



Title	日本におけるコミュニティビジネスと社会起業家の可能性
Author(s)	林, 大樹
Citation	一橋社会科学, 1: 156-176
Issue Date	2007-01
Type	Departmental Bulletin Paper
Text Version	publisher
URL	http://doi.org/10.15057/13711
Right	

日本におけるコミュニティビジネスと社会起業家の可能性

一 地域コミュニティと市民セクターへの関心

林 大樹

EU（ヨーロッパ連合）の拡大が続く近年のヨーロッパでは、国家を超えた政治的統合が深化するとともに、共通通貨ユーロ導入に代表される国境を越えた経済統合も進展した。そうした普遍的なヨーロッパ拡大の動向の一方で、ローカルな地域コミュニティへの帰属意識の高まりも注目される。このことは換言すれば、言語や文化の違いを乗り越えて交流し、協働する能力をもつ「ヨーロッパ市民」が多数創出される一方で、地域コミュニティに自己のアイデンティティを求める多くの人々が新たに生まれつつあることも意味するのではないだろうか。普遍的理想を追求するEUと個別具体的で私的な関心にもつながるコミュニティとの双方への二重の帰属意識をもつ人材の厚い層が創出されつつあるのではなからうか。そうした人材は、モータリゼーションとスプロール化・郊外化が破壊した都市のネイバーフッドの生活空間を取り戻そうとする都市復興運動においても、あるいは、社会から排除（exclusion）された階層やグループをコミュニティの一員として包含（inclusion）しようとする新し

い社会政策においても、運動や政策推進の駆動力となったのではないだろうか。

ヨーロッパでは元々協同組合運動など行政セクターとも企業セクターとも異なる市民セクター（民間非営利セクター、第三セクター、あるいは社会経済セクターとも言う。）の活動が活発であったが、そうした市民セクターの役割がますます高まったわけである。また、米国にも市民セクターを巡って新しい動きが見られる。最近注目されたニュースに米国の著名な投資家で世界第二位の資産家とされるウォーレン・バフェット氏が、自ら経営する投資会社バークシャー・ハザウェイ株で三七〇億ドル（円換算で約四兆三〇〇億円）相当の寄付を行うと表明したことがあった。バフェット氏の三七〇億ドルという巨額の寄付のうち、三一〇億ドルは米マイクロソフト創業者で世界第一位の資産家ビル・ゲイツ氏が夫妻で創設した世界最大の慈善財団であることも話題を呼んだ。世界第二位の資産家が第一位の資産家へ資産の大半を寄贈し、慈善活動に協力するという構図になっているが、その理由をバフェット氏は「自分には投資家として富を大きく増やす能力はあるが、慈善家として富をうまく社会へ還元する能力ではゲイツ夫妻にかなわない」と説明しているそうである（『日本経済新聞』二〇〇六年七月七日付夕刊）。米国社会では経済的な成功者による慈善活動の伝統があり、ボランティア団体やNPOの活動が元々相当な重みをもっているが、ゲイツ夫妻やバフェット氏のような新しいタイプの慈善活動家の台頭が市民セクター、さらには社会全体に与える影響も大きいに違いないであろう。

これら欧米諸国に比べるとわが国における市民セクターの社会全体への影響力は限定的であったと思われる。しかし、わが国においても伝統的な共同体の衰退、政府・自治体における行財政改革の進行と行政サービスの見直しの機運は欧米諸国とよく似た状況をもたらした。市民セクターが果たすべき役割への期待が高まったのである。さらに、一九九五年の阪神淡路大震災の強烈な体験は地域コミュニティとボランティアの重要性に対する日

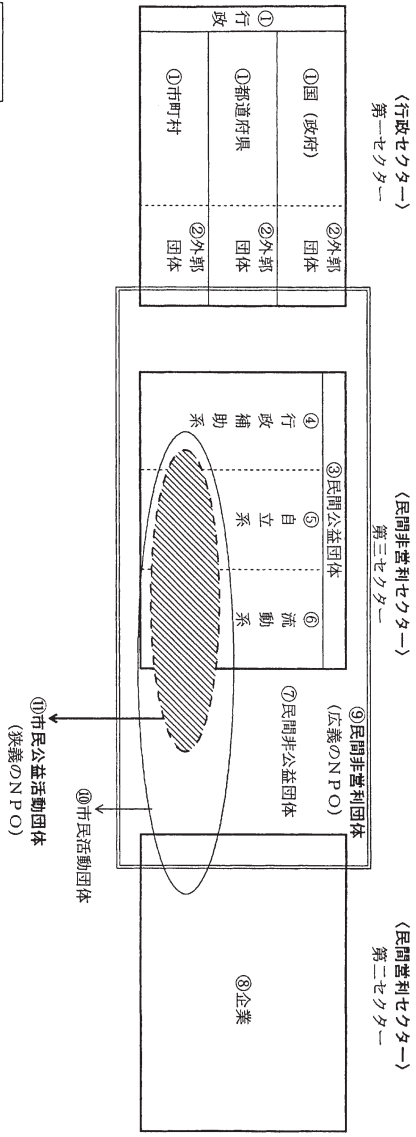
本人の認識を一挙に高めた。

そして、一九九八年にはNPO法（特定非営利活動促進法）が成立した。同法はその第一条で法律の目的を次のように謳っている。「この法律は、特定非営利活動を行う団体に法人格を付与すること等により、ボランティア活動をはじめとする市民が行う自由な社会貢献活動としての特定非営利活動の健全な発展を促進し、もって公益の増進に寄与することを目的とする。」わが国では、NPO法を巡る議論を通じて、市民セクターの役割への認識は広がり、深められたものと思われる。

二 市民セクターの概念

図1によって、市民セクターの概念整理を試みたいと思う。同図は、財団法人東京市町村自治調査会が、NPO研修・情報センター代表の世古一穂氏を座長兼コーディネーターとして一九九八年度に設置した「行政とNPO研究会」の報告書『市町村とNPO―市民セクターへのパーシフト』（一九九九年四月発行）からの引用である。同報告書の構成は、「第1章」市民活動の台頭とNPO、「第2章」市町村とNPOの協働の現状と課題、「第3章」新しい関係づくりへの提言、「第4章」これからの行政とNPOの協働に向けて、となっている。本稿の後段で詳しく取り上げるコミュニケーションビジネスや社会起業家への言及はないものの、「市民セクター」、「NPO」あるいは「協働」といった概念の整理は明快であり、同研究会の開催時期から八年を経過した現在でも参考になる点が多い。

図1において市民セクターは「民間非営利セクター」あるいは「第三セクター」として図示されている。「長年



定義

- ③ 民間公益団体
不特定多数の利益に寄与する活動を行う団体で、④～⑥の3種類に分けられる。
 - ④ 行政補助系（民間公益団体）
民間公益団体のうち、行政による認知や支援が強い団体。
 - ⑤ 自立系（民間公益団体）
民間公益団体のうち、確立した基盤を持ち、行政からの独立性が強い団体。
 - ⑥ 流動系（民間公益団体）
民間公益団体のうち、自立を指向しているもの、社会的には不安定な状況にある団体。
 - ⑨ 民間非営利団体
民間公益団体と、共益団体など一部の者の利益に寄与する民間非公益団体に分けられる。
 - ⑩ 市民活動団体
市民の自主的な参加と支援による活動を行う団体で、⑤～⑦及び一部の⑧企業活動を含む。
 - ⑪ 市民公益活動団体
市民活動団体の一部で、中でも特に公益的な活動を行っている団体。
- （出所） 財団法人東京市町村自治調査会『市町村とNPO—市民セクターへのアプローチ』1999年4月、4頁。

にわたって日本社会においては、中央官庁主導の下に行政が公共サービスを担い、営利を目的とする事業は民間が行うというように、行政セクターと民間セクターが棲み分けを行ってきた。」

ここで行政セクター（第一セクター）を構成する主体は国（政府）、都道府県、市町村といった①行政であり、そして行政の②外郭団体である。また、ここで民間セクターとは図1の民間営利セクター（第二セクター）であり、その主要な構成主体は⑧企業である。行政セクター（第一セクター）と民間営利セクター（第二セクター）の間隙を埋める位置にあるのが、民間非営利セクター（第三セクター）ないしは市民セクターである。

市民セクターは行政セクター（行政）も民間営利セクター（企業）も対応できない市民ニーズに対応することで台頭しつつある。その担い手は⑨民間非営利団体（広義のNPO）である。⑨民間非営利団体（広義のNPO）は大きく③民間公益団体と⑦民間非公益団体に分かれる。③民間公益団体とは「不特定多数の利益に寄与する活動を行う団体」で、さらに④行政補助系、⑤自立系、⑥流動系の三種類に分けられる。⑦民間非公益団体とは、共益を目的とする団体で、生協や農協、労働組合など多数存在する。団体の構成員（組合員）の共通利益の達成が団体の最優先の目標である。

ところで、何が「公益」であり、何が「共益」であるか。その境界線は必ずしも常に明確ではない。図1の定義にあるように、不特定多数の利益に寄与する活動を行う団体は「公益団体」であるが、いかなる「公益団体」も万能ではないから、その団体の活動範囲には自ずと限界がある。団体のミッション（使命）が不特定多数の利益を目指すものであったとしても、その団体の人的、財務的、技術的な能力の限界により、「特定」の範囲の人々のニーズにしか対応できないこともあるであろう。

反対に、組合員の共益を目的とする「共益団体」のミッションや実際の活動内容が「公益団体」のそれに近づ

くこともあるであろう。共益団体の組織のレベルは様々であるが、全国レベルや国際レベルの組織においては、その組織のミッションは公益的な要素を多く含むようになる場合が普通である。組合員など組織の構成メンバーの狭隘な利害関係だけを主張する団体には世論の支持が得られず、全国レベルや国際レベルでの活動が困難になるからであろう。

何が「公益」で、何が「共益」か、普遍的な定義を行うことは容易ではないが、視点を変えたと、何らかの「思い」を実現するために、自分たちの団体のミッションを掲げ、行政も、企業も対応しない市民ニーズに対応しようとする勢力が台頭しつつあることは確かであろう。そうした勢力の中核に位置するのが図1の⑩市民公益活動団体（狭義のNPO）であり、そうした勢力の周辺部も含めて⑩市民活動団体と呼ぶことができるのではないかと考える。

三 イギリスのコミュニティビジネス

厚生労働省の雇用創出企画会議の第一次報告書（二〇〇三年五月発表）によれば、「小さな政府」を目指したイギリスやアメリカでは「社会起業家」social entrepreneur が注目されているという。「小さな政府」を目指した両国の行財政改革の進展下では、社会的な問題解決の担い手が公的セクターから民間セクターにシフトする傾向が生まれた。例えば、地域における社会サービスや保健・医療システムの構造に大きな変化が生じたのだが、民間セクターでの社会サービスの担い手として注目されたのが社会起業家である。

また、イギリスを含むヨーロッパでは、持続可能な地域作りを担う新たな経済セクターとしてのソーシャルエ

コノミーsocial economyへの関心が高まっている。イギリスにおけるソーシャルエコノミーの調査研究を行った中島恵理氏(資源エネルギー庁)は、ソーシャルエコノミーの具体的な活動形態として、以下を挙げている。

- コミュニティビジネス
- ワーカーズ・コーポラティブ、ワーカーズ・コレクティブ
- 開発トラスト
- ソーシャルファーム
- コーハウジング
- クレジットユニオン等地域金融
- LETS/エコマネー

これらの中で、最も代表的なソーシャルエコノミーの形態がコミュニティビジネスだとされている。中島氏によれば、コミュニティビジネスはイギリスにおいては次のような特徴をもった活動である。

「これは一定の地縁コミュニティにおいて活動を展開するビジネスで、地域に必要なもの、サービスの提供を行う。当該ビジネスに出資する地域住民が所有し、地域に利益が還元される。英国におけるコミュニティビジネスにおいては、一人一票の権利を有する会員によって所有され管理され、会員は、会員を代表して企業を運営する運営委員会の委員長を選定する。コミュニティの住民はだれでも安価な費用で、コミュニティビジネスの会員になることができる。運営委員会は、定期的に開催されることが必要であり、通常、議長、事務、財務担当が選定され、また会社の運営、組織のルールを定めるメモランダム及び協会条項を定める。コミュニティビジネスは、会員に対する利益の分配を行わないのが特徴で、多くはその利益をコミュニティの福祉のために

用いている。また、地域の会員にビジネスの状況について知らせるため、会議の重要事項をまとめたニュースレターの配布や新聞への投稿、コミュニティ対象の会合の開催、地域の学校で連続講座の開催等が行われる。」
(炭谷・大山・細内「二〇〇四・二〇一―二一」)。

後述するように、わが国でも最近「コミュニティビジネス」への注目が高まっているが、イギリスのコミュニティビジネスと日本でそう呼ばれている活動とは違いもあるようである。日本のコミュニティビジネスは地域社会の活性化が主要な事業目的であるにしても、特定の個人あるいはグループによって創業され、経営される事業という性格が強いように思われる。経営主体は民間公益団体とともに、相当数の企業や民間非公益団体も含まれていて、経営形態は多様である。これに対して、イギリスのコミュニティビジネスは地域住民によって所有され、運営される事業であり、地域住民は一人一票の権利を有する会員として運営に参加している。地域社会における住民自治の新しい形態とも考えられるが、日本にはこうした事例はまだあまりないのではないかと思われる。

四 アメリカにおける「ビジネスの社会化」の潮流

アメリカを中心とした社会起業家をめぐる動向については、斎藤慎「二〇〇四」が詳しい。同書は「NPO（非営利組織）のような企業」と「企業のようなNPO」の具体例を紹介しながら、社会起業家の登場によってもたらされたビジネスの社会化とNPOのビジネス化という潮流を追っている。

アメリカにおいて社会起業家が注目される背景には何があるのだろうか。斎藤氏によれば、以下に挙げるいくつかの重要な理由がある。

まず、ビジネスの社会化の潮流を強めている主な理由の第一は「企業のグローバル化」である。ボーダーレスな経済圏ができ、国家の力を上回るような影響力を持ちうる存在となった多国籍企業の取るべき責任に変化が訪れた。企業は「利益を上げるために事業を営む組織」だから、利益確保が重要な優先課題になるのは当然であるが、利益だけを追い求める姿勢には問題のあることが、近年ようやく理解されるようになってきた。すなわち、企業の社会責任の問題である。斎藤氏は、現在、企業の社会責任に何が含まれるかについては、ある程度の共通認識が形成されているとして、次の項目を挙げている。

- ・ 人々の健康や安全を保障する。
- ・ 社会の改善や生活の向上に貢献する。
- ・ 環境保全に努める。
- ・ 不正を行わず、情報を開示する。
- ・ 差別のない安全・衛生的な労働環境を提供する。

こうした社会責任をどう果たしていくべきか、企業は模索しているところであり、その過程で企業がNPOに接近する傾向が見られるのであろう。

ビジネスの社会化の潮流を強める主な理由の第二は「ステークホルダー（利害関係者）の行動の変化」である。斎藤氏は企業のグローバル化が進むにつれて、消費者、投資家、従業員、取引先企業、地域社会など、企業を取り巻く利害関係者、つまりステークホルダーの行動にも変化が見られるようになったと指摘する。企業が行う活動によって影響を受ける人たちが、それぞれの立場から、さまざまなリクエストを企業に出すようになったというのである。その具体例として挙げられているのが、一九九九年一二月にシアトルで開かれた世界貿易機関（W

TO) 関係会議に際しての大規模なデモ活動であり、アメリカの大学で一九九〇年代に盛んになった児童労働と搾取労働に反対する学生運動であり、ナイキ不買運動である。投資家や従業員に対する情報公開の必要性に加えて、もの言う消費者やもの言う地域社会のプレゼンスの増大は企業に新たな情報公開のルートの必要性を感じさせた。NPOを通じて、企業は社会との間でさらにコミュニケーションの質を向上させなければならなくなつたのであろう。

ビジネスの社会化の潮流を強める主な理由の第三は「エンロン事件の影響」である。二〇〇一年から二〇〇二年にかけて、アメリカではエンロンとワールドコムの大規模な金額の会計不正事件が相次ぎ、二社は倒産した。二社が粉飾に手を染めた背景には、企業の存在価値を判断するうえで株価だけがモノを言うような社会構造と風潮がつくられていたことがあった。しかし、こうした事件は、アメリカの名門ビジネススクールでMBA(経営学修士)を目指すエリートたちの認識を変化させた。株価一辺倒ではなく、企業の社会責任、コーポレート・ガバナンス、アカウントビリティ(説明責任)、コンプライアンス(法令順守)などの言葉が日常的に聞かれるようになり、こうした潮流が、企業の社会性を高めるのにつながり、社会起業家を目指す若者を増やしているのである。

五 アメリカにおける「NPOのビジネス化」の潮流

斎藤楨「二〇〇四」は、事業型NPOが増えている背景、つまりNPOがビジネス化している背景にある主な理由として、①「小さな政府」の増加、②資金調達の困難、③ベンチャー・フィランソピーの登場の三点を説

明している。なお、事業型NPOとは、伝統的な慈善型NPOとは異なり、ビジネスのスタイルをもって社会事業に取り組むNPOを指す。

まず、第一の「小さな政府」に関しては、レーガン大統領がこの政策を進め、政府の社会サービス支出が縮小し、それを補完すべく民間のNPOの活躍の機会が生まれ、社会サービス部門におけるNPOの事業収入が増加したのであった。それは事業型NPOを通じた雇用の創出でもあった。「顧客」と「従業員」に対するNPOの責任は重くなり、NPO組織においても経営手腕やビジネス感覚が求められるようになり、これがNPOのビジネス化の流れとなったのである。

第二に、NPOにとって資金調達の困難は今に始まったことではない。とはいえ、事業型NPOの規模の拡大は、寄付金を集め、助成金を獲得するプロセスをより一層効果的に行うことが求められるとともに、寄付金や助成金に依存しない経済的自立を促す。NPOは専門性を高め、マネジメント能力を向上させることが求められており、この論理は民間企業と何ら変わるところがない。

第三の理由は社会貢献の世界に起こっている新しい動きと関係している。現在、世界最大のフィランソロピー（慈善）団体は、マイクロソフト社のビル・ゲイツと妻のメリンダ・ゲイツが設立したビル&メリンダ・ゲイツ財団といわれている。この財団は世界の保健衛生、教育、図書館の三分野に特に力を入れ、巨額の寄付を次々と行っている。前述のように、ウォーレン・バフェット氏の寄付を受けて、ビル&メリンダ・ゲイツ財団の資産規模は六〇〇億ドル以上へ倍増することになったようである。ここから毎年数十億ドルの資金が拠出され、慈善活動に使われるのである（『日本経済新聞』二〇〇六年七月七日付夕刊）。このゲイツ財団に限らず、最近、アメリカで注目されているフィランソロピー団体には、ハイテク・バブルなどで富を得た実業家の手によるものが多い。

こうした社会貢献の世界の新しいグループは、その運営形態も新しさを示している。社会事業の支援に、「寄付」というよりも「投資」のスタイルを持ち込んだのである。その運営形態の特徴を斎藤氏は次のようにまとめている。

「ベンチャー・フィランソロピーの出資者たちは、まるでベンチャー投資家のように、寄付提供先を決める際に厳しい基準を設けている。寄付を決める前に、団体やプロジェクトを入念に調べあげ、資金提供後は、寄付金がどう使われたのか、それでどんな成果があったのか、という説明を求める。必要に応じて、経営手腕を提
供し、研修を施し、財務管理の仕組みを改善し、マーケティング戦略の作成を手伝い、テクノロジーを導入し、人材集めを助ける、ということもやる。」

このようにNPOのインフラ開発やマネジメント能力向上を重視するフィランソロピー団体が出てきたことは、NPOのビジネス化を促す潮流を強めている。

六 日本におけるコミュニティビジネスと社会起業家への期待

わが国で、コミュニティビジネスはどのように発達してきたのだろうか。まず、コミュニティビジネスという用語の起源であるが、日本においては、細内信孝氏（コミュニティ・ビジネス・ネットワーク理事長）が一九九四年に、「地域コミュニティの中で住民たちが元気なまちづくり活動に取り組むという住民主体の地域事業」をコミュニティビジネスと呼んだことが出発点らしい。

コミュニティビジネスという言葉は使っていないが、演出家浅利慶太氏の次の文章は、これからのわが国社会

におけるコミュニティビジネス発達の展望を明確なイメージとして浮かび上がらせると思う。

「さて、女性の社会進出が進むと、今まで主婦が担当してきた仕事がアウトソーシング（外部調達）される。これからは育児、介護、家事、教育など、いろいろな仕事をひきうける少人数の小さなビジネス、つまりマイクロビジネスが無数に生まれ、育つだろう。過去の行政常識では考えられないような変化を社会が引き起こす。……ベンチャービジネスとマイクロビジネス。こうした社会の底辺から噴きあがるエネルギーが、これから経済を活性化させる。」（『日本経済新聞』一九九九年六月二十九日夕刊「あすへの話題」）

市民社会の様々なニーズは、あるものは行政から住民へのサービスによって満たされてきたし、またあるものは企業から顧客に提供される商品・サービスによって満たされてきた。しかし、以前から、行政によっても、企業によっても満たされない市民のニーズはあったし、解決されない地域社会の課題はあった。近年、世界の各国で、行政セクターと企業セクターの間隙を埋める主体の発達が見られ、注目を集めてきている。そうした市民セクターの領域における代表的な活動がコミュニティビジネスであり、市民セクターの領域における代表的な人材像が社会起業家であると言うことができよう。

一九九三年に設立され、「新しい事業づくりを通して次世代社会を創り出すことに挑戦する起業家型リーダーの育成・輩出を目的」とし、「日本で最初の社会起業家を志す若者の事業プランコンペティション『STYLE』」を実施しているNPO法人ETICは、ソーシャル・アントレプレナーとソーシャル・ベンチャーを次のように説明している。まず、ソーシャル・アントレプレナーに関し、定義は様々だとしつつも、多くの場合、共通する要素は三点あるとして、以下を挙げている。

「起業家精神・自律的に行動し社会的なイノベーションを起こす」

「社会的ミッション：特定の社会的課題の解決に向けた、ミッションをもっている」

「ビジネス・ツール：ビジネスの持つ効率性や、問題解決能力をツールとして利用している」

次に、ソーシャル・ベンチャーについては、「こうしたソーシャル・アントレプレナーたちが、事業として、特定の社会的な課題の解決を視野にいれて立ち上げた、組織やプロジェクト」をさし、形態としては「事業性・自立性を強く意識した、NPO」の場合もあれば、「社会的ミッションを強く意識した、ビジネス」のどちらか、もしくはその組み合わせの形態もあると説明している。¹⁾

七 コミュニティビジネスと社会起業の担い手たち

現代の日本でコミュニティビジネスや社会起業の担い手となっているのはどのような人々であろうか。その出自に注目すると、以下のような七類型が見い出される。

(一) ワーカーズ・コープあるいはワーカーズ・コレクティブと呼ばれる事業体を創業した「仕事起こし」系の人々。

大黒「二〇〇三・一二六」によれば、現在存在する日本のワーカーズ・コープはその成立過程からみて、四つに分けることができる。第一は、全日自労建設一般労働組合の運動から生まれてきた「事業団」であり、第二は、消費生活協同組合を母体として生まれてきたものであり、第三は、倒産した企業において労働組合が中心となって企業再建をめざす運動¹⁾倒産労働運動などの労働組合運動から発展したものであり、第四は、新しい働き方を求める人々や、社会運動に関わっていた人々の活動から生まれてきたものである。

(二) 環境問題やまちづくり市民運動に取り組んでいた人々が事業型NPOを立ち上げた場合。
 (三) 二〇〇〇年の介護保険制度導入を契機として、ボランティアを脱皮し、介護保険サービスの事業所を開設した人々。

わが国の公的介護保険制度の導入は、要介護高齢者への介護サービスの提供の性格を「措置」（行政による一方的な処分）から「契約」（利用者がサービス提供事業者を選択し、サービス内容を契約する。）へと変化させ、社会福祉法人、NPO法人から株式会社まで多様な種類の法人がサービス提供事業者として「介護ビジネス」に参入した。従来、介護サービスをボランティアに行っていたグループは岐路に立たされ、一部のグループはこれを契機に法人化し、サービス提供事業者となった。

(四) 定年退職等を契機に、第二の人生の生きがいづくりや在職中に培った能力や経験を生かして起業した人々。

一九九〇年代の中高年起業の社会的背景については、以前、林「二〇〇二」で指摘したように、「不況・リストラによる中高年従業員の社外排出」や「定年前後のサラリーマンの雇用流動状況」が起業の主要な背景としてあつたと思われる。近年の関心の焦点は、たとえば「二〇〇七年問題」として喧伝されるように、きわめて多数の団塊の世代サラリーマンが企業を退職した後の生活設計の選択肢の一つとしてのNPO活動やコミュニティビジネスなどの起業の可能性に移ってきている。

(五) 会社に勤務して、仕事に打ち込んでいた、主として女性が、結婚や出産、育児を契機として、家庭生活と職業生活のバランス（ワーク・ライフ・バランス）を確保できる生活スタイルとして起業を選択した場合。インターネットの発達などにより、SOHO（スモールオフィス・ホームオフィス）を可能にする技術的、経

済的条件が整備されてきたことや、在職中にビジネス感覚が磨かれており、インターネットを駆使する技術をもった女性が増大したことが「主婦起業」の可能性とその事業領域を格段に広げてきていると思われる。

(六) ポストITバブルの世代の若者で、社会貢献のために起業する人々。

NPO法人ETIC・は、二〇〇二年に日本初のソーシャルベンチャーのビジネスプランコンテストである「STYLE2002」を開催している。日本全国からの応募者七一名のうち、二〇〜二四歳が二二名、二五〜二九歳が二二名と二〇歳代の若者の応募が過半を占め、応募プランの事業分野は「地域活性」が一五通、「教育」が一通、「シニア・生きがい」が八通、「NPO・NGO支援」が六通と多く、「金融」(三通)や「IT」(二通)の応募は少数であった。このデータ・サンプルに偏りがあることはイベントの性格上免れないが、上に示される応募プランの事業分野は、ポストITバブルの世代の若者で起業を志す人々の意識傾向をある程度反映しているのではないかと思われる。

(七) まちおこし、村おこしや地域再生のため、自治体によるコミュニティビジネス起業支援策が充実・活発化する中で、自治体の支援策の援助を受けて起業に乗り出す人々。

このようにわが国でコミュニティビジネスや社会起業の担い手は実に多様である。⁽²⁾

八 コミュニティビジネスと社会起業家の可能性

すでに見たように、地域コミュニティと市民セクター活動領域とその担い手は錯綜している。

「コミュニティビジネスをどう捉えるか―ソーシャルビジネス、およびコミュニティ産業と関連付けて―」と

いなかった新しい領域（D・狭義のソーシャルビジネスを中核とする領域）に発展することを示したものである。社会起業家の活動領域を市民セクターおよび企業セクターのそれと区別して明確に示した点で、社会起業家に対する新しい認識を示したものと評価しうると思ふ。

社会起業家の活動領域が明確に定義されたことで、社会起業家の役割はソーシャルビジネスの事業創造と経営であることも明らかになった。次なる課題は、どのような人材が社会起業家として活躍するかの展望をもち、社会起業家に必要な能力要件は何なのかを具体的に明らかにしていくことであろう。行政セクターと企業セクターには人材の能力評価と育成、キャリア形成等に関する理論と実践の分厚い蓄積がある。一方、社会起業家の人材の選抜や育成、そして処遇に関してのわが国の蓄積は残念ながら非常に薄いものでしかないように思われる。ただし、社会起業家人材のキャリア開発について何も無いところから組み立てなければならぬわけではない。行政セクター、企業セクターおよび市民セクターにおける経験と理論を活用しながら、評価・育成のプログラムを設計し、加えて、社会起業家に独自の要件を探索して、評価、育成方法を開発していくことがこれからの課題ではないだろうか。^③ そのような社会起業家人材育成プログラムを基盤として、市民社会構築のキー・パーソンたる社会起業家の可能性がさらに開けていくのではないかと考える。^④

【注】

- (1) NPO法人ETIC・ホームページ (<http://www.etic.or.jp/social/>) より。なお、同ホームページでは、米国の二つのサポート組織によるソーシャル・アントレプレナーの定義が紹介されている。すなわち、スタンフォード大学起業家精神研究センターによれば、「社会起業家は、社会問題を解決するため、伝統的なビジネスのスキルを用い、

イノベータータイプなアプローチを考え出し、個人的な価値よりむしろ社会的な価値を創造する。」ミネソタ州ソーシャル・アントレプレナー研究所によれば、「ソーシャル・アントレプレナーの仕事とは、投資に対する経済的なリターンと社会的なリターンを同時に追求しながら、自分の事業で稼ぎ出す (Earned Income)」、一種のアートである。」

(2) 厚生労働省雇用創出企画会議「二〇〇四」は、コミュニティビジネスに参加する多様な主体を属性別に列挙している。すなわち、若年者、在職者、高齢者、障害者、専業主婦の五つの属性である。同報告書によれば、コミュニティビジネスにおいて働いたり、社会参加する側からみて、コミュニティビジネスは次のような可能性を有しているとされている。抜粋して、以下に紹介する。

①若年者 コミュニティビジネスにおける就労・ボランティア体験は、成功体験や達成感につながりやすく、職業意識の形成に好影響が期待できる。

②在職者 在職者がコミュニティビジネスで地域貢献を行うことは、在職中の勤労者生活の視野を広げ、退職後ににおける生きがいを持つことを容易にする。

③高齢者 退職後の新たな生きがいをみつけたたり、企業で蓄えた知識・経験を地域に還元することにつながる。

④障害者 障害者がその能力と適性に応じて就労することは、地域での自立した生活を可能とすることにつながる。

直ちにフルタイムで働くことが困難な障害者等を中心に、コミュニティビジネスが短時間就労の受け皿として期待される。

⑤専業主婦 育児や介護等に専念する期間が長かった専業主婦が本格的な就労に復帰する前の一つのステップとして、コミュニティビジネスにおける就労や社会参加は有効である。また、主婦の日々の生活実感は、地域生活に密着しているコミュニティビジネスの活動に結び付く場合が多く、主婦はコミュニティビジネスの主要な担い手とし

でも期待される。

(3) 筆者たちが一橋大学全学共通教育科目として開講した「コミュニティビジネス起業講座」(二〇〇五―〇六年度)と「社会起業論」(二〇〇六年度)は初歩的な試みであるが、社会起業家の評価・育成プログラムを構築しようとする取り組みである。

(4) 本稿と同じ問題意識に立ち、政策提言を行ったものに林「二〇〇六」がある。参照されたい。

【参考文献】

大黒聰『雇用構造の転換と新しい労働の形成―大失業時代における非営利協同、ワーカーズ・コープの展開―』こうち書房、二〇〇三年。

関東経済産業局『コミュニティビジネス創業マニュアル』、二〇〇三年三月。

広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会『コミュニティビジネスの現状と課題―その推進に向けて―』、二〇〇三年三月。

厚生労働省雇用創出企画会議『雇用創出企画会議第一次報告書』、二〇〇三年五月。

厚生労働省雇用創出企画会議『コミュニティ・ビジネスの多様な展開を通じた地域社会の再生に向けて―雇用創出企画会議第二次報告書―』二〇〇四年六月。

斎藤慎『社会起業家―社会責任ビジネスの新しい潮流―』岩波新書、二〇〇四年。

澤山弘『コミュニティビジネスをどう捉えるか―ソーシャルビジネス、およびコミュニティ産業と関連付けて―』『産業企業情報17―8』信金中央金庫総合研究所、二〇〇五年一月一日。

島田恒『NPOという生き方』PHP新書、二〇〇五年。

神座保彦「社会起業家（ソーシャル・アントルプレナー）の台頭とその機能―マネジメント能力が求められるNPO推進者―」『ニッセイ基礎研REPORT』二〇〇五年一月。

炭谷茂・大山博・細内信孝編著『ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割―地域福祉計画推進のために―』ぎょうせい、二〇〇四年。

ステイーヴン・スコフィールド著、中川雄一郎訳「社会的企業の実相」『協同の発見』第一六五号、二〇〇六年四月。
世古一穂『協働のデザイン―パートナーシップを拓く仕組みづくり、人づくり』学芸出版社、二〇〇一年。

財団法人東京市町村自治調査会『市町村とNPO―市民セクターへのパワーシフト』一九九九年四月。

日本経済団体連合会「人的ネットワークと地域クラスターを通じた新産業・新事業の創造へ」（二〇〇六年四月一八日発表）

林大樹「中高年の起業と起業支援」（高田一夫・（社）現代総合研究集団編『高齢化に挑戦する労働組合』、第一書林、二〇〇一年）。

林大樹「人と地域を元気にするコミュニティビジネスと社会起業家」（若林秀樹編著『希望立国、ニッポン15の突破口』日本評論社、二〇〇六年）。

山岸秀雄「コミュニティ・ネットワーク再構築と労働者自主福祉」、連合総合生活開発研究所編集・発行『共助・協同・協働が拓く福祉社会―労働者自主福祉―の新たな挑戦―』（労働者自主福祉活動の現状と課題に関する調査研究・最終報告書）、第4章、二〇〇六年三月。

（一橋大学大学院社会学研究科教授）