

企業と非営利組織との協働特性に関する研究 化粧品業界を事例として

Study on the characteristics of collaboration between enterprise and non-profit organization

A case study of Cosmetic industry

Key words: 組織間協働 企業 非営利組織 化粧品業界

1. 序論

1) 研究の背景

1960年代頃からの急速な自然環境の悪化に喚起された市民社会の発展は、一元的な権力に社会の一領域を依存する社会システムから、政府・企業・非営利組織の相互関係性によって社会を支えようとする組織社会への転換を促進した。政府間や政府と非営利組織との協働は60年代以降、環境問題や貧困問題の改善のために行われてきた。しかし、企業と非営利組織との協働は近年隆盛を始め、現在、その関係形態や活動内容は多様化の一途を辿っている。

2) 研究の目的

企業と非営利組織との協働は、新しい組織間協働の一形態として位置づけられ、その実態は十分に明らかになってはいない。そこで本研究は、企業と非営利組織との協働事例を分析し、両者の協働という事象の特性を明らかにすることを目的とした。

3) 研究の方法

企業と非営利組織との協働という事象を明らかにするために、本研究は企業側の視点に立ち、<誰が><誰とどのように><どこで><なぜ>という四つの側面に焦点を当て、化粧品業界に属する27社87ブランドから抽出した63個の協働事例を対象に、質的内容分析を行った。事例の収集に際しては、主として各企業の公式ホームページを情報源とした。事例の収集は2007年10月から12月までの2ヶ月間に行った。本研究では、企業側の協働事例の掲載数や公式ホームページの情報更新の頻度の違いなどの情報環境を考慮し、2006年度および2007年度に実施された協働事例に分析の対象を限定した。

2. 企業と非営利組織の相違点

企業と非営利組織との差異を営利か否かという観点から違うのは法律的な区分にすぎず、社会における両組織の位置づけの差異に対する十分な回答とはならない。企業は社会に見出した欲求を有効需要に転換し、生産活動を行う社会の一機関であり、対して非営利組織は社会に見出した欲求を使命とし、変革活動を行うそれである。したがって、両者の組織としての相違点は欲求を何に転換するか、その欲求を基にどのような活動を行うかにある。

3. 社会環境の変化と企業

企業は社会の一機関であるが故に、社会環境の変化の影響を受けざるを得ない。社会環境の変化は社会システムの変化と企業活動の制約条件の変化という二方向から生じ、企業が負う義務や責任の変化をもたらす。今日企業に課されている責任は、企業が社会において存在するための必要条件として負う「マクロな責任」と企業自身が自身のマネジメントの範疇で負う「ミクロな責任」に分けられる。

4. 協働の定義

本研究では、「協働」を目的や成果の共有の有無によらず、組織間に合意が形成された結果として生じる事象であると位置づける。

5. 分析結果

<誰が?>

どのような企業が非営利組織との協働を行っているかについてブランド分類¹から分析すると、非営利組織との協働はブランド分類に関わりなく行われていることがわかった。

¹ 化粧品業界の企業およびブランドは企業・企業ブランド・アウトオブブランドに分類される。

また、製品特性と企業・ブランドの特性という二点の企業の特徴から分析すると、企業の特徴の有無は非営利組織との協働活動の有無には必ずしも影響を与える因子ではないことがわかった。

<誰とどのように？>

企業の協働相手である非営利組織には、大学法人などの学術・研究機関、NPO法人、財団・基金、市民活動団体等があった。非営利組織と企業との間で協働活動が行われる場合には二通りの関係形態があることがわかった。一つは、企業が非営利組織の設立に関与して両者の関係性が生じる場合である。資生堂によるSHISEIDO社会貢献くらぶ花椿基金を設立やエステーローダーの乳がん研究基金を立ち上げが代表例として挙げられる。もう一つは、企業の外部として位置する非営利組織と協働関係が構築される場合である。

<どこで？>

「製品」と「購買対象」という二つの観点から分析すると、企業と非営利組織との協働活動の内容は企業活動に即したものと即さないものが存在することがわかった。さらに企業の生産活動に即した協働事例は、その特徴から、企業の生産活動それ自体に関連性のある「深化型」と生産活動に基づく趣旨やコンセプトのイメージを拡大させた主題に取り組む「拡張型」に分けられることが明らかになった。深化型の協働事例は、KOSEと東京大学薬学部との「活性酸素」に関する研究における産学提携、拡張型は、自然派化粧品を謳うオルピスによる(財)オイスカの植林活動の支援がそれぞれ代表的である。

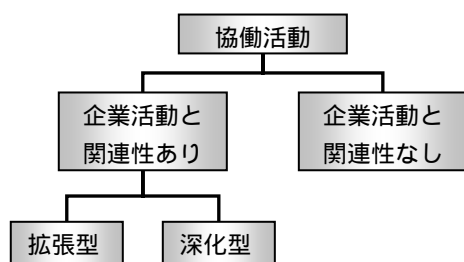


図1 協働活動と企業活動の関連性
(出典：筆者作成)

<なぜ？>

企業と非営利組織との協働が人材や資金、技術など、企業の生産活動の基盤に資するものに着目した結果、企業は非営利組織との協働に人材の補填および人材開発、技術開発を期待していることがわかった。また、両者の協働活動が企業に資すると判断されない場合、企業は非営利組織にとって人材の補填および人材開発に寄与しうる存在、また資金源として位置づけられていることが明らかになった。

6. 結論

企業と非営利組織との協働は、社会における役割や活動内容の異なる組織間協働として位置づけられる、組織間協働のなかでも、新しい関係性の一形態である。企業と非営利組織との関係性についてはこれまで、関係形態や活動内容の発展形態など、協働という事象の一部分にしか分析の焦点が当てられてこなかった。そこで本研究では、企業側の視点に立ち、協働という事象の複数の側面に焦点を当てて分析し、それぞれに特性を見出した。

今後の課題としては、企業と非営利組織との協働について、両者の協働関係が構築される経緯や協働後の関係性という長期的な視野での協働特性を明らかにする必要がある。

【参考文献】

[1]Drucker,P.F. 上田惇夫訳[2007]『マネジメント【エッセンシャル版】基本と原則』(ダイヤモンド社)
[2]Huxham,C.& Vangen,S [2005],Managing to collaborate The theory and practice of collaborative advantage, Routledge
[3]梅本博史[2005]『図解入門業界研究 最新化粧品業界の動向とカラクリがよーくわかる本』(秀和システム)
[4]谷本寛治[2003]「NGO/NPOと政府・企業のコラボレーション設計」『社会・経済システム』No.24,p39-44