

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—



対談 井関 利明 千葉商科大学 政策情報学部長 大学院政策情報学研究科長・教授
藤江 俊彦 千葉商科大学 政策情報学部 大学院政策情報学研究科・教授

ゲスト 福原 義春 資生堂名誉会長
清原 慶子 三鷹市長

● A5判・280頁 定価 本体2,000円+税

市民、NPO、企業、政府、自治体関係者が「公共」を変える！

公共課題を解決する「ビジネス・マネジメント」と「関係づくりのマーケティング」

時代は、「国から地方へ」、「官から民へ」そして「地方分権」という大きなうねりが起こり、新たな経営主体としての首長、住民、NPO、その他さまざまな市民団体がクローズアップされ、政策形成・実行の過程で、それぞれの主体の連携と協働を通じて、地域の独自性を創りだそうとしています。

このトレンドにあって、従来ビジネス界で必要とされていたマネジメントとマーケティング手法が求められていますが、このビジネス手法自体が顧客主導のリレーションシップ・マーケティングへと変わってきています。

本書は、「地域」そして「公共」の課題を考える上での、新しい「知と方法」を創ろうとした試みですが、具体的な例示として三鷹市の清原慶子市長を交えた鼎談と、企業も交えた公益性を考えるという視点で福原義春資生堂名誉会長との鼎談を収録しました。

章目次と各章の内容 (抄録)

第1章 ソーシャル・マネジメントの成立

ソーシャル・マネジメントとは(需要サイドと供給サイド)／自治体ミッションと経営戦略／NPMとアウトカムの発想／リレーションシップ・マーケティングへの転換／ソーシャル・マーケティングへの発展／顧客革命(カスタマー・レボリューション)の進展 ほか

第2章 CSRからコミュニティ・ビジネス そしてソーシャル・マネジメント

「CSR」と企業の社会的影響力／「CSR」とコース・リレーティド・マーケティング／ステイクホルダー・ソサエティとソーシャル・マネジメント／「コミュニティ・ビジネス」と地域再生 ほか

第3章 ソーシャル・マネジメントによる問題解決

問題設定・ターゲット設定・相互作用／住民参加と「メディア環境」／「エンパワーメント」と「エンバナー」／「エイジ・オブ・トランスペアランス」(透明化の時代)／「ネキッド・コーポレーション」と「オープン・エンタ

ライズ」／ステイクホルダーのかかわり方と問題解決スパイラル ほか

第4章 創造的自治体経営をめざす三鷹市 —ソーシャル・マネジメントの実例—

鼎談ゲスト：三鷹市長・清原慶子氏

「自治体経営白書」と行政経営品質評価／基本構想・基本計画への素案づくりからの市民参加／「SOHO CITY みたか構想」／「ベスト・プラクティス」と「政策提案制度」／リレーションシップ・ガバナンス(民・学・産・公の連携)／「コンテキスト・シティ」(価値創造の場づくり) ほか

第5章 公共社会の構築とソーシャル・マネジメント

鼎談ゲスト：資生堂名誉会長・福原義春氏

公益性と企業経営への期待／ミュージアム・マーケティングとホスピタリティ／非営利組織のミッションと組織形態／コーポレート・ガバナンスからソーシャル・ガバナンスへ／地域コミュニティと新しい知の創造 ほか



第一法規

東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560
<http://www.daiichihoki.co.jp/>