

**BORDERLESS**  
SWITCH to HOPE

# ソーシャルビジネス

～新規事業のブレイクスルーポイント～

# 鈴木雅剛 (スズキマサヨシ)

株式会社ボーダレス・ジャパン  
共同創業者 代表取締役副社長



# SWITCH to HOPE

社会の課題を  
みんなの希望へ変えていく

会社名	株式会社ボーダレス・ジャパン
設立	2007年3月
資本金	1,000万円



**BLJ Apparel Ltd.**

バングラデシュの一人親が安心して働けるアパレル工場



**BLJ Bangladesh Co.**

バングラデシュの就業困難な人々に雇用をつくる



**Merry Chicken Farm**

カンボジア農家の新たな収入源を作る養鶏ビジネス



**BORDERLESS LINK**

ミャンマーの貧困農家を救う農業支援センター



**Alphajiri**

ケニアの貧困農家を救うサプライチェーン



**LUNA sanitary pads**

若年妊娠で進学したタンザニアのシングルマザーに雇用を生む



**ボーダレスハウス**

異文化への差別偏見をなくす国際交流シェアハウス



**UNROOF**

障害者が「能力」として働き、正當に評価される場をつくる



**ハチドリソーラー**

日本の自然エネルギー普及を行う太陽光発電事業



**きら星**

地方の人口減少を解決する移住サポート



**みらい畑**

新規就農者の減少にSTOPを、野菜の定期お届けサービス



**ビジネスレザーファクトリー**

バングラデシュの貧困層を作り手とするレザーランド



**ビーブルポート**

日本の難民に雇用を生むパソコンリソース



**ハチドリ電力**

地球温暖化を防ぐCO2を出さない電気販売



**ローカルフードサイクリング**

持続可能な食循環をつくる都市型コンポスト



**ボーダレスアカデミー**

社会起業家養成所  
ボーダレスアカデミー  
第10期生開校!



**夢中教室WOW!**

不登校専門「やうたい」を引き出すオンライン家庭教師



**先生の学校**

熱意のある先生に理想の教育を諦めさせないメディア



**小さな森の学童**

子どもたちに、自分を生かすチカラを



**For Good**

誰もが簡単に社会のための一歩を踏み出せるクラウドファンディング



**RICE**

発信で社会を変えるシビックインフルエンサーのプラットフォーム

**13** カ国  
**51** 社/事業  
**85** 億円 (FY23f)



ボーダレスの仲間たち

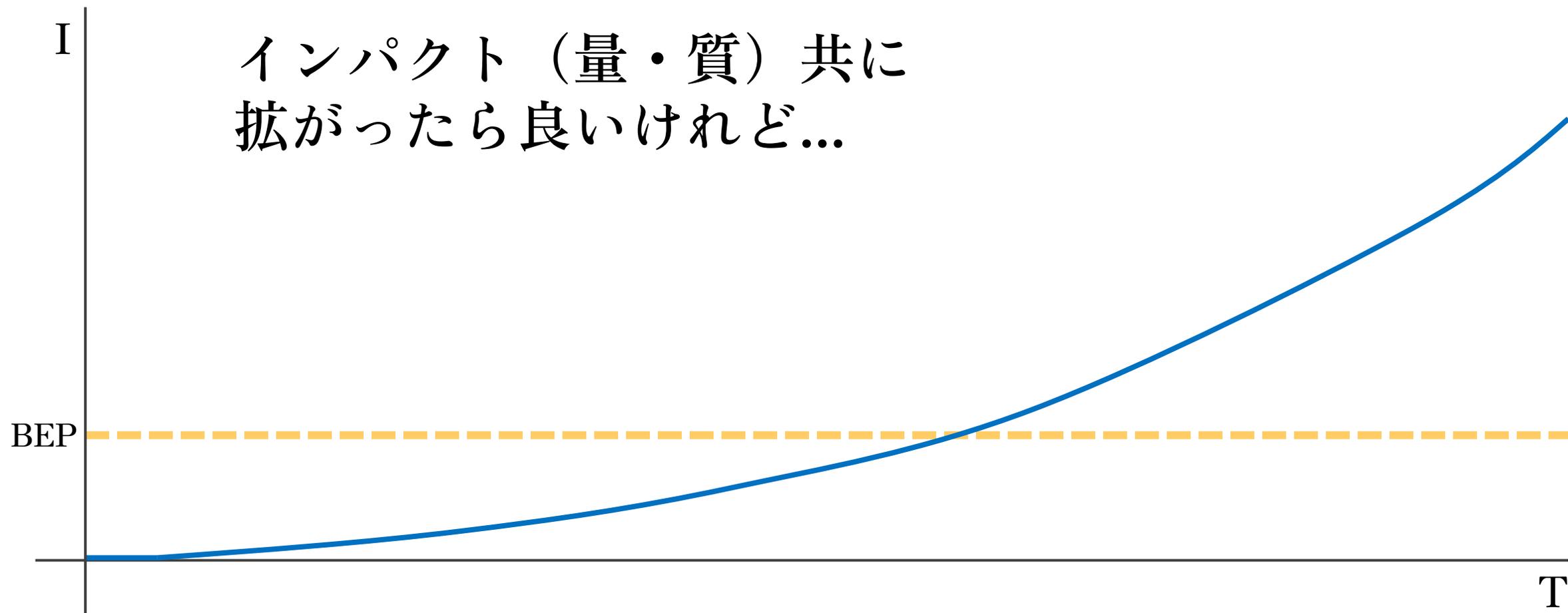


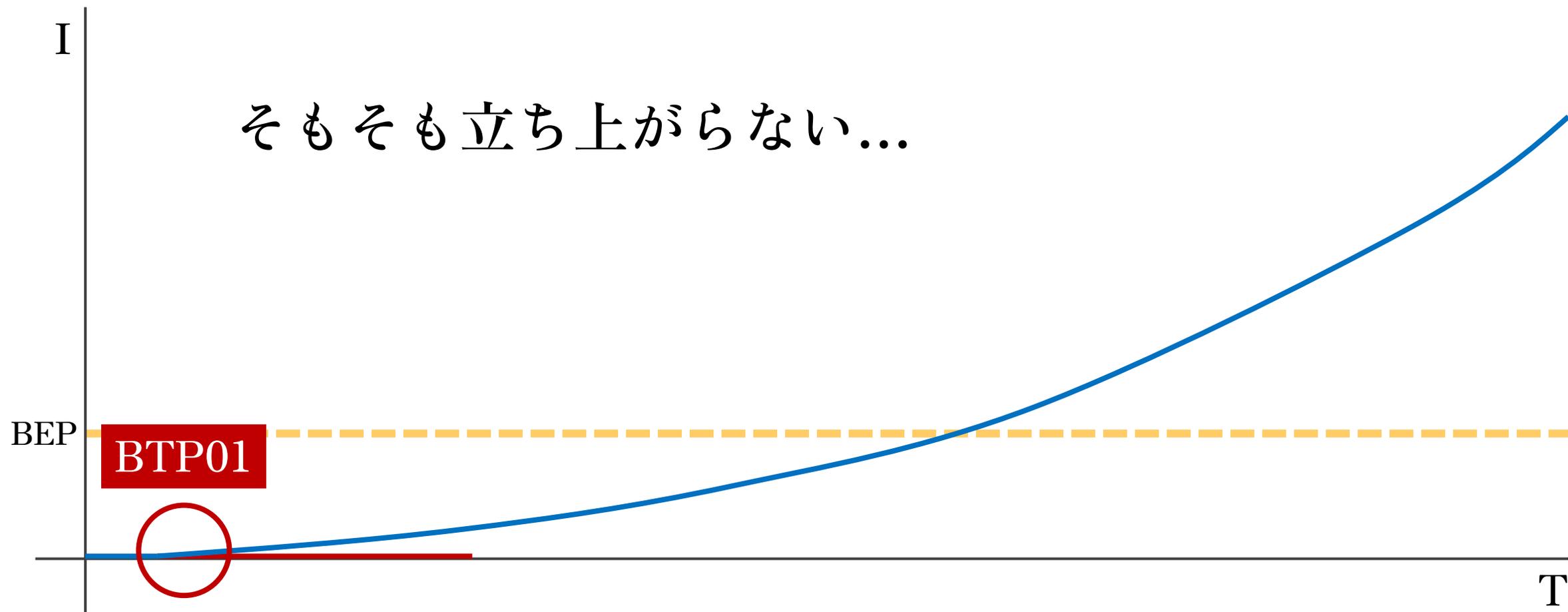
51番目の事業

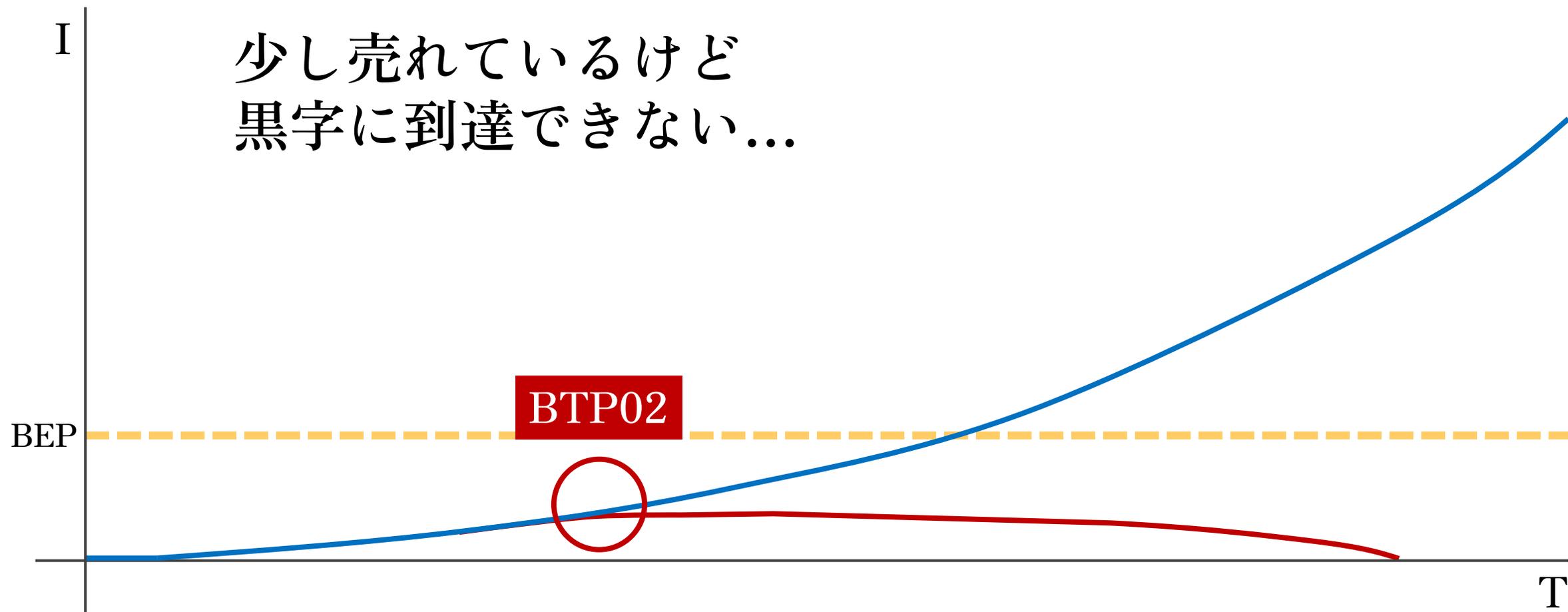


**BREAKTHROUGH POINTS**

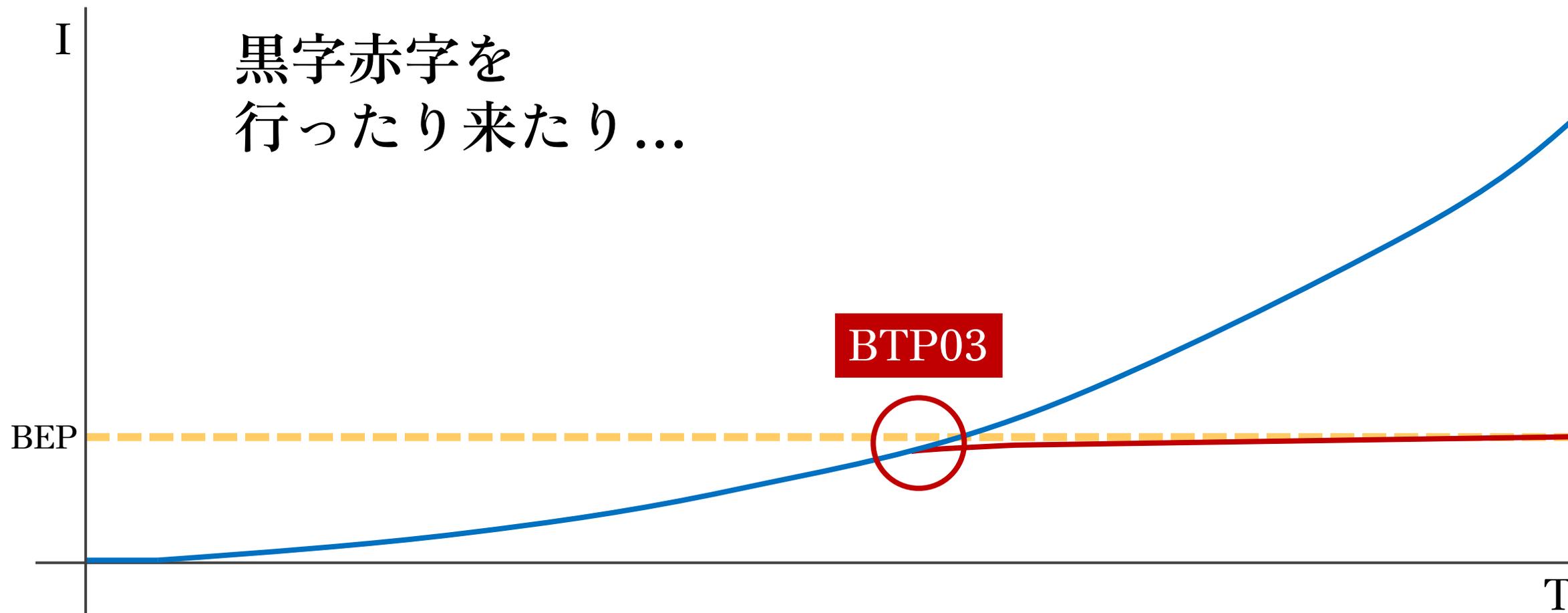
**ブレイクスルーポイント**



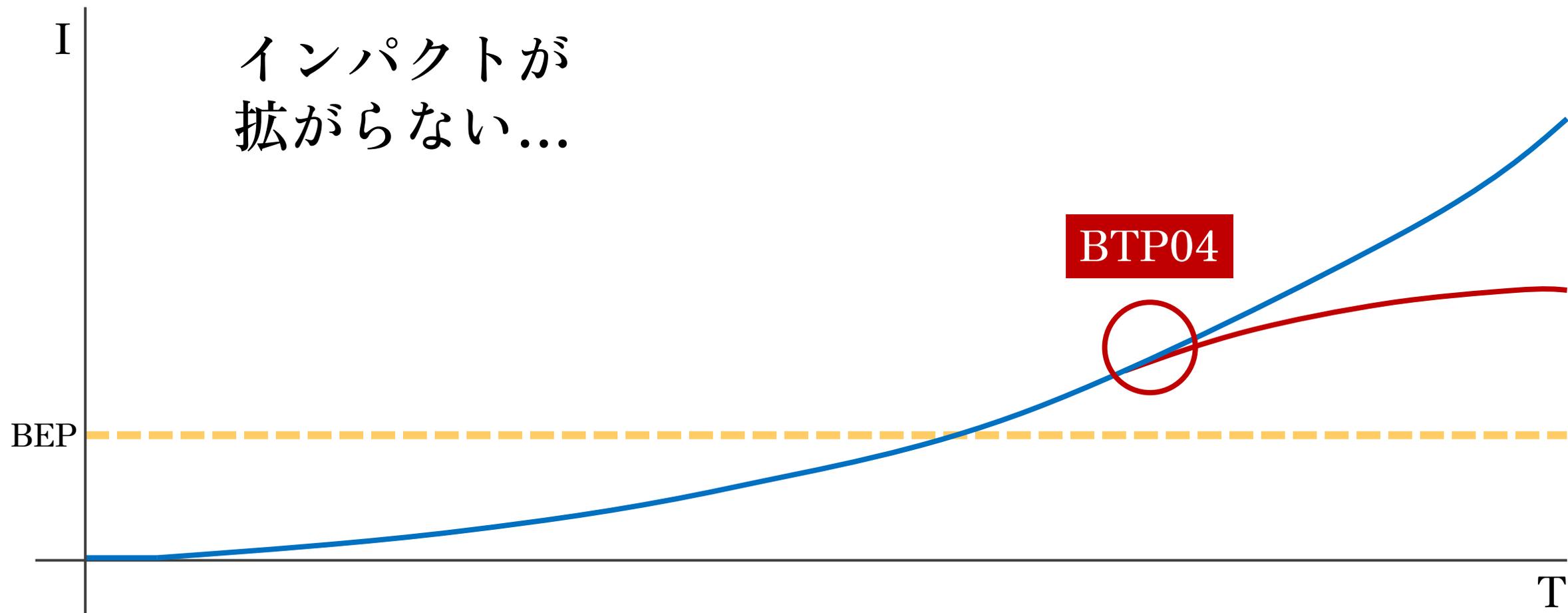




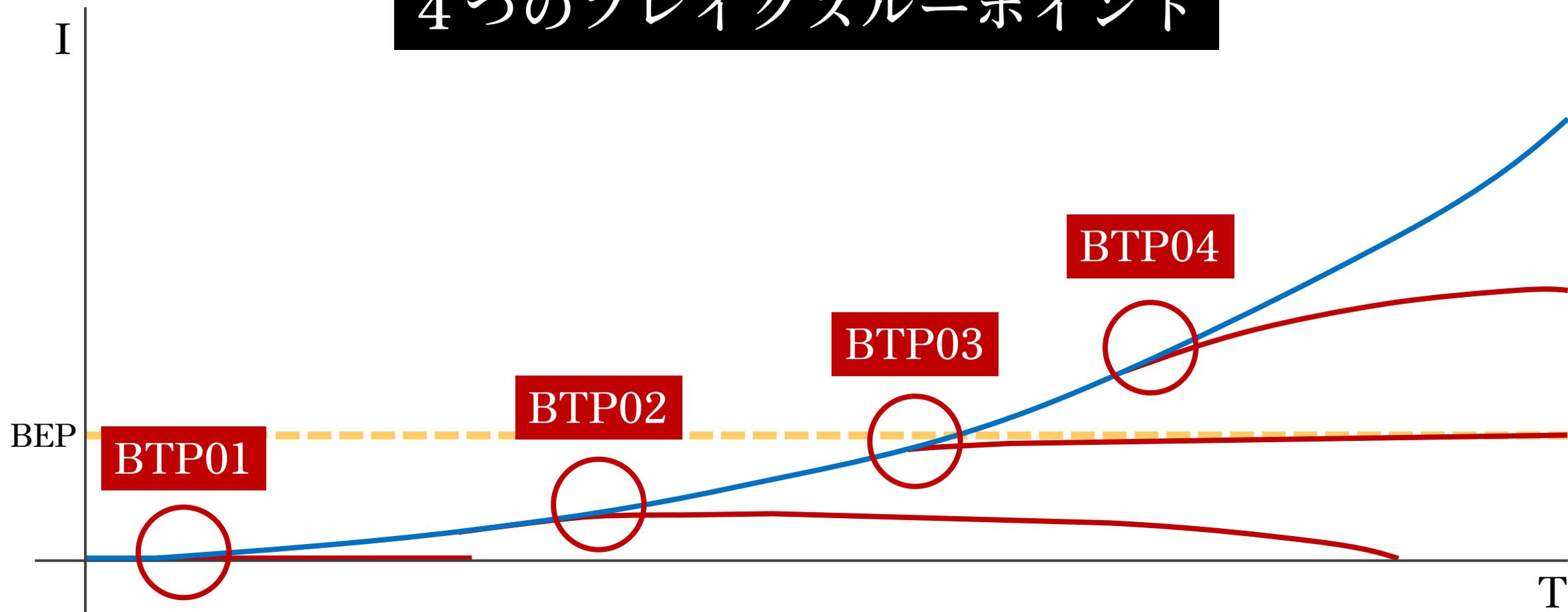
※売上＝運営に必要な資金



※黒字：運営資金 $>$ 運営コスト、赤字：運営資金 $<$ 運営コスト



## 4つのブレイクスルーポイント

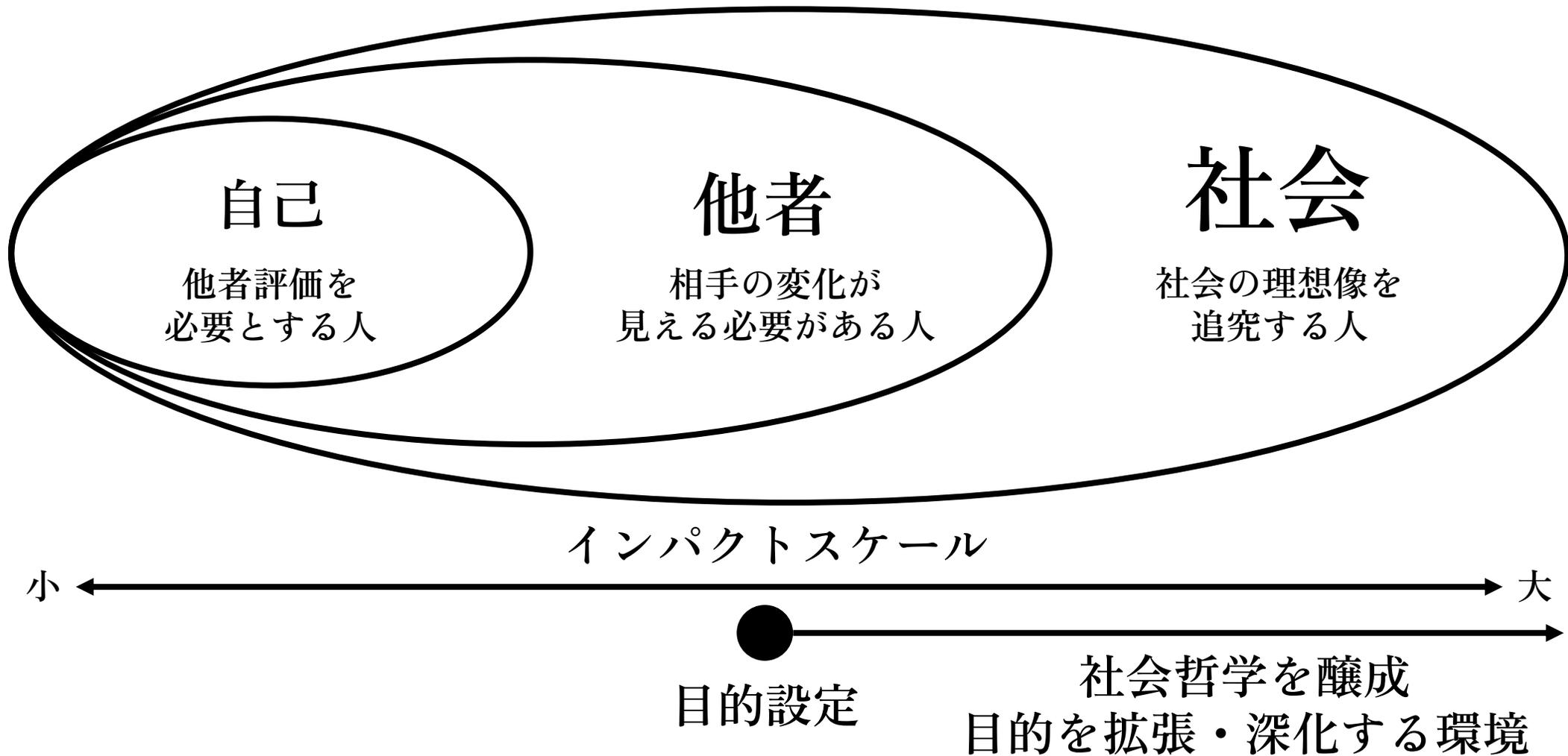


A grayscale photograph of three people sitting around a table in a meeting. A woman in a checkered shirt is smiling and looking at a document. A woman in a dark top is looking at the same document. A man in a light t-shirt is looking at a laptop. The image is semi-transparent, serving as a background for the text.

# 熱量創出の源泉 ～起業家の意志～

BTP  
01

# 利己vs利他vs利社 真の目的はどこにある？



＜人間成長 ≠ スキル成長＞

利他性 (対他者/社会)

“ありがとう”要求型

“理想”追究型

外発的  
(求める)

内発的  
(究める)

“すごいね”要求型

“やりたい”追究型

利己性 (対自己)

□ サイズ：モチベーション総量

<人間成長 ≠ スキル成長>

利他性 (対他者/社会)

“ありがとう”要求型

“理想”追究型

“すごいね”要求型

“やりたい”追究型

利己性 (対自己)

外発的  
(求める)

内発的  
(究める)

□ サイズ：モチベーション総量

<人間成長 ≠ スキル成長>

利他性 (対他者/社会)

cf)人生の目的/自己肯定

自立自走

外発的  
(求める)

内発的  
(究める)

依存

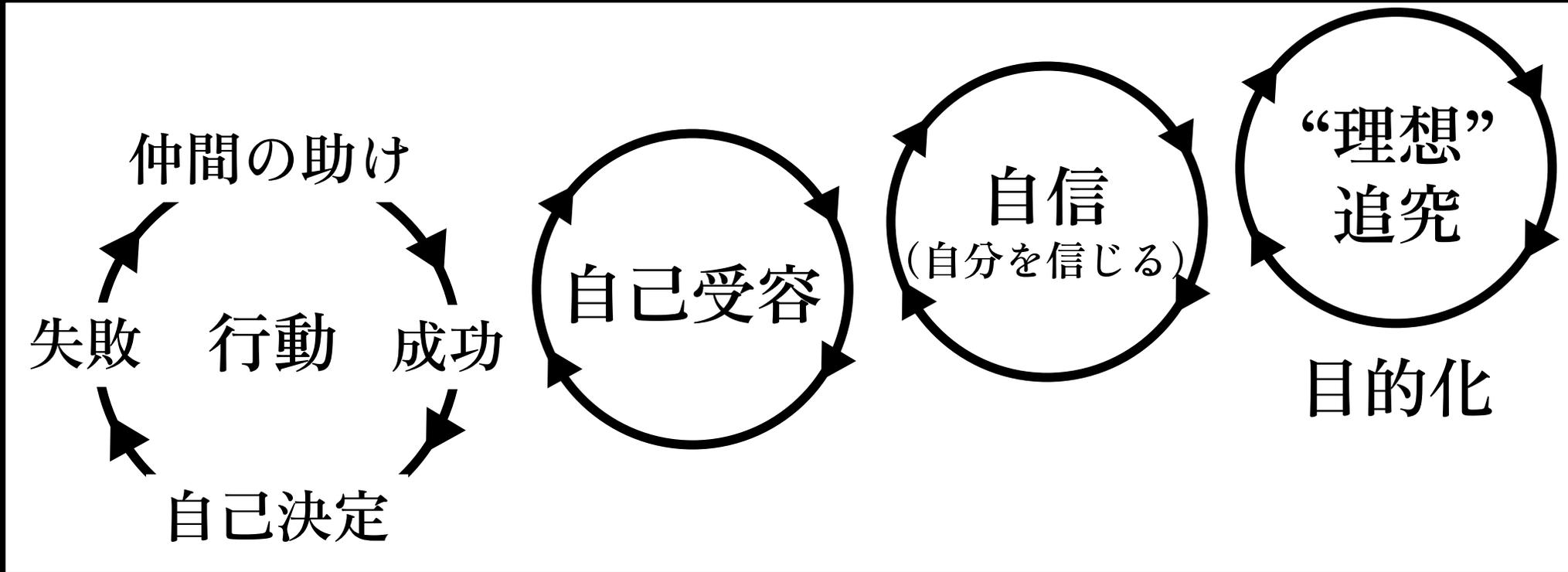
cf)他者との比較/自己否定

利己性 (対自己)

□ サイズ：モチベーション総量

<人間成長 ≠ スキル成長>

利他性 (対他者/社会)



利己性 (対自己)

□ サイズ：モチベーション総量

# Social Impact First

## 熱量と実行力

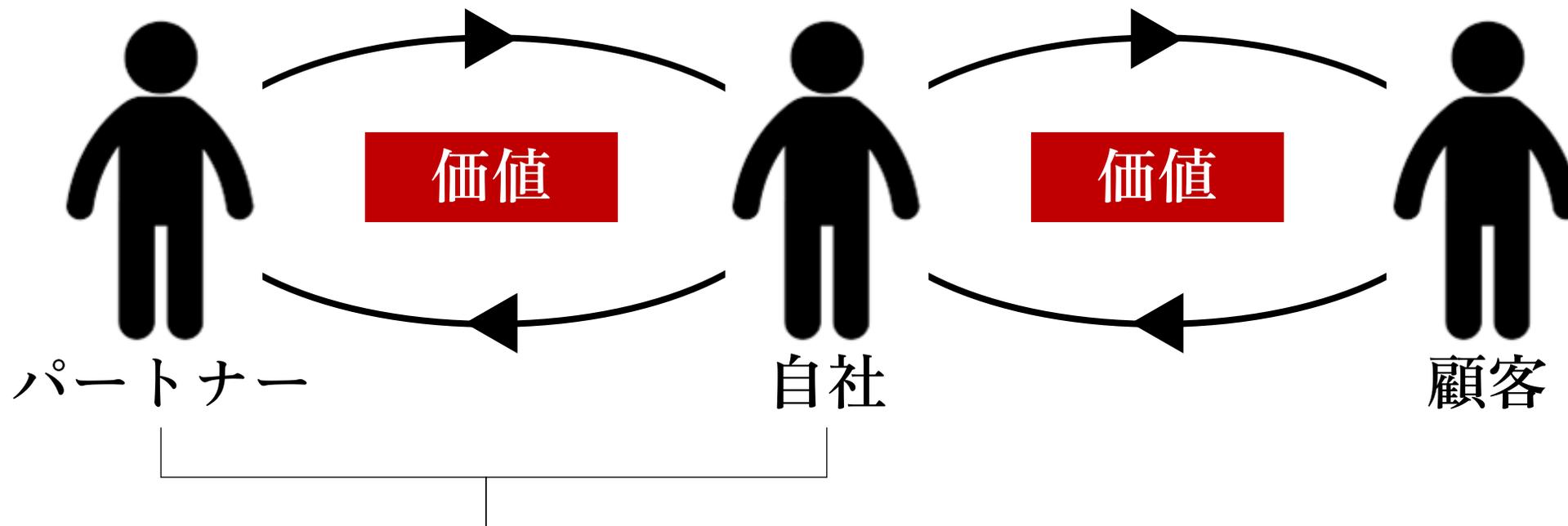
BTP  
02

# 価値創出の源泉 ～プロダクトエッジ～



# プロダクトエッジ

プロダクト＝価値提供の手段  
顧客価値の洞察と独自価値のフィッティング



個々の価値創出最大化

**強みの最大発揮**

cf) 顧客起点＝市場サイズ視点  
環境問題/生命科学.etc  
大きな投資規模  
お金の払える人が対象

# マーケティングの基本型

## 顧客・価値・プロダクト

### 01

誰に？

[顧客ターゲット]

誰を顧客に設定するか。具体的な人物を探し出す。

### 02

何を？

[顧客価値]

本人は何を望んでいるか。何に困っているか。ホンネを抉り出す。

### 03

どうやって？

[プロダクト]

顧客価値を実現する商品・サービスをつくり出す。

※目的が社会課題の解決からズレないように注意

# Reality & Insight

## 顧客マインド

BTP  
03

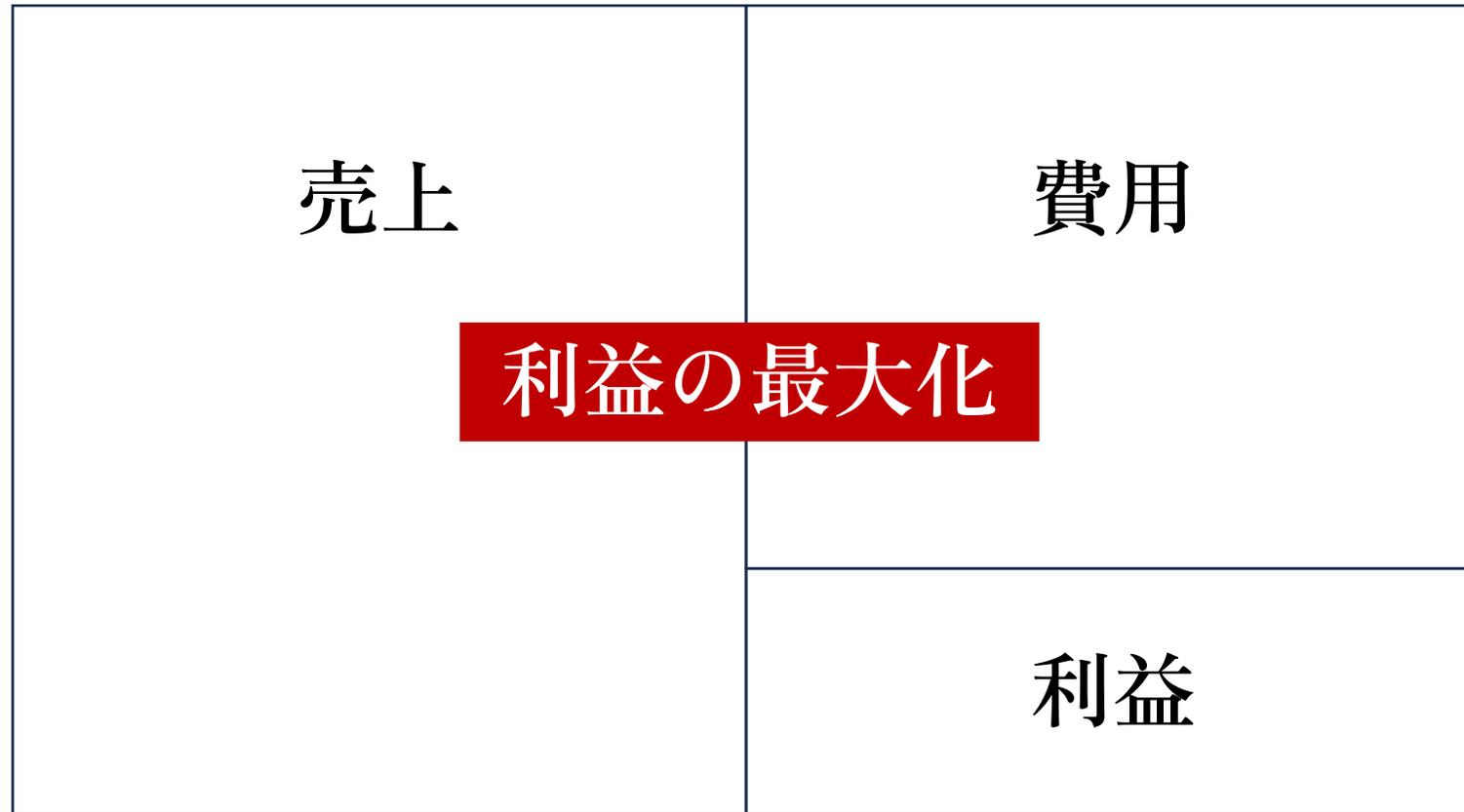
# 利益創出の源泉

～プロフィットモデル～



# プロフィットモデル

ビジネスモデル上に  
利益を生み出す「仕組み」をつくる



※目的が社会課題の解決からズレないように注意

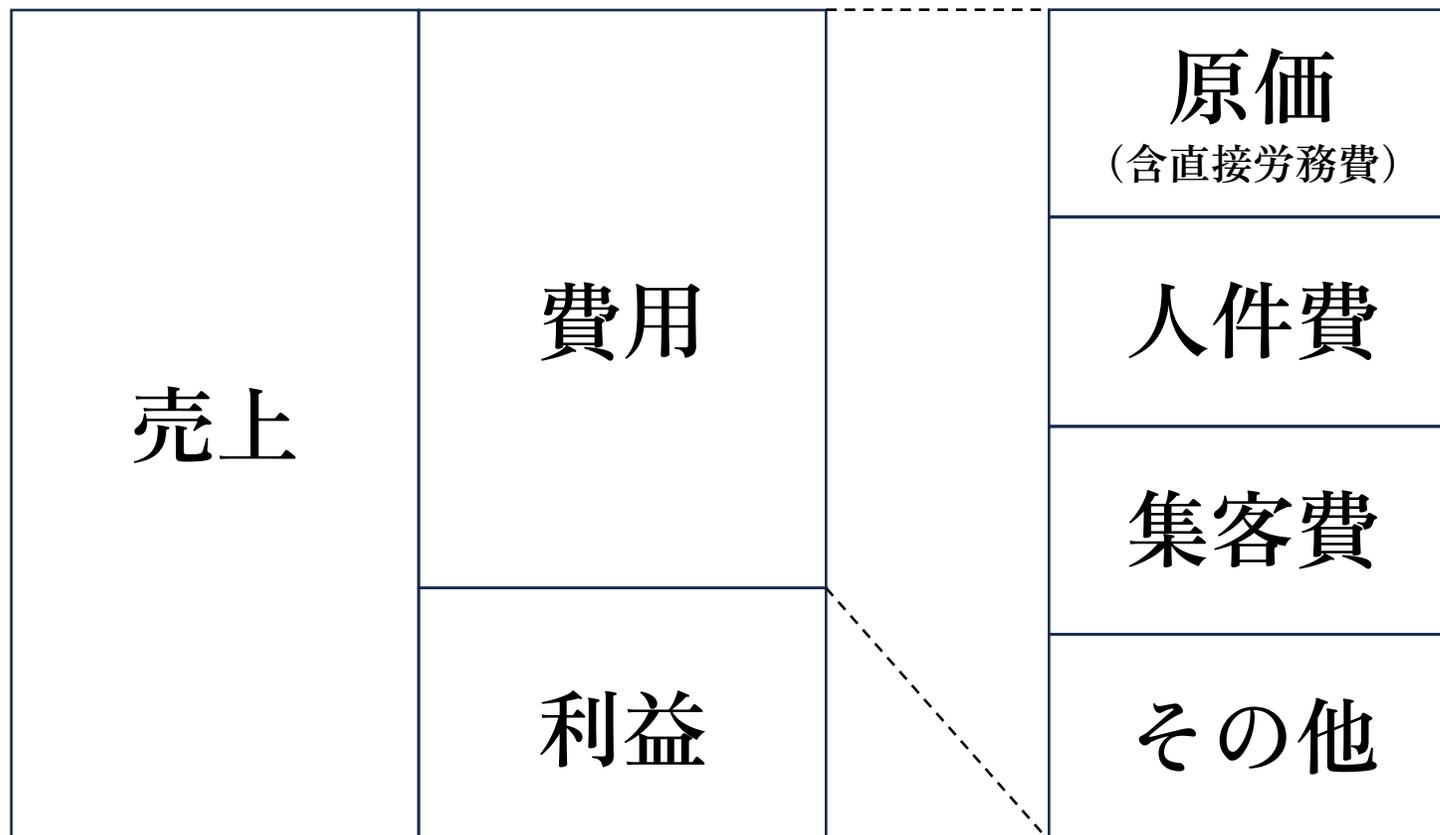
# プロフィットモデル

ビジネスモデル上に  
利益を生み出す「仕組み」をつくる

仕組みの量  
||  
高利益率

S1 高LTV型  
S2 高顧客単価

顧客：顧客単価



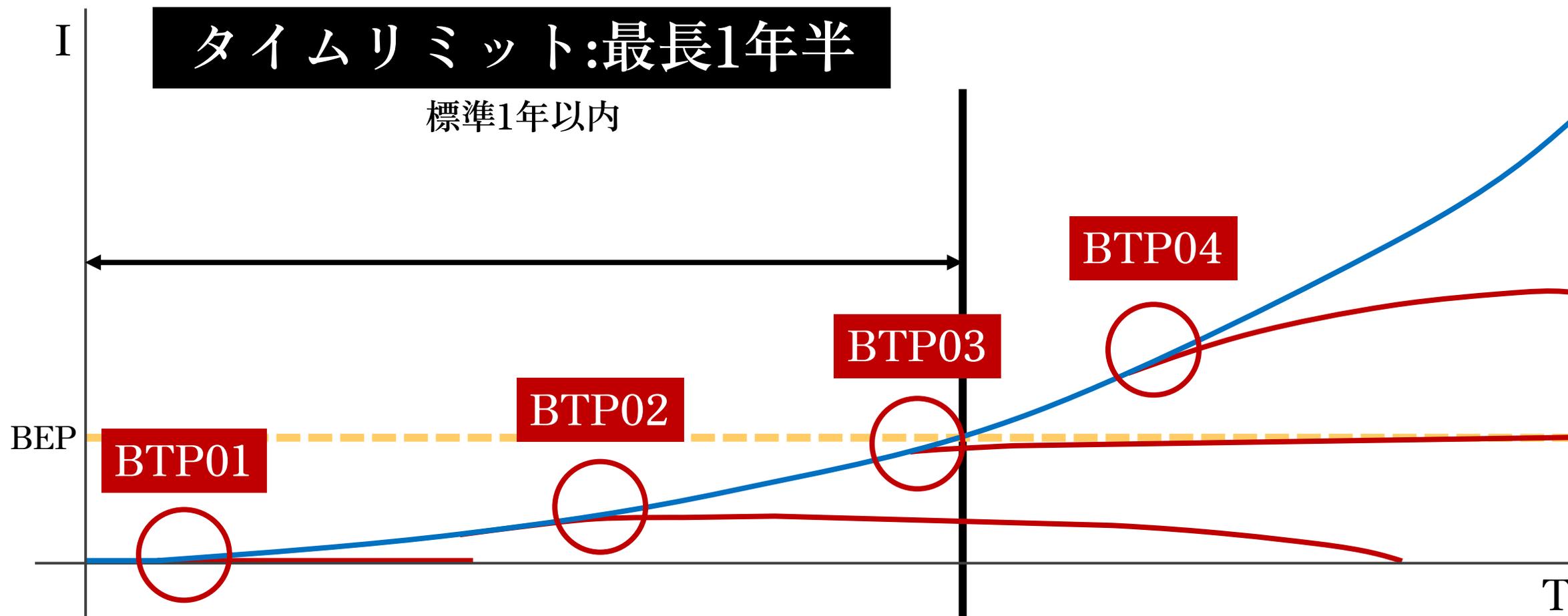
C1 低原価型

C2 低人件費型

C3 低採用費型

C4 低教育費型

C5 低集客費型



# Business Skills 仕組み化

## 仮説検証量の担保

スピード  
×  
精度



仕事の技術

## 投下資源量

資金  
×  
仲間



期限とマインド

BTP  
04

# 社会普及の源泉 ～理想の解像度～



事業リーダー  
||  
社会のプロデューサー

社会への感度・感覚・感性

常識・先入観への挑戦

理想の社会像

# 事業リーダー

社会の  
プロデューサー

“助け合い”の輪を拡げる  
”目的”を”共有する”

(目的：未来の景色 [理想像] を描き、具体的に伝える)

# 事業リーダー

社会の  
プロデューサー

みんなでチカラを合わせて  
”価値を生み出す”

(方法：仲間を巻き込み、各々のチカラを最大限活かす)

# 事業リーダー

社会の  
プロデューサー

生み出した”ベネフィット”と  
”プロフィット”を”共有分配する”  
(結果：社会哲学をもとに共有分配方法を定める)

# 事業リーダー

社会の  
プロデューサー

すべての生き物が幸せに生きるため

”自然環境と共生する”

(前提：自然環境との共存を優先し実践する)

さいごに



**事業リーダーの意志と努力**

支援ではなく  
機会提供



# SWITCH to HOPE

社会の課題を  
みんなの希望に変えていく



あと

0

円寄付できます

[より詳しく調べる](#)

## 変えたい未来に 納税しよう。



クラウドファンディング型

### ふるさと納税 for Good!

For 地球環境を守る



#### 町の木材100%!環境に 優しい発電に挑戦

山形県 西川町

応援総額

581,000円

58.1%

寄付者数 57人 | あと 18日

For 夢を見つける機会



#### 奨学金で、子どもたちの学 ぶ機会を守りたい

宮城県 女川町

応援総額

1,206,000円

40.2%

寄付者数 44人 | あと 18日

フェーズ	プランニング	PoC	PoB	アクセラ
目的	ビジネスモデル構築 (Choice&Focus)	仮説検証 (Fitting)	運用定着 (Implement)	インパクト拡大 (Spread)
アクション (Check Point)	ビジョン設定 (事業目的) 課題設定 - 課題 (Pain) - 原因 (Cause) - 方法 (Solution) - 結果 (Impact) モデル設計 - 対象 (Target) - 価値 (Insight) - 方法 (Product) - 違い (Difference) プラン設計 - Market - Price - Promotion - Channel - オペレーションモデル - 事業展開ステップ - 収支モデル - 資金調達	プロダクト検証 - ターゲット - インサイト - プロダクト/プライス プロモーション検証 - リーチ - タイミング - アクション - サステナ - コスト プレイス検証 - リーチ - タイミング - アクション - サステナ - コスト オペレーション検証 - リソース投下量 リソース/ステップ検証 - 順序/タイミング - 種別/量 収支モデル検証 - 最小単位限界利益	オペレーション構築 - こだわりと絞り - 最少リソース運用 - 人材育成 - システム等DX投入 客数拡大 収支モデル確立 - 営業利益確保/黒字化 - CFバランス確立 - 資金調達 トレース - SI/KPI設計運用	インパクト最大化 - 哲学/思想 - ビジョン/ストーリー - 組織 - 事業構想 - ターゲット拡大 - エリア拡大 - 新プロダクト投下 - 新事業投下