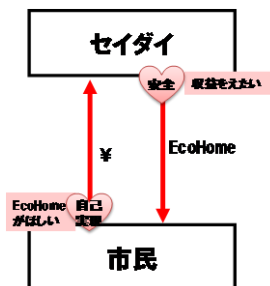


図 4.30 セイダイ 欲求連鎖分析結果

<池内タオル^{文105)}>

実施内容：

- ・有機栽培綿であるオーガニックコットンを利用して、タオルを製造し販売する事業を展開。

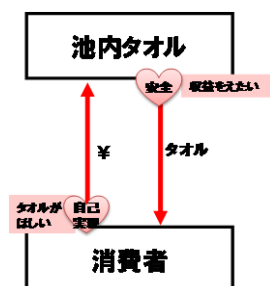


図 4.33 池内タオル 欲求連鎖分析結果

<エコビズ^{文105)}>

実施内容：

- ・リサイクル材であるポリエステルを用いた繰り返し使用可能な荷崩れ防止ベルト“グリーンエコベルト”を開発し、販売する事業を展開。

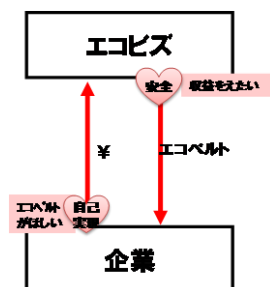


図 4.34 エコビズ 欲求連鎖分析結果

<野下印刷^{文105)}>

実施内容：

- ・有機溶剤 IPA を使用しない印刷方式を導入し，廃液・CO₂・VOC の排出を抑制.
- ・さらに環境に優しいインクを開発し，販売も実施.

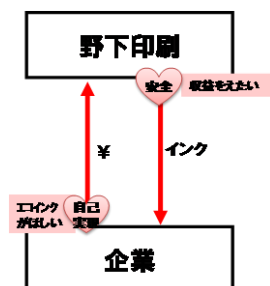


図 4.35 野毛印刷 欲求連鎖分析結果

<コスモライフ^{文105)}>

実施内容：

- ・IT 技術を活用したエネルギー監視システム(エコプロ 21)を設計・開発・販売.
- ・エコプロ 21 は，リアルタイムにエネルギー消費量等を表示する．また，電気料金オートカウンターを搭載するため，最適な契約情報を提供.

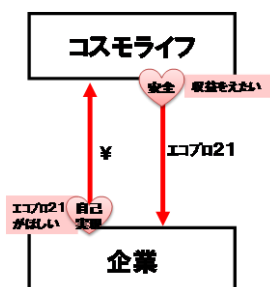


図 4.26 コスモライフ 欲求連鎖分析結果

<フェアトレードカンパニー^{文105)}>

実施内容：

- ・途上国の貧困層が農業や手工芸などで収入を得て自立した生活を送ることができるように、商品開発や品質向上の支援をしつつ、先進国で完成品を販売するというフェアトレード活動を通して、現地と日本の消費者をつなぐ事業を展開。

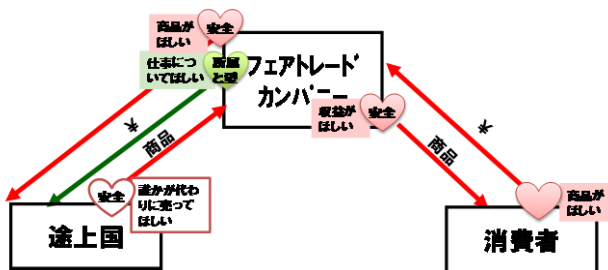


図 4.27 フェアトレードカンパニー 欲求連鎖分析結果

<谷口建材^{文105)}>

実施内容：

- ・環境テーマパーク“ひまわりランド”での見学を通して、省エネ・新エネ設備を販売。

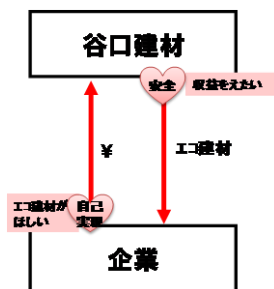


図 4.38 谷口建材 欲求連鎖分析結果

<クレアン^{文105}>

実施内容：

- ・“サステナブルな社会を実現する”ことを使命に、CSR コンサルティング事業を展開.
- ・コンサルティングでは、環境側面だけでなく、社会・経済側面も含めた CSR 活動の推進を目的とした事業を実施.

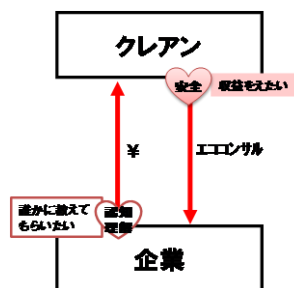


図 4.39 クレアン 欲求連鎖分析結果

<グレイス^{文105}>

実施内容：

- ・ CSR 報告書作成業務を引き受けたり、人材派遣事業を展開したりすることで、グリーン雇用に貢献.

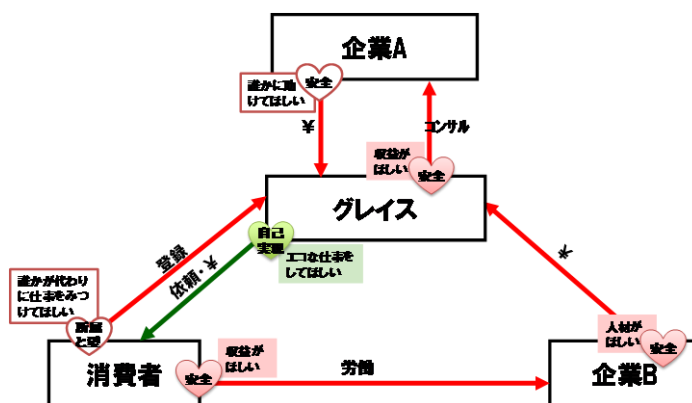


図 4.40 グレイス 欲求連鎖分析結果

<大阪ガス^{文105)}>

実施内容：

- ・顧客が導入しようとする省エネ性能の評価から、省エネ設備の導入の請負を実施。運用コストを受け取る事業を展開。

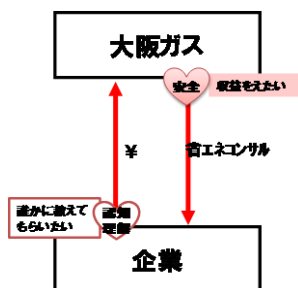


図 4.41 大阪ガス 欲求連鎖分析結果

<ジャパン・エンジニアリング・サプライ^{文105)}>

実施内容：

- ・食品残さや生ごみを大幅に減量できる業務用生ごみ処理機を開発し、販売する事業を展開。

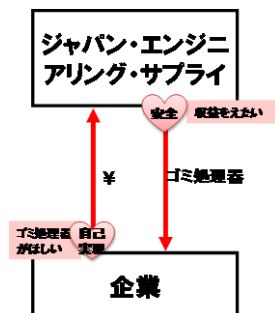


図 4.42 ジャパン・エンジニアリング・サプライ 欲求連鎖分析結果

<ゼオテック^{文105)}>

実施内容：

- ・浄化装置を車載したトラックを現地派遣し、使用済み水溶性油脂類のリサイクルを請け負う事業を展開.

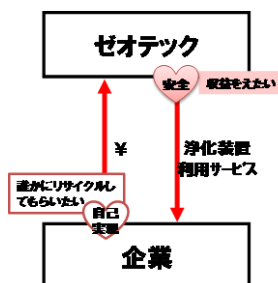


図 4.43 ゼオテック 欲求連鎖分析結果

<近畿環境興産^{文105)}>

実施内容：

- ・廃棄物処理・再資源化のコンサルティング事業を実施.
- ・産業廃棄物をリサイクル処理することで、セメント工場向け 100%エネルギー及び一部セメント原料として有効利用する道を確保.

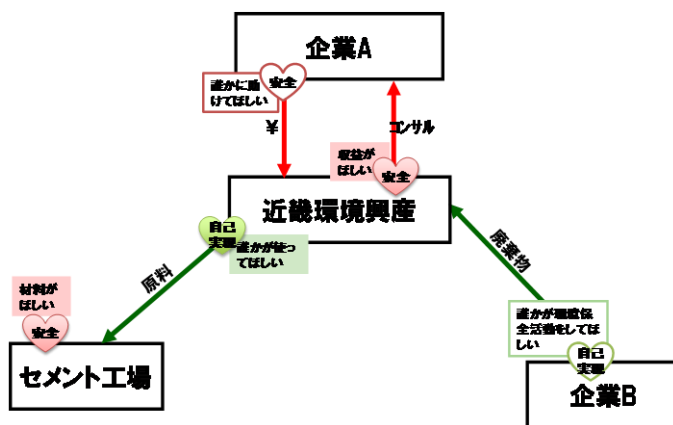


図 4.44 近畿環境興産 欲求連鎖分析結果

<ユーズ^{文105)}>

実施内容：

- ・東京地域で利用された家庭や事業者のてんぷら油を回収し，バイオディーゼル燃料などの再資源に変換するリサイクル事業を展開。
- ・てんぷら油を各家庭から宅配により送ってもらう対価として，書籍やエコグッズ等と交換可能な地域通過を付与する仕組みを構築。

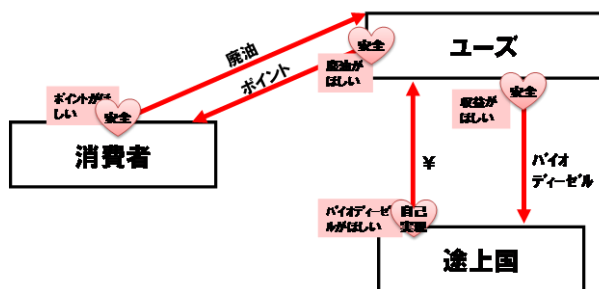


図 4.45 ユーズ 欲求連鎖分析結果

<チャフローズ・コーポレーション^{文105)}>

実施内容：

- ・ホタテの貝殻を回収し，リサイクルすることで建材にし，企業に販売する事業を展開。

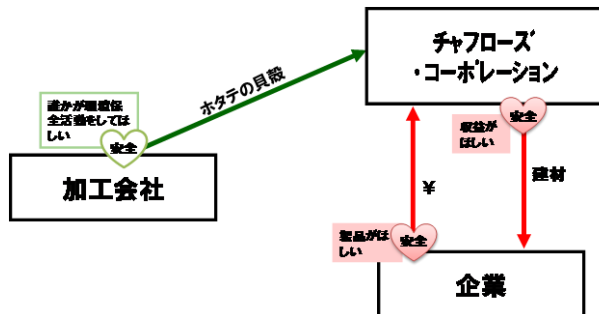


図 4.46 チャフローズ・コーポレーション 欲求連鎖分析結果

<アマタ^{文105}>

実施内容：

- ・ 廃棄物・処理困難物をリサイクルし，セメントの原料や金属原料などを取り出し，販売.
- ・ 森林認証や慮行認証などの CSR コンサルティング事業も実施.

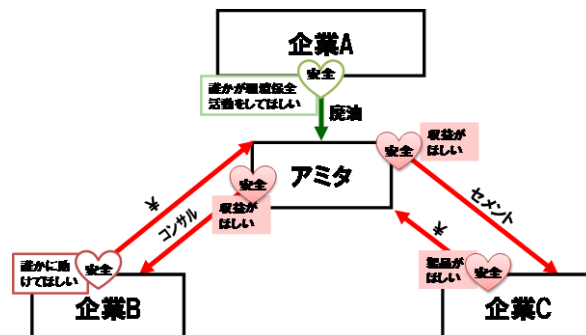


図 4.47 アマタ 欲求連鎖分析結果

<リーテム^{文105}>

実施内容：

- ・ PC等の廃棄物をリサイクルすることで，金属資源を取り出し，販売する事業を展開.
- ・ 電子・電気機器等に含まれる再利用可能な部品を取り出し，メーカーに返却する事業を展開.
- ・ 廃棄物処理のコンサルティングも実施.

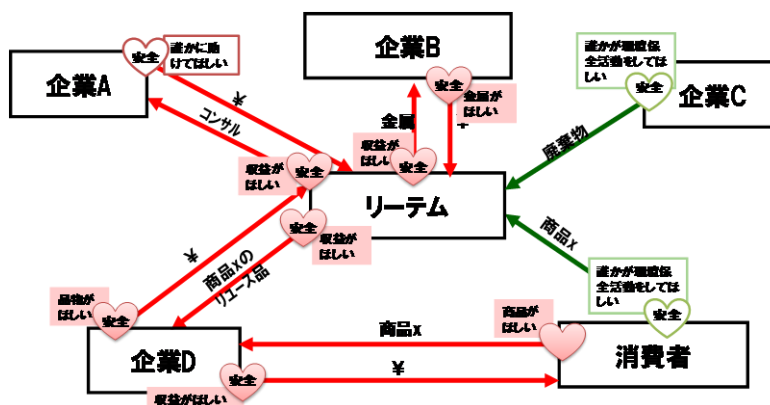


図 4.48 リーテム 欲求連鎖分析結果

<リサイクルワン^{文105}>

実施内容：

- ・リサイクル業界における企業が持つ情報を WEB 上で共有できる仕組みを構築し、マッチングビジネスを展開。
- ・さらに、登録企業向けのコンサルティング事業も実施。

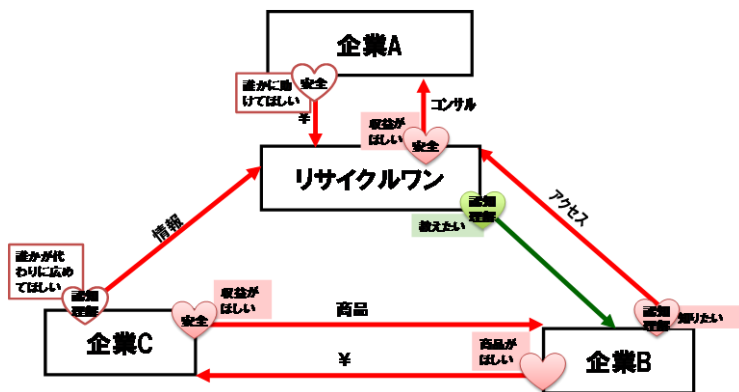


図 4.49 リサイクルワン 欲求連鎖分析結果

<ブリッジ・カンパニー^{文105}>

実施内容：

- ・使い古しのウールセーターを回収し、リサイクルすることで、Blue Sky Sheet を作り販売する事業を展開。

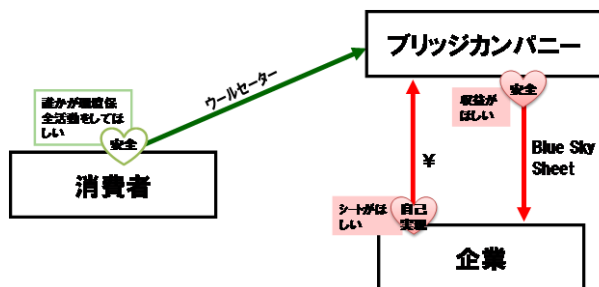


図 4.50 ブリッジカンパニー 欲求連鎖分析結果

<ダイセキ環境ソリューション^{文105)}>

実施内容：

- ・ 土壌汚染対策に関するコンサルティングを実施。
- ・ 廃石膏のリサイクルルートを確立し、石膏を販売する事業を展開。
- ・ 国内唯一の水銀リサイクル施設との連携により、水銀リサイクル事業を展開。

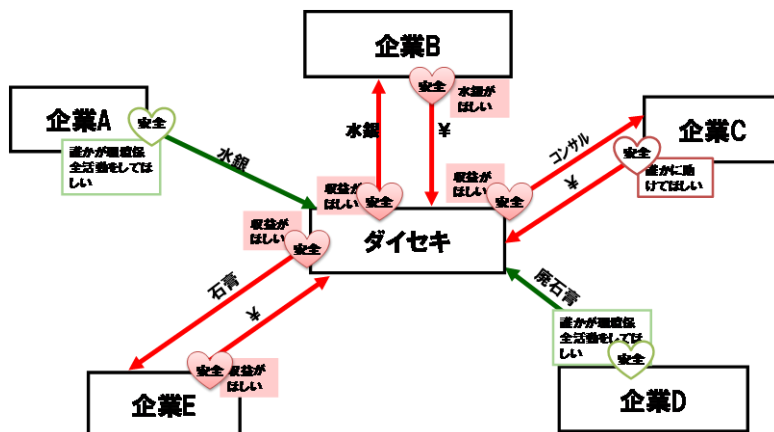


図 4.51 ダイセキ環境ソリューション 欲求連鎖分析結果

<日本ナチュロック^{文105)}>

実施内容：

- ・ 天然石とブロックが一体化した環境ブロックを開発し、販売する事業を展開。

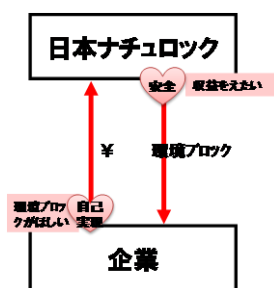


図 4.52 日本ナチュロック 欲求連鎖分析結果

<パナソニック文106)>

実施内容：

- ・消費者にエコな白物家電を売り，資金を得る。
- ・さらに，社員への e-learning を利用した環境教育や，NGO との連携による環境活動も実施。

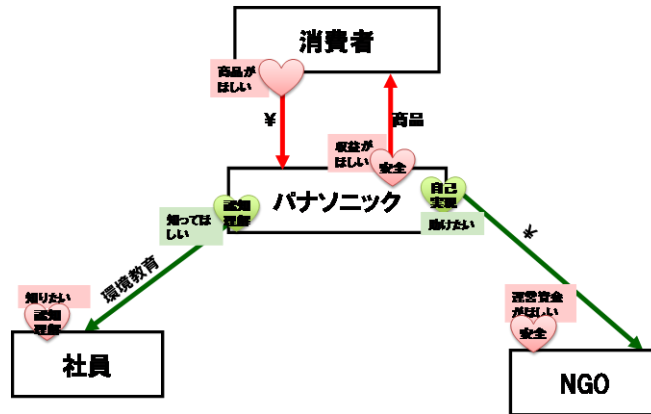


図 4.53 パナソニック 欲求連鎖分析結果

<損保ジャパン文106)>

実施内容：

- ・市民に，日本環境教育フォーラムとの連携による，環境公開講座を提供。
- ・SRI ファンドを設け，環境活動に貢献する企業への投資枠を設ける事業を展開。
- ・環境分野のCSO(市民社会組織：Civil Society Organization)と連携し，学生の長期インターンシップをサポート。

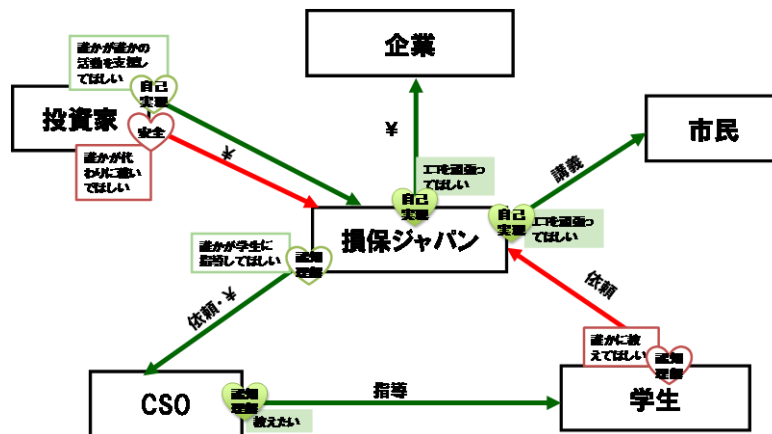


図 4.54 損保ジャパン 欲求連鎖分析結果

<フミン^{文107}>

実施内容：

- ・窓ガラスに装着するガラスの透明度を維持したまま利用できる断熱に貢献する光熱フィルターを開発し、販売する事業を展開。

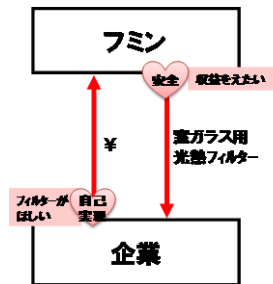


図 4.55 フミン 欲求連鎖分析結果

<森鉄工^{文107}>

実施内容：

- ・研磨スラッジのリサイクルを可能とする技術を開発。さらに研磨スラッジのリサイクル機器を開発し、販売する事業を展開。

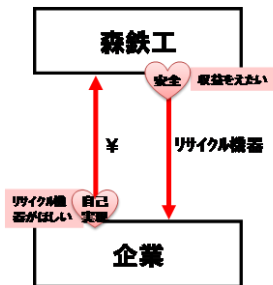


図 4.56 森鉄工 欲求連鎖分析結果

< 田中建材^{文107} >

実施内容：

- ・ 建物の建材を用いたリサイクルによる、表面が壊れにくいアスファルトを開発し、販売する事業を展開。

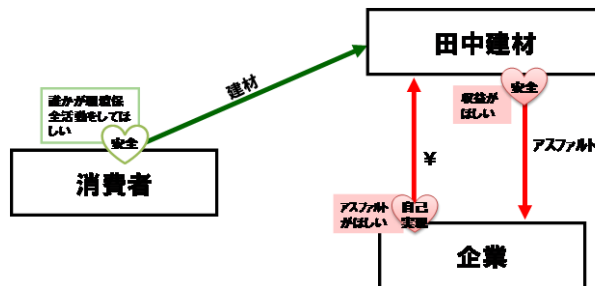


図 4.57 田中建材 欲求連鎖分析結果

< 楽しい^{文107} >

実施内容：

- ・ 顧客事業所にゴミ処理機をレンタルし、発酵物入手。その発酵物を、リサイクルセンターにて、有機農法の肥料にし、有機農園に販売。有機農園でできた作物を買い取り、顧客店舗に販売するという事業を展開。

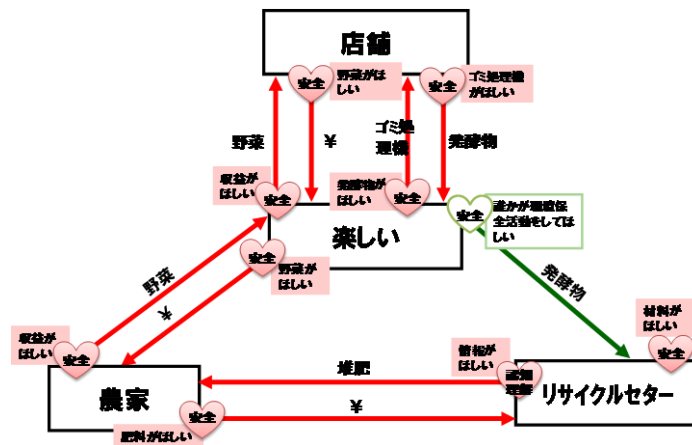


図 4.58 楽しい 欲求連鎖分析結果

<グリーンベンチャー^{文107}>

実施内容：

- ・従来の太陽電池に比べコストを5分の1に抑えられる集光型球場太陽電池を開発し、販売する事業を展開。

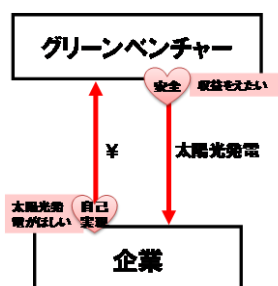


図 4.59 グリーンベンチャー 欲求連鎖分析結果

<昭和^{文107}>

実施内容：

- ・加工が困難なチタンの加工技術を有し、チタン製で十分な触媒機能を半永久できに発揮できる高機能光触媒を開発し、販売する事業を展開。

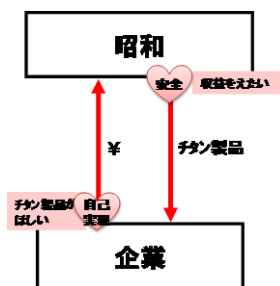


図 4.60 昭和 欲求連鎖分析結果

<モリタ^{文107}>

実施内容：

- ・大量廃棄されていた古くなった消火器の消火薬剤をリサイクルし、肥料にする技術を開発。肥料を販売する事業を展開。

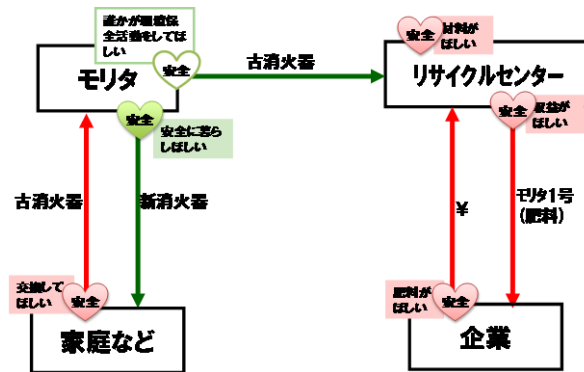


図 4.61 モリタ 欲求連鎖分析結果

<インマックス^{文107}>

実施内容：

- ・水消費量を95%削減した無水染色法“inmax”を開発し、販売する事業を展開。

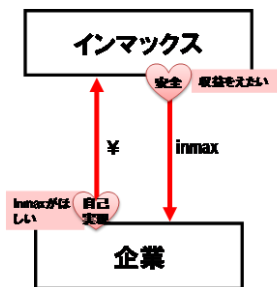


図 4.62 インマックス 欲求連鎖分析結果

<環境経営総合研究所^{文107}>

実施内容：

- ・印刷会社等で生まれる裁断くずを受け取り，古紙ペレットにリサイクルする技術を開発．古紙ペレットを販売する事業を展開．

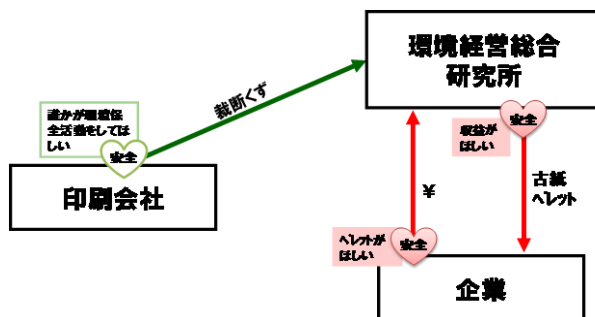


図 4.63 環境経営総合研究所 欲求連鎖分析結果

<ジオパワーシステム^{文107}>

実施内容：

- ・再生可能エネルギーである地中熱を利用して空調をする“ジオパワー”を開発し，販売する事業を展開．

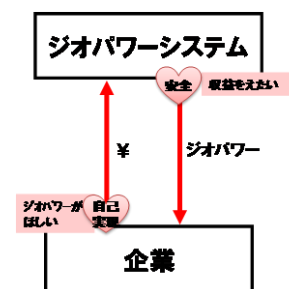


図 4.64 ジオパワーシステム 欲求連鎖分析結果

<キヌカ^{文107)}>

実施内容：

- ・食品廃棄物の米ぬかを木材用自然塗料にリサイクルする技術を開発し、塗料を販売する事業を展開。

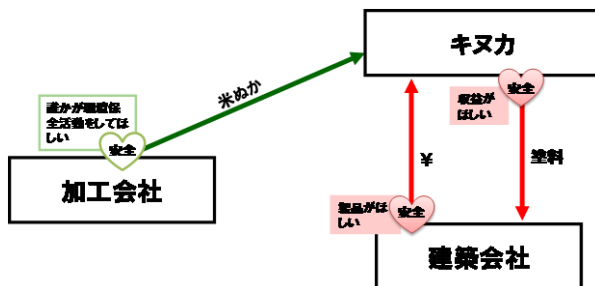


図 4.65 キヌカ 欲求連鎖分析結果

<日生バイオ^{文107)}>

実施内容：

- ・産廃処理されていたサケ白子を“二重螺旋 DNA フィルター”にリサイクルする技術を開発し、フィルターを販売する事業を展開。

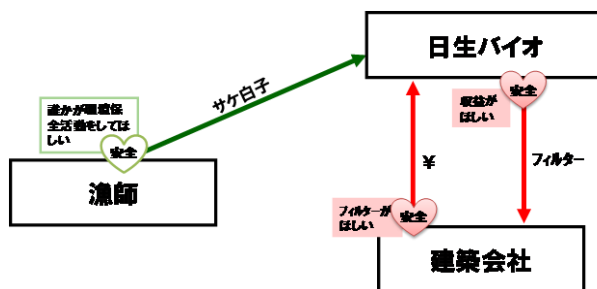


図 4.66 日生バイオ 欲求連鎖分析

<今泉鐵工所^{文107}>

実施内容：

- ・水と超音波だけで電子・電気部品や半導体を洗浄できる超音波洗浄機を開発し，販売する事業を展開。

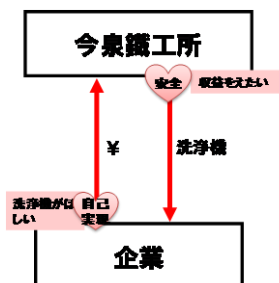


図 4.67 今泉鐵工所 欲求連鎖分析結果

<トピア^{文107}>

実施内容：

- ・廃棄物を分別せずにリサイクルできるプラントを開発し，販売する事業を展開。

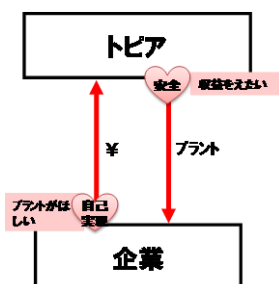


図 4.68 トピア 欲求連鎖分析結果

<積水ハウス^{文108)}>

実施内容：

- ・積水ハウスが販売した家に住む居住者を対象に，エココンサルやモニターの設置を実施する付加価値サービスを展開。

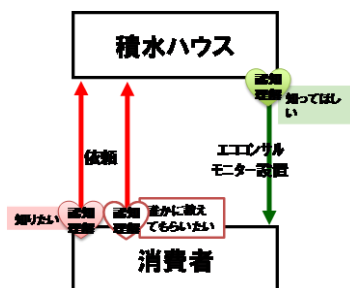


図 4.69 積水ハウス 欲求連鎖分析結果

(3) 自治体の取組の欲求連鎖分析結果の考察

以上の 44 事例を分析した結果から、

- ・企業が行う環境ビジネスの多くは、2 者間のやり取りで完結することが多い
 - ・自社で開発したエコ製品の販売・エココンサル・不用品を回収しリサイクルして新たな製品製造し販売するケースが多い
- ことがわかった。

また、充足される欲求の個数を自治体とその他のステークホルダーごとに数えた結果を表 4.6 と 4.7 にのせる。

表 4.6 企業の充足する欲求

企業		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	0	51	0	0	0	0	0	0	3	1	0	5	0	5
	他者	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1

表 4.7 ステークホルダーの充足する欲求

企業		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	1	28	0	0	25	0	3	0	1	0	0	0	0	1
	他者	0	9	1	0	1	0	8	0	10	0	0	3	0	0

以上より、

- ・社会システムをデザインした企業の充足される欲求は、欲求の対象が“自分”・欲求の動作主が“自分”である“安全”の欲求が多い。これは、“株式会社”は、その利益を株主に還元する必要があるという背景も関係していると考えられる。
 - ・ステークホルダーが充足する欲求に関しても、欲求の対象が“自分”・欲求の動作主が“自分”である欲求が多い。しかし、社会システムをデザインした企業とは異なり、“エコ商品がほしい”という欲求があるため、“自己実現”の欲求も多い。
- ということがわかった。

4.2.3 特定非営利活動法人の取組の分析

(1) 分析した取組の一覧

特定非営利活動法人の取組は、内閣府のNPOポータルサイト^{文102)}において、環境の保全を図る活動にチェックをいれ、目的に“市民参加”・“住民参加”・“エコ”を入力しヒットした団体から、特にホームページから環境配慮行動に関する活動の情報を入手できた団体を対象に分析した。分析した取組28事例の一覧を表4.8に示す。

表 4.8 分析対象とした特定非営利活動法人の取組^{文103~130)}

アクスサポートあさひかわ21	ふれあい自然塾
くりはら活性化ネット	日本エコツーリズムセンター
シビルサポートネットワーク	スノーウィーマウンテン・エコツアーリング
富士見市民大学	北の海の動物センター
エココミュニケーション	グリーンステージ
みたか市民協働ネットワーク	ナヒヤの旅人
花と緑のまち三鷹創造協会	白神山地を守る会
山遊舎	燭光
市民活動フォーラム田辺	環境NPOいばらき
再生可能エネルギー推進市民フォーラム西日本	栃木エコロジー設計協会
アジアを紡ぐ会	えどがわエコセンター
木曽川 水の始発駅	エコロジカルフットプリント・ジャパン
かわね来風	あそんで学ぶ環境と科学倶楽部
タブラ・ラサ	日本ガラパゴスの会
ポラーノえひめ	Tuvalu Overview
日本エコツーリズム協会	環境テレビトラストジャパン
UNIVERSAL環境カウンセラー協会	愛知グリーン・ニューディール政策研究会

(2) 特定非営利活動法人の取組の欲求連鎖分析結果

表 4.8 に示した取組を、欲求連鎖分析を用いて分析した結果を図 70～97 に示す。(ここで、欲求連鎖分析は、入手可能な資料より作成したため、情報が不十分な欲求連鎖分析もある。)

<くりはら活性化ネット^{文109)}>

実施内容：

- ・栗原市民を会員にすえ、市民の生活環境を整えるサービスの実施や、市に提案することを実施している。

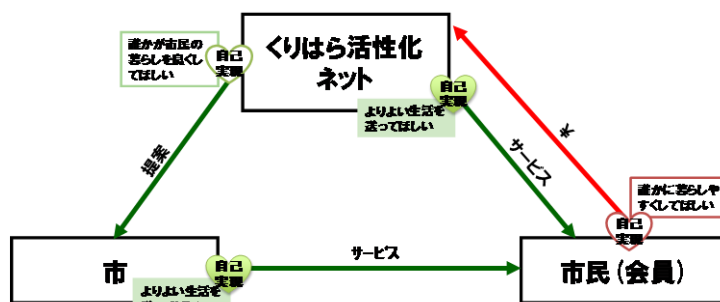


図 4.70 くりはら活性化ネット 欲求連鎖分析結果

<シビルサポートネットワーク^{文110)}>

実施内容：

- ・都市環境分野出身のシニア技術者を中心にした専門技術者集団で、環境問題や防災問題についての技術支援事業等に取り組む。

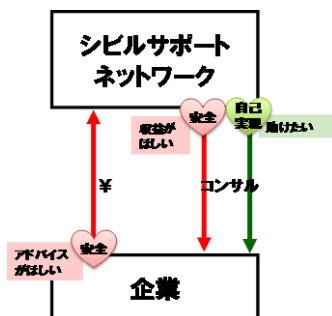


図 4.71 シビルサポートネットワーク 欲求連鎖分析結果

<エココミュニケーション^{文111)}>

実施内容：

- ・エコに関連した学校の総合学習を地域の人たちが支える仕組み作りや、市民参加の自治体政策作りの推進をサポートしている。

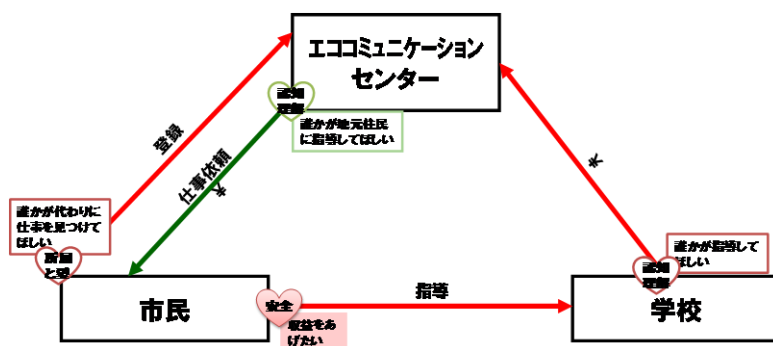


図 4.72 エココミュニケーションセンター 欲求連鎖分析結果

<花と緑のまち三鷹創造協会^{文112)}>

実施内容：

- ・緑や自然を将来にわたって維持・創出を目指し、市民・事業者・市をつなぐ仕組みを構築。

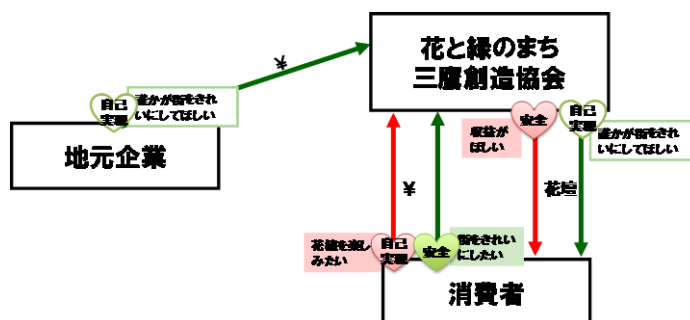


図 4.73 花と緑のまち三鷹創造協会 欲求連鎖分析結果

<山遊舎^{文113)}>

実施内容：

- ・自然環境教育普及活動や自然環境マネジメントを主な業務とし、さらにボルネオにおける自然と先住民族文化を体験する研修旅行をコーディネート。

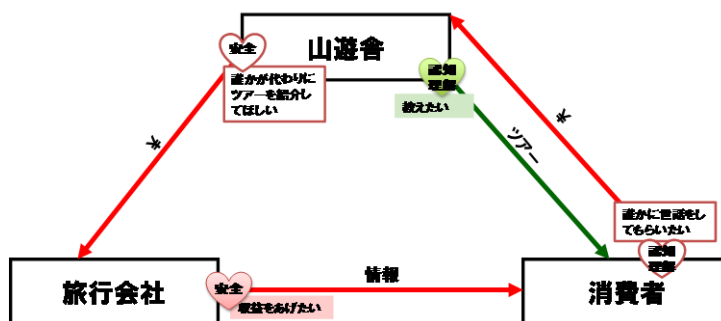


図 4.74 山遊舎 欲求連鎖分析結果

<再生可能エネルギー推進市民フォーラム西日本^{文114)}>

実施内容：

- ・会員向けニュースレターの発行や、市民に対し再生可能エネルギーに関する講演を実施。

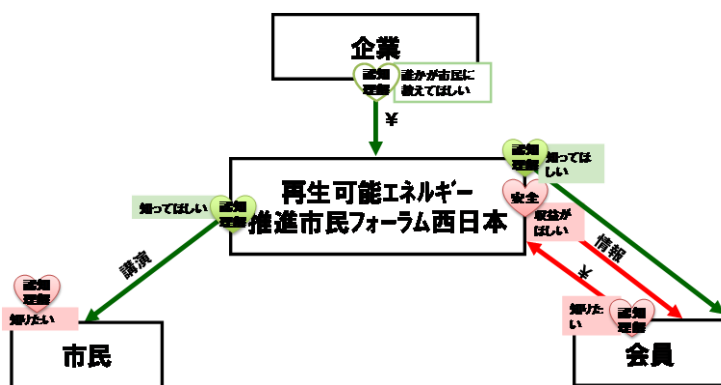


図 4.75 再生可能エネルギー推進市民フォーラム西日本 欲求連鎖分析結果

<木曾川 水の始発駅^{文115}>

実施内容：

- ・木曾川を中心に，歴史・文化や源流周辺の森林環境・自然資源等を活用し，森林整備や観光案内等のサービスを販売する事業を展開。

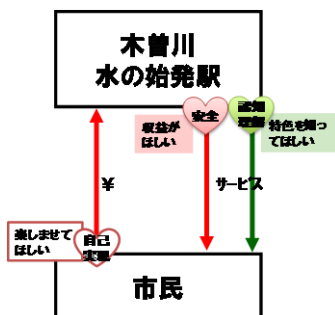


図 4.76 木曾川水の始発駅 欲求連鎖分析結果

<かわね来風^{文116}>

実施内容：

- ・観光客には自然の中での宿泊体験を提供し，地元住民にはイベントを提供することで，“川根”の自然を体感してもらう事業を展開。

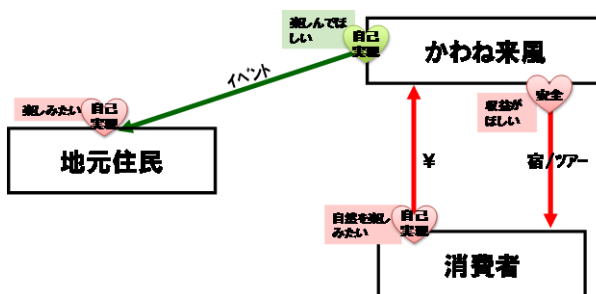


図 4.77 かわね来風 欲求連鎖分析結果

< タブラ・ラサ^{文117)} >

実施内容：

- ・結婚式場等から不要な蝋燭を回収し、新たなキャンドルとし販売したり、福祉施設や旅館の不要な食器を回収し販売したりする事業を展開。
- ・さらに、蝋燭を用いたイベントを開催し、地元住民に楽しみを提供している。

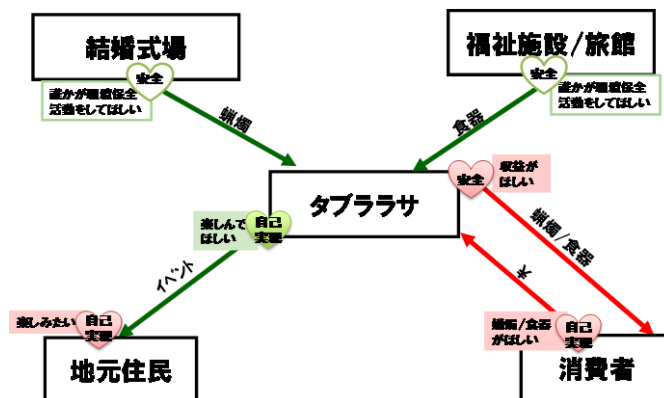


図 4.78 タブラ・ラサ 欲求連鎖分析結果

< 日本エコツーリズム協会^{文118)} >

実施内容：

- ・エコツーリズムの普及を目指し、エコツアー実施地区の情報を WEB に掲載したり、会員には専用の情報を配信する事業を展開。

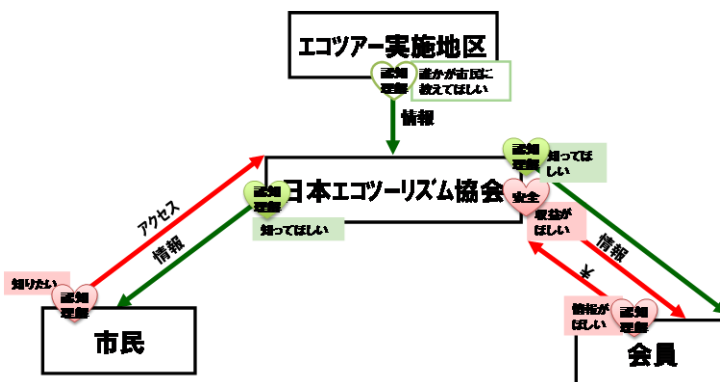


図 4.79 日本エコツーリズム協会 欲求連鎖分析結果

< UNIVERSAL 環境カウンセラー協会^{文119)}>

実施内容：

- ・ eco 検定対策講座等を市民に提供する事業を展開。

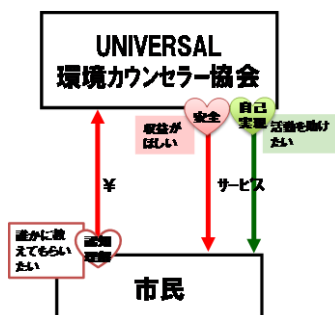


図 4.80 UNIVERSAL 環境カウンセラー協会 欲求連鎖分析結果

< ふれあい自然塾^{文120)}>

実施内容：

- ・ 雪国を体験できるツアー，自然とふれあえるツアーやサービスを市民に提供する事業を展開。



図 4.81 ふれあい自然塾 欲求連鎖分析結果

<日本エコツーリズムセンター文121>

実施内容：

- ・エコツアー実施地区の情報をWEB上で公開したり，コーディネーター要請に向けた講座等を実施したりする事業を展開。

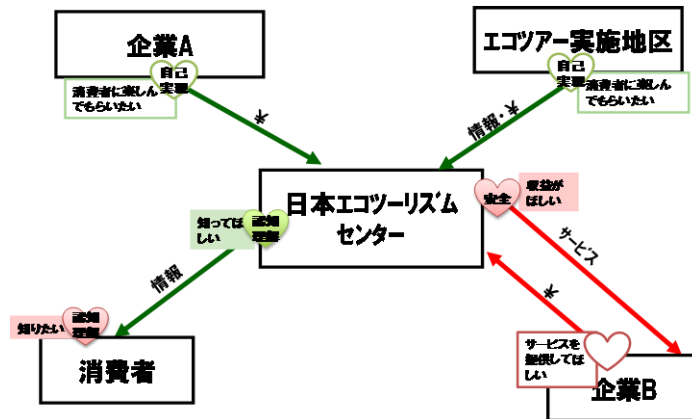


図 4.82 日本エコツーリズムセンター 欲求連鎖分析結果

<スノーウィーマウンテン・エコツアーリング文122>

実施内容：

- ・障害者等も等しく雪山という自然環境を楽しめるよう支援する事業を展開。

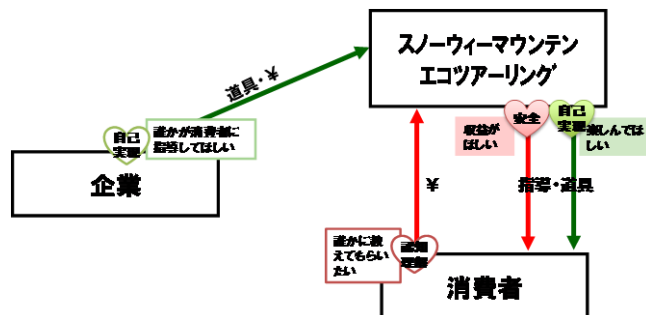


図 4.83 スノーウィーマウンテンエコツアーリング 欲求連鎖分析結果

<北の海の動物センター文123)>

実施内容：

- ・北方四島および千島列島から北海道沿岸の海域を中心に，生態系調査や生態系維持に関する啓もう活動を実施。

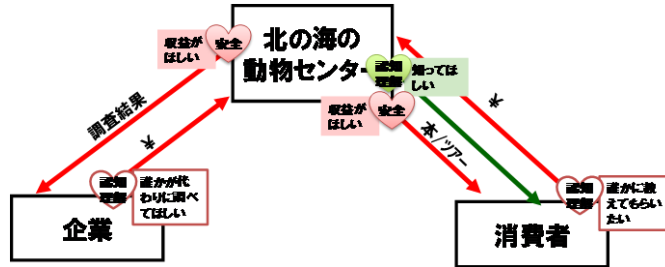


図 4.84 北の海の動物センター 欲求連鎖分析結果

<グリーンステージ文124)>

実施内容：

- ・北海道の自然の情報提供や，エコツアーを提供する事業を展開。

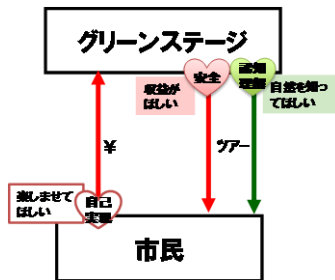


図 4.85 グリーンステージ 欲求連鎖分析結果

<ナヒヤの旅人^{文125)}>

実施内容：

- ・世界のエコツアーを検索できる WEB サイトを構築し，ツアーを販売.



図 4.86 ナヒヤの旅人 欲求連鎖分析結果

<白神山地を守る会^{文126)}>

実施内容：

- ・白神山地にまつわる本やエコツアーの販売や，森の復元活動等を実施.

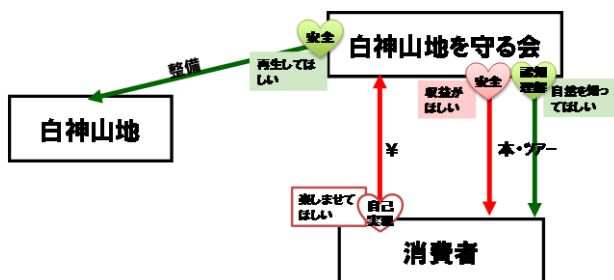


図 4.87 白神山地を守る会 欲求連鎖分析結果

<燭光^{文127}>

実施内容：

- ・使用済み蠟燭を回収し，新たな蠟燭として販売やイベントへの寄付を実施.

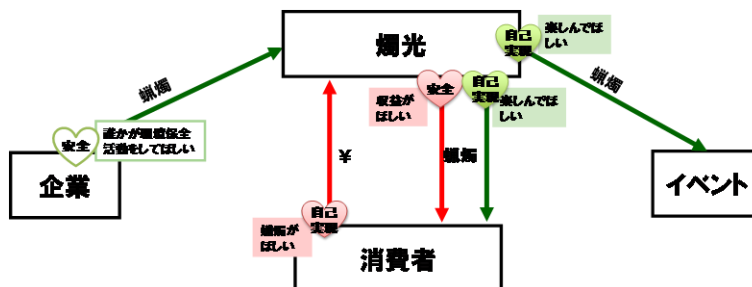


図 4.88 燭光 欲求連鎖分析結果

<環境 NPO いばらき^{文128}>

実施内容：

- ・エコアクション 21 に関するコンサル業務を実施.



図 4.89 環境 NPO いばらき 欲求連鎖分析結果

<エコロジカルフットプリント・ジャパン^{文131}>

実施内容：

- ・地球環境に関する危機的な情報を発信することで啓もう活動を実施。

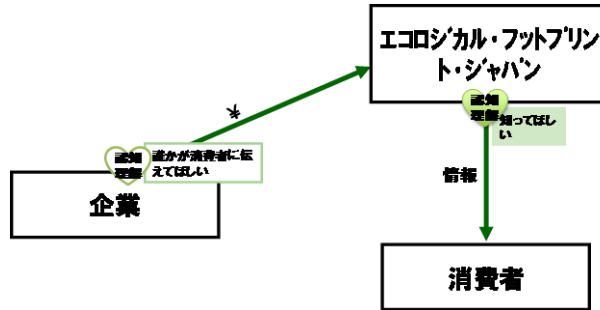


図 4.92 エコロジカル・フットプリント・ジャパン 欲求連鎖分析結果

<あそんで学ぶ環境と科学倶楽部^{文132}>

実施内容：

- ・東京の水辺環境を中心に、東京湾エコツアー等を提供し、環境啓蒙・啓発活動を実施。

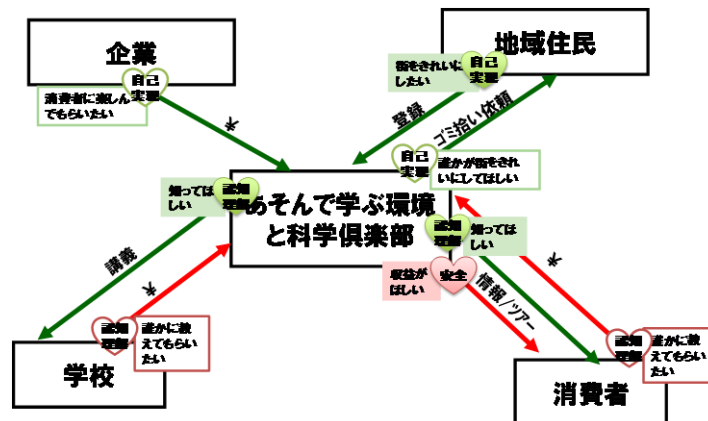


図 4.93 あそんで学ぶ環境と科学倶楽部 欲求連鎖分析結果

<日本ガラパゴスの会^{文133}>

実施内容：

- ・ガラパゴスでの環境保全活動を希望する企業・個人を、現地のニーズとマッチングさせる事業を展開。

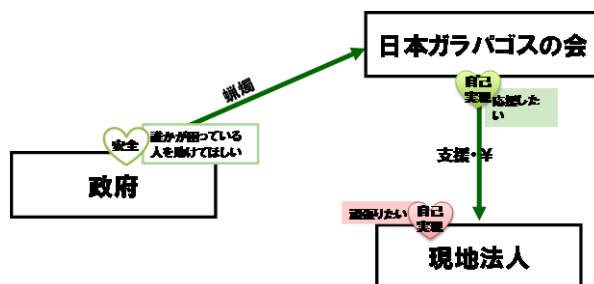


図 4.94 日本ガラパゴスの会 欲求連鎖分析結果

<Tuvalu Overview^{文134}>

実施内容：

- ・海面上昇に最も脆弱とされるツバル国の現状を認識してもらうための環境教育やエコツアーを展開。

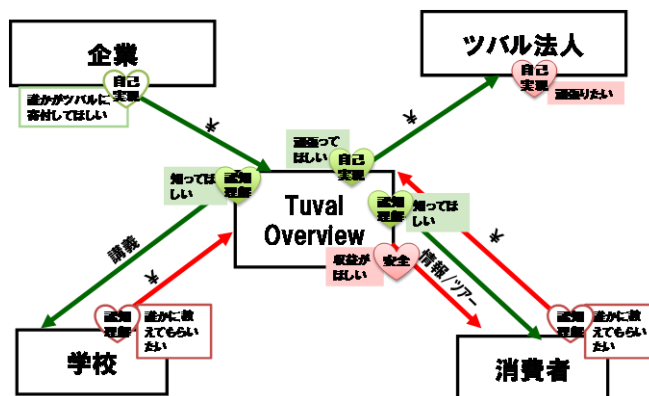


図 4.95 Tuvalu Overview 欲求連鎖分析結果

<環境テレビトラストジャパン^{文135)}>

実施内容：

- ・環境をテーマとした映像を作成し、消費者に環境問題の深刻さを伝える事業を展開。

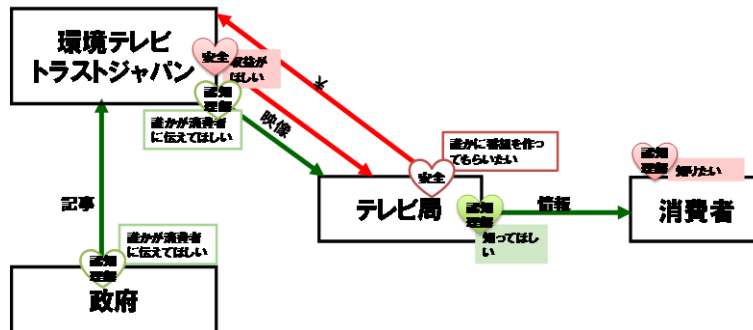


図 4.96 環境テレビトラストジャパン 欲求連鎖分析結果

<愛知グリーン・ニューディール政策研究会^{文136)}>

実施内容：

- ・参加者同士が議論を交わしあうことで、環境意識を高める場を設ける事業を展開。

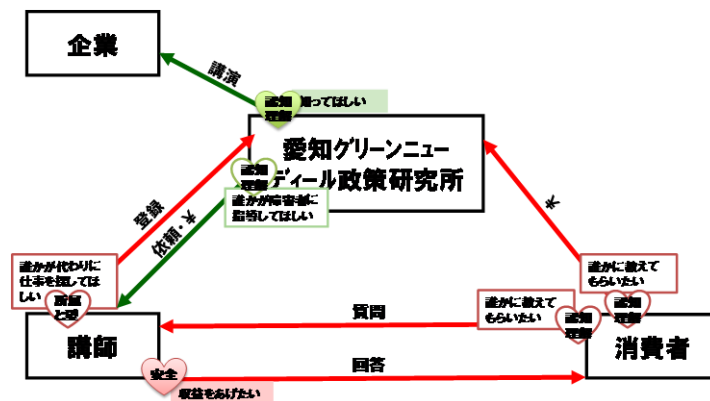


図 4.97 愛知グリーン・ニューディール政策研究会 欲求連鎖分析結果

(3) 特定非営利活動法人の取組の欲求連鎖分析結果の考察

以上の 28 事例を分析した結果、

- ・特定非営利活動法人の多くの活動は、システムの設計者である特定非営利活動法人が、消費者に何らかのサービスを提供しているケースが多いことがわかった。

また、充足される欲求の個数を自治体とその他のステークホルダーごとに数えた結果を表 4.9 と 4.10 のせる。

表 4.9 企業の充足する欲求

NPO		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	0	24	0	0	0	0	0	0	2	0	0	13	0	18
	他者	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3

表 4.10 ステークホルダーの充足する欲求

NPO		対象													
		自分							他者						
		生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	0	2	0	0	9	0	9	0	1	0	0	2	0	0
	他者	0	1	2	0	8	0	13	0	3	0	0	7	0	4

以上より、

- ・特定非営利活動法人の充足される欲求には、必ず欲求の対象が“自分”と欲求の対象が“他者”の両方の欲求が含まれる。この点は、自治体や企業の取組とは異なる傾向である。その理由は、特定非営利活動法人の活動は、自治体がもつ要素である“ボランティア”と、企業がもつ要素である“運用資金の調達”という、二つの要素を兼ね備えているためだと考えられる。また、欲求の対象が“他者”の場合、“他者”は、地元の“市民”や地元の“森林・自然環境”であることが多い。
 - ・ステークホルダーの充足される欲求に関しては、自治体や企業がデザインした社会システムと異なり、どこかに偏っていない。これは、特定非営利活動法人の“活動”そのものが多様であるためだと考えられる。
- ということがわかった。

4.3 欲求連鎖分析を用いた環境配慮行動の促進システムの提案

4.2 節から得られた、既存の環境配慮行動を促進する社会システムの分析結果において、社会システムをデザインした主体と、その社会システムにかかわるステークホルダーが充足される欲求の個数をまとめた。その結果を表 4.11 と 4.12 に示す。

表 4.11 社会システムをデザインした主体の充足する欲求

			対象													
			自分							他者						
			生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	自治体	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	9	0	0
		企業	0	51	0	0	0	0	0	0	3	1	0	5	0	5
		NPO	0	24	0	0	0	0	0	0	2	0	0	13	0	18
	他者	自治体	0	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	7	0	4
		企業	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1
		NPO	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3

表 4.12 ステークホルダーの充足する欲求

			対象													
			自分							他者						
			生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解	生理	安全	所属と愛	承認自尊	自己実現	審美	認知理解
動作主	自分	自治体	0	47	0	2	5	0	2	0	7	0	0	12	0	4
		企業	1	28	0	0	25	0	3	0	1	0	0	0	0	1
		NPO	0	2	0	0	9	0	9	0	1	0	0	2	0	0
	他者	自治体	0	2	0	2	4	0	6	0	5	0	0	5	0	2
		企業	0	9	1	0	1	0	8	0	10	0	0	3	0	0
		NPO	0	1	2	0	8	0	13	0	3	0	0	7	0	4

特に、表 4.12 からわかるように、その社会システムに参加するステークホルダー自身の欲求が充足されるシステムが多い、すなわち利己的なシステムが多く利他的なシステムが少ないことがわかった。

上記の結果を踏まえ、本節では、4.3.1 節においてまず環境配慮行動を実践させる消費者の属性、すなわちステークホルダーを選定する。次に、4.3.2 節において、4.3.1 節で選定した消費者に環境配慮行動を実践させる仕組みを、欲求連鎖分析を用いて発想・提案する。

4.3.1 ステークホルダーの選定

本項では、環境配慮行動の促進システムの発想・提案に向け、どのような“欲求”を持つ“誰”に、行動を実践させるかを検討する。

ステークホルダーの選定は、まず発想法を用いていくつかのステークホルダーを洗い出し、次に洗い出したステークホルダーの持つ欲求を考察し、最後に 4.2 節で分析したステークホルダーと被らない対象を選定した。

① 発想法に基づく洗い出し

本項では、発想法の中でも、ブレインストーミングを用いて、ステークホルダーの案を洗い出した。ブレインストーミングは、テーマを“欲求に忠実に動きやすい人”と設定し、表 4.13 に示すメンバーで計 2 回実施した。

表 4.13 ブレインストーミングの参加者

	実施日	参加人数	世代	性別
1 回目	2010.10.19	6 人	20～40 代	男女混同
2 回目	2010.12.7	8 人	20～40 代	男女混同

このブレインストーミングから、23 項目のステークホルダーを洗い出した。その結果を表 4.14 に示す。

表 4.14 発想法から得られた“欲求に忠実に動きやすい人”

AKB ファン	デモを行う人	植物愛好家
嵐ファン	宗教家	健康マニア
アイドルファン	子供	婚活中の男女
動物愛好家	赤ちゃん	受験を控える学生
車コレクター	受験を控える子供の母親	ブランド好き
鉄道オタク	子供の健康を願う母親	教育ママ
切手コレクター	就職活動生	町内会のおばちゃん
プラモオタク	食べモノ好き	
エコに対する意識を持つ人	問題意識を強く持つ人	

② ステークホルダーが持つ欲求の考察と選定

“欲求に忠実に動きやすい人”をテーマに、発想法を用いて抽出したステークホルダーに関して、それぞれがどのような欲求を持つかを、表に示す欲求を用いて考察した。この結果を表 4.15 に示す。ここで、それぞれの欲求は一般的に考えられるであろう欲求を記述した。

表 4.15 “欲求に忠実に動きやすい人”がもつ欲求

ステークホルダー案	欲求
AKB ファン	楽曲を楽しみたい
	メンバーを応援したい
嵐ファン	楽曲を楽しみたい
	メンバーを応援したい
アイドルファン	アイドルを応援したい
動物愛好家	動物を守りたい
	動物と楽しく暮らしたい
車コレクター	揃えたい
鉄道オタク	好きなものの写真をとりたい
	車窓を楽しみたい
切手コレクター	揃えたい
プラモオタク	揃えたい
エコに対する意識を持つ人	環境保全に貢献したい
デモを行う人	生活をよりよくしたい
宗教家	心を落ち着かせたい
子供	怒られたくない
	愛されたい
赤ちゃん	愛されたい
	清潔でいたい
	お腹を満たしたい
受験を控える子供の母親	子供を良い学校に入学させたい
子供の健康を願う母親	子供に健康でいてほしい
	子供に食事を与えたい
就職活動生	所属先がほしい
食べモノ好き	おいしい物を食べたい
問題意識を強く持つ人	知りたい
	解決したい
植物愛好家	生態系を守りたい
健康マニア	健康でいたい
婚活中の男女	誰かに出会いたい
受験を控える学生	良い大学に合格したい
ブランド好き	揃えたい
教育ママ	勉強させたい
	知識を身につけさせたい
町内会のおばちゃん	町内会の評判をあげたい

表に示した結果を、2章で新たに提案した欲求の分類方法を用いて分類した。この結果を、表 4.16 に示す。(表は、2章の図と異なり、動作主を列に、対象を行に示している。)

表 4.16 “欲求に忠実に動きやすい人” がもつ欲求

		動作主			
		自己		他者	
対象	自己	生理		生理	赤ちゃん:お腹を満たしたい
		安全	デモを行う人:生活をよりよくしたい	安全	赤ちゃん:清潔にしてほしい
			宗教家:心を落ち着かせたい		
			子供:怒られたくない		
			健康マニア:健康でいたい		
		所属と愛	子供:愛されたい	所属と愛	赤ちゃん:愛されたい
			就職活動生:所属先がほしい		
			婚活中の男女:誰かに出会いたい		
			受験を控える学生:良い大学に合格したい		
		承認自尊		承認自尊	
		自己実現	AKB ファン:楽曲を楽しみたい	自己実現	
			嵐ファン:楽曲を楽しみたい		
			動物愛好家:楽しく暮らしたい		
			車コレクター:揃えたい		
	鉄道オタク:写真を撮りたい				
	鉄道オタク:臨時列車に乗りたい				
	切手コレクター:揃えたい				
	プラモオタク:揃えたい				
	食べモノ好き:おいしい物が食べたい				
	ブランド好き:揃えたい				
	審美		審美		
	認知理解	問題意識を強く持つ人:知りたい	認知理解		
		問題意識を強く持つ人:解決したい			
	他者	生理	子供の健康を願う母親:子供に食事を与えたい	生理	
		安全	動物愛好家:動物を守りたい	安全	
			エコに対する意識を持つ人:環境保全に貢献したい		
子供の健康を願う母親:子供に健康でいてほしい					
植物愛好家:生態系を守りたい					
所属と愛		受験を控える子供の母親:子供を良い学校に入れたい	所属と愛		
承認自尊		町内会のおばちゃん:町内会の評判をあげたい	承認自尊		
自己実現		AKB ファン:メンバーを応援したい	自己実現		
		嵐ファン:メンバーを応援したい			
		アイドルファン:応援したい			
審美			審美		
認知理解		教育ママ:知識を身につけさせたい	認知理解		
	教育ママ:勉強させたい				

表において、既存の環境配慮行動の促進システムでは、ステークホルダーの利己的欲求が満たされる仕組みが多く、また利己的欲求の中でも特に、“安全(お金がほしい)”もしくは“自己実現(より良い行いをしたい)”という欲求が多いことがわかった。一方で、今回抽出したステークホルダーの案では、利己的欲求の中でも、“所属と愛(出会いたい、所属先がほしい)や、利他的欲求に基づいて行動をしそうな人も抽出できた。

以上を踏まえ、本研究では、既存の環境配慮行動の促進システムで着目されてこなかった、下記の10案をステークホルダーと設定し、新たな環境配慮行動の促進システムを、3章で構築した欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて発想・提案する。

- (1)健康マニア..... (利己的欲求：安全，健康でいたい)
- (2)就職活動生..... (利己的欲求：所属と愛，所属先がほしい)
- (3)婚活中の男女..... (利己的欲求：所属と愛，誰かに出会いたい)
- (4)鉄道オタク..... (利己的欲求：臨時列車に乗りたい)
- (5)ブランド好き..... (利己的欲求：揃えたい)
- (6)子供の健康を願う母親..... (利他的欲求：生理，子どもに食事を与えたい)
- (7)植物愛好家..... (利他的欲求：安全，環境保全に貢献したい)
- (8)受験を控える子供の母親.... (利他的欲求：所属と愛，子供を良い学校に入りたい)
- (9)町内会のおばちゃん..... (利他的欲求：承認自尊，町内会の評判をあげたい)
- (10)AKB48 ファン..... (利他的欲求：自己実現，メンバーを応援したい)

4.3.2 システムの発想・提案

前項において、環境配慮行動の促進システムを提案する際のステークホルダーを10案絞った。本項では、10のステークホルダーそれぞれに対し、環境配慮行動を思わず実践したくなるシステムを、3章で構築した欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法を用いて発想・提案する。

(1) 健康マニア(利己的欲求：安全、健康でいたい)(図 4.98①～⑩)

ここでは、健康マニアを、会社で肩こりに悩む社員と設定し、企業のCSR推進室・人事がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.98①)：

肩こりに悩む社員に対し、勤務時間の一部で体操教室を実施し、リフレッシュさせる。このとき、体操教室への参加費用を徴収し、徴収した費用を植林を行うNPOに対して寄付する。

② 欲求の把握(図 4.98②)：

企業(CSR推進室・人事)・社員・NPOのそれぞれ把握する。

企業(CSR推進室・人事)：

- ・会社の評判をあげたい
- ・誰かが環境保全活動をしてほしい
- ・社員が効率よく作業をしてほしい

社員：

- ・健康でいたい
- ・会社が環境保全に貢献してほしい

NPO：

- ・森を守りたい
- ・資金がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.98③・④)：

・社員に体操指導を行うことで、企業(CSR推進室・人事)の“効率よく作業をしてほしい”という欲求と、社員の“健康でいたい”という欲求を充足させる。(図 4.98③)

・社員から体操指導の対価をお金で、企業(CSR推進室・人事)が受け取り、そのお金をNPOに寄付することで、社員の“会社が環境保全に貢献してほしい”という欲求と、企業(CSR推進室・人事)の“環境保全活動をしてほしい”という欲求と、NPOの“森を守りたい”・“資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.98④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.98⑤)：

②で挙げた下記の欲求が充足できていない。

企業(CSR推進室・人事)：

- ・会社の評判をあげたい

- ⑤ ステークホルダーの追加(図 4.98⑥) :
評価を上げてくれる大衆を追加する.
- ⑥ 欲求の把握 2(図 4.98⑦) :
新たに加わったステークホルダーである大衆の欲求を把握する.
大衆 :
・ 頑張りを認めたい
- ⑦ 仕組みの構築 2(図 4.98⑧) :
・ 企業(CSR 推進室・人事)が取組内容を CSR 報告書として大衆に発行し, 大衆(一部)がその活動の評価することで, 企業(CSR 推進室・人事)の“会社の評価をあげたい”という欲求と, 大衆の“頑張りを認めたい”という欲求を充足させる.
- ⑧ 欲求の充足状況の判定(図 4.98⑨) :
②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認.
→finish(図 4.98⑩)

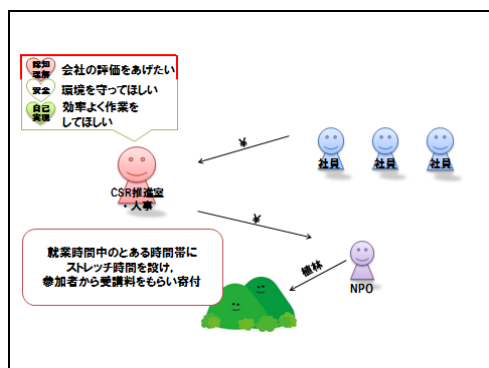


図 4.98① 課題設定

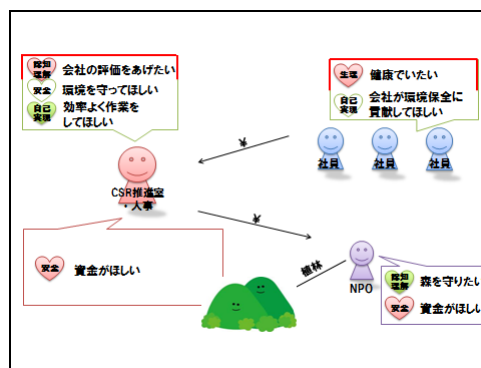


図 4.98② 欲求の把握

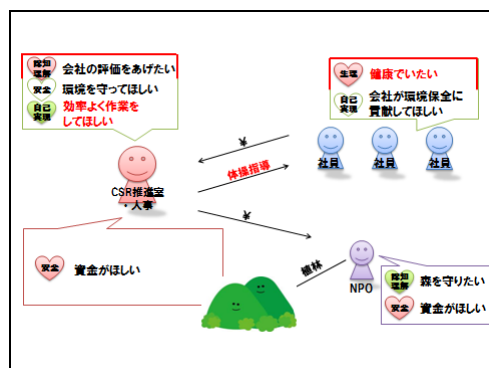


図 4.98③ 仕組みの構築 1

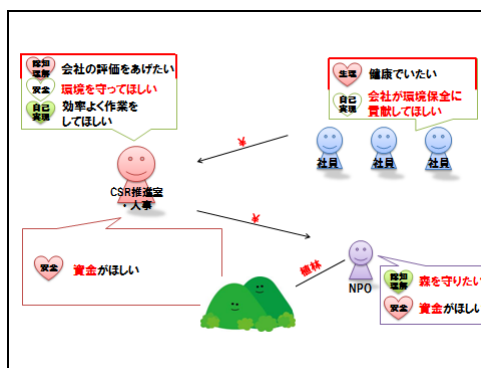


図 4.98④ 仕組みの構築 2

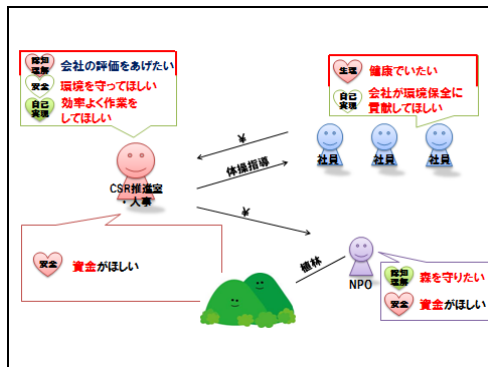


図 4.98⑤ 欲求の充足状況の判定

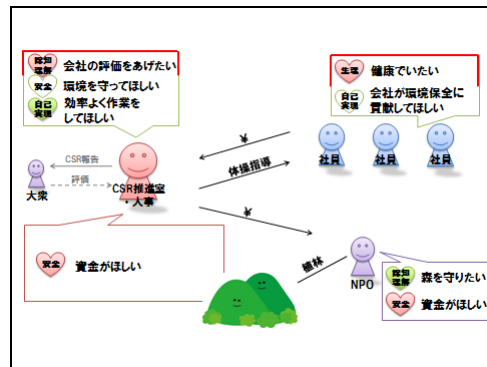


図 4.98⑥ ステークホルダーの追加

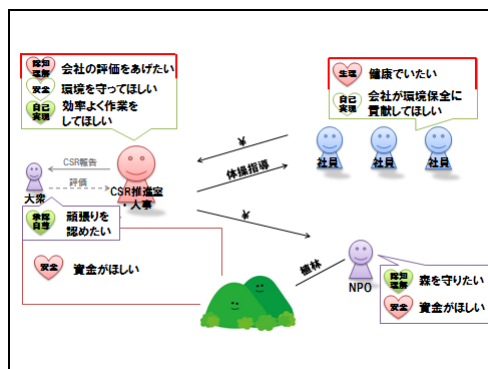


図 4.98⑦ 欲求の把握 2

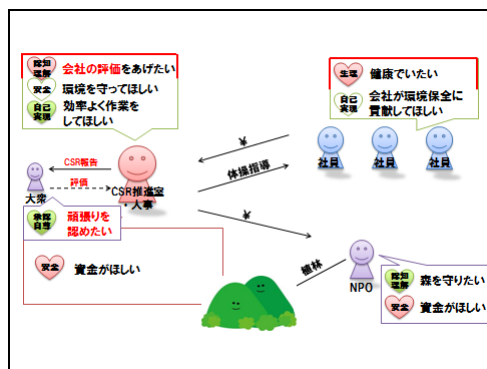


図 4.98⑧ 仕組みの構築 3

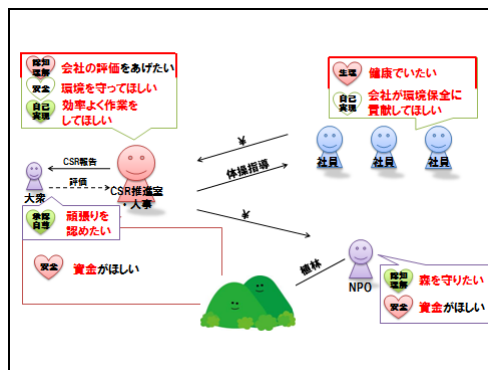


図 4.98⑨ 欲求の充足状況の判定

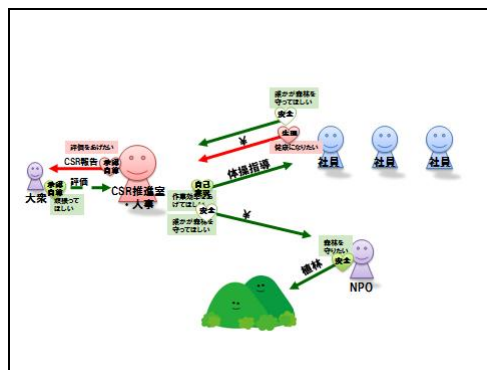


図 4.98 finish

図 4.98 のように、社員に植林を行う NPO への寄付を行わせる社会システムを、欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて設計できた。この結果、企業(CSR 推進室、人事)・社員・NPO・大衆の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。既存の環境配慮行動の促進システムにおいては、“健康になりたい”という欲求を利用した事例はないが、欲求連鎖分析を用いると、健康オタクを想定した社員自身が健康になると共に、同時に環境保全活動への寄付ができる仕組みを発想することができた。

(2) 就職活動生(利己的欲求：所属と愛，所属先がほしい)(図 4.99①～⑫)

ここでは，就職活動生を横浜市の大学に通う学生と設定し，学校の教授がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.99①)：

就職活動を行っている学生が，限界団地に住む高齢者に対してエコ行動の指導をし，さらに地産品で料理を提供する。この活動を授業で報告することで，単位を認定する。

ここで，授業を行う教授は，学生にエコ行動を推進させ，さらに地域の限界団地・買い物難民という問題を解決したいと思う意識を持っていると仮定した。

② 欲求の把握(図 4.99②)：

教授・学生・高齢者，それぞれの欲求を把握する。

教授：

- ・(学生が)エコ行動してほしい
- ・誰かが高齢者の面倒を見てほしい
- ・就職率を向上させたい
- ・エコ行動の情報がほしい
- ・高齢者の情報がほしい
- ・運用資金がほしい

学生：

- ・誰かが就職活動に有利にしてほしい
- ・単位がほしい
- ・エコ行動の情報がほしい
- ・資金がほしい

高齢者：

- ・食糧がほしい
- ・話し相手がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.99③・④)：

・教授と学生が自らエコ行動について調査することで，教授と学生の“エコ行動の情報がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.99③)

・学生が，高齢者に対しエコ行動の指導・地産品で料理を提供し，さらにその活動を授業で報告すると，教授が単位を認定することで，高齢者の“食糧がほしい”・“話し相手がほしい”という欲求と，教授の“(学生が)エコ行動してほしい”・“誰かが高齢者の面倒を見てほしい”という欲求と，学生の“単位がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.99④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.99⑤)：

②で挙げた下記の欲求が充足できていない。

教授：

- ・就職率を向上させたい
- ・高齢者の情報がほしい
- ・運用資金がほしい

学生：

- ・誰かが就職活動に有利にしてほしい
- ・資金がほしい

⑤ ステークホルダーの追加(図 4.99⑥)：

資金と学生に公的なステータスを与えてくれる横浜市を追加する。

⑥ 欲求の把握 2(図 4.99⑦)：

新たに加わったステークホルダーである横浜市の欲求を把握する。

横浜市：

- ・高齢者の相手になってほしい
- ・エコ行動を普及させてほしい

⑦ 仕組みの構築 2(図 4.99⑧～⑩)：

・学生が、高齢者にエコ行動の指導・地産品で料理を提供することで、横浜市の“高齢者の相手になってほしい”・“エコ行動を普及させてほしい”という欲求を充足させる。

(図 4.99⑧)

・教授から横浜市に、高齢者の情報提供を依頼し、横浜市から教授が高齢者の情報と高齢者を助ける仕組みの運用資金を受け取り、資金の一部を学生に渡すことで、教授の“高齢者の情報がほしい”・“運用資金がほしい”という欲求と、学生の“資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.99⑨)

・大学が授業の活動を横浜市に報告すると、横浜市のヨコハマ・エコ・スクールで活躍できるエココンサルに大学生を認定することで、教授の“就職率を向上させたい”という欲求と、学生の“誰かが就活に有利にしてほしい”という欲求を充足させる。(図 4.99⑩)

⑧ 欲求の充足状況の判定(図 4.99⑪)

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.99⑫)

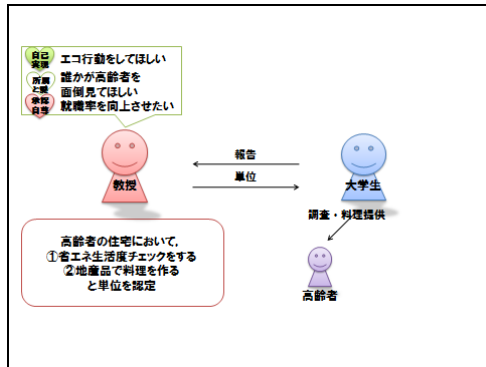


図 4.99① 課題設定

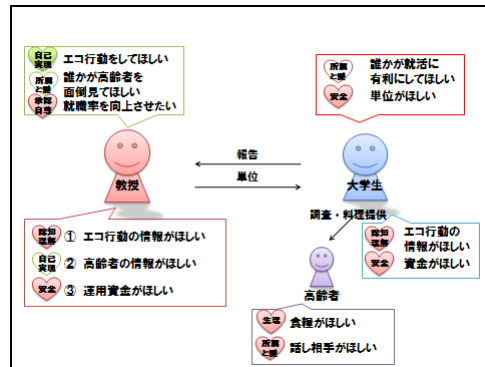


図 4.99② 欲求の把握

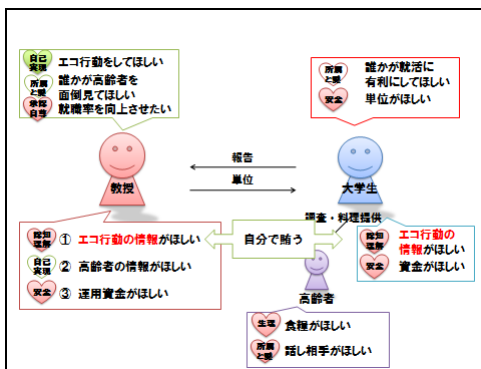


図 4.99③ 仕組みの構築 1

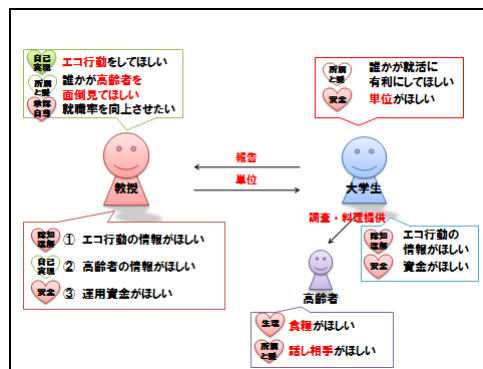


図 4.99④ 仕組みの構築 2

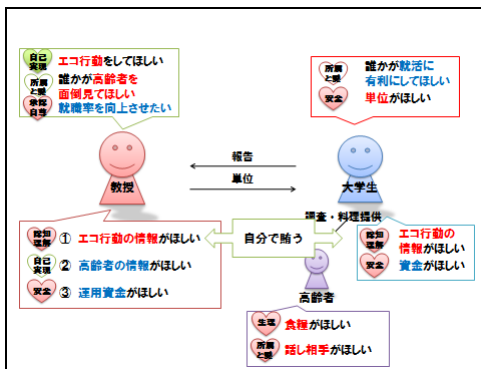


図 4.99⑤ 欲求の充足状況の判定

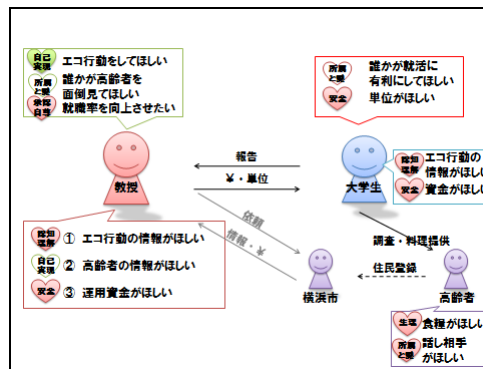


図 4.99⑥ ステークホルダーの追加

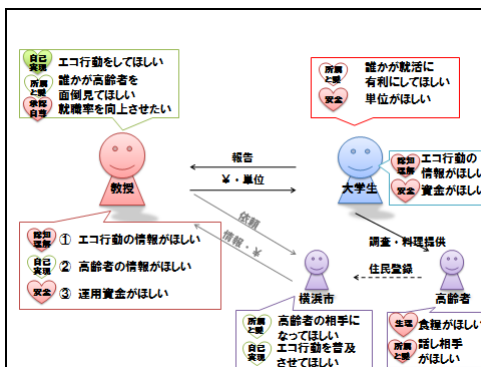


図 4.99⑦ 欲求の把握 2

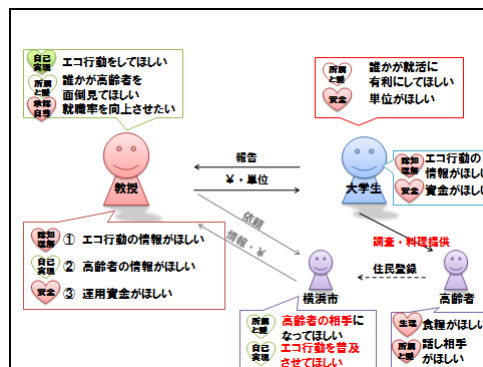


図 4.99⑧ 仕組みの構築 3

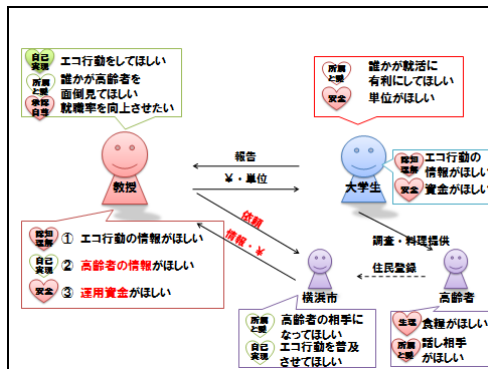


図 4.99⑨ 仕組みの構築 4

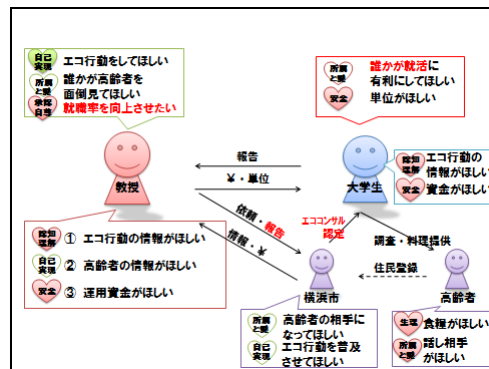


図 4.99⑩ 仕組みの構築 5

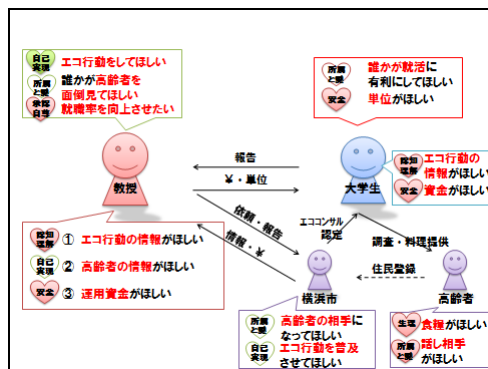


図 4.99⑪ 欲求の充足状況の判定

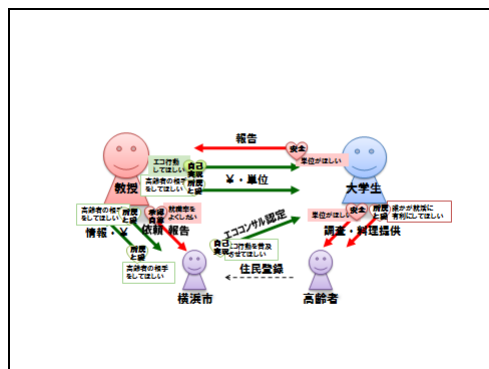


図 4.99⑫ finish

図 4.99 のように、学生に高齢者へのエコ行動の指導と、地産品を使った料理の提供を行う社会システムを、欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて設計できた。特に、学生にエコ行動の指導をさせることは、教育心理学の動機づける方法“指し手をさせる”に一致するため、学生自らもエコ行動を実践する可能性がある。以上のようなシステムの設計を行った結果、教授・学生・高齢者・横浜市の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。また、この社会システムは、大学生の就職率の低さや、地域の限界団地といった問題をも解決できる可能性を秘めている。このことから、欲求連鎖分析を用いて社会システムを設計することで、環境配慮行動のみならず多様な社会問題をも同時に解決できるシステムが設計できることがわかった。

(3) 婚活中の男女(利己的欲求：所属と愛，誰かに出会いたい)(図 4.100①～⑩)

ここでは，婚活中の男女がいると設定し，老人ホームの運営者がシステムを設計すると仮定した．

① 課題設定(図 4.100①)：

老人ホームにおいて，婚活中の男女に，一緒に地元産の野菜で料理を作り，高齢者に食事を提供するという機会を創る．

② 欲求の把握(図 4.100②)：

老人ホーム・婚活中の男女・高齢者，それぞれの欲求を把握する．

老人ホーム：

- ・誰かが高齢者に食事を提供してほしい
- ・婚活者の情報がほしい
- ・地元産の野菜がほしい
- ・運用資金がほしい

婚活中の男女：

- ・異性と知り合いになりたい

高齢者：

- ・食事を創ってほしい

③ 仕組みの構築(図 4.100③～⑤)：

・婚活中の男女が，高齢者に食事を創り提供することで，老人ホームの“誰かが高齢者の食事を作ってほしい”という欲求と，高齢者の“食事を作ってほしい”という欲求とを充足させる．(図 4.100③)

・老人ホームが，婚活中の男女から，登録費用と情報を，高齢者から費用を受け取ることで，老人ホームの“婚活者の情報がほしい”・“運用資金がほしい”という欲求を充足させる．(図 4.100④)

・婚活中の男女に，一緒に地産品で調理をさせ，さらに高齢者に料理を食べさせてあげることによって，交流の機会を作り，婚活中の男女の“異性と知り合いになりたい”という欲求を充足させる．(図 4.100⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.100⑥)：

②で挙げた下記の欲求が充足できていない．

老人ホーム：

- ・地元産の野菜がほしい

⑤ ステークホルダーの追加(図 4.100⑦)：

地産品を提供できる地元農家を追加する．

⑥ 欲求の把握 2(図 4.100⑧)：

新たに加わったステークホルダーである地元農家の欲求を把握する．

地元農家：

・収益がほしい

⑦ 仕組みの構築 2(図 4.100⑨) :

・老人ホームが資金の一部で、地元農家から野菜を購入することで、老人ホームの“地元産の野菜がほしい”という欲求と、地元農家の“収益がほしい”という欲求を充足させる。

⑧ 欲求の充足状況の判定(図 4.100⑩) :

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.100⑪)

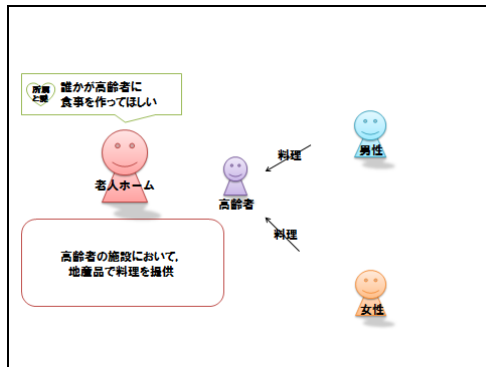


図 4.100① 課題設定

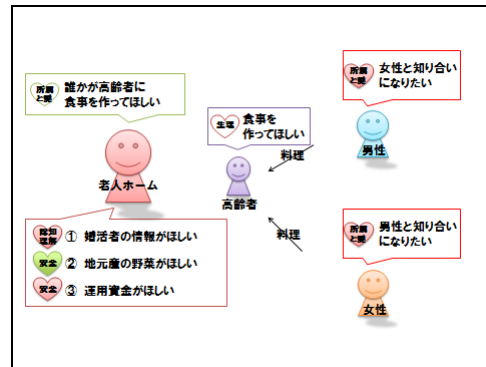


図 4.100② 欲求の把握

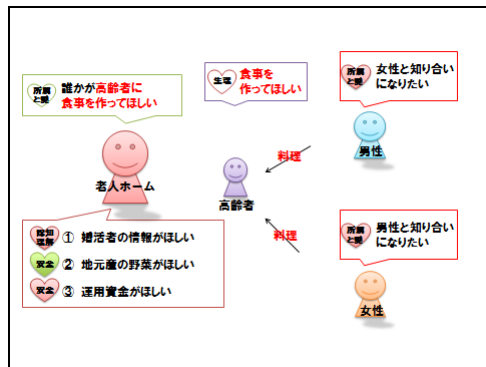


図 4.100③ 仕組みの構築 1

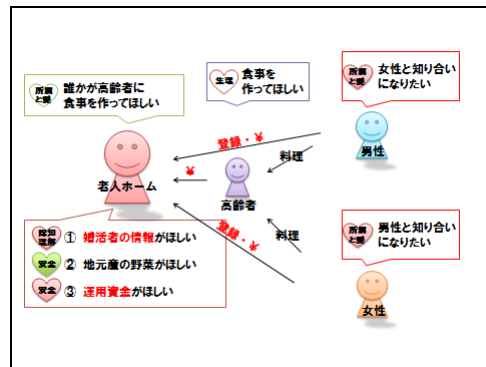


図 4.100④ 仕組みの構築 2

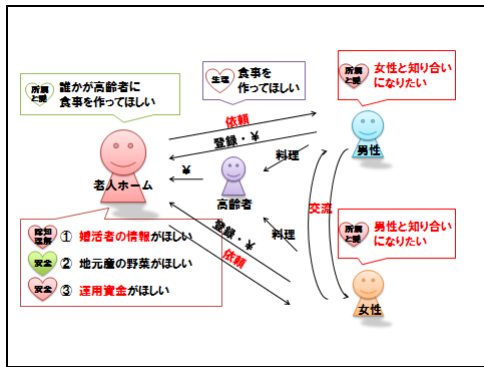


図 4.100⑤ 仕組みの構築 3

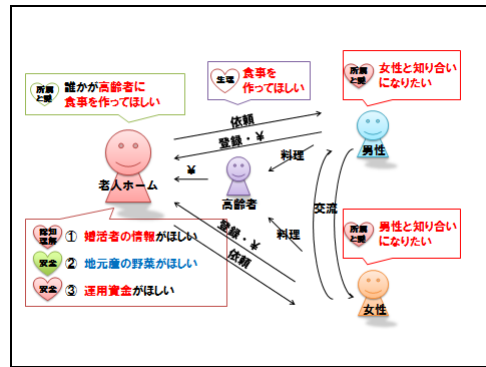


図 4.100⑥ 欲求の充足状況の判定

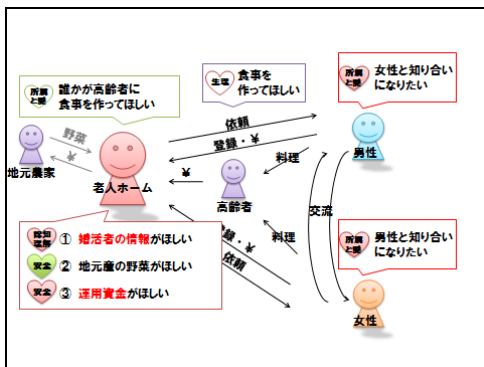


図 4.100⑦ ステークホルダーの追加

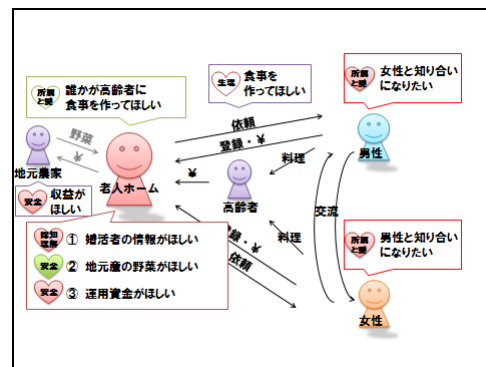


図 4.100⑧ 欲求の把握 2

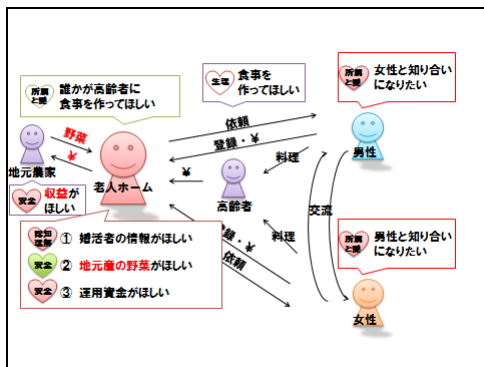


図 4.100⑨ 仕組みの構築 4

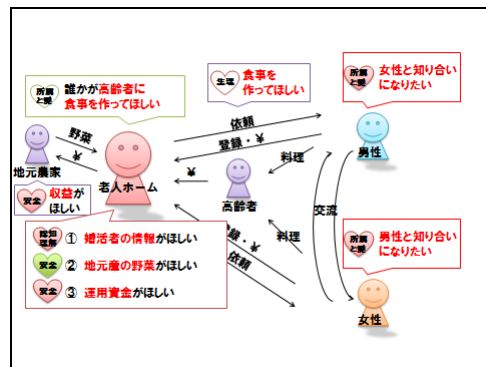


図 4.100⑩ 欲求の充足状況

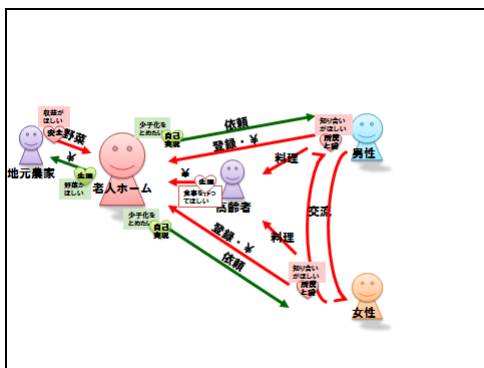


図 4.100⑪ finish

図 4.100 のように、婚活中の男女が地産品を使った料理の推進をさせる社会システムを、欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて設計できた。この仕組みを通して、婚活中の男女が、地産品で料理する良さを知れば、普及する可能性がある。以上のようなシステムの設計を行った結果、老人ホーム・婚活中の男女・高齢者・地元農家の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。

(4) 鉄道オタク(利己的欲求：臨時列車に乗りたい)(図 4.101①～⑩)

ここでは、山を大切にする自治体がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.101①)：

苗木屋から地方自治体が購入した苗木で、鉄道オタクが里山に植林をすると、地方自治体が臨時列車の乗車券をプレゼントする。

② 欲求の把握(図 4.101②)：

地方自治体・鉄道オタク・苗木屋、それぞれの欲求を把握する。

地方自治体：

- ・誰かが里山に植林してほしい
- ・苗木がほしい
- ・(鉄道オタクに)臨時列車乗車券をあげたい
- ・運用資金がほしい

鉄道オタク：

- ・臨時列車に乗りたい

苗木屋：

- ・収益がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.101③～⑤)：

・鉄道オタクが里山に植林することで、地方自治体の“誰かが里山に植林してほしい”という欲求を充足させる。(図 4.101③)

・鉄道オタクから苗木代を受け取ることで、地方自治体の“運用資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.101④)

・地方自治体が苗木屋から苗木を購入することで、地方自治体の“苗木がほしい”という欲求と、苗木屋の“収益がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.101⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.101⑥)：

②で挙げた下記の欲求が充足できていない。

地方自治体：

- ・臨時列車乗車券をあげたい

鉄道オタク：

- ・臨時列車に乗りたい

⑤ ステークホルダーの追加(図 4.101⑦)：

臨時列車乗車券を提供できる鉄道会社と大衆を追加する。

⑥ 欲求の把握 2(図 4.101⑧) :

新たに加わったステークホルダーである鉄道会社と大衆の欲求を把握する。

鉄道会社 :

- ・収益がほしい
- ・評価されたい

大衆 :

- ・頑張りを認めたい

⑦ 仕組みの構築 2(図 4.101⑨) :

・地方自治体が、鉄道オタクの活動を鉄道会社に報告かつ資金の一部を提供すると、鉄道会社が鉄道オタクに臨時列車乗車券をプレゼントし、その活動を CSR 活動として大衆に報告することで、地方自治体の“臨時列車乗車券をあげたい”という欲求と、鉄道オタクの“臨時列車に乗りたいたい”という欲求と、鉄道会社の“収益がほしい”・“評価されたい”という欲求と、大衆の“頑張りを認めたい”という欲求を充足させる。

⑧ 欲求の充足状況の判定(図 4.101⑩) :

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish((図 4.101⑪)

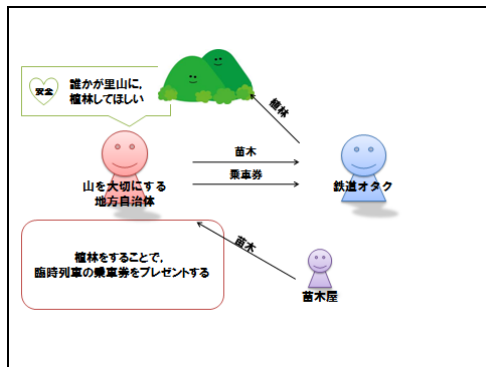


図 4.101① 課題設定

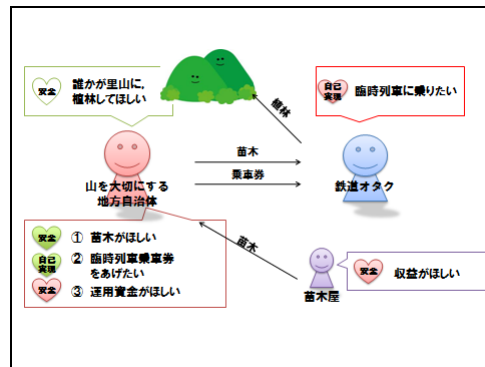


図 4.101② 欲求の把握

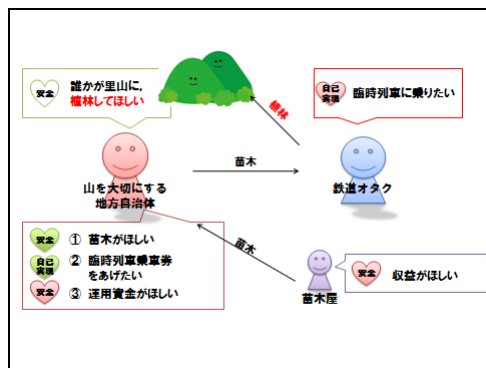


図 4.101③ 仕組みの構築 1

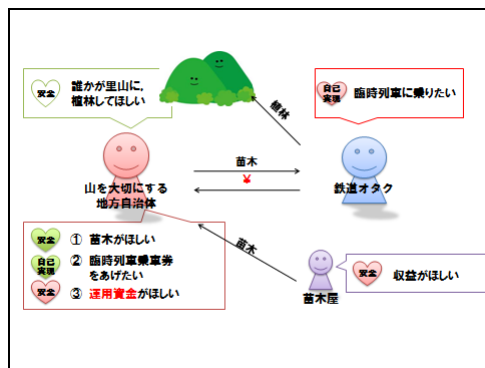


図 4.101④ 仕組みの構築 2

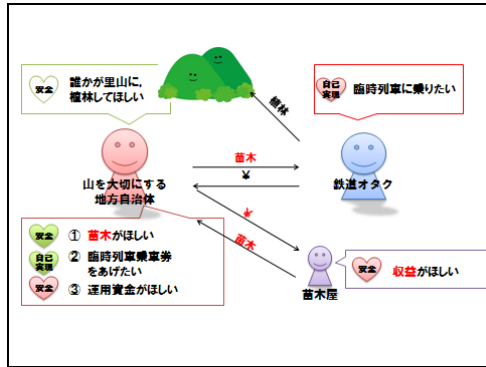


図 4.101⑤ 仕組みの構築 3

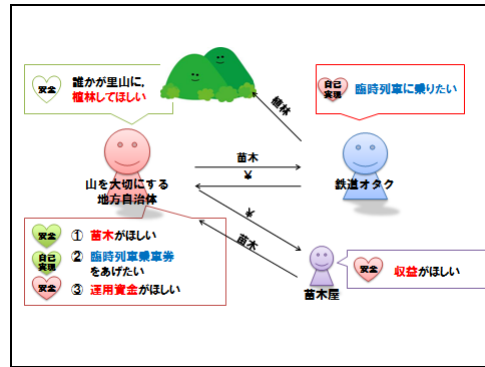


図 4.101⑥ 欲求の充足状況の判定

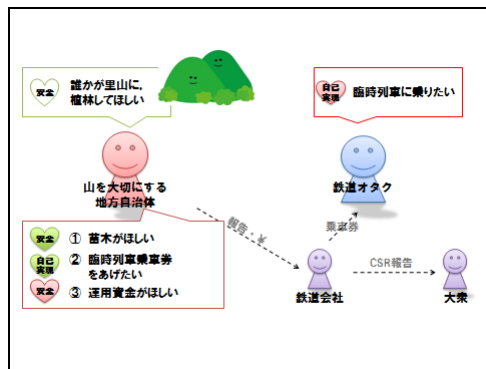


図 4.101⑦ ステークホルダーの追加

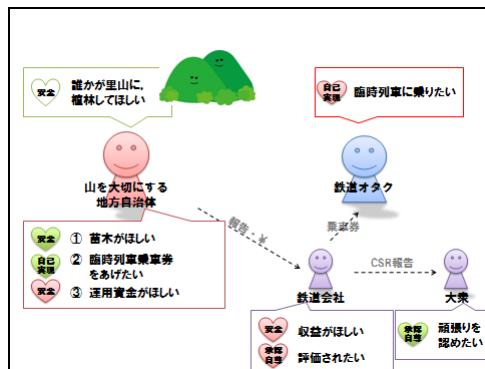


図 4.101⑧ 欲求の把握

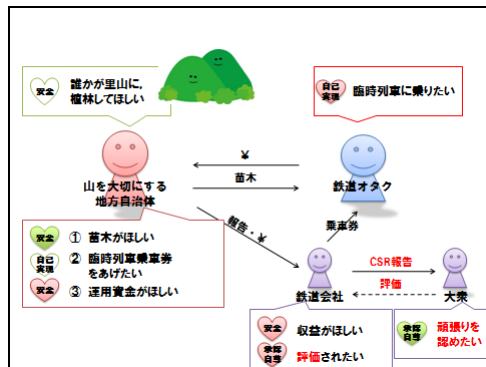


図 4.101⑨ 仕組みの構築 4

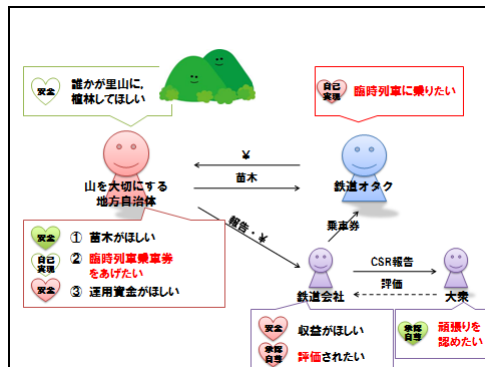


図 4.101⑩ 欲求の充足状況の判定

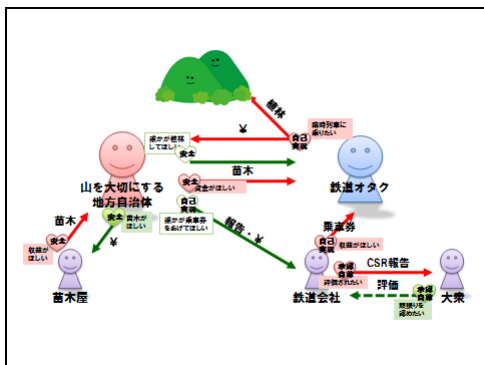


図 4.101⑪ finish

図 4.101 のように、鉄道オタクが植林をする社会システムを、欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて設計できた。以上のようなシステムの設計を行った結果、地方自治体・鉄道オタク・苗木屋・鉄道会社・大衆の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。特にこのシステムは、鉄道オタクの“臨時列車に乗車したい”という欲求を用いて、植林をさせていることが、従来の環境配慮行動の促進システムと異なる。このように、外発的動機づけを用いても環境配慮行動の促進システムが設計できることがわかった。

(5) ブランド好き(利己的欲求：揃えたい)(図 4.102①～⑥)

ここでは、ブランド好きを、あるショップのマニアと設定し、ブランドショップがシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.102①)：

ブランドショップが期間限定品を販売し、その収益の一部を環境教育を実施する NPO 団体に寄付する。

② 欲求の把握(図 4.102②)：

ブランドショップ・ショップマニア・NPO、それぞれの欲求を把握する。

ブランドショップ：

- ・収益をあげたい
- ・小学生に環境教育をしてほしい

ショップマニア：

- ・ショップのアイテムがほしい
- ・環境教育を広めてほしい

NPO：

- ・小学生に教えた
- ・資金がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.102③・④)：

・冬季限定商品をショップマニアに販売することで、ショップマニアの“ショップアイテムがほしい”という欲求と、ブランドショップの“収益をあげたい”という欲求を充足させる。(図 4.102③)

・ブランドショップが、収益の一部を NPO 団体に寄付し、NPO 団体がそのお金が環境教育を実施することで、ショップマニアの“環境教育を普及させてほしい”という欲求と、ブランドショップの“小学生に環境教育してほしい”という欲求と、NPO の“資金がほしい”・“小学生に教えた”という欲求を充足させる。(図 4.102④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.102⑤)：

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.102⑥)

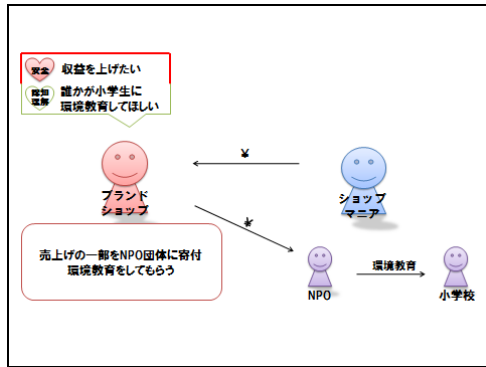


図 4.102① 課題設定

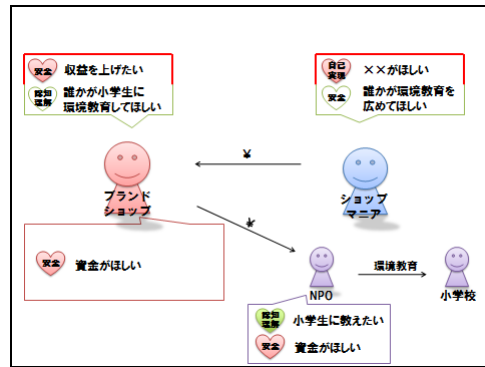


図 4.102② 欲求の把握

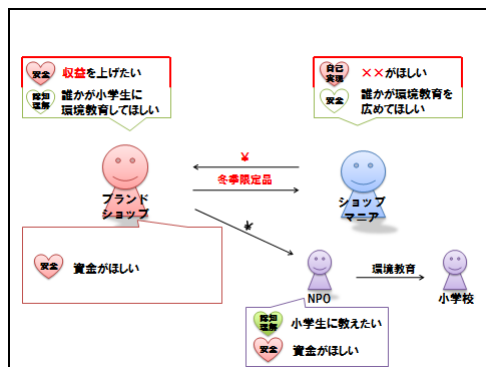


図 4.102③ 仕組みの構築 1

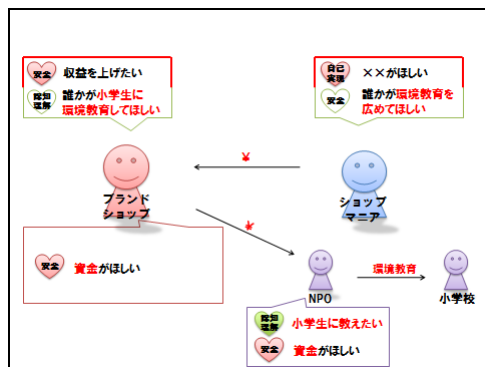


図 4.102④ 仕組みの構築 2

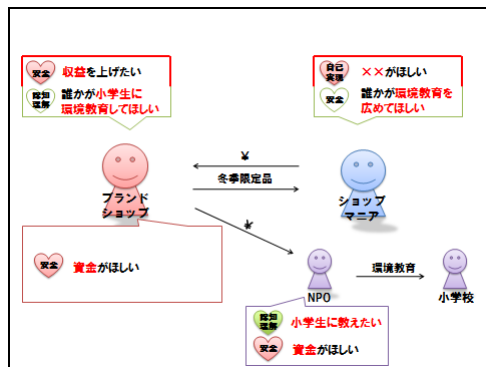


図 4.102⑤ 欲求の充足状況の判定

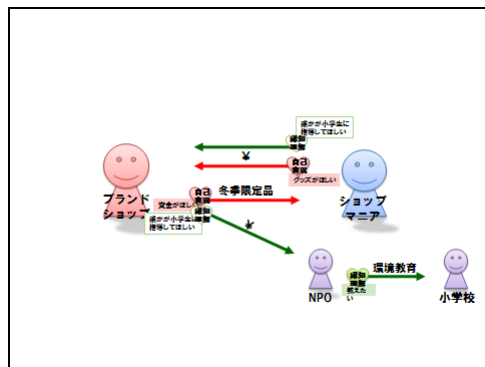


図 4.102⑥ finish

図 4.102 のように、ショップマニアが環境教育を実施する NPO 団体に寄付する社会システムが設計できた。以上のようなシステムの設計を行った結果、ショップマニア・ブランドショップ・NPO の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。この社会システムは、ショップマニアが日常的に行う行為に、寄付という付加価値を載せた仕組みとなっている。

(6) 子供の健康を願う母親(利他的欲求：生理，子どもに食事を与えたい)(図 4.103①～⑦)
ここでは，地産地消を推進する自治体がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.103①)：

地産地消を推進する地方自治体が，子供に食事を与える際に，地元の農家から野菜を購入させるため，地元農家に補助金を提供する。ここで，単に野菜の販売だけにとどまらず，母親の子供に農業の体験をさせるサービス付加する。

② 欲求の把握(図 4.103②)：

地方自治体・地元農家・母親，それぞれの欲求を把握する。

地方自治体：

- ・誰かが市民に地産品を売ってほしい
- ・直営店の情報がほしい

地元農家：

- ・資金・収益がほしい
- ・子供に野菜について教えたい

母親：

- ・小学生に教えたい
- ・資金がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.103③～⑤)：

・地元農家が，母親に野菜を販売することで，母親の“野菜がほしい”という欲求と，農家の“収益をあげたい”という欲求を充足させる。(図 4.103③)

・農家からの登録により，地方自治体が補助金を与えることで，地方自治体の“直営店の情報がほしい”という欲求と，農家の“資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.103④)

・農家が，野菜を買ってくれた家庭の子供に農業体験を行うことで，母親の“誰かが子供に野菜について教えてほしい”という欲求と，農家の“子供に野菜について教えたい”という欲求を充足させる。(図 4.103⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.103⑥)：

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.103⑦)

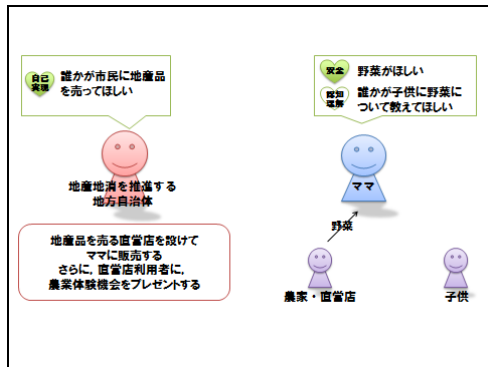


図 4.103① 課題設定

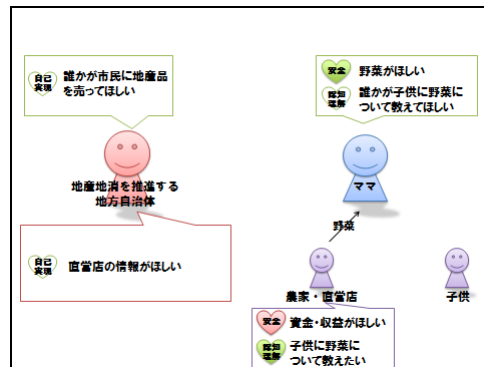


図 4.103② 欲求の把握

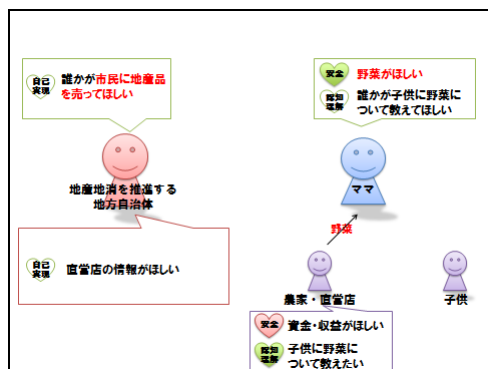


図 4.103③ 仕組みの構築 1

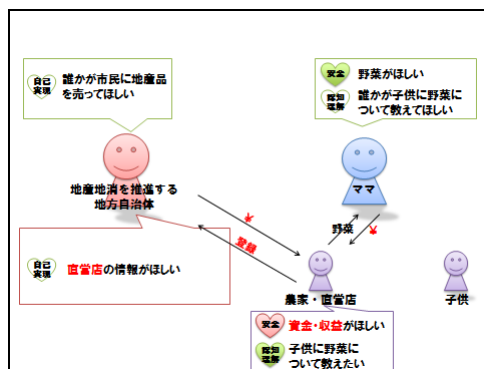


図 4.103④ 仕組みの構築 2

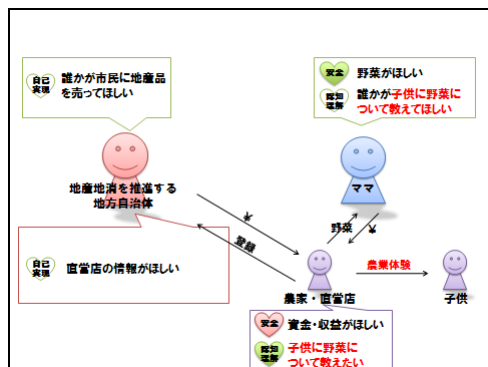


図 4.103⑤ 仕組みの構築⑤

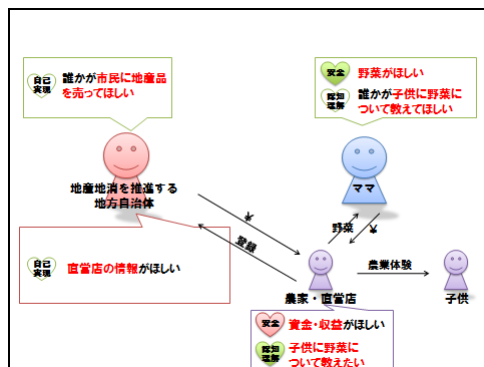


図 4.103⑥ 欲求の充足状況の判定

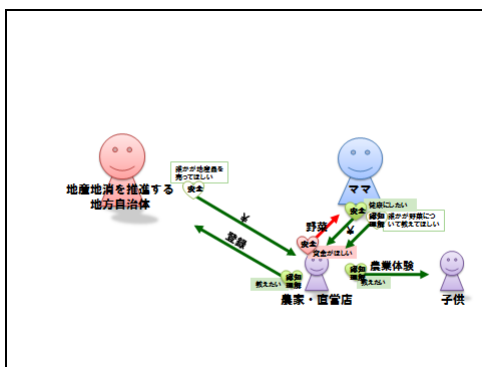


図 4.103⑦ finish

図 4.103 のように、子どもの健康を願う母親に、地元農家で野菜を購入すると子供が体験農業ができるという付加価値をつけ、地元の野菜を購入させることで、地産地消が推進できる社会システムが設計できた。以上のようなシステムの設計を行った結果、地方自治体・母親・地元農家の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。

(7) 植物愛好家(利他的欲求：安全、環境保全に貢献したい)(図 4.104①～⑥)

ここでは、植物愛好家が、自宅で植物を楽しむため、植木屋さんから植物を購入するシーンを考え、植木屋さんがシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.104①)：

植物愛好家が植木屋さんで植物を購入すると、売上げの一部が植林を行う NPO に寄付する。

② 欲求の把握(図 4.104②)：

植物愛好家・植木屋・NPO、それぞれの欲求を把握する。

植物愛好家：

- ・花を楽しみたい
- ・誰かが自然を守ってほしい

植木屋：

- ・収益を得たい
- ・誰かが山に植林してほしい

NPO：

- ・自然を守りたい
- ・資金がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.104③・④)：

・植物愛好家が植木屋から植木を購入することで、植木屋の“収益をあげたい”という欲求と、植物愛好家の“花を楽しみたい”という欲求を充足させる。(図 4.104③)

・植木屋の収益の一部を NPO に寄付し、NPO がそのお金で植林をすることで、植木屋の“誰かが植林してほしい”という欲求と、植物愛好家の“自然を守ってほしい”という欲求と、NPO の“資金がほしい”・“自然を守りたい”という欲求を充足させる。(図 4.104④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.104⑤)

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.104⑥)

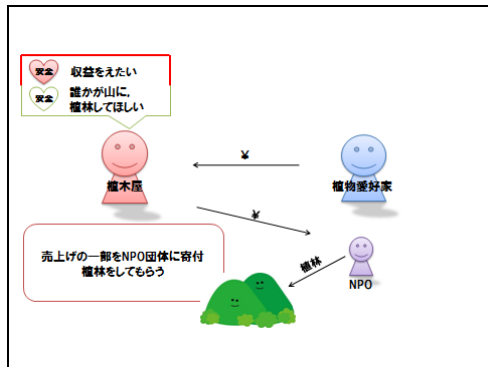


図 4.104① 課題設定

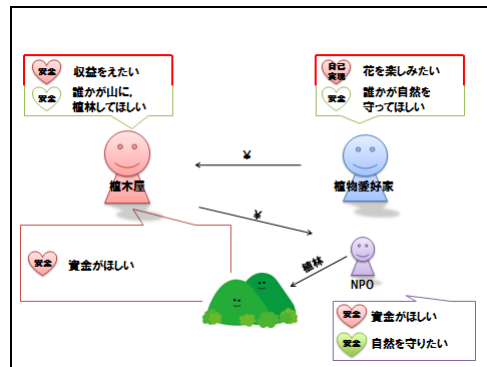


図 4.104② 欲求の把握

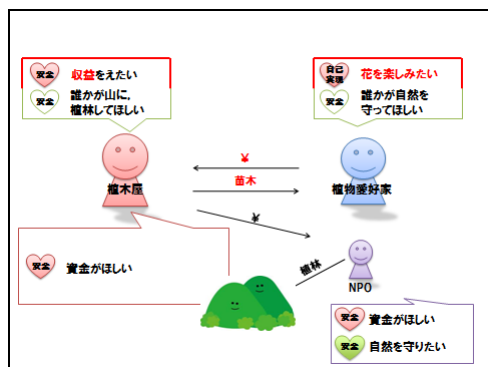


図 4.104③ 仕組みの構築 1

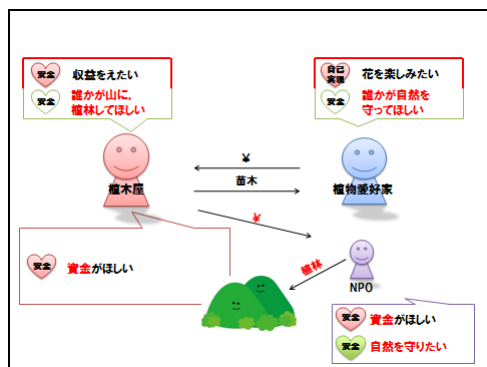


図 4.104④ 仕組みの構築 2

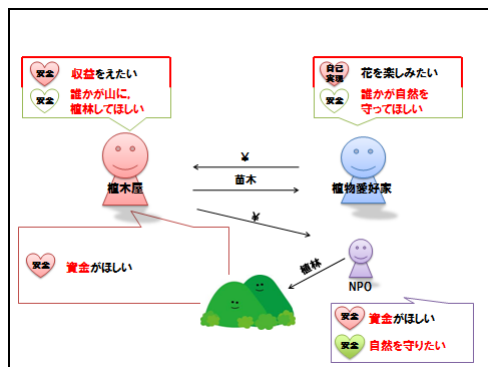


図 4.104⑤ 欲求の充足状況の判定

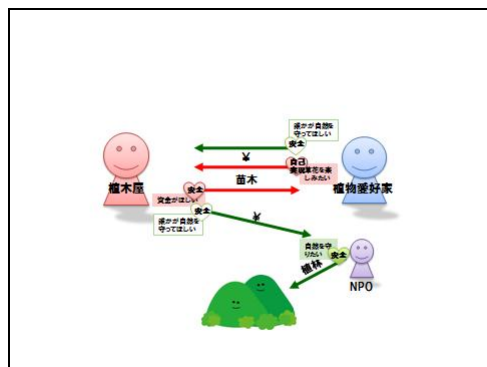


図 4.104⑥ finish

図 4.104 のように、植物愛好家が植物を購入すると、自動的に植林を行う NPO に寄付ができる社会システムが設計できた。以上のようなシステムの設計を行った結果、植木屋・植物愛好家・NPO の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。これは、先に示したブランドマニアの事例と仕組みが似ている。これは、欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法の再現性が高いことを意味すると考えられる。

(8) 受験を控える子供の母親(利他的欲求:所属と愛,子供を良い学校に入れたい)(図 4.105①~⑦)

ここでは,私立小学校がシステムを設計すると仮定した.

① 課題設定(図 4.105①):

私立小学校の受験の面接時に“エコ行動の実践度”を報告してもらうようにし,日常生活において,母親が子供にエコ行動の実践を促すようにする.

② 欲求の把握(図 4.105②):

私立小学校・母親,それぞれの欲求を把握する.

私立小学校:

- ・良い学生がほしい
- ・学生が地球に良い行動をしてほしい
- ・運用資金がほしい
- ・エコ行動の情報がほしい

母親:

- ・学校の情報がほしい
- ・子供を良い学校に入れたい
- ・エコ行動の情報がほしい

③ 仕組みの構築(図 4.105③~⑤):

・エコ行動の情報は,私立小学校・母親共に自分で賄うことで,私立小学校・母親の“エコ行動の情報がほしい”という欲求を充足させる.(図 4.105③)

・私立小学校への入学に向け,日常生活において,母親が子供にエコ行動の指導を行い,私立小学校入学試験の面接において,子供がエコ行動の報告を行う.これにより,私立小学校の“学生が地球に良い行動をしてほしい”という欲求と,母親の“子供を良い学校に入れたい”という欲求を充足させる.(図 4.105④)

・私立小学校から受験案内を母親が受け取り,私立小学校が母親から受験費を受け取ることで,私立小学校の“運用資金がほしい”という欲求と,母親の“学校の情報がほしい”という欲求を充足させる.(図 4.105⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.105⑥):

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認.

→finish(図 4.105⑦)

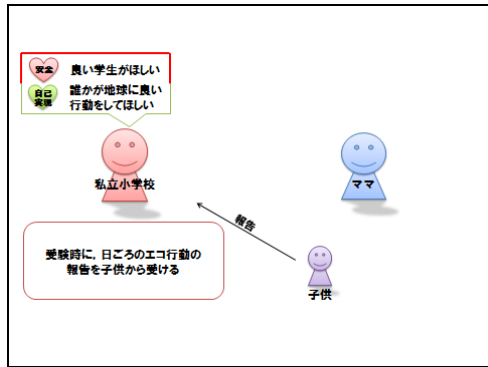


図 4.105① 課題設定

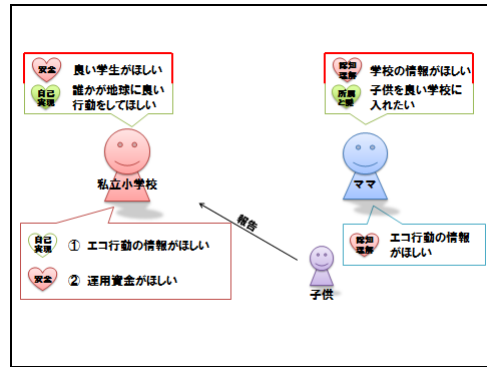


図 4.105② 欲求の把握

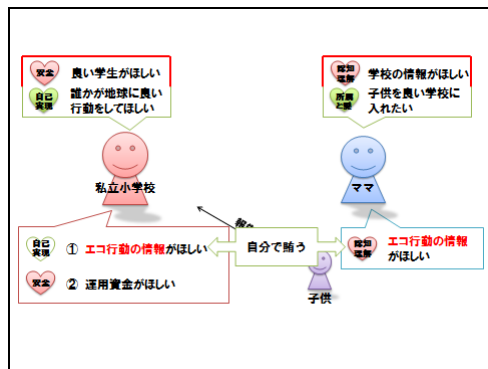


図 4.105③ 仕組みの構築 1

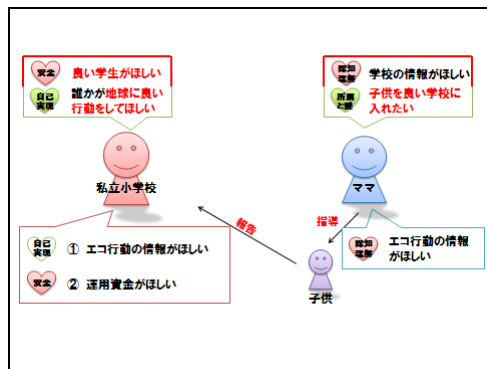


図 4.105④ 仕組みの構築 2

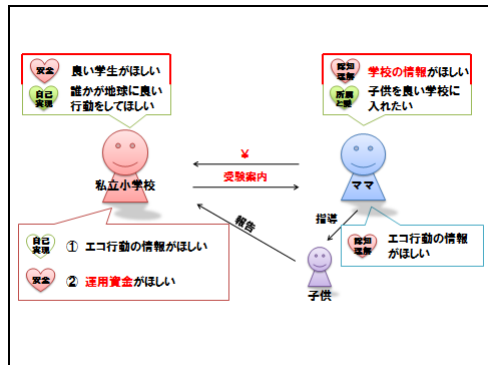


図 4.105⑤ 仕組みの構築 3

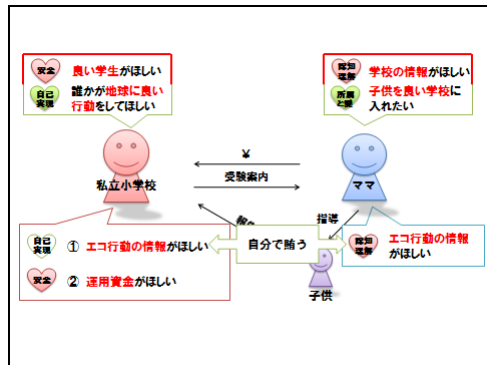


図 4.105⑥ 欲求の充足状況の判定

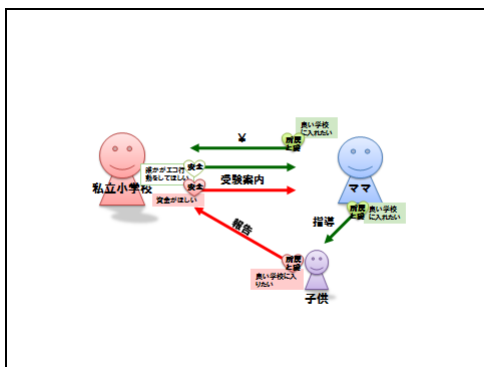


図 4.105⑦ finish

図 4.105 のように、受験科目に環境配慮行動の実践度の報告を入れることで、日常生活において母親が子供にエコ行動を指導し、子供が環境配慮行動を実践するようになる社会システムが設計できた。ここで、母親が子供に環境配慮行動の指導をすることは、教育心理学の調査から抽出できた動機づける方法である“指し手をさせる”ことになり、母親自身も日常生活において環境配慮行動を実践するようになる可能性がある。以上のようなシステムの設計を行った結果、私立小学校・母親の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。

(9) 町内会のおばちゃん(利他的欲求:承認自尊, 町内会の評判をあげたい)(図 4.106①~⑬)
ここでは、町内会のおばちゃんを、環境モデル都市横浜市の市民とし、エコ活動を推進する自治体(ex.横浜市)がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 4.106①) :

毎月の環境配慮行動(以下、エコ行動)の実践度を、ヨコハマ・エコ・スクール(以下、YES)が指導・調査し、町内会ごとに横浜市に実践度を提出する。実践度に応じて、各家庭にエコポイントヲ付与するが、町内会ごとにも競争をさせ、実践度が高い町内会に所属する家庭には、さらにボーナスポイントを付与する。

② 欲求の把握(図 4.106②) :

横浜市・YES・市民、それぞれの欲求を把握する。

横浜市 :

- ・市民の生活を充実させてほしい
- ・市民にエコ行動させてほしい
- ・住民のエコ活動情報がほしい
- ・運用資金がほしい

YES :

- ・運用資金がほしい
- ・(エコ行動の)診断士がほしい
- ・エコ行動させたい

市民 :

- ・暮らしを豊かにしたい
- ・町内会の評判をあげたい

③ 仕組みの構築(図 4.106③~⑤) :

・横浜市が、YES に、市民のライフスタイルの診断の依頼と資金を提供することで、横浜市の“市民にエコ行動させてほしい”という欲求と、YES の“運用資金がほしい”・“エコ行動させたい”という欲求を充足させる。(図 4.106③)

・市民が町内会ごとにエコ行動実践度を集計し、横浜市に報告し、町内会ごとに競争することで、横浜市の“住民のエコ活動情報がほしい”という欲求と、市民の“町内会の

評価をあげたい”という欲求を充足させる。(図 4.106④)

・一定のエコ行動が実践できている市民に対し、YES がライフスタイル診断士の資格を付与し、市民のライフスタイル診断に参加してもらうことで、YES の“診断士がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.106⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.106⑥) :

②であげた下記の欲求が充足できていない。

横浜市 :

- ・市民の生活を充実させてほしい
- ・運用資金がほしい

市民 :

- ・暮らしを豊かにしたい

⑤ ステークホルダーの追加(図 4.106⑦)

上記の欲求を充足できる地元企業と大衆を追加する。

⑥ 欲求の把握 2(図 4.106⑧)

新たに加わったステークホルダーである地元企業と大衆の欲求を把握する。

地元企業 :

- ・評価されたい

大衆 :

- ・頑張りを認めたい

⑦ 仕組みの構築 2(図 4.106⑨～⑪)

・地元企業が、横浜市に寄付をすることで、横浜市の“運用資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 4.106⑨)

・地元企業が、市民が集めたポイントで商品と交換できるようにし、市民の“暮らしを豊かにしたい”という欲求を充足させる。(図 4.106⑩)

・これらの活動を、地元企業が CSR 活動として大衆に報告し、大衆から評価をもらうことで、地元企業の“評価されたい”という欲求と、大衆の“頑張りを認めたい”という欲求を充足させる。(図 4.106⑪)

⑧ 欲求の充足状況の判定 2(図 4.106⑫)

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.106⑬)

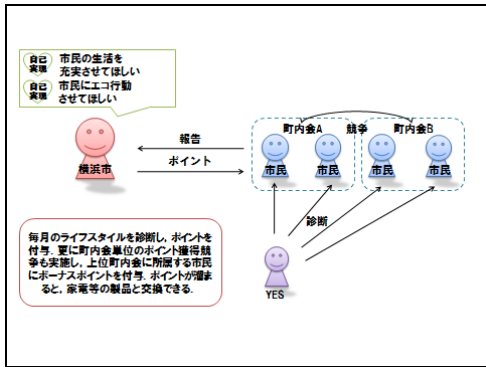


図 4.106① 課題設定

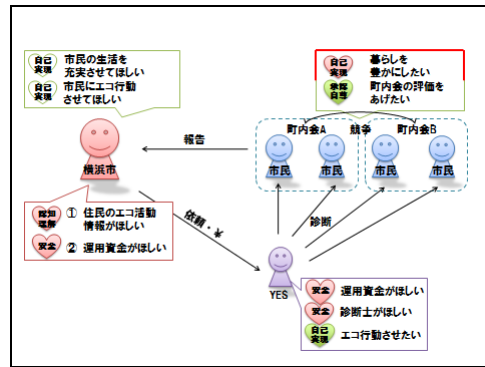


図 4.106② 欲求の把握

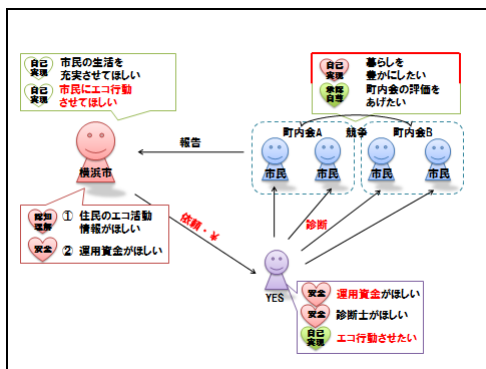


図 4.106③ 仕組みの構築 1

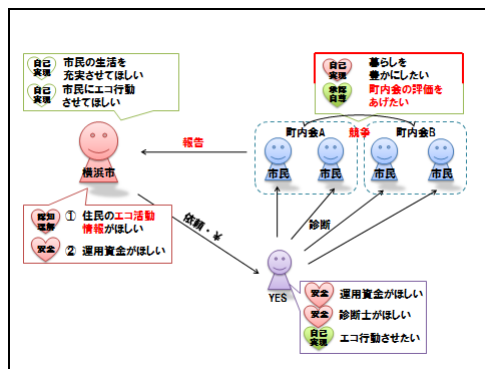


図 4.106④ 仕組みの構築 2

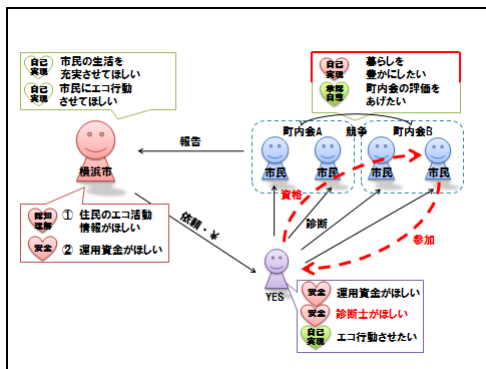


図 4.106⑤ 仕組みの構築 3

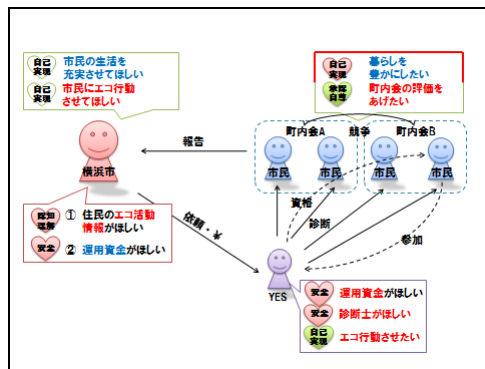


図 4.106⑥ 欲求の充足状況の判定

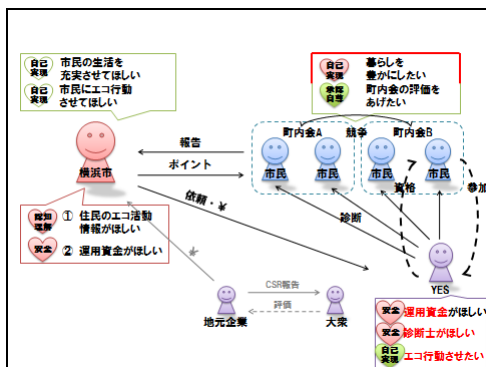


図 4.106⑦ ステークホルダーの追加

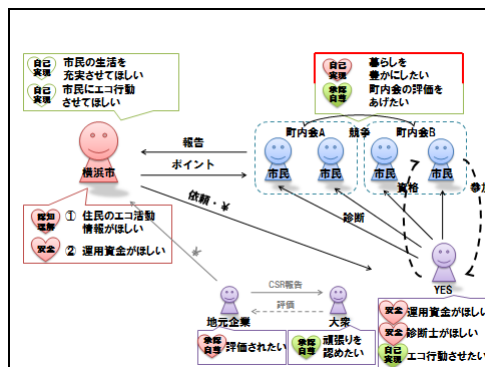


図 4.106⑧ 欲求の把握 2

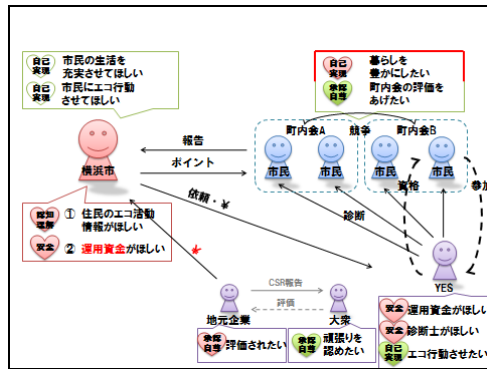


図 4.106⑨ 仕組みの構築 4

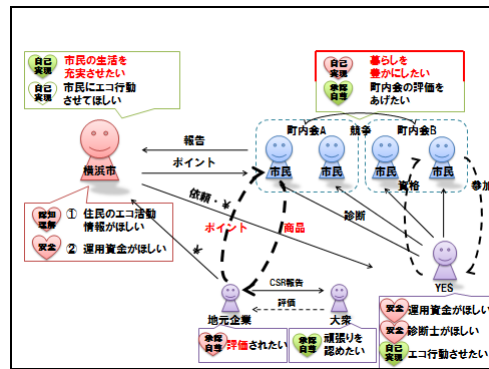


図 4.106⑩ 仕組みの構築 5

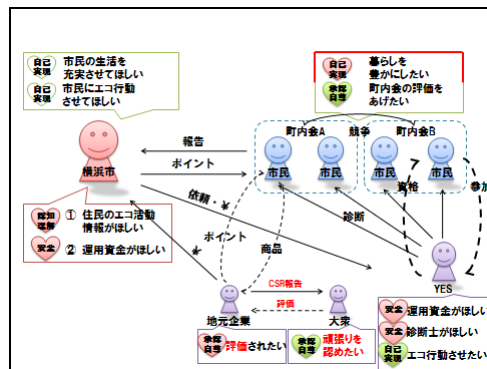


図 4.106⑪ 仕組みの構築 6

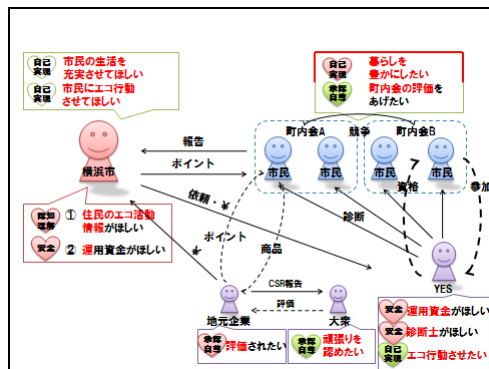


図 4.106⑫ 欲求の充足状況の判定

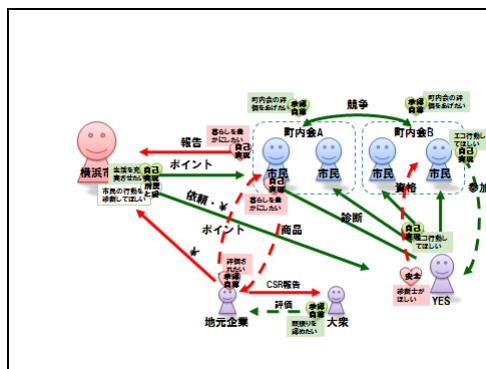


図 4.106⑬ finish

図 4.106 のように、町内会の評価をあげかつ自らの生活を充実させるため、エコポイントを得ようとし、市民にエコ活動を実践させる社会システムが設計できた。ここで、町内会ごとに競争を行うため、その町内会が 1 番になろうとするときに、ロコミ等で町内会内のエコ行動の実践度の向上を目指す動きが発生する可能性がある。以上のようなシステムの設計を行った結果、横浜市・市民・YES・地元企業・大衆の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。

(10) AKB48 ファン(利他的欲求：自己実現，メンバーを応援したい)(図 4.107①～⑩)

ここでは，AKB プロダクションがシステムを設計すると仮定した．

① 課題設定(図 4.107①)：

AKB48 のセンターポジション決めの選挙を，メンバーのそれぞれのファンの環境配慮行動(以下、エコ活動)の実践による電力消費量の削減分(前年比)の積算量の多さで決める．この時，AKB48 の楽曲に付属の ID を用いて，ファン登録する．

② 欲求の把握(図 4.107②)：

AKB プロダクション・AKB ファン，それぞれの欲求を把握する．

AKB プロダクション：

- ・収益をあげたい
- ・注目を集めたい
- ・ファンがエコ活動をしてほしい
- ・ファンの電力消費量の情報がほしい

AKB ファン：

- ・楽曲を楽しみたい
- ・応援する子がセンターになってほしい
- ・エコ行動の情報がほしい
- ・ID がほしい
- ・誰かがエコ活動を報告してほしい

③ 仕組みの構築(図 4.107③・④)：

・AKB ファンが自らエコ行動を調査することで，AKB ファンの“エコ行動の情報がほしい”という欲求を充足させる．(図 4.107③)

・AKB プロダクションがファン登録 ID 付属の CD を AKB ファンに販売することで，AKB プロダクションの“収益をあげたい”という欲求と，AKB ファンの“楽曲を楽しみたい”・“ID がほしい”という欲求を充足させる．(図 4.107④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 4.107⑤)：

②であげた下記の欲求が充足できていない．

AKB プロダクション：

- ・注目を集めたい
- ・ファンが環境保全のためのエコ活動をしてほしい
- ・ファンの電力消費量の情報がほしい

AKB ファン：

- ・応援する子がセンターになってほしい
- ・誰かがエコ活動を報告してほしい

⑤ ステークホルダーの追加(図 4.107⑥)：

上記の欲求を充足できる電力会社と大衆を追加する．

⑥ 欲求の把握 2(図 4.107⑦) :

新たに加わったステークホルダーである電力会社と大衆の欲求を把握する。

地元企業 :

- ・評価されたい

大衆 :

- ・頑張りを認めたい

⑦ 仕組みの構築 2(図 4.107⑧・⑨) :

・AKB ファンが電力会社に ID を登録することで、電力会社はそのファンの前年と今年の電力消費量の差分を AKB プロダクションに報告する。これによって、AKB プロダクションの“ファンが環境保全ためエコ活動してほしい”・“ファンの電力消費量の情報がほしい”という欲求と、AKB ファンの“誰かがエコ活動を報告してほしい”という欲求を充足させる。(図 4.107⑧)

・電力会社がこの取り組みを大衆に CSR 活動として報告し、大衆が評価することで、電力会社の“評価されたい”という欲求と、大衆の“頑張りを認めたい”という欲求を充足させる。(図 4.107⑨) :

⑧ 欲求の充足状況の判定 2(図 4.107⑩) :

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 4.107⑪)

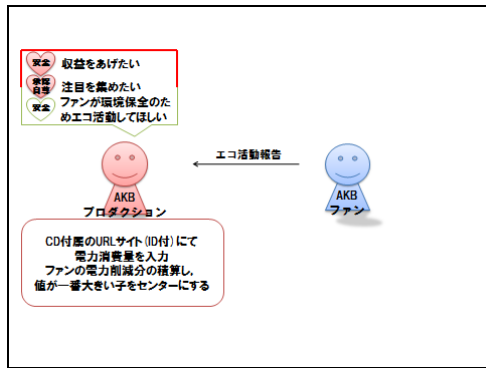


図 4.107① 課題設定

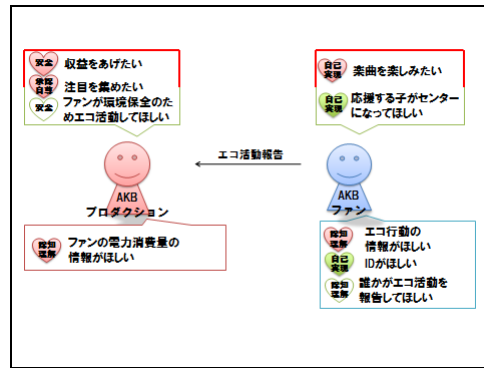


図 4.107② 欲求の把握

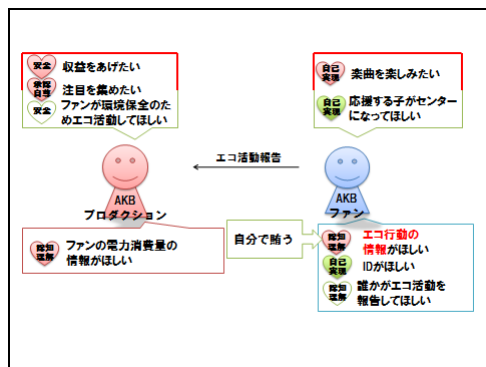


図 4.107③ 仕組みの構築 1

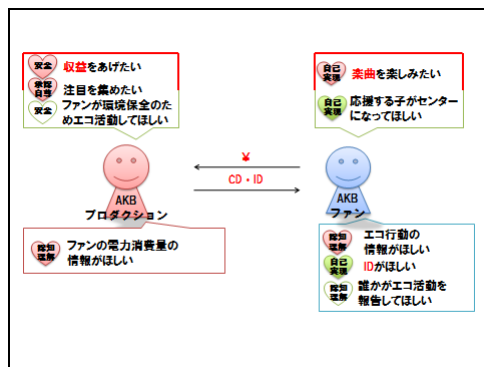


図 4.107④ 仕組みの構築 2

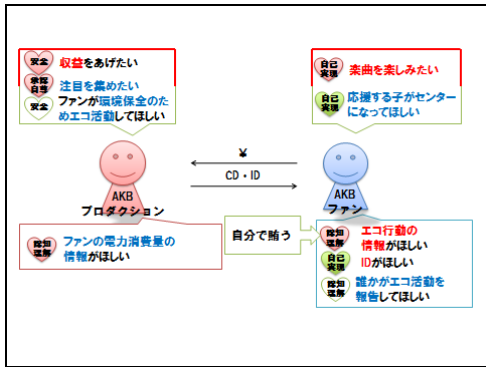


図 4.107⑤ 欲求の充足状況の判定

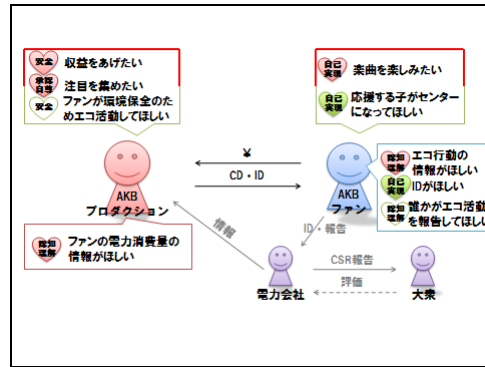


図 4.107⑥ ステークホルダーの追加

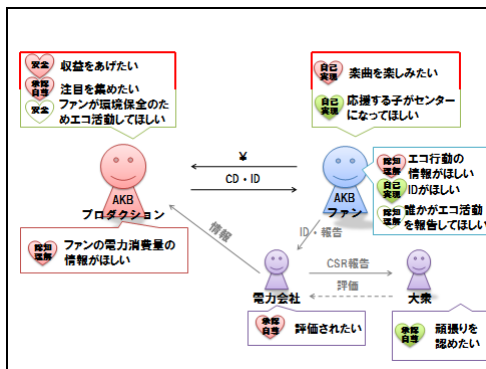


図 4.107⑦ 欲求の把握

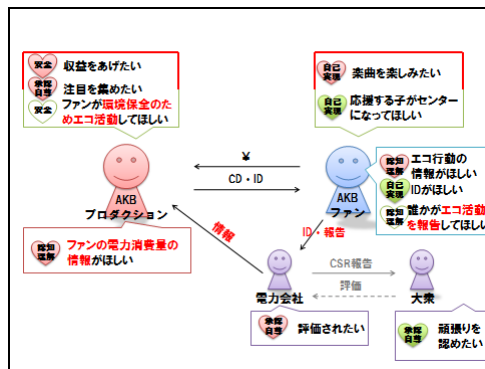


図 4.107⑧ 仕組みの構築 3

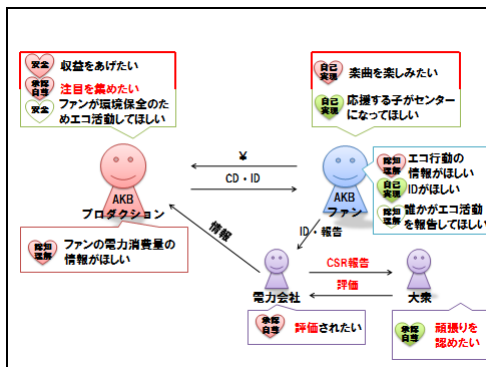


図 4.107⑨ 仕組みの構築 4

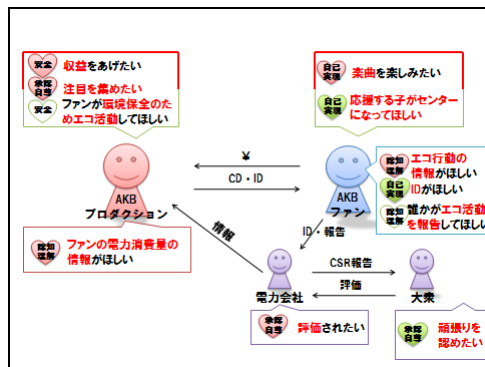


図 4.107⑩ 欲求の充足状況の判定

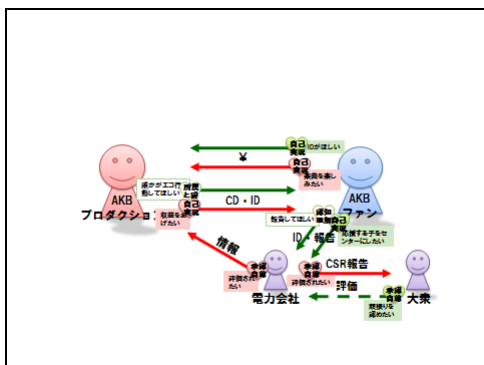


図 4.107⑪ finish

図 4.107 のように、AKB48 が応援するメンバーをセンターにさせるために、エコ活動を実践する社会システムが設計できた。ここで、過激なファンが、夏場に全く電気を使用せず、屋内熱中症にならないようにするといった注意が必要である。以上のようなシステムの設計を行った結果、AKB プロダクション・AKB ファン・電力会社・大衆の欲求が全て充足できるシステムを設計することができた。

以上のように、あらかじめターゲットを決め、欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて社会システムを設計することで、3~4 時間程度で 10 種類の社会システムを提案することができた。

4.4 4 章のまとめと考察

本章では、3 章で構築した、欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法を用いて、環境配慮行動の促進システムを発想・提案した。この結果得られた知見を、以下にまとめる。

- ・ 4.3 節において、4.1 節で洗い出した環境配慮行動を用いて社会システムを発想した。この時、環境配慮行動の中に、社会システムの設計に利用しやすい行動とそうでない行動があった。特に利用しやすかった行動を以下にあげる。

- ・ 地産地消
- ・ 環境保全活動を実施する NPO への寄付

特に、NPO への寄付は、企業が自らの営利活動に加えて、容易に実行できる方法であることがわかった。

今後は、その他の行動に関しても、促進方法を社会システムの観点から検討する必要がある。

- ・ 4.2 節において、環境ビジネス・政策を、自治体・企業・NPO の視点から調査し、欲求連鎖分析を用いてその活動を分析した。この結果、企業の活動は主として利己的欲求に、自治体の活動は主として利他的欲求に、NPO の活動は利己的欲求と利他的欲求の双方に基づいて実施されていることがわかった。

- ・ 欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法を用いることは、人が持つ潜在的な“欲求”が把握できれば、その欲求を充足できる社会システムが構築できることを意味する。このとき、社会システムが環境問題等の社会問題の解決を目指したシステムであってもよい。以上より、欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法を用いれば、潜在的な欲求を把握することで、社会問題の解決に向けた新たなシステムを発想することができ

ると考えられる。

- 欲求連鎖分析を用いた設計手法を用いて社会システムを設計する際に、ターゲットが予め設定できていれば、3~4時間程度で10種類の社会システムを提案することができる事が確認できた。
- 4.3節において提案した、10種類の環境配慮行動の促進システムは、“動機づけ”の中でも“外発的動機づけ”に該当する。ここで、特に“外発的動機づけ”は、デシの研究によると、といわれている。これは、本研究で提案する社会システムが破たんすると、対象としたステークホルダーが環境配慮行動を実践しなくなる可能性が高いことを意味する。以上を鑑みると、環境配慮行動を日常的に実践させるためには、提案した社会システムを永続的に運営する、もしくは、対象としたステークホルダーが自主的に環境配慮行動を実践したくなるよう変化させる必要があると考えられる。
- 4.3節における、10種類の環境配慮行動の促進システムの提案では、社会システムを作ろうと思う設計主体をあらかじめ設定した。このように、システムを設計したいと思う“設計主体”がおり、設計手法を用いるのが本来の流れと考えられる。欲求連鎖分析では、社会システムを設計することはできるが、この設計主体を育成することはできない。実社会において、特にソーシャルビジネス等の社会問題の解決を目指す社会システムを増やすためには、社会システムの設計手法の確立の他に、人材育成も重要となると考えられる。

5 章

結論および展望

本章では，本研究の結論と展望を述べる．まず，5.1 節において，研究の総括を行う．次に，5.2 節において，課題と今後の展開を述べる．

5.1 結論

本研究では、欲求を考慮した社会システムを分析・設計手法である欲求連鎖分析（WCA：Wants Chain Analysis）を開発し、WCAを用いて環境配慮行動を促進させる社会システムを発想・提案した。

WCAの開発にあたり、まず人の欲求を、先行研究調査およびブレインストーミングから139項目洗い出した。この結果、欲求は3要素(理想状態・動作主・対象)により構成され、3要素のうち理想状態はマズローが提唱した7つの基本的欲求によって網羅できることを確認し、さらに“動作主”・“対象”を用いた欲求の新たな分類方法を提案した。この分類方法を用いることで、利己的・利他的欲求の分類が可能である。そして、既存の欲求リストをこの欲求の分類に適用した結果、利己的欲求に集中することがわかった。次に、人がもつ欲求を行動に結びつける手法である“動機づける方法”を、先行研究調査およびブレインストーミングから239項目洗い出した。抽出結果は、KJ法を用いて12項目に分類し、欲求の新たな分類方法に対応付けした。この結果、既存の動機づけ研究では、利己的欲求を行動に結びつける方法のみ議論されている事が確認できた。以上の知見を活かし、WCAを提案した。WCAは、CVCAを発展させた、社会システムにおけるステークホルダーが“なぜシステムに参加するのか(なぜ行動するのか)”を分析・明確化するツールである。WCAを用いると、システムが利己的か利他的かの判断が可能である。次に、環境問題同様に解決が望まれている高齢化問題等の社会問題を扱うソーシャルビジネスの中から成功事例を、WCAを用いて分析した。この結果、成功する社会システムは以下の2つの条件を満たすことがわかった。その条件とは、欲求の連鎖によって、①主体が利己的欲求を持つ場合は、必ず自らが財やサービスを受け取ること、および“②主体が利他的欲求を持つ場合は、その欲求の対象が財やサービスを受け取ることが、それぞれの欲求充足につながるという点である。これは、社会システムにおける全てのステークホルダーの欲求の充足を視覚的に確認できたことを意味する。最終的に、この条件を用いて、WCAを用いた社会システムの設計手法を構築した。最後に、WCAを用いて、現状の環境問題解決に向けた取り組みが、どのような欲求に基づき構築されたかを分析した。この結果、環境ビジネスの実施主体は自身の利己的欲求に、行政の取組みは自身の利他的欲求に、特定非営利活動法人は自身の利己的欲求と利他的欲求両方に基づいて構築される傾向がある事がわかった。そして、既存の社会システムでは、環境配慮製品の提供・環境保全に関する知識の提供・売り上げの一部を環境保全活動に寄付という形が多くとられており、消費者を環境配慮行動の実践に巻き込もうとした事例が少ない事もわかった。以上の結果をふまえ、WCAを用いた設計手法を適用し、消費者が自ら環境配慮行動を実践する、新たな社会システムを10種類、発想・提案した。

以下に、本研究により得られた知見を章ごとにまとめる。

2章：欲求連鎖分析の開発

- ・ 欲求は3要素(理想状態, 動作主, 対象)から構成される
- ・ 欲求の3要素の1つである理想状態は、マズローが提唱した7つの基本的欲求で網羅できる
- ・ 先行研究やブレインストーミングから得られた欲求を行動に結びつける方法である“動機づける方法”は、欲求の動作主・対象が共に“自分”となる欲求を刺激できる
- ・ 欲求連鎖分析を用いて、社会システムを分析することで、そのシステムが利己的か利他的かを判断することができる

3章：欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計手法の確立

- ・ ソーシャルビジネス55選で扱われるビジネスは、欲求の対象が“他者”となる欲求をもつ団体がビジネスを始めていること
- ・ 成功する社会システムでは、以下の2つの条件を満たすことがわかった。
欲求の連鎖によって、
 - ①主体が利己的欲求を持つ場合は、必ず自らが財やサービスを受け取ること
 - ②主体が利他的欲求を持つ場合は、その欲求の対象が財やサービスを受け取ることこれにより、各主体は、それぞれの欲求が充足できていること。
- ・ 以上の条件を踏まえ、下記のステップにより、社会システムを構築できること。
 - ① 課題設定
 - ② 欲求の把握
 - ③ 仕組みの構築
 - ④ 欲求の充足状況の判定

If 全て欲求が充足している → finish
Else 一つでも欲求が充足していない →設計手順⑤へ

 - ⑤ ステークホルダーの追加を追加し、②へ戻る

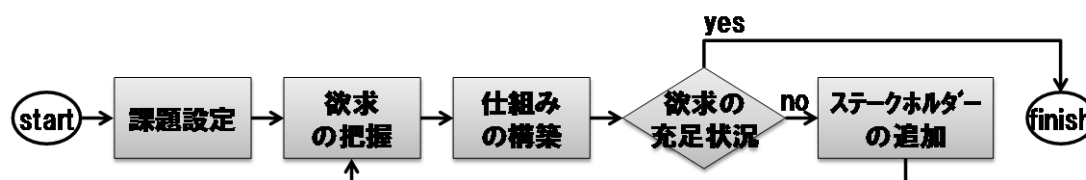


図 3.89 社会システムの設計手法

4章：欲求連鎖分析を用いた環境配慮行動を促進する社会システムの提案

- ・従来の環境配慮行動を促進する環境ビジネスや政策は、企業の取組みは自身の利己的欲求に、行政の取組みは利他的欲求に基づき、特定非営利活動法人の取組みは利己的欲求と利他的欲求の両方に基づき実施されていること。
- ・欲求連鎖分析を用いた設計手法によりシステムを設計したため、全てのステークホルダーの欲求が充足する社会システムを設計できこと。
- ・欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計によれば、環境問題だけでなく多様な社会問題の解決も含めたシステムを発想できること。

最後に、欲求連鎖分析の“分析手法”・“設計手法”それぞれに関するメリット・デメリットをまとめ、表 5.1・5.2 に載せる。

表 5.1 欲求連鎖分析の分析手法としてのメリット・デメリット

<分析手法>	
メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> ・効用が可視化できる≒Win-Winなシステムである判断 	<ul style="list-style-type: none"> ・手法が複雑なので、扱うのが困難。 ・欲求の充足状況が、現状の表記では見えにくい
<ul style="list-style-type: none"> ・情報共有に有効 	
<ul style="list-style-type: none"> ・失敗の要因の把握が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間の変化が表わしていない ・欲求のマークをハートマークでのみ記載しているため、白黒印刷に不向き
<ul style="list-style-type: none"> ・失敗ビジネスの改善点の模索が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・行為の目的の把握が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・市場の大きさの検討が容易になる 	
<ul style="list-style-type: none"> ・システムの社会性の把握が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・やりとりが“絵”に落とせているため、複数の人とのディスカッション時に有効 	
<ul style="list-style-type: none"> ・従来のCVCAは、成功・失敗を比較することでのみ失敗要因を把握することができた。しかしWCAでは、欲求が充足していない部分が失敗要因となるので、失敗事例だけでも失敗要因が把握できる。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・「失敗要因＝欲求が充足できない点」なので、全ての欲求が充足できるような仕組みを追加すればよい 	
<ul style="list-style-type: none"> ・欲求を記入する際に、その行為に至る理由をなぜなぜ分析することになる。このなぜなぜ分析を行うことで、行為の目的と手段を明確に把握することができるようになる。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスを分析した場合、消費者欲求の欲求も記述する。マズローの高次の欲求であるほど、ニッチな市場となる。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・利己的欲求を赤色、利他的欲求を緑色で記入することとした。そのため、分析した結果の緑色が多いシステムであるほど、社会性が強い事が把握できる。 	

表 5.1 欲求連鎖分析の設計手法としてのメリット・デメリット

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> ・ Win-Winなシステム（ビジネス・ソーシャルビジネス共に、）の設計が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ PPTで作業をすることに時間を要する（→ツールがあると便利）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 設計段階において、それぞれのステークホルダーの立場になり、欲求を把握し、全ての欲求の充足状況を判定する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実社会での有効性が検証できていない
<ul style="list-style-type: none"> ・ 潜在的な欲求を用いて社会問題を解決できるシステムの発想が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ システムの発想はできるが、設計手法を使う人の育成ができない
<ul style="list-style-type: none"> ・ 設計段階において、人がもつ潜在的な欲求の充足を考え、社会システムを設計する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外発的動機づけを扱うケースが多くなるため、内発的動機に変化させる方法も一緒に考える必要がある
<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数の社会問題を解決できるシステムの発想が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 設計手法の第1段階で描くCVCAに、複数の社会問題を解決できるやりとりを含めることで、それらの解決となるシステムを設計できる 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ いきあたりばったりなアイデアが減る 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 設計手順が明確であり、かつ欲求の充足状況を確認するため、思いつきでシステムを提案することが減る 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たなシステムの発想が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存のシステムを欲求連鎖分析を用いて分析する際に各ステークホルダーのもつ欲求を記入するが、このステークホルダーがもつ欲求を別な欲求に置き換えることで、新たなビジネスの発想に役立たせることができると考えられる。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ ステークホルダーの案の発想が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 欲求連鎖分析を用いてシステムを設計する場合、不足するリソースをどのように賄うかを、欲求の観点で考える必要がある。従って、どのような欲求をもつ人をシステムに加えるかを検討できる。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 短時間でシステムの発想が可能 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ CVCAと異なり、設計手順がプロセス化されている 	

5.2 課題と今後の展開

本節では、本研究の課題と今後の展開を述べる。まず 5.2.1 節において、研究として不十分であった点を課題としてまとめて示す。次に、5.2.2 節において、今後の研究の方向性や発展事例について述べる。

5.2.1 課題

本研究の課題として、下記の3点が挙げられる。

- (1) 動機づける方法と欲求の関係の統計的な分析
- (2) 欲求連鎖分析の表記方法の改善
- (3) 4章において提案した社会システムの数値的検証

本項では、上記3点について詳細に述べる。

- (1) 動機づける方法と欲求の関係の統計的な分析

2章において、動機づける方法を調査し、KJ法を用いて分類し、その結果を新たな欲求の分類方法にマッピングさせた。この結果は、筆者が、“得られた動機付けの12項目が、それぞれこの欲求を刺激するだろう”と考えマッピングさせたものである。そのた

め、“各動機付け方法が、対応させた欲求を刺激する”ことは検証していない。本研究により得られた各動機付ける手法を、どの場面で用いることが効果的であるかをより明確にするためには、動機づけの手法と欲求との関係をより明確に把握できる被験者実験を実施し、統計的に分析する必要があると考える。

(2) 欲求連鎖分析の表記方法の改善

2章において提案した欲求連鎖分析は、CVCAを補強したツールである。CVCAは、ある任意の時間において、社会システムにおけるステークホルダーと、ステークホルダー間の金・物・サービス・情報の流れを可視化する、いわば“ある瞬間”のスナップショットといえる。そのため、CVCAを補強したツールである欲求連鎖分析も、ある任意の時間におけるステークホルダーの欲求等を可視化したにすぎず、時間の流れを表せていない。さらに、欲求の連鎖による欲求が充足する状態が、一度で理解できるような記述方法になっていない。また、現状の分析では、1人の人間がもつ複数の欲求における、欲求の優先度が考慮できていない。これは、欲求の優先度を測定する方法が確立していないことが要因である。しかし、ある社会システムをデザインする際に、より効果的に多様なステークホルダーを巻き込むためには、ステークホルダーの欲求の優先度を把握することが重要となる。また、現状の表記方法では、白黒印刷時に、利己的欲求と利他的欲求の区別がつかない。さらに、CVCAと異なり、各ステークホルダーの行為がどの欲求に基づくかを判断する必要があるため、習得に時間を要する。

以上のように、欲求連鎖分析は、特に以下の5点の弱点をもつ。

- ① 時間の概念を考慮できていない
- ② 欲求の連鎖が、わかりやすく表現できていない
- ③ 欲求の優先度が測定できず、図においても優先度が表現できていない
- ④ 白黒印刷時に、欲求の識別ができない
- ⑤ 手法の習得に時間を要する

以下に、それぞれの改善方法を示す。

①については、システム思考における図示の方法が役立つ可能性がある。図5.1に、システム思考の方法^{文137)}を用いて、【“合宿”に行くと、“やる気”が芽生える。“やる気”が出ると、“勉強時間”が増える。“勉強”すると、しばらくすると“手応え”を感じ、だから“やる気”が出て、ますます“勉強”するようになる】という状況を図示した結果を示す。

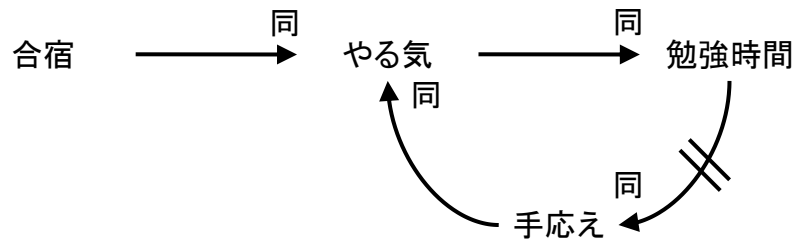


図 5.1 システム思考で用いる図^{文131)}

図 5.1 を見てわかるように、【“勉強”をしてしばらくすると、“手応え”をかんじるようになる】という時間遅れを、システム思考では、矢印に 2 重線を用いることで表現している。欲求連鎖分析においても、システム思考同様に時間の変化を図示する方法を検討する必要がある。

②については、ソフトウェア開発における UML(Unified Modeling Language)といった、Modeling Language というツールが役立つ可能性がある。例えば、ソフトウェアの開発は、開発対象のソフトウェアが“目に見えない”ため、その可視化が難しい。しかし、UML として、四角・矢印・丸等の記号に意味を持たせ、その弱点を克服し、紙面上への記述を可能にした。このように、記号に意味を持たせたツールを参考にし、“欲求の連鎖”を表現できるように変更させる必要がある。

③については、既存の欲求の測定方法(TAT や質問紙調査票(詳細は、付録 A 参照))と、AHP(階層分析法)を用いて、欲求の重みづけを実施すると優先度を求めることができる可能性がある。ただし、特に欲求の対象が“他者”となる欲求については、“他者”と欲求をもつ人物の親密度がその欲求の優先度に寄与する影響がある。従って、欲求の優先度を測定する際は、他者との新密度も合わせて測定する方法を検討する必要があると考えられる。

④については、2 章においても述べたが、白黒印刷時は、利他的欲求をハートの形から、葉の形に変更することで対応できると考えられる。特に、Volvic の 1L for 10L の事例で、白黒印刷用に書き換えた結果の図 2.13 と 2.14 を再載する。

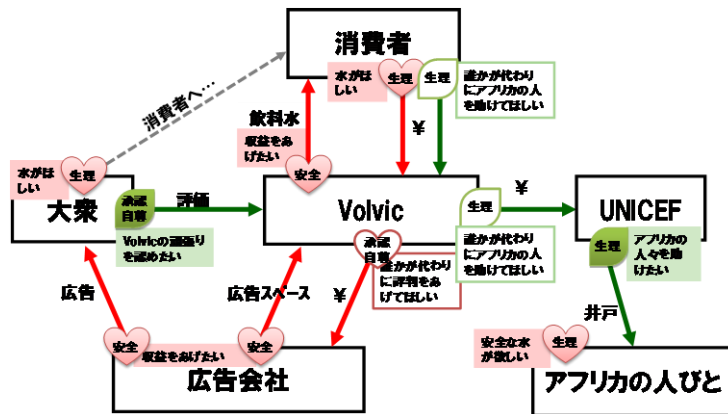


図 2.13 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(カラー)

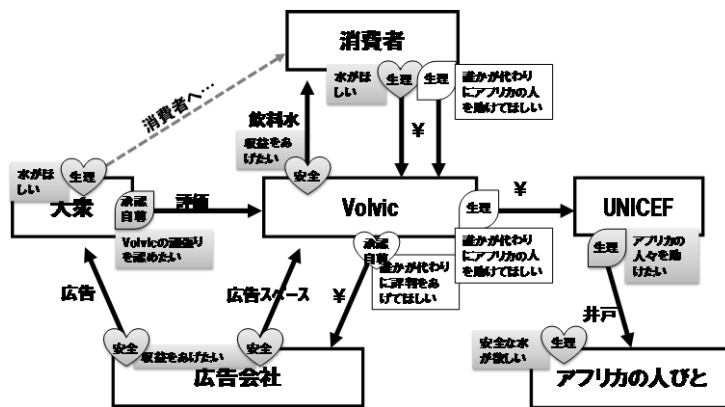


図 2.14 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(白黒)

⑤に関しても、2章で述べたように、欲求の決定が難しい場合は、マズローの7つの基本的欲求の分類を決定せず、図 2.15 に示すように、ハートの内側に欲求の詳細情報を記載することを推奨する。

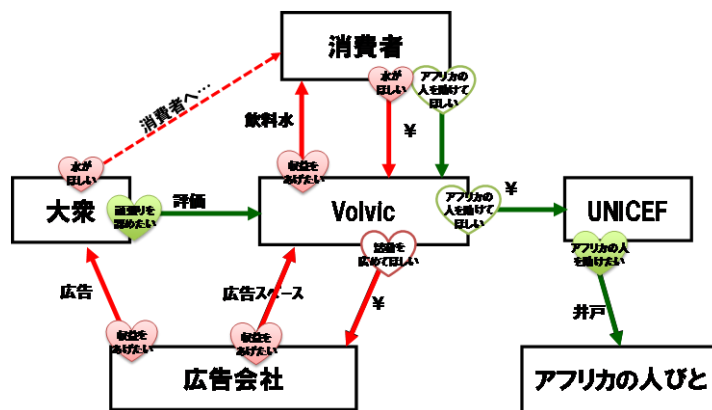


図 2.15 Volvic 1L for 10L 白黒印刷用の表記方法(白黒)

しかし、図 2.15 のように記載する場合は、ハートの大きさがそれぞれの欲求で変化する。このようにハートマークの大きさ異なると、欲求の大きさが異なるとご認識する可能性があるため、図 2.15 のような表記方法を用いる場合は、注意が必要となる。

以上の①～⑤に示した未発展事項を踏まえると、欲求連鎖分析手法を CVCA 同様に社会に普及させるためには、より欲求連鎖分析を用いた分析や設計を短時間で効率的に行えるようなアプリケーションの開発も今後の課題と考えられる。

(3) 4章において発想・提案した社会システムの数値的検証

4章において、新たな環境配慮行動を促進する社会システムを 10 種類発想・提案した。この結果は、2・3章より得られた知見を活かし、構築したものである。従って、“理論的”に、社会システムがうまく動くであろうという予測ができる。しかし、提案した仕組みがサステイナブルに持続できるかという、数値的な根拠が得られていない。数値的な根拠を得るためには、以下 2 種類の方法で解決できると考えられる。

- ① システムダイナミクスを用いた検証
- ② NPV を用いた検証

①のシステムダイナミクスとは、ステークホルダー間のお金等のやりとりを図に記し、数値シミュレーションを行うことで、要素間の物やお金のフローを把握するツールである。特に、無料で Vensim PLE^{文138)}というツールを用いることができる。システムダイナミクスを利用すると、提案する仕組みにおけるお金や物資がサステイナブルであるのかを定量評価できる。つまり、これから巻き込もうとするステークホルダーの数値的なメリットがどれだけあるかを明確にすることができる。ただし、数値シミュレーションは仮説を積み重ねて実施するものである。従ってシステムダイナミクスを実施する場合は、①もともと自分が提案するモデルと、システムダイナミクスで利用するモデルが同じふるまいをすることの検証、②シミュレーションに用いる数値の確からしさが備わっていることを確認する必要がある。

特に、4章で提案した“子供の健康を願う母親の、地産地消”に関して、システムダイナミクスを用いてそのシステムの有効性を検証した結果を載せる。モデルの作成・及びシステムの検証は、湊宣明助教が実施して下さった。特に、システムのモデル化は、消費者が野菜の購入時に“スーパー”と“直売所”のどちらを選択するかを、Bass Diffusion Model を参考に、行っている。

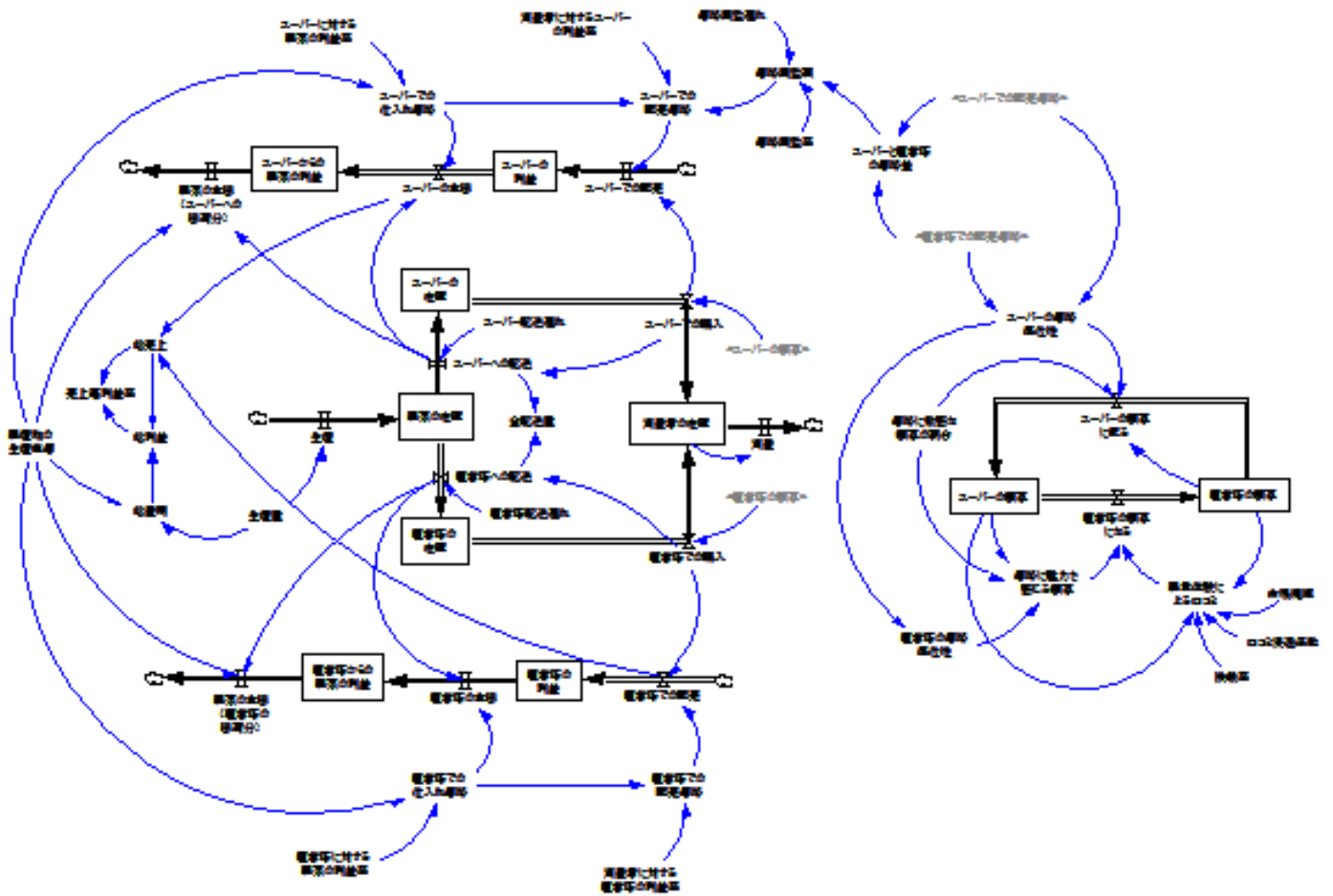


図 5.2 システムダイナミクスを用いたシステムのモデル化

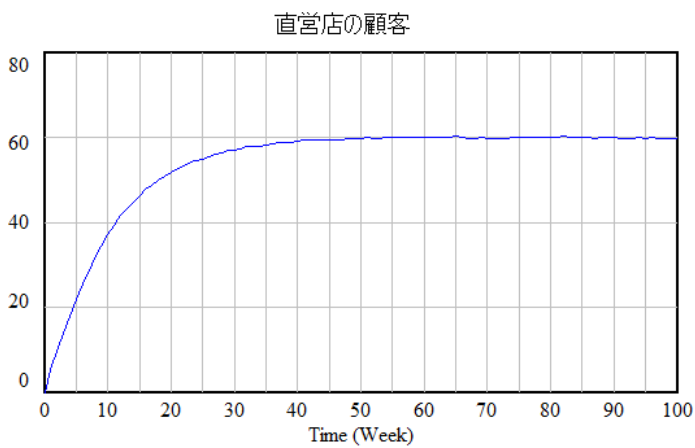


図 5.3 直営店を選択する顧客の数の推移

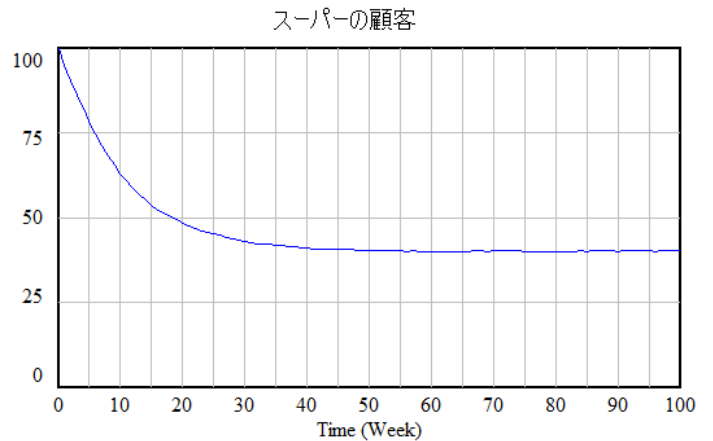


図 5.4 スーパーを選択する顧客の数の推移

このように、子どもの健康を願う母親が、スーパーではなく直営店を選択し、野菜を購入するようになる結果が得られた。以上のように、システムダイナミクスを用いることで、数値的にそのシステムがサステイナブルかを判断することができると考えられる。

②の NPV^{文139)}については、提案するシステムにおいて特にお金の収支バランスを把握することができる。しかし、割引率や初期値の設定により、得られるお金のバランスは変化する。そのため NPV は、正確なお金の変動を把握することを目的とするのではなく、いくつかの数値を固定し、いくつかの数値を変動させることによるお金の変動の在り方を考察するというように用いる必要がある。

5.2.2 今後の展開

本項では、特に欲求連鎖分析の今後の展開として、(1)において分析手法としての展開を、(2)において設計手法としての展開を示す。

(1) 分析手法としての展開

分析手法としての展開として、以下の4点が考えられる。

- ① 人材育成支援ツールとしての利用
- ② 情報共有ツールとしての利用
- ③ 社会システムの改善策の提案ツールとしての利用
- ④ マーケティング手法としての利用

以降で、それぞれに関する詳細を述べる。

① 人材育成支援ツールとしての利用

欲求連鎖分析を用いる場合、表 5.1 に示したように、各ステークホルダーの行為を“なぜなぜ分析”することで、欲求を特定し、記述する。このため、ステークホルダーの行為の目的の把握と、システムの社会性(利他的)な部分を把握が可能となる。このことから、以下の3つの場面において、人材育成支援ツールとして利用ができると考えられる。

- a. 企業の人材育成研修での利用
- b. 学校教育での利用
- c. コーチングとしての利用

a. に関しては、自社とお客様や社会との関わり方を、欲求連鎖分析を用いて分析することで、自分たちが所属する会社が何をを目指しているかを把握することに利用できると考えられる。また、同時に同業他社の活動も分析できれば、自社・他者それぞれの強みと弱みの把握を可能にできると考えられる。

b. に関しては、国際情勢や国内の政治・企業の CSR 活動を欲求連鎖分析を用いて分析し、得られた分析結果を議論の材料とし、国や企業がどうあるべきかを論じる、すなわ

り応用倫理学の議論材料としての利用が考えられる。特に、小学校・中学校において導入することは、欲求連鎖分析が、CVCA の良さであるステークホルダー間の関わり方を可視化できる要素を持つため、日本人が不得意とする“システムを全体で捉える”視点を幼少期より身につけることが可能となると考えられる。

c.に関しては、自分自身と他者・社会の関わり方を欲求連鎖分析を用いることで分析し、自身の行為の真の目的を本人に気づかせ、行動を変革させることに利用できると考えられる。

② 情報共有ツールとしての利用

欲求連鎖分析は、ステークホルダー間の関わりを可視化し、図示する。そのため、他者との情報共有を可能にする。このことから、以下の 3 つの場面において、情報共有ツールとしての利用が考えられる。

- a. グループワークでの利用
- b. 有識者へのヒアリングでの利用
- c. 行政・企業の刊行物での利用

a.に関しては、学校や企業でのグループワークで、チーム員で情報を共有するツールとしての利用が考えられる。特に、社会における人と人とのやり取りの議論をする場面において有効だと考えられる。

b.に関しては、企業や地域の取組みを、有識者にヒアリングする際に、単に質疑をするだけでなく、その場で取組みを図示し、自身の理解を深める事に利用できると考えられる。特に、本研究では、林美香子教授に、3章において文献を参考にして調査した特別非営利団体“えがおつなげて(図 3.11)”と株式会社“いろどり(図 3.19)”の活動内容をヒアリングし、そのヒアリング結果を欲求連鎖分析としてまとめた。その結果を、図 5.5・5.6 に示す。

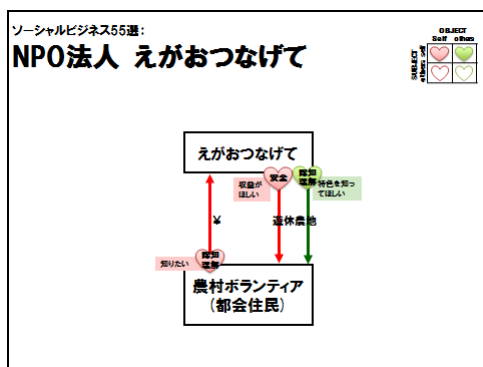


図 3.11 文献を基にした WCA

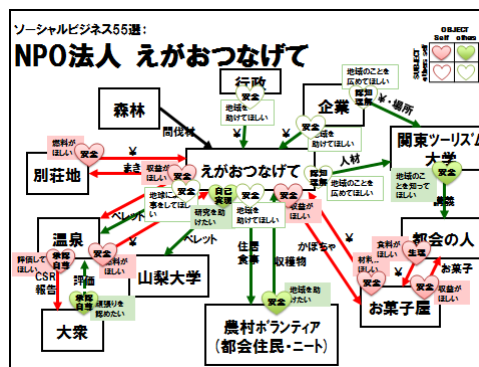


図 5.5 ヒアリングを基にした WCA

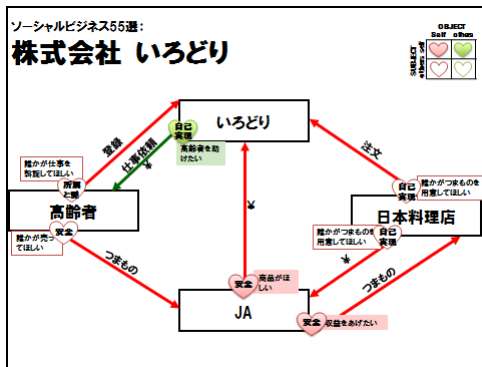


図 3.19 文献を基にした WCA

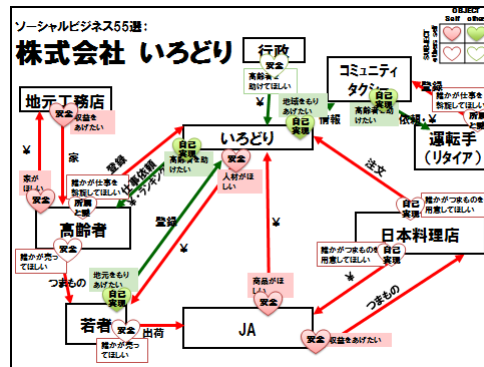


図 5.6 ヒアリングを基にした WCA

実際にヒアリングの実施中に、CVCAやWCAを用いて仕組みを図にすることで、“このステークホルダー間のやり取りは、見返りを求めているのかどうか”を確認することを容易にした。このように有識者の方からのヒアリングにおいて、CVCAやWCAを用いて議論を行うと、ヒアリングの内容が深まると考えられる。

c.に関しては、現状の行政の刊行物や、企業のCSR報告書等で、各主体の取組みを文章ではなく、欲求連鎖分析を用いて表記するという利用方法である。現状では、行政や企業の取組みは、文章として記述されることが多い。また、図が用いられていても、刊行する主体が異なれば、同じ形の矢印であっても矢印の意味が異なる事が多い。より、行政や企業の取組み内容を、消費者が理解しやすくするためには、文章だけでなく表記方法が統一された図を用いる必要があると考えられる。このように、統一した図示方法を用いる場面で、欲求連鎖分析を用いるという事が考えられる。

③ 社会システムの改善策の提案ツールとしての利用

3章で示したように、欲求連鎖分析を用いて失敗したビジネスモデルを分析することで、失敗要因を欲求が充足できていないことで表記することができる事がわかった。従って、欲求連鎖分析を用いてうまくいっていない社会システム(ビジネス・行政の取組み・特定非営利活動団体の取組み等)を分析し、充足できていない欲求すなわち失敗要因が把握できれば、欲求を充足できるようにするための改善策が考えられる。このように、失敗要因を把握し、社会システムの改善策を提案するツールとしての利用が考えられる。

④ マーケティング手法としての利用

欲求連鎖分析は、特に2章で提案した新たな欲求の分類方法(図2.3)を用いて、ステークホルダーの欲求を記述する。

		対象	
		自己(利己)	他者(利他)
動作主	自己(自力)	生理 安全 所属と愛 承認 自尊 自己実現 審美 認知理解 私が、私を私の望む状態にしたい	生理 安全 所属と愛 承認 自尊 自己実現 審美 認知理解 私が、他者を私の望む状態にしたい
	他者(他力)	生理 安全 所属と愛 承認 自尊 自己実現 審美 認知理解 他者が、私を私の望む状態にしてほしい	生理 安全 所属と愛 承認 自尊 自己実現 審美 認知理解 他者が、他者を私の望む状態にしてほしい

図 2.3 新たな欲求の分類方法

この分類方法は、今まで着目されてきていなかった、動作主・対象が共に他者となる欲求を把握することを容易にする。このメリットを活かし、現在製品やサービスを提供している消費者層の、別な欲求が把握できれば、その欲求が充足できる新たな製品やサービス等を提案することができる。また、図 2.3 に示す欲求の分類方法で、世界各国の人の欲求が把握できれば、それぞれの国で、どのような製品やサービスが好まれるかの把握も可能とする。このように、人がもつ潜在的な欲求が把握できれば、新製品やサービスの発想ができるというマーケティングへの展開が考えられる。

(2) 設計手法としての展開

設計手法としての展開として、以下の 2 点が考えられる。

- ① 新規社会システムの発想ツールとしての利用
- ② 発想ツールとしての有効性の検証

以降で、それぞれに関する詳細を述べる。

① 新規社会システムの発想ツールとしての利用

3 章で示したように、本研究では欲求連鎖分析を用いた社会システムの設計方法をプロセス化した。このプロセスを利用することで、以下の 2 つの場面において、発想ツールとして利用ができる。

- a. 特定非営利活動法人や会社の設立への利用
- b. 政府への提言への利用

a.に関しては、設計手法として用いて、新たなビジネスモデルの発想することで、特定非営利活動法人や会社の設立への利用ができると考えられる。特に本手法は、複数の社会問題に関わるステークホルダーの欲求が把握できれば、その解決につながる社会システムが設計できる。

実際にこの手法を用いて、

1. 特別研究助教 牧野泰才先生の発想：

“大学におけるポストドクが飽和している問題を解決する社会システム”

2. アグリゼミ 本山さんの発想：

“不幸農地の利用による地域活性化と失業率問題を解決する社会システム”
を設計した事例を載せる。

1. 特別研究助教 牧野泰才先生の発想：

<ポストドクに仕事を提供するシステムの提案>(図 5.7①～⑦)

この事例では、企業からの共同研究依頼を多くもらい、かつ増加するポストドクに仕事を提供したいと思う大学教授がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 5.7①)：

企業の持つ問題を、就職とお金に困っているポストドク集団に解決させる。

② 欲求の把握(図 5.7②)：

大学教授・ポストドク・企業のそれぞれ把握する。

大学教授：

- ・誰かが良い研究をしてほしい
- ・誰かが干す毒のためにお金を出してほしい
- ・研究ネタがほしい

ポストドク：

- ・良い研究がしたい
- ・お金がほしい

企業：

- ・誰かが良い製品のための知識を提供してほしい

③ 仕組みの構築(図 5.7③～⑤)：

・大学教授が企業に PR し、企業から研究の相談を受け、研究をポストドクに依頼することで、大学教授の“研究ネタがほしい”という欲求と、ポストドクの“良い研究をしたい”という欲求を充足させる。(図 5.7③)

・企業から、大学教授が研究費を受け取り、その一部を給与としてポストドクに支払うことで、大学教授の“ポストドクのためにお金をだしてほしい”という欲求と、ポストドクの“お金がほしい”という欲求を充足させる。(図 5.7④)

・ポストドクが大学教授に研究業績を提供し、企業へ研究成果を提供することで、大学教

授の“誰かが良い研究をしてほしい”という欲求と、企業の“誰かが良い製品の知識を提供してほしい”という欲求を充足させる(図 5.7⑤)

④ 欲求の充足状況の判定(図 5.7⑥)

②で挙げた全ての欲求が充足できていることを確認.

→finish(図 5.7⑦)

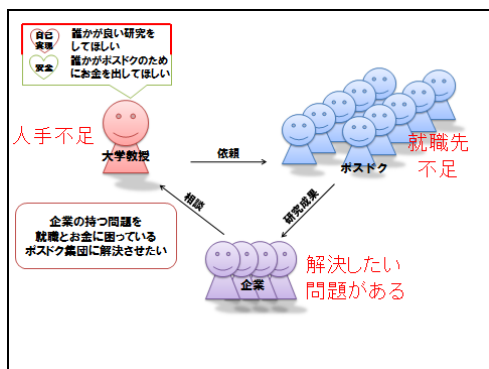


図 5.7① 課題設定

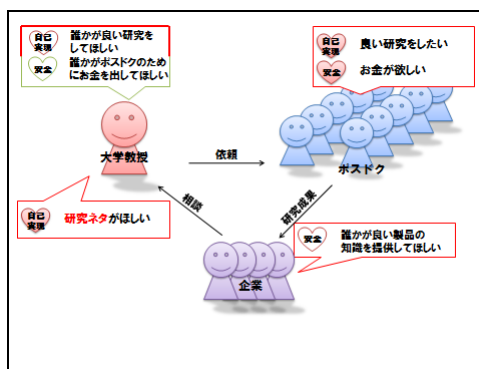


図 5.7② 欲求の把握

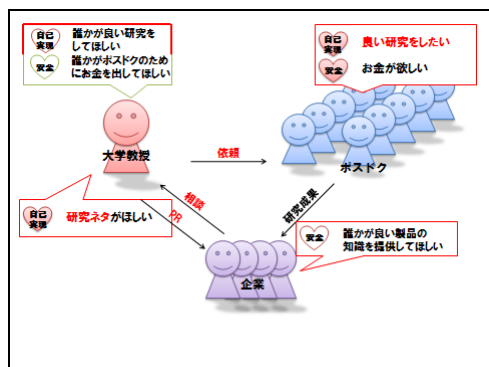


図 5.7③ 仕組みの構築 1

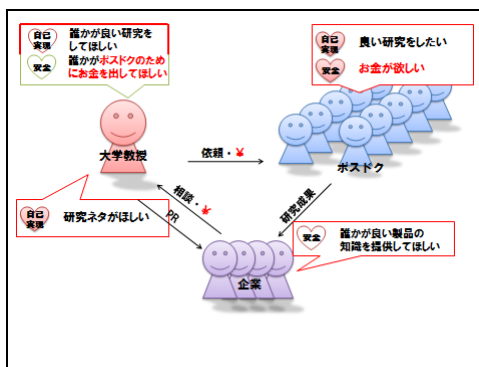


図 5.7④ 仕組みの構築 2

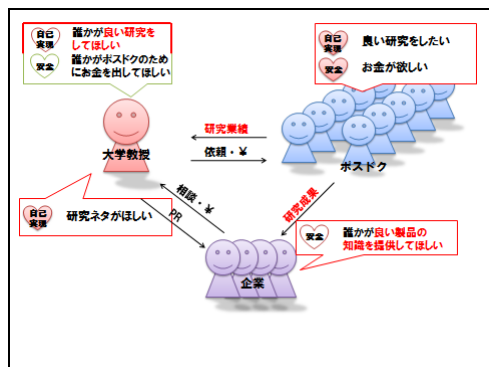


図 5.7⑤ 仕組みの構築 3

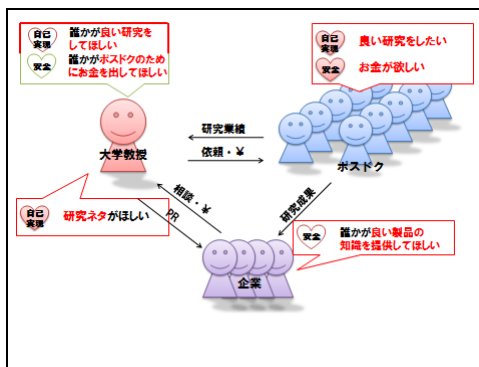


図 5.7⑥ 欲求の充足状況の判定

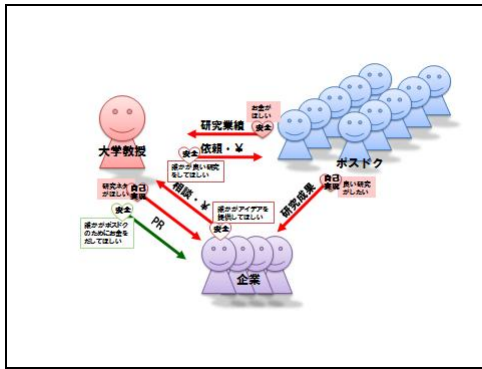


図 5.7⑦ finish

図 5.7 のように、4 章で設計した環境問題だけでなく、増加するポスドク問題を解決できる社会システムを発想することができた。

2. アグリゼミ 本山さんの発想：

<不耕作地を利用した自然栽培による新規就農支援システム>(図 5.8①～⑦)

ここでは、中高年失業者へ職を提供したいと思い、かつ不耕作農地を利用することで地域を活性化させたいと願う支援会社がシステムを設計すると仮定した。

① 課題設定(図 5.8①)：

職を求める中高年失業者を対象に、自然農法を指導し、さらば地方の不耕作農地を貸し出すことで就農できるようにする仕組みを作る。

② 欲求の把握(図 5.8②)：

支援会社・失業者・不耕作農地所有者、それぞれの欲求を把握する。

支援会社：

- ・失業者に職を提供したい
- ・自然農法を伝承したい
- ・不耕作農地を利用して、地域を盛り上げたい
- ・誰かに土地情報を提供してもらいたい
- ・資金・収益がほしい
- ・品物がほしい
- ・自然農法を教えてもらいたい
- ・失業者にすまいを提供してほしい

失業者：

- ・職をみつけてほしい
- ・収入がほしい
- ・すまいがほしい

不耕作農地所有者：

・収入がほしい

③ 仕組みの構築(図 5.8③・④) :

・支援会社が不耕作農地所有者にお金を払い土地を借り、その土地を失業者に提供する
ことで、不耕作農地所有者の“収入がほしい”という欲求と、支援会社の“不耕作農地
を利用して、地域を活性化させたい”という欲求を充足させる。(図 5.8③)

・支援会社が失業者に仕事を提供し、失業者が登録料と土地を利用した収穫物の野菜を
支援会社に提供することで、支援会社の“品物がほしい”・“資金がほしい”という欲求
と、失業者の“食をみつけてほしい”という欲求を充足させる。(図 5.8④)

④ 欲求の充足状況の判定(図 5.8⑤) :

②で挙げた下記の欲求が充足できていない。

支援会社 :

- ・自然農法を伝承したい
- ・誰かに土地情報を提供してもらいたい
- ・収益がほしい
- ・自然農法を教えてもらいたい
- ・失業者にすまいを提供してほしい

失業者 :

- ・収入がほしい
- ・すまいがほしい

⑤ ステークホルダーの追加(図 5.8⑥) :

地方自治体・地元住民・JA・消費者・木村式自然栽培塾を追加する。

⑥ 欲求の把握 2(図 5.8⑦) :

新たに加わったステークホルダーである地方自治体・地元住民・JA・消費者・木村式自
然栽培塾の欲求を把握する。

地方自治体 :

- ・誰かが地域を盛り上げてほしい

地元住民 :

- ・収入がほしい

JA :

- ・収入・商品がほしい

消費者 :

- ・食料がほしい

木村式自然栽培塾

- ・技術を伝承したい
- ・資金がほしい

⑦ 仕組みの構築 2(図 5.8⑧～⑪) :

・支援会社が地方自治体に依頼をし、土地情報を得ることで、支援会社の“土地情報を提供してほしい”という欲求と、地方自治体の“地域を盛り上げてほしい”という欲求を充足させる(図 5.8⑧)

・支援会社が JA に野菜を売りお金を得、また JA は消費者に野菜を売りお金を得ることで、支援会社の収益がほしいという欲求と、JA の“収入・品物がほしい”という欲求と、消費者の“食料がほしい”という欲求を充足させる。(図 5.8⑨)

・支援会社が木村式自然栽培塾にお金を払い、自然栽培に関する指導を受けることで、支援会社の“自然農法を教えてもらいたい”という欲求と、木村式自然栽培塾の“技術を伝承したい”・“資金がほしい”という欲求を充足させる。(図 5.8⑩)

・支援会社が地元住民にお金を払ってすまいの提供を依頼し、地元住民がすまいを失業者に提供することで、支援会社の“誰かがすまいを提供してほしい”という欲求と、地元住民の“収入がほしい”という欲求と、失業者の“すまいがほしい”という欲求を充足させる。

⑧ 欲求の充足状況の判定(図 5.8⑫)

全ての欲求が充足できていることを確認。

→finish(図 5.8⑬)

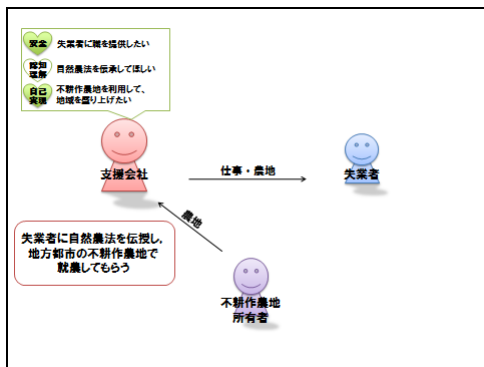


図 5.8① 課題設定

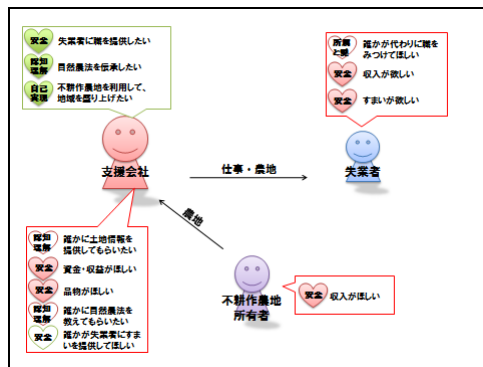


図 5.8② 欲求の把握

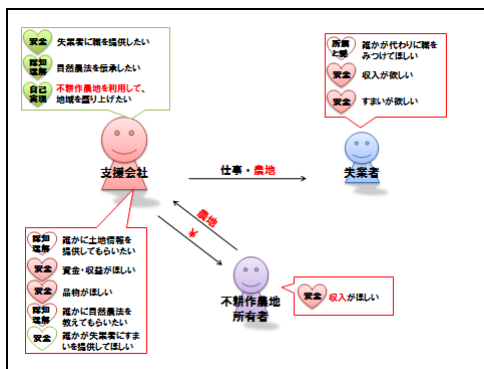


図 5.8③ 仕組みの構築 1

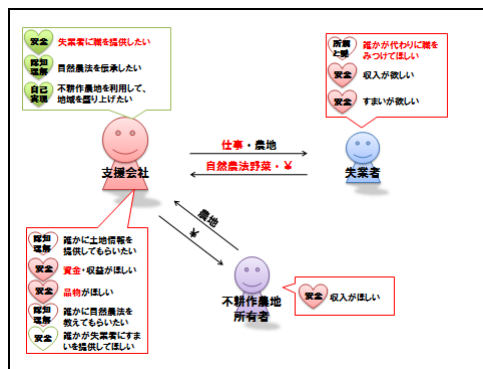


図 5.8④ 仕組みの構築 2

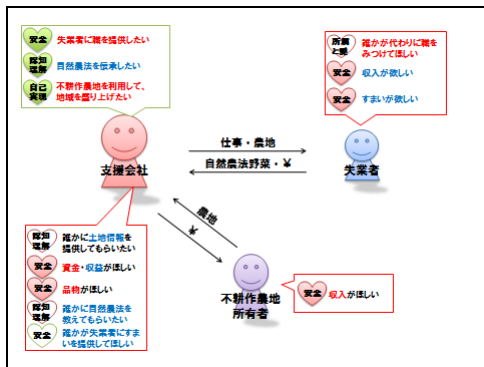


図 5.8⑤ 欲求の充足状況の判定

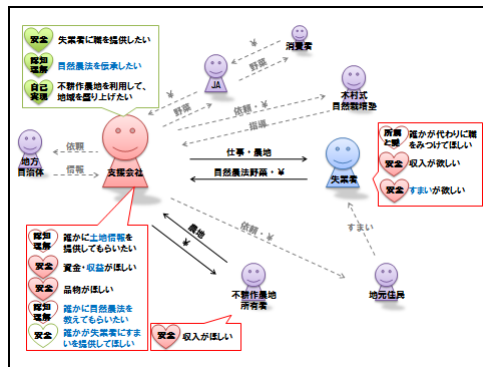


図 5.8⑥ ステークホルダーの追加

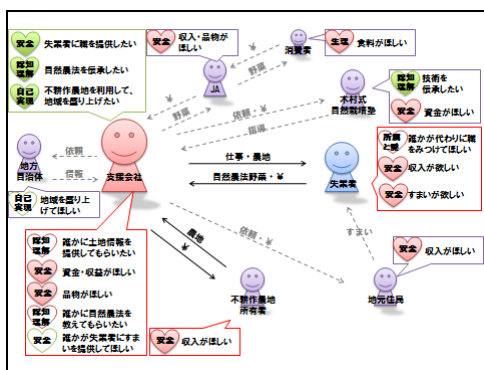


図 5.8⑦ 欲求の把握 2

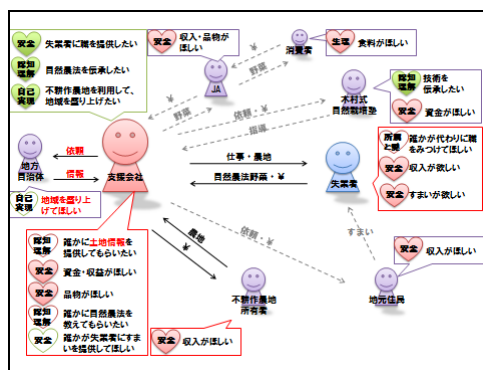


図 5.8⑧ 仕組みの構築 3

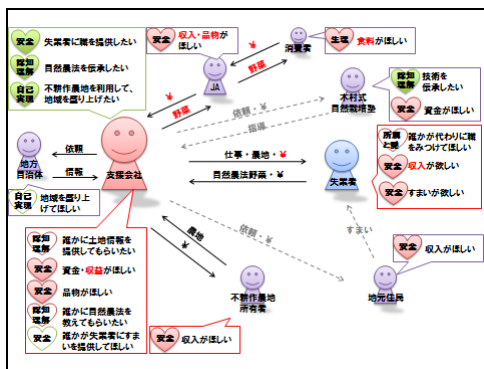


図 5.8⑨ 仕組みの構築 4

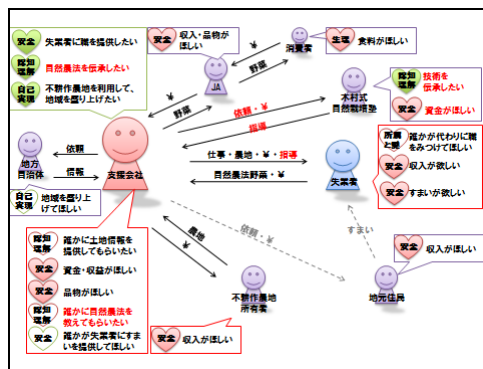


図 5.8⑩ 仕組みの構築 5

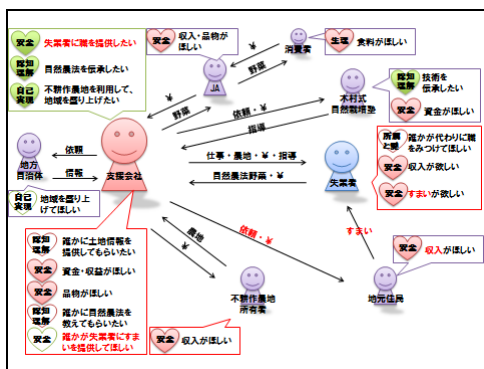


図 5.8⑪ 仕組みの構築 6

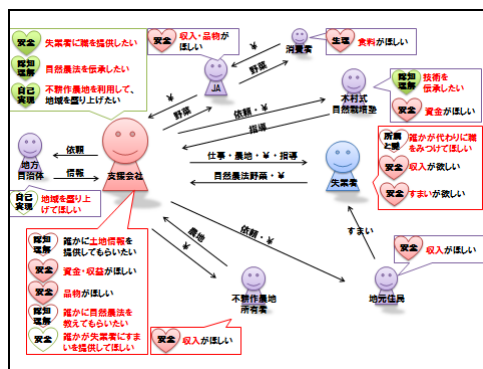


図 5.8⑫ 欲求の充足状況の判定

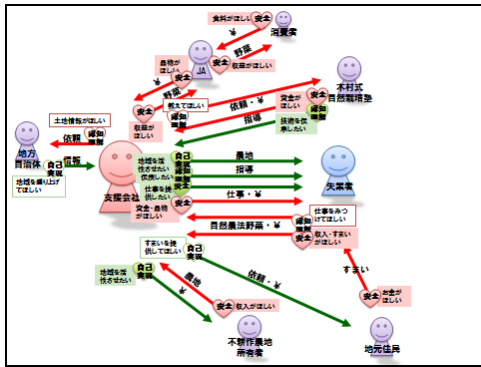


図 5.8⑬ finish

b.に関しては、上記に記述したように、社会問題の解決となる社会システムの発想ができる。特に、今日本が抱える様々な社会問題を列挙し、その問題に関わるステークホルダーの潜在的な欲求を把握し、複数の問題の解決となる仕組みの発想も可能となると考えられる。このように、複数の社会問題が解決できるシステムが発想できれば、行政への提言ができると考えられる。

② 発想ツールとしての有効性の検証

①にも示したように、欲求連鎖分析は、設計手法がプロセス化できているのでターゲットが設定できれば新たな社会システムの発想ができる。また、既存のシステムを、欲求連鎖分析を用いて分析した結果において、欲求を変更させることでも新たな社会システムの発想ができる。しかしながら、本手法を用いて社会システムを設計した人物は、現状では筆者のみである。そこで、社会システムを発想する職種に就く人(コンサルタント, 商社マン)等に利用してもらい、新たな社会システムが発想できるかを試してもらい、発想ツールとしての有効性を検証するという展開が考えられる。

謝辞

多様な人が集まる前野研で、のびのびとかつ主体的に研究に取り組んだ修士研究は、大きな視点で物事を捉える力と、着実に調査・分析をこなすという2つの力を身につける事につながったと感じています。これらの力を身につけつつ、研究を仕上げるにあたり、多くの方のご支援を頂きました。本当にありがとうございました。

特に、本研究の主査である前野隆司教授には、多大なるご指導を頂きました。研究の道筋が見えず右往左往している際、常に一つ上の視点から枠組みや道筋を示し指導して下さいました。苦手な論文の骨格のデザインに関する相談に何度となく乗って下さった事、感謝しております。前野先生のご指導で完結した修士研究は、学生生活の締めくくりとして非常にやりがいが大きく、また今後社会人として社会システムを設計する際に忘れてはならない要素を学ぶ事ができました。本当にありがとうございました。

また、月に一度アグリゼミで指導をして下さった林美香子教授にも、多大なるご指導を頂きました。林先生からご紹介いただいた、環境問題に関する書籍や事例は、研究を進める上で、視野を広げることに非常に役立ちました。また、北海道農業視察という“農都共生”を学ぶ貴重な経験の場を与えて下さった事、本当に感謝しております。視察中の出合いや経験は一生の糧になると思っております。ありがとうございました。

また本研究の副査である小木哲朗教授、日比谷孟俊教授には、研究室のメンバーと話し合っているだけでは見えてこなかった指摘を頂きました。お忙しい中時間を割いて的確な指摘と温かいコメントを下さりありがとうございました。

特に副査である白坂成功准教授にも、多大なるご指導を頂きました。白坂先生が授業をして下さったSE序論からは多くを学び、そして研究においても常に新しい視点からアドバイスを下さりました。先生の論理力や、多視点で物事を分析する力は、見習いたいと思っております。本当にありがとうございました。

牧野泰才特別研究助教にも、多大なご指導を頂きました。研究の細かい進め方や、発表資料のストーリーの作り方や、要旨における注意事項等、研究に関するあらゆることを指導していただきました。どんな些細な悩みにも、親身に相談に乗って下さり、新たなアイデアや意見を下さったこと本当に感謝しております。ありがとうございました。

湊宣明助教にも、多大なご指導を頂きました。本研究の肝となるソーシャルビジネスの存在を教えて下さり、さらにシステムダイナミクスの指導もして下さいました。そして、就職活動においても適切なアドバイスを下さった事、本当に感謝しております。ありがとうございました。

また、研究を進める上で、村上周三特別招聘教授、理工学部システムデザイン工学科伊香賀俊治教授にも月一度のゼミにてご指導を頂きました。分野が異なるにも関わらず、適切なアドバイスを下さり、本当にありがとうございました。

横浜市地球温暖化事業本部吉田肇課長、若林竜哉様にも、環境モデル都市横浜市の先進

的な事例を紹介していただきました。お忙しい中、お時間を作ってくださりありがとうございました。

前野研究室の先輩・同期・後輩、高野研究室の東瀬さんには、研究発表の際に多くのご指摘をくださりありがとうございました。こうして、最後まで研究がたどり着いたのも、皆さまから多くのご指摘を頂けたからとっております。特に前野研ファームゼミメンバーの森島さん、内藤さん、中野さん、西尾さん、蓮沼さん、渡部君、小山さん、多くのブレスト・発表練習にお付き合いくださりありがとうございました。要旨の英訳では長沼君にもお世話になりました。また、麻生さん・富田さんには、審査会の直前まで、研究に対する温かいコメントを頂きました。本当に、ありがとうございました。

アグリゼミの皆さまにも多くのご指導を頂きました。研究員の松尾さんをはじめ、糸川さん、石黒さん、永山さん、本山さん、庄子さん、“アグリゼミ”の対象とする分野ではない研究にも関わらず温かく発表を聞いてくださりありがとうございました。

また、戦略的社会教育システムラボの、後藤様、川合様、村岡様、三澤様には、研究を計画的に進めることや、発表資料の作成に当たり、多くの気づきを与えて頂きました。このラボに半年間参加させていただき、自分自身のシステムデザインのための術を、実体験を基に学べたこと、本当に感謝しております。社会に出ても主体的に行動できる人間になれるよう頑張ろうと思います。貴重な経験をさせてくださり、ありがとうございました。

以上のように、多くの方のご支援により、本研究を仕上げる事ができました。この場を借りて、御礼申し上げます。

最後に、いつも体調を気遣い、影から支えてくださった両親と家族・親戚に、心から感謝いたします。本当にありがとうございました。

2011年2月

牧野由梨恵

参考文献

- [1] 図解雑学 環境問題,安井至,ナツメ社,2008.7
- [2] 慶應義塾大学工学部 SD 工学科 2007 年度建築環境工学第 3 回講義資料
(当時 村上周三教授)
- [3] CASBEE 入門 建築物を環境性能で評価する,村上周三ら著,日経 BP 社,2004.10
- [4] 企業別環境経営実例集,エコビジネスネットワーク,産学社,2000.11.20
- [5] エコ検定 ポイントレッスン,ノマド・ワークス,新星出版社,2009.2.15
- [6] 第 19 回 地球環境問題と人類の存続に関するアンケート 調査報告書,
公益財団法人,旭硝子財団,2010.9
- [7] 博報堂生活総合研究所「世界 8 都市・環境生活調査」,博報堂生活総合研究所,
生活総研 Research News,2008.5.14
- [8] モチベーションの内容理論,原口俊道,鹿児島経大論集,1985.7
- [9] 大学生の環境配慮行動意図の規定因－3 つの説明モデルの比較－,高本雪子ら,
広島大学大学院教育研究科紀要,2007
- [10] シリーズ 21 21 世紀の社会心理学Ⅱ 環境行動の社会心理学,高木修ら,北大路書房,
2008.3.20
- [11] 環境と消費の社会心理学,広瀬幸雄ら,名古屋大学出版,1995.10.31
- [12] パーソナリティ マアレー編,外林大作訳編,誠信書房,1961.6-1962.4
- [13] 改訂新版 人間性の心理学：モチベーションとパーソナリティ,A.H.マズロー著,
小口忠彦訳,1987.3
- [14] 完全なる人間：魂のめざすもの 第 2 版,A.H.マズロー著,上田吉一訳,誠信書房,
1998.9
- [15] マズローの基本的欲求の階層図への原点からの新解釈,廣瀬清人ら,
聖路加看護大学紀要,2009.3
- [16] 設計の科学 価値づくり設計,石井浩介ら,養賢堂,2008.4.14
- [17] Customer Value Chain Analysis, Krista M. Donaldson ら,
Research in Engineering Design,2006
- [18] 慶應義塾大学大学院 SDM 研究科 2009 年 ALPS 第 1 回講義資料(Prof.Whit)
- [19] 大辞泉,小学館,小学館,1998.11
- [20] 有斐閣新書 教育心理学[新版],北尾倫彦ら,有斐閣,2001.2.25
- [21] 社会的・心理的欲求と性格類型の関係,荻野七重ら,白梅学園大学紀要,1997
- [22] 多変量解析からみた心理発生的欲求の分類と構造,荻野七重ら,
白梅学園大学紀要,1995
- [23] 欲求心理学トピックス 100,斉藤勇,誠信書房,1986.10
- [24] 欲望について,ウィリアム・B・アーヴァイン,白揚社,2007.12

- [25] 知的生産力が劇的に高まる最強フレームワーク 100,永田豊志,
ソフトバンククリエイティブ,2008.12.4
- [26] ライブラリ実践のための心理学 5 環境心理学人間と環境の調和のために,羽生和紀,
サイエンス社,2008.5.10
- [27] 学ぶこと・考えること 学校教育の心理学,鹿毛雅治ら,金子書房,2000.5.10
- [28] ポイント教育学 教育心理学(新版),岸本弘,学文社,2004.4.22
- [29] 教育心理学 改訂版,倉石精一,新陽社,1987.3.10
- [30] 朝倉心理学講座 8 教育心理学,鹿毛雅治ら,朝倉書房,2006.4.10
- [31] やさしい教育心理学(改訂版),鎌原雅彦ら,有斐閣,2005.4.10
- [32] 教育心理学エッセンシャルズ(2版),西村純一,ナカニシヤ出版,2010.5.10
- [33] 教育心理学ルック・アラウンド わかりたいあなたのための教育心理学,山崎史郎,
おうふう,2010.3.20
- [34] 心理学の世界専門編 スポーツ心理学 からだ・運動と心の接点,中込四朗ら,
倍風館,2007.6.15
- [35] 最新スポーツ心理学 その軌跡と展望,日本スポーツ心理学会,大修館,2004.12.10
- [36] スポーツ心理学の世界,杉原隆ら,福村出版,2000.10.1
- [37] 新版 運動指導の心理学 運動学習とモチベーションからの接近,杉原隆,大修館,
2008.11.10
- [38] モチベーション・マネジメント最強の組織を創り出す、戦略的「やる気」の高め
方,小笹芳央,PHP 研究所,2002.12.16
- [39] モチベーション企業の研究,野村総合研究所,東洋経済新聞社,2008.7.3
- [40] 熱狂する社員 企業競争力を決定するモチベーションの 3 要素,デジッドシロタ,
英治出版,2006.2.10
- [41] 【新版】 動機づける力 モチベーションの理論と実践,DIAMOND
ハーバード・ビジネス・レビュー編集部,ダイヤモンド社,2009.10.8
- [42] 仕事革新モチベーションへの挑戦,ロバート・N・フォード,マネジメントセンター,
1971.4.10
- [43] 合併企業のモチベーション管理 組織文化の繭をどう打破するか,海野素央,
中央経済新聞社,2005.3.25
- [44] 社会的動機づけの心理学 他者を裁く心と道徳的感情,B.ワイナー,北大路書房,
2007.3.1
- [45] 産業・組織心理学,馬場昌雄ら,白桃書房,2005.9.26
- [46] ソーシャルビジネス 55 選,経済産業省,2009.2
- [47] 経済産業省ジャーナル 2010年7・8月号,経済産業省
- [48] ソーシャルビジネス応援 WEB サイト ソーシャルビジネスネット,
<http://www.socialbusiness.jp/>

- [49] IT を活用したソーシャルビジネスは社会変革の起爆剤となる,小林慎和, 知的財産創造,2010.4
- [50] Volvic 1L for 10L プログラム, <http://www.volvic.co.jp/csr/1lfor10l/index.html>
- [51] Table for Two, <http://www.tablefor2.org/>
- [52] 特定非営利活動法人アジア植林友好協会, http://www.agfn.org/project_bali.htm
- [53] 日本ユニセフ協会, <http://www.unicef.or.jp/>
- [54] (財)日本環境協会エコマーク事務局,<http://www.ecomark.jp/tebiki.html>
- [55] 2025年 あなたの欲望が地球を滅ぼす~「激安・便利・快適」の大きすぎる代償, 足立直樹,ワニブックス PLUS 新書,2010.2
- [56] ベルマーク教育助成財団, <http://www.bellmark.or.jp/>
- [57] FAST RETAILING CSR(ユニクロのリサイクル), <http://www.fastretailing.com/jp/csr/environment/recycle.html>
- [58] 環公害防止連絡協議会 プルタブのリサイクル, <http://www4.kcn.ne.jp/~yanoya/>
- [59] AKB48 の投票システム, <http://www.tokyo-sports.co.jp/hamidashi.php?hid=8829>
- [60] NPO 法人エコキャップ推進協会, <http://ecocap007.com/>
- [61] AMERICAN EXPRESS 社会貢献, <http://www.americanexpress.com/japan/legal/company/philanthropy.shtml>
- [62] TULLY's, <http://www.tullys.co.jp/index.html>
- [63] 環境省 カーボンオフセット, http://www.env.go.jp/earth/ondanka/mechanism/carbon_offset.html
- [64] WWF ジャパン, <http://www.wwf.or.jp/>
- [65] Nike, http://www.playtop.com/global/page.asp?node=1426&sec=__12507__12540__12512_
- [66] 野球チーム 折れたバットのリサイクル, http://www.giants-goods.com/products/detail.php?product_id=10817
- [67] FC Barcelona, http://www.unicef.or.jp/library/pres_bn2006/pres_09_08.html
- [68] 環境省 エコポイント, <http://eco-points.jp/>
- [69] 三社祭, <http://www.sanjasama.jp/>
- [70] 特定非営利活動法人 渋谷大学, <http://www.shibuya-univ.net/>
- [71] 栗山町 グリーンツーリズムガイド, <http://www.town.kuriyama.hokkaido.jp/>
- [72] 日経ビジネス 2010年12月20日号,日経BP社
- [73] 日経ビジネス 2010年11月29日号,日経BP社
- [74] 日経ビジネス 2010年11月22日号,日経BP社
- [75] 日経ビジネス 2010年11月15日号,日経BP社
- [76] 日経ビジネス 2010年9月27日号,日経BP社

- [77] 日経ビジネス 2010年6月28日号,日経BP社
- [78] 日経ビジネス 2010年4月12日号,日経BP社
- [79] 環境大事典,吉田邦夫,工業調査会,1998.12
- [80] 地球環境辞典 第2版,丹下博文,中央経済社,2007.10
- [81] 環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律,環境省, http://www.env.go.jp/policy/hairyo_law/law.html
- [82] 環境配慮行動の行動習慣形成要因に関する研究,鈴木宣寛ら,日本建築学会大会学術講演梗概集,2008.9
- [83] グリーンコンシューマー入門,本間都,北斗出版,1997.6
- [84] エコアクションが地球を救う!,山本良一,丸善,2009.3
- [85] "低負荷型ライフスタイルによる住宅のエネルギー消費量削減の可能性",湯浅和博,日本建築学会環境系論文集,2009.8
- [86] 家庭の省エネ大辞典 2010年版,財団法人省エネルギーセンター,2010.3, <http://www.enecho.meti.go.jp/policy/saveenergy/data/katei.pdf>
- [87] 環境モデル都市の選定結果について,内閣官房,2008.7.22
- [88] 環境モデル都市構想,内閣官房,2010.3.29
- [89] 環境モデル都市 平成22年度の主要事業について,内閣官房,2010.5.26
- [90] 環境モデル都市 別紙1 全国展開が可能と考えられる取組,内閣官房,2010.5.26
- [91] 北九州市環境モデル都市行動計画,北九州市
- [92] 京都市 環境モデル都市 行動計画,2009.3
- [93] 堺市環境モデル都市行動計画,2009.4
- [94] 横浜市 地球温暖化対策事業本部, <http://www.city.yokohama.lg.jp/kankyo/ondan/sec-shimin.html>
- [95] 飯田市 環境モデル都市行動計画,2009.3.31
- [96] 帯広市環境モデル都市行動計画,2009.3
- [97] 富山市環境モデル都市行動計画,2009.3
- [98] 豊田市環境モデル都市行動計画,2009.3
- [99] 下川町環境モデル都市行動計画,2009.3
- [100] 水俣市環境モデル都市行動計画,2009.3
- [101] 宮古島市環境モデル都市行動計画,2009.3
- [102] 梶原町環境モデル都市行動計画,2009.3
- [103] 千代田区環境モデル都市行動計画,2009.3
- [104] マネジメント入門 技術者も研究者もよく分かる,周佐喜和ら,オプトロニクス社,2008.1
- [105] 環境を『力』にするビジネス ベストプラクティス集,経済産業省,2008.11
- [106] エコビジネス特論,岸川義光,学文社,2008.2

- [107] 図解入門業界研究最新環境ビジネスの動向とカラクリがよーくわかる本,福井晋, 秀和システム,2010.3
- [108] 住宅・建築物省 CO₂ 推進モデル事業, (独) 建築研究所 住宅・建築物省 CO₂ 先導事業評価室,2010.7.10
- [109] くりはら活性化ネット, <http://www2.plala.or.jp/KURINET/>
- [110] シビルサポートネットワーク, <http://www.npocsn.org/>
- [111] エココミュニケーション, <http://www12.ocn.ne.jp/~ecom/index.html>
- [112] 花と緑のまち三鷹創造協会, <http://hanakyokai.or.jp/69.html>
- [113] 山遊舎, <http://www.jungletreks.net/contact.html>
- [114] 再生可能エネルギー推進市民フォーラム西日本, <http://www.repw.net/>
- [115] 木曾川 水の始発駅, <http://www.482eki.com/>
- [116] かわね来風, <http://www2.wbs.ne.jp/~k-life/index.html>
- [117] タブラ・ラサ, <http://nporasa.blog112.fc2.com/>
- [118] 日本エコツーリズム協会, <http://www.ecotourism.gr.jp/>
- [119] UNIVERSAL 環境カウンセラー協会, <http://www.npo-ueca.com/>
- [120] ふれあい自然塾, <http://www.fureai-shizen.or.jp/>
- [121] 日本エコツーリズムセンター, <http://www.ecotourism-center.jp/>
- [122] スノーウィーマウンテン・エコツアーリング, <http://sno-limo.org/>
- [123] 北の海の動物センター,
http://www2.env.gr.jp/envision/fujikawa/hoppo_4tou/01about.html
- [124] グリーンステージ, <http://greenstage.furano.jp/ctiy/furano/furanotop.htm>
- [125] ナヒヤの旅人, <http://www.nahiya.net/>
- [126] 白神山地を守る会, <http://preserve.shirakami.gr.jp/>
- [127] 燭光, <http://www.jomon.ne.jp/~oldpine/shokko/>
- [128] 環境 NPO いばらき, <http://kankyounpo-ibaraki.web.infoseek.co.jp/>
- [129] 栃木エコロジー設計協会, <http://www.ulg3.com/cst/eco/>
- [130] えどがわエコセンター, <http://www.edogawa-ecocenter.jp/>
- [131] エコロジカルフットプリント・ジャパン, <http://www.ecofoot.jp/>
- [132] あそんで学ぶ環境と科学倶楽部, <http://enjoy-eco.or.jp/>
- [133] 日本ガラパゴスの会, http://www.j-galapagos.org/pc_index.php
- [134] Tuvalu Overview, <http://www.tuvalu-overview.tv/>
- [135] 環境テレビトラストジャパン, <http://www.tvejapan.org/top>
- [136] 愛知グリーン・ニューディール政策研究会, <http://eco-consultant.jp/>
- [137] 入門！システム思考,枝廣淳子ら,講談社現代新書,2007.6.20
- [138] Vensim PLE クイックリファレンスとチュートリアル,高辻秀興訳,2010.3
- [139] 慶應義塾大学大学院 SDM 研究科 2009 年 ALPS 第 6 回講義資料 (Prof.Kurt)

- [140] 組織の中の人間行動,大澤豊ら,有斐閣,1982.6.10
- [141] 入門 組織行動論,開本浩矢ら,中央経済社,2007.4.1
- [142] 増補改訂版 産業・組織心理学エッセンシャルズ,外島裕ら,ナカニシヤ出版,
2008.5.30
- [143] 経営理論の基礎,高橋正泰ら,中央経済社,1998.6.30
- [144] 発想法入門,星野匡,日経文庫,1989
- [145] 皮膚感覚提示技術が創出する価値の分析,塩川雄太,慶應義塾大学修士論文,2009

付録 A 内容理論とは

本研究では、仮説を構築する際、心理学分野の内容理論を参考とした。本文中に置いて、内容理論に関する詳細な説明を省略したため、付録 A において補足説明を行なう。付録 A では、内容理論を説明するにあたり、まず欲求の機能を説明する。次に、欲求の機能の一つであるモチベーションに関する 2 大研究を概観する。そして、モチベーション研究の一つである内容理論における著名な研究を紹介する。最後に、内容理論の研究者が用いた欲求の測定方法の紹介をする。

1. 欲求の機能^{文 140}

欲求は、個人もしくは個体の維持という点から機能を考えた際に、今まで 2 つの機能が研究対象とされてきた。

1 つ目は、「個人もしくは個体の行動を動機づける機能」であり、欲求のモチベーション的機能と呼ばれている。W. B. Cannon は、有機体の環境適応や生命維持のための動的均衡状態を「ホメオスタシス (homeostasis)」と呼んだ。この欲求のモチベーション的機能は、このホメオスタシスの考え方に由来していると考えられる。水分や食物などの欠乏によって有機体内で生理的なホメオスタシスが崩れると、そこに生理的な欠乏状態が生じる。欲求とは、この欠乏状態を指す。欲求の充足や満足とは、その欠乏に対して補給を行なうことにより、ホメオスタシスを回復することといえる。このような考え方にに基づき、欲求とはその満足化を求め、ホメオスタシスを維持しようとする機能をもつ。つまり、行動を動機づけるエネルギーとなるといえる。以上より、欲求のモチベーション的機能を把握することが出来る。ただし、ホメオスタシスに関連する欲求は主として生理的欲求であるが、現代の欲求理論では生理的欲求以外の多数の欲求が人間行動を動機づけるエネルギーとして重視され、研究されてきている。

2 つ目は、「個人もしくは個体の行動を他人のそれから区別し、その個人もしくは個体に特有の行動にする機能」であり、欲求のパーソナリティ的機能と呼ばれている。パーソナリティという概念は、個人差もしくは個体差を記述するために利用される多次元概念である。G. W. Allport は、パーソナリティを「環境に対する独自の適応を規定している真理・生理的体系としての個体内の力動的体制」と定義している。つまり、環境に対する個人の適応行動を、その個人に特有で、他人と区別される行動にする機能を果たす。つまり欲求は、このパーソナリティを構成する 1 つの要素と考えられ、研究されている。

以上のように、欲求には 2 つの機能 (①モチベーション的機能, ②パーソナリティ的機能) があるとされている。次節では、行動促進に深くかかわる、行動を動機づける機能であるモチベーションに関する研究を概観する。

2. モチベーションに関する研究

モチベーションとは、人の「やる気」や「意欲」の心理学用語のことで、「ヒトはなぜその行動をするのか」を説明する概念を指す。モチベーションは、人の行動の①エネルギー、②行動の方向、③行動の持続性を説明する概念と考えられている。モチベーションを論じることは、例えば、組織におけるメンバーに働く意欲を芽生えさせることへの示唆を与え、組織における成果の向上が期待できるとされている^{文135)}。

このモチベーションに関する研究(理論)は、大きく2つの流れがある。1つは、内容理論(content theory)で、「人が何によって動機づけられるのか(欲求・動機の内容)」、「個人を動機づけるものは何か」に焦点を合わせた理論である。もう1つは、過程理論(process theory)で、「人はどのように動機づけられるのか(やる気が起こるプロセス)」、「特定の行動がなぜ起こり、どの方向に進み、どう持続され、やがて終わるのか」を説明しようとする理論である^{文8,141)}。

内容理論および過程理論の著名な研究者を表 A-1 にまとめる。内容理論に関しては、学派的に2つの系譜が存在する。1つ目は、H. A. Murray を始祖とする、人がもつ欲求の同定を目指した研究である。2つ目は、A. H. Maslow を始祖とする欲求の構造や関係性の理論化を目指した研究である^{文140)}。

表 A-1 内容理論および過程理論の著名な研究者

内容理論	人がもつ欲求の同定 を目指した研究 Murray 派	H. A. Murray
		D. C. McClelland
		J. W. Atkinson
		N. T. Feather
		P. C. Cummin
		G. H. Litwin & R. A. Stringer
	欲求の構造や関係性 の理論化を目指した 研究 Maslow 派	A. H. Maslow
		C. P. Alderfer
		C. McGregor
		C. Argyris
		W. A. Davis
		M. Haire
		H. Leavitt
		E. H. Schein
過程理論	E. C. Tloman	
	K. Lewin	
	V. Vroom	
	Porter. L. W & Lawler III. E. E	
	Atkinson. J. W	
	Locke. E. A & Latham. G. P	

3. 内容理論における著名な研究

本節では、内容理論の2つの研究系統の代表者として

①人がもつ欲求の同定を目指した研究者：(1)H. A. Murray, (2)D. C. McClelland

②欲求の構造や関係性の理論化を目指した研究者：(1)A. H. Maslow, (2)C. P. Alderfer

上記4人の研究を説明する。

3-1 人がもつ欲求の同定を目指した研究

(1) H. A. Murray 文 140-141)

H. A. Murray は、①人間がなんらかの欲求をもつこと、②人間行動は欲求を満足させようとするプロセスとして説明できることを仮定した。そして、人間がもっていると考えられる多くの欲求を仮定し、それらは「欲求リスト」(表 A-2) と呼ばれている。そして、Murray は、人間行動を欲求の満足化プロセスと仮定し、人間行動を欲求リストにおける欲求のいずれかに還元することで、人間行動を説明しようとした。

表 A-2 Murray の欲求リスト

I. 生理的欲求	II. 心理的欲求	
A. 欠乏から摂取に導く欲求	A. 主として無生物に関係した欲求	D. 力の行使に関係した欲求
(1) 吸気欲求	(1) 獲得欲求	(1) 支配欲求
(2) 飲水欲求	(2) 保存欲求	(2) 服従欲求
(3) 食物欲求	(3) 秩序欲求	(3) 同化欲求
(4) 官性欲求	(4) 保持欲求	(4) 自律欲求
B. 膨張から排泄に導く欲求	(5) 構成欲求	(5) 対立欲求
(1) 性的欲求	B. 野心や権力に関係した欲求	(6) 攻撃欲求
(2) 授乳欲求	(1) 優越欲求	(7) 屈従欲求
(3) 呼気欲求	(2) 達成欲求	E. 禁止に関係した欲求
(4) 排尿排便欲求	(3) 承認欲求	(1) 非難回避欲求
C. 障害から回避に導く欲求	(4) 顕示欲求	F. 愛情に関係した欲求
(1) 毒性回避欲求	C. 地位防御に関係した欲求	(1) 親和欲求
(2) 暑熱・寒冷回避欲求	(1) 不可侵欲求	(2) 排除(拒否)欲求
(3) 傷害回避欲求	(2) 屈辱回避欲求	(3) 養護欲求
	(3) 防衛欲求	(4) 救護(依存)欲求
	(4) 中和欲求	G. 質問応答に関係した欲求
		(1) 認知欲求
		(2) 証明欲求

しかし、人間のもつ欲求を正確に測定することは、以下の2つの理由から容易ではない。

- ① 研究者がある個人にどのような欲求があるのか尋ねたとしても、本人が真実を語ってくれるとは限らないこと
- ② 本人が、自分自身の欲求に気付いていない可能性があること

Murray は、TAT (Thematic Apperception Test:課題統覚検査)という方法により、この問題を解決し、人間のもつ欲求を測定した。TAT は、いろいろな状況に置かれている人たちを描いた絵のシリーズで構成されている。そして、被験者は自分の想像力を働かせ、各々の絵について物語を書くように求められる。次に、被験者が作った物語を研究者が分析し、欲求を測定するものである。

TAT で使用する絵は、以下の4つの条件を満たすものである。

- ・そこから物語が作られる構図が含まれること
- ・隠された欲求を刺激する情景が含まれていること
- ・内容が曖昧で色々な意味づけや解釈が可能なものであること
- ・高い教養がなくても理解できるものであること

この方法を用いて測定された欲求が、表 A-3 にある 20 の欲求リストである。

しかし、Murray が行った研究は、

- ・各欲求間の関係まで明確に示せていないこと
- ・TAT は、研究者の分析と解釈を要するため、研究者の分析能力により結果に差が生じる、あるいは研究者の主観の影響を受けること

といった問題点がある。

表 A-3 測定された 20 項目の欲求

欲求	意味
屈従	外力に受動的に服従すること。傷害、非難、批判、罰を受け入れること。 逃れぬ運命とあきらめること。劣等、過失、間違っただけ、敗北を認めること。 告白し、償いをする。自己を非難し、けなし、負具にすること。 苦痛、罰、病気、不幸を求めそれに喜びを感じること。
達成	難しいことを成し遂げること。自然物、人間、思想に精通し、それらを処理し、組織化すること。 これをできるだけ速やかに、できるだけ独力でやること。 傷害を克服し高い標準に達すること。自己を超克すること。 他人と競争し他人をしのぐこと。才能をうまく使って自尊心を高めること。
親和	自分の味方になる人、すなわち自分に似ていたり、自分を好いてくれる人に近づき、よろこんで協力したり、愛情を交換すること。 エネルギー充当された対象をよこばし、その愛情をうること、友達に執着し、忠誠であること。

攻撃	力づくで反対を克服すること。たたかうこと。傷害に対し報復すること。 対象に攻撃をあたえ、傷つけ殺すこと。対象に力づくで反対し、罰すること。
自律	自由になること。束縛をふりすてること。監禁から抜け出すこと。強制や束縛に抵抗すること。 圧迫的な権威によって指図された活動を回避し、のがれること。独立し、自由に衝動に従って行動すること。何にも縛り付けられず、条件をつけられず、責任をもたないこと。因襲に挑むこと。
中和	再努力によって失敗を征服し、埋め合わせること。再び行為を続行して、屈辱をぬぐい去ること。 弱さを克服し、恐怖を抑圧すること。行為によって、不名誉を消すこと。 傷害や困難を求めて克服すること。自尊心と誇りを高く維持すること。
防衛	襲撃、批判、非難に対して自己をまもること。 悪事、失敗、屈辱を隠したり、正当化すること。自我を擁護すること。
恭順	優越している人に敬服し、支持すること。賞賛したり、尊敬したり、賛美したりすること。 味方の影響にもっぱら従うこと。模範に負けまいと努めること。慣習に従うこと。
支配	人の環境を支配すること。暗示、誘惑、説得、命令によって対象の行動に影響をあたえ、導くこと。 拘束、禁止すること。自分の感情傾向や要求に一致させるように相手を働かせること。 相手に協力させること。自分の意見の「正しさ」を相手に納得させること。
顕示	印象付けること。見られたり聞かれたりすること。 他人を興奮させ、驚かせ、魅惑し、方向づけること。思いとどまらせ、禁止すること。
傷害回避	苦痛、肉体的傷害、病気、死を回避すること。危険な事態から逃避すること。 用心深い装置をとること。
屈辱回避	屈辱を避けること。こまることの起きる状況を避けること。軽視、すなわち、他人の嘲笑、冷淡をかうような条件をさけること。失敗がおそろしくて、行動しようとしなないこと。
養護	無力なものの要求を満たし、憐みを与えること。危険に際して人を助けること。 食べさせ、援助し、支持し、慰め、保護し、愉しくてやり、看護し、いやすこと。
秩序	物を整頓すること。清潔、配列、組織化、平衡、こぎれいさ、整然さ、正確さに達すること。
遊戯	「面白さ」のみのために、それ以外の何物をも目的とせず、行動すること。 笑い、冗談をいうことを好むこと。緊張を愉しく和らげることを求めること。 ゲーム、スポーツ、ダンス、宴会、トランプ遊びに参加すること。
感性	感性的印象を求め、愉しむこと。
性	性的関係を形成し促進すること。性関係をもつこと。
救護	味方の同情的援助によって要求が満足させられること。 育てられ、支持され、励まされ、つきそわれ、保護され、愛され、助言され、手をとって導かれ、気ままにさせられ、大目に見られ、慰められること。 献身的な保護者に寄り添っていること。常に支持者を持つこと。
理解	一般的な質問を出したり、解答したりすること。理論に興味をもつこと。 思索し、公式化し、分析し、一般化すること。

(2) D. C. McClelland^{文 140-143)}

Murray 理論は、人間行動一般に関連する欲求を対象としていたが、それを組織の中の人間行動に限定した欲求理論として書き換えた組織研究者が多数現れた。その代表者が、D. C. McClelland や J. W. Atkinson である。彼らは、欲求区分の基礎を Murray の欲求リストに求めており、また欲求の測定方法も Murray が用いた TAT を使用している。

McClelland は、特に Murray の欲求リストの中から 3 つの欲求；達成欲求・親和欲求・支配欲求を選び、業績との関係を研究した。

① 達成欲求

McClelland は、達成を「高い基準によって何かを行なうこと。あるいは簡単にいえば、成功しようという欲望である」と定義した。

達成欲求の強さは、4 種の TAT の絵をスクリーン上に瞬間的に映し出し、それからいくつかの質問で誘導しながら試験者に 5 分間で物語を書いてもらい、研究者が物語を採点することで測定された。

この研究から、「達成欲求の強い人は、達成動機の弱い人よりも学習し、また反応を遂行しようとする」という結果が導かれた。しかし、後の E. G. French の研究により、「達成欲求の強い人が常に課題遂行に励むわけではない。」ということが明らかにされている。

② 親和欲求

親和とは、「他の人たちと仲良くしたい」という欲求である。この欲求の強さも、達成欲求の強さ同様の方法で測定された。

親和欲求については、E. G. French の研究により、「親和に動機づけられたグループは、課題についてのフィードバックを与えられてもそれほど課題をよく行なうことはなかったが、感情的フィードバック(グループの皆一緒にうまくやっている等)を与えられた場合には欲課題を行なう」ことが明確にされた。

③ 支配欲求

支配とは、「他人に衝撃を与えたい、あるいは強い影響を及ぼしたい」という欲求である。この欲求に関しては、達成・親和欲求ほど研究がなされていない。McClelland の研究成果では、「高い支配欲求と高い行動抑制の結合である社会的権力をもつ、いわゆる制度的管理者こそが有能で良い管理者である」としている。

しかし、McClelland の行なった研究は、

- ・ TAT を用いているため、研究者の分析能力により結果に差が生じる、あるいは研究者の主観の影響を受けていること

- ・ Murray の欲求リストから、わずか 3 つの欲求を扱ったに過ぎないという問題点がある。

3-2 欲求の構造や関係性の理論化を目指した研究

(1) A. H. Maslow 文 8,140)

Murray の欲求リストから欲求間の関係を考察し、モチベーション理論を構築したのが Maslow である。Maslow は、欲求を 5 つに分類し、その 5 つは優勢度をもつ階層を形成しているとは仮定した。Maslow が仮定した 5 つの欲求を優先度順に示すと、

- ① 生理的欲求：人間が生存し自己を維持することに対する欲求
- ② 安全の欲求：安全な状況を望み、不確実な状況を回避しようとする欲求
- ③ 所属と愛の欲求：社会的欲求とも呼ばれ、集団への所属、友情・愛情を求める欲求
- ④ 自尊・承認の欲求：他人から尊敬や地位や、自律的な思考や行動を求める欲求
- ⑤ 自己実現の欲求：自己の成長や発展の機会や、潜在能力の実現を求める欲求となる。

Maslow は、上述の 5 つの欲求階層を仮定した上で、さらに欲求満足化行動が低次欲求から高次欲求へ 1 つずつ段階的に移行していくと仮定した。つまり、すべての欲求が満足されていない時、優勢度の一番強い生理的欲求が個人の行動を支配することになり、すべての行動は生理的欲求を満たすために生じることになる。そして行動により生理的欲求が満足すると欲求の重要度が減少し、次の安全の欲求が現れるとした。また、自己実現の欲求に関しては、満足されても欲求は減少せず、増加するとした。

Maslow の理論は、Maslow 自身の臨床経験から生まれたもので、欲求の階層性という大胆な仮定をおいたことで、有名な研究となった。

この理論は発表されて以来、多くの研究者に影響を与えたが、いくつかの批判もされている。一つ目は、欲求は本当に階層を形成しているのかということ。二つ目は、欲求階層が 5 つなのかということ。三つ目は、Maslow は前述の欲求の優勢度を仮定しているが、これが入れ替わることはないのかということ。四つ目は、Maslow の考えでは、人間の行動を支配しているのは現に出現している 1 つの欲求だけということになっているが、2 つの欲求が同時に出現することはないのかということ。以上の 4 点が、批判の対象となり、理論を実証するために数多くの研究がなされている。

(2) C. P. Alderfer 文 8,140)

Maslow が欲求階層説を発表して以来、この理論の欠陥を克服するために Maslow の欲求階層説を部分的に修正しようという試みがなされてきた。その代表的なものは、Alderfer の理論である。Alderfer は、Maslow の 5 つの欲求区分が曖昧であることを曖昧であることを指摘し、分類の再構成・簡略化を試み、以下の 3 つの欲求を提示した。

- ① 生存(Existence)の欲求：
飢えや乾きを癒したいという生理学的欲求、お金や物を手に入れたいという経済的欲求
- ② 人間関係(Relatedness)の欲求：
家族・所属組織のメンバー、友人などといった他人との関係に対する欲求をさす。

③ 成長(Growth)の欲求：

自分の能力を最大限に発揮して、人間らしく生きたいという欲求をさす。

Alderfer の理論は、上記 3 つの欲求の頭文字をとり、ERG 理論と呼ばれている。Maslow と Alderfer の欲求の分類を対比すると、表 A-4 のようになる。

表 A-4 Maslow と Alderfer の欲求の分類の対比

Maslow の分類	Alderfer の分類
生理的欲求	生存の欲求
安全欲求(物的)	
安全欲求(对人的)	人間関係の欲求
所属と愛の欲求	
自尊欲求(对人的)	
自尊欲求(自己確認的)	成長の欲求
自己実現欲求	

ERG 理論は、次の 7 つの命題をもつ。

命題 1 生存欲求が満たされなければ満たされないほど、生存欲求の充足が望まれる

命題 2 関係欲求が満たされなければ満たされないほど、より一層生存欲求の充足が望まれる

命題 3 生存欲求が満たされれば満たされるほど、より一層関係欲求の充足が望まれる

命題 4 関係欲求が満たされなければ満たされないほど、より一層関係欲求の充足が望まれる

命題 5 成長欲求が満たされなければ満たされないほど、より一層関係欲求の充足が望まれる

命題 6 関係欲求が満たされれば満たされるほど、より一層成長欲求の充足が望まれる

命題 7 成長欲求が満たされれば満たされるほど、より一層成長欲求の充足が望まれる

以上のような命題をもつ ERG 理論は、幾つかの研究により支持されているが、十分に検証されていないのが現状である。そのため、より一層の検証が必要といえる。

4. 欲求の測定方法^{文 19,140)}

欲求を測定する方法は、少なくとも 2 つあるとされる。1 つ目は、前述した課題統覚検査 (TAT) のような投影法である。マアレー系統の欲求理論では、そのほとんどがこの方法で欲求測定を行っている。2 つ目の方法は、質問紙調査法である。これは、被験者に、質問表を配布し、回答してもらうことで欲求測定を行う。

質問紙調査法では、被験者はしばしば質問の内容や自分の反応のもつ意味に気付き、そ

のため反応に歪みが生じる可能性がある。しかし、投影法では、そのような危険性はほとんどなく、被験者の内的な側面が素直に表れる。したがって、質問紙調査法では測定できなかった欲求を測定できる可能性があるが、投影法の測定結果を解釈し、欲求を分析する過程は複雑であり、検査者が相当の訓練を受ける必要がある。

付録 B 発想法について

本研究では、アイデア出しの際に発想法を用いた。本文中において、発想法に関する詳細な説明を省略したため、付録 B において補足説明を行う。発想法とは、決められた過程に沿って考えていくことで、結果的にアイデアを得る方法である^{文 144,145}。代表的なものとして、ブレインストーミング、マインドマップ、KJ法などがあげられる。発想法を用いれば必ず優れたアイデアが得られるというわけではないものの、やみくもにアイデアを発想しようとするよりもはるかに効率的にアイデアを得られる。付録 B では、特に研究で用いたブレインストーミングと KJ法についての説明をする。

(1) ブレインストーミングとは^{文 144,145}

ここでブレインストーミングとは、広告代理店 BBDO 社のアレックス・オズボーンが 1930 年代の終わりに作った、現在世界で最も広く使われている発想法である。会議形式で行うアイデア発想法であるが、下記の 4 つのルールに従うことが原則とされている。

- ① 批判一切お断り
- ② 自由奔放
- ③ 量を求む
- ④ 組み合わせ・改善

四つのルールを設定した背景には、「判断の保留」および「量が質を生む」と考えがある。前者の「判断の保留」については、アイデアを作る段階ではアイデアを出すことのみ専念し、出されたアイデアの評価を一切行わないという考え方である。この考え方に基づき、ブレインストーミングでは、「そのようなアイデアは現実的でない」「そのアイデアは既に世に出ている」などの批判は禁句とされている。後者の「量が質を生む」については、アイデアの数をたくさん出すことによって結果的に良いアイデアが得られるという考え方である。オズボーンは、「ブレインストーミングで出た最後の 50 のアイデアは、最初の 50 のアイデアよりも質的にずっと高いものになっている」と述べている。このことは、様々な情報が場に提供されることで、新たな組み合わせ・改善が試みられるためであると考えられる。一方で、多くの量を得ることが目的であっても、ブレインストーミングを最も効率的に行うことのできる時間の目安は 30 分から 1 時間とされている。これは、時間がながくなるにつれて参加者の集中力が低下するためである。また、参加者の人数は 5 名前後が適切であるとされる。人数が多ければ多いほど多様なアイデアが得られる可能性があるものの、人数が多いために発言しなくてもかまわない、発言しにくいなどの心理が生まれてしまうためである。その他、ブレインストーミングによって高い効果を得るための工夫としては、

- ① テーマを絞ること
- ② 参加者のバックグラウンドが多様であること
- ③ 参加者に事前準備をしてもらうこと

④ 司会者が計画的に会議の進行を図ること
 などがある。特に、最後に挙げた司会者の役割は重要である。より効率的にアイデアを得るための時間設定や、発想を刺激するための資料の提示のタイミングなどを適切に行う必要がある。

(2) KJ法とは^{文25)}

KJ法は、ブレインストーミングと並んで広く利用される技法である。文化人類学者の川喜田二郎が開発し、開発者の頭文字を取って名付けられた。単にアイデアを発想するだけでなく、雑多なデータをもとに仮説をまとめたり、様々な側面を検討したりしながら全体像を組み立てることに向いている。KJ法は、以下の手順により実施する。(図 B.1①~④)

- ① 設定したテーマに対するアイデア等を一つずつラベルに記入する。(図 B.1①)
- ② 類似したラベルを集めてグループを作り、グループに名前をつける。さらに、二段目のグループ、三段目のグループと、これ以上分類できない段階までグループ分けを繰り返す。(図 B.1②)
- ③ 関係が深いと思われるグループ化されたカード同士を近くに置き、カードやグループ間の関係などを書き込む。(図 B.1③)
- ④ ③においてわかったものを文章化する。この時、1つの文章として帰結しない場合は、配置を変えてみる等の調整をする。(図 B.1④)

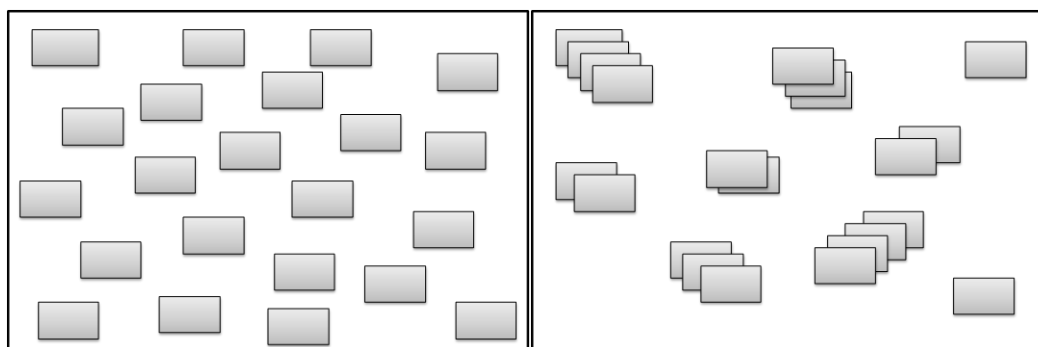


図 B.1① アイデアの発想

図 B.1② アイデアのグループ化

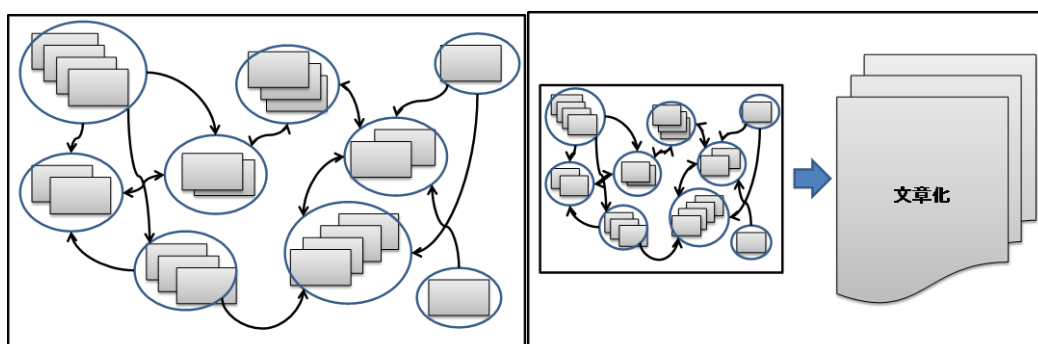


図 B.1③ グループ間の関係の把握

図 B.1④ 文章化

以上の一連の作業を通して、アイデアを発想する。配置やグループ化も、あらかじめ設定した仮説に従うのではなく、カードに書いてあることから感じられることに基づいて作業することが KJ 法の醍醐味である。個人やグループワークでも使用でき、同じ項目でも配置によって違うアイデアが発想できる可能性がある。

欲求のリスト化に向けたブレインストーミング

本日のブレストは、人の行動の要因（欲求）を把握することを目的としています。この調査では、本アンケート票への記入と、ブレストの実施をお願いしております。

本調査で得られたデータは、個人が特定できないように加工した上で、修士研究と研究に関連する投稿論文にのみ用い、その他では使用いたしません。また、データが漏えいしないよう、厳重に管理いたします。

アンケート票への記入およびブレストは、40分程度要します。ご協力、どうぞよろしくお願いいたします。

1. 本日の流れ（1分）

- (1) 属性調査（作業：アンケート票への記入）
- (2) 内容理論の説明（説明：欲求って何かを説明）
- (3) 行動の理由分析（作業：なぜなぜ分析による欲求抽出）
- (4) ポストイットへの記入（作業：抽出された欲求の post it への記入）
- (5) ブレスト実施（作業：post it の内容をもとにブレスト）

2. 属性調査（1分）

質問1 名前（下記にご記入ください。）

質問2 性別（あてはまる□に✓印をご記入ください。）

 男

 女

質問3 年齢（あてはまる□に✓印をご記入ください。）

 20歳未満

 20代

 30代

 40代

 50代

 60代

 70歳以上

質問4 職業（下記にご記入ください。）

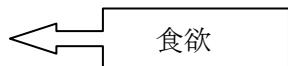
3. 内容理論とは？（2分）

内容理論とは、「人間は基本的に、欲求を充足しようとして行動する」という考えです。つまり、「全ての行動は“欲”を満たした結果である」ということ。

例) 行動：ご飯を食べる

↓ why?

理由：お腹がすいた



★行動をなぜなぜ分析すると、欲が抽出することができます。

#理由は、必ずしも一つになるとは限りません。

#why?は、1度だけでなく、数回繰り返す必要が場合もあります。

4. 行動の理由分析 (3 ~ 4分×3)

目的は、行動を行った根本の理由（欲求）を抽出することです。

これから、3つのテーマを提示します。テーマに適する行動を上げて下さい。その行動を、各自でなぜなぜ分析をして下さい。なぜなぜ分析のプロセスは、本アンケート票に記入して下さい。

#1つのお題に適する行動は、複数あっても構いません。

#1つの行動をなぜなぜ分析して抽出できる理由は、1つとは限りません。

(1) 最近新たにはじめたこと

もしくは、レジャーや遊びに行ったこと

付録 C

(2) 誰かに何かをしてあげたこと

付録 C

(3) 誰かから何かをしてもらったこと

付録 C

5. ポストイットへの記入(1分・1分・2分×5人)

- (1) 分析した結果の、「行動」と「根本の理由（欲求）」を○で囲って下さい。
- (2) **ピンク**のポストイットに、**行動**を記入して下さい。
水色のポストイットに、**理由**を記入して下さい。
- (3) 1人ずつポストイットに記入した内容を発表して下さい。
Ex.行動は○○、この理由は○○
- (4) 他の人が発表しているとき、他の人の行動を自分が行うことを想像して下さい。
その際、その行動をとる根本の理由（欲求）も考え、**水色**のポストイット記入して下さい。

6. ブレストの実施(8分・5分・5分)

- (1) ○○行動をとる根本の理由を考え、**ピンク**のポストイットに**行動**を、**水色**のポストイットに**理由**を記入して下さい。必ず、“行動”と“理由”セットで考えて下さい。

“○○行動”が思いつかない場合は、以下の行動を参考にして下さい。

- ・お母さんに誕生日プレゼントを渡す
- ・子供のために食事を用意する
- ・ジェットコースターに乗る
- ・マッサージに通う
- ・ボランティアに参加する
- ・ボランティア団体に支援する
- ・募金する
- ・徒競走で1位になる
- ・修士研究を頑張る

- (2) 1人ずつポストイットに記入した内容を発表して下さい。
Ex.行動は○○、この理由は○○
- (3) 他の人が発表しているとき、他の人の行動を自分が行うことを想像して下さい。
その際、その行動をとる根本の理由（欲求）も考え、**水色**のポストイット記入して下さい。

本日のブレストは以上になります。長時間、ご協力ありがとうございました。
 今後は、欲を刺激する方策のブレストの実施を行いたいと思っております。
 その際も、ご協力どうぞ宜しくお願い致します。

付録 D ソーシャルビジネス 55 選の分類について

第 3 章において、ソーシャルビジネス 55 選の調査・分析を実施した。分析過程において、ソーシャルビジネス 55 選のビジネスモデルの形態が、いくつかに分類できる事を確認した。この結果を本付録に載せる。

1. ビジネスモデルの形態

基本的に、ビジネスモデルは、大きく(1)2 者間のやり取りと、(2)3 者以上のやり取りの 2 つに分類できる。また、さらに(1)2 者間のやり取りと(2)3 者以上のやり取りは、①自分も相手も何かを受け取るやり取りと、②相手のみ何かを受け取るやり取りの 2 つに分類できる。以上のやり取りの形態を、以下に図と共にのせる。

(1) 2 者間のやり取り

① 自分も相手も何かを受け取るやり取り

2 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りとして、図 D.1 に、“お金”と“食べ物”のやり取りの例を示す。

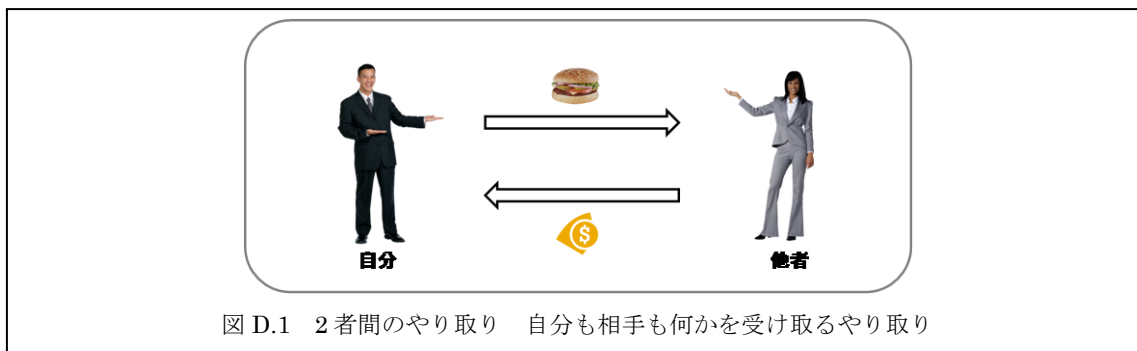


図 D.1 に示すように、2 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、“物々交換”に相当する。この時、特に一方が“お金”を受け取る仕組みを組み込めば、ビジネスとなる。

次に、欲求との関係を図 D.1①～③に示す。

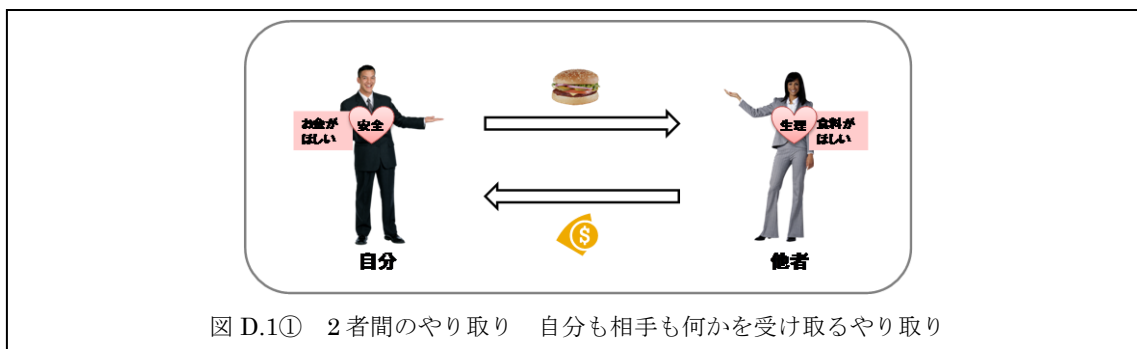


図 D.1①に示すように、自分も相手も何かを受け取る仕組みでは、自分・他者共に、欲求の対象が“自分”，欲求の動作主が“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

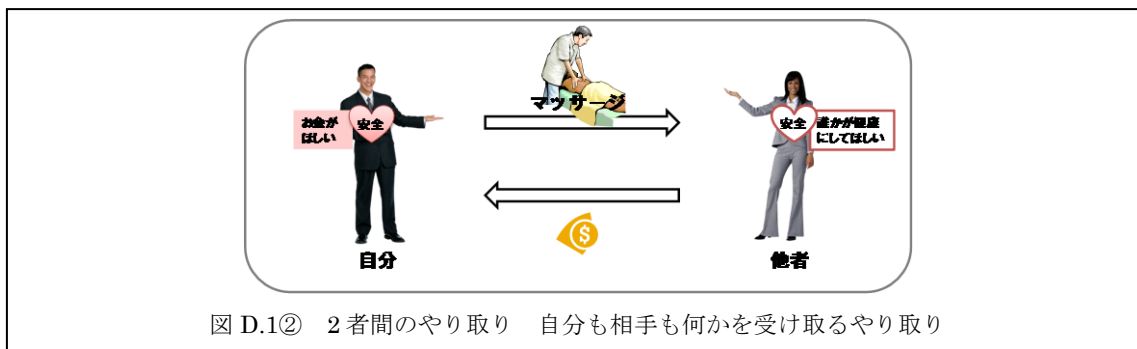


図 D.1②に示すように、自分も相手も何かを受け取る仕組みでは、自分が、欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)を、他者が、欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きのハートマーク)を充足できる。

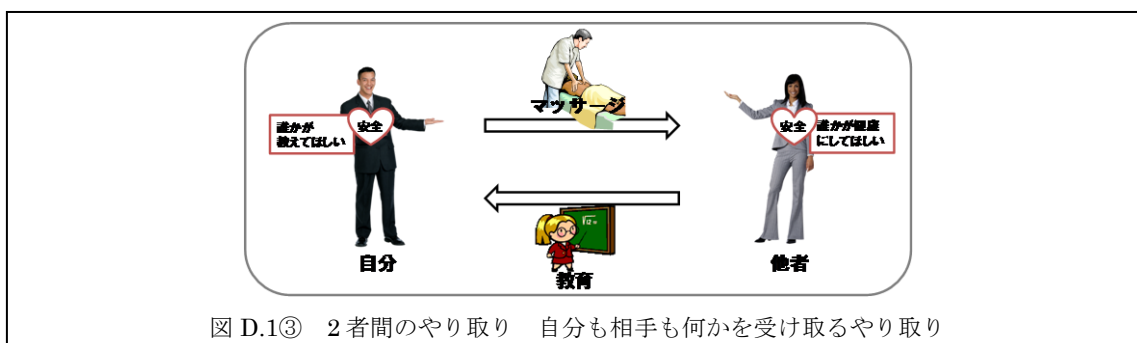


図 D.1③に示すように、自分も相手も何かを受け取る仕組みでは、自分・他者共に、欲求の対象が“自分”，欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きのハートマーク)が充足できる。

以上のように、図 D.1 に示すような 2 者間の自分も相手も何かを受け取る仕組み(≒物々交換)は、自分と相手がやり取りするという形式は同じだが、その行為に至る欲求の組み合わせには複数のパターンがあることがわかった。

② 相手のみが何かを受け取るやり取り

2者間の相手のみが何かを受け取るやり取りとして、図 D.2 に、“食べ物”を提供するやり取りの例を示す。

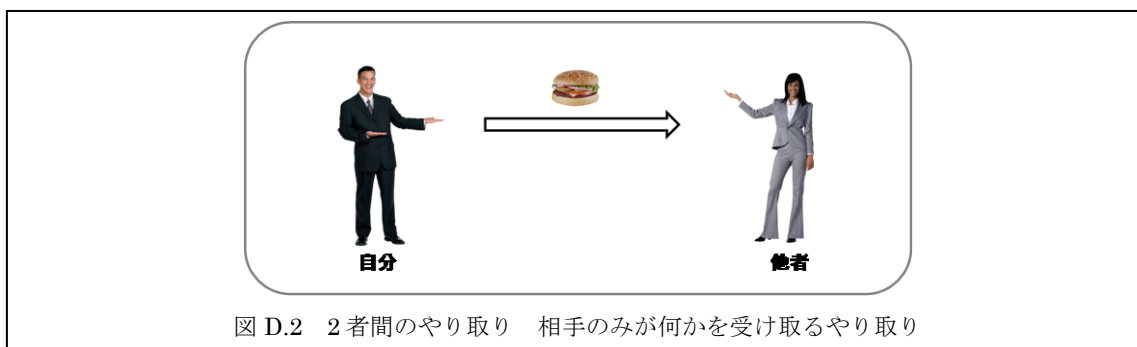


図 D.2 に示すように、2者間の相手のみが何かを受け取るやり取りは、“寄付”や“募金”に相当する。

次に、欲求との関係を図 D.2①に示す。

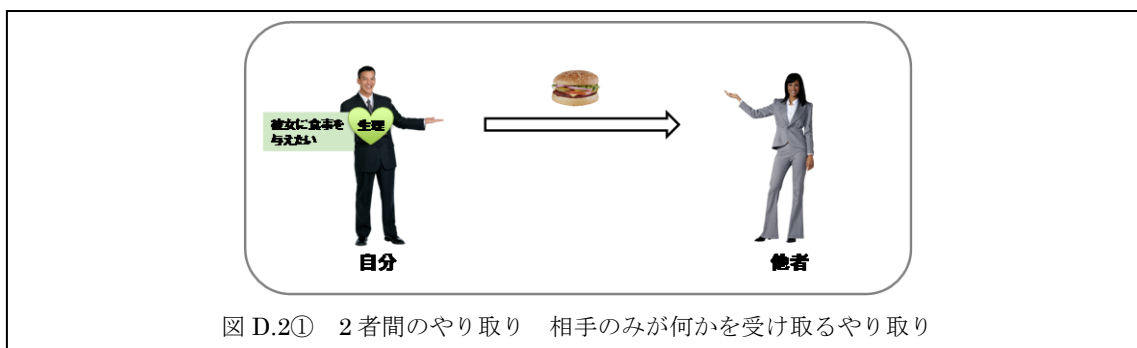
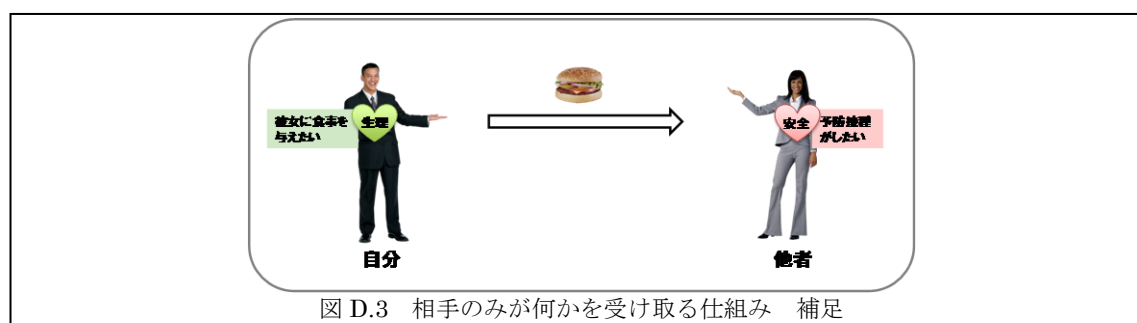


図 D.2①に示すように、相手が何かを受け取る仕組みでは、自分の、欲求の対象が“他者”，欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

特に、相手が何かを受け取る仕組みでは、図 D.3 に示すように、他者が求めているものを提供する、すなわち“ありがた迷惑”になる可能性がある。



このようなことを避けるためにも、事前に“他者”のニーズを把握し、そのニーズに応える物やサービスを提供する必要がある。

人は、自分は目に見える製品やサービスを受け取らないが、上記のような他者を助ける寄付やボランティア活動を行う。従来の CVCA では、図 D.2 に示すような寄付を、人がなぜ実施するのかを言及できていない。しかし、図 D.2①のように欲求構造分析を用いて、ステークホルダーの欲求を明記することで、寄付という行動による“自分自身が満足する”という、つまり“欲求が充足できている”ということを示視化できている事がわかる。

さらに、ビジネス等に巻き込みたいと思う人物がどのような欲求を持っているかを調査・可視化できる欲求構造分析は、図 D.3 のような事態(ありがた迷惑)を避けるためにも有効だと考えられる。

(2) 3者以上のやり取り

ここでは、わかりやすい例を示すため、3者のやり取りを例に説明する。

① 自分も相手も何かを受け取るやり取り(3者の場合)

3者の自分も相手も何かを受け取るやり取り、図 D.4 に、自分と他者1が“お金”を、他者2が“食べ物”を受け取るやり取りの例を示す。

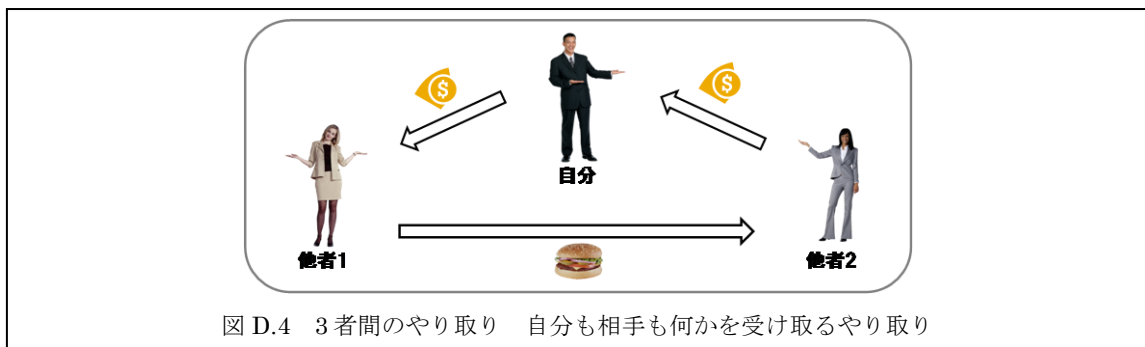


図 D.3 に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、特に自分と他者2のやり取りの間に他者1が仲介しているとも見る事が出来る。このように、3者以上の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、2者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りに、仲介者をどんどん増やすことで作ることができると考えられる。

次に、欲求との関係を図 D.4①～⑫に示す。

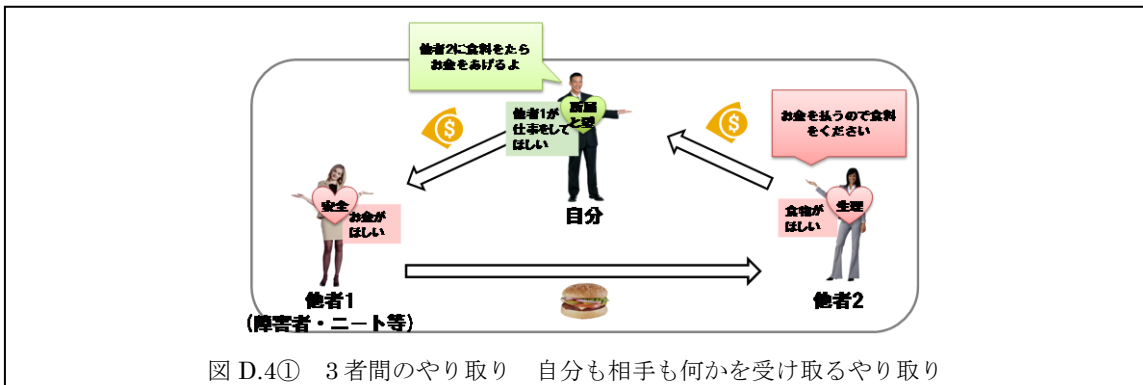


図 D.4①に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者1・2は共に欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

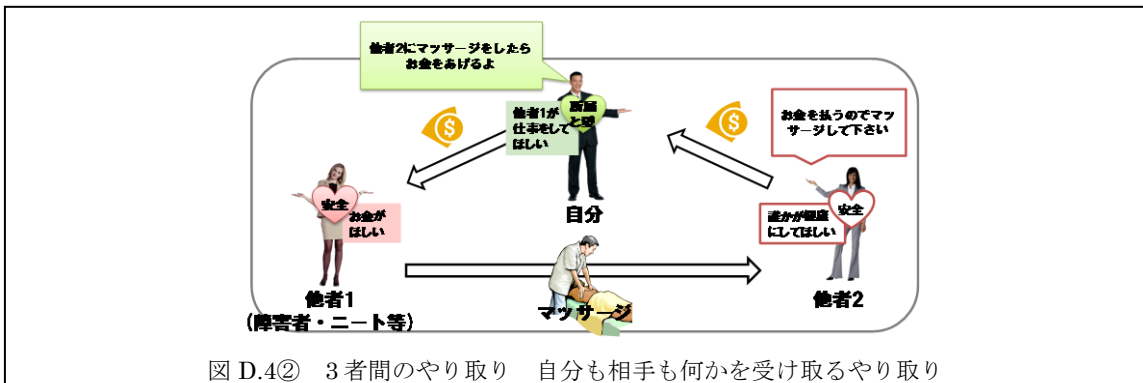


図 D.4②に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者1の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者2の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きのハートマーク)が充足できる。

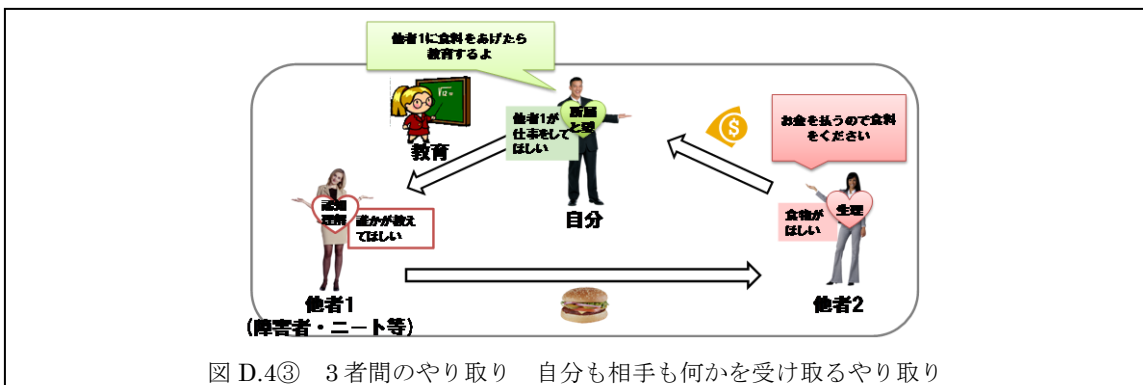


図 D.4③に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の

対象が“他者”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者1の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きのハートマーク)が、他者2の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

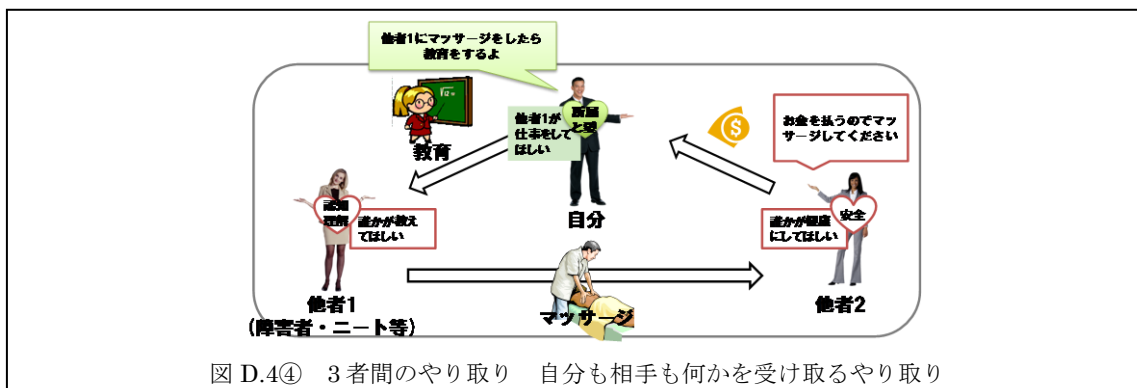


図 D.4④に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者1・2は共に欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きのハートマーク)が充足できる。

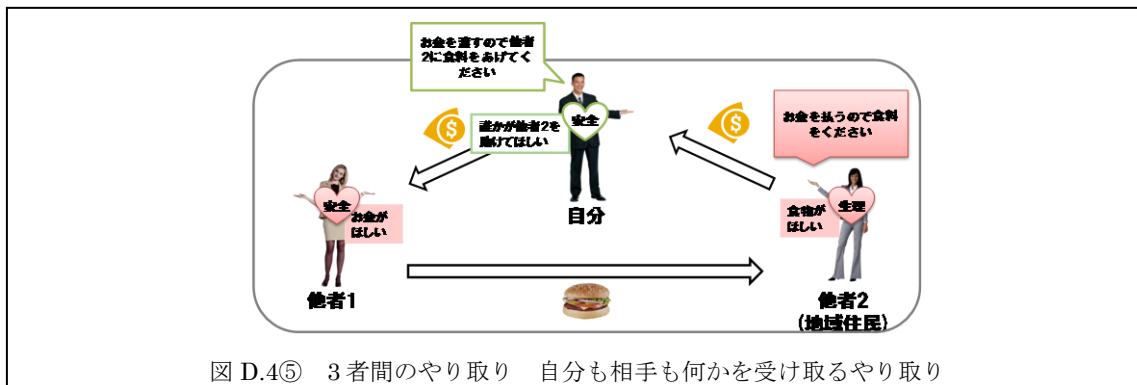


図 D.4⑤に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(緑色・白抜きのハートマーク)が、他者1・2は共に欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

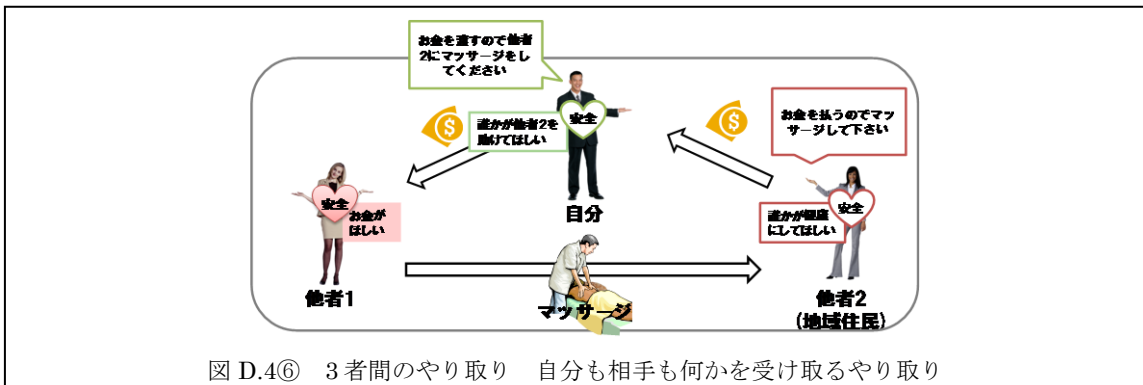


図 D.4⑥ 3者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4⑥に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者1の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者2の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が充足できる。

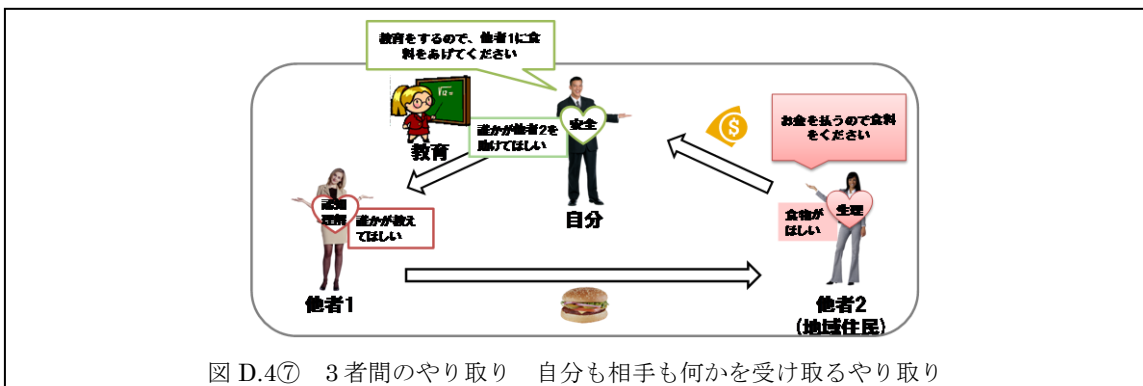


図 D.4⑦ 3者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4⑦に示すように、3者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象と動作主が“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者1の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が、他者2の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

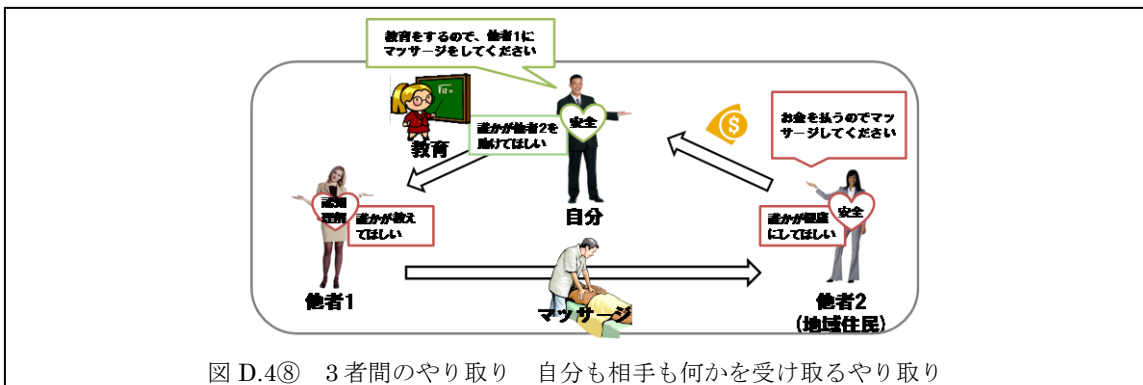


図 D.4⑧ 3者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4⑧に示すように、3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象と動作主が共に“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者 1・2 は共に欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が充足できる。

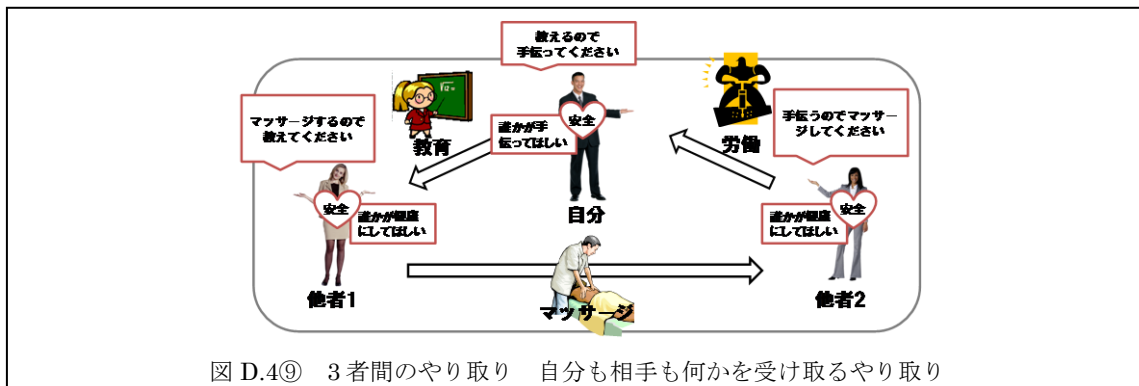


図 D.4⑧ 3 者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4⑨に示すように、3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分・他者 1・2 は共に欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が充足できる。

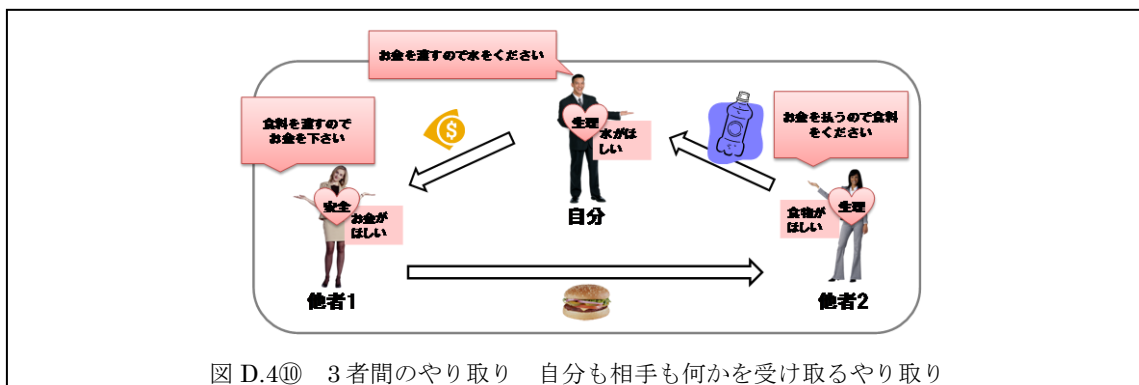


図 D.4⑨ 3 者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4⑩に示すように、3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分・他者 1・2 は共に欲求の対象・動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

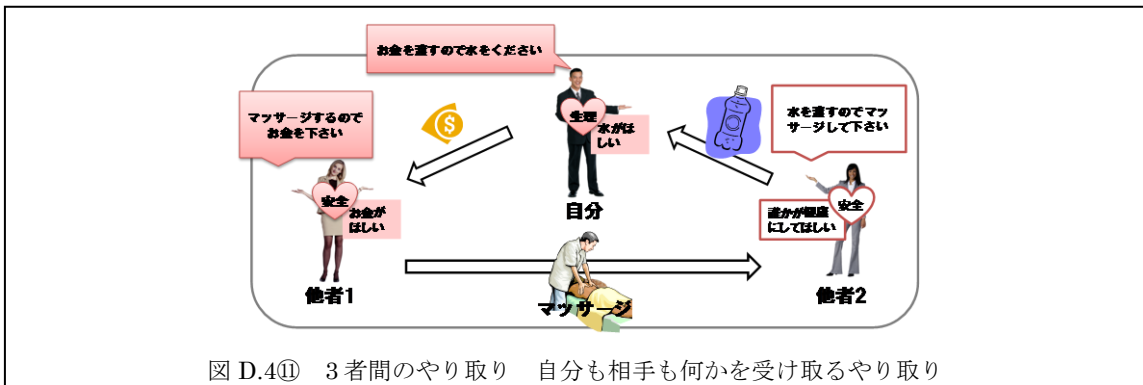


図 D.4① 3 者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4①に示すように、3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分と他者 2 の欲求の対象・動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が、他者 1 の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

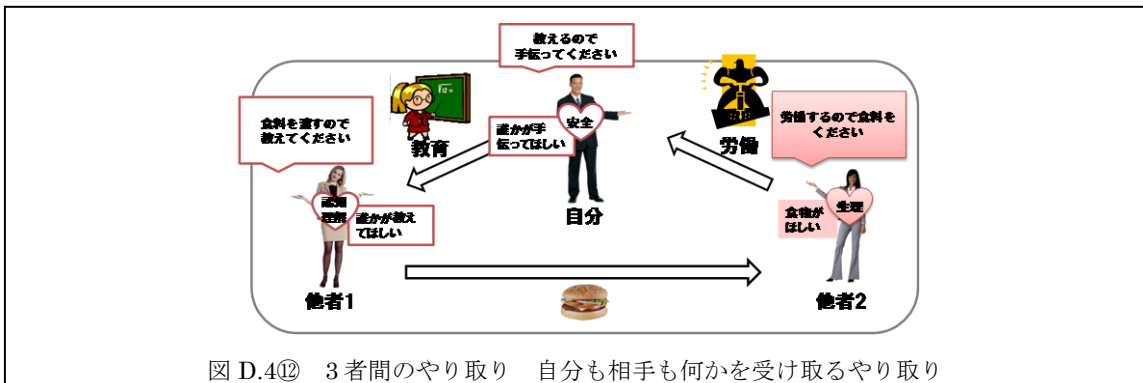


図 D.4② 3 者間のやり取り 自分も相手も何かを受け取るやり取り

図 D.4②に示すように、3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分と他者 1 の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が、他者 2 の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

以上のように、図 D.4 に示す 3 者間の自分も相手も何かを受け取るやり取りは、自分と他者二人がやり取りするという形式は同じだが、その行為に至る欲求は複数のパターンがあることがわかった。また、ステークホルダーが 3 者以上登場する場合であっても、欲求の組み合わせのパターンが複数存在すると考えられる。

② 相手のみが何かを受け取るやり取り(3 者の場合)

3 者の相手のみが何かを受け取るやり取り、図 D.5 に、他者 1 を介して他者 2 が“食べ物”を受け取るやり取りの例を示す。

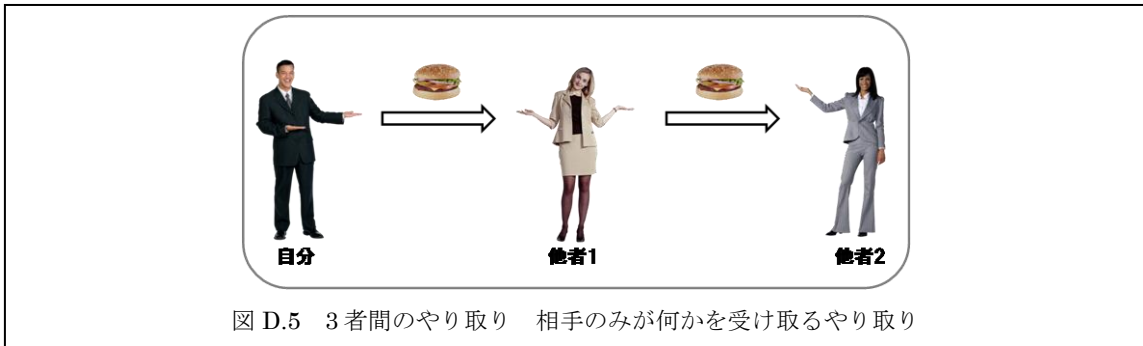


図 D.5 に示すように、3者間の相手も何かを受け取るやり取りは、特に自分と他者2のやり取りの間に他者1が仲介しているとも見る事が出来る。このように、3者以上の相手のみ何かを受け取るやり取りは、2者間の相手のみ何かを受け取るやり取りに、仲介者をどんどん増やすことで作ることができると考えられる。

次に、欲求との関係を図 D.5①～③に示す。

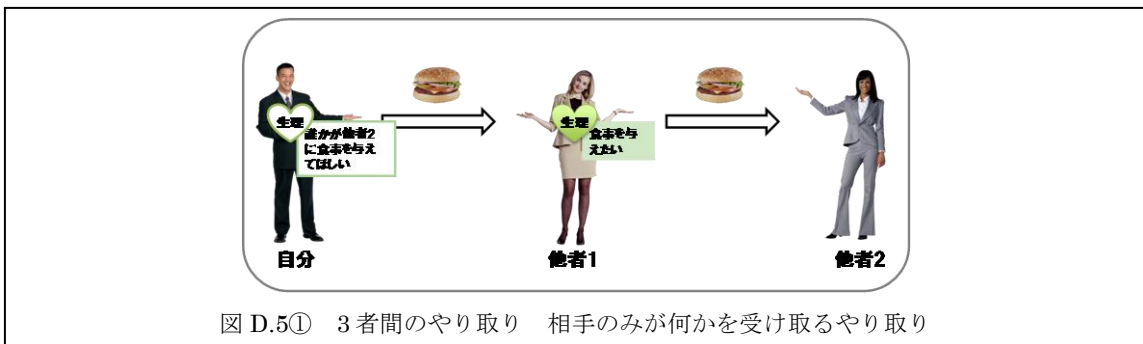


図 D.5①に示すように、3者間の相手のみ何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象と動作主が共に“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者1の欲求の対象が“他者”で、欲求の動作主が“自分”である欲求(緑色・塗りつぶしハートマーク)が充足できる。

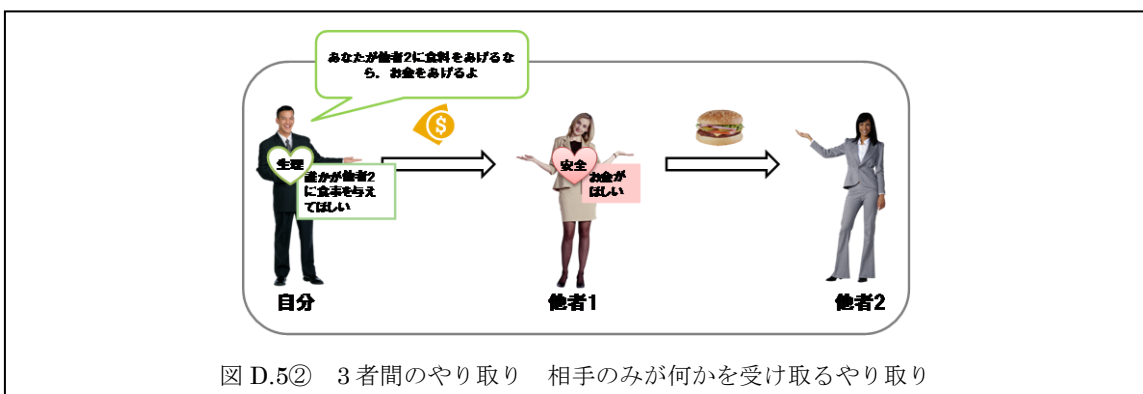


図 D.5②に示すように、3 者間の相手のみ何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象と動作主が共に“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者1の欲求の対象と動作主が共に“自分”である欲求(赤色・塗りつぶしのハートマーク)が充足できる。

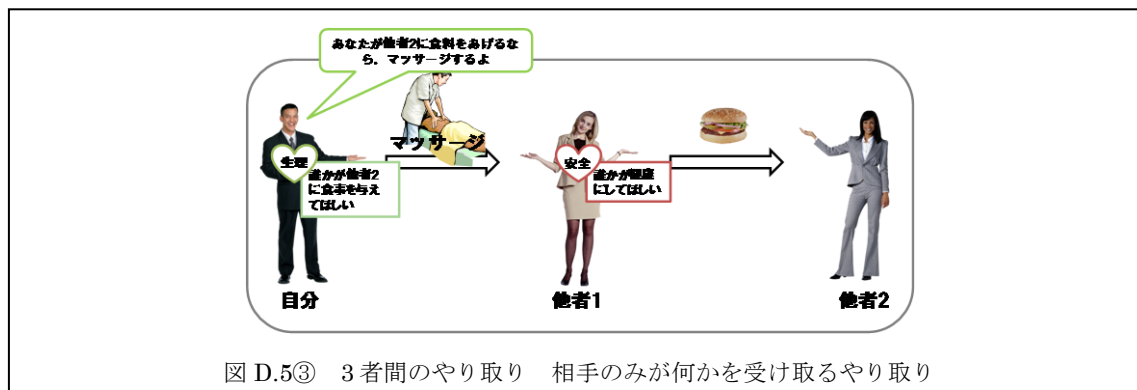


図 D.5②に示すように、3 者間の相手のみ何かを受け取るやり取りは、自分の欲求の対象と動作主が共に“他者”である欲求(緑色・白抜きハートマーク)が、他者1の欲求の対象が“自分”で、欲求の動作主が“他者”である欲求(赤色・白抜きハートマーク)が充足できる。

以上のように、図 D.5 に示す 3 者間の相手のみ何かを受け取るやり取りは、自分と他者二人がやり取りするという形式は同じだが、その行為に至る欲求は複数のパターンがあることがわかった。また、ステークホルダーが 3 者以上登場する場合であっても、欲求の組み合わせのパターンが複数存在すると考えられる。ただし、連鎖のスタートである人物(図 D.5 における“自分”)は、必ず利他的欲求をもつと考えられる。

2. 分類結果

本項では、ソーシャルビジネス 55 選を、(1)において 2 者間のやり取りと発展型、(2)において 3 者以上のやり取りと発展型、で分類した結果を載せる。

(1) 2 者間のやり取り

ソーシャルビジネス 55 選の中より、2 者間のやり取りの事例を、図 D.6①～⑮に示す。ここでは、全ての事例において、①自分も他者も何かを受け取るやり取りと②他者のみが何かを受け取るやり取りを含むため、区別せず示す。

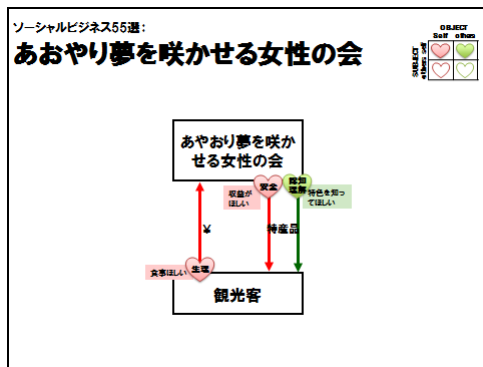


図 D.6① あやおり夢を咲かせる女性の会

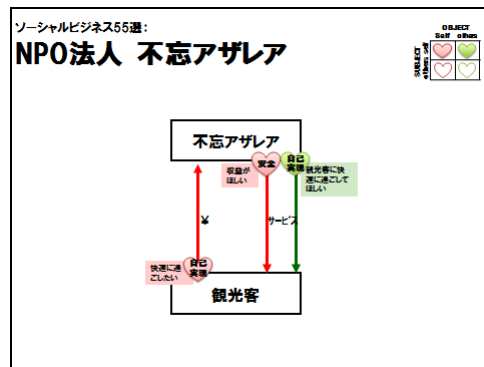


図 D.6② 不忘アザレア

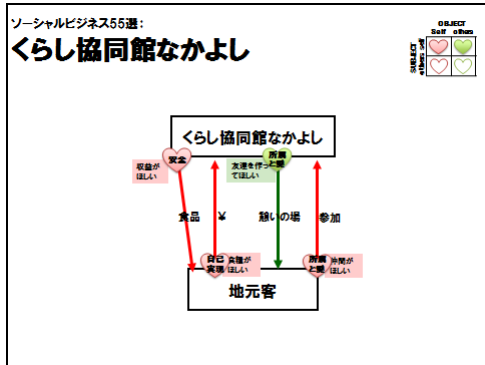


図 D.6③ 暮らし協同館なかよし

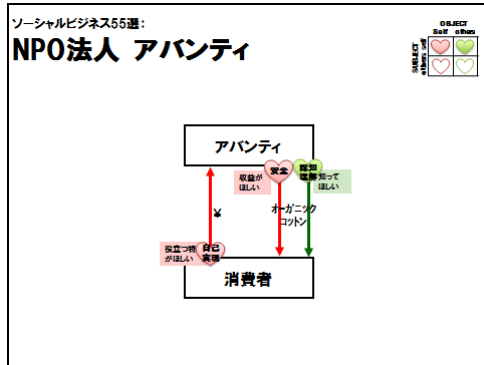


図 D.6④ アバンティ

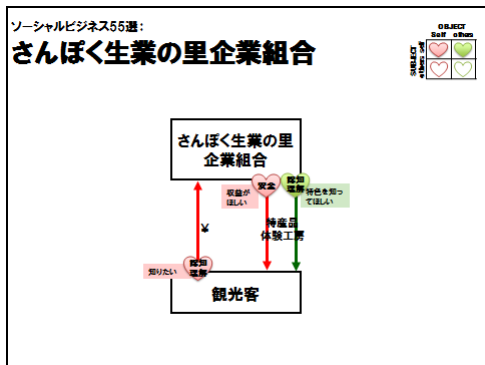


図 D.6⑤ さんぼく生業の里企業組合

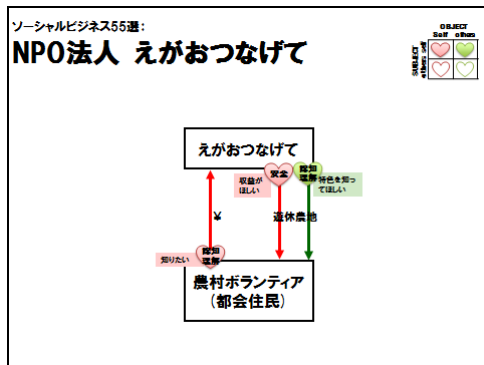


図 D.6⑥ えがおつなげて

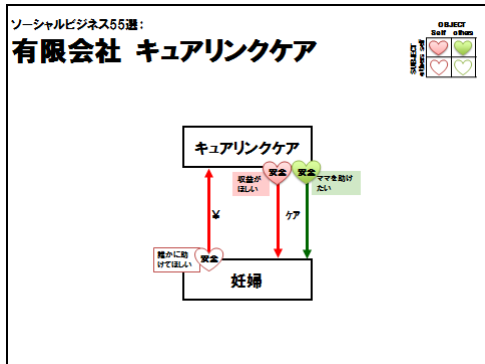


図 D.6⑦ キュアリンクケア

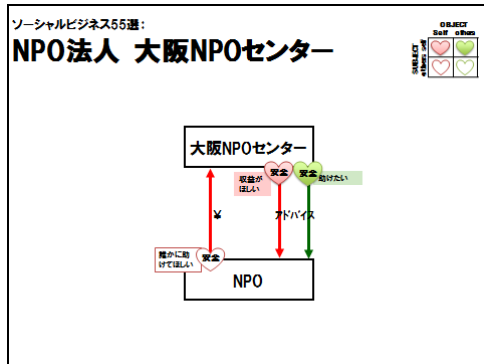


図 D.6⑧ 大阪 NPO センター

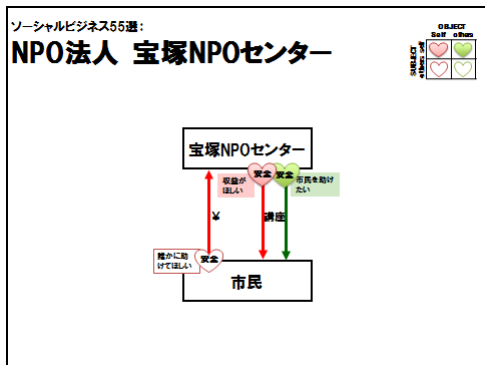


図 D.6⑨ キュアリンクケア

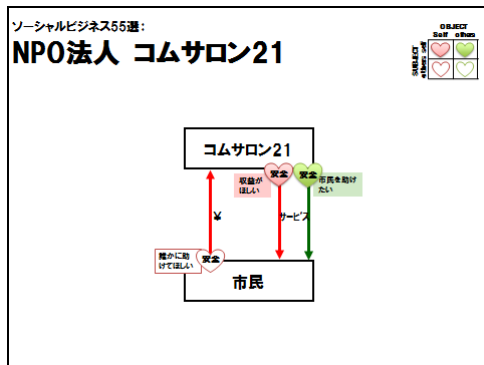


図 D.6⑩ 大阪 NPO センター

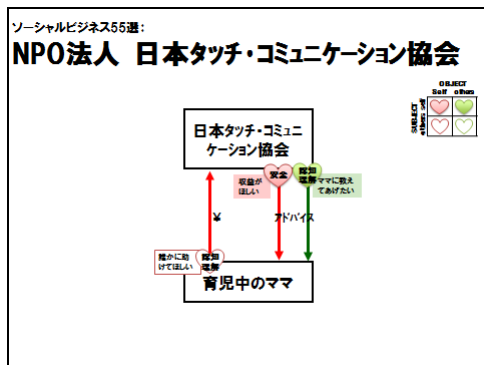


図 D.6⑪ 日本タッチ・コミュニケーション

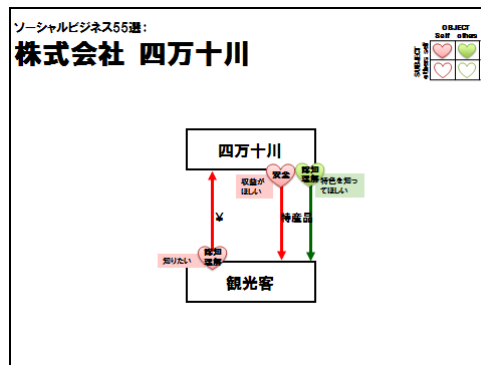


図 D.6⑫ 四万十川

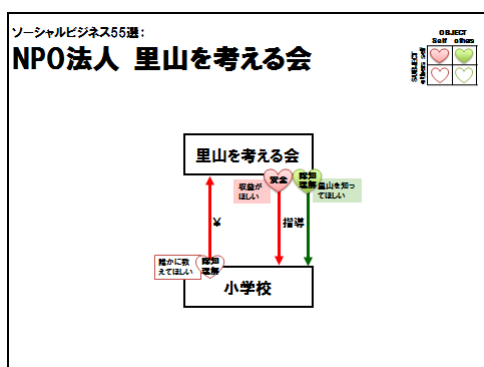


図 D.6⑬ 里山を考える会

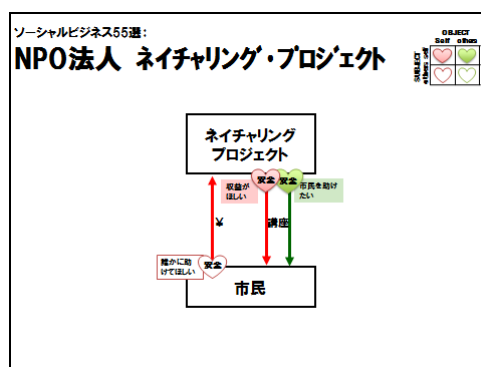


図 D.6⑭ ネイチャリング・プロジェクト

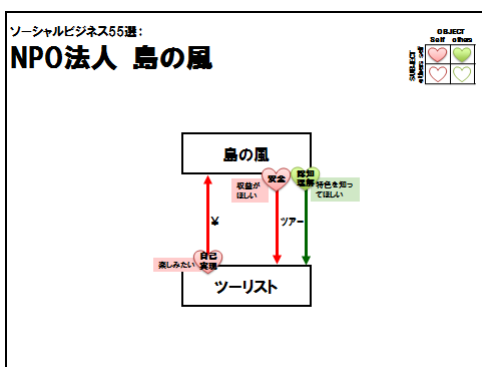


図 D.6⑮ 島の風

図 D.6①～⑮に示すように、ソーシャルビジネス 55 選は、図 D.2①と、図 D.1①もしくは②を合わせたやり取りであることがわかった。特に、ソーシャルビジネス 55 選の設立経緯を調査すると、図 D.2①の仕組み(利他的な仕組み)を構築することを目標としていることから、これらの事例では、利他的な行為をサステナブルに実行していくために、対価としてお金を得る仕組み(図 D.1①)を導入していると考えられる。

次に、2 者間のやり取りを同時に複数行っている団体を示す。図 D.7①～⑦には、2 者間のやり取りが 2 つ合わさった事例を、図 D.7⑧～には 3 つ合わさった事例を示す。

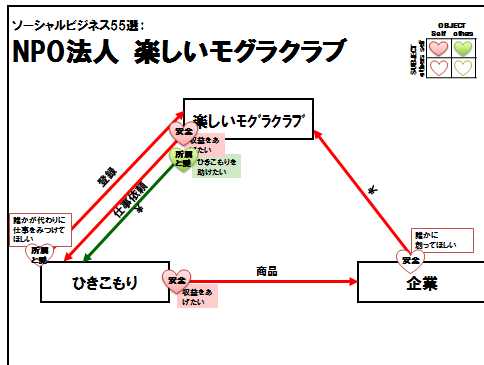


図 D.8① 楽しいモグラクラブ

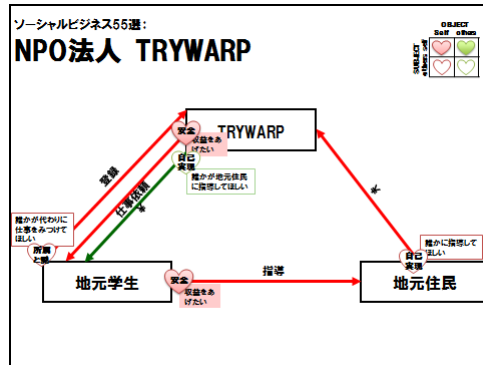


図 D.8② TRYWARP

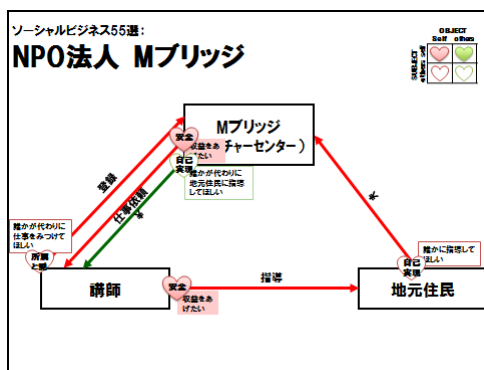


図 D.8③ Mブリッジ

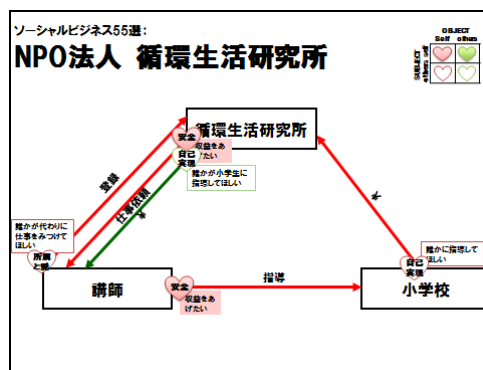


図 D.8④ 循環生活研究所

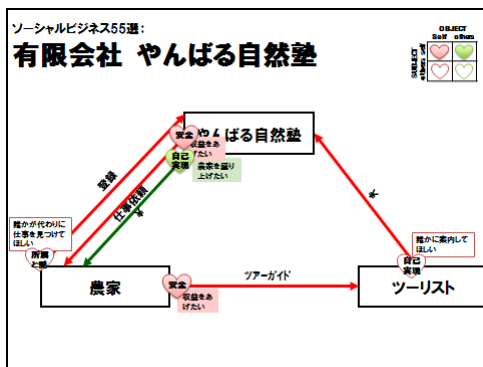


図 D.8⑤ やんばる自然塾

<発展形>

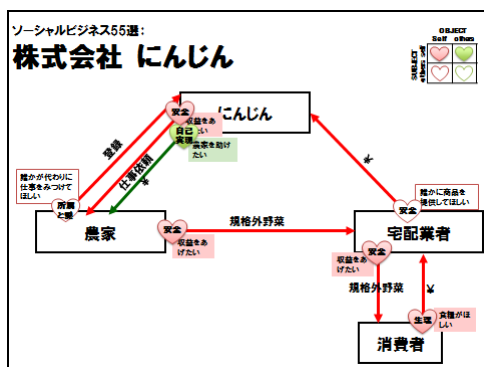


図 D.8⑥ にんじん

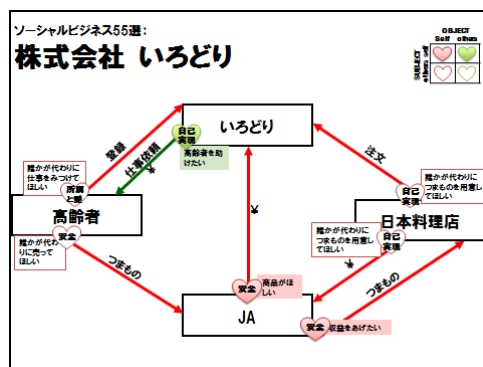


図 D.8⑦ いろどり

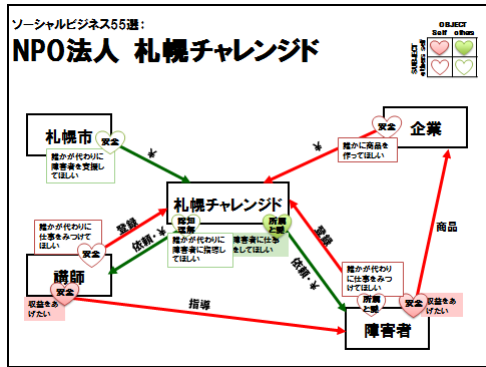


図 D.8⑧ 札幌チャレンジド

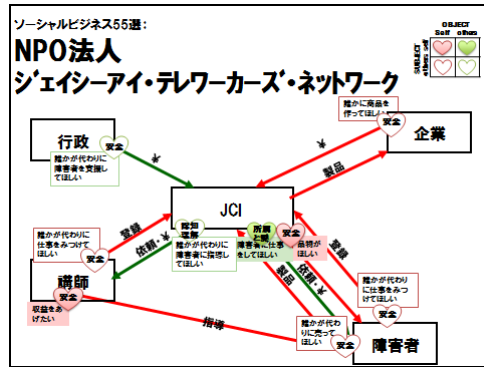


図 D.8⑨ ジェイシーアイ・テレワーカーズ・ネットワーク

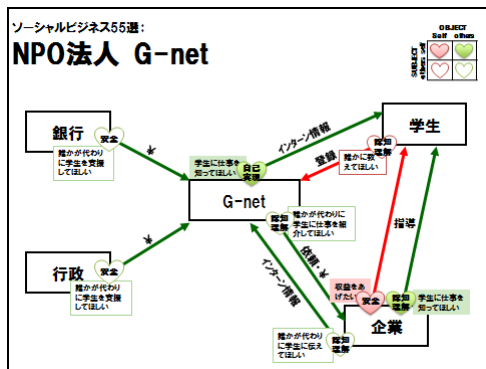


図 D.8⑩ G-net

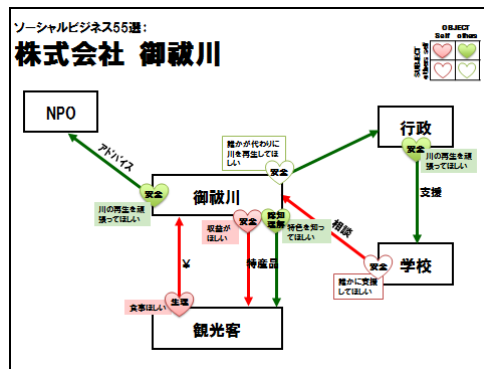


図 D.8⑪ 御祓川

発展型として載せたモデルは、下記に示すような

- ・ 図 D.8⑥ : 図 D.4 と 図 D.1 の組み合わせ
- ・ 図 D.8⑦ : 図 D.4 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑧ : 図 D.4 二つと 図 D.2 の組み合わせ
- ・ 図 D.8⑨ : 図 D.4 と 図 D.5 と 図 D.1 の組み合わせ
- ・ 図 D.8⑩ : 図 D.4 と 図 D.5 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑪ : 図 D.4 と 図 D.1 と 図 D.2 の組み合わせ

複数のやり取りの組み合わせと解釈できる。

図 D.8①～⑤に示した図は、ステークホルダーが3者で成立するビジネスモデルある。次に、図 D.8⑫～に、ステークホルダーが4者で成立するビジネスモデルを示す。

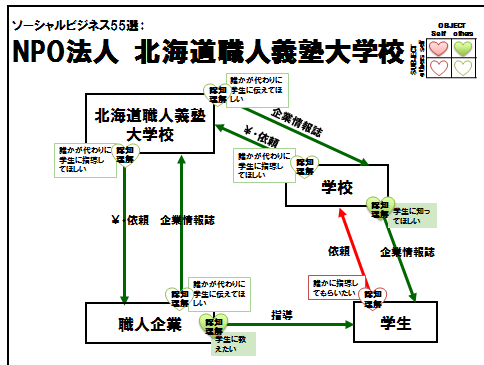


図 D.8⑫ 北海道職人義塾大学校

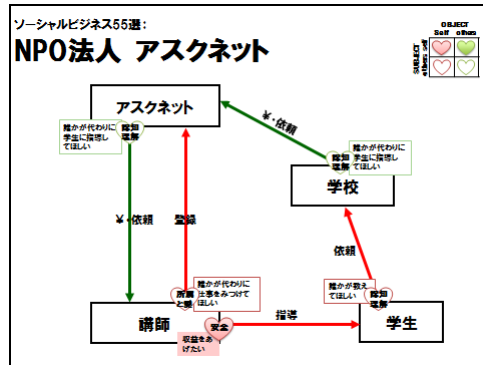


図 D.8⑬ アスクネット

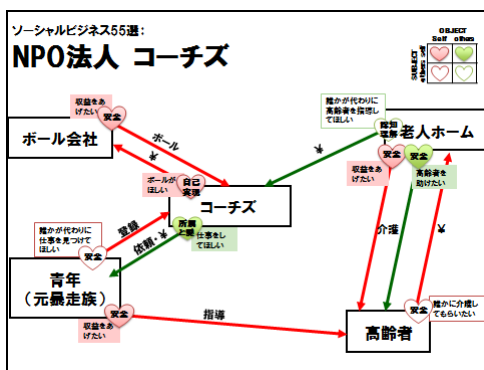


図 D.8⑭ コーチズ

特に図 D.8⑫～⑭は、仲介が一人増えた 4 人でのやり取りだと考えられる。特に図 D.8⑭に関しては、図 D.1 のやり取りとの組み合わせっていると

② 相手のみ何かを受け取るやり取り

ここでは、図 D.5 の形態のやり取りを、図 D.9①～③に、図 D.9④には特に仲介が 1 人多い事例を示す。また、図 D.9⑤～⑬には、発展型を示す。

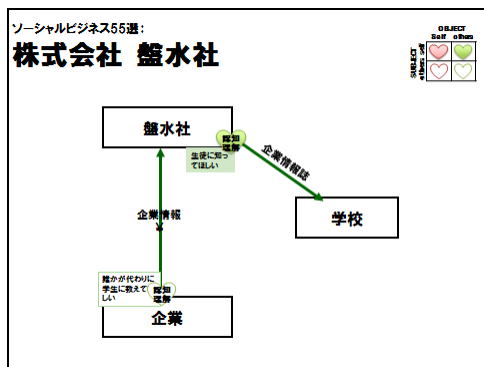


図 D.9① 盤水社

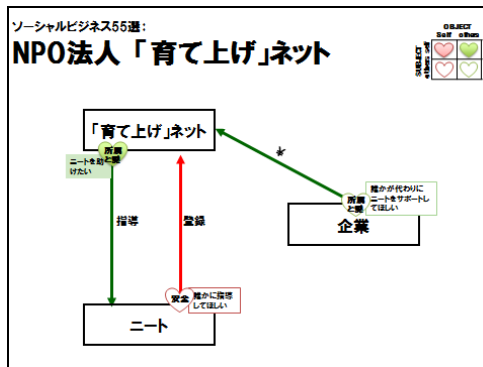


図 D.9② 「育て上げ」ネット

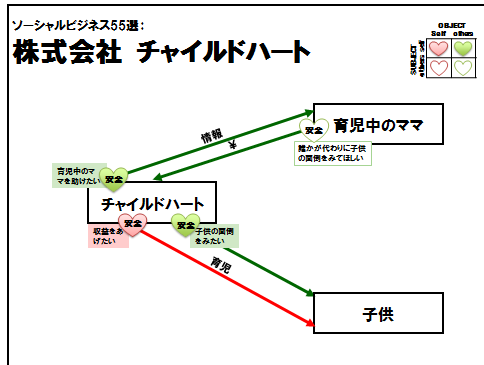


図 D.9③ チャイルドハート

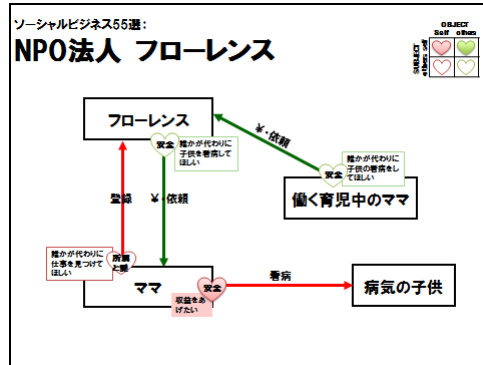


図 D.9④ フローレンス

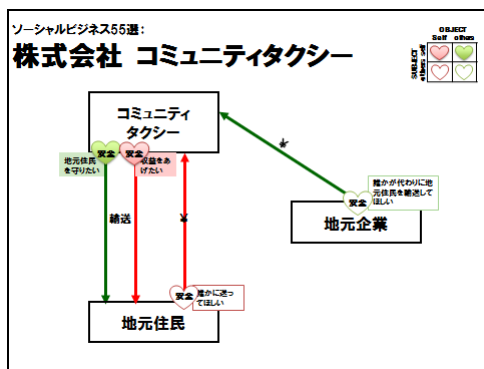


図 D.9⑤ コミュニティタクシー

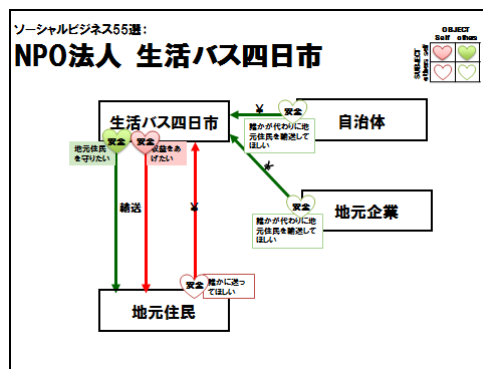


図 D.9⑥ 生活バス四日市

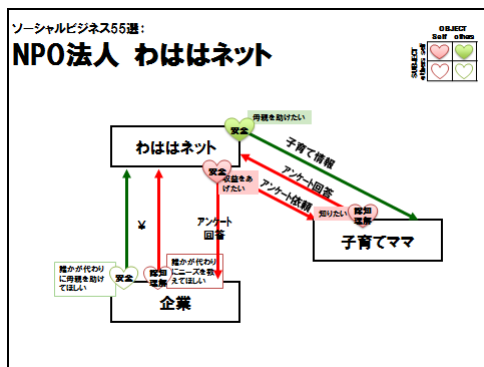


図 D.9⑦ わははネット

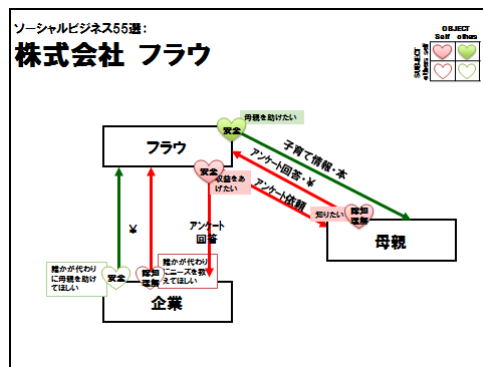


図 D.9⑧ フラウ

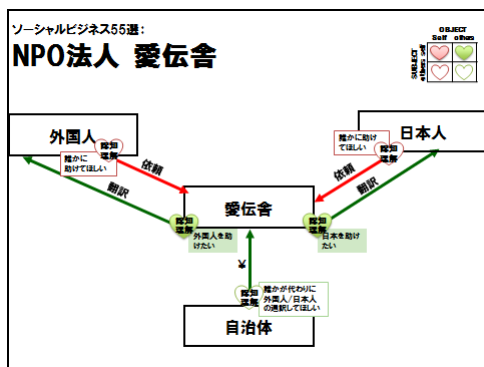


図 D.9⑨ 愛伝舎

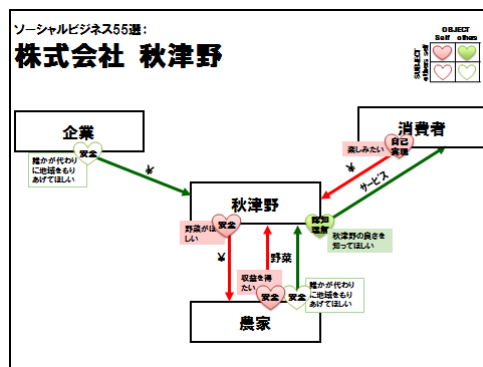


図 D.9⑩ 秋津野

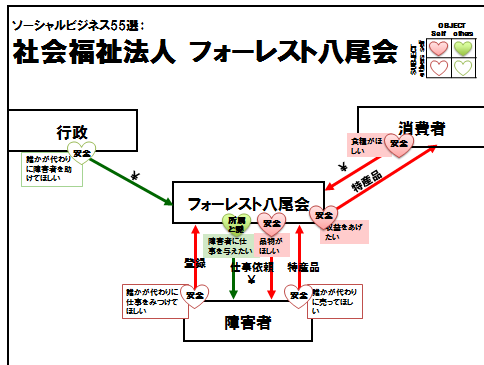


図 D.9⑪ フォーレスト八尾会

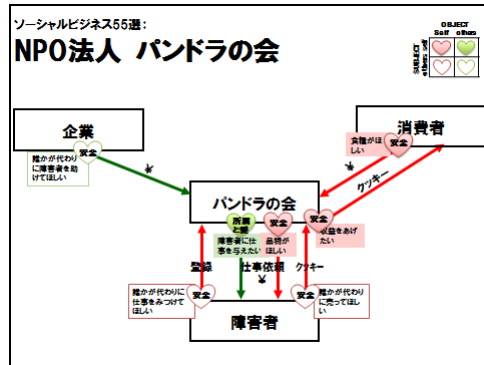


図 D.9⑫ パンドラの会

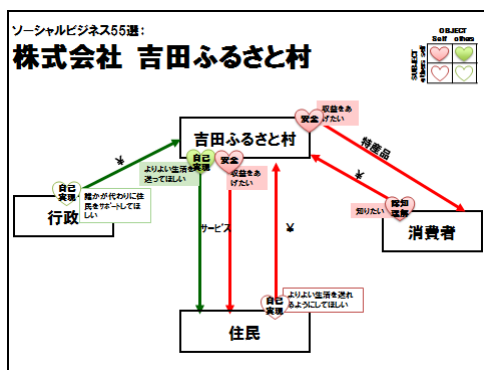


図 D.9⑬ 吉田ふるさと村

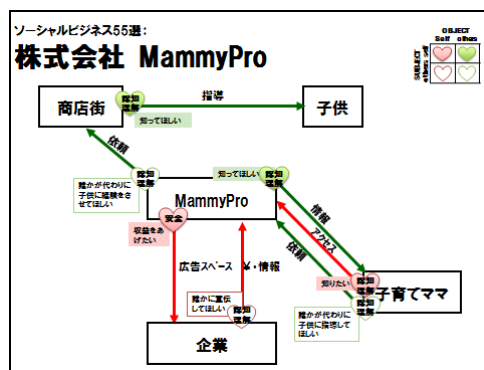


図 D.9⑭ Mammy Pro

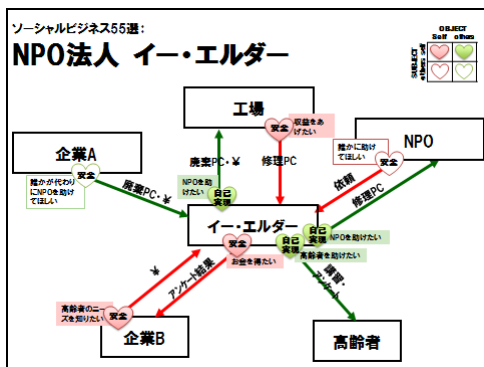


図 D.9⑮ イー・エルダー

特に、発展型として載せたモデルは、下記に示すような

- ・ 図 D.9⑤ : 図 D.5 と 図 D.1 の組み合わせ
- ・ 図 D.9⑥ : 図 D.5 二つと 図 D.1 の組み合わせ
- ・ 図 D.9⑦ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.9⑧ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑨ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑩ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑪ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ

- ・ 図 D.8⑫ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑬ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑭ : 図 D.5 と 図 D.1 二つの組み合わせ
- ・ 図 D.8⑮ : 図 D.5 と 図 D.1 二つと 図 D.2 の組み合わせ

複数のやり取りの組み合わせと解釈できる。

また、上記の図 D.8⑦～⑭は、同じやり取りの組み合わせが同数含まれているが、その形態が、図 D.8⑦タイプと、図 D.8⑨タイプと、図 D.8⑭タイプに分類できる。

以上に示したように、ソーシャルビジネス 55 選は、(1)2 者間のやり取り(①自分も相手も何かを受け取るやり取り, ②相手のみが何かを受け取るやり取り)と、(2)3 者以上のやり取り(①自分も相手も何かを受け取るやり取り, ②相手のみが何かを受け取るやり取り)とを組み合わせることで表現できる事がわかった。これらの知見は、第 3 章において示した社会システムの設計手法を用いて社会システムを設計し、どのようなビジネス形態ならば成功するかを検討する際に、役立たせることができると考えられる。