

Toward a common definition of Social Innovation

TEPSIE 'Defining Social Innovation Part1' (May 2012)

1. Core definition

Social innovations are new solutions (products, services, models, markets, processes etc.) that simultaneously meet a social need (more effectively than existing solutions) and lead to new or improved capabilities and relationships and better use of assets and resources. In other words, social innovations are both good for society and enhance society's capacity to act.

(ソーシャル・イノベーションとは、(既存の解決よりも効果的に)社会のニーズを満たすと同時に、新しい又は改善された能力や関係を導いたり、資産や資源のより有効活用を満たす新しい解決(製品、サービス、モデル、市場、手続等)のことである。すなわち、ソーシャル・イノベーションは、社会にとってもよく、社会の行動する能力を拡大するものである。)

2. Core elements (共通要素)

1) Novelty (目新しさ)

- ➡ 完全にオリジナルであったり、固有である必要はない。しかし、ソーシャル・イノベーションの資格を有するためには、
①該当分野、該当部門、該当地域、該当市場、該当利用者にとって新しいか、あるいは、②新しい方法で適用されることでなければならない。

2) From ideas to implementation (アイデアから実行へ)

- ➡ 発明はアイデアであるのに対し、イノベーションは、アイデアが実行されていなければならない。

3) Meets a social need (社会のニーズを満たす)

4) Effectiveness (有効性)

- ➡ 既存の解決よりも効果的であるべきである。成果という意味で測定可能な改善を生み出すべきである。

5) Enhance society's capacity to act (社会の行動する能力を拡大する)

3. Common features of social innovation(共通の特徴)

1) Cross-sectoral (分野横断的)

➡ ソーシャル・イノベーションは、しばしば、異なるセクター間を行ったり来たりしながら、分野横断的に関係者を巻き込んでいく。

2) Open and collaborative (オープンかつ協働)

➡ ソーシャル・イノベーションは、包摂的であり、幅広い範囲のアクターが関わることになる。

3) Grassroots and bottom-up (草の根とボトムアップ)

➡ ソーシャル・イノベーションは、ボトムアップ型であり、草の根であり、分散型であり、ローカルである。

4) Pro-sumption and co-production (プロ消費と共同生産)

➡ 生産者と消費者の境界線は、よりあいまいになる。

5) Mutualism (相互主義)

➡ 協同組織の形態が、多くの国や分野で盛んになっているが、新しい相互主義の形態として、互いに交流できる形態のネットワークが生じている。(例: Etsy, FreeCycle, Southwark, Homeshare)

6) Creates new roles and relationships (新しい役割と関係を創出する)

➡ ソーシャル・イノベーションは、利用者に('to' and 'for')届けるのではなくて、利用者とともに('with' and 'by')発展する。このことにより、様々な形での新しいソーシャルな関係が生まれる。その結果、利用者や受益者に関して新しい役割を創出することになる。

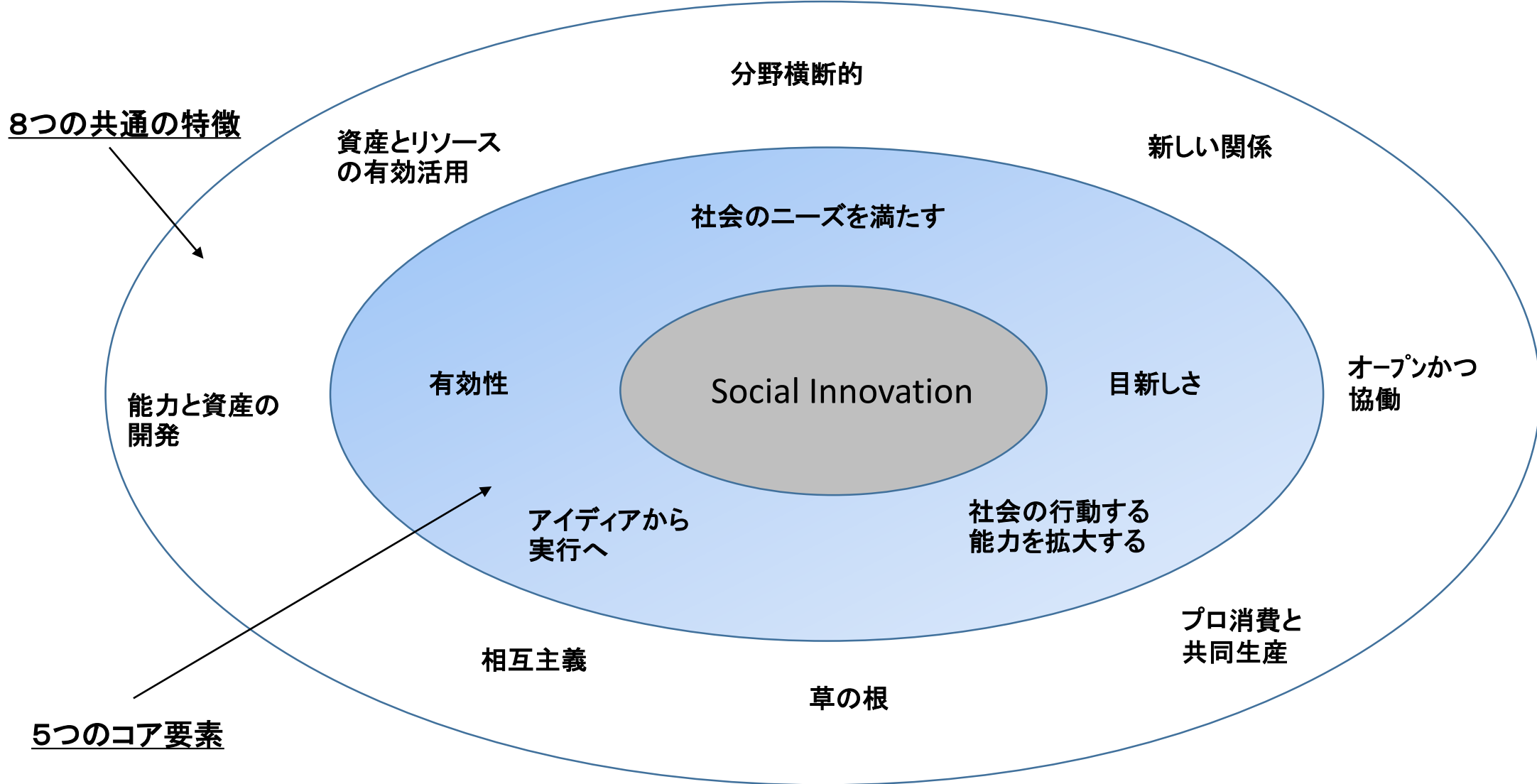
7) Better use of assets and resouces (資産とリソースを有効活用する)

➡ ソーシャル・イノベーションは、これまで浪費されるか未利用だった資産やリソースを認識し、有効に活用するようになる。

8) Develops assets and capabilities (資産と能力を開発する)

➡ ソーシャル・イノベーションの多くは、長期的には、受益者のニーズを満たすように、受益者自身の能力を開発することを目的としている。

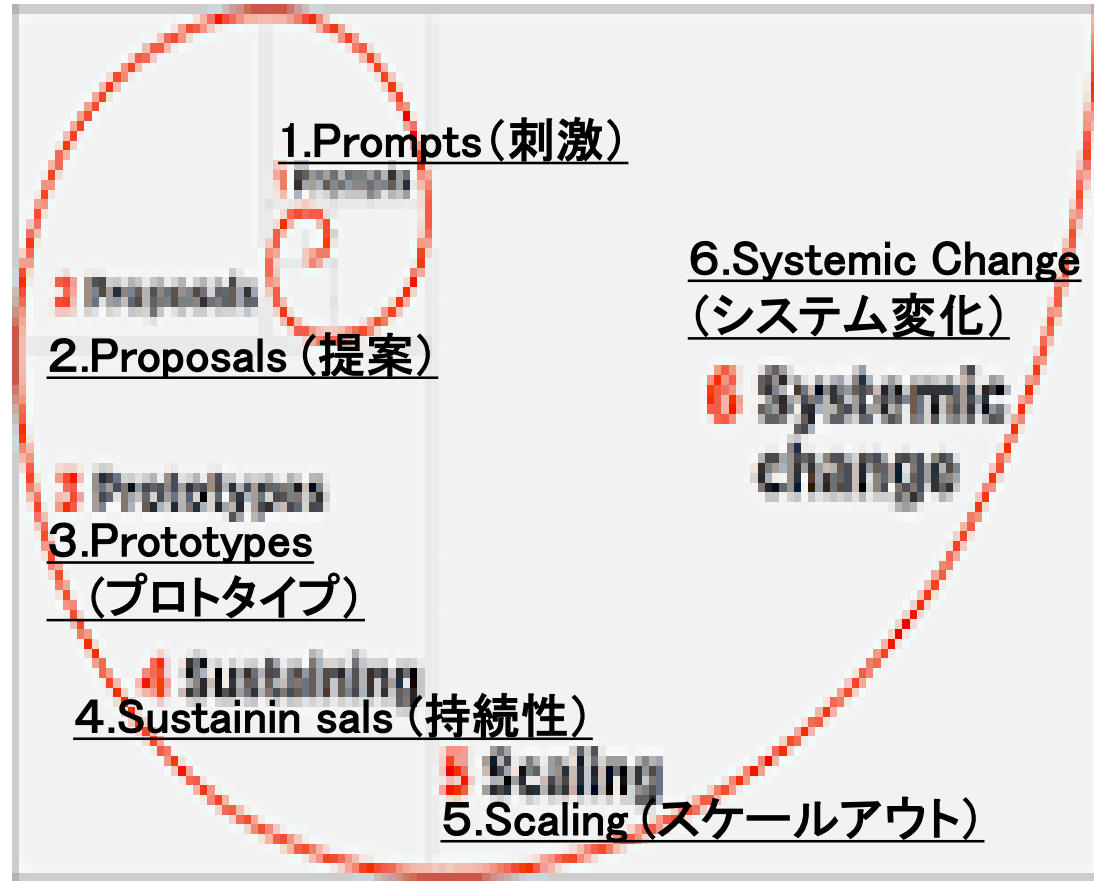
図表 Core elements and common features of social innovation



4. A typology of social innovation

ソーシャル・イノベーションのタイプ	事 例
1) New products (新製品)	障害者を支援する技術(ボイス・シンセサイザー)
2) New services (新サービス)	モバイル・バンキング
3) New processes (新プロセス)	1対1の協働とクラウド・ソーシング
4) New markets (新市場)	フェア・トレード又はタイム・バンキング
5) New platforms (新プラットフォーム)	介護のための新しい法的なフレームワーク又はプラットフォーム
6) New organizational forms (新しい組織形態)	CIC (Community interest companies)
7) New business models (新しいビジネスモデル)	ソーシャル・フランチャイジング

5. The process of social innovation



「最初の電球を作ったトーマス・エジソンは発明家だった。多くの人々の生活を変えた電球は、イノベーションである。」
J Kao, 'Defining innovation' (May 2012)

*The Open Book of Social Innovation (2010)*では、ソーシャル・イノベーションのプロセスを6つのステージに分類している。

Stage 1. **Prompts, inspirations and diagnoses** : ニーズの識別 (刺激、インスピレーション、診断)

Stage 2. **Proposals and ideas** (提案とアイデア)

Stage 3. **Prototyping and pilots**: 実際にアイデアをテスト (試作とパイロット)

Stage 4. **Sustaining** : ビジネスモデルを開発する (持続性)

Stage 5. **Scaling and diffusion** : ソーシャルイノベーションの成長 (スケールアウトと普及)

Stage 6. **Systemic Change** (システム変化)