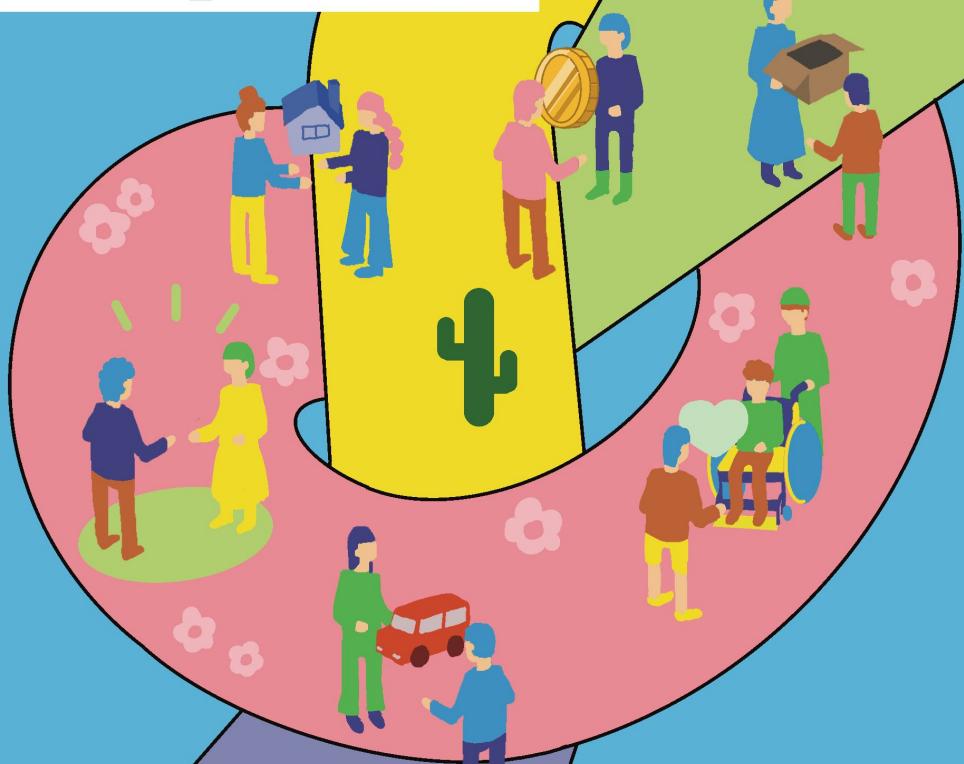


Reunion

with

Companion

「シェア」と「ケア」でつながり直す



応募区分：高校部門

チームID：SL2300287

チーム名：tam tam

学校名：渋谷教育学園

渋谷高等学校 2年

メンバー：柳澤、森木、谷田

指導教員：真仁田智先生

基礎学習

1. 私たちの生活に必要な財やサービスを [1] 生産 し、[2] 流通 させ、[3] 消費 することを経済という。財やサービスには、代金を払った人だけが消費を独占できる [4] 私的財 と、政府が税金等を使って提供する [5] 公共財 がある。
2. 経済の主体には、生産・流通の主体である [6]企業、消費の主体である [7]消費者（家計）、行政サービスや公共財の提供などを通して一国の経済活動を調整する主体である [8]政府（国・地方公共団体） がある。
3. 通貨には、紙幣や硬貨などの [9]現金通貨 と、銀行などに預けられており振替などで決済手段として機能する [10]預金通貨 がある。
4. 2022 年からの成年年齢の引き下げに関する説明文のうち、誤っているものは？ [11]d
 - a. 成年年齢の引き下げにより、18・19 歳は父母の親権から離れ、親の財産管理権が及ばなくなった。
 - b. 親の同意なしで、携帯電話の契約を結んだり、アパートを借りたり、高額商品を買うためのローンを組んだりできるようになった。
 - c. 成年年齢引き下げ後に、いったん結んだ契約を取り消すためには「未成年取消権」の行使が必要になった。
 - d. 2023 年から、つみたて NISA の利用可能年齢が 18 歳に引き下げられた。
5. 日本では人口減少が進む中、性別や年齢、言語や宗教など多様な視点を有する人たちで構成される組織のほうが強さを増すという [12] ダイバーシティ（多様性） の重要性が指摘されている。
6. 2020 年に署名された RCEP(地域的な包括的経済連携)は、日本や中国、韓国など東アジアを中心に [13] 15 か国が参加し、世界の人口と GDP のおよそ [14]3 割を占める世界最大規模の自由貿易圏である。
7. グローバル化の進展に関する次の説明文のうち、正しいものは？ [15] d
 - a. 貿易が自由化され、安い輸入品が国内に入ってくることは、消費者にとっても国内の生産者にとってもメリットになる。
 - b. グローバル化の進展による影響は、経済以外の分野ではあまり見られない。
 - c. 「環太平洋経済連携協定（TPP）」は、FTA（自由貿易協定）の一つである。
 - d. 近年の日本の国際収支をみると「投資収益」が大幅な黒字を計上している。

「持続可能な開発目標（SDGs）」の 17 の目標のうち、今回、グループで設定した投資テーマと特に関連が深い目標を挙げ（3つ以内）、その主な理由を記述してください。

関連の深い SDGs の目標	その主な理由
8 働きがいも経済成長も	現代社会では人と人のつながりが不足していて、人々を結びつけ、コミュニケーションを促進するビジネスが必要が高まっている。こうしたビジネスの存在が社会全体にポジティブな影響を与える、経済成長に寄与することが期待できるから。
17 パートナーシップで目標を達成しよう	人のつながりを重視する企業は、社会的なネットワークや人間関係を強化し、共同で目標を達成するためのプラットフォームや仕組みを提供する。これにより、異なるステークホルダーが協力して社会的課題やビジネスの課題に取り組むことが可能となるから。

8. 「ESG 投資」で重視する 3 つの要素の組み合わせとして、正しいものはどれか？ [16] b
- a. 経済 — 科学 — 成長
 - b. 環境 — 社会 — 企業統治
 - c. 効率 — 持続可能性 — 企業統治
9. GDP(国内総生産)に関する次の説明文のうち、誤っているものは？ [17] a
- a. GDP とは、一定期間に国民全体として生産したモノやサービスの付加価値の合計額をさす。
 - b. GDP とは、一定期間に国内で生産したモノやサービスの付加価値の合計額をさす。
 - c. 実質 GDP とは、名目 GDP から物価の変動による影響を差し引いたものである。
 - d. 2022 年(暦年)の日本の GDP の額は、名目 GDP が実質 GDP を上回っている。
10. 日本最大の証券取引所は、東京証券取引所（東証）であるが、その他にも [18] 札幌 、[19] 名古屋 、[20] 福岡 に地方証券取引所があり、地域経済や地域企業のサポート役として存在している。
11. 投資のリスクを小さくする方法には、「長期」、「分散」、[21] 積立 の 3 つが重要とされている。分散投資は [22] 資産 や、[23] 地域 、[24] 時間 を分けることで安定した収益が期待出来る。
12. 「積立投資」に関する次の説明文のうち、誤っているものは？ [25] c
- a. 積立投資は、定期的に株式などの金融商品を購入する投資の方法の一つである。
 - b. 積立投資には定量購入と定額購入の 2 つがある。
 - c. 積立投資は、元本が保証されている投資方法である。
 - d. ドル・コスト平均法では、株価が高いときには少ない数しか株を買えないが、株価が下がれば購入できる株が多くなり平均的な購入価格を抑えることができる。
13. 次のうち、資本に対し企業がどれだけの利益を上げているかを表し、数値が高いほど経営効率が良いと言える財務指標はどれか？ [26] a
- a. R O E
 - b. 自己資本比率
 - c. 純利益
 - d. P E R
14. 「日経アジア 300」は、アジアの 11 の国・地域を対象に、[27] 時価総額 、[28] 成長性 、知名度などを基準に選定した約 300 社の有力企業で構成されている。

要旨

近年、社会は急激な変化を経験していて、社会の無縁化もその一つである。伝統的な地縁・血縁・社縁が失われた今日の社会は、無縁社会と化し、高齢者の孤独死や若者の孤立感の深まりなど様々な問題が表面化している。一方、求められているのは人々を束縛する伝統的な「縁」や人々を孤立させる「無縁」とは異なる、新しい「つながり」である。本稿では、新しい「つながり」のあるべき姿を模索し、それが普及した「第3の社会」の実現に向けて投資や企業が果たせる役割をフィールドワークやリサーチを通して考察する。

そこで、新しい「つながり」を提供する事業として5つの「シェア」からなるシェアリングエコノミー、「人とつながりたい」というニーズを満たす「ケア」に着目し、企業を選定する。さらに投資先としての収益性と同時に、無縁社会の打破に寄与する社会的インパクトを期待できるかなど長期的な視点から将来性も重視し、2つの視点が両立したポートフォリオの構築を図った。第1次スクリーニングから第4次スクリーニングでは、テーマへの関連性・財務状況・社会へのインパクト・「つながり」の深さを定量的かつ定性的視点から企業の収益性と成長可能性を評価した。また、収益性は比較的の発展途上だが唯一無二の社会的インパクトを備えた企業を、無縁社会解決への貢献を期待し第5次スクリーニング通過企業として選定した。

本稿が提案するポートフォリオは、収益性と将来性の両輪をなすだけでなく、「つながり」という一見漠然とした概念を企業の事業形態に落とし込み、企業の新たな社会貢献の方法を提言するものである。

目次

第1章 序論.....	5
第2章 投資テーマの決定.....	6
第1節 「つながり」の必要性とケア.....	6
第2節 フィールドワーク.....	6
第3節 シェアリングエコノミーとの出会い.....	6
第4節 テーマへの理解の深まり.....	8
第3章 スクリーニング.....	9
第1節 スクリーニング概要.....	9
第2節 第1次スクリーニング.....	10
第3節 第2次スクリーニング.....	12
第4節 第3次スクリーニング.....	13
第5節 第4次スクリーニング.....	15
第6節 第5次スクリーニング.....	20
第7節 スクリーニング結果に関する考察.....	21
第8節 投資配分の決定.....	21
第9節 ポートフォリオの紹介.....	22
第10節 運用状況.....	26
第4章 投資家へのアピール.....	27
第1節 シェアリングエコノミー市場の魅力.....	27
第2節 「ケア」の重要性.....	28
第5章 本大会を通して学んだこと.....	29

第1章 序論

2010年に放送されたNHKのドキュメンタリー番組『無縁社会～“無縁死”3万2千人の衝撃』は、家族の絆や人間関係が希薄になり、社会から孤立した独居老人を描き出したことで注目を集め、無縁社会は同年のユーキヤン・新語・流行語大賞でトップ10にノミネートされた。番組の初放送から15年弱が経過したが、無縁化はいまや全世代的な広がりを見せてている。

東京都における孤独死数の推移を見ると、その数は2003年から2020年までの17年間に全体で約2.1倍、65歳以上の高齢者に限れば約3倍に増加している。平成22年版の高齢社会白書で孤独死が「生存中の孤立状態が死によって表面化したもの」で「生きている間の孤立状態への対応を迫る問題」と位置づけられたように、孤独死は無縁社会の象徴的な問題としてますます深刻性を帯びてきている。

若年層の孤独感の深まりも顕著である。特定非営利活動法人「あなたのいばしょ」と国立研究開発法人JST (Japan Science and Technology Agency、科学技術振興機構)が2022年2月に実施した調査によると、回答者の37.3%が孤独感を抱えており、特に20代では42.7%と世代別で見ても最多となった。この結果は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う人流抑制や行動制限の影響をある程度は受けていると考えられるが、そうした規制が緩和された2022年2月においても、孤独感は最初の緊急事態宣言が全国に発出された2020年4月と同程度のまま推移している。この事実は、むしろもともと進行していた無縁化の流れがコロナ禍を機に加速し、顕在化したことを示しているのではないだろうか。

ここで様々な要因が複雑に絡み合っている無縁化の背景と経緯について概観する。伝統的な日本社会では、血縁や地縁のように、自分では選択できず、意思とは無関係に与えられる「縁」を非常に重視していた。こうした縁による結びつきは強力で排他的であるため、それは時として人々の自由を制限し、交流を阻害していた。しかし資本主義の拡大に伴う合理化の加速やインターネット技術の進歩、単身世帯の増加など社会状況が変化すると、伝統的な縁は次第に力を失い、個人主義の時代が到来した。

だが結果として成立した無縁社会は老人の孤独死や若者の孤立感の深まりのほか、コミュニティの崩壊といった新たな社会問題を引き起した。ここでいうコミュニティとしては、まず第一に地域社会が想定される。良くも悪くも地縁によってむすびついていた時代とは異なり、今では都心部では隣に誰が暮らしているのかすらも知らないことも珍しくはない。地域社会の希薄化は多くの人が実感しているところだ。しかし、ここではさらに広い意味で他者と交流する機会をイメージしている。人が大衆とつながるSNSの普及は、かえってコミュニティがなくなり個人間の「つながり」が希薄化した現実を浮き彫りにした。互助性を前提とするセーフティーネットとしても機能していた縁の弱体化が共通の原因である。こうした問題を解決するためには、縁とも無縁とも異なる新しい「つながり」を構築する必要がある。そこで私たちは「つながり」を投資テーマの出発点とし、フィールドワークを開始した。

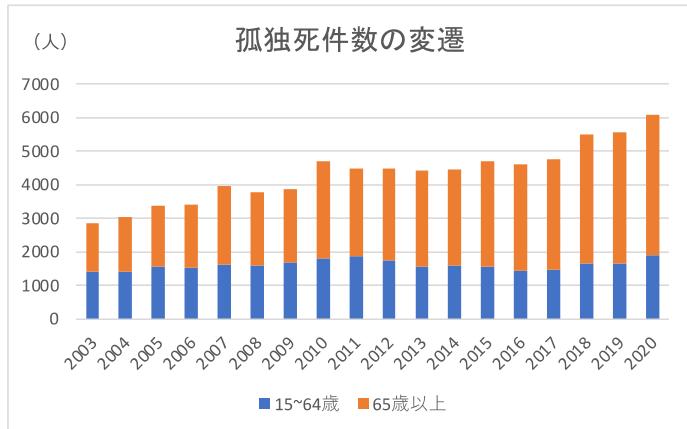


図1 東京都監察医務院より独自作成

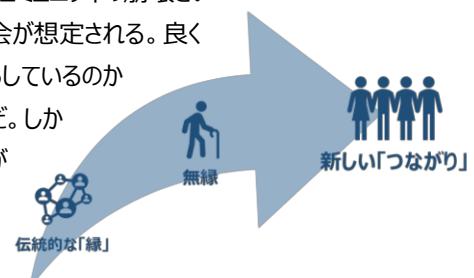


図2 つながりの変遷 独自作成

第2章 投資テーマの決定

第1節 「つながり」の必要性とケア

そもそも私たちにとってなぜ「つながり」は大切なのか。まず私たちの理想とする「つながり」について考えてみると、困っている時に助け合ったり、共通の趣味について語り合うような素朴なイメージが思い浮かんだ。素朴ではあるが、こうした「つながり」の欠如が無縁化の根本にあるのは明白である。

こうした私たちの考えを専門的に言語化した文献がないか探したところ、社会学者で東京工業大学名誉教授の今田高俊氏の論文「個人化のもとで共同体はいかにして可能か」に出会った。今田氏によると、個人化を徹底する近代社会によって共同性が破壊された今、「人間は他者と共に生きる存在であることを認識し、支え合いと連帯の絆を紡ぐこと」が共同性を回復し、無縁社会から脱却する鍵となる。そこで求められるのが「他者へ向けた関与」と「他者からの呼びかけに対する応答」の2つからなるケアの態度である。今田氏は社会の中で生きる私たちは「他者と共にいる」ことを自覚してはじめて、相互交流を通じた自己実現が達成されると主張するそうした機会が極端に少ない無縁社会において、企業には個人と個人をサービスを通して「つなげる」役割がよりいっそう求められるはずだ。

第2節 フィールドワーク

日経IR・個人投資家フェア

まずは投資のイメージを掴むため、東京ビッグサイトで開催された「日経IR・個人投資家フェア」に参加した。企業のプレゼンテーションやIR資料で「投資家とのつながり」「社会とのつながり」など、「つながり」という言葉が頻出していたことが印象に残った。日経IRフェアの開催そのものが企業が投資家との「つながり」を重視していることの表れであり、ビジネスの根幹に「つながり」があることを身をもって感じた。



写真1 日経IR・個人投資家フェア

株式会社Wealth Park 加藤所長

Wealth Parkは「オルタナティブ資産への投資機会をすべての人へ届ける」をミッションとする投資企業である。オルタナティブ資産とは農産物や骨董品など、伝統的資産とは異なる新たな投資対象のことで、コミュニティが形成されるきっかけにもなるそうだ。インタビューに応じてくれたWealth Park研究所の加藤所長からは「つながり」や実現したい社会について具体的にイメージすることの大切さを学んだほか、投資を個人の資本を増やすための道具ではなく、社会に変化を起こすための手段としてどう考える考え方を聞き、投資のイメージが大きく広がった。



写真2 株式会社Wealth Park

フィールドワークをする中で、私たちは「つながり」を評価し、企業の形に落とし込むことの難しさを実感した。抽象的で、はっきりとしたイメージを持つことが難しい「つながり」を、客観的な判断基準や指標を用いて評価する方法が分からなかったのだ。「つながり」を投資と結びつけるために、新しい概念をいくつも導入してチーム内で検討したが、納得のいく結論を得ることはできず、テーマ決定は難航した。

第3節 シェアリングエコノミーとの出会い

「つながり」について具体的に考える必要に迫られた私たちは、自分たちの目指す「つながり」について、高い解像度で言語化している論文や文献などを探し、参考にしようとを考えた。そうした中、2023年10月下旬刊行の日本経済新聞の高校生向け特別版に掲載されていたある記事が目に留まった。「つながりが資産」と題されたその特集には、シェアリングエコノミーについて書かれていて、読めば読むほど私たちが目指している社会との関連性を感じ、腑に落ちた。

デジタル庁の「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」によると、シェアリングエコノミーは「個人等が保有する活用可能な資産等（スキルや時間等の無形のものを含む。）をインターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動」と定義される。シェアリングエコノミーのサービスは空間のシェア、スキルのシェア、モノのシェア、移動のシェア、お金のシェアの5つに大別される。



図 3 シェアリングエコノミー協会 HP をもとに独自作成

株式会社ガイアックス（書面回答）

株式会社ガイアックスは、ITサービスを活用したシェアリングエコノミー事業を多方面に展開するスタートアップスタジオである。今回、私たちはシェアリングエコノミーについてより深く学ぶためにいくつか質問をメールで送り、書面にて回答をいただいた。

Q1. シェアすることによって生まれる「つながり」にはどのような特異性があると考えていますか？

A1. シェアすることは、単に有休資産の活用のみならず、共有することによる豊かさ、民泊やホームステイや助け合いといった高く豊かさを感じさせてくれるものと考えています。

Q2. 現状問題とされている、人と人の「つながり」が希薄になる無縁社会について貴社はどう考えていますか？
A2. シェアリングエコノミーは、ソーシャルメディアでは情報や感情の共有しか出来なかつたのに対し、モノの共有を可能とするもので、よりミッションの実現に近いものだと考えております。それは無縁社会という形で、希薄化したコミュニティや社会への一つの解決策であるとも思います。

この回答は、シェアリングエコノミーが資産の効率的な活用や環境負荷の低減といった経済的な利点にとどまらず、新しい人との「つながり」を生むきっかけにもなることを示唆している。その「つながり」は序論で挙げた、選択可能性がなく、私たちの自由を制約する「縁」とも、人間関係が極端に希薄化した状態である「無縁」とも異なる、これまでにない新しい関係性である。シェアサービスを介しているからこそ、私たちは意思をもって「つながり」を自由に選択することができ、シェアリングエコノミーは「情報や感情の共有しか出来なかつた」従来のソーシャルメディアとは異なり、スキルや体験など幅広い領域や分野において人々が結びつく可能性を秘めている。

シェアリングエコノミーに関してリサーチを進める中で、一般社団法人シェアリングエコノミー協会という団体について知った。「Co-Society ~シェア（共助・共有・共創）による持続可能な共生社会～」をビジョンに掲げ、シェアリングエコノミーを推進する活動を開している協会である。今回インタビューを申し込んだところ、zoom上で定期開催されているアンバサダー交流会に特別に参加させていただいた。

一般社団法人シェアリングエコノミー協会 アンバサダー交流会

糸原個人会員事業部長によると、シェアリングエコノミーには「自分が持っていること/ものを共有して豊かになる」という考え方方が根本にあり、インターネット技術の進歩やコロナ禍による労働環境の変化に伴い、全体で見れば今後も市場は拡大すると予測される。しかし、シェアは5つの項目に分かれ、それぞれに異なる背景や課題があることから、一括りに議論すると解像度が下がるとの指摘があった。これを受け、私たちはシェアとケアを投資テーマの主軸とした上で、スクリーニングをする際にはそれを「つながり」の強さで4つに分け、高い解像度を維持して企業を評価できるように工夫した。詳細は第4スクリーニングの項で改めて説明する。



写真3 アンバサダー交流会

第4節 テーマへの理解の深まり

シェアとケアを投資テーマの軸とすることを決めた私たちは、シェアのさらなる可能性を探し、ニッポン手仕事図鑑の大牧編集長にインタビューをした。

ニッポン手仕事図鑑

ニッポン手仕事図鑑は日本の伝統工芸や職人の作業現場を主に動画で発信しているウェブメディアで、後継者インテリシップも開催しているため「スキルのシェア」の観点からインタビューした。伝統工芸への投資によって、新たな市場と「つながり」が開拓されたと考えたからである。

一方、大牧編集長は、気候変動や大量消費に対する危機感から伝統工芸へのニーズは今後高まるだろうしつつも、そうした工房は小規模なケースが多いことから収益化が難しく、投資対象にはなりにくいと指摘された。また、伝統工芸にはそれぞれ異なる事情があるため、大きな主語で語らず個別に考えなくてはならないと、職人の方々と直接関わっているからそのご意見をいただいた。



写真4 ニッポン手仕事図鑑

ここで私たちはシェアとケアによる「つながり」の創出と、企業としての利益追求の両立の難しさに直面した。いくら無縁社会の問題を解決するのに重要だといっても、利益が出なかつたり成長の見込みがなければそれは持続可能な事業とはいえず、投資も広まらない。再び大きな課題を抱えた私たちは、「お金のシェア」に関わる株式会社 CAMPFIRE にお話を伺った。

株式会社 CAMPFIRE

CAMPFIRE は国内最大のクラウドファンディングサービスで、インタビューに応じていただいた中島取締役は「必要としている人にお金と一緒に思いも届ける」ためのサービスだと話す。中島氏によると、クラウドファンディングの立ち上げを経験した人は「思ったよりも大変だった」と苦労を口にしたあと、「こんなに応援してくれる人がいるとは思わなかった」「仲間が見つかった」と驚き、喜びの声を上げるという。チャレンジを共有することで、支援者も巻き込んだコミュニティが形成されることもあれば、共通の目的を達成したらそれきり解散することもある。クラウドファンディングにおける「つながり」はその意味で、まさに私たちの求める「つながり」である。



写真5 株式会社 CAMPFIRE

また、中島氏からは「インパクト投資」という考え方を学んだ。「財務的リターンと並行して、ポジティブで測定可能な社会的及び環境的インパクトを同時に生み出すことを意図する投資行動」と定義されるインパクト投資には、好奇心や目標の実現を動機に、見ず知らずの「だれか」を支援するクラウドファンディングにも通じるところがある。インパクト投資の理念は、必要とする人—例えば伝統工芸の職人—に投資をするといったように、短期的な利潤には寄与しないかもしれないが、長期的な社会の豊かさの実現には欠かせない企業や個人を支援する潮流を醸成するきっかけとして重要なはずである。

投資する銘柄を選定するにあたって、中長期的かつ持続可能な視点を取り入れることは新しい「つながり」を促進する上で必要不可欠であると感じ、社会的インパクトを重んじるインパクト投資に関する勉強を始めた。そこで、インパクト投資の普及を促進する団体の一つである一般社団法人 S I F の工藤常務理事にお話を伺った。

一般財団法人 SIIF（社会変革推進財団）（オンライン）

一般財団法人 SIIF（Social Innovation and Investment Foundation、社会変革推進財団）は「社会的・経済的資源循環のエコシステム」の実現を目指し、インパクト投資の普及に取り組んでいる財団である。今回のインタビューで対応していただいた工藤氏は、あくまでも経済的合理性を追求する ESG 投資に対し、インパクト投資は社会課題の解決やミッションの達成を出発点として、それをビジネスに落とし込んでいる点で大きく異なると話す。



写真 6 一般財団法人 SIIF

豊かさの基準が物質的な充実だけではない今日、投資だけではなく、消費や生産といった経済活動のそれぞれの段階にインパクトの視点が織り込まれた「インパクト・エコノミー」が工藤氏たちが目指す社会である。またこれまで多くのインパクト投資に携わってきた経験から、私たちの投資テーマを聞き、なぜ無縁社会だと問題があるのか、なぜ「つながり」が必要なのかを考えることがインパクト投資の指標を考える上で大切だとアドバイスをいただいた。何を目的としたつながりなのか明確にすることで、「つながり」以外の観点からもインパクトを評価できることを学んだ。

ここまで流れを踏まえて、私たちの投資テーマを改めて整理して示そう。私たちは、投資を通じて「シェア」と「ケア」を起点とした今までにない新たな「つながり」を創出し、個人化や効率化が進行する現在の社会において、だれもが自由に他者とつながり、相互に影響し合えるような「第3の社会」の実現を目指す。

第3章 スクリーニング

第1節 スクリーニング概要

「シェア」や「ケア」をベースにする事業形態や無縁社会の解決という社会的インパクトは、その斬新さや特性のため初期段階から収益を確保することは難しい。一方で後述する株式会社エーカローゼットの前川氏へのインタビューでは、足元の利益と将来性を同時に実現することの重要性を学んだ。よって、収益性と社会的インパクトを両立する企業と、収益性は発展途上だが、唯一無二の社会的インパクトを有する企業とを合わせて投資することで、より将来性の高いポートフォリオを構築できると考えた。これはビジネスのあらゆる面において参考される「2:6:2 の法則」を応用したもので、「収益性と社会的インパクトを両立できる企業」を 8 割、「無縁社会の解決に寄与する社会的インパクトを有する企業」を 2 割の割合で企業を選定する。



図 4 スクリーニングの流れ

第2節 第1次スクリーニング

収益性を担保する企業として東証プライム市場に上場している合計 1658 社と、高い成長可能性を有する企業として東証グロース市場に上場している合計 562 社のホームページや展開する事業を参考し、5 種類の「シェア」、「ケア」に該当する企業をピックアップした。複数の項目に該当する企業は、包括的な「シェア」または「ケア」を促進する企業として評価するため、複数の項目に重複して該当することを可能とした。またシェアリングエコノミー協会へのインタビューを踏まえ、5 種類の「シェア」と「ケア」それぞれの特性を理解するため、各種類に該当する企業へインタビューを行った。

①空間のシェア

株式会社スペースマーケット 重松代表

株式会社スペースマーケットは、遊休スペースを有する人が「ホスト」としてスペースを提供し、ユーザーがそれぞれの目的に沿って時間単位で利用するサービスを提供している。近年遊休スペースの活用や短期間でのスペース使用のニーズが高まる中で、場所の必要性は普遍的なものであり、利用者が気軽に自身の趣味や目的を達成できるスペースの提供サービスは人気が高まっているそうだ。さらに、スペースを提供する側と利用する側の間でも「つながり」は生まれており、遊休資産を活用しながらも日々新しい人との「つながり」を享受できるスペースのシェアは、提供者にとってもメリットは大きく、利用者も新しいスペースを通じて非日常的な経験ができるのである。



写真 7 株式会社スペースマーケット

②スキルのシェア

株式会社ニッポン手仕事図鑑 大牧編集長

第2章で紹介したように、株式会社ニッポン手仕事図鑑は、ホームページ上に伝統技術のビデオを投稿するほか、後継者インセンティブプログラムなども展開している。インタビューの中で、大牧編集長の「伝統工芸品の作り手はもちろん後継者であるが、使い手や伝え手も同様に後継者である」という言葉が印象に残った。つまり、「スキルのシェア」においてスキルを有している「提供者」だけでなくスキルの提供を受ける「享受者」の両者が重要なアクターであり、双方にとってメリットのあるサービスが求められているのだ。加えて、「スキルのシェア」を実践する大牧氏にとって「つながり」とは「明日の一歩をお互いに踏み出せること」だと伺った。伝統工芸の後継者が不足する中で、当サービスを通して職人側または技術の提供者と後継者または享受者が希望を感じることが重要なのである。

③モノのシェア

株式会社エークローゼット 前川取締役副社長

エーカローゼットは女性用衣服のレンタルサービスである。前川氏によると、エーカローゼットの開始に至った背景には超情報化社会が発達した結果、時間価値が高まったことがあるという。社会に膨大な情報が流通したことで人々がそれぞれの情報に当てられる時間も限られ、相対的に時間価値が高まった。そのような価値の高い時間をいかに自分にとって意味のあるものに費やすかが求められている。「モノのシェア」は新しいモノを手に入れる労力や時間を省き、より自分のニーズにあったモノを使用できるサービスであり、そこに「モノのシェア」ならではの特異性があるのである。



写真 8 エーカローゼット HP より

豊田通商株式会社 梅國氏

豊田通商株式会社が展開する Jukies は、使用していない建設機械を所有する企業が、企業や個人向けに貸し出しをするサービスである。従来、建設機械の貸し借りは知り合い同士で行われていて、新規顧客はリピート客と比べて高額な使用料を支払う必要があった。それをインターネットというプラットフォームを通じて打開しようと、Jukies が設立された。建設機械は価格や管理費が高額なため、Jukies のようなプラットフォームは個人が気軽に建設機械をレンタルする機会を創出するものである。一方で、高額なモノという特性が故、機材の盗難や破損などトラブルが後を絶たないそうだ。



写真 9 豊田通商株式会社

④移動のシェア

アディッシュプラス株式会社 石川代表 湧上氏

ユーザーは、アディッシュプラス株式会社が運営する notteco を通して相乗りをすることできソリン代や交通費を節約し、共通の目的や趣味を持った同乗者と仲を深めることができる。日本では海外ほどライドシェアが普及しない理由として、法による制限やタクシー業界との摩擦などが挙げられる。また、ユーザー同士がサービスを通して仲を深めることで、それ以降サービスを介さず独自に関係を築いていくことがあるそうだ。インバウントを通して移動のシェアの特異性は「実際に人と会うこと」だと私たちは学んだ。モノのシェアやスキルのシェアは人々が直接会う必要もコミュニケーションを取る必要もない。一方で移動のシェアは一定時間、他のユーザーと同乗しコミュニケーションが自然と生まれるため、唯一無二のサービスなのである。しかしこの特異性が故、ユーザーにとって安全性は重要課題である。



写真 10 アディッシュプラス株式会社

⑤お金のシェア

株式会社 CAMPFIRE 中島取締役

第2章で述べたように、CAMPFIRE は「1円でも多く、想いを届ける」という理念のもと、クラウドファンディングを通して「困難に対する経済的解決」を提供している。さらに、クラウドファンディングを通してコミュニティが生まれ、人々をつないでいるそうだ。つまり、クラウドファンディング自体がお金を集める手段だけでなく、「コミュニティを育むサービス」と進化してきているのである。一方でクラウドファンディングを始めるハードルは高く、運営企業による厳格な審査の元、信頼性の高い企画を発信していく必要がある。

⑥ケア

株式会社アニスピホールディングス 藤田代表

株式会社アニスピホールディングスは空き地や空き家を活用した障がい者向けグループホームを展開している。さらにグループホームで殺処分予定だった犬や猫を保護することで、障がい者に癒しを提供するだけでなく、散歩や動物の世話などを通して地域との関わり合いを持つ機会も創出している。この事業は、今田氏の言葉を借りれば、障がい者の「他者へ向けた関与」を可能にすると同時に、「他者からの呼びかけに対する応答」も可能にするサービスであると考える。またケアとはつながること自体を目的とする事業であり、シェアよりもより密接で直接的な「つながり」方が予想される。



写真 11 株式会社アニスピホールディングス

以下が、各項目に該当した企業数である。いずれかの項目に該当する企業の全体数は、231 社である。

	シェア					ケア	合計
	空間	スキル	モノ	移動	お金		
東証プライム	24 社	66 社	29 社	10 社	2 社	85 社	173 社
東証グロース	12 社	15 社	8 社	2 社	0 社	21 社	58 社
合計	36 社	81 社	37 社	12 社	2 社	106 社	231 社

第3節 第2次スクリーニング

私たちは「人のつながり」を事業を通して社会に提供する企業に投資しようと考えているが、事業が持続可能的でない場合、社会へのインパクトも限定的になってしまう。そこで、第2次スクリーニングでは財務の視点から事業の健全さを評価する。

視点	項目	理由	配点
安定性	自己資本比率	高い自己資本比率は、企業が自己資本を多く使用していることを示し、財政の安定性や独立性を意味する。	20:-1 点 40:-2 点 60:-3 点
	BPS	BPS が高いほど企業の安定性も高いと評価できる。	1200-1700:1 点 1700-2500 :2 点 2500-:3 点
割安性	PBR	今回は長期的な視点での投資ということで、PER よりも長期的な変動を示す PBR の配点を大きくした。	0.9 以下:3 点 0.9-1.1:1 点
	PER	PER が高い場合利益への市場の成長期待が分かる。	12-16:1 点 12 以下:2 点
成長性	CAGR	複利で計算された売り上げの年平均成長率を表す。今回は直近 5 年間の成長率で考える。CAGR は長期間の成長を示すのに有効であるため今回用いた。	2-4%:1 点 4%以上 : 2 点 8%以上 : 3 点
	FCF	企業が運営活動や投資活動から得た自由な現金の量を示す。持続的な FCF 成長から企業が将来にわたって資金を適切に運用し、成長を続けることが分かる。	0 以上 : 2 点 0 以下 : 0 点
収益性	ROE	高い ROE は企業が効果的に資本を運用していることを示す。	10%:-1 点 20%:-2 点
	営業利益率	高い営業利益率は、企業が生産や運営において効率的であり、利益を上げやすいことを示す。	5-:1 点 10-: 2 点 20-:3 点

10 点以上の企業を選定した。以下がその内訳である。

空間のシェア	16 社	モノのシェア	14 社	お金のシェア	1 社
スキルのシェア	26 社	移動のシェア	6 社	ケア	50 社
合計： 113 社					

第4節 第3次スクリーニング

第3次スクリーニングでは、私たちの目指す「第3の社会」実現に対してその事業がどの程度貢献できるのか、その事業が社会に与えるインパクトを測定する。加えて企業が目先の利益に捉われず、社会や公益のためにどの程度貢献しているのかを評価する。そこで私たちは2つの指標を用いてその合計点で企業を評価した。

①インパクトの5次元

第2章4節で触れたように、株式会社CAMPFIREへのインタビューで財務的リターンと社会的インパクトの両方を目指して企業に投資するインパクト投資という考え方を学んだ。そこでインパクト投資を推進するネットワーク組織であるGSG（The Global Steering Group for Impact Investment）の「インパクト投資におけるインパクト測定・マネジメント実践ガイドブック」のインパクトカテゴリーを自分たちなりに解釈して項目として用いた。今回は事業の社会的インパクトを重要視しているため、2つ目の指標よりも配点を高くした。また、How muchという項目は事業によって種類を変える必要があるので第4次スクリーニングで扱うこととした。

②B Corp

B Corp (B Corporation)とは、米国の非営利団体「B Lab」による国際認証制度で、厳格な評価のもと、環境や社会に配慮した公益性の高い企業に与えられる。このB Corp認証は、指標①と同様にCampfireの中島氏に教えていただいたもので、企業の評価をガバナンス、従業員、環境、顧客、コミュニティの5つの要素に分類する。ESG指標と比較しても、B Corpはより広範な視点から企業を評価することができるため、今回はこの指標を利用した。

インパクトの5次元				
	視点	項目	理由	評価方法と配点
What	モニタリング	・事業が社会にもたらすインパクトを調査し公表しているか	社会的なインパクトの調査は企業がリソースをより効果的に管理する手助けとなる。	公表している：2点
	広報力	・SNS(X,Facebook)の有無	企業の広報力を把握するために、広告費などではなく、現在企業が有する発信力として、SNSの各項目と、日経新聞の記事数に注目した。SNSは直接的な影響を顧客に与えるためのプラットフォームとして、日経新聞は信頼性や注目度の観点から採用した。	両者のアカウントがある：2点 片方のアカウントがある：1点
		・SNSの投稿頻度		直近の1年間で投稿がない：-2
		・SNSのフォロワー数		直近の半年間で投稿がない：-1
		・メディア露出の多さ		上位10社：2点
		・ユーザー数		上位20社：1点
				上位10社：2点
	SDGs	HPの企業が達成するSDGsのうち「8.働きがいも 経済成長も」「17.	SDGsの項目の中で今回の私たちのテーマと関係するものを選択した。	2つを満たしている：4点 1つを満たしている：2点

		パートナーシップで目標を達成しよう」の有無		
Who	ステークホルダーの特性	・HP または IR 情報で事業のターゲット層が明確に示されているか	ターゲットを具体的に設定し、それに基づいて事業を展開することは、決めないで進めるよりも顧客に対する影響が大きい。	明確に示されている：2 点
		事業が消費者の生活に必要不可欠なものであるか（必需品）、必要ではないが消費者の生活を豊かにするものであるか（嗜好品）	事業が必需品である場合の方が嗜好品である場合に比べて一個人に与える事業のインパクトは大きくなる。	必要不可欠である（必需品）：3 点
Contribution	会社のプレゼンス	競合他社の少なさ (100*売上金額/市場規模)	企業の競合他社が少ない程その業界におけるその企業の重要度が増す。 (配点にはアメリカの数学学者 B·O·クーブマンが定めた市場シェア率のシンボル目標値を用いた)	41.7%‐:3 点 26.1%‐:2 点 10.9%‐:1 点
Risk	External	・過去 10 年に事業に対する訴訟があったか	法律という外部要因によって事業が妨げられ社会的インパクトが小さくなることがないか検証する。	訴訟なし：1 点
		・国からの補助金	国からの補助金や助けを求めることができる親会社などのポジティブな外部要因の存在を検証。	補助金あり：1 点
		・親会社の有無		親会社あり：1 点
	Execution	・IR 情報から 3 年前の事業計画を参照し、事業が計画通りに実行されているかを検証する。 (主に事業の売上で評価する)	事業計画通りに実行することでステークホルダーからの信頼を獲得し、それが持続可能な事業の基盤となる。	計画どおりに実行：2 点

B Corp			
視点	項目	理由	評価方法と配点
ガバナンス	直近 10 年で経営陣の不祥事があったか	不祥事がある場合ステークホルダーからの信頼を失ってしまう。	不祥事なし：1 点
	企業理念の中に「つながり」または「コネクト」が含まれるかどうか	企業が私たちの目指す人と人との「つながり」のある社会を直接的に目指しているかを判断する。	含まれている：1 点

従業員	スキルアップ研修の有無	企業が従業員の育成や労働環境の質の向上に対してどの程度力を入れているかを評価する。	研修がある：1点
	有給取得率		80%以上:2点 60%以上:1点
	リモートワーク環境		リモート可：1点
環境	HPに環境を意識して事業を行っているという記載があるか	企業は環境への責任を含む総合的な社会的責任を果たすことが重要である。	記載がある：1点
	自然保護活動などのボランティア活動を行っているか		活動を行っている：1点
顧客	顧客満足度を検証しているか	検証はサービスや製品の品質を向上させ、継続的な改善を促進することにつながる。	検証している：1点
コミュニティ	イベント開催などの地域社会との関わりがあるか	B Corpは地域発展への取り組みを強調していて、地域交流はその一環である。	関わりがある：1点
	職場の女性割合（厚生労働省認定のえるぼしを用いた）	女性割合が高かったり、子育てのしやすい職場は多様性が高いといえるからである。	プラチナえるぼし：2点 えるぼし：1点
	子育てしやすい職場か（厚生労働省認定のくるみんを用いた）		プラチナくるみん：2点 くるみん：1点

11点以上を通過した企業とした。以下がその内訳である。

空間のシェア	6社	モノのシェア	9社	お金のシェア	1社
スキルのシェア	5社	移動のシェア	3社	ケア	25社
合計： 49社					

第5節 第4次スクリーニング

第2次スクリーニングで収益性、第3次スクリーニングで社会への好インパクトを担保した上で、第4次スクリーニングでは企業が展開する事業とそれによって生じる「つながり」の「質」を問う。シェアリングエコノミー協会へのインタビューから学んだように、5種類のシェアとケアにはそれぞれ特有のメリットとデメリットが存在し、一括で議論することは議論の解像度の低下につながる。よって図5のように第4次スクリーニングではシェアとケア、オンラインとオフラインの2つの軸のもと、企業を4種類に分類しており、指標は「インパクトの5次元」のうち“How Much”をもとに設定した。それぞれ該当する企業の事業内容に合わせた指標を構築したため、より正確に私たちの投資テーマと合致する企業が評価されるはずである。特に企業が創出する「つながり」の規模、深さ、期間の適切な度合いは業種によって大きく異なるため、差別化を図った。また、以上の4種類の「つながり」の強さの関係は図5のようになる。私たちが目指す「つながり」は選択可能性に開かれた、「縁」と「無縁」の中間に位置する関係性なので、束縛や拘束に発展しうるケア・オフラインとシェア・オフラインの割合は小さくした。

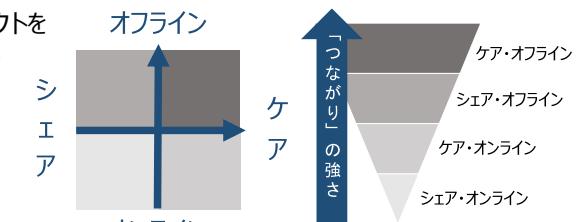


図5 つながりの深さ 独自作成

第4次スクリーニング

シェア・オンライン				
視点		目的	項目	配点
How Much	規模	オンラインの特性を活かしたサービスを展開できているか	選択肢の多さ (サイトの掲載数で評価)	上位3社:2点 上位6社:1点
			C to C 事業である	2点
			既存の関係性の維持にもサービスを利用できる	3点
	深さ	事業の中で「つながり」をどのように位置づけ、コミュニケーションを活性化しようとしているか	実名で利用する必要があるか	○×:2点
			サービスによって生まれた「つながり」が集客効果など、事業の価値向上にも寄与しているか	○×:3点
			友人としての「つながり」か仕事としての「つながり」か	友人として:2点
	期間	つながりの持続性	サービスを利用していないくとも、長期的に「つながり」が持続するか	・サービス利用時のみ→0点 ・長期的に「つながり」がある→2点
	選択肢の多様性	それぞれのニーズに沿う選択肢が存在するか	・Web決済が可能か	○×:1点
			・全国展開しているか	○×:1点
安全性	利用者の利便性とコミュニケーションの安全性を両立させる姿勢が見られるか		・相互評価制度があるか	○×:1点
			・フィードバック／レポートシステム	○×:1点
			・過去に事故／事件は起こっていないか	○×:1点
	利用容易性	利用者が手軽にサービスの利用を開始できるか	・顧客満足度	上位3社:2点 上位6社:1点
			・利用前の見積もり	○×:1点
			・手数料がかからない	○×:1点
		利用者が手軽にサービスを利用できるような工夫をしているか	・禁止行為の明示	○×:1点
			・登録料がない、固定費がない	○×:1点
選択可能性		利用を開始し中断、終了することへのハードルの低さ	・キャンセル料がかからない	○×:1点
安定性		継続してサービスを利用してもらうための制度や工夫があるか	・紹介割引があるか	○×:1点
			・ポイントが貯まる、次回使える特典があるか	○×:1点
			・保障制度があるか	○×:1点

シェア・オフライン				
視点		目的	項目	配点
How much	規模	利用者の人数や身体的特性に関わらず、サービスを利用できるか	サービス・施設の収容能力は十分か (定性的に判断)	○× : 2 点
			既存の関係性の維持にもサービスを利用できるか	○× : 2 点
			幅広い年齢層がサービスを利用できるか	○× : 3 点
	深さ	企業が「つながり」をどのように位置づけているか	企業が主体的にイベントを開催しているか	○× : 2 点
			サービスによって生まれた「つながり」が集客効果など、事業の価値向上にも寄与しているか	○× : 3 点
	期間	「つながり」の持続性	サービスを利用していなくても、長期的に「つながり」が持続するか	・サービス利用時のみ→0 点 ・長期的に「つながり」がある→2 点
			サービス利用時に想定される「つながり」の期間	上位 3 社 : 2 点
	選択肢の多様性	それぞれのニーズに沿う選択肢が存在するか	・Web 決済が可能か	○× : 1 点
			・全国展開しているか	○× : 1 点
安全性		安全性、品質が担保されているか	・本人確認を行っているか	○× : 1 点
			・フィードバック／レポートシステム	○× : 1 点
			・専用のメッセージ機能があるか	○× : 1 点
			・過去に事故／事件は起こっていないか	○× : 2 点
			・問題発生時の保障があるか	○× : 1 点
			・顧客満足度	上位 3 社 : 2 点 上位 6 社 : 1 点
利用容易性	利用者	利用者または提供者にとってサービスの利用がどれほどアクセスしやすいものか	・月額固定費ない	○× : 1 点
	提供者			
選択可能性		利用を開始し中断、終了することへのハードルの低さ	・キャンセル料がかからない	○× : 1 点
安定性		サービスが安定して使われるか	・割引クーポンがあるか	○× : 1 点
			・紹介割引があるか	○× : 1 点

ケア・オンライン				
視点		目的	項目	配点
How much	規模	コミュニティが相互交流が活発に行われる場として機能しているか	ユーザーがコミュニティを主催することができる	○× : 2 点
			複数のコミュニティ（サロン）に同時に参加できる	○× : 2 点
			アクティブ率	上位 2 社に 2 点
			発信する媒体（文章、音声、動画）が複数ある	○× : 1 点
深さ	深さ	企業として「つながり」の創出を重視し、それを理念や事業で示しているか	実名で利用する必要がある	○× : 2 点
			対面で安全に交流する機会を企業が設けている	○× : 2 点
			自分が希望する相手と 1 対 1 でやり取りをすることが可能である	○× : 2 点
期間	期間	「つながり」の持続性	サービスを利用していくなくとも、長期的に「つながり」が持続するか	・サービス利用時のみ→0 点 ・長期的に「つながり」がある→2 点
選択肢の多様性		利用者が複数の選択肢の中から自由にサービスを選択することができるか	選択できるコミュニティ数	上位 3 社に 2 点
			ユーザーの目的別にコミュニティを検索する機能がある	○× : 1 点
安全性		利用者やその家族が安心してサービスを利用できるか	レビュー・通報機能がある、または企業が定期的に巡回している	○× : 1 点
			過去に事故や事件があったか →あったとすれば、HP 上で改善策を明示しているか	ない : 2 点 あって対策済 : 1 点 あって対策無 : 0 点
			利用者のレビューを見た定性的な判断	○× : 2 点
利用容易性		利用者または提供者にとってサービスの利用がどれほどアクセスしやすいものか	Web 決済を利用できる	○× : 1 点
			一部の機能に限れば、無料で利用できる	○× : 1 点
			無料体験が可能である	○× : 1 点
			利用ガイドなど初心者向けのサポートが充実している	○× : 1 点
選択可能性		利用を開始・中断するとのハードルは低いか	実験して、会員登録が 3 分以内に完了する	○× : 1 点
			実験して、退会手続きが 3 分以内に完了する	○× : 1 点
安定性		長期間の利用を促進する工夫がなされているか	継続利用の特典としてポイント付与などがある	○× : 1 点

ケア・オフライン			
視点	目的	項目	配点
How Much	規模	サービスの利用者がスタッフや家族以外と交流する機会があるか	<p>地域交流のイベントや空間 ○× : 3 点</p> <p>地域包括支援センターとの連携 ○× : 3 点</p> <p>同社の他事業と連携した交流機会 ○× : 3 点</p>
		企業として「つながり」の創出を重視し、それを理念や事業で示しているか	<p>HP 上の対象事業の説明に「つながり」を創出することが明記されている ○× : 3 点</p> <p>運営事業を ①情報・アドバイス提供プラットフォーム ②施設・サービスの紹介・斡旋サービス ③他者との交流 に分類したときの③の比率</p>
			上位 5 社に 3 点
	選択肢の多様性	利用者が複数の選択肢の中から自由にサービスを選択することができるか	<p>訪問看護とホームの両方が事業に含まれている 1 点</p> <p>展開する事業数 上位 5 社に 2 点</p>
		利用者やその家族が安心してサービスを利用できるか	<p>利用者の目的別にサービスを検索する機能がある ○× : 1 点</p> <p>スタッフが介護に関する専門的資格を有している ○× : 1 点</p> <p>資格取得の支援または教育研修を実施している ○× : 1 点</p> <p>HP に安全性の取り組みについて記載している ○× : 1 点</p> <p>過去に事故/事件があったか→ある場合、改善策を明示しているか ない : 2 点 あるが対策済 : 1 点 あるが対策無 : 0 点</p>
利用容易性	すべての人が平等にサービスを利用する機会を有しているか	<p>利用者のレビューを見た定性的な判断 2 点満点</p> <p>サービスや施設が全国的に利用できる（分布の広さ） 1 点</p>	
選択可能性	利用を開始・中断するとのハードルは低いか	Web 決済の利用が可能 ○× : 1 点	
		利用前に無料でサービスの見学・体験が可能 ○× : 1 点	
		サービスを 1 か月単位で利用可能 ○× : 1 点	
安定性	長期間の利用に対応しているか	保険や各種助成制度が適用 ○× : 1 点	
		1 年以上の利用が可能 ○× : 1 点	

通過した企業の内訳である。

	シェア	ケア
オンライン	6 社	6 社
オフライン	2 社	2 社
合計：16 社		

第6節 第5次スクリーニング

第1節スクリーニング概要で述べたように、収益性と社会的インパクトの両立を図る将来性の高いポートフォリオを構築することを目標とする。よって、収益性を前提に置いた第1次スクリーニングから第4次スクリーニングを通過した企業の他に、事業の社会的インパクトを評価して企業をストックピッキングしようと思う。

この考え方は株式会社 Wealth Park の加藤所長へのインタビューから着想を得た。加藤氏は投資先を決める際、収益性を前提に考える必要はなく時には企業の社会的インパクトを大事にしているそうだ。よって、私たちも本大会に取り組んできた数か月間のリサーチを通じてその企業ならではの社会的インパクトや将来性を強く感じた企業を第5次スクリーニング通過企業として選別しようと思う。

株式会社 SUKIYAKI

株式会社 SUKIYAKI はアーティストなどのクリエイターにファンとつながる機会を提供することでクリエイターを支援するオンラインプラットフォームを展開するテクノロジー企業である。Bitfan や Bitfan Pro をはじめとするオンラインプラットフォームでは、クリエイターがサイトを開設し、そのサイト内でファンクラブ、グッズ販売、オンラインチケット販売を一括に展開することを可能にする。有料会員数は2022年7月の時点で100万人を突破し、「FanTech 分野」の先駆者として事業を拡大させている。

無縁社会の問題を考える上でコミュニティの過疎化は避けて通れない。伝統的な「縁」を重んじる社会でコミュニティとして存在していた家族や会社との強い「縁」は無縁社会と化した今、失われている。一方で、人々に楽しみや安らぎを提供する場の一つはコミュニティであり、共通の趣味や目的を持った人との束縛されることのない「つながり」を創造する。株式会社 SUKIYAKI が展開する Bitfan は、「つながり」を提供するだけでなく、「つながり」を新しく生み出し、その輪を広げていく点が唯一無二である。Bitfan のユーザーは様々なクリエイターが開設したサイト上で同様の趣味を持つ他のユーザーとつながることができる。さらに、クリエイター自身も「つながり」の場を生み出し拡大させていくことができる。既存の「つながり」を享受するだけでなく、日々新しい「つながり」の場が生まれ、自分自身も「つながり」を提供できる可能性を秘めている株式会社 SUKIYAKI のサービスは、本稿のテーマである無縁社会の解決と密接に関わっていると考える。

株式会社 yutori

株式会社 yutori は20以上のブランドを展開するアパレル企業で、SNSを活用した広報力のもとD2Cの事業形態を強みとしている。事業活動の一環として、東京都下北沢に「pool」というコミュニティスペースを運営している。「好きの溜まり場」と表現される「pool」は、インフルエンサーとユーザー同士が触れ合える場であり、フリーマーケットやアパレルブランドのポップアップショップを開催する場として機能する。さらに、古着を媒介としてクリエイターやユーザーが集い、交流するコミュニティである。

「pool」の根底には「ゆるくつながる」という考えがあり、私たちが目指す新しい「つながり」と一致する。出自や会社によって不可避に生まれる「縁」でも社会的または精神的に孤立する「無縁」でもなく、「好き」が人々を駆り立て集まつたところにコミュニティは形成され、「つながり」は生まれる。「好き」という気持ちは完全に個人の意思であり、誰から強制されたものでもない。そんな自分ならではの「好き」を他のユーザーとの触れ合いを通して高め合い、「つながり」を感じられる株式会社 yutori の事業は無縁社会の解決に大いに寄与すると考える。

リネットジャパングループ株式会社

リネットジャパングループ株式会社は第2節で紹介した株式会社アニスピホールディングスを2023年3月に買収した企業である。株式会社アニスピホールディングスが展開する障がい者向けグループホームでは、殺処分間近の動物を保護し、入居者が主に世話をしている。

藤田代表によると、日本では未だ障がいを持つ方への差別が絶えず、近隣に障がい者施設を設立することに反発する声は多いそうだ。そこで、地域との「つながり」を持つことを目的に作られたのが動物を保護するグループホームである。入居者にとって、動物の散歩や世話は近隣住民と交流し、「つながり」を持つ機会を提供する。入居者の中にはコミュニケーションや社会との関わりを苦手とする人も多く、グループホームというコミュニティと同時に地域との「つながり」を提供するサービスは、「つながり」をより広範囲に社会に普及させていくものである。株式会社アニスピホールディングスが展開する事業は、入居者に地域や他の利用者との「つながり」を提供するだけでなく、無縁社会により発生する諸問題の解決に寄与するものもある。例えば、介護者不足により高齢の子どもが高齢の親の介護を担う8050問題、地域やコミュニティにより発生する空き家問題なども、入居者に質の高い介護の提供や施設としての空き家活用を通して解決している。

株式会社雨風太陽

株式会社雨風太陽は、農家と消費者が直接つながり、商品の売買が自由にできるプラットフォームサービス「ポケットマルシェ」を運営している。雨風太陽は現代社会の「無縁化」に対する問題意識を強く持ち、食を通じて人々の「つながり」の形成を目指す。彼らは無縁社会という私たちと共通の社会問題に実際に取り組んでいるということでインタビューさせて頂いた。

インタビューに応じてくださった高橋氏は、ポケットマルシェは食という人々に欠かせないものを媒体として「つながり」を形成しているためこれからの成長可能性も社会的なインパクトも大きいと語っていた。また、人々が「つながり」を選択的に得ることができれば、個々人は複数のコミュニティに属することができ、これによって都市と地方の格差が縮まる可能性がある。そして現在、拠点が一つしか持てないことが前提となっているため、都市を選択する傾向があるが、複数の選択肢があれば地方にも注目が集まり、若者もそちらに集まる可能性があるとの見解を示していた。この視点は今までになく、無縁社会解決の重要性を再認識させる興味深いものであった。

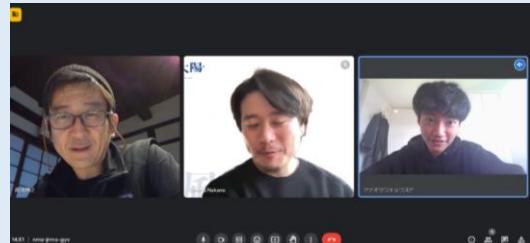


写真12 株式会社雨風太陽

第7節 スクリーニング結果に関する考察

第2次スクリーニングでは財務、第3次スクリーニングでは社会的インパクト、第4次スクリーニングではつながりの「深さ」、第5次スクリーニングでは財務にとらわれない社会的インパクトというように、業種にとらわれることなく柔軟かつ多面的な視点から企業を評価した。そのことによって、最終的に選定された企業は、サービス業を展開するものが多い一方で多種多様な事業を展開しターゲットとするユーザー層もそれぞれ唯一無二である。投資的視点からはリスク分散がよくされていて、テーマとの関連性では、より多くの人にそれぞれのニーズに沿った「つながり」を提供するポートフォリオであると感じた。

第8節 投資配分の決定

第5次スクリーニングで決定した20社のうち、第1節スクリーニング概要で述べたように「2:6:2の法則」の応用によって500万円のうちの8割の400万円を第4次スクリーニングで残った16社に、2割の100万円をストックピッキングで選ばれた企業に投資する。

16社の投資配分は、第2次スクリーニングで財務の健全性は保障されたものと考えた上で、ポートフォリオ理論による配分ではなく、私たちが重要視する事業の社会へのインパクトが反映されるように以下のように定めた。第5次スクリーニングを通過した4社分の配分は、それぞれが社会的インパクトという価値を持つことから、残り100万円を等しく配分した。

「16社の第2,3,4スクリーニングの合計点」=S

「企業_iの投資配分」=「企業_iの第2,3,4スクリーニングの合計点」/ S

第9節 ポートフォリオの紹介

点数は第2次スクリーニングから第4次スクリーニングの合計点を示す。このポートフォリオを新しい「つながり」を生み出すことを期待して「リユニオンファンド」と命名する。

7082	サービス業	ジモティー	シェア・オンライン	58点	321330円 (8.03%)
企業の紹介： 「地元の掲示板 ジモティー」というキャッチフレーズでもなじみ深いジモティーは、利用者が気軽に情報を発信できるネット掲示板を運営している。			「つながり」との関連性： HPでは中古品の譲渡に加え、メンバー募集や助け合いの呼びかけが可能であり、ローカルレベルで利用者が使用できる掲示板として幅広く「つながり」を提供している。		
3904	サービス業	カヤック	シェア・オフライン	53点	293629円 (7.34%)
企業の紹介： 面白法人というキーワードのもと、既存の枠組みにとらわれずゲーム制作から広告、地域社会の活性化など多方面に事業を展開している企業である。			「つながり」との関連性： 関係人口の増加を促進する地域通貨まちのコインは、経済効果はもちろん、人々が「つながる」きっかけとして大きな可能性を秘めている。現在は神奈川県鎌倉市や高知県高知市など22の地域で導入されており、さらなる拡大が期待される。		
2432	サービス業	DeNA	ケア・オンライン	53点	293629円 (7.34%)
企業の紹介： ゲーム、ヘルスケア・メディカル、スポーツなど広範囲にわたって事業を展開している。PocochaもDeNAの主力事業のひとつであるライブストリーミングに含まれるサービスである。			「つながり」との関連性： Pocochaはファミリー機能やタグ機能の実装でライバーやリスナーのコミュニケーションを促進し、新たな「つながり」を作り出そうとしている。利用の手軽さとコミュニティの安全管理の両立に誠実に取り組んでいる姿勢がHPやレビューから感じられ、好印象だった。		
9622	サービス業	スペース	シェア・オフライン	49点	271468円 (6.78%)
企業の紹介： 商空間プロデュースの専門集団として、飲食店やショッピングモール、ワーキングスペースの企画や設計などを担う企業である。			「つながり」との関連性： インターネット技術が発達しオンライン化が進む時代だからこそ、同社が掲げる「見知らぬ人同士が出会いリアルな場」の価値が高まると思った。HPで賑わいの創出や地域の活性化を創造する価値として挙げ、個別の事例を多数紹介していた点も評価した。		
6197	サービス業	ソラスト	ケア・オフライン	47点	260388円 (6.50%)
企業の紹介： スマートホスピタル事業、医療関連受託事業、介護事業、こども事業、教育事業の5つを軸に展開し、「安心して暮らせる社会」の実現を目指す企業である。			「つながり」との関連性： 地域トータルケアを掲げ、子ども食堂や認知症カフェの開催、小中学校からの職業体験の受け入れなど、介護の枠にとらわれず地域全体の「つながり」を創出しようとする姿勢を評価した。		

6194	サービス業	アトラエ	シェア・オンライン	45 点	249307 円 (6.23%)
企業の紹介： アトラエは成功報酬型求人メディア Green やビジネス版マッチングアプリ Yenta など I T 技術を活用したサービスを提供する企業である。			「つながり」との関連性： アトラエの人材紹介サービスは、従来の高額でアクセスしづらいものから一画をなす、誰もが利用できるよりオープンなものである。企業理念に「四方よし」の考え方をあげ、全てのステークホルダーにとってアトラエならではの価値を提供できるよう事業を展開し、企業全体がステークホルダーとの「つながり」を意識している。		
7093	サービス業	アディッシュプラス	シェア・オフライン	45 点	249307 円 (6.23%)
企業の紹介： 投稿監視やソーシャルリスニング、ゲームやアプリのカスタマーサポートなどインターネット事業を中心に行っている。ここではライドシェア事業の notteco に注目した。			「つながり」との関連性： 法規制やライドシェアの知名度の低さといった障害に対して、サービスの工夫や安全管理の徹底のほか、同じ趣味の人と「つながれる」という付加価値を示すことでアプローチしている。地方における新たな移動手段としても、無縁化の阻止の観点から魅力的である。		
4487	情報・通信	スペースマーケット	シェア・オンライン	44 点	243767 円 (6.09%)
企業の紹介： 遊休スペースの貸し借りが可能なオンラインプラットフォームを展開し、多種多様なニーズを満たすスペースが提供されている。			「つながり」との関連性： スペースからチャレンジを生み出し、人生を豊かにすることを目的としていて、利用者間の「つながり」構築を可能にするだけでなく、利用者と提供者、または提供者間で日々「つながり」が生まれている点を評価した。変わりゆく社会の中でも場所の需要は普遍的であり、今後の成長に期待できると感じた。		
2811	食料品	カゴメ	ケア・オンライン	44 点	243767 円 (6.09%)
企業の紹介： 垂直統合型ビジネスとして研究・開発から野菜の栽培、商品の販売までを一貫して行っていることが特徴である。トマトケチャップや野菜ジュースを主力商品として販売している。			「つながり」との関連性： 2015 年に立ち上げた公式ファンサイト「&KAGOME」に注目した。会員同士ではもちろんカゴメ社員とも交流できる斬新さや、コミュニティの安全性への配慮、工場見学や座談会などのイベントを通じて「つながり」を維持しようとする工夫など、総合的に高い評価となった。		
2461	サービス業	ファンコミュニケーションズ	ケア・オンライン	43 点	238227 円 (5.95%)
企業の紹介： 成功報酬型アドネットワーク事業で国内大手の企業である。新規事業にも積極的に挑戦しているほか、海外にもサービスを拡大することを今後の展望として掲げている。			「つながり」との関連性： オンラインサロン YOOR に着目した。チャットサポートや利用ガイドが充実していて気軽に「つながり」を生み出せるほか、2023 年 9 月からは日本会議室と業務提携し、インターネット上だけでなく現実でも利用者間の「つながり」を活性化しようとする意欲が見られた。		

2374	サービス業	セントケア・ホールディング		ケア・オフライン	42 点	232687 円 (5.81%)
企業の紹介 : 30 のグループ会社から構成され、訪問看護やデイサービス、有料老人ホームなど多種多様な介護サービスを展開する企業である。			「つながり」との関連性 : 利用者の希望に合わせた選択肢の豊富さや、介護サービスだけでなく様々なアクティビティを通して「生きがい」や「楽しみ」を感じられる機会を提供し、「つながり」を促進している点を評価した。			
4176	情報・通信	ココナラ		シェア・オンライン	41 点	227147 円 (5.67%)
企業の紹介 : ココナラは、個人のスキルを売り買ひできる日本最大級のスキルマーケット Coconala を運営している企業である。			「つながり」との関連性 : 利用者は Coconala 上でスキルを提供／享受することで他の利用者と交流し、ココナラは月 2 回以上開催されるユーザー交流会など利用者間の「つながり」を企業としても促進している。			
2334	サービス業	イオレ		ケア・オンライン	41 点	227147 円 (5.67%)
企業の紹介 : 日本最大級の連絡網サービス「らくらく連絡網」を起点に販促や求人広告を展開する企業である。			「つながり」との関連性 : らくらく連絡網は新たに「つながり」を生むというよりは既存の人間関係を維持し、円滑に運営する上で必要なサービスであり、持続可能な「つながり」を支えている。保育園から大学、企業までさまざまなコミュニティで導入されており、登録者数は 700 万人に上る。			
5138	情報・通信	Rebase		シェア・オフライン	41 点	227147 円 (5.67%)
企業の紹介 : Rebase は日本最大級のレンタルスペースのプラットフォーム instabase を運営する企業である。掲載数は全国で 29,000 件を超える、利用者のニーズに沿った空間の提供が可能である。			「つながり」との関連性 : 今回評価のポイントになったのは、同社が提供する TOIRO だ。仲間内でコミュニティイベントの作成や思い出の共有ができるサイトで、レンタルスペース事業をただのマッチングでとどめず、「つながり」を創造する機会として解釈している点を評価した。			
2121	サービス業	MIXI		ケア・オンライン	39 点	216066 円 (5.40%)
企業の紹介 : MIXI は「心もつながる」場と機会の創造を企業理念として掲げる企業で、SNS だけでなくスポーツやゲーム、投資などの事業を展開している。			「つながり」との関連性 : 「趣味でつながる SNS」をコンセプトとする mixi は 270 万以上の趣味コミュニティやイベントが掲載されており、新たな「つながり」のきっかけとなるだろう。また 2023 年 5 月には miatto という少人数で日常を共有することに特化した SNS もリリースしており、今後の動向が注目される。			
4751	サービス業	サイバーエージェント		ケア・オンライン	37 点	204986 円 (5.12%)
企業の紹介 : サイバーエージェントは「21 世紀を代表する会社を創る」をビジョンとして掲げ、メディア、ゲーム、インターネット広告などの分野で先駆的な事業を展開する会社である。			「つながり」との関連性 : アメーバブログという国内最大規模のブログサイトを運営しており、自分で書いたブログを共有できるほか、DM 機能もある。創立から一貫して社員とのコミュニケーションを重視していて、企業外はもちろん、企業内でも「つながり」を重視している。			

5616	情報・通信	雨風太陽	シェア・オンライン	第5次	250000 円 (5.00%)
企業の紹介 : 農家と消費者がつながり、直接農産物の売買ができるオンラインプラットフォームを運営する。			「つながり」との関連性 : 雨風太陽が展開する消費者と農家が直接つながり、商品農作物を売買できるポケットマルシェは、普段互いに関わることというサイトを運営する。食を通じた「つながり」の少ない二者をつなげて形成を目指している。目に見えるモノのやり取りがあるからこそ、両者が「つながり」を実感しやすい事業である。		
3995	情報・通信	SUKIYAKI	ケア・オンライン	第5次	250000 円 (5.00%)
企業の紹介 : クリエイターが自身のファンサイト、グッズ販売、チケット販売を一括でできるサイトで、設置されたファンサイトには多くのファンが集い交流を深めている。			「つながり」との関連性 : コミュニティを育む場所として挙げられることの多い一般的なSNSと違い、利用者が「つながり」を持つだけでなく新たな「つながり」を生むことができる点が唯一無二である。共通の趣味を持った利用者が気軽に仲間を見つけられるコミュニティは、無縁社会の解決には必要不可欠なものである。		
5892	小売業	yutori	ケア・オフライン	第5次	250000 円 (5.00%)
企業の紹介 : SNSでの広報をメインに、20以上のブランドを展開するアパレル企業である。本稿ではフリーマーケットやポップアップショップとしても機能する場である「pool」に着目した。			「つながり」との関連性 : 「pool」は「好き」をテーマにするコミュニティで、ユーザーが共通の趣味を持つ人とつながることを可能にする。「好き」という個人意志に基づいて「つながり」を持つかを選択できるため、より自由度の高い「つながり」を促進している企業である。理念である「ゆるくつながる」という考えにも共感した。		
3556	小売業	リネットジャパングループ株式会社	ケア・オフライン	第5次	250000 円 (5.00%)
企業の紹介 : 障がい者向けグループホームを展開する株式会社アニスピホールディングスを買収した企業である。			「つながり」との関連性 : 動物を保護するグループホームでは、利用者が動物の世話を通して利用者同士または地域との「つながり」を持つことができる。コミュニケーションを苦手とする利用者であっても、動物という共通の話題を持つことで、他の人の会話を楽しむことができるそうだ。		

第10節 運用状況

長期的な視点での株価の考察は第4章の投資家へのアピールで行うため、今回は3年という中期的な視点で分析する。日経チャートプラスを用いて図6を作成した。

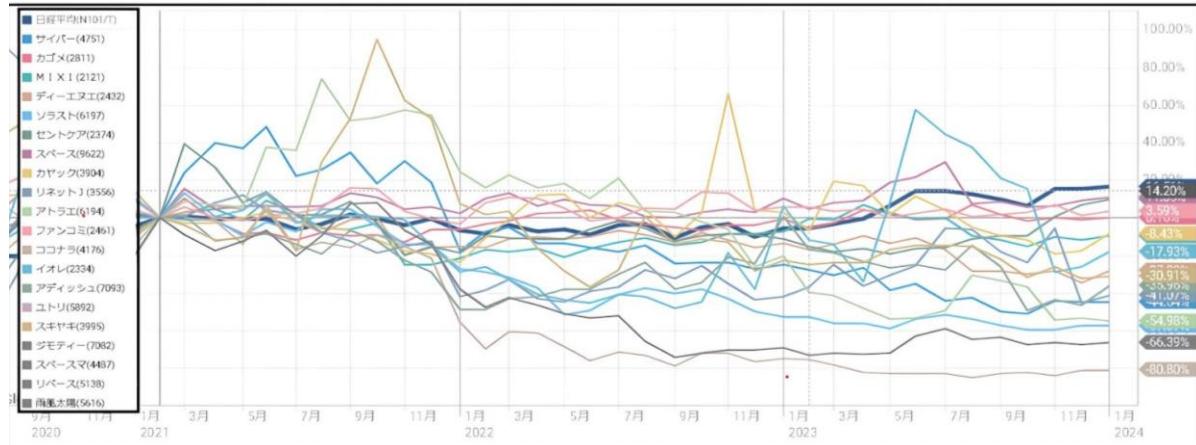


図6 日経チャートプラスより

2021年までは全体的に株価が好調だったが、2022年1月のFRBの引き締め前倒し観測による長期金利上昇や新型コロナウイルスのオミクロン型の感染拡大によって全体的に株価が下落している。その下落から現在に至るまでの間に株価を持ち直すことができたかに企業の実力が現れたと感じた。実際第2次スクリーニング上位3社のカヤック(3904)、セントケアホールディングス(2374)、ファンコミュニケーションズ(2461)は株価の変化率がそれぞれ-8.4%、9.7%、3.6%で株価を回復させていた。

また、「つながり」を創出する企業ということで日経平均との比較から新型コロナウイルスの影響をより強く受けていることが分かる。つまり、新型コロナウイルスが落ち着き、経営が安定してくるこれからこそ株価の上昇が期待できる。そしてこのポートフォリオは業種を絞らずにスクリーニングをしたので他業種にまたがっていて、実際グラフから異なるタイミングでの株価変動も多く見られた。よってリスク分散により安定したポートフォリオとなったと言える。

次に最も株価が上昇したスペース(9622)、最も下落したココナラ(4176)について直近1年の株価変化を見ていく。

スペース(9622)



図7 スペースの運用

ココナラ(4176)



図 8 ココナラの運用

今回さまざまなテクニカル分析を行ってチャートの動きを予想しようとしたが、株価は多くの要因が絡み合って決定されていて、予想は非常に困難であり結果に一喜一憂するばかりであった。だからこそ、株式は長期保有前提でどつしり構えた態度でいることが、配当も十分に活かせるし大切なだと感じた。また、株式投資のチャートは一面的な見方では見落としてしまうことが多く、多面的にみて判断することが大切なだと学んだ。

第4章 投資家へのアピール

第1節 シェアリングエコノミー市場の魅力

まずははじめに、近年注目を集めているシェアリングエコノミー市場の魅力を紹介する。

①社会へのインパクト

現在展開されているシェアリングサービスの背景には、必ずと言っていいほど提供者の社会問題解決への姿勢がある。

建設機械レンタルサービスを展開している豊田通商株式会社へのインタビューでも、使う頻度の少ないモノを有効活用するため「モノのシェア」にあたるサービスを開始したという背景を伺った。同様にライドシェア notteco を展開するアディッシュプラス株式会社へのインタビューでは、過疎地での交通手段不足を危惧し、それを解決するためライドシェアサービスに価値を見出したと説明してくれた。ほかにも、自分が持っている能力を他人に共有する「スキルのシェア」、空き地を有効活用するための「空間のシェア」など「シェア」の根底には現存の資源を活用し所有に伴う責任を平等に分配するという概念がある。

シェアリングエコノミー協会と情報通信総合研究所が行った調査では、シェアリングエコノミーと SDGs の目標が密接に関わり合っていて、企業が社会貢献を意識する中でその手段としてシェアリングエコノミーが発展している。

このようにシェアリングエコノミーとは SDGs の達成や社会問題の解決に大いに貢献する事業であると同時に、収益をも確保するビジネス形態である。私たちはスクリーニング段階で、シェアによる「社会貢献」と企業が目指す「利益追潤」の両立を図っている企業に重きを置くと同時に、収益面では発展途上だが将来性を強く持つ企業をストックピッキングしてポートフォリオを作成した。つまりこれらの企業への投資は「インパクト投資」にあたり、投資がもたらす社会的影響を評価することもある。ESG や SDGs への取り組みが疎かとなっている企業を批評的に除外する ESG 投資とはまた異なる視点から、投資自体の影響を考慮して行われる「インパクト投資」も、シェアリングエコノミー同様今後さらに脚光を浴びるであろう。

②拡大市場としての可能性

シェアリングエコノミーは近年急激に拡大していて、今後さらに市場規模は拡大すると予測されている。シェアリングエコノミー協会と情報通信総合研究所が 2023 年 1 月に発表した調査では、2022 年度の市場規模は 2 兆 6,158 億円と過去最大を記録し、2032 年には最大で 15 兆 1,165 億円にまで拡大する予測が立てられた。

シェアリングエコノミーが市場として確実に成長するだけでなく、その成長に伴い他業種への波及効果が見込まれる。上述の調査によると、2032年に最大10兆円にも及ぶ波及効果が期待される。例えばシェアリングサービスの提供を通して収入を得た人が飲食店で食事する、店で商品を買うなど消費活動によって生じた金額を合計したものである。よって今後投資する市場としての魅力は多い。

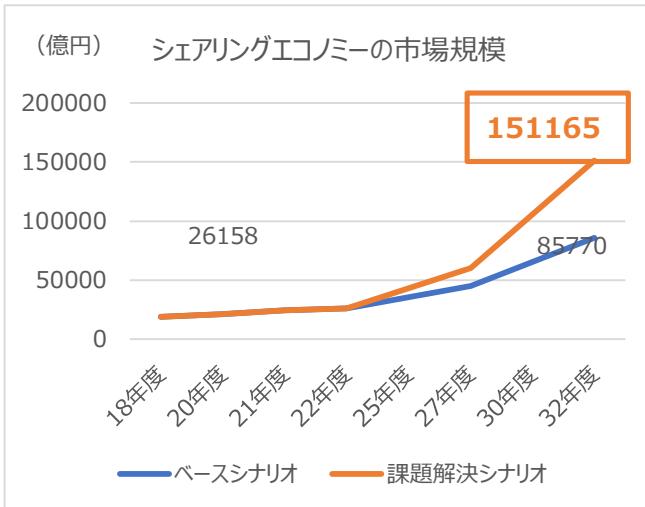


図9 シェアリングエコノミー協会[2023]より独自作成

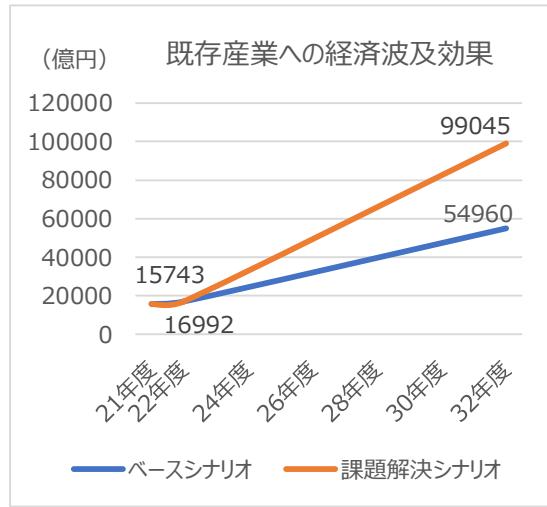


図10 シェアリングエコノミー協会 [2023]より独自作成

③全ての世代のニーズを満たす普遍的な力

上記のようにシェアリングエコノミーが拡大市場となる一つの理由として、シェアリングサービスがすべての世代のニーズに沿うことが挙げられる。

株式会社ガイアックスの方に書面にてお話を伺ったところ、シェアリングエコノミーが満たすことができるニーズの多様さを学んだ。以下回答を一部抜粋する。

シェアリングエコノミー市場については、常に成長しています。若い方においては、所有にこだわりがなく、サブスクのように使えばよいから、シェアサービスを使われるケース、リモートワークの活用によって増えた多拠点居住ができる方、また年配の方におかれでは、単なる観光名所をまわるよりも、地域の人とふれあいができるような旅を好まれることもあります。

このように、世代に関係なく普及の可能性が高く、今後サービスの提供者・利用者の双方が増えていくことは確実である。これら3点により、シェアリングエコノミーは今後の社会においてその市場価値は確実に増大する魅力的な市場である。

第2節 「ケア」の重要性

一方で、「つながり」のある社会を実現するにはサービスを通して副次的につながるだけでなく「人とつながる」ことを目的としたサービスも普及させていく必要がある。今後「人と人のつながり」は希薄化し、「人とつながる」というニーズが拡大するためである。

厚生労働省の2022年国民生活基礎調査によると2022年現在の全国の世帯数5431万世帯のうち、約32.9%の1785万2千世帯が「単独世帯」であった。これらの数字は核家族化や未婚／晩婚化など少子高齢化が進行するにつれてより深刻になっていくだろう。実際、国土交通省によると2030年には高齢者世帯は1,500万世帯にまで増大し、この中の単独高齢者世帯は800万世帯にものぼる。

そのような状況で、「人とつながる」ということを目的とする「ケア」市場は重要度が増していくことが推測できる。ケアによって生まれる他者との「つながり」を、投資を通して促進することが無縁社会の解決につながるのである。

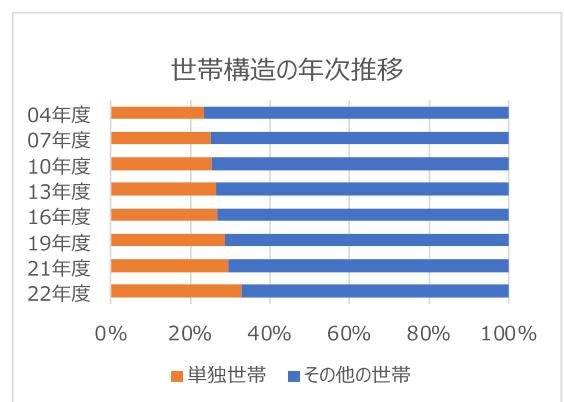


図11 厚生労働省 [2022]より独自作成

シェアリングエコノミーが実現するモノやスキルの共有を通した他者との「つながり」に加え、ケアを実践する企業も組み合わせて投資をすることで、モノを媒介としない、より直接的な人との「つながり」も含んだ包括的な「つながり」を促進できるのである。

また第10節運用状況でも述べたとおり、私たちが構築したポートフォリオは短期的にはその株価が低下している。一方で、シェアリングエコノミーや「ケア」の市場は無縁社会の問題が深刻化するにつれ重要性を増し、中長期的な視点からは成長可能性が非常に高い。よって、私たちのポートフォリオは長期的な社会の変化やニーズを鑑みた将来性の高いものである。

第5章 本大会を通して学んだこと

株や経済に関する知識や企業が果たす社会的役割に関する理解はもちろん、半年間私たちが目指す社会について考え、調べ続けたからこそ得られた学びが多くある。

1つ目は、コミュニティに属するだけでなくコミュニティを作っていく責任が私たちにはあるということである。企業の方が自分の会社や団体の活動について説明するとき、「弊社」「この団体」などではなく「私たち」という主語で話していた。その言葉には、自分たちが能動的にこのコミュニティを作り上げていく心構えが感じられた。普段自分の学校の活動について説明するとき、私たちは「この学校」「私たちの学校」という主語を用い、「私たち」と言うことは稀だ。しかし企業の方とのお話を通して、コミュニティに属する一員としての意識はあっても、コミュニティを作り発展させていくという意識が不足していたことに気付かされた。私たちのテーマである「つながり」が創造される場の一つであるコミュニティは、属する一人一人が作り上げていくものであり、その過程で「つながり」が創造される。今後は学校などのコミュニティに属するだけでなく、自分たちの力でそのコミュニティを作り上げるという意識を持って能動的に活動していきたい。

2つ目は「つながり」の不可欠性である。無縁社会は大きな社会問題である一方、気候変動や環境破壊など他の問題と比べて、その影響が目に見えにくい。孤立感や無縁の状態も、目で程度を測ることも被害の大きさを比べることが困難である。そのため、COPなどと比類する国際的に確立された枠組みも、合意された解決への方向性も少ない。だからこそ、高校生としてこの問題に真摯に向き合い、その原因や解決策に考えを巡らせるに大きな意義を感じた。無縁社会を解決できるのは最先端の技術でも未開拓の再生可能資源でもない、「つながり」を提供できる人間である。そして相手と真摯に向き合うことで、モノやサービスを媒介として「つながり」を提供できる。そのようにして相手との間に育まれた「つながり」は、人々を孤立感や束縛感から救い、無縁社会を漸進的に解決するだろう。本大会への取り組みを通じて、様々な方との「つながり」を感じる瞬間が多くあり、改めて自分たちが日頃享受している「つながり」の重要性と不可欠性を実感した。1人の人間として「つながり」を提供できるようになり、まずは身近なところから無縁社会の解決に貢献していく強く感じた。

本大会という場でしか得ることのできないこれらの学びは、今後私たちがどの道に進んでも大いに生きるものとなるだろう。最後に、体調不良により途中から参加が難しくなったチームの1員、釘宮も称えたい。

本大会に向けて必死に取り組んだ約半年間、私たちを指導してくれた真仁田先生、そして高校生からの急な申し出に丁寧に対応してくださった方々に深くお礼申し上げます。私たちの目指す社会を表紙という形で描き上げてくれた、同級生の小堀にも心から感謝申し上げます。

関わってくださった方々が1人でも欠けていたらこのレポートは存在していません。

全ての方へ、誠にありがとうございました。

参考文献

- B Lab [2023], "About B Corp Certification", <https://www.bcorporation.net/en-us/certification/>.
- GSG 国内諮問委員会 IMM ワーキンググループ[2021], 「インパクト投資におけるインパクト測定・マネジメント実践ガイドブック」
- Impact Frontiers, "Five Dimensions of Impact: A shared logic for managing impacts on the people and the planet", <https://impactfrontiers.org/norms/five-dimensions-of-impact/>.
- NHK「無縁社会プロジェクト」取材班[2012], 『無縁社会』.
- 浅川達人[2010], 「東京における社会的つながり」.
- 石井健一[2011], 「『強いつながり』と『弱いつながり』の SNS—個人情報の開示と対人関係の比較—」.
- 石川真[2015], 「ネット上のコミュニティへの関与の違いが他者とのつながり方に及ぼす影響」.
- 今田高俊[2017], 「個人化のもとで共同体はいかにして可能か」.
- 小野聰子・福岡欣治[2018]「つながりの実感および老年的超越からみた後期高齢者および超高齢者の主観的幸福感」.
- 厚生労働省[2022], 「2022（令和4）年国民生活基礎調査」.
- 国土交通省[2019], 「我が国の住生活をめぐる状況等について」.
- 国立社会保障・人口問題研究所[2018], 「日本の世帯数の将来推計（平成30年推計）」.
- シェアリングエコノミー協会・情報通信総合研究所[2023], 「シェアリングエコノミー関連調査 2022年度調査結果」.
- デジタル庁[2016], 「シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書」.
- 東京都監察医務院, 「東京都監察医務院で取り扱った自宅住居で亡くなった単身世帯の者の統計（平成15年～令和2年）」.
- 特定非営利活動法人「あなたのいばしょ」・国立研究開発法人科学技術振興機構(JST) [2022], 「コロナ下での人々の孤独に関する調査」.
- 内閣府[2010], 「平成22年版高齢社会白書」.
- 日本経済新聞高校生向け特別版[2023/10/27], 「つながりが資産」.