

診療所を中核とした地域医療経営人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	ソーシャル・マネジメント	担当者	森藤ちひろ	実施月	2018年11月 ～2019年1月
-------	--------------	-----	-------	-----	----------------------

■講義目的

ソーシャル・マネジメントには、行政と市民の協働、企業の社会化、より良い社会システムの構築のためのマネジメントの要素があります。現代社会において企業が果たすべき役割はますます拡大しており、企業の社会的活動は企業活動の重要な柱の1つとなっています。本講義では、企業のCSRや社会貢献活動、企業の社会的役割の視点から、営利・非営利企業のソーシャル・マネジメントについて議論します。本講義では、企業を取り巻く社会環境と企業活動の関連を明らかにした上で、企業においてソーシャル・マネジメントがなぜ必要なのか、また企業と社会がどのように関係構築していけばよいのかを具体的な事例を基に学びます。特に、少子高齢化や人口減少、過疎化など様々な問題をかかえる日本の地域社会と企業がどのように向き合い、その問題解決にどのように貢献していくのかについて新たな視点を提供します。

■教科書＜著者『タイトル』出版社、出版年＞

ケースと配布資料を使用する。

■各回ごとの授業内容

第1回 1-2 講時 ソーシャル・マネジメントとは何か

本講義の全体像と進め方、到達目標と、本講義で取り扱うケースの概要、事前学習の方法と事前課題を説明します。まず、ソーシャル・マネジメントとは何かについて解説した後、ソーシャル・マネジメントの取り扱う営利・非営利組織の社会的側面を理解するために、実際に企業が社会の課題にどのように向き合い、どのようなことに取り組んでいるのかなど、現在の企業の社会的責任や社会貢献活動に関する全体像を把握します。また、それぞれの社会的課題に関連する法制度を解説します。

第2回 3-4 講時 地域社会にとって質の高いバリアフリーのサービス 〈ケース：恵寿総合病院〉

医療サービスの提供組織は、地域の社会インフラとしての機能だけでなく、雇用を創出し地域経済を循環させるなど地域活性化にも重要な役割を担っています。第2回では、石川県七尾市にある恵寿総合病院をケースに取り上げ、人口減少、過疎化が進む地方において、医療サービスの提供組織が安定した経営を維持し、地域と共に発展していくための戦略について議論します。近年、あらゆる産業においてITが活用されていますが、ソーシャル・マネジメントにおいても効率化や質の向上の観点から重要です。恵寿総合病院の「恵寿式」地域包括ヘルスケアサービス」はワンストップで医療、福祉、介護、保健をサポートする革新的モデルとして第1回日本サービス大賞総務大臣賞を受賞しました。本ケースから同病院の事業展開過程を観察し、地方の地域医療を担う組織が抱える諸問題とその解決策について考察します。

第3回 5-6 講時 ヘルスケアにおけるソーシャル・マーケティング 〈ケース：医療法人ホスピアー〉

ソーシャル・マーケティングはマーケティングを社会の問題解決に活用しようとしたものであり、ターゲットとなる人々の意識や行動を変えることを目的とした取り組みです。ソーシャル・マーケティングの受益者は、個人、グループもしくは社会全体であり、行政やNPO、企業などが公衆衛生・治安・環境・公共福祉などの諸分野において実施しています。ヘルスケア領域では、国内外において数多くのソーシャル・マーケティング事例があります。

第3回のケースとして取り上げる医療法人ホスピアーは、無医村での医療を出発点として現在は富山県魚津市と石川県金沢市に在宅医療から健康増進まで幅広いヘルスケアサービスを提供している組織です。常に生活者の視点に立ち、人生を豊かに過ごすために必要な社会資源を創出し、地方にいち早くヘルスケアに対する新しい考え方を提案し、地域住民の行動変容に寄与しています。本ケースでは、「医療」＋「運動」「癒し」「食養」を地域住民に提供するメディカル・フィットネスが地域コミュニティの役割を担っている現状から、これからのコミュニティ形成に求められる要素を議論します。また、その医療を併設した健康増進施設は国内外の旅行者に対するメディカル・ツーリズムの提供施設としての顔もあります。在宅医療を提供サービスの核としていた医療法人がメディカル・ツーリズムという新たな市場開拓の戦略を進めていく上での課題を議論します。

第4回 7-8 講時 地域社会における「三方よし」モデル 〈ケース：特定非営利活動法人 三方よし研究会〉

近江商人の家訓「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」は、売り手と買い手だけでなくその取引が社会の幸福につながるものでなければならないという考えに基づいており、近江商人は取引の背後にある第三者の眼や、周囲や地域住民にも配慮した経営を行っていました。この考え方は、企業は社会の一員であるという認識の重要性を強調しており、日本のCSRの源流と捉えることができます。

その近江商人の経営哲学は現在の八幡のまちづくりや地域住民の取り組みにも影響を与えています。「自らのまちを愛し、我が身を省みることなく尽くそうとする人達がどのくらい住んでいるのか」という比率を「いいまち」の指標として、まちの歴史や文化・自然を市民が大切に守り育て、その資源としての価値を活用した結果、観光客入込客数は20年で約2倍に増加し、2010年以降年間300万人を突破しています。また、地域住民の暮らしを支える先進的取り組みである「三方よし研究会」では、地域内多職種連携の場を提供しています。「三方よし」にちなんで「患者よし、機関よし、地域よし」を目指し、医療・介護関係者をはじめ地域住民が安心して暮らせる地域を作るために、垣根を超えた交流を行っています。本講義では、近江八幡が魅力的なまちであり続けるために、行われている行政と市民の協働と、地域が1つの病院のように機能するために築いた社会システムについて考察します。

第5回 9-10 講時 地域住民の地域住民のための地域創生 〈ケース：奈良県吉野郡吉野町〉

誰もが生まれ育った土地で可能な限り住み続けたいと願っていますが、交通・教育・医療・物品の調達など日常生活を支える社会

基盤が脆弱になり、転居を余儀なくされるケースが増えています。このことは、今後も過疎地の人口減少に拍車をかけると予想されます。第5回で取り上げる奈良県吉野郡吉野町も、その課題を抱える高齢化率50%間近の限界集落寸前の町です。吉野町には、吉野熊野国立公園、吉野川・津風呂県立自然公園や桜の名所である吉野山を含む世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」など数多くの観光資源がありますが、吉野町の喫緊の課題は、深刻な少子高齢化と地域コミュニティの崩壊です。地域住民は、自然豊かな吉野の素晴らしさを国内外に伝えインバウンドを強化するとともに、住み慣れた町で暮らし続けたいという地域住民の願いを実現するために、町おこし協力隊の動員や大学との産学連携企画に取り組むなど、外部との関わりを積極的に行ってきました。桜のシーズン以外の集客力となる森林セラピーやヨガなどのコンテンツの開発や地域住民や観光客が楽しめる空き家の利活用にも力を入れ、少しずつ道筋が見え始め、地域住民の結束も高まってきています。観光地としての価値を高める活動を通して地域住民の絆を強めている吉野町のケースから、今後増えると予想される限界集落の共通課題を議論します。

第6回 11-12 講時 ダイバーシティ・マネジメント 〈ケース：博報堂DYアイ・オー〉

近年、企業においてダイバーシティの重要性が高まっています。ダイバーシティの要素は働き方や雇用形態、働く場所だけでなく、ジェンダーや身体状況、国籍や人種、世代の違いなど多数存在します。中でも、これまで日本企業において積極的ではなかった障がい者雇用については、2016年の障害者差別解消法の施行によって企業の姿勢が問われています。障がい者の就労は、就労継続支援事業所などの就労系障害福祉サービスが教育と福祉が連携を強化して一般事業所での就労を促進していますが、受け皿は決して多くはありません。一般事業者が障がい者雇用を実施する際には、障がい者の安全な就労環境を整備するだけでなく、障がい者の能力を生かす業務の確保や障がい者を受容する組織風土を醸成する必要があります。

近年、少数ではあるものの、障がい者と健常者が対等の立場で共生する雇用の仕組みを導入し、健全な企業経営を行っている事例が存在します。障がい者の社会参加と自立を実現し、従業員満足最大化と従業員が持つ力の最大化に対して成果を上げている企業を事例に、障がい者と健常者が共に就労する際にそれぞれの人権、権利主張とどのように向き合っていけばよいかを議論します。障害をその人の特性や個性と捉えた真の意味での適材適所の人事を学び、働くことの意味や働く人々の承認欲求に対応した人材開発・人材育成を議論します。

第7回 13-14 講時 ソーシャル・ビジネス 〈ケース：TABLE FOR TWO, MOTHER HOUSE, 坂ノ途中など〉

ソーシャル・ビジネスとは、地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むことです。日本にも、イノベーティブなビジネスモデルや社会の仕組みを提案し、ソーシャル・ビジネスを行っている企業があります。そのような社会課題に取り組む企業の複数のケースから、社会課題の捉え方とその解決策を学びます。また、これまでのケース・スタディを通して学んだことをもとに、グループで選択した営利・非営利組織のソーシャル・マネジメントに関する事例研究を行った成果を発表します。最後に、ソーシャル・マネジメントを行う上での新たな視点を共有し、本講義の総括を行います。

■授業方法

授業前半ではケースの背景と関係する理論に関する講義を行い、授業後半ではケースをもとに全体ディスカッションを行います。

■参考文献〈著者『タイトル』出版社、出版年〉

J・E・ポスト, A・T・ローレンス, J・ウェーバー著, 『企業と社会(上・下巻)』, ミネルヴァ書房, 2012年。
フィリップ・コトラー, ナンシー・リー著, 『社会が変わるマーケティング』, 英治出版, 2007年。
井関利明・藤江俊彦著, 『ソーシャル・マネジメントの時代—関係づくりと課題解決の社会的技法—』, 第一法規, 2005年。
大室悦賀・大阪NPOセンター編著, 『ソーシャル・ビジネス』, 中央経済社, 2011年。
佐々木利廣・大室悦賀編著, 『入門 企業と社会』, 中央経済社, 2015年。
谷本寛治著, 『CSR 企業と社会を考える』, NTT出版, 2006年。
谷本寛治編著, 『ソーシャル・ビジネス・ケース』, 中央経済社, 2005年。

■成績評価の基準と評価方法

評価基準としては

1. ソーシャル・マネジメントが抱える問題を的確に把握することができる。
2. ソーシャル・マネジメントが抱える問題に対する解決策を提示できる。

評価方法は、ケースレポートとケース分析への貢献 50% 定期試験 50% で評価します。

講義内での発言やグループディスカッションでの貢献、講義への積極的な参加を加味し、総合的に評価します。

■準備学習等についての具体的な指示および他の科目との関連

受講者には授業で取り扱うケースを事前に配布します。ケースを熟読し、事前課題をご準備の上、講義に臨んでください。また、ディスカッションには積極的に参加してください。