

### 1. 期末レポートにむけて

- ・期末レポート……自分で資料を探し、まとめ、引用して書く、本格的なレポート (STEP05 の1参照)
- ・必要な技術は、これまでの基礎演習ですでに身につけています：

- STEP01・02 → レポートの基本 (序論・本論・結論)
- STEP03 → A型、説明文の書き方
- STEP04 → B型、考察文の書き方
- STEP05 → 文献引用のやりかた

→これらを再確認し、ひとつに統合するのが **STEP06 の内容**です。具体的にいうと……

- ・「ある授業の期末レポート」という想定課題 (2参照) に対して、これから4回の授業を使い、作業の各段階に応じた解説を受けながら、順を追ってレポートを仕上げてもらいます：
- この練習を通じて正しく、また効率的なレポートの書き方を身につけます。他の授業で出題される期末レポートにも (よほど変わった出題でない限り) 対応できるはずですよ。

### 2. 今回の課題

- ・「現代ビジネス入門」という架空の授業で、以下のような期末レポートが出題されました (という設定)：

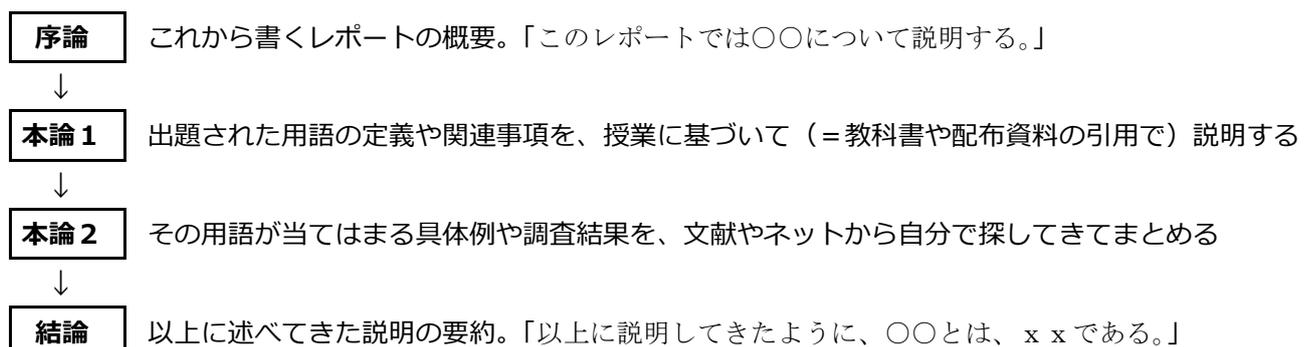
ソーシャルビジネスとは何か、1200字程度で説明しなさい

→授業内で解説した専門用語をひとつ指定して、説明をさせるもの。期末レポートによくある出題です。

- ・「ソーシャルビジネス」という用語の定義については、「現代ビジネス入門」の第3回でプリントが配布され (資料1、p.9)、それにそって先生が解説をおこなった (先生の解説=資料2、p.10)、という設定。
- ・この出題に対するレポートの執筆例を資料3 (p.11) に示します (一部伏字あり)
- ・執筆例は「本論」が2部構成になっています：

- 本論1 ……出題された用語の定義を、授業に基づいて (=教科書や配布資料の引用で) 説明する
- 本論2 ……その用語が当てはまる具体例を、自分で探し、引用して紹介する

- ・STEP 03で紹介したA型「説明文」の本論の組み立て方に、「定義→具体例」というものがありました。
- 執筆例は、この「定義→具体例」の組み立てを、資料を引用して拡大展開した構成になっています。これが**C型「資料引用をふまえた説明文」**です。



- ・「〇〇について説明しなさい」「まとめなさい」というタイプの期末レポートであれば、**たいていはこのC型「資料引用をふまえた説明文」**で対応できます：

→どういった資料を使うか、どういった構成で書くかなどについて、その授業の先生から細かい指示がある場合は、もちろんその指示に従ってください。

ここではそういう指示がない、一般的なレポートの書き方について解説していきます。

- ・何かを説明するレポートではなく、自分の分析や考察、意見、主張を求めるようなレポートが出題されることもあります。これはD型「資料引用をふまえた考察文」にあたります。

→D型はSTEP 07以降で取り組んでいきます。いまのところは STEP 04 で書いたB型の考察文を参考にしてください。わからないところがあれば、その授業の先生に聞いてください。

### 3. 今回の作業

#### 3-1. ファイルの準備

- ・今回 (STEP 06.1) は「序論」と「本論1」を書きます。
- ・レポートを書いていくファイル……新規作成してもいいのですが、いつもの「下書きワークシート」のように、途中まで文字を埋めたものを用意しました：
  - ワークシート (step06\_worksheet.docx) のファイル名を、「現代ビジネス入門 期末レポート.docx」に書き換えてください。
- ・その上でファイルを開いてください。授業名やタイトルはすでに入れてあるので、学生番号と名前を入れてください。

#### 3-2. 序論

- ・STEP02 でも述べたように、「序論」とは、いまから何を書くのか、つまりレポートの概要を最初に簡潔に示すことで、読者の理解をうながす部分です。
  - STEP 03 (A型) ではレポートの内容を一言でまとめた「要点」を、またSTEP 04 (B型) では内容を一言でまとめた「主張」を、それぞれ序論として書きました
  - しかし期末レポートくらいの長さになると内容も複雑になります。無理に一言にまとめるよりも、**テーマ** (何について説明するのか) や**方法** (「授業内容に基づいて」「具体例を挙げながら」) などを示す方が読者の理解につながります。
- ・ここでは資料3「レポートの執筆例」(p.11) を参考に、以下をそのまま書いてください：

このレポートでは「ソーシャルビジネス」とは何かを、授業内容に基づいて、また具体例を挙げながら説明する。

#### 3-3. 本論1：用語の定義や関連事項

- ・その用語について、**誰がどう定義しているか**や、関連する用語、人名、歴史などを説明する部分です
- ・**授業で説明を受けた事柄**であり、したがってここは**授業内容に基づいて** (教科書やレジメ、授業ノートなどから) まとめます。
  - ここを**ネット引用**で書いてはいけません。ネットには古い説明、間違った説明、的外れな説明、別の学問分野での説明などが入り乱れています。検索で一番上に出てきたからといって、正しい説明とは限りません。

→正しい説明、最新の説明、適切な説明は、**授業で先生が話し、あなたがノートに取ったもの**です。それを自分なりにまとめればいいだけです。

- ・今回は「現代ビジネス入門」で**資料1** (p.9) が配られたという設定です。**資料1からの引用で本論1を書きます**。

→ただし、実際に講義を受けたわけではないので、その説明を資料1だけで書き上げるのは難しいと思います。ここでは以下の説明をそのまま使ってください。

→**伏字になっている部分だけ、資料1** (p.9) **から適切な文章を引用して**入れてください。資料2「先生の解説」(p.10)も参考にしてください。

→なお、伏字のxは適当に10個並べているだけです。引用する文の文字数とは関係ありません。

第3回授業で配布された資料によれば、ソーシャルビジネスとは「xxxxxxx (経済産業省2011:4)」のことである。そこには3つの要件があるという。第一は社会性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。第二は事業性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。第三は革新性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。

このようにソーシャルビジネスとは、社会問題をビジネスのかたちで解決していく試みのことである(社会性)。その事業活動は、無償のボランティアや行政からの資金援助などに頼るのではなく、ビジネスとしてあげた収益によって継続される(事業性)。もちろん社会問題をビジネスの仕組みにうまく結び付けるには、革新的な商品やサービスを考え出す必要がある(革新性)。

- ・**参考文献**も、どうせ後で書くものなので、いま書いておきましょう：

参考文献

経済産業省 2011年『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』(授業配布資料)。

- ・ここでの配布資料は「引用+参考文献」の形式で書きましたが、教員が作ったオリジナルの配布資料や、あなたが取った授業ノートを元に本論1をまとめることもあるかと思います。

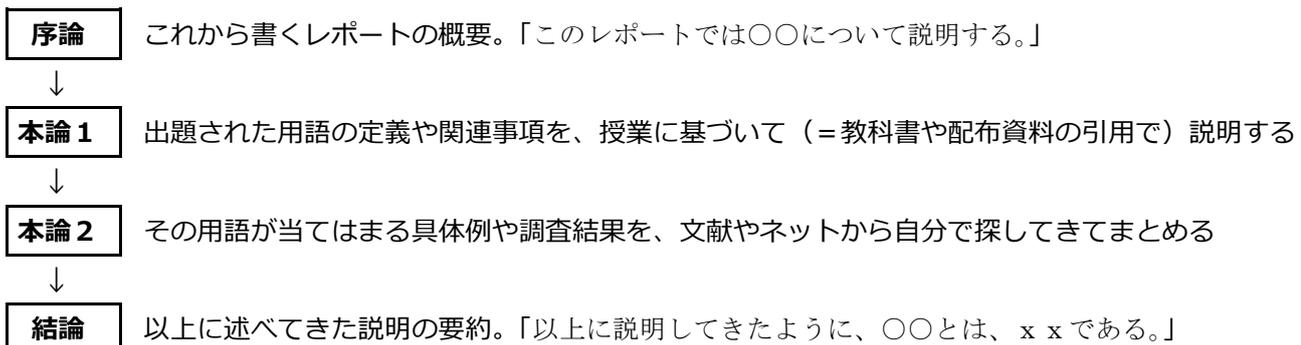
その場合は本文中に「(注1)」を付け、レポート末尾に注の説明として「注1. 第3回授業配布資料より」とか「注1. 第3回授業より」などと書きます。

## 今回の作業

- ・ソーシャルビジネスの具体例をネットから探します。レポート執筆に使える資料かどうか、自分で判断する必要があります。

## 1. 作業再開

- ・いまみなさんは、「ソーシャルビジネスとは何か、1200字程度で説明しなさい」というレポートを、**C型「本格的な説明文」**の構成で書いているところです。前回で「序論」と「本論1」まで書き終わりました：



- ・今回は、本論2を書くための準備として、ソーシャルビジネスの具体例をネットから探していきます：  
→資料3「レポートの執筆例」(p.11)の、特に後半部分（本論2）をみて、今からどんな情報を探すべきか、次回それをどんな風にレポートに組み込むのか、イメージを持っておくと作業がはかどります

## 2. 今回の作業

## 2-1. 資料として使えるウェブサイトを探す

- ・ブラウザの検索欄に、「**ソーシャルビジネス**」「**社会的企業**」「**社会問題** **ビジネス**」「**企業** **社会貢献**」などのキーワードを入れて検索してください。
- ・たくさんのサイトがヒットしますが、**以下の5項目がきちんと書いてあるか、チェックしてください**。これらがすべて書いてある事例でないと、今回のレポートの事例としては使えません：

- |                      |                                |
|----------------------|--------------------------------|
| ①その事業を運営している企業や団体の名前 | <input type="checkbox"/> 書いてある |
| ②その事業が解消しようとしている社会問題 | <input type="checkbox"/> 書いてある |
| ③その事業がその社会問題を解消するやり方 | <input type="checkbox"/> 書いてある |
| ④その事業が継続して収益を得ていく仕組み | <input type="checkbox"/> 書いてある |
| ⑤実際に得られた活動成果         | <input type="checkbox"/> 書いてある |

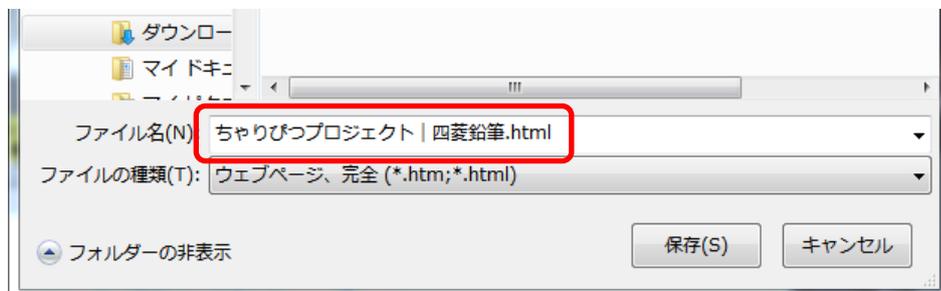
※複数のウェブサイトを組み合わせ  
て①から⑤をそろえてもかまいません

→特に④があいまいなウェブサイトが多くあります。収益ではなく、行政からの補助金で運営されている事業まで「ソーシャルビジネス」を名乗っていることがあるようです。今回の事例には使えません。

→ボーダレス・ジャパンという会社のサイトの「[ソーシャルビジネス紹介](#)」にリンクが載っている企業は、しっかりしたところが多いのでお勧めです。

## 2-2. ウェブサイト名を記録する

- 適切なサイトが見つかったら、そのサイトのそのページの正確なタイトルを記録しておきましょう。
- 正確なページタイトルは、実はわかりにくかったりするのですが、以下の方法なら確実です：
  - ①ブラウザ上で [Ctrl] キーと [S] キーを同時に押して、ファイル保存ダイアログを開きます。
  - ②ダイアログの「ファイル名」に表示される文字列が、そのサイトのそのページの正確なタイトルです。拡張子「.html」以外の文字を選択し、コピーします。



③レポートの最後の方に、とりあえずメモ代わりに貼り付けておきます。

④ブラウザのファイル保存ダイアログはキャンセルして閉じてください。

- 次回、作業を再開する時は、今回レポートに貼り付けておいたタイトルをコピーして、ブラウザに貼り付けて検索します。元のページにたどり着けます。

※かつてはURL (http://.....) を貼り付けるやり方が主流でしたが、最近は様々なパラメーターを付加した長大なURLを生成するサイト (SNSなど) が増えてきました。そのためURLではなく、このようにタイトルを貼り付けるやりの方が主流になりつつあります。

※ただし、適当な作りの個人サイトだと、上記のやり方では「p03.html」のような略号しか出て来ないかもしれません。その時は仕方がないので、ウェブサイト上でタイトルだと思われる文字列を見つけてください。

## 3. 検索上位のサイト ≠ 使えるサイト

- 今回経験したように、ネットで見つけた資料は**内容をよく読んで、自分で取捨選択する必要がある**ことを覚えておいてください。検索結果で上位に出てきたからといって、それがいまここであなたが必要とする適切な資料だとは限りません。

たとえば「サッカーがうまくなる方法」を検索したとします。

サッカーの経験がある人なら、検索結果に並んだたくさんのサイトの中から、「これは的外れ」「これは説明不足」「これは古い」「これは良い」といった取捨選択ができるでしょう。また、検索結果で上位に出てきたからといって、それが適切なサイトとは限らないこともわかるでしょう。

しかし、サッカー経験がまったくない初心者だったら、検索結果の上位に出てきたサイトを、そのまま自分にとって適切なサイトだと思い込んでしまうかもしれません。

現代の大学生が、ネット検索でレポートを書いてしまうことについて、教員が抱く不安もここにあります。ネット検索するのはいいけれど、その事柄について勉強中の、いわば初心者の学生は、取捨選択が必要だとは思ってもよらず、検索の上位に出たサイトをそのまま資料にしていけないか？ という不安です。

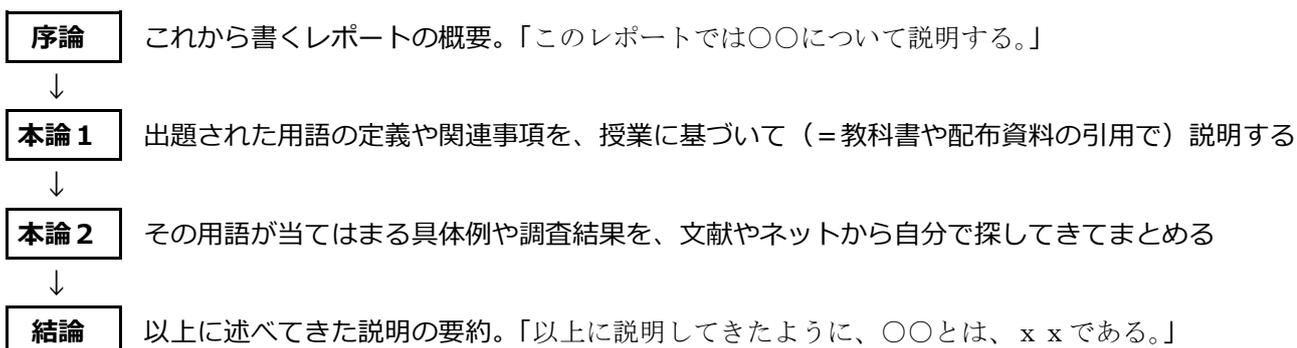
検索結果に出てきたサイトが、いまここで自分が必要としている適切なサイトかどうかは、順位からはわかりません。それぞれ内容をよく読んで、自分で取捨選択する必要があります。

#### 今回の作業

- ・前回ネット上でみつけたソーシャルビジネスの具体例を引用しながら本論2を書き上げます。また結論も書き上げ、レポートを完成させます。

#### 1. 作業再開

- ・いまみなさんは、「ソーシャルビジネスとは何か、1200字程度で説明しなさい」というレポートを、**C型「本格的な説明文」**の構成で書いているところです：



- ・今回は、前回ネット上でみつけたソーシャルビジネスの具体例を引用しながら本論2を書き上げます。また結論も書き上げ、レポートを完成させます。：

#### 2. ウェブサイトを引用しながら本論2を書く

- ・本論2は、以下の順番で書くとわかりやすいものになります。

- 書き出しは「事例をあげて説明したい。」
- ①その事業の概要（自分で要約）
- ②その事業が解消しようとしている社会問題（導入+引用+要約）※「導入」「要約」は注意点3を参照
- ③その事業がその社会問題を解消するやり方（導入+引用+要約）
- ④その事業が継続して収益を得ていく仕組み（導入+引用+要約）
- ⑤実際に得られた活動成果（導入+引用+要約）

→資料3「レポートの執筆例」(p.11)も、この順番で書いてあります。  
(ただし事例の性質上、③と④は分けることが難しかったのでひとつにまとめています)

- ・②③④⑤では、ウェブサイトにある文章を引用します。その際の注意点：
- ・**注意点1**：ウェブサイトの文章をワードに貼り付ける時は、右クリックでメニューを出し、「貼り付けのオプション」から「テキスト」を選びます（右図→）

→普通の貼り付けをすると、ウェブサイト側のフォントや行間設定で貼り付けてしまいます。



- ・ **注意点 2** : 事例なので引用文が長くなると思います。引用文が長い場合は、かぎカッコで囲むのではなく、文章のかたまりのまま引用します。前後に**空白の行を入れ**、また「**インデント**」を使って**3文字ぐらい下げ**ることで、それが引用された文章であることを示します。

→「3文字下げる」とはどういうことか →資料3「執筆例」をみてください

→「インデント」は「ホーム」タグにあるこのアイコンです→



- ・ **注意点 3** : 文章のかたまりを突然引用しても意味が通じません。

→引用の前には、そこにつながる**導入の文章**を置きます。資料3「執筆例」だと以下のような文章です。

「プロジェクトリーダーの神戸やま子さんは以下のように述べている。」

「どうして学用品不足という事態が引き起こされるのか。」など

→引用の後には、それを自分の言葉で言い換えた**要約の文章**を置きます。資料3「執筆例」だと以下のような文章です。

「このように、貧困の解消に必要な教育が学用品の不足からうまくいっていないという。」

「つまり貧困国における教育の重要性が伝わっていないため、募金が集まらないのである。」など

- ・ **注意点 4** : ウェブサイトからの引用は、**注**を使って表すのが一般的です。

→引用部分の後に「(注1)」「(注2)」のような形で注を付けます。

→レポートの末尾に、ウェブサイトの**正確なタイトルと閲覧日**をまとめます

注1. ウェブサイト「ちゃりぴつプロジェクト | 三菱鉛筆」(2017年7月5日閲覧)。

注2. ウェブサイト「ちゃりぴつでアフリカを救う 神戸やま子さんインタビュー | 毎朝新聞ウェブ2016年3月21日」(2017年7月5日閲覧)。

- ・ **注意点 5** : ウェブサイトからの引用は、量が多くなりすぎないようにしましょう。

→学生のレポートの場合、ウェブサイトから引用した文章量が、自分が書いた文章量より多くなったら(全体の5割を超えたら)、さすがに減点対象になります。7割を超えたらおそらく不合格でしょう。

→そうならないよう、まとめて引用せず、③社会問題、④解決方法、⑤収益の仕組み……のように、**できるだけ部分に分けて引用する**ようにします。

→またそれぞれに、**自分の言葉で「導入」の文章、「要約」の文章**をつけていきます(注意点3参照)。

→このように、(1) 分割して引用する、(2) それぞれに「導入」と「要約」の文章をつけることで、ウェブサイト丸ごと貼り付けるよりも、読者にとってずっと理解しやすい記述になります。

読者が理解しやすい事例が書けたということは、その事例に対するあなた自身の理解もかなり進んだことです。おそらくあなたのレポートには、**非常に高い点**がつくことでしょう。

### 3. 結論を書く

- ・ 本論1、本論2で述べてきたことを簡潔にまとめます。伏字部分に自分なりのまとめの言葉を入れてください：

以上に説明してきたように、ソーシャルビジネスとは、x x x x x x x x x xである。

## 今回の作業

- ・前回完成したレポートを元に、発表用のレジメをつくります。

## 1. レジメの作成について

- ・今回皆さんに書いてもらったレポートは、後で発表してもらいます。  
→これまでと違い、今回のレポートは内容がだいぶ複雑です。読み上げるだけでは聞く人に伝わりにくいので、レポート内容をみじかくまとめた「レジメ」を作り、発表時に配布します。  
→そのレジメ作りが今回の作業です。(→「2. レジメの作成」)。

## 2. レジメの作成

- ・レポート(「現代ビジネス入門 期末レポート」)を開いてください。
- ・「ファイル」タグを開き、「コピーを保存」をクリックし、名前を「現代ビジネス入門 発表レジメ」に変えて保存します。  
→「レポート」と同じ内容の「レジメ」という文書ファイルができました。  
この「レジメ」の内容を簡略化して、レジメを作成していきます。
- ・全体のレイアウトや見出しの付けかたは、資料4「レジメの執筆例」(p.14)を参考にしてください。  
→資料4は1ページにまとまっていますが、2ページになってもかまいません。

1. 発表の目的……序論部分の文章をそのまま使います。

2. 定義……本論1を簡潔な箇条書きにまとめます。

→レポートの中にある(経済産業省 2011:4)は残します。

3. 事例……本論2を、以下の5項目ごとに簡潔な箇条書きにまとめます。

①事業の概要

②解決したい社会問題

③問題解決の仕組み

④収益を得る仕組み

⑤得られた成果

→この5項目は、本論2を書く時にも意識してもらった項目です(前回 STEP 07.3 の2参照)。

→レポートの中にある(注1)(注2)(注3)などは、そのまま残します。

4. まとめ……結論部分の文章をそのまま使います。

注……そのまま残します。

参考文献……そのまま残します。

「現代ビジネス入門」の第3回で配布された授業資料（という設定）。

経済産業省『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』（経済産業省、2011年）の4ページ目のコピー。

### （3）本研究会におけるソーシャルビジネスの概念の整理

#### ①「ソーシャルビジネス」と「ソーシャルビジネス事業者」について

##### ○ ソーシャルビジネス

- ・ 様々な社会的課題（高齢化問題、環境問題、子育て・教育問題など）を市場として捉え、その解決を目的とする**事業**。「社会性」「事業性」「革新性」の3つを要件とする。
- ・ 推進の結果として、経済の活性化や新しい雇用の創出に寄与する効果が期待される。

「社会性」：現在、解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。

※解決すべき社会的課題の内容により、活動範囲に地域性が生じる場合もあるが、地域性の有無はソーシャルビジネスの基準には含めない。

「事業性」：ミッションを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。

「革新性」：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を開発したり、活用したりすること。また、その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

##### ○ ソーシャルビジネス事業者

- ・ 主に、ソーシャルビジネスを行うことを目的として活動する**事業主体**<sup>1</sup>。

平成20年4月の「ソーシャルビジネス研究会（報告書）」では、「ソーシャルビジネスは、社会的課題を解決するために、ビジネスの手法を用いて取り組む主体」として捉えていた。しかし、最近では、企業<sup>2</sup>など様々な主体が本業に準じる形で社会貢献に取り組む事例が増えてきている。このため、ソーシャルビジネスは様々な主体が幅広く取り組めるものとした上で、本研究会では「ソーシャルビジネス」を事業、「ソーシャルビジネス事業者」を主体として捉えることとする。

なお、ソーシャルビジネスは、地域においては「コミュニティビジネス」として推進されているケースも多いが、平成20年4月の「ソーシャルビジネス研究会（報告書）」の整理と同様、コミュニティビジネスについては、活動領域や解決すべき社会的課題について一定の地理的範囲が存在するが、ソーシャルビジネスについては、こうした制約が存在しないという整理の下で用語を用いることとする。

<sup>1</sup> 「社会起業家」「社会的企業」などと表現されることもある。

<sup>2</sup> 最近では、企業のCSR（社会的責任）や、BOPビジネス（主として途上国におけるBOP層を対象（消費者、生産者、販売者のいずれか、またはその組み合わせ）とした持続可能なビジネスであり、現地における様々な社会的課題の解決に資することが期待される、新たなビジネスモデル）も推進されており、その活動や事業の内容によっては、ソーシャルビジネスと重なり合う部分も多い。

(資料1を配った時の先生の説明)

この文書は、経済産業省が2011年に出した『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』という冊子の4ページ目をコピーしたものです。ソーシャルビジネスの定義としてよく引用される有名な文書です。

ここにあるように、ソーシャルビジネスというのは、現代社会が抱える様々な課題、たとえば高齢化問題や環境問題、子育てや教育問題などを、ビジネスに結び付けて解決しようとする試みです。

「ビジネスに結び付ける」というのはどういうことか。

たとえば、「売上げの3割が森林保護のために使われる」ことを、お客さんへのアピールポイントとしたような商品の開発です。デザインや売り方をうまく工夫することで、環境問題に意識の高い層がそのカバンを買ってくれるようになるかもしれません。そうして売上げが増えれば増えただけ、森林保護のための寄付金が増えることとなります。

また、貧しい国の人々への支援として、ただ物資を送るのではなく、その土地で伝統的に作られてきた食品を、日本に輸入するビジネスはどうでしょう。うまくやれば日本でブームが起こり、自分も儲かると同時に、現地の人たちの大きな収入源も作り出すことができます。実際、フィリピンの「ナタデココ」はそうした食物でした。

このように、社会的課題をビジネスに結び付けて解決に導く、そのような新しい試みを「ソーシャルビジネス」といいます。

ソーシャルビジネスの形は様々です。純粋にビジネスをおこなってきた小売業や製造業、銀行などが、社会的課題の解消につながる商品やサービスを開発することで、ソーシャルビジネスを展開する例もあるし、純粋なボランティア活動をおこなってきたNPOが、寄付金や補助金以外の資金源を確保するために商品製作や販売に踏み込むことで展開されたソーシャルビジネスもあります。

ただし、どのような形であっても、そこに共通する目的は社会的課題の解消です。これが経済産業省の文書が挙げているソーシャルビジネスの3要件のうちのひとつ、「社会性」に当たります。

また、そうした社会的課題の解消は、単なる志ではなく、売上げが伸びればそれだけ社会的課題の解消も進むという仕組みを持った事業になっていること。これが二つ目の要件である「事業性」です。

社会的課題の解消を目的とし、そのための仕組みを持った事業というと、たとえば病院や学校なども入ってしまいそうですが、普通それらはソーシャルビジネスとは呼びません。ソーシャルビジネスと呼ばれるものは、これまでにないアイデアをもった革新的なビジネスを指します。これが三つ目の要件、「革新性」です。

みなさんも「ソーシャルビジネス」とか、その和訳である「社会的企業」、「社会起業家」などのキーワードでネット検索してみてください。日本の各地で、また世界の各国で、面白いアイデアのビジネスがたくさん見つかると思いますよ。



現代ビジネス入門 期末レポート

ソーシャルビジネスとは

xxxxxxx 山手大介

### 序論

このレポートでは「ソーシャルビジネス」とは何かを、授業内容に基づいて、また具体例を挙げながら説明する。

### 本論 1

第3回授業で配布された資料によれば、ソーシャルビジネスとは「xxxxxxx (経済産業省2011:4)」のことである。そこには3つの要件があるという。第一は社会性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。第二は事業性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。第三は革新性、つまり「xxxxxxxこと(同上)」である。

このようにソーシャルビジネスとは、社会問題をビジネスのかたちで解決していく試みのことである(社会性)。その事業活動は、無償のボランティアや行政からの資金援助などに頼るのではなく、ビジネスとしてあげた収益によって継続される(事業性)。もちろん社会問題をビジネスの仕組みにうまく結び付けるには、革新的な商品やサービスを考え出す必要がある(革新性)。

### 本論 2

具体的な事例を挙げて説明したい。

#### ① 事業の概要

三菱鉛筆では、チャリティー鉛筆、通称「ちゃりぴつ」を製造・販売する事業「ちゃりぴつプロジェクト」に2012年から取り組んでいる(注1)。「ちゃりぴつ」は、その売り上げの3割が貧しい国に学用品を送る資金に当てられることになっている。その分「ちゃりぴつ」は普通の鉛筆より3割増しの価格設定になっているが、売り上げは好調だという。

#### ② 解決したい社会問題

「ちゃりぴつプロジェクト」が解決を目指している社会問題は、貧困国の教育問題である。プロジェクトリーダーの神戸やま子さんは以下のように述べている。

大学生の時に授業で、貧困問題が解決されない理由のひとつが教育にあると知りました。食料や水、医薬品の支援も重要ですが、慢性的な貧困を解決するためには、新しい農業技術や衛生管理、建築物や機械の整備、お金のやりくりなどの知識を、人々自身に修得してもらうこと、つまり教育が必要です。

卒業後、青年海外協力隊でジンバブエに2年行きました。各国からの支援で学校の校舎はあちこちに建っていたし、協力隊の事業で先生の養成もできたのです

が、結局うまくはいきませんでした。子供たちに学用品がなく、授業にならないのです（注2）。

このように、貧困の解消に必要な教育が学用品の不足からうまくいっていないという。しかし貧困国への募金は毎年相当な額が集まっているように思われる。どうして学用品不足という事態が引き起こされるのか。

食料や水、医薬品など、生死に直結する物資の不足にかんしては、悲惨さが伝わるのか多くの募金が集まりますが、教育を目的に掲げるとなかなか募金は集まりません。日本のように教育が受けられることが当たり前の国では、貧しい国における教育の困難さや重要性が、いまひとつ伝わりにくいことが理由のように思います。（注3）

④ ③  
収益を得る  
問題解決の  
仕組み

つまり貧困国における教育の重要性が伝わっていないため、募金が集まらないのである。そこで神戸さんが企画し、三菱鉛筆が商品化したのが「ちゃりぴつ」である。

三菱ユニ鉛筆が1本50円なのに対して、「ちゃりぴつ」は1本65円。3割増です。この割増分がアジアやアフリカの貧しい国に学用品の購入代金として送られます。

（中略）

「ちゃりぴつ」は、三菱ユニ鉛筆の後ろ5センチ、つまり鉛筆の長さの3割にあたる部分がノートを模したデザインになっており、各国の子供たちからのメッセージが書いてあります。送られた学用品で学び、覚えた文字で書かれたメッセージです。現在は20種類ほどのメッセージがあります。（注4）

このように「ちゃりぴつ」は、鉛筆を買うだけで国際貢献ができるという手軽さ、3割が寄付になることが一目瞭然のデザインのわかりやすさ、このプロジェクトで文字を覚えた子供たちのメッセージが持つ説得力により、教育目的の募金を集めると同時に、貧困国の教育問題を広く知らしめる手段になることをねらっている。

⑤  
得られた  
成果

このねらいは成功し、売り上げは好調だという。

企業が、イメージアップもはかれる景品として大量購入してくれました。子供の教育に役立つと、学校が一括購入してくれる例も多いです。子供たちのメッセー

ジが何語で何と書いてあるのか、Twitterで解説が盛り上がったこともプラスに働きました。

最初は1本65円の鉛筆なんて売れないとも言われていたのですが、最終的には四菱さんの鉛筆の売り上げが1.2倍にまで増えたそうです。(注5)

「ちゃりぴつ」プロジェクトでは、現在までの累計で1億3千万円相当のノートや鉛筆などの学用品を、アジア4カ国、アフリカ9カ国に寄付してきました。(注6)

このように「ちゃりぴつ」は、採算が取れたビジネスとして自力での継続に成功しながら、目的である貧困国の教育問題の解決に大きく貢献している。

---

## 結論

以上に説明してきたように、ソーシャルビジネスとは、xxxxxxxである。

注1. ウェブサイト「ちゃりぴつプロジェクト | 四菱鉛筆」(2017年7月5日閲覧)。

注2. ウェブサイト「ちゃりぴつでアフリカを救う 神戸やま子さんインタビュー | 毎朝新聞ウェブ2016年3月21日」(2017年7月5日閲覧)。

注3. 注2と同じ。

注4. 注2と同じ。

注5. 注2と同じ。

注6. 注1と同じ。

## 参考文献

経済産業省2011年『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』(授業配布資料)。

## ソーシャルビジネスとは

xxxxxxx 山手大介

### 1. 発表の目的

- ・ソーシャルビジネスとは何か、授業内容に基づいて、また具体例を挙げながら説明

### 2. 定義

- ・ソーシャルビジネス……経済産業省によれば「xxxxxx」（経済産業省 2011：4）

### 3. 事例

#### ①事業の概要

三菱鉛筆による「ちゃりぴつ」の販売（注1）

#### ②解決したい社会問題

貧しい国教育。貧困の解消に必要だが、学用品が足りなくてうまくいかない（注2）。

貧しい国における教育の重要性が豊かな国には伝わらず、寄付が足りないため（注3）

#### ③問題解決の仕組み+④収益を得る仕組み

価格を3割上乗せした鉛筆を販売。売り上げの3割で学用品を貧困国に寄付（注4）。

#### ⑤得られた成果

累計1億3千万円相当の学用品を、アジア4カ国、アフリカ9カ国に寄付（注6）

### 4. まとめ

以上に述べてきたように、ソーシャルビジネスとは、xxxxxxである。

注1. ウェブサイト「ちゃりぴつプロジェクト | 三菱鉛筆」（2017年7月5日閲覧）。

注2. ウェブサイト「ちゃりぴつでアフリカを救う 神戸やま子さんインタビュー | 毎朝新聞ウェブ2016年3月21日」（2017年7月5日閲覧）。

注3. 注2と同じ。

注4. 注2と同じ。

注5. 注2と同じ。

注6. 注1と同じ。

### 参考文献

経済産業省2011年『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』（授業配布資料）。