

ソーシャルビジネスの可能性

ーグローバル経済からローカル経済へー

今 井 久

はじめに

グローバリゼーションという言葉が使われるようになって久しい。経済のグローバリゼーションとは、国や地域などの境界を越えて、地球規模で様々な取引が行われるようになることである。これは、比較優位により、貿易からの利益を拡大しようとする試みでもある。

世界的に見ると、冷戦が終結しベルリンの壁が崩壊したのち、1990年代に起こったIT技術や運輸技術の急速な発展によって、様々な取引が世界規模で促進されるようになった。その結果、世界経済は大きく飛躍していったが、負の側面も取りざたされるようになってきた。例えば工業や農業といった産業が世界規模で競争することにより、ある国では国内産業が衰退し、それらの産業の空洞化現象が起こってきている。また、先進国の企業が途上国において利益を搾取していることも指摘されている。その結果、先進国と途上国との経済格差や途上国内での経済格差が広がってきている。更には、地球温暖化等にみられる環境破壊は社会問題となってきた。最近では、不安定な雇用、非正規雇用、または失業といった問題が世界的に増大してきた。

そんな中、ここ数年、ソーシャルビジネスやコミュニティビジネスが注目されてきている。ソーシャルビジネスは日本語で社会的企業と翻訳されるが、社会問題の解決を目的として収益事業に取り組む事業体のこ

とである。NPO、企業、住民など、様々な主体が協力しながら収益事業に取り組んでいる。本論文では、その取り組みが地域の課題解決のための場合コミュニティビジネスと定義することにする。つまり、コミュニティビジネスはソーシャルビジネスの部分集合であり、地方においては、ソーシャルビジネスのほとんどがコミュニティビジネスと言っても過言ではない。

地域社会においては、環境保護、高齢者、介護、福祉、子育て支援、まちづくり、観光等に至るまで、様々な社会課題が存在している。コミュニティビジネスは、地域における人材、ノウハウ、施設、資金等を活用することで、その地域を活性化し、雇用を創出し、更にはそこに住んでいる人の生き甲斐などをつくり出すことを主な目的としているが、行政コストが削減されるという副産物も生んでいる。

本論文では、世界経済におけるパラダイムシフト（規範の変遷）の現状を提示し、ソーシャルビジネスの事例をいくつか紹介する。また、現代における学生のソーシャルビジネスへの関心の高さを示す。更には、山梨県におけるソーシャルビジネスの事例を紹介し、これまでのソーシャルビジネスの課題を議論する。そして、最後にソーシャルビジネスの可能性を考察する。

1. パラダイムシフト

20世紀において、経済活動の規範は、競争であり、効率化であり、生産性の向上であった。その結果、環境破壊、経済格差、貧困等、様々な社会問題を生んできた。これらの社会問題を取り上げた事例をいくつか挙げてみる。

1992年、当時12歳であったカナダ人のセヴァン・スズキは、リオデジャネイロで開催された環境サミットに子どもの環境団体の代表として参加した。その会議で、子どもの視点から環境問題についてのスピーチ

を行い、会場から拍手喝采を浴びた。のちに「伝説のスピーチ」と呼ばれるものである。スピーチの中で彼女は「どうやって直すのかわからないものを、こわしつづけるのはもうやめてください。」「学校で、いや、幼稚園でさえ、あなたがた大人は私たちに世の中でどうふるまうかを教えてくれます。たとえば、争いをしないこと。話し合いで解決すること。他人を尊重すること。ちらかしたら自分でかたづけること。他の生き物をむやみに傷つけないこと。分かちあうこと。そして欲張らないこと。ならばなぜ、あなたがたは、私たちにするなということをしているんですか。」と会場の大人に訴えた。彼女のスピーチは、人々の環境問題に対する関心を促すものであった。

2004年には「ダーウィンの悪夢」というドキュメンタリー映画が公開された。東アフリカビクトリア湖に繁殖した巨大魚ナイルパーチを通して、タンザニアからヨーロッパなどへの加工品輸出を中心に、グローバル経済の引き起こす現実を描いたドキュメンタリー映画である。環境破壊、そして工業化による経済格差の広がり、更には治安の悪化などを通して、それから派生していると考えられるアフリカの貧困などを描いた。生態系の破壊、外国に良い食材を輸出しながら、残り物を非衛生的な状態で食す人々、そして、その中で育つ子供たちを様々な側面から描き出している。グローバリゼーションの負の側面を描いた映画である。

2006年には、「不都合な真実」という映画が公開された。主演はアル・ゴア元アメリカ合衆国副大統領であり、地球温暖化の問題を取り上げたドキュメンタリー映画である。過去の豊富な気象データや、温暖化の影響であろうと考えられる自然現象を紹介しながら、これらをそれほど問題視しない政府の姿勢を批判し、人々が生活の中で環境を守る努力を続けることの重要性を訴えている。この映画は、第79回アカデミー賞において長編ドキュメンタリー映画賞を受賞し、アル・ゴアはノーベル平和賞を受賞している。世界経済の発展の裏に隠された負の遺産である環境破壊の深刻な現状を訴えた映画である。

2011年には、「幸せの経済学」という映画が公開された。ヒマラヤの辺境ラダックにおけるグローバリゼーションを取り上げたドキュメンタリー映画である。ラダックの人々にとって西欧文化は新鮮なものであった。しかし、伝統的な生活スタイルを変え、自然との関わりを希薄にし、人との繋がりをも希薄にしてしまった。更には、彼らのアイデンティティーや伝統文化に対する誇りまでも奪ってしまった。この映画では、新しい文化に翻弄されるラダックの人びとの姿を通して、グローバリゼーションの負の側面を指摘している。

このようなグローバリゼーションの負の側面をどのように克服していったらよいのだろうか。映画では、その答えはローカリゼーションにあると提言している。地域の力を取り戻すローカリゼーションの促進が、人と人や人と自然とのつながりを取り戻し、地域社会における絆を強めていくと説明している。

以上のように、様々な社会問題が顕著となり、その結果人々の価値観も変わってきている。これからの経済活動においては、共生、生きがい、環境、地球にやさしい等、新しいコンセプトが必要となってくる。また、グローバリゼーションの負の側面が大きくなるにつれて、その解決策の一つとして地方の経済に目を向けたローカリゼーションに注目が集まってきている。パラダイムは明らかにシフトしている。

2. ソーシャルビジネス

パラダイムシフトが進行している中、環境問題、経済格差、貧困等の様々な社会問題に収益事業として取り組んでいる社会企業家がいる。それらの事例をいくつか挙げてみる。

(1) グラミン銀行

ソーシャルビジネスで有名な事業の一つにグラミン銀行がある。ムハ

マド・ユヌスが1983年にバングラデシュに創設した銀行である。マイクロクレジットと呼ばれる貧困層を対象にした低金利の無担保融資を主に農村部で行っている。

貧困層向けに事業資金を融資し、生活の質の向上を促す活動を行っている。ただ単に融資するのではなく、生活支援が一番の目的である。具体的には、貸し出しと共に農業や雑貨店の経営に関するノウハウを教えるというものである。

この銀行は、顧客に対し担保を求めない代わりに、顧客5人による互助グループをつくるのが条件として求められる。この場合、それぞれが他の4人の返済を助ける義務があるが、連帯責任や連帯保証ではなく、他のメンバーに代わっての支払いの義務は生じない仕組みである。それによって、そのグループにおけるソーシャルキャピタルが向上すると言う見方もある。また、「16の決意」と呼ばれる価値観を取り入れている。その結果、借り手は良い社会習慣を受け入れるようになり、ほとんど全ての借り手が学齢に達した子どもを学校に入学させるようになった。このような行動は社会の変化を促し、次世代の教育にも繋がっている。2006年、ムハマド・ユヌスはノーベル平和賞を受賞した。

(2) NPO 法人コモングラウンド

コモングラウンドはロザンヌ・ハガティが創設したNPO 法人である。ロザンヌ・ハガティは、マサチューセッツ州のアマースト大学を首席で卒業した後、ニューヨークのタイムズ・スクエア近くにある教会でボランティアとして働いた。そこでは、家庭内暴力などの理由で住む家を失った、13歳から24歳の若者のカウンセリングを担当した。そして、ホームレスの人々と生活を共にしながら、この状況をどうにか変えられないか考えた。

ニューヨークにタイムズ・スクエア・ホテルという名前のホテルがあるが、20世紀初めに建てられ、かつては芸能人やジャーナリストが好ん

で泊まるホテルである。しかし、ロザンヌ・ハガティがイムズ・スクエア近くでボランティアをしていた頃、このホテルは地域の悪化とともに閉鎖され、ホームレスのシェルターとなっていた。

ロザンヌはそのホテルを買い取り、ホームレスに安価で貸し出すことを考えた。安い住居の提供だけではなく、グラミンバンク同様、生活支援が一番の目的であった。居住者に対して、精神的なカウンセリングを行い、就業支援を積極的に行った。その結果、その地域の治安は回復し、事業自体も日本円にして年間約10億円の売り上げを計上し、約1億円の利益を出すようになった。

(3) NPO 法人 Table for Two International (以下 TFT)

TFT は2007年に小暮真久が創設した NPO 法人である。現在、世界の約70億人の人口のうち、約10億人が飢え苦しむ一方、約10億人が肥満など食に起因する生活習慣病に苦しんでいる。この深刻な食の不均衡を解消するのが TFT の目的である。

具体的には、日本の社員食堂やレストランと提携して、カロリーを抑えたメニューを考案して提供する。そして、料金は20円高く設定する。それらの定食や食品を購入した場合、1食につき20円の寄付金が、TFT を通じて開発途上国の子どもの学校給食になるシステムになっている。20円というのは、開発途上国の給食1食分の金額でもある。つまり、先進国で1食が開発途上国での1食になる仕組みになっている。

TFT の特長としては、第1に、支援する側とされる側の双方にメリットがあることである。開発途上国の子どもたちと、先進国の人々が、同時に健康になれる仕組みである。第2に、だれでも気軽に参加できることである。対象となる定食や食品を購入するだけで、TFT のプログラムに参加できる。第3に、いつでも参加できることである。食事は、誰でも毎日必ずとるものであるので、毎日の食事を通じ、開発途上国の子どもたちと一緒に健康になることができる。

2011年までの約4年間で、TFTのプログラムに参加した企業・団体数は450以上であり、食堂から始まったプログラムは、一般の人が利用するカフェ、ネットスーパー、コンビニの食品へ広がっている。

ボルビックの「1 L for 10L」（ボルビックの水1リットルを購入すると、アフリカのマリ共和国に10リットルの安全な水が生まれるプログラム。）やパタゴニアの「1 % for the planet」（パタゴニアの製品を購入すると、その売り上げの1 %が世界各地で活動する環境団体に寄付されるプログラム。）同様、我々が気軽に社会問題の解決に参加に参加できる仕組みを作った事業である。

（4）株式会社マザーハウス

マザーハウスはバッグデザイナーの山口絵理子が2006年に創設した企業である。山口絵理子は、大学4年時に国際援助機関でインターンを経験したが、ただ金をばらまくだけの援助に幻滅し、単身バングラデシュに渡った。現地の大学院で学びながら、貧困問題がどのようにしたら解決できるのか考えた。その結果、ビジネスを通じてこそ社会に持続可能で大きな変化を起こせると気づき、発展途上国から世界に通用するブランドをつくることを決意した。

最初は、250万円の資本金で、160個のバッグを作った。その後、2年あまりで直営店は4店舗に増え、2009年8月には首都ダッカに自前の工場も立ち上がった。発展途上国に関心のない消費者も、デザインを気に入って購入してくれるようになってきた。

そのビジネスの核になっている考え方が、「マザーハウストレード」という考え方である。一般的なフェアトレードの場合、慈善事業的な意味合いが強く、品質よりも低賃金労働を強いられる傾向のある途上国で雇用を創出し、途上国の貧困解消や経済的自立を促すことが重要視されている。しかし、山口絵理子は、「私たちは企業として活動している。第一に達成しなければならないルールは、お客様に満足いただく商品を提供することです。そのために、品質には徹底的にこだわるし、生産者

に対しても、『一緒にいいものを作り上げていこう』と、厳しいスタンスで臨みます。』と話している。品質第一なのである。

以上のように、世界においても、そして日本においても、社会問題への関心の高まりから、それらを収益事業によって解決しようとするソーシャルビジネスが注目されている。

3. 学生に高まるソーシャルビジネスへの関心

アメリカの一流大学の多くの卒業生は、かつてウォールストリートに代表される金融業界に就職することにあこがれた。また、収益を求めて起業を志す学生も少なくなかった。しかし、現在では、起業と言っても、社会起業家を目指す学生が多くなり、社会的企業に就職を希望する学生も増えてきている。

Teach for America (TFA) は、ニューヨーク州に本部を置く教育 NPO であり、アメリカ国内の一流大学の学部卒業生を、教員免許の有無にかかわらず大学卒業から 2 年間、国内各地の教育困難地域にある学校に常勤講師として赴任させるプログラムを実施している。そして、2010年には全米文系学生・就職先人気ランキングで、Google や Apple を抑えて 1 位となっている。このように、アメリカにおいては多くの大学生はソーシャルビジネスに興味を持ってきている。

日本においても、学生のソーシャルビジネスに対する関心は高まってきている。Sweet Smile は、「世界中を笑顔でいっぱいになりたい」という思いから、2009年に山崎ひな子によって設立された任意団体である。山崎ひな子は2008年度のミス法政大学であり、現在は彼女を中心に様々な大学のミスキャンパスが集い活動している。我々を取り巻く世の中の現状や社会の問題を見つめ直す機会をつくることで、たくさんの笑顔が生まれる「きっかけ」をつくりたいというのが Sweet Smile の思いである。また、ミスキャンパスであるということを活かして、若い世代から様々

な人々に向けたメッセージを発信し、社会貢献の輪をさらに広げたいと考えている。

具体的には、NPO・NGO・社会起業家ガイドブックである「ミスキャンパス presents 世界を変える仕事44」を作成した。楽しく素敵に活動できる社会貢献の世界を、たくさんの人に知ってほしいとの思いから、44のNPO・NGO・社会起業家を訪問し、ガイドブックを作成した。また、前述したTFTのヘルシーメニューやお弁当をプロデュースしている。更には、各種NPO・NGOイベントの司会進行を務めている。世の中の現状を等身大の学生が伝えることで、たくさんの人に「気軽に楽しくできる貢献活動のきっかけ」をつくることを目的として活動している。

2012年11月14日、社会人基礎力育成グランプリ2013関東地区予選が開催された。社会人基礎力とは、経済産業省が2006年から提唱している「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」である。「前に踏み出す力」「考え抜く力」「チームで働く力」の3つの能力（12の能力要素）から構成されている。社会人基礎力育成グランプリは、大学教育における「社会人基礎力」の成長過程を発表する大会である。

第1回大会は2007年に開催され、山梨学院大学の代表チームがグランプリを獲得している。その後も、本学の現代ビジネス学部において社会人基礎力の育成を行い、社会人基礎力育成グランプリには毎年参加している。2011年度の参加チーム数は全国で130にのぼり、大学教育における社会人基礎力育成の関心の高さを示している。2012年度の予選は、全国の6地区に分かれて行われ、山梨学院大学は関東地区予選に参加した。この関東地区予選には、合計33チームが参加し、2つの会場に分かれて社会人基礎力の成長過程を競い合った。それぞれの会場の最優秀チームが、2013年3月に開催される決勝大会に進出することができる。

残念ながら2012年度の予選会において、山梨学院大学の代表チームは

受賞を逃したが、ここ数年の大会の特徴として、大学が取り組んでいるプロジェクトの多くは社会問題の解決がテーマであることが挙げられる。今回の関東地区予選において、第1会場（参加チームは17）の上位3チームのテーマは、(1) タイに子ども用車椅子を届けよう！、(2) 学生が社会の難問に挑戦！中小企業における障がい者雇用促進、(3) B級グルメで外国人旅行者を召す、であった。また、耕作放棄地を活用した地域ブランド「さかどルーコラ」の栽培と「ルーコラパスタ」の開発販売プロデュースというテーマもあった。

第2会場（参加チーム数は16）においても、上位3チームのテーマは、(1) 日本大好きプロジェクト、(2) 桑まるごと活用塾：桑の有効活用を目指して、(3) 休耕地活用プロジェクト：オール埼玉ブランドの日本酒「醸彩 滝不動」による地域課題の解決、であった。また、社会的問題をマーケティングのしくみで解決する実践的プロジェクトというテーマもあった。以上のように、日本の大学においても、社会問題の解決に関する取り組みが数多く行われており、学生の社会問題に対する意識の高さが伺える。

4. 山梨県におけるソーシャルビジネス

山梨学院大学が位置する山梨県においても、ソーシャルビジネスへの関心が高まってきている。発展途上国における貧困問題や食糧不足と言ったような世界レベルの社会問題の解決ではないが、地域における社会問題の解決を収益事業として行おうとする取り組みが行われている。

山梨県においては、「やまなしコミュニティビジネス推進協議会」が2005年に設立された。コミュニティビジネス事業者を中心に、商工指導団体や県等、様々な面からコミュニティビジネスに関わりがある者が参加している。その目的は、コミュニティビジネスに関する情報交換、支援、振興のための基盤となるネットワーク組織作りである。現在は、

NPO 法人「えがおつなげて」が事務局を担っており、「ソーシャルビジネス・コミュニティビジネスによる新しい公共の担い手育成事業」（新しい公共支援基金事業）を実施している。

以下、山梨におけるソーシャルビジネスの事例を3つ紹介する。

（1）NPO 法人 えがおつなげて

現在、やまなしコミュニティビジネス推進協議会の事務局を担っている「えがおつなげて」は、曾根原久司が2001年に設立した NPO 法人である。この法人の目的は、地域共生型市民ネットワーク社会の構築である。具体的には、山梨県にある耕作放棄地を利用して、地域の住民だけではなく都会の住民も含めた市民ネットワークの構築である。

NPO 設立当時、農業は魅力あるものとはいいいにくい産業であり、農業従事者は減少していた。このような状況の中で、農業という食産業を健全に復興させることは難しいと考えられていた。

そこで「えがおつなげて」が行ったのが発想の転換であり、地域共生型の市民ネットワーク社会の構築であった。例えば、地域で作った農産物を、企業や団体に出荷するのではなく、例えば自分たちのネットワークで販売する。また、自分たちの力やネットワークの力を借りて加工したり調理したりして、販売をする。また、こういった活動とともに、都市と農村の交流体験事業を組み合わせる。このようなことを少しずつしながら付加価値をつけて産業としての体力をつけていった。

一つの例としては、三菱地所を中心とした丸の内エリアと、農山村の交流を目的とした「空と土プロジェクト」の実施が挙げられる。地域資源や都市の経営資源（人材・情報他）を活用し、地域と一体になって様々なプログラムを実践していくことを通じて、都市及び農山村が抱える社会的課題の解決に取り組んだ。「空と土プロジェクト」とは、都市と農山村、それぞれに住む人が手を取り合い、お互いに成長できるような形を創る試みである。具体的には、親子農村体験キャンプ、親子田植え体

験と森林体験ツアー、親子夏野菜収穫キャンプ、稲刈りと森林散策体験ツアー等の実施である。

もう一つの例としては、「純米酒丸の内プロジェクト」が挙げられる。「えがおつなげて」が三菱地所グループと連携して進めている「都市と農村をつなぐ」活動の一つである。このプロジェクトを通じて、耕作放棄地であった棚田などの活用が始まっただけでなく、純米酒丸の内という新たなブランド商品が開発された。

原料になる酒米は「えがおつなげて」の農場がある北杜市でも育つ「ひとごこち」という酒米を選び、農薬を使わずに栽培した。酒米を栽培する際、田植え、稲刈りの時には、丸の内エリアで働く、特に日本酒が好きな人たちが担当した。こうしてできた純米酒丸の内は、丸の内付近の店舗、レストランなどで販売された。

その結果、酒米を栽培する棚田がある北杜市増富の方々や、日本酒を醸造した地元の醸造店と、都市住民との交流も始まった。一方、都市側の丸の内では、この日本酒を販売した店舗やレストランと純米酒の製造に携わった丸の内働く人々との交流も広がった。都市と農村の間で人々が交流することで、豊かな農村資源が生かされた。さらに、人の交流による共感の輪によって、都市と農村の間に新たなコミュニティのような関係が構築されつつある。

(2) NPO 法人 スペースふう

「スペースふう」は1999年、永井寛子ら10人の女性によって、地域活性化と女性の経済的自立を目的に設立されたNPO 法人である。小さなリサイクルショップから始まった活動であるが、環境・福祉・教育・文化を4本の柱に、情報発信と人々の出会いを大切にしたコミュニティビジネスを実践し、多くの人に親しまれてきた。そして2002年、メインプロジェクトとなったリユース食器のレンタル事業への転換を試行。2003年には本格稼働に踏み切り現在に至っている。

「スペースふう」のコンセプトは、リユース食器を通しての循環型社会の実現である。目標としては、(1) 環境啓発活動の推進とリユース食器の普及、(2) ごみを出さないイベントのサポートと CO₂削減、(3) 衛生管理の行き届いたリユース食器の提供、(4) さまざまな支援活動を通しての地域社会との共生、(5) 互いに支え合い、生き生きと働ける職場づくり、である

一つの例として「ヴァンフォーレ甲府エコスアジアムプロジェクト」が挙げられる。日本プロサッカーリーグ (Jリーグ) 所属のヴァンフォーレ甲府のホームスタジアムである「山梨中銀スタジアム」において、使い捨て容器ゴミの削減のために、2004シーズンからリユース食器を提供している。また、ゴミの分別回収や、オリジナルのゴミ持ち帰り袋の配布、ゴミ量の調査、エコブースでの環境活動体験などを実施している。2011シーズンにおいては、リユース食器使用数59,334個であり、CO₂削減量は4.6トンであった。

このような実績が評価されて、2003年度と2005年度には、経済産業省の委託事業に採択された。2004年2月には、「第1回全国リユース食器フォーラム in ますほ」を開催し、全国から350名の参加者が「使い捨て食器 NO!」「ゴミを出さないイベントをつくろう!」をテーマに語り合った。2007年10月には環境大臣賞を受賞し、2008年6月には、内閣府の「男女共同参画社会づくり女性のチャレンジ賞特別部門賞(環境)」に選ばれた。そして、2010年11月には、平成22年度山梨県／県政功績者(団体)を受賞している。また、経済産業省が2011年に刊行した「ソーシャルビジネス・ケースブック」にも紹介されている。

(3) NPO 法人 子育て支援センター ちびっこはうす

「ちびっこはうす」は、宮澤由佳が自らの子育て中に感じた孤独感、閉塞感から、子育て支援の拠点作りの必要性を感じ、1991年に個人で設立した子育て支援センターが出发点である。50坪の敷地に15坪のプレハ

ブが建ち、その室内は24畳のフローリングの保育室と 6 畳の事務所、トイレが2つだけの小さな施設であった。当初は、0 歳～入園前の子どもとその親たちが会員となり、週に1 回ずつ通う「子育て広場」事業のみを行っていたが、子育て中の親たちのニーズに合わせていろいろな事業を展開していくに従いスタッフも増え、きちんとした組織化が必要になってきた。そして、年々増加する行政や企業からの要請や委託事業にもきちんと対応していきたいという思いから、2002年にNPO 法人を設立した。

更には、2011年に「社会福祉法人こどものあした福祉会 ちびっこはうす保育園」を設立した。県産材の保育園であり、0～3 歳未満児20人の小さな保育園である。県産材を使った和風な建物で、保育室はまるで森の中のような木の香りがする。床材は県内産のヒノキ・杉・桐3種類の天然の木を使っている。床暖房になっているので、空気もきれいでやわらかな暖かさがあり、冬でも裸足で過ごすことができる。壁材は湿度を調節するという「珪藻土 (けいそうど)」を使用し、夏は窓をあければさわやかな風が通りぬける。また、園のまわりは通りから入った静かな環境であり、広い園庭でのびのびと遊ぶことができる。設立にあたり、「県内初！県産材を使った保育園が開園」また、「3 歳未満の園児を…」と言う内容でメディアにも取り上げられている。

その他にも、2009年に設立した「こどもプロジェクト株式会社」がある。事業内容は、(1) 子育て支援イベント企画・運営、(2) メールマガジン「ちびっこメール」配信、(3) 事業所内保育施設運営、(4) 赤ちゃんにやさしい観光地づくり、(5) 山梨県ふるさと雇用再生特別基金事業である。基本理念は、「こどもの幸せ」のため、常に「こどもの利益」を最優先に考え、こどもにやさしい社会づくりに貢献し、こどもがたくさん生まれ、幸せに成長できる社会づくりに寄与するとしている。活動内容としては、やまなしこどもの城フェスタ、ちびっこキャラバン、メールマガジン「ちびっこメール」、出張託児、企業内託児施設運営等が挙げ

られる。

5. これまでの課題

これまで述べてきたように、ソーシャルビジネスに対する関心は高まりつつあるが、これまでいくつかの課題もあった。それらは、(1) 認知に関すること、(2) 経営に関すること、(3) 資金調達に関すること、(4) 人材に関することの4つに分類できる。

(1) 認知に関すること

日本においては、ソーシャルビジネスに対する認知度や理解があまり高くなく、社会におけるポジションが明確に確立されていない。ソーシャルビジネスの多くはNPO法人であるが、NPOはボランティアであるといったような誤解がまだまだ多い。

次に、認知されている場合でも、人によって定義や理解が異なっている。民間企業が社会的活動を行うことや、社会的活動が事業性・営利性を追求することに対する抵抗感があるように感じる。

更には、日本におけるソーシャルビジネスの活動は、志のある社会企業家によって独自に行われているケースが多く、ネットワークを作っていくような広がりや普及に欠けていることが多い。

経済産業省のヒアリング調査によると「大企業は、コミュニティビジネスが、商売なのか社会的貢献なのか、位置づけがはっきりしないので、支援の仕方が分からない。企業側の理解が進んでいないのが実情。」や「NPOは儲けなくてもよいという風潮が問題。NPOが自立するためにも、財政基盤の充実が必要。」と言った回答が見られた。

(2) 経営に関すること

社会性と事業性とを両立させていかななくてはならないのだが、そのよ

うな経営ノウハウが確立されていないケースが多い。日本の場合、多くの社会企業家は事業性に関する経営ノウハウに欠けている。

また、ソーシャルビジネス相互の間、ソーシャルビジネスと関連機関（中間支援機関、金融機関、一般企業、大学・研究機関、政府・行政等）との間、或いは、関連機関と他関連機関との間で、効果的に協調・協働・支援し合う連携関係やネットワークが確立されていない。

経済産業省のヒアリング調査によると、「商売と社会貢献との対立がある中、フィフティ・フィフティの感覚を持ち、双方をどう絶妙にバランスさせるか、が重要。」や「多くの事業計画、予算計画は夢物語であることが多い。」と言った回答が見られた。

（３）資金調達に関すること

認知が低いと言うこともあって、資金調達が容易ではない。現実的には、行政からの補助金等に依存しているケースが多い。

経済産業省のヒアリング調査によると、「金融機関は明確なリターンを担保できないと融資できない。金融機関にソーシャルリターンをアピールすると、反発さえある。」や「融資判断をする際に、一見事業として成立しているように見えて、よく調べてみると行政からの委託や補助金がかなりの割合で占めているというケースは多い。」と言った回答が見られた。

（４）人材に関すること

そもそも、ソーシャルビジネスを起業・成長・巡航させることができる人材が質・量とも不足している。

経済産業省のヒアリング調査によると、「人材育成は最も大きな問題。コミュニティビジネスの事業者はプロデューサーのようなものであり、如何にリーダー格となるプロデューサー作りを行っていくかが重要。そういった実践型の人材育成のモデル事業を是非やっていただきたい

い。」や「女性はすんなり即戦力となる。男性は企業社会での権威を引きずる。意識のズレを解消する仲介者が必要。」と言った回答が見られた。

6. ソーシャルビジネスに吹く追い風

前章で述べたように、日本においてはソーシャルビジネスに関して多くの課題が存在している。しかし、ここ数年、ソーシャルビジネスに追い風が吹きだしているのも事実である。第1章で説明したように、世界的に社会問題が注目されるようになってきている。また、先進国においては、物質的な豊かさから精神的な豊かさを求めるようになってきた。その結果、多くの社会企業家が誕生している。このことは日本においても例外ではない。その上、学生を含め、多くの若者がソーシャルビジネスに興味を示すようになってきている。ソーシャルビジネスの認知が上がり、若者を含めた多くの人や一般の企業もソーシャルビジネスに関心を持つようになってきた。CSRの一環として社会貢献活動を行う企業も増えてきている。更には、自社の事業そのものを社会貢献事業として行う企業も多くなってきている。例えば、ファーストリテイリングは、グラミン銀行と提携して、バングラデシュでソーシャルビジネスを展開している。具体的には、バングラデシュの貧困層でも購入できる低価商品を開発し販売している。資源調達から販売まで、一貫してバングラデシュで行い、雇用を創出している。

また、「新しい公共」政策がソーシャルビジネスを大きく後押ししていると言っても過言ではない。新しい公共とは、公共サービスを市民自身やNPOが主体となり提供する考え方である。これは、まさにソーシャルビジネスのコンセプトでもある。これまでの公共サービスは、行政が管理的に提供する立場、市民は供給される立場であった。新しい公共では市民も公共サービスの提供者となること、行政は市民に場を提供し、信頼し、権限を移譲することが求められる。このように、社会問題の解

決に関心を持ち、それを収益事業によって解決しようとする場合、新しい公共によって行政からの支援を得られる可能性は高く、理解を示してくれる企業も増えてきている。同じ問題意識を持った主体が増えてきている。

このように、日本の地方においては、社会問題を収益事業として解決しようとする試みが盛んに行われている。グローバル経済は重要ではあるが、その負の側面を修正するためにも地方に目を向け、そこで行われる経済活動によって地方の経済、更には日本の経済を活性化させていることは重要であると考えられる。これからはローカリゼーションに注目が集まる時代あり、ソーシャルビジネスには強い追い風が吹いている。

〈参考文献〉

- 細内信孝 (2001) 『地域を元気にするコミュニティ・ビジネス』 ぎょうせい。
駒崎弘樹 (2007) 『社会を変える仕事にする』 栄治出版。
デービッド・ボーンステイン, 井上英之監訳 (2007) 『世界を変える人たち』 ダイアモンド社。
小暮真久 (2009) 『20円で世界をつなぐ仕事』 日本能率協会マネジメントセンター。
広井良典 (2009) 『コミュニティを問いなおす』 ちくま新書。
ヘレナ・ノーバーク・辻信一 (2009) 『いよいよローカルの時代』 大月書店。
竹井善昭, 米倉誠一郎監修 (2010) 『社会貢献でメシを食う』 ダイアモンド社。
セルジュ・ラトゥーシュ, 中野佳裕訳 (2010) 『経済成長なき社会発展は可能か?』 成長社。
Sweet Smile (2010) 『世界を変える仕事44』 ディスカヴァー・トゥエンティワン。
曾根原久司 (2011) 『日本の田舎は宝の山』 日本経済新聞出版社。
杉本淳・矢崎栄司, 曾根原久司編 (2012) 『田舎の宝を掘り起こせ』 学芸出版社。
曾根原久司 (2012) 『農業企業家になる』 日本経済新聞出版社。
吉澤保幸 (2012) 『グローバル化の終わり, ローカルからのほじまり』 経済界。