慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	企業における共通価値の創造に必要な要素 : 企業とNPOがタイアップを行うためのKSF
Sub Title	
Author	髙橋, 七恵(Takahashi, Nanae) 清水, 勝彦(Shimizu, Katsuhiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度経営学 第3063号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002015-3063

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（　　2015　年度）

論文題名

企業における共通価値の創造に必要な要素 ―企業と NPO がタイアップを行うための KSF―

主　査	清水　勝彦　先生
副　査	岡田　正大　先生
副　査	小幡　績　先生
副　査	

学籍番号	81430689	氏　名	髙橋　七恵

論 文 要 旨

所属ゼミ	清水勝彦研究会	学籍番号	81430689	氏名	髙橋七恵

（論文題名）
企業における共通価値の創造に必要な要素
―企業と NPO がタイアップを行うための KSF―

（内容の要旨）

【研究のきっかけ・問題意識】
1 つは自身の家族が運営する NPO 法人の実態と、もう 1 つは社会問題の解決について論じた本を読み、単独のセクターだけでなく、あらゆる協働が必要である現状について考えることがあったためである。

この研究では企業自身が行うビジネスが本来持っている社会的な機能をフルに活かすため、企業単独ではなく、社会的ニーズの解決により近い場所にいる NPO とタイアップする際、どのようなファクターが「企業×NPO」を成功へと導くのかを研究し、成功要因（Key Success Factor、以下 KSF）と考えられるものを提示する「仮説構築型」で進めていくものとする。

【研究の目的・意義】
本論文における研究の目的は、以下の通りである。
①社会問題の改善・解決において、行政や企業、NPO といった単独のセクターに任せるのではなく、それぞれのセクター同士で協働＝タイアップを行うことの提言を行う。
②従来では得られなかった、異なるセクター同士のタイアップにより、社会問題の改善・解決をより一層効果的に実行していく上での KSF を提示する。

また、本論文における研究の意義は、以下の通りである。
①企業が自社単独での事業のみならず、本業を通じて NPO とタイアップを行うことで、社会問題の改善・解決により一層効果的に携わっていくこと提示できる。
②本研究を通じて、企業が自社の利益を追求するだけでなく、社会的利益についても追及できるような取り組み、要素について提示できる。

【研究方法】
研究方法については、実際に企業と NPO 法人がタイアップを組んだケースを事例研究として取り上げ、それらについて考察を行う。その後、いくつかの事例から企業と NPO のタイアップがうまく機能する KSF を提言するという「仮説構築型」で研究の結果を示すこととする。
研究対象は、日本国内にある営利企業および NPO 法人とする。なお、営利企業側のケースを確認する際は、企業が NPO とタイアップを組んで社会問題の改善・解決に取り組む際、その企業が本業としているものを活用していることを前提とする。
分析方法については、まず、研究手法として採用した事例研究を用いて、企業と NPO のタイアップの実例を取上げる。そして、その実例から得られる結果、およびその結果を考察した際に確認できることを説明する。さらに、その作業をいくつかの実例において繰り返していき、全実例に共通して言えると考えられることを示した上で、企業と NPO のタイアップがうまく機能する KSF を提言し、仮説の構築を証明する。

【結果】
企業と NPO がタイアップを行うための KSF は、以下のようにまとめられる。

・タイアップにおいてどのような成果を求めるのか、具体的な KPI を設定する。
・短期的な結果を求めるのではなく、長期的に持続可能なパートナーシップを結ぶ。

以上