

共通価値の創造の観点からみた造園建設業による地域課題解決型事業の展開に関する研究

A study on development of regional problem solution business of landscape construction industry from the viewpoint of Creating Shared Value

市村 恒士* 今井 涼太** 小松 亜紀子*** 塩見 一三男**** 金岡 省吾*****

Koji ICHIMURA Ryota IMAI Akiko KOMATSU Isao SHIOMI Shogo KANAOKA

Abstract: The purpose of this study is to understand how landscape construction companies implement regional problem solution business and what they are conscious of the business and to examine the possibility of Creating Shared Value by landscape construction industry in the future. We conducted a questionnaire survey to 842 landscape construction nationwide (162 valid responses). These results are as the follows. 1) 57% of the surveyed companies haven't increased their sales. 2) 95% of the surveyed companies think that it is necessary to improve current development business ability in the future. 3) 27% of the surveyed companies implement regional problem solution business 4) The number of employees of companies implementing regional problem solution business is large, their employees' average age is young, their number of newly employees is large, their capital fund is large, and their sales is high. Furthermore, we examined the way that landscape construction companies seek to implement regional problem solution business more based on the awareness of business improvement and the features of companies which implement regional problem solution business.

Keywords: landscape construction industry, regional problem solution business, creating shared value, economic value, social value

キーワード: 造園建設業, 地域課題解決型事業, 共通価値の創造, 経済的価値, 社会的価値

1. はじめに

近年, 急激な人口減少・少子高齢化等の社会経済の状況が地域づくりの考え方を大きく変化させ, 「地域再生」, 「地方創生」が期待される中, 「地域課題解決」に対応した, 多様な主体と地域の企業等の協働による「共助社会づくり」の推進や, 「ソーシャルビジネス(≒地域課題解決型事業)」の展開, さらに「地域発イノベーションの創出」等が求められている¹⁾。

この「地域課題解決」という視点は都市公園等でも求められており, 社会が成熟し, 都市基盤も一定程度整備された現代においては, 自然・緑の機能が都市・地域・市民のために発揮されるように政策を転換すべきであるとされ, 例えば, 地方創生が課題の都市での個性と活力のある都市づくりへの貢献や, 地域コミュニティの希薄化が課題の都市での地域住民が自律的に運営する緑とオープンスペースによるやすらぎ創出等が求められている²⁾。

他方で, 近年, 企業経営においては, 共通価値の創造³⁾(以下, CSV とする。)という考え方が注目されている。「CSV」とは, 社会的課題の解決と企業の競争力向上を同時に実現するイノベティブな事業展開を実施することにより, 「経済的価値(利益)」と, 「社会的価値」を同時に実現する「共通価値の創造」が企業成長の推進力となるという考え方である。我が国の一部の建設業⁴⁾においては, 既に明確に CSV を念頭に入れた企業経営が進められており⁵⁾, また, 一部の造園業においても CSV と関わる「地域課題解決」に向けた事業展開が確認されている⁶⁾。

また, 造園業には, 造園建設業の市場の大幅縮小⁶⁾, 入札・制度改革による市場競争激化の中, 新たな社会的要請をビジネスと捉えた新たな事業展開, 業態変革の必要性が指摘⁷⁾されている。

したがって, 今後, 新たな事業展開が求められる「造園業」においても, 都市公園等の自然・緑を活用した「イノベーション」に向け, 「地域課題解決」に取り組むと同時に, 自社の経済的価値(利益)も実現する CSV が重要な観点になると考えられる。

すなわち, 自然・緑の活用という独自性を有する「造園業」が

CSV を経営戦略として掲げ, 「地域課題解決」への取り組みを図る中で, 継続性を担保するためにも必要となる「経済的価値」を向上させつつ「社会的価値」の創出のあり方を再考し, 新たな事業展開を図るとともに, 事業展開においても多様な主体と連携しながら「地域発イノベーションの創出」における中心的な役割を担う等, 造園業の「新たな業態」としての変革が社会的にも期待されている状況にあると考えられる。

このような状況のもと, 「造園学」においても「CSV」を念頭に入れた「地域課題解決型事業」の展開についての関連研究が萌芽的ながら始まってきている。

例えば, 金岡⁸⁾は, 増田(2006)⁹⁾の指摘に対し, 造園産業が社会といかに関わり, どのように貢献していくべきかについて再考し, CSV の実現に向け, 企業と社会が一体化して対応すべきと指摘し, 富山県の造園業者を対象とした調査により, 地域課題解決型事業の実施の有無や意識構造等を把握し, 造園業における地域課題解決型事業による CSV の推進に関する重要な要因を抽出した。一方で, この研究では, 地域課題解決型事業の実施内容・効果との関係の検証や実証的なデータに基づいた理論的基盤を整備すべきこと, 「全国」を対象とした造園産業全体に適応しうる調査検証を行うこと等を課題としているが, このような課題に対応した研究はみられない。

そこで本研究では, 全国の造園建設業を調査対象とし, その事業展開に関する意識や地域課題解決型事業の実施状況や意識等を把握し, 共通価値の創造(CSV)の観点からみた造園建設業による地域課題解決型事業の展開の現状や事業展開能力の向上のための方向性について明らかにすること等を目的とする。

2. 調査研究の方法

(1) 造園建設業の地域課題解決型事業に対する意識の把握

全国の造園建設業の地域課題解決型事業に対する意識等を把握するため, 調査対象企業 842 社に対し, アンケート調査を実施し

*室蘭工業大学大学院工学研究科

**高野ランドスケーププランニング(株)

***大阪経済大学人間科学部

****(株)日本能率協会総合研究所社会政策研究部

*****富山大学地域連携推進機構地域づくり・文化支援部門

た。
本研究では、日本造園建設業協会の協力を得て、その会員として属する造園建設業者を調査対象企業として選定した。

アンケート調査の設問内容は、調査対象企業の属性や事業展開に対する意識に関わる設問である「企業規模」、「造園分野以外からの技術や知識の導入」、「事業展開能力の改善意欲の有無」、「事業展開能力の向上のための取り組み」と、調査対象企業の地域課題解決型事業⁹⁾¹⁰⁾の実施の有無及び興味・関心に関わる設問である「地域課題解決型事業の実施状況」、「地域課題解決型事業に対する興味・関心」、「地域課題解決型事業の代表的な事例」についてである。なお、一部の設問は、複数回答 (MA) となっている。

実際のアンケート調査は、2016年11月21日から12月9日までを調査期間とし、アンケート調査票は、郵送により配布回収した。調査票の返送数は、227票であり、分析においては多変量解析等を行うために全問を回答とした162票(有効回答率19%)を分析対象とした。

調査対象企業の事業展開及び地域課題解決型事業に関わる意識等を把握するため、得られたアンケート調査データをもとに、各設問項目の単純集計や、「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」に関連する評価に対する因子分析、抽出された因子と地域課題解決型事業の実施状況との関係性を把握するための相関分析等を行った。また、現在、地域課題解決型事業を実施している企業と実施していない企業を分類し、各要因の値に対して平均値の差の検定を行い、「調査対象企業の地域課題解決型事業の実施の有無」と「調査対象企業の属性」、「事業展開に対する意識」等との関連性を明らかにした。

3. 結果および考察

(1) 調査対象企業の属性

1) 従業員数

調査対象企業の従業員数の集計結果を図-1に示す。

調査対象企業の従業員数についてみると、「11~20人」(36%)が最も多く、次いで「21~50人」(27%)、「6~10人」(21%)が多く、従業員数20名以下の企業が6割程度であることが把握された。

2) 従業員平均年齢

調査対象企業の従業員数の集計結果を図-2に示す。

調査対象企業の従業員平均年齢についてみると、「45~49歳」(33%)が最も多く、次いで「40~44歳」(31%)、「50~54歳」(17%)が多く、40歳台を中心とした従業員構成となっている会社が6割程度であることが把握された。

3) 新規雇用数

調査対象企業の新規雇用数の集計結果を図-3に示す。

調査対象企業の新規雇用数を見ると、「0人」(61%)が最も多く、次いで「1~2人」(30%)が多く、新規雇用を実施しない企業が約6割であることが把握された。

4) 資本金

調査対象企業の資本金の集計結果を図-4に示す。

調査対象企業の資本金についてみると、「1000~5000万円」(78%)が最も多く、次いで「500~1000万円」(10%)が多く、資本金5000万円以下の企業が約9割であることが把握された。

5) 売上高

調査対象企業の売上高の集計結果を図-5に示す。

調査対象企業の売上高についてみると、「1億円~3億円」(44%)が最も多く、次いで「3億円以上」(35%)、「5000万~1億円」(15%)が多いことが把握された。

6) 売上高変化

調査対象企業の平成24年度から平成27年度を比較した年間売

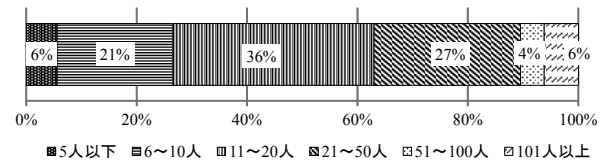


図-1 従業員数

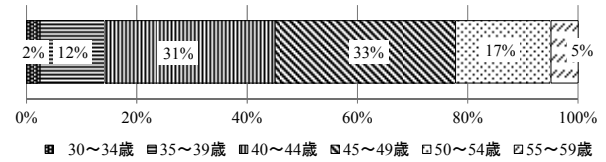


図-2 従業員平均年齢

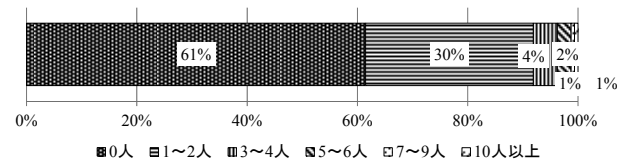


図-3 新規雇用数

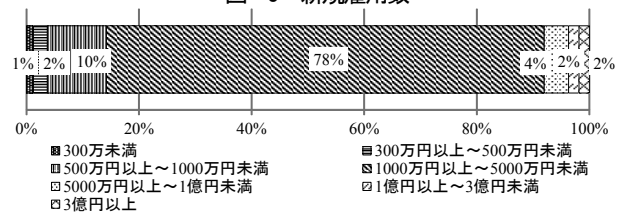


図-4 資本金

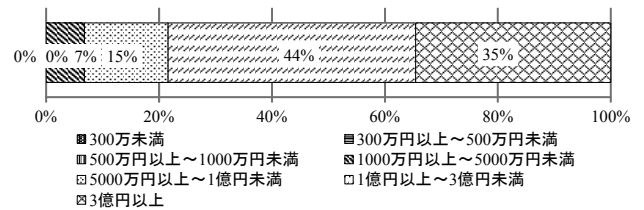


図-5 売上高

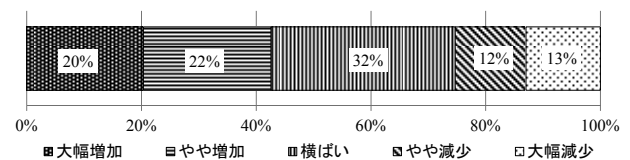


図-6 売上高変化 (H24年度~H27年度)

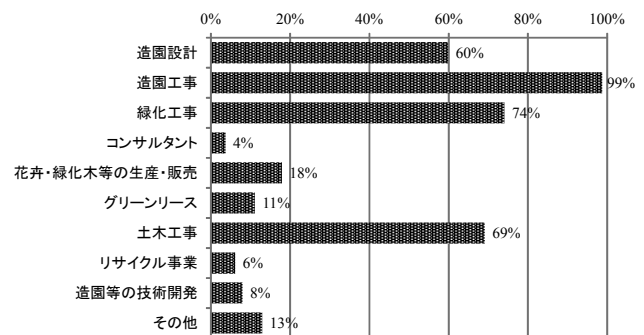


図-7 業務内容 (MA)

売上高変化の集計結果を図-6に示す。
調査対象企業の売上高変化をみると、「大幅(10%以上)増加」(20%)、「やや(10%未満)増加」(22%)、「ほぼ横ばい(±10%未満)」(32%)、「やや(10%未満)減少」(12%)、「大幅(10%

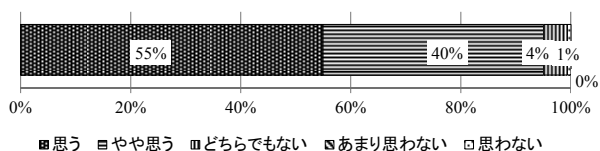


図-8 現状の事業展開能力の改善の必要性

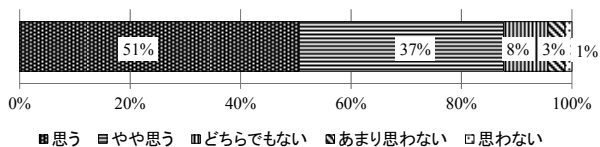


図-9 持続可能な事業展開（事業を継続的に実施）に向けた造園分野以外からの技術や知識の導入の必要性

以上)減少(13%)であり、4割近い企業で売上が増加している一方、6割近い企業で売上が「横ばい」あるいは「減少」していることが把握された。

7) 業務内容

調査対象企業の業務内容の集計結果を図-7に示す。

調査対象企業の業務内容についてみると、「造園工事」(99%)が最も多く、次いで「緑化工事」(74%)、「土木工事」(70%)「造園設計」(60%)が多いことが把握された。

(2) 調査対象企業の事業展開に関わる意識

1) 現状の事業展開能力の改善の必要性

調査対象企業の現状の事業展開能力(造園等の技術や知識、各種事業の企画力や所属する人材やその育成システム等)の改善の必要性についての集計結果を図-8に示す。

調査対象企業の現状の事業展開能力(造園等の技術や知識、各種事業の企画力や所属する人材やその育成システム等)の改善の必要性をみると、「思う」(55%)、「やや思う」(40%)であり、調査対象企業の9割以上が現状の事業展開能力(造園等の技術や知識・各種事業の企画力や所属する人材やその育成システム等)を今後改善する必要があると考えていることが把握された。

2) 持続可能な事業展開(事業の継続的な実施)に向けた造園分野以外からの技術や知識の導入の必要性

調査対象企業の持続可能な事業展開(事業を継続的に実施)に向けた造園分野以外からの技術や知識の導入の必要性についての集計結果を図-9に示す。

調査対象企業の持続可能な事業展開(事業を継続的に実施)に向けた造園分野以外からの技術や知識の導入の必要性をみると、「思う」(51%)、「やや思う」(37%)であり、調査対象企業の9割近くが、持続的な事業展開(事業の継続的な実施)に向けた造園分野以外からの技術や知識の導入を必要と考えていることが把握された。

3) 事業展開能力の向上のための取り組みの重要性

調査対象企業の事業展開能力の向上のための取り組みの重要性についての集計結果を図-10に示す。

調査対象企業の得点化¹²⁾した「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」の平均値をみると、「若手社員の積極的な雇用・育成(4.46点)」、「社内での勉強会(4.31点)」、「行政との連携(4.16点)」、「造園分野以外の産業との連携(4.04点)」、「指定管理者(3.83点)」等の平均値が高いこと、「学会における発表(2.87点)」、「造園CPDプログラム(2.99点)」等の値が低いことが把握された。

4) 事業展開能力の向上に関する意識構造

調査対象企業の事業展開能力の向上に関する意識構造を明らかにするため「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」に関連すると考えられる15項目に対して「因子分析(プロマック

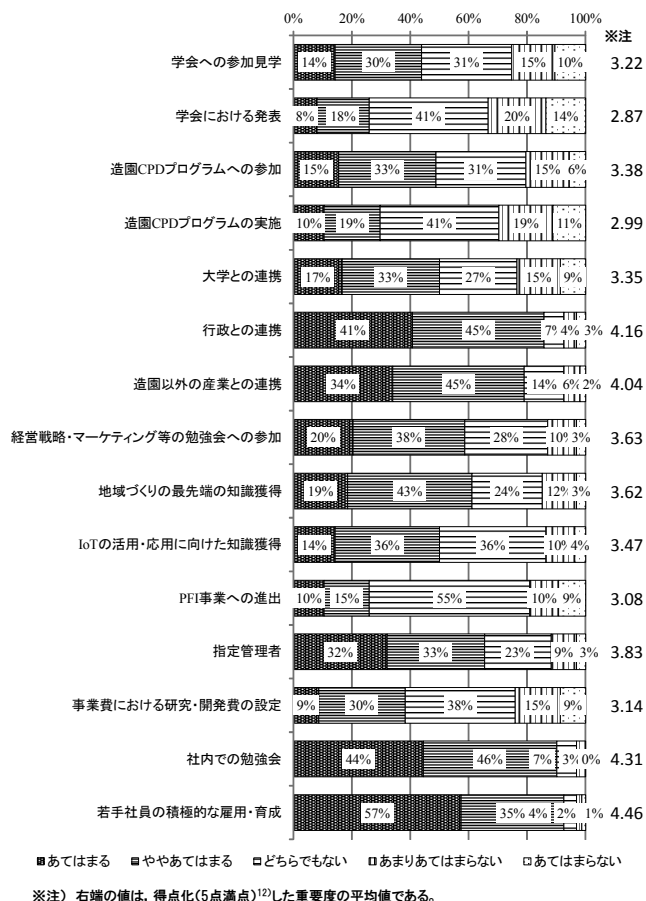


図-10 事業展開能力の向上のための取り組みの重要性

表-1 事業展開能力の向上のための取り組みの重要性に対する因子分析(プロマックス法:回転後のパターン行列)

変数	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子名	
地域づくりの最先端の知識獲得	0.793	-0.074	-0.077	0.055	0.080	造園以外からの 先端的知識の獲得	
IoTの活用・応用に向けた知識獲得	0.734	-0.031	-0.034	0.057	0.001		
経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加	0.704	0.114	-0.098	0.020	-0.056		
事業費における研究・開発費の設定	0.691	0.008	0.049	-0.010	-0.121		
大学との連携	0.604	0.169	0.070	-0.106	0.168		
造園以外の産業との連携	0.575	-0.179	0.141	0.035	0.243		
PFI事業への進出	0.571	0.208	0.049	0.083	-0.123		
指定管理者	0.306	0.003	-0.011	0.155	0.175		
学会への参加見学	-0.046	0.894	-0.025	0.044	0.042		学会との関わり による能力改善
学会における発表	0.181	0.662	0.203	-0.078	-0.007		
造園CPDプログラムの実施	0.083	-0.030	1.007	-0.055	-0.048	造園CPDプログラム との関わりによる能力改善	
造園CPDプログラムへの参加	-0.176	0.202	0.586	0.160	0.090		
社内での勉強会	0.035	-0.027	0.059	0.866	-0.056	社内での能力改善	
若手社員の積極的な雇用・育成	0.143	0.052	-0.026	0.573	0.086		
行政との連携	0.000	0.053	0.001	0.000	0.979	行政との連携による能力改善	
固有値	3.012	1.965	2.580	0.943	0.842		
寄与率	20.1%	13.1%	17.2%	6.3%	5.6%		
累積寄与率	20.1%	33.2%	50.4%	56.7%	62.3%		

ス法)を実施し、各項目に影響を与える因子の抽出を行い、5つの因子を抽出した(表-1)。

因子1は、「地域づくりの最先端の地域獲得(0.793)」、「IoTの活用・応用に向けた知識獲得(0.734)」、「経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加(0.704)」等の項目に影響する因子であり、この因子を「造園以外からの先端的知識の獲得」と解釈した。

因子2は、「学会への参加見学(0.894)」、「学会における発表(0.661)」等の項目に影響する因子であり、この因子を「学会との関わりによる能力改善」と解釈した。

因子3は、「造園CPDプログラムへの実施(1.007)」等の項目

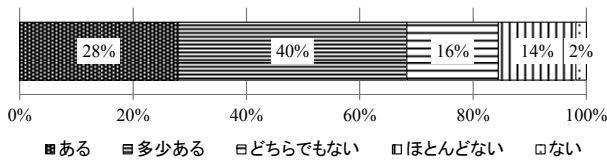


図-11 地域課題解決のための事業に対する興味・関心

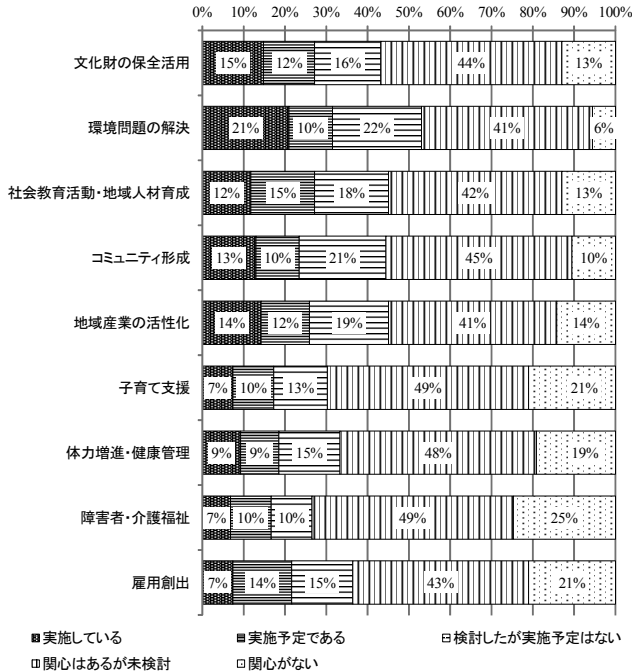


図-12 地域課題解決型事業の実施・検討状況

表-2 「地域課題解決型事業の実施と企業の属性及び事業展開力のための取組の重要性との関連性

	地域課題解決型事業		大小関係	平均値の差の検定
	実施あり (N=45)	実施なし (N=117)		
	平均値	平均値		
企業の属性	従業員数	3.60	3.07	> **
	従業員平均年齢	3.36	3.77	< **
	新規雇用数	1.76	1.43	> *
	資本金	4.07	3.90	> **
	売上高	6.22	6.00	> *
	売上高変化	3.36	3.21	> *
事業展開力の向上のための取組みの重要性	造園以外の技術や知識の獲得	4.64	4.21	> **
	学会への参加見学	3.60	3.08	> **
	学会における発表	3.22	2.74	> **
	造園CPDプログラムへの参加	3.44	3.36	> *
	造園CPDプログラムの実施	3.22	2.91	> *
	大学との連携	4.13	3.04	> ***
	行政との連携	4.47	4.04	> **
	造園以外の産業との連携	4.38	3.91	> **
	経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加	3.96	3.50	> **
	地域づくりの最先端の知識獲得	4.22	3.38	> ***
	IoTの活用・応用に向けた知識獲得	3.82	3.33	> **
	PFI事業への進出	3.53	2.91	> ***
	指定管理者	4.11	3.72	> **
	事業費における研究・開発費の設定	3.69	2.93	> ***
	社内での勉強会	4.58	4.21	> **
若手社員の積極的な雇用・育成	4.53	4.43	> *	

注) 平均値の差の検定: ***:有意水準0.1%, **:有意水準1%, *:有意水準5%

に影響する因子であり、この因子を「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」と解釈した。

因子4は「社内での勉強会 (0.886)」、若手社員の積極的な雇用・育成 (0.573) の項目に影響する因子であり、この因子を「社内での能力改善」と解釈した。

因子5は「行政との連携 (0.979)」の項目に影響する因子であり、この因子を「行政との連携による能力改善」と解釈した。

これらの結果より、造園業者は、事業展開能力の向上のための取り組みとして、従来の造園分野の技術や知識を活用した「行政との連携」、「指定管理者」、新たな分野との協働といえる「造園以外の産業との連携」やそのための「社内での勉強会」等を比較的重要視していることが示唆された。また、造園業者は、これらの事業展開改善の取り組みを、因子1「造園以外の先端的知識の獲得」、因子2「学会との関わりによる能力改善」、因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」、因子4「社内での能力改善」、因子5「行政との連携による能力」の5つの方向性として捉えていることが把握された。

(3) 調査対象企業の地域課題解決型事業に対する興味・関心と実施・検討状況

1) 地域課題解決型事業の興味・関心

地域課題解決型事業に対する興味・関心についての集計結果を図-11に示す。

調査対象企業の地域課題解決型事業に対する興味・関心をみると、「ある」(28%)、「多少ある」(40%)、「どちらでもない」(16%)、「ほとんどない」(14%)、「ない」(2%)であり、7割近い企業が地域課題解決型事業に対し、興味・関心があることが把握された。

2) 地域課題解決型事業の実施・検討状況

調査対象企業の地域課題解決型事業の実施状況を整理した結果、地域課題解決型事業を実施する「地域課題解決型事業実施企業」は27% (45社/162社)であることが把握された。

次に、調査対象企業の地域課題解決型事業の実施・検討状況についての集計結果を図-12に示す。

調査対象企業が「実施している」具体的な地域課題解決型事業の内容をみると、「環境問題の解決 (21%)」、「文化財の保全」(15%)、「地域産業の活性化」が比較的多いこと、一方で、「子育て支援」(7%)、「障害者・介護福祉」(7%)、「雇用創出」(7%)、「体力増進・健康管理」(9%)が比較的小さいことが把握された。

これらの結果より、造園分野の知識技術を活用しながら実施できる「環境問題の解決」、「文化財の保全活用」等の地域課題解決型事業が比較的实施されている一方、「子育て支援」、「障害者・介護福祉」、「雇用創出」等の他業種の知識・技術を活用しながら行う地域課題解決型事業は、比較的实施されていないことが把握された。

(4) 調査対象企業の地域課題解決型事業の実施・検討状況と実施企業の特徴

1) 調査対象企業の地域課題解決型事業の実施と実施企業の特徴

地域課題解決型事業の実施と、企業の収益性や意識構造の変化との関係性を把握するため、「地域課題解決型事業実施企業」と「地域課題解決型事業未実施企業」各々の、企業の収益性や意識に関する各項目の平均値を算出し、平均値の差の検定を実施した。その結果を表-2に示す。

他方で、企業の特徴についてみると、「地域課題解決型事業実施企業」は、「従業員数」が多いこと、「従業員平均年齢」が若いこと、「新規雇用数」「資本金」が大きいこと、「売上高」が高いこと、「売上高変化」が大きいことが把握された。また、事業展開において実施していることをみると、「地域課題解決型事業実施企業」は、「大学との連携」「PFI事業への進出」「事業費における研究・開発費の設定」を特に重要視していること、「学会への参加・見学」「学会における発表」「経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加」「指定管理者」を重要視していることが把握された。

2) 調査対象企業の地域課題解決型事業と事業改善の取り組み意識との関連性

表一 地域課題解決型事業の実施・検討状況と事業展開能力の向上のための取り組みの重要性との関係性

	因子1 造園以外からの 先端的知識の 獲得	因子2 学会 との関わりによる 能力改善	因子3 造園CPD プログラム との関わりによる 能力改善	因子4 社内 での 能力改善	因子5 行政との連携 による能力改善
文化財の保全活動	0.264 **	0.151	0.202 **	0.008	0.224 **
環境問題の解決	0.299 **	0.176 *	0.262 **	0.167 *	0.291 **
社会教育活動・地域人材育成	0.340 **	0.258 **	0.232 **	0.146	0.213 **
コミュニティ形成	0.351 **	0.331 **	0.206 **	0.134	0.210 **
地域産業の活性化	0.311 **	0.203 **	0.141	0.048	0.214 **
子育て支援	0.269 **	0.198 *	0.064	0.051	0.260 **
体力増進・健康管理	0.299 **	0.242 **	0.116	0.090	0.294 **
障害者・介護福祉	0.353 **	0.287 **	0.182 *	0.133	0.280 **
雇用創出	0.305 **	0.168 *	0.150	0.105	0.179 *

注) 無相関の検定: **、有意水準1%、*、有意水準5%

「地域課題解決のための事業の実施・検討状況」と「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」との関係性を把握するため、得点化¹³⁾した「地域課題解決のための事業の実施・検討状況」の値と「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」に対する因子分析によって得られた因子得点とで相関分析を実施した結果を表一に示す。

その結果、因子1「造園以外からの先端的知識の獲得」では、地域課題解決のための事業に関するすべての項目で有意な相関（有意水準1%）があることが把握された。

因子2「学会との関わりによる能力改善」では、「社会教育活動・地域人材育成」、「コミュニティ形成」で有意な相関（有意水準1%）があること、「環境問題の解決」等で有意な相関（有意水準5%）があることが把握された。

因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」では、「環境問題の解決」、「社会教育活動・地域人材育成」等で有意な相関（有意水準1%）があることが把握された。

因子4「社内での能力改善」では、「環境問題の解決」で有意な相関（有意水準5%）があることが把握された。

因子5「行政との連携による能力改善」では、「雇用創出」以外の地域課題解決のための事業に関する項目で有意な相関（有意水準1%）があることが把握された。

これらの結果より、「地域課題解決のための事業の実施・検討状況」と「事業展開能力の向上のための取り組みの重要性」とに関連性がみられることが把握され、「地域課題解決のための事業の実施・検討状況」におけるすべての項目と因子1「造園以外からの先端的知識の獲得」、因子5「行政との連携による能力改善」に関連性があることが把握された。また、造園分野における活動を中心にみると、因子2「学会との関わりによる能力改善」や因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」と「社会教育活動事業・地域人材育成」や「コミュニティ形成」に関連性があることが把握され、造園分野の知識・技術を活用しながら地域課題解決事業を展開していることが把握された。

これらのことから、因子1「造園以外からの先端的知識の獲得」、因子5「行政との連携による能力改善」により事業展開能力を向上させることを重視している企業は、地域課題解決型事業の実施に対する意識が強いこと、準じて、因子2「学会との関わりによる能力改善」や因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」に関わる学会や造園 CPD プログラムとの関わりにより事業展開能力を向上させている企業についても、限られた地域課題解決型事業の実施に対する意識が強いことが把握された。

4. おわりに

以下に、本研究で得られた主な結果を整理しつつ、共通価値の創造（CSV）の観点からみた造園建設業による地域課題解決型事業の展開の現状や地域課題解決型事業の展開能力の向上の可能性やその意義、今後の研究上の課題等について検討する。

まず、3.(1)より、従業員数20名以下の企業が6割を占める調査対象企業の売上高変化をみると、57%の企業の売上が「横ばい」あるいは「減少」であることが把握され、造園建設業の市場の大幅縮小が指摘⁹⁾される中、半数以上の企業の売上が増加傾向になく、企業経営として芳しくない状況にあることが本研究の調査結果からも改めて確認された。

このような中、3.(2)より、調査対象企業の95%が現状の事業展開能力を今後改善する必要があると考えており、同時に持続的な事業展開に向け造園分野以外からの技術や知識の導入を必要と考えていることが把握され、ほとんどの造園建設業が、現状の事業を停滞させることなく、造園以外の技術・知識も導入しながら事業展開能力の改善を図ろうとしていることが把握された。また、調査対象企業は「事業展開能力の向上のための取り組み」として「行政との連携」や「造園以外の産業との連携」、「指定管理者」、「社内での勉強会」、「若手社員の積極的な雇用・育成」等について重要と考えている一方、事業展開能力の向上に関する意識構造を整理した結果、造園建設業は、因子1「造園以外からの先端的知識の獲得」、因子2「学会との関わりによる能力改善」、因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」、因子4「社内での能力改善」、因子5「行政との連携による能力改善」の5つの事業改善の方向性を考えていることが把握された。

次に、3.(3)より、調査対象企業の7割近くが地域課題解決のための事業に興味・関心があることが把握された。多くの造園建設業が事業展開能力の向上の必要性を考えている中で、比較的多くの企業がその一つの事業展開の方向性として地域課題解決型事業の実施を考えており、造園建設業による地域課題解決型事業の展開の可能性が改めて示唆された。実際に調査対象企業において「地域課題解決型事業」を実施する企業は、27%（45社/162社）あることが把握され、全国的にも造園建設業による地域課題解決型事業の展開が一定程度図られていることも明らかとなった。また、実際の「地域課題解決型事業」の具体的な事業内容としては、従来の造園分野の知識・技術を発展的に活用しながら実施できると考えられる「環境問題の解決」、「文化財の保全活用」等の地域課題解決型事業が比較的多く実施される一方、他業種の知識・技術を活用しながら行う必要があると考えられる「子育て支援」、「障害者・介護福祉」等の地域課題解決型事業は、比較的实施されていないことが把握された。地域課題解決型事業の展開にあたっては、当初は造園分野の知識・技術をベースに出来る事業分野から開始することが比較的容易と考えられ、その後の、地域・社会が求める幅広い分野への事業展開においては他分野の知識・技術獲得や人的資源の獲得等が課題となることが示唆された。

さらに、3.(4)1)より、「地域課題解決型事業実施企業」は、「地域課題解決型事業未実施企業」と比較して、「従業員数」が多いこと、「従業員平均年齢」が若いこと、「新規雇用数」も大きいこと、「資本金」が大きいこと、「売上高」が高いこと、事業展開の能力の向上の取組として、「大学との連携」「PFI事業への進出」「事業費における研究・開発費の設定」を特に重要視していること、「学会への参加見学」「学会における発表」「経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加」「指定管理者」を重要視していることが把握された。

これは、従業員数の多さや資本金の高さ、あるいは新規雇用数の多さと行った企業の組織基盤が強固であり成長力があると同時に、大学・学会との関わりや経営戦略・マーケティング等の新たな

な知識・技術獲得を重視し「PFI 事業」や「指定管理者」のような新たな事業分野への参入を重要視するようなイノベーティブな事業展開を図っている企業は、地域課題解決事業も展開している場合が多く、そのような企業は同時に「売上高変化（増加率）」も高いことを意味する。このような地域課題解決事業を展開できるような社会的価値の創造を考えつつ企業体力もあるイノベーティブな事業展開を行う企業は、経済的価値といえる高い「売上高変化」の増加率も実現しており、造園建設業における CSV が確認されたものと考えられる。

また、3.(4)2)より、地域課題解決型事業と事業展開能力の改善に関する意識構造には関連性がみられ、因子1「造園以外からの先端的知識の獲得」、因子5「行政との連携による能力改善」により事業展開能力を向上させることを重視している企業は、地域課題解決型事業の実施に対する意識が強いこと、準じて、因子2「学会との関わりによる能力改善」や因子3「造園 CPD プログラムとの関わりによる能力改善」に関わる学会や造園 CPD プログラムとの関わりにより事業展開能力を向上させている企業についても、限られた地域課題解決型事業の実施に対する意識が強いことが把握された。このことから、地域課題解決型の事業展開能力の向上のための具体的な取り組みとして、実施企業が重要視する因子1「造園以外からの先端的知識」と関わる「大学との連携」、「PFI 事業への進出」、「事業費における研究・開発費の設定」、「経営戦略・マーケティング等の勉強会への参加」や因子2「学会との関わりによる能力改善」と関わる「学会への参加」、「学会における発表」を造園業界全体において推進する取り組みを実施することが有効であると考えられる。しかし、これらの取り組みに対する認識は比較的低いことから、大学や学会が地域課題解決を念頭にいれ、造園学の発展のみならず、それ以外の分野との学際的研究を進めるべきである。それと同時に、造園業者が、現状において事業展開能力の向上として重要視する「行政との連携」や「他分野との連携」を意識した造園業者向けの「造園以外からの先端的知識の獲得」のための機会創出や、造園業者の信頼する公園行政による地域課題解決型事業の推進のための施策（子育て支援等の地域課題解決を工事等の条件とする PFI 事業や指定管理者等）が活発に展開されること等が必要であると考えられる。

本研究により、造園業の地域課題解決型事業の展開能力の向上は、今後、急激な人口減少等に対して魅力ある「地域イノベーション」の創出が期待される中、新たな「しごと」づくりに繋がる可能性が示唆されると同時に、造園業の「新たな業態」としての変革に向けた一つの方向性が示唆されたものと考えられる。

今後の研究上の課題として、本研究では解明できなかった、地域課題解決型事業による売上高向上等の経済的価値への直接的な寄与との関わりや、地域課題解決型事業による地域イノベーションとの関係性等の解明に関する研究蓄積が期待される。

謝辞 本研究のアンケート調査実施にあたり、「(一社)日本造園建設業協会」の造園領域発展戦略委員会・総支部長・支部長の方々にご協力を頂いた。特に、常任顧問 高梨雅明氏には、多岐にわたるご協力を頂いた。また、全国の同協会正会員の皆様方には、貴重な時間をアンケート調査のご回答に費やして頂いた。ここに記し、感謝の意を表す。

補注及び引用文献

- 1) 国土交通省 (2015) : 国土形成計画 (全国計画) <<http://www.mlit.go.jp/common/001100233.pdf>> 2015.8.15 更新, 2016.9.14 参照
- 2) 国土交通省公園緑地・景観課 (2016) : 新たなステージに向けた緑のオープンスペース政策の展開について「新たな時代の都市マネジメントに対応した都市公園等のあり方検討会最終まとめ」

- <<http://www.mlit.go.jp/common/001132967.pdf>> 2016.5.27 更新, 2016.9.17 参照
- 3) マイケル E・ポーター, マーク R・クラマー (2011) : 共通価値の戦略: ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー 36 (6) 8-31
 - 4) 積水ハウス(株) (2017) : 価値創造のビジョンと戦略「中期経営計画と CSV 戦略」<<https://www.sekisuihouse.co.jp/sustainable/values/relevance/index.html>> 2017.9.6 更新, 2017.9.6 参照
 - 5) 金岡省吾, 市村恒士, 小松亜紀子: 富山県造園業の CSR 活動の現状からみた経済的価値と社会的価値の一体的実現の可能性: ランドスケープ研究 77(5), 719-724
 - 6) 建設経済研究所 (2012) : 建設関連産業の動向—造園工事業—: MONTHLY (研究所だより) 286, 21-28
 - 7) 高梨雅明 (2012) : 造園会の現状と課題: 平成 24 年度日本造園学会中部支部大会公開シンポジウム資料, 3-4
 - 8) 増田昇 (2006) : 特集「総合化. 複雑化する公園管理と造園技術」にあたって: ランドスケープ研究 69(4), 265
 - 9) 本研究における「地域課題解決型事業」は、「御社が事業の目標として地域課題（環境問題対策, 健康管理等）を明確に位置づけている事業のみ」とした。
 - 10) 設問においては、地域課題解決型事業の例を挙げている。具体的には、「文化財の保全・活用」として「地域の歴史資源を活用した地域活性化を目指した新ビジネス」、「環境問題の解決」として「低炭素社会の構築を背景にした屋上緑化ビジネス」、「社会教育活動・地域人材育成」として、「住民の地域・環境に対する意識を高めることを念頭に入れた新ビジネス」、「コミュニティ形成」として「集合住宅等の植栽管理と連携した住民コミュニティ形成を考えた新ビジネス」、「地域産業の活性化」として「都市公園でのマルシェ（地域産品の販売）の企画・開催等の地域産業（農家・加工業者）と連携した新ビジネス」、「子育て支援」として、「プレーパークの整備・運営等の子育て支援サービスの実施や子育て支援 NPO 等とタイアップした新ビジネス」、「体力増進・健康管理」として「健康長寿社会形成に向けた高齢者の健康・コミュニティづくり（CCRC）を念頭に入れた公園・緑地を活用した新ビジネス」、「障害者・介護福祉」として「障害者・介護サービスの実施や障害者福祉 NPO 等とタイアップした新ビジネス」、「雇用創出（就労支援）」として「地域活性化を念頭に入れた地域住民（高齢者や主婦層等）の雇用創出を念頭に入れた新ビジネス」を挙げた。
 - 11) 地域課題解決事業として、「緑化事業」は結果的に「環境問題対策」等、「遊具の整備」は結果的に「子育て支援」等の課題解決に寄与すると考えられるが、事業を行う上でそのような事業目標を想定していない場合は除くこととして設問した。なお、「該当するが判断が難しい事業」がある場合は、「地域課題解決型事業に含む」ものとして回答を得ている。また、必ずしも一般的な造園業の知識・技術を用いない事業も含むこととして回答を得ている。
 - 12) 得点化は、「あてはまる」: 5 点, 「ややあてはまる」: 4 点, 「どちらとも言えない」: 3 点, 「ややあてはまらない」: 2 点, 「あてはまらない」: 1 点として得点化した。
 - 13) 得点化は、「実施している」: 5 点, 「実施予定である」: 4 点, 「検討したが実施していない」: 3 点, 「関心はあるが未検討」: 2 点, 「関心がない」: 1 点として得点化した。