

東日本大震災の復興過程におけるソーシャルビジネスの創出促進及び既存ソーシャルビジネス事業者の活動基盤の整備に関する提案

2011年8月

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

経営支援情報センター

目次

要約	1
1. はじめに	2
2. 被災地における「3つの危機」とソーシャルビジネス	4
(1) 地域雇用の危機	4
(2) 地域経済と支援事業者の自立性の危機	5
(3) 「日常性」の危機	6
(4) ソーシャルビジネスの創出と既存事業者支援を提案する理由	6
3. 東日本大震災被災地におけるソーシャルビジネス支援に関する3つの提案	8
(1) 被災地における新たなソーシャルビジネスの創出促進	9
(2) 復興に係る既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備	12
① 活動場所の確保	15
② 各種専門家の派遣	15
③ 被災地におけるソーシャルビジネス事業者と地元住民の相互交流・連携支援	16
(3) 復興に関連するソーシャルビジネスの情報発信支援	17
4. おわりに	21
謝辞	22
【資料1】注目されるソーシャルビジネス	23
【資料2】日本国内におけるソーシャルビジネスの現状	23
【資料3】「新しい公共」とソーシャルビジネス	24
【資料4】近年の経済産業政策とソーシャルビジネス	24
【資料5】参考事例	25
参考文献	31

要約

本調査は、2011年3月11日に生じた東日本大震災からの復興の現場のなかで活動するソーシャルビジネスの有用性について検討し、「被災地における新たなソーシャルビジネスの創出促進」「復興に係る既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備」「復興に関連するソーシャルビジネスの情報発信」という3つの推進を行政、支援機関等に対して提案するものである。とくに既存の支援メニューの活用、適用範囲の拡大から迅速に始めることを提案する。

ソーシャルビジネスは、昨今の日本における社会における認知拡大と国内外の過去の災害における取組を念頭に置くと、被災地における調整経済の担い手としての貢献が期待できる。実際、震災発生直後から、複数の事業者が被災地入りし支援事業を行っている。その活動は無償でなされる贈与経済と通常の市場経済の間に位置し、前者から後者への移行を橋渡しする独特の役割を果たしている。具体的には地元事業者及び支援組織の自律性、被災によって非日常の生活を強いられることになった被災者の日常性の危機に対応している。なお本調査で「ソーシャルビジネス」というときには、「被災地の資源と外部資源を組み合わせることで、被災地の課題を解決しつつ同時に被災地の雇用を確保する事業」という広義の意味で使用する。提供主体は民間、行政、協働などさまざまである。

このようなソーシャルビジネスだが、多様な法人格などが原因で十分な支援を受けられていない現状もある。そこで本調査ではこのような事業の支援のあり方を提案する。その第一歩は、既存の起業支援施策の活用と周知の徹底、適用範囲の拡大、「目利き」との協働といった微修正である。

復興過程におけるソーシャルビジネスに対する支援は復興政策の全体像と方向性が定まらない中で、被災地域の住民が自らの手で、事業としてまちと生活を再建するための道具を整備することである。被災地の需要にもとづいたきめ細やかなサービスの復興と創出にも結びつくであろう。

その一方でソーシャルビジネス事業者は制度の狭間で、困難に直面しているという現状もある。こうした課題を除去し、活動基盤を整備することが支援機関に期待されているといえる。

本調査を通して、東日本大震災の復興過程におけるソーシャルビジネスの活動事例を紹介し、官民連携によるソーシャルビジネスの創出と既存ソーシャルビジネス事業者の活動基盤の整備を提案することで、新しい災害復興支援の可能性を考えてみたい。

キーワード：東日本大震災、災害復興、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネス、社会起業家、新しい公共

1. はじめに

本調査は、2011年3月11日に生じた東日本大震災からの復興過程においてソーシャルビジネスの創出促進と、既存事業者の活動基盤の整備、情報発信の支援をおもに各種支援機関や行政組織に対して提案するものである。その過程で、東日本大震災の復興に関連する事業者の事例、過去の災害における事例、データ等に言及する。

ソーシャルビジネスは、被災地における柔軟かつ多様な雇用の創出、被災地における調整経済の復旧と地元事業者の自律性及び支援組織の自律性、被災によって非日常の生活を強いられることになった被災者の日常性の危機へ一定程度貢献することが期待できる。

それでは、なぜ他の多くの事業形態ではなく、ソーシャルビジネスでなければならないのだろうか。詳しくは後述するが、社会的課題解決を一義におきつつも、事業継続に必要な自律的な資金調達をイノベーションによって実現する手法だからである。少なくとも理念的には、現状大きく溝がある営利を主目的とする通常のビジネスと、無償性を前提とした社会貢献活動のあいだに存在する方法論的な溝を埋めることが期待可能である。

またソーシャルビジネスの創出と既存事業者の支援の第一歩は、既に存在する産業政策のひとつである起業支援の施策の周知の徹底、適用範囲の拡大、「目利き」との協働といった微修正によって、即座に実行に移しうるものと思われる。復興のグランドデザインが定まらないなかで、ソーシャルビジネスは被災住民と外部事業者が協力して、事業としてまちと生活の再建を試みている。これらを支援することは即効性が高い復興支援といえる。生活同様に非被災地から、同種の事業を組立てようとする既存のソーシャルビジネス事業者を支援することも復興の一助となるだろう。さらにソーシャルビジネス事業者は制度の狭間で、困難に直面している現状もある。こうした課題を除去し、活動基盤を整備することが関係支援機関に期待されているのである。

ところでソーシャルビジネスとはなにか。経済産業省に設置されたソーシャルビジネス推進研究会は「様々な社会的課題（高齢化問題、環境問題、子育て・教育問題など）を市場として捉え、その解決を目的とする事業。『社会性』『事業性』『革新性』の3つを要件とする。」と定義する（経済産業省 2011:4）。この定義は、経営学者谷本寛治の「ソーシャル・エンタープライズ」の定義に由来する（谷本 2006）。

なお本調査で「ソーシャルビジネス」というときには、「被災地の資源と外部資源を組み合わせることで、被災地の課題を解決しつつ同時に被災地の雇用を確保する事業」という広義の意味で使用する。提供主体は民間、行政、協働などさまざまである。ソーシャルビジネスに近い用語に「コミュニティビジネス」があるが、地域の資源を活用し、地域に特化したビジネスを指すことが多い。通常、事業の規模拡大を目指すソーシャルビジネスとは区別することが多い。だが、前述のような定義を採用することで、本調査で「ソーシャルビジネス」と記述するときには、コミュニティビジネスも含むものとする。

また、「キャッシュ・フォー・ワーク（CFW）」という取り組みもある。「労働対価による支援」と翻訳され、被災者自らが復興にとりくみ、その対価を支払う支援のことを指す（Cash For Work - Japan 2011）。既に各地の緊急雇用創出事業や、被災地のNPOの事

業等で採用されている³⁹。CFW がある取り組みを支援の視点から捉えたものであるのに対して、ソーシャルビジネスは事業の観点から捉えるものといえ、両者には共通部分も少なくはない。本調査では、両者を特段区別せず、ソーシャルビジネスという用語を極力広義で用いる。

なお、「ソーシャルビジネス」とは概念的な用語であって、該当する法人格等が存在するわけではない。実際このような事業に取り組んでいる事業者は、NPO 法人、株式会社、LLC（合同会社）等の法人格を、ときに組み合わせて使用している。事業者の数は、さまざまな調査によって細部は異なるが、日本国内にもおよそ数千のオーダーで事業者が存在すると考えられている（経済産業省 2008）。

2000 年代に入ってから、こうした事業者の認知は広がっている。中間支援を手掛ける NPO 法人「ETIC.」といった民間事業者が中心になって継続的かつ効果的な支援を行っている。また「新しい公共」と名付けられた一連の政策群のなかで、社会政策としてだけではなく、産業振興の文脈でもソーシャルビジネス事業者はその担い手に位置づけられるなど一躍注目を集めている。

他方、東日本大震災の被災地では災害直後、緊急対応として外部から行政、自衛隊、NGO、NPO などがかけつけ、数日後から緊急支援物資が届けられた。東日本大震災のように行政機能をふくむ現地のあらゆる主体や資源に広範かつ大規模な被害をあたえる災害では、災害直後には外部主体がイニシアチブをとって対応にあたらざるをえないという側面があることは間違いない。だが、復旧が進んだある時点で、地元主体を中心に据えた復興へと徐々に移行していかなくてはならない。

移行の判断は明確な線引きができるようなものではない。準備ができた地域から順に移行する。したがって、こうした変化の受け皿となる事業の形態もまたそれにこたえるべく、無償、有償、そしてそれらが組み合わさったものまで多様であることが望ましい。同様に単純作業（非熟練労働）から創造性を要求する事業（熟練労働）まで、多様なニーズに答える選択肢が求められる。ところがとすれば、「有償事業か、無償事業か」「提供主体は国か、地方か」「公共事業か、民間事業か」といったさまざまな二項対立に引き裂かれてしまう。

ソーシャルビジネスは、こうした二項対立の境界に位置する。両者の人材、資源、情報等を結実し、移行を促す機能をもつ。具体的には復旧から復興への移行に際して、当座の現金収入を得ながら生活再建や新たな職探しを行う「つなぎ」になる。現に東日本大震災の被災地においても、官民間問わず、ソーシャルビジネスの可能性を模索する動きが活発化している。

被災地の復興において、このような機能を持ったソーシャルビジネスの創業を促進すること、同様に既存ソーシャルビジネス事業者の環境整備や事業移転に対する支援が支援機関にとって急務になっている。本調査は、このような現状と過去の事例を踏まえつつ、各種支援機関や行政機関に向けて、官民連携によるソーシャルビジネスの創出と既存ソーシャ

³⁹ たとえば、NPO 法人「国際ボランティアセンター山形」(IVY) の取り組みが参考になる (<http://www.ivyivv.org/news/post-65.html>)。IVY は、石巻市や気仙沼市において、新たな雇用チャネルの創出を「スーパーゴール」、被災で失職した人の雇用を地元で創出することを「ゴール」に定めて、総合的な支援活動を行っている。

ルビジネス事業者の活動基盤の整備を提案することで、東日本大震災からの復興を考える契機としたい。

※筆者は 2011 年の 4 月から 7 月にかけて、2 度にわたって東日本大震災被災地、また、の阪神・淡路大震災の被災地、1 度の新潟県中越地震、同中越沖地震に係る調査を行った。行政機関、民間の研究機関、NPO 法人、中間支援組織、NGO、研究者、社会起業家、企業関係者等を取材し、災害に関する先行研究、文献調査を実施した。本来、調査といえればそれらの結果をまとめることが先決であり、提案はあくまでそれに付随するのが一般的である。しかし、本調査は復興関連調査ということで提案を優先することにした。事例に関しては機会を改めて別途報告することにした。

2. 被災地における「3つの危機」とソーシャルビジネス

(1) 地域雇用の危機

東日本大震災は、地域雇用の担い手である企業に大きな被害をもたらした。たとえば、内閣府はインフラ等への直接被害額は 16 兆円から 25 兆円と見積もっている(内閣府 2011)。また 2011 年 5 月 13 日時点で、青森県、岩手県、宮城県、福島県の商工会会員企業のなかで把握できた会員企業のうち、沿岸部で 54.4%、3,344 件の企業が建屋・家屋全壊、同半壊 12.7%、783 件、内陸部で、同全壊 2.5%、191 件、同半壊 2.7%、205 件というかつてない規模の被害を被った(中小企業庁 2011)。この数字はあくまで加盟企業のうち把握できたものだけである。実際にはさらに大きな被害が生じていると思われる。さらに、倒壊を免れたとしても、原材料の調達や流通、サプライチェーンのダメージ等によって、事業継続が困難になる企業や大幅に事業規模を縮小せざるをえない企業が生まれ、被災地域では雇用が危機に瀕している。具体的には、被災地である岩手県、宮城県、福島県において、震災からおよそ 3 カ月間で 11 万人を上回る失業者が生まれている⁴⁰。二重債務の問題などもあり今後倒産、廃業などがさらに進むことも予想される。

雇用の有無は、若者からの人口流出や承認の問題といったさまざまな社会的課題や地域活力とも密接に関連している。雇用の喪失によって、勤労者のアイデンティティが深く傷つけられ、アルコール中毒や自殺といったいわゆる「災害関連死」と呼ばれる問題にも発展しうることが阪神・淡路大震災や過去の大規模災害の過程で明らかになっている(高梨 2007)。

雇用に関して、石巻市で、水産加工企業を営んでいて、工場が全壊の被害を被ったある水産加工業の社長は、「雇用が失われると社歴が短く失業給付の給付期間が短い、若い人から地元を出ていくことになり、一度人口が流出してしまうと、他のインフラが復旧したとしても、まちにその人口を呼び戻すことは難しい。そのため、なによりも雇用を守ること

⁴⁰ 「被災地で大量失業者＝ミスマッチが雇用の改善阻む」『asahi.com』
<http://www.asahi.com/business/jiji/JJT201106090058.html> (2011 年 7 月 5 日取得)

が必要」と述べる。

また復興が進み被災者が、避難所から仮設住宅に移ると、電気代、ガス代といったライフラインや生活を再建するための現金が必要になる。生活再建のためにも、雇用対策と産業の復興は、他の社会問題に先駆けて取り組まなければならない喫緊の課題となっている。

(2) 地域経済と支援事業者の自律性の危機

災害被災地には、通常災害発生直後から、多くの支援物資、サービス、義援金が、ボランティア、NGO/NPO、自衛隊、行政、企業等さまざまな主体によって外部より持ち込まれ、それらの大半は無償で提供される。緊急性、即応性を考えれば一時的にはやむをえないが、被災地には一時的に貨幣を持たなくとも必要な物資などを得ることができる「贈与経済」が生じ、市場経済が機能不全に陥る（永松 2008:114）。

公共経済学者の永松伸吾は、2004年新潟県中越地震の被災地である小千谷市を対象に、3日後、1ヶ月後、5ヶ月後と3回にわたって、事業所の調査を行った。5ヶ月後には調査対象となった569件すべての事業所が営業を再開しており、供給能力の迅速な復旧と、被災地外部から数多くの無償の支援物資が流れ込む一方で、営業を再開した事業者が災害発生の需要にありつけない需給のミスマッチが生じていたことを指摘する（永松 2008:117）。災害直後には命をつなぐために必要だったボランティアの炊き出しや、サービスも、時間が経ち、従来の事業所が再開するにつれ、徐々に地元企業や商店の営業を圧迫する存在にもなりうる。

東日本大震災の被災地でもこうした事態が生じている可能性がある。たとえば筆者らが石巻市を訪れたのは、震災から3カ月がたった6月11日のことであった。JR石巻駅周辺ではすでに全国チェーンの居酒屋や地元の飲食店や居酒屋、服飾店、JR石巻駅の売店などが営業を再開していた。だが、それらに顧客の姿を伺うことはできなかった。また女川町と石巻市で復興にかかわっているある社会教育の教員は、その数日前にもそのすぐ近くの広場でボランティアによる炊き出しが行われていたと述べている。

このことは2つの点で、被災地が自律性の危機にさらされていることを示唆する。まず第一に地元事業者の自律的な事業継続の危機であり、第二に外部から資源を無償で供給するNPO、NGOのような事業者の事業の自律性である。

前者については、災害の直接的被害と需給のミスマッチの存在が大きい。また自律的な事業継続費用の調達が、つねに国内のボランティアセクターの懸念事項となっていることを鑑みると、被災地で活動する民間非営利事業者が、その事業継続の基盤に不安を抱えていることは想像に難くない。

緊急対応で流入した無償のサービスによって、地元経済が圧迫され、地元住民が現金収入をえる機会が乏しくなり、無償サービスへの依存が高まり、結果ますます地元経済が圧迫され、無償サービスを継続する道義的責任が生じる無償サービスの提供者には負荷が増すという悪循環が生じうる。

あるいはマクロ経済学者の飯田泰之が指摘するように、ボランティアで訪れる人も、仕事を休んでくるのであれば、参加できる期間はなかば必然的に限定されたものになってしまう（飯田 2011）。

市場経済と贈与経済の間にあたる、部分的に貨幣を媒介するような経済の在り方のことを、公共経済学者の永松伸吾は「調整経済」と名付けている（永松 2008:122）。地方自治体や支援機関にとっては、いかにして調整経済の担い手を創出しその活動を支援するかが問われているのである。

（３）「日常性」の危機

災害に直面して、家族や親類、大切な人を亡くした人もあれば、苦勞して手に入れた工場、店舗を失った人たちがいる。不便で非日常な生活を強いられるなかで、日常性が危機にさらされ、とりわけアイデンティティや尊厳が脅かされる。

被災が間接的誘因となり、健康を損なって死に至る「災害関連死」もある。阪神・淡路大震災以後その存在と対策の必要性が認知されるようになった。神戸市は、阪神・淡路大震災の復興過程で、心的外傷を負い不眠や抑うつ症状が生じて死に至った場合でも、相当な因果関係が認められた場合には災害弔慰金の支給を否定しないという立場をとったという（高梨 2007）。

想像もつかない体験によってショックを受けることはやむをえないことではある。だが、それでも「こころのケア」と呼ばれる支援等を受けることなどによって、一歩ずつ舵を切り、再び誰かに必要とされる経験を経て「日常」の再興へと踏み出していかなければならない。その折に、就労は一助になるといわれている。もちろん、突然フルタイムの正規雇用に戻ることができる余裕はないから、被災のショックから立ち直りながら徐々に就労へと至ることができる柔軟かつ多様な働き方が求められる。

（４）ソーシャルビジネスの創出と既存事業者支援を提案する理由

このような被災地を取り巻く状況のなかで、ソーシャルビジネスはどのように復興に貢献をしようのだろうか。

具体的には適宜いくつかの過去や現在進行中の災害復興におけるソーシャルビジネスの事例を参照していくことになるが、大別すると「各被災地のニーズを充足しながら、既存ストックが毀損した状況下でも雇用を創出できる可能性があること」「市場経済が完全に機能していない状況下で調整経済を生み出すことで迅速な復旧復興を間接的に支援し、同時に支援活動を行っている NPO/NGO の資金調達を補完すること」「従来存在しなかった就労形態を生み出し、誰かに必要とされる経験を得ることで被災者の日常回帰を促進する「つなぎ」となりうること」という 3 点をあげることができる。

被災地では生産設備が大きく毀損しており、製造業の再開には時間がかかると見積もられている⁴¹。土木建設業中心に一時的に、いわゆる「復興特需」が生じることもあるが、作業への熟練、重機の免許等が必要となることもあって、被災者雇用の観点では一概に適しているとはいえない。むしろマクロ経済学者の飯田泰之も指摘するように、非熟練労働

⁴¹ たとえば、七十七銀行の試算では石巻市の場合、東日本大震災の総合波及効果は生産額で 4,669 億円円の減少、粗付加価値額で 2,412 億円、雇用で 3 万 3,902 人の減少と推計している（株式会社七十七銀行 2011）。

という観点からいえば、サービス産業やとりわけ自らの手で復旧復興を手がける事業が望ましいといえよう（飯田 2011）

ところでソーシャルビジネスの支援というと、既に官民双方で始まっているボランティアや中小企業の支援と重複するように思う向きもあるかもしれない。だが、そうではない。確かに東日本大震災以後、良かれ悪しかれ、ボランティアとそのあり方は広く話題となった。また中小企業の事業継続は、災害復興の過程で頻りに議論されるのが通常である。ところが従来、市民セクターと産業セクターは、所轄官庁の違いや、ステイクホルダーの社会観の違い等の事情で、個々の活動、政策ともに別個に実施されており十分にはすすんでいない。また平常時から、「協働」と呼ばれる両者の連携とそのあり方が課題になっていて議論がされ尽くしているとはいえない⁴²。

他方、一般にはまだあまり認知されるに至っていないが、首都圏や関西地方で事業を行っていたソーシャルビジネス事業者が既に被災地で新たな事業に取り組んでいる⁴³。

被災地の需要にもとづいて新たに事業を創出する彼らの方法は復興に多様性と創造性を持ちこんでいる。細やかなニーズに基づく施策は、行政機関が不得手とする分野でもある⁴⁴。また、機動力を発揮できる小規模事業者が得意とする領域でもある。それゆえ、行政や支援機関がひとつのプラットフォームとなって、こうした事業者の創出と自律を促進できる基盤を整備することが復興を後押しすると考えられている⁴⁵。

もちろん、ここで述べていることは、復興におけるソーシャルビジネスの万能性ではない。むしろ各地のニーズや復旧復興の状況に応じて、無償のボランティアや、行政が実施する雇用創出事業、新たな創業など、複数の主体が多様な復旧復興にかかわる事業を実施すること、および、そのような環境が存在することが望ましいのではないか。

そのような認識にもかかわらず、復興過程におけるソーシャルビジネスの支援を提案する理由は以下のようなものとなる。ボランティアや中小企業を含む営利事業者の活動については既にさまざまな支援施策が存在する一方で、ソーシャルビジネスは法人格が多岐に分かれ、所轄も国と地方自治体にまたがっているという特有な事情があるため、十分な支援が行き届いてはいない現状があるからである。

既に支援のスキームや資源が存在するにもかかわらず、法人格が異なるという理由だけで支援を受けることができない事態は支援機関、事業者、そして被災者それぞれにとって悲劇である。

また受益者にとっては、「サービス提供者がどのような法人格の主体が行っているか」は

⁴² 新しい公共」推進会議政府と市民セクター等との公契約等のあり方等に関する専門調査会の議論が参考になる（「新しい公共」推進会議政府と市民セクター等との公契約等のあり方等に関する専門調査会 2011）。

⁴³ たとえば、NPO 法人 NPO カタリバ、日本財団、CANPAN センターが主催する「ハタチ基金」は、既存ソーシャルビジネス事業者による、各被災地域のニーズに基づいた新しい事業の創出を支援している。宮城県女川町で、放課後の学校を利用して、学校、現地学習塾、外部支援者などが協力して学びの場を提供する「コラボスクール女川向学館」を開校した。被災地の子どもたちに、学びの場を提供するとともに、被災した塾講師や学習指導ができる失業者の雇用を創出する試みである。（<http://www.hatachikikin.com/plan.html>）

⁴⁴ たとえば阪神・淡路大震災の復興において、行政主導で行われた「創造的復興」という施策が実施されたが、評価は賛否両論大きく別れた。経済学者の池田清は、「創造的復興」は、被災地外部の大手企業等に、復興と直接関係がない大型プロジェクトに財源を投じたため、神戸市の財政を悪化させたと指摘している（池田 2010）。

⁴⁵ 経済産業省も、「平成 23 年度「地域新成長産業創出促進事業費補助金（ソーシャルビジネスノウハウ移転・支援事業（被災地支援）」という、既存のソーシャルビジネス、コミュニティビジネスのノウハウを被災地支援への転用を促進するための公募を行っている。（<http://www.meti.go.jp/information/data/c110721aj.html>）

重要度の高い問題ではないであろう。とりわけ復興に係る事業であればなおさらのことである。提供者の法人格よりも、需要に即したサービスが持続可能なかたちで提供されることが最も優先順位の高い問題である。

あるいは法人格として NPO 法人を使用しつつも相対的に収益性の高い事業を展開する事業者にとっては、NPO やボランティア向けの支援よりも、中小企業向けの支援のほうが実情に即し、効果的に支援に繋がりそうである。以下に述べるように「新しい公共」推進会議の専門調査会も、このような課題の存在を認識し議論と提言を行っている。

【課題】

法令で特定の法人を事業主体として規定することにより、他の法人等の参入を阻んでおり、競争等を通じて公共サービスの質の向上を促す機会が確保されていないと考えられる事例がある。（「新しい公共」推進会議政府と市民セクター等との公契約等のあり方等に関する専門調査会 2011:4）

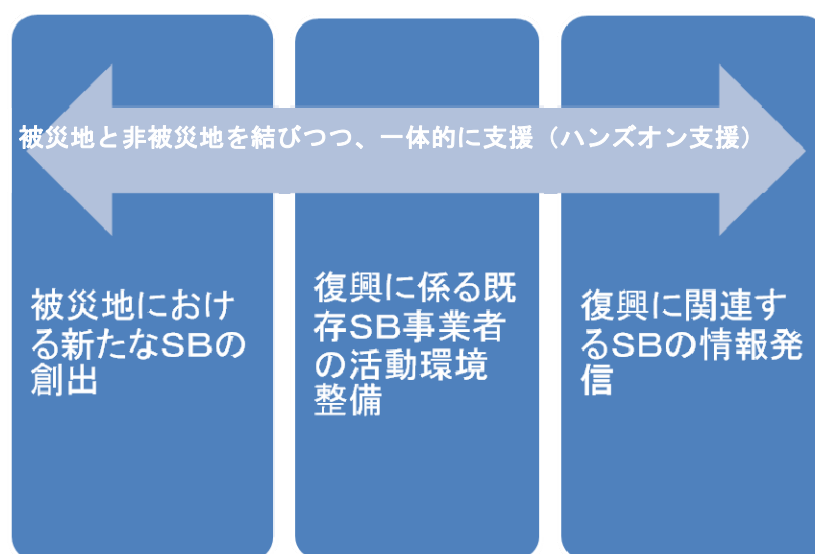
このような課題認識のもと、続けて以下のような解決策が提案されている。

国においては、公共サービスの質の向上を促す観点から、政策目的等に配慮しつつ、多様な主体の参入を確保するよう、特定の法人を事業主体として規定している法令を改正すべきである。（「新しい公共」推進会議政府と市民セクター等との公契約等のあり方等に関する専門調査会 2011:4）

3. 東日本大震災被災地におけるソーシャルビジネス支援に関する

3つの提案

図表 3-1



（出所：筆者作成）

前節までにおける状況認識を踏まえて、東日本大震災の復興過程において、「新規ソーシャルビジネスの創業支援」「既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備」「ソーシャルビジネス事業者の情報発信支援」という3つのソーシャルビジネス支援の方向性を提案してみたい。

ソーシャルビジネスをとりまく豊かなコミュニティの育成を目的に一体的に取り組むことが期待される。都市社会学者リチャード・フロリダは魅力的な都市の在り方(「クリエイティブシティ (Creative City)」)を議論するなかで、大きな付加価値の担い手である起業家や芸術家、弁護士といった「クリエイティブクラス (Creative Class)」は、寛容な場を好み、特定の都市に集まることを指摘する (Florida 2002=2008)。本調査の提案は、被災地に「寛容な場」を設け、育成、既存事業者の環境整備、情報発信に一体的に取り組むことである。

本調査の主目的ではないので、ここでは深くは立ち入らないが、国内では NPO 法人 ETIC や慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスなどのコミュニティが多く、社会起業家たちの育成に密接に関わっており、そのコミュニティ内部の人間が新しい起業家たちのロールモデルやメンターとしての役割を果たしている (独立行政法人中小企業基盤整備機構 2011; 西田 2010)。

阪神・淡路大震災の復興過程以来、災害被災地において、新事業創出支援、産官学連携、まちづくり、コミュニティビジネスの促進のための施策が実施されてきた。また並行して、創業支援のノウハウが、特に 90 年代以後、ソフト・ハード・金融それぞれの側面で、産官学それぞれのセクターで蓄積されている。それぞれの延長線上に位置するソーシャルビジネスを支援するにあたって、経験と知見の蓄積を微調整しながら既存制度を利用することで、迅速かつ創造的な復興支援に貢献できる可能性が高い⁴⁶。

(1) 被災地における新たなソーシャルビジネスの創出促進

まず被災地における新規ソーシャルビジネスの創業支援施策の実施を提案したい⁴⁷。具体的には、「創業資金の提供」「情報・教育機会の提供」「民間事業者との協働によるビジネスプランコンテストの実施」等の一体的な実施が該当する。

復興構想会議も事業性と公益性を兼ね備えた新たな事業体の必要性を提言しているが、これまで事実上、営利事業中心に行われてきた創業支援、起業支援施策の枠組みをソーシ

⁴⁶ とはいえ、未だに日本のソーシャルビジネスについて、その実態も十分には明らかになっていないといえない。したがって公的セクターにソーシャルビジネスに特化した支援ノウハウや暗黙知が蓄積されているわけでもない。それゆえに、既存支援機関は完結したかたちでソーシャルビジネス育成に関与しようとするのではなく、既存の中小企業支援やベンチャー支援で蓄積された知見と資源を持ち寄って、既に実績をもつ民間支援組織と協働でソーシャルビジネス育成に関わる必要があると思われる。

⁴⁷ 「ソーシャルビジネス」と明記しているか否かはともかく、官民それぞれにおいて、こうした施策と試みが既に行われつつある。経済産業省の「平成 23 年度地域新成長産業創出促進事業費補助金 (ソーシャルビジネスノウハウ移転・支援事業 (被災地支援))」や、民間の取り組みでは、一般社団法人ソーシャルビジネスネットワークによる学びと仕事を同時に創出する「きぼうの学校」というプログラムがある (<http://www.kibounogakkou.jp/>)

ャルビジネスにまで拡大して一元化することは、一定の意義がある（復興構想会議2011）。

今回提案する手法はいずれも起業支援の方法としてはオーソドックスなものであるが、まずベンチャー企業や NPO を創出するために、既に存在する制度や資源をソーシャルビジネスの創業支援にも適用範囲を拡大することを提案したい。

被災地域にも起業支援の施設が数多く存在し、これまでもさまざまな取組が行われてきた。東北大学も産学連携が盛んな大学として知られている。利用・転用可能な資源は豊富である。

中小企業支援を行う独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下、中小機構）は経済産業省管轄の独立行政法人で、直接金融をのぞき、創業支援から販路開拓、ビジネスマッチングまで中小企業支援を幅広くおこなっている⁴⁸。その東北支部や、同機構が運営する大学連携型のインキュベーション施設「東北大学連携ビジネスインキュベータ（T・Biz）⁴⁹」が仙台に立地する。またその他にも、「財団法人みやぎ産業振興機構」「財団法人いわて産業振興センター」「公益財団法人福島県産業振興センター」「財団法人茨城県中小企業振興公社」といった中小企業支援機関が存在する。

現状こうした支援メニューはソーシャルビジネス支援に有効に使われているとは言えない。あるいは現場での判断に任されている。たとえば、大学連携型施設の慶應藤沢イノベーションビル（SFC-IV）⁵⁰には複数の NPO 法人が入居しており、インキュベーションマネージャー等、関係者の支援を受けながら事業開発を行っている。これらの事例では一定の成果をあげており、今後明示的にソーシャルビジネスにもその対象範囲を拡大していくことが望ましい。

営利事業の起業とソーシャルビジネスの創業では利用可能な資源は、ビジネスモデルや販路開拓など共通している部分も少なくない。したがって、2つのセクターの間で、資源を移転しながら創業を支援できる民間の中間支援組織等に在籍するような「目利き」のちからを活用しながら、ソーシャルビジネスの創業を支援することを提案する。

同様に、今回被災地ではコミュニティ再生と被災地の地元資源の活用がキーワードになっているが、中心市街地活性化や農商工連携、新連携といった支援メニューの活用、過去事例も参考になるだろう⁵¹。

【事例：兵庫県「コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」】

近年の災害被災地におけるソーシャルビジネスの創業を支援する施策は、阪神・淡路大震災とその復興過程に遡ることができる。1995年の阪神・淡路大震災当時、日本国内では「ソーシャルビジネス」という概念は、まったくといっていいほど市民権を得ていなかった。復旧作業に集まったボランティアたちの活躍とプレゼンスによって、のちに「ボラ

⁴⁸ <http://www.smri.go.jp/>

⁴⁹ <http://www.smri.go.jp/incubation/t-biz/index.html>

⁵⁰ <http://www.smri.go.jp/incubation/sfc-iv/index.html>

⁵¹ 中心市街地活性化本部（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/>）、中小機構「まちづくり・中心市街地活性化支援」（<http://www.smri.go.jp/keiei/machizukuri/index.html>）などが参考になる。

ンティア元年」と呼ばれるような転機となった。阪神・淡路大震災をきっかけとしてボランティアがごく当たり前のものに成熟することになったのである。

だが、1998年10月の第3期兵庫県県民生活審議会が、コミュニティビジネスが地域固有のニーズを満たしながら、同時に利益をあげるという意味で新たな事業形態として期待できるということを述べたことをきっかけに、兵庫県は1999年以後、「コミュニティビジネス等支援事業」を実施するようになった（財団法人21世紀ヒューマンケア研究機構地域政策研究所2004）。創業を支援する「コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」を中心に、「被災地コミュニティ・ビジネス等支援ネットの設置」「被災地コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」「コミュニティ・ビジネス創出支援事業」「生きがいしごとサポートセンターの設置」「コミュニティ・ビジネスセミナーの開催」「コミュニティ・ビジネス入門相談・情報提供」「コミュニティ・ビジネス希望者向けIT講習会の開催」「コミュニティ・ビジネスコンサルティング事業」「ビジネス経験・能力を活用したコミュニティ・ビジネス支援プロジェクト」といった一連のコミュニティビジネスを支援する事業を行った。これらの事業を一体的かつ民間との協働で実施することで、コミュニティビジネス創出によって、社会問題解決と雇用創出を試みたという点で注目すべきと思われる。

「コミュニティ・ビジネス離陸応援事業」は、初年度経費300万円（のちに400万円に増額され、その後300万円に減額）の助成と、助成期間中の経営コンサルティングによって構成されていた。

ただし、その客観的な成果についてはややトーンダウンせざるをえない。阪神・淡路大震災から復興行政を主導し、深く携わってきたある兵庫県の職員は、2011年6月13日に筆者らが行ったインタビューに対して、「雇用に繋がることを目指したが、現実には社会貢献という側面に重点が置かれることになった」と述べている。

だが当時はソーシャルビジネスやコミュニティビジネスは一般化しておらず、そもそも社会貢献活動やボランティアさえ一般的ではなかった。さらに事業性を含んだ事業の創業支援にもノウハウの蓄積が存在しておらず困難だったものと推察される。前掲報告書からも、現在ソーシャルビジネスやNPOが抱える問題が先取りするかたちであらわれている様子がうかがえる。その先駆性を評価すべきといえる。

【事例：福島県「がんばろう福島の企業！成長産業振興事業」】

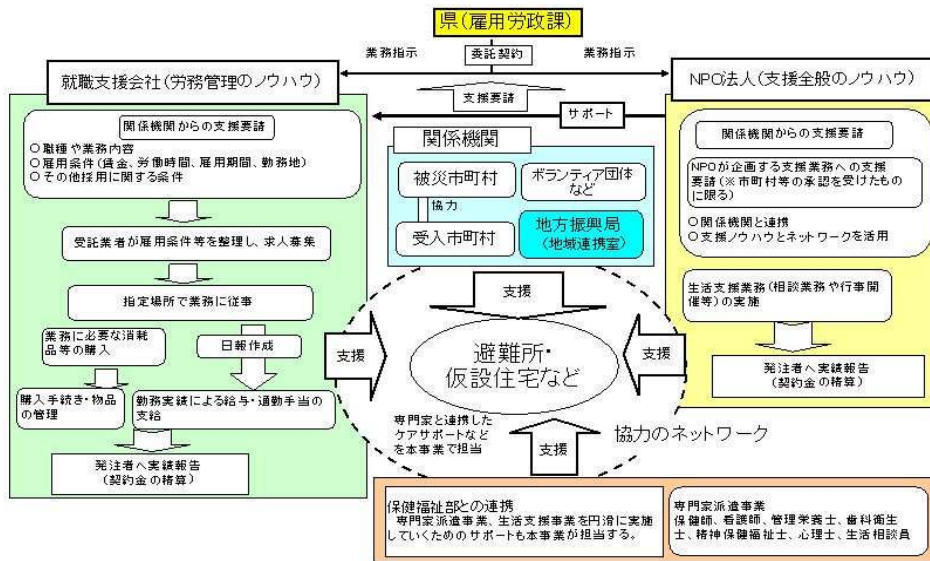
新規創業促進によって雇用創出を試みる事例は被災自治体でも始まっている。たとえば、福島県の「がんばろう福島の企業！成長産業振興事業」「がんばろう福島の企業！新規創業支援事業」「がんばろう福島の企業！事業再開・復興応援事業」の3つの緊急雇用創出基金事業がそうである⁵²。福島県はこれらの事業によって、3,000人の雇用創出を見込んでいる。

【事例：福島県「頑張ろう福島！“絆”づくり応援事業」】

⁵²http://wwwcms.pref.fukushima.jp/pcp_portal/PortalServlet.jsessionid=9B16705D4441796E0557C5695A8BFD2C?DISPLAY_ID=DIRECT&NEXT_DISPLAY_ID=U000004&CONTENTS_ID=24142&LANG_ID=1

図表 3-2

「がんばろう福島！“絆”づくり応援事業」における関係機関の連携図



(出所：福島県ホームページ「がんばろう福島！“絆”づくり応援事業」

(http://wwwcms.pref.fukushima.jp/pcp_portal/PortalServlet?DISPLAY_ID=DIRECT&NEXT_DISPLAY_ID=U000004&CONTENTS_ID=24141) より引用)

福島県は、人材派遣会社と NPO の連携によって避難所や仮設住宅などに総合的な支援を提供しつつ、地元で雇用を創出する「がんばろう福島！“絆”づくり応援事業」という事業を行っている⁵³。雇用労務課、被災支援のノウハウを持つ NPO 法人と、労務管理は実績のある人材派遣会社と委託契約を行い、さらにボランティア団体や保健福祉部とも連携して総合的な支援を提供するという事業である。すでに地域ごとに4つの人材派遣会社と契約をむすび、情報提供や警備、こどもの遊び相手といった非熟練労働を中心に、フルタイムからパートまで多様な就業形態を用意している。福島県は、この事業で2,000人の雇用を見込んでいる。

(2) 復興に係る既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備

被災地ではソーシャルビジネス事業者に限らず、数多くの民間非営利組織が活動を行っている。活動状況と規模は多様だが、なかには代替不可能な役割を果たしているにもかかわらず、事業化の目処がたらず持ち出しで事業を続けている組織もある。中長期には自律的な事業構築を行うことを前提に、こうした事業者の活動を支援することは復興といくつかの雇用創出の双方に寄与する。

それでは、どのような要素がボトルネックとなっているのだろうか。阪神・淡路大震災の

⁵³http://wwwcms.pref.fukushima.jp/pcp_portal/PortalServlet?DISPLAY_ID=DIRECT&NEXT_DISPLAY_ID=U000004&CONTENTS_ID=24141

復興過程で兵庫県がおこなったコミュニティビジネス創出事業を評価した報告書は、「賃金水準」「人材の確保と研修」「営業力・PR力不足」「家賃」を事業運営上の課題として指摘する（財団法人 21 世紀ヒューマンケア研究機構地域政策研究所 2004;25）。ソーシャルビジネスに係るこれらの問題は 2011 年時点でも一向に解決していないという認識が関係者のあいだでは共有されている。ソーシャルビジネス推進研究会は 2011 年に公開した報告書においてやはり「ソーシャルビジネス事業者の成長に向けた環境整備」として、「資金調達」「人材育成」「事業展開支援」「普及・啓発」という課題の存在を指摘する。こうした事情を踏まえると、被災地の実情を踏まえて事業者の活動を促進する環境整備が支援機関には強く期待されている。以下、事例を提示したあとに 3 点提案してみたい。

【事例：ハタチ基金（2011 年 6 月 11 日取材）】

ハタチ基金は、公益財団法人日本財団の出資のもと複数の従来首都圏や関西で事業を行ってきたソーシャルビジネス事業者によって運営される基金である。おもに、教育や保育の支援を行う基金である⁵⁴。幹事会は、以下のように構成されている。

- ・代表幹事 町井 則雄 公益財団法人日本財団⁵⁵
- ・代表幹事 今村 久美 特定非営利活動法人 NPO カタリバ 代表理事⁵⁶
- ・代表幹事 能島 裕介 特定非営利活動法人ブレインヒューマニティー 理事長⁵⁷
- ・幹事 白井 智子 特定非営利活動法人トイボックス 代表理事⁵⁸
- ・幹事 岡本 拓也 特定非営利活動法人 NPO カタリバ 理事
- ・幹事 駒崎 弘樹 特定非営利活動法人フローレンス 代表理事⁵⁹

上記のような体制のもとで既にいくつかの事業が始まっており、また現在も企画されている。まず放課後の学校を用いて、教育委員会・校長会・学校・地域の学習塾の先生、寄付者の協力のもと、小学生から高校生までの学習環境を整備するコラボ・スクール「女川向学館」がある。津波の影響で職場を失った塾の先生も含めて、まちが一体となって教育環境の整備と、同時に失職した塾の先生や巡回バスの運転等で雇用を創出する。

この他にも、被災地の高校生を東京に招待し、東京の大人や学生と対話しながら未来を

⁵⁴ <http://www.hatachikikin.com/>

⁵⁵ <http://www.nippon-foundation.or.jp/>

⁵⁶ <http://www.katariba.net/>

⁵⁷ <http://www.brainhumanity.or.jp/>

⁵⁸ <http://www.npotoybox.jp/>

⁵⁹ <http://www.florence.or.jp/>

考える「キズナハイスクール」、フィリップモリスジャパン株式会社と共同でつくる自立支援ホーム「Doorway to Smiles」、学習バウチャー事業、小規模保育事業「おうち保育園」の実施が決定している。この他にも、学校外教育事業者のインキュベーション事業、自立援助ホーム事業、復学支援事業といった教育関連事業について実施の可否を検討している⁶⁰。

【事例：被災地 NGO 協働センター「まけないぞう」（2011年6月14日取材）】

世界各地の災害被災地で支援事業を行っている NGO に、「被災地 NGO 協働センター」がある⁶¹。被災地 NGO 協働センターは、村井雅清氏が代表をつとめ、被災地での足湯活動や野菜の買取りなど多くの事業を行っている。そのなかでも「まけないぞう」の活動はよく知られている。

まけないぞうは、1995年の阪神・淡路大震災の復興過程で、孤独死を防ぐためにはじまった生きがいと仕事づくりを両立することを目的とした事業である。被災地には、支援物資としてタオルが寄せられる。そのタオルをつかって、象のかたちの壁掛を作成・販売する。被災者に製造法を伝えるとともに製造を依頼し、一頭あたり400円で販売する。そのうち100円が作成した被災者にわたるという仕組みになっている。

被災地 NGO 協働センターは、まけないぞうを次のように位置づけている。

“まけないぞう”は、タオルをゾウの形に縫い合わせた壁掛けのタオルです。1995年1月17日の阪神・淡路大震災の後、KOBE初の生きがい・しごとづくり協働事業として行ってきました。また、2004年10月23日に起きた新潟県中越地震の被災地でもこの取り組みが広がってきました。“まけないぞう”を作るのは、被災者の方々です。作り手さんには仕事として、1つあたり100円の制作費をお渡します。お金を得るだけでなく、手を動かすことや人との関わりが、退屈になりがちな暮らしに楽しさと潤いをもたらします。買った方からの「ありがとう」の声が生きがいにつながる方もいます。（被災地 NGO 協働センター 2011; 1）

阪神・淡路大震災の復興過程という「ソーシャルビジネス」や「キャッシュ・フロー・ワーク」という概念が日本で一般的になるよりも前から、社会性と事業性を両立するというコンセプトを体現してきた。被災地ごとにデザインのことになった象をつくっており、多く作るひとで、最大月額8～10万円の現金収入を得ることができるという。16年間で、およそ15万個を作ってきた。

東日本大震災においても、いち早く被災地協働 NGO センターは現地入りし、事業展開を行った（村井 2011）。また東日本大震災においても、被災地でまけないぞうを製造し、販売する事業を始めている。

⁶⁰ ハタチ基金ウェブサイト (<http://www.hatachikikin.com/plan.html>) より 2011年7月31日取得。今後状況によってさまざまな進捗が行われると見込まれる。

⁶¹ <http://www.pure.ne.jp/~ngo/>

① 活動場所の確保

既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備のための提案だが、まず第1に事業者の活動場所、拠点の確保である。たとえば、被災地にソーシャルビジネスの支援センターを設ける、あるいは、すでに活動をおこなっている支援機関（もしくは、その窓口内）に、こうした支援を手掛ける場を設置することを提案してみたい。

甚大な被害をもたらした東日本大震災の被災地では、利用可能な物件数が限定されている。その残存物件をめぐって、さまざまな事業者間で競争になっており、物件価格、家賃価格が高騰している。結果、資金力の弱いソーシャルビジネス事業者や NPO 法人は利用が難しくなっているのである。

公的機関による仮設店舗・事務所の設置も行われており、復興支援にあたる NPO 法人等の入居も認めらるることになってはいる。だが、筆者が取材したある社会起業家はあくまで文言上のことであって現実には入居事例は少なく、優先順位が低いのではないかと述べた。このような状況のなかでソーシャルビジネス関連の支援者が被災地への負担になってはならないという責任から、劣悪な居住環境のもと支援を行っているケースもある。だが長期にわたっての復興支援の持続可能性という観点からすると望ましい状況とはいえず、改善が求められる。

【事例：中小機構 仮設施設整備事業】

中小機構は、市町村からの要請に基づき、店舗、事務所、工場といった仮設施設を整備し、市町村を通じて事業者に貸し出す事業を行っている⁶²。事業者の入居希望を市町村がとりまとめ用地を提供することで、中小機構が建設、整備し、市町村に貸与するという仕組みである。そのうえで、市町村が各事業者と入居契約を行うものである。中小企業にかぎらず、商工関係団体、協同組合、被災していない企業、公益法人、郵便局、診療所、NPO 法人の入居も認められている。入居期間は仮設施設であることから、1、2 年程度を想定し、入居者には原則無料になるよう市町村と調整する旨が記載されている。

被災地で多くの建物が被災し、利用が困難になっていることからして、こうした事業は事業継続や復旧復興支援にあたる事業者にとっては、心強いものと思われる。被災地に負担をかけまいと、大学のグラウンドにテントを貼って活動を行っている団体等もあることを思えば、こうした事業をより広い地域で実施し、また多くの事業者にむけて提供することは復旧・復興を強く推進するであろう。ただし、自治体担当部分と機構担当部分が分割しており、制度の構成が複雑になっていて、利便性に改善の余地が残る。同時に事業の周知徹底が必要と思われる。やはり制度が若干複雑なため、事業の周知の徹底が必要と思われる。

② 各種専門家の派遣

⁶² 中小機構 『仮設施設整備事業ガイドブック——事業者の皆様へ』

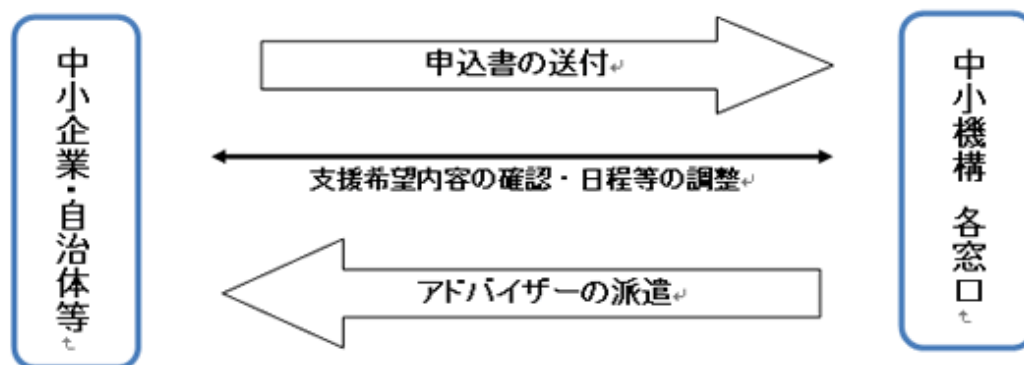
(http://www.smri.go.jp/kikou/earthquake2011/dbps_data/material/earthquake2011/pdf/20110715-sisetugudebook.pdf)

被災地復興に関連して多くの専門人材が必要とされている。しかし距離の問題や経費の問題から長期間にわたってこうした人材が無償のボランティアとして参加し続けることは難しい。そこで、支援機関がこうしたニーズに応えることが求められているといえる。すでに中小企業と自治体向けに、中小機構は「震災復興支援アドバイザー制度⁶³」等を実施している。この制度をソーシャルビジネス事業者が利用することができるかどうかは、現場判断に委ねられている。法人格を問わない、あるいは、事業形態で判断するといったちょっとした微修正の通達によって、こうした施策の支援をうけることができる事業者の数が格段に増すことが期待できる。

【事例：中小機構 震災復興支援アドバイザー制度】

中小機構は、被災中小企業、自治体、各種支援機関（経済団体）向けに、震災復興にかかわるさまざまな専門家を無料で派遣する復興支援アドバイザー制度を設けている⁶⁴。全体像は図表 3-3 のようになっており、登録されている人材は、中小企業診断士、一級建築士、弁護士、社会保険労務士、大企業や中小企業 OB、エンジニア、中心市街地活性化事業の経験者、阪神・淡路大震災の復興にかかわった自治体職員 OB など多岐にわたっている。こうした人材は経験と専門性を兼ね備えており、中小企業と自治体に限らず、ソーシャルビジネスやまちづくり、コミュニティ再建などより後半な分野で復興に貢献できる可能性がある。

図表 3-3



（震災復興支援アドバイザー制度の枠組み。出所：中小機構（<http://www.smri.go.jp/kikou/earthquake2011/smri/H23may/059669.html>）より引用）

③ 被災地におけるソーシャルビジネス事業者と地元住民の相互交流・連携支援

東北地方には、横並び意識が強く、改善を提案し実践するよりも「耐え忍ぶこと」を美德とする空気があると聞く。この真偽を実証することは難しいが、高齢化と人口流出が課題となっていたことは確かである。このような地域特性を考慮すると、地元住民単独、あ

⁶³ <http://www.smri.go.jp/kikou/earthquake2011/smri/059669.html>

⁶⁴ <http://www.smri.go.jp/kikou/earthquake2011/smri/H23may/059669.html>

るいは外部事業者の単独でのソーシャルビジネスの創業や事業移転に際して市場規模、販路、ソーシャルビジネスという聞き慣れない事業に対する理解といった困難に直面することが予想される。

こうした溝を埋めるために、ビジネスマッチングや連携促進以前に、地域と地域外の人材、事業者のあいだで信頼醸成と相互理解を促進することが必要と思われる。そのために、支援機関という外部主体による協働の場作りが考えられる。具体的には地元のゲートキーパーや中核的人材、現地と首都圏を橋渡ししつつ業務を行なってきたキーパーソンと被災地、非被災地の住民を巻き込んだ相互理解の場を作ることである。このようなオープンな場作りは、既存の利害関係にとらわれる既存事業者や地元人材だけで実施することは難しく、比較的中立な存在であることが期待できる支援機関の手腕が期待されている。

(3) 復興に関連するソーシャルビジネスの情報発信支援

ソーシャルビジネス事業者はまだ日本国内での認知は十分ではないため、その情報発信は十分には社会に届き辛い。情報発信・獲得・収集・分析、あるいはそれを行う事業者に対する支援を提案したい。

現在、行政、民間財団、支援機関等が、多くの支援に係る情報を発信している。だが、その量は膨大で、所在、提供主体もまちまちである。被災地で活動にあたる事業者にとって使い勝手がいいとはいえない。

そこで、既存支援事業と支援メニューを集約、整理して一元的に提供することを提案したい。そのなかには現状こうした活動を担う事業者との連携・支援もふくまれる。現在、「情報ボランティア」と呼ばれる新しいボランティア団体や任意団体がこうした作業を中心になって担っているが、社会的に十分に認知されてはいない。また後述するように活動の現状は収益面や自律性など厳しい点も目立つ。

こうした事業者の周知を支援することも考えられるだろう。一見、こうしたボランティアの支援と経済政策というのは、無関連のようにも思えるが、現在欧米を中心に公共サービスの開発と情報化、協働、情報部門への公的支出の増大による経済活性化を一体的にすすめる「オープンガバメント」という取り組みが進んでいる。日本でも経済産業省や総務省、文部科学省が中心となって、その推進を試みている⁶⁵。大きな方向性として、こうした事業と復興の情報発信を関連付けていくことも効果的ではないか。

別の側面では、被災地では企業や NPO、ボランティア、自治体などすでに多くの事業者が活動している。彼らが一同に介して、情報交換、相互補完、協働等を促す場に対するニーズがあるという。各事業者は自らの事業で手一杯で全体像を俯瞰することが難しいため、支援機関が全体像の把握につとめ被災地と非被災地をむすぶ場づくり（シンポジウムや展示会イベント）等を企画することにも需要があると思われる。

【事例：ボランティアインフォ】（2011年7月9日取材）

⁶⁵ 経済産業省「オープンガバメント推進サイト」

(http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/e-meti/opengov.html) に各省庁の取り組みが一覧されている。参照のこと。

「ボランティアインフォ⁶⁶」は、被災地のボランティア関連の情報を収集し、データベースを作成し、APIのかたちで広く提供する活動を行っている（NPO 法人申請中）。

こうした情報を、以下のようなアクセス数の多いサイトに提供することで、広くボランティア情報や被災地情報を届けている。

- ・ Yahoo! JAPAN の復興支援サイト (<http://shinsai.yahoo.co.jp/>)
- ・ goo の震災ボランティア情報ページ (<http://busshi.311.goo.ne.jp/>)
- ・ @nifty のボランティア情報ページ (<http://www.nifty.com/navi/cs/volunteer/list/1.htm>)
- ・ MSN のボランティア情報ページ (<http://eastjapaneg.jp.msn.com/volunteer/>)
- ・ 東日本大震災ボランティア・インフォメーションセンター・宮城 (<http://vic.volunteerinfo.jp/>)

また、東北の玄関ともいえる JR 仙台駅内にブースを出して、ボランティアに向かう人たち向けの情報提供も行っている。ここではおよそ 8,000 人に対して情報提供を実施し、800 人の相談を受けたという。

6 月 11 日に取材に伺った時点で、代表の北村孝之氏と、副代表の大藤多香子氏の 2 人が専従スタッフで、ボランティアの学生が多数参加している。また仙台市民のボランティアが随時 10～15 名ほどが参加しているといった構成になっている。

今のところ独自の収益の柱は存在せず、事業は持ち出しで行われている。助成金も申請中で、収支はかなり厳しい。

情報を収集、分析、共有する「情報ボランティア」自体は阪神・淡路大震災をきっかけに日本ではその存在が確認されるようになった（大月・干川・水野・石山 1998:干川 2007）。

しかし、インターネットを中心に活動しているためか、一般に存在が十分認知されるには至っていない。そのため、被災地でも、支援機関からも理解をえることが難しいのが現状である。認知不足に起因して、人手もたりていない。事務所、椅子、机ひとつからしても仙台の企業からの寄付で成り立っているという。

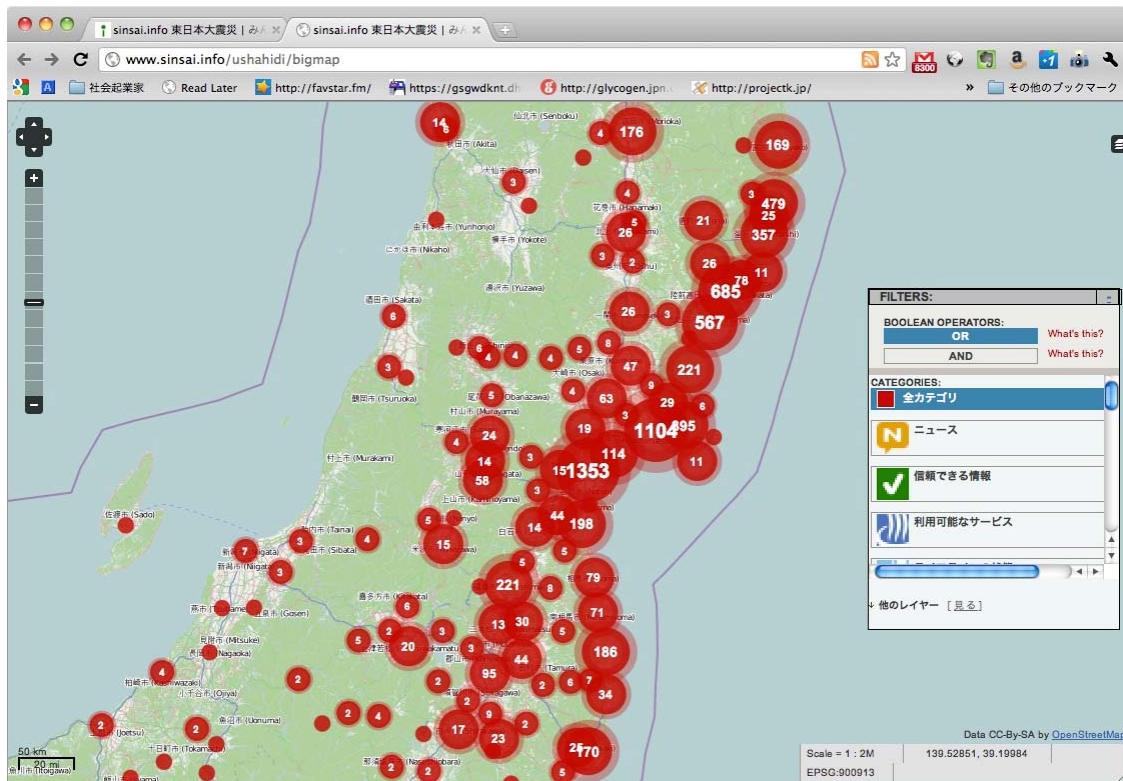
被災地の情報を収集し、被災地と非被災地をつなぐボランティア情報を広く提供する組織が、現状 2 人の専従スタッフによって維持されていること、現時点では基本的に関係者の持ち出しによって存続していることには、こうした活動の持続可能性の観点と照らしても憂慮すべき事態である。

将来的には自主的な資金調達の努力が必要だが、現状と災害対応という緊急性、活動の代替不可能性は支援を検討するに値すると考えられる。

⁶⁶ <http://volunteerinfo.jp/>

【事例：sinsai.info】（2011年7月12日取材）

図表 3-4



（出所：sinsai.info (<http://www.sinsai.info/ushahidi/bigmap>) より引用）

sinsai.info は、エンジニアやプログラマからなるインターネット上の震災関連情報を集約するプロジェクトである⁶⁷。

年の3月11日、18時19分に独自ドメインで、「ushahidi (ウシャヒディ)」という災害情報を集約発信するプラットフォームを導入した。11日当日には安否情報を中心にアクセス数がおよそ1万pv前後で推移し、12日頃にはおそらくその10倍近いアクセスが集中しサーバーが落ちてしまい計測不能となった。その後、3~4万pvで推移しており、「Amazon EC2」にサーバー移行し現在に至る。

ushahidi は、災害や内戦における危険箇所や安否に関する情報を集合知で収集し、地図上に共有、可視化するオープンソースのプラットフォームである。チリ地震やハイチの地震、クライストチャーチ地震、ハリケーン・カトリーナの被災地でも救援活動に利用された実績を持つ。

東日本大震災向けのローカライズにおいて、日本国内の携帯電話への対応や、TwitterのRTの重複を削除する機能、官公庁を中心に日本国内ではまだ広く使われているMicrosoft社のブラウザ「インターネットエクスプローラー6」への対応など数百の機能開発、調整を実施したという。

sinsai.info は震災後多数登場した情報ボランティアのなかでも、もっとも活動開始が早

⁶⁷ <http://www.sinsai.info/>

い部類といえるが、こういった迅速な初動を行うことができたのは、震災以前から一般社団法人オープンストリートマップ・ファウンデーション・ジャパンという組織で、日本での ushahidi の導入を準備していたことが大きい。東日本大震災が発生したため、急遽東日本大震災向けに立ち上げを行った。各所で twitter 個人が発信する断片的な関連情報を集約、結合、整理しようという試みである。

多くのエンジニアやプログラマらが、この取り組みに共感して Google Docs や Yammer といったプラットフォームを介して、最大 300 人ほどが作業に参加したという。

sinsai.info が集積した情報は、以下のようなサービスで利用されている。

- ・「日本 Android の会」による Android アプリの開発（「震災情報サイト sinsai.info の Android アプリ日本語版、日本 Android の会が公開」『ITPro』<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/NEWS/20110330/358894/>）。
- ・NTT 東日本の Android タブレット光 i フレーム向けアプリにして頒布（<http://isana.net/~web/wp/?p=1743>）。
- ・首都大学東京の渡邊英徳研究室が運営する「通行実績情報マッシュアップ」との連動（http://sinsai-info.blogspot.com/2011/04/blog-post_13.html）。
- ・2011 年 5 月 14 日に東京と大阪で、「sinsai.info シンポジウム」の同時開催（<http://sinsai-info.blogspot.com/2011/05/sinsaiinfo.html>）。

震災発生から 3 ヶ月が経過した現在の sinsai.info の課題としては、レンタルサーバーなどを借りるのに必要なインフラ関連の経費があがっている。これまでは、各社の提供などで賄ってきたが、資金調達が必要な時期に来ている。だが、その方法は未だ確立できていない。

加えて専従スタッフの不足という問題がある。継続的に活動を続けていくためには、常駐スタッフが必要だが、そのための資金的基盤が確立できていないことも障害となっている。経済産業省の「ネットアクション 2011⁶⁸」のパートナーとなったが、現状具体的な支援は受けられてはいない。

ここまでボランティアインフォと sinsai.info という二つの事例を取り上げたが、その他にも今回 IT を利用したいろいろな取組が出現し、その特性を活かしながら代替が難しい有益な活動を行っている。両者とも、知名度こそ低い代替が困難な情報のプラットフォーム機能を提供しているにもかかわらず、存続が危ぶまれている。こうした活動の支援や、周知の補助といった活動基盤の整備は、支援機関の復旧復興事業に求められている潜在的な要請のひとつといえる。

⁶⁸ <http://www.meti.go.jp/press/2011/07/20110704001/20110704001.html>

4. おわりに

本調査では、東日本大震災の被災地における官民それぞれのいくつかの活動やデータ、過去の災害事例をもとに、現地におけるソーシャルビジネスとその事業者の支援について「被災地における新たなソーシャルビジネスの創出促進」「復興に係る既存ソーシャルビジネス事業者の活動環境整備」「復興に関連するソーシャルビジネスの情報発信」という大きく3点の提案を行った。その背景には、汎用性が高く多様な雇用創出と日常生活の再建支援、地元経済と支援組織の自律性確保、それでいて地元の需要に基づいた支援が求められるという被災地の事情がある。

今回これらを提案するにあたって諸制度や施策を概観したが、起業支援やNPO支援、あるいは、事業継続支援、コミュニティ支援の制度が存在している。ただし、それらは管轄が多様であることや、それにともなった法人格等の制限が付随し、被災地対応に奔走する各事業者にとっては全体像が俯瞰しづらく、使い勝手もよいとはいえない。復旧復興支援施策として妥当なものかといえ、疑問が残るといわざるをえない。

こうした事業を一覧し、災害復興という事態の特殊性、緊急性を鑑み、重複を省き有効性を再検討しながら、対象法人の拡大や、法人格ベースではなく事業ベースの支援へと切り替えていくといった措置が必要と思われる。近年には「新しい公共」と呼ばれる相互扶助の推進や、あるいは1990年代後半以後の起業促進の施策もあった。施策の道具立ては一定程度揃っているといえる。これらの経験に基づくと、追加で多額の予算を必要としないにもかかわらず、一定の効果を期待することができる。

新しい復興の全体像が定まらない状況下だからこそ、既に存在する制度や枠組み、道具立てをいかに活用して有益な取り組みを実施するかが問われている。本調査がその一助となれば幸いである。

本調査を執筆するにあたって、多くの方、組織のご助力をいただいた。ご協力いただいた方々について、末尾に謝辞としてまとめさせていただいた。なお今回の報告書では事例の詳細な記述は充分とはいえない。別途、事例集としてまとめ公表することで代えさせていただきます。

謝辞

本調査を執筆するにあたって、直接の言及したものに限らず多くの方からご意見をいただいた。記して感謝したい（順不同、肩書は執筆時点のもの）。

ひょうご震災記念 21 世紀研究機構 林敏彦 様
同 阿部真大 様
同 桜井靖久 様
同 林万平 様

兵庫県立大学教授 加藤恵正 様

ダイバーシティ研究所代表理事 田村太郎 様

<http://www.diversityjapan.jp/>

被災地 NGO 協働センター代表 村井雅清 様

<http://www.pure.ne.jp/~ngo/>

NPO 法人よろず相談室代表 牧秀一様

<http://npo-yorozu.com/index.html>

NPO 法人ブレインヒューマニティ理事長 能島祐介 様

<http://www.brainhumanity.or.jp/>

NPO 法人トイボックス代表理事 白井智子 様

兵庫県防災監 藤原雅人 様

連合新潟 会長 江花和郎 様

新潟県

新潟 NPO 協会事務局長 富澤佳恵 様

<http://www.nan-web.org/>

ハタチ基金代表幹事 今村久美 様

<http://www.hatachikikin.com/>

ボランティアインフォ代表 北村孝之様

同 副代表 大藤多香子 様

<http://volunteerinfo.jp/>

ジャーナリスト／学習院大学非常勤講師 藤代裕之 様

sinsai.info 代表 関治之 様

同 嶋坂紀隆 様

<http://www.sinsai.info>

石巻専修大学 准教授 李東勲 様

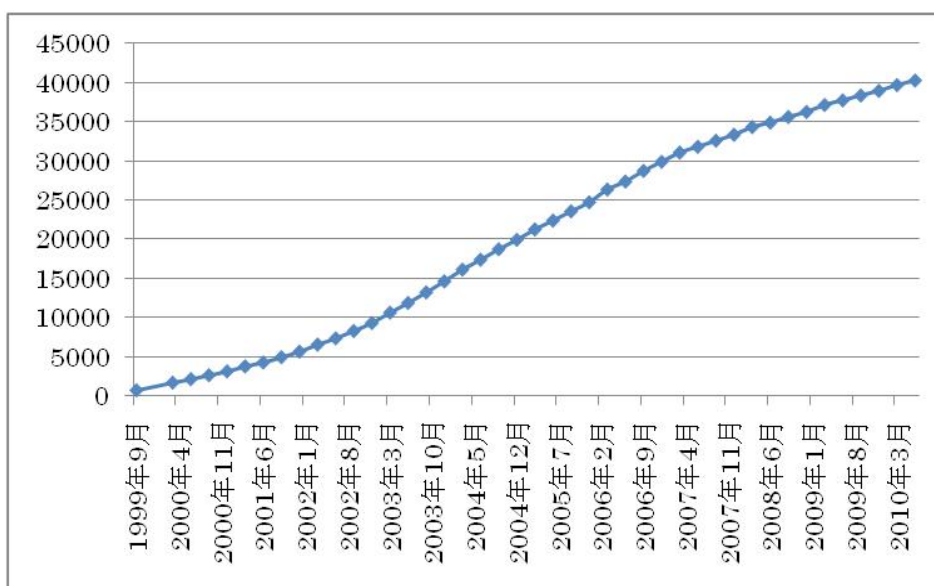
駒沢大学経済学部准教授 飯田泰之 様

【資料1】注目されるソーシャルビジネス

世界的には1990年代初頭から、国内では2000年頃から事業者が登場した。欧州では、高失業率を背景にした労働組合の台頭、米国では起業家の新たな事業ドメインとして、新興国では脱貧困と社会問題解決の集団として、各国各様の事情のもと発展を遂げた。日本では、1990年代後半～2000年代初頭の第3次ベンチャーブームにかかわった人材やコミュニティを経由して、首都圏を中心に多くの起業家が生まれた。

2005年以後、活動が注目されメディアでも取り上げられる機会が飛躍的にふえた。従来型の市民運動等との関係性は薄い。非店舗型保育園を運営するNPO法人フローレンス、オルタナティブ教育をおこなうNPO法人NPOカタリバなど20代、30代の社会的企業の存在がよく知られている。その後も継続的に新たなスタートアップスが次々と生まれており、いまでは首都圏を中心に、中間支援組織含め、ボランティア等とも異なった独自の生態系を形成しつつある。

【資料2】日本国内におけるソーシャルビジネスの現状



(出所：日本国内におけるNPO法人数の推移。内閣府NPOホームページより筆者作成)

経済産業省が三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社に委託し、2010年に公開に至った『平成21年度地域経済産業活性化対策調査（ソーシャルビジネスの統計と制度的検討のための調査事業）報告書』は、ソーシャルビジネスの市場規模を約81～34兆円、雇用規模を約160～31万人、事業者数約87～5万件、受益者数約121～98万人と推計している。同報告書は、「ソーシャルビジネス」を「社会性」「事業性」「革新性」の3つの要件を満たす主体が営む事業と定義しており、株式会社や合同会社、NPO法人といったさまざまな法人格を持つ事業者が比較的幅広く含まれている。

経済産業省が 2008 年に公開した「ソーシャルビジネス研究会報告書」は、全国でソーシャルビジネスに取り組む事業者数を約 8,000 事業者、市場規模を 2,400 億円、雇用規模は 32 万人と推定している（経済産業省 2008）。ただし、この調査は先の『平成 21 年度地域経済産業活性化対策調査（ソーシャルビジネスの統計と制度的検討のための調査事業）報告書』とは、集計の方法が異なっており両者の数字にも大きな開きがあることからわかるように連続性を持った調査ではない。

同じく NPO 法人のすべてが先の社会的企業の条件に合致するわけではないが、内閣府の調べによれば、社会企業の主要な法人格である NPO 法人数は、特定非営利活動促進法が成立した 1999 年から増加の一途で、2010 年 7 月 31 日現在、40,510 の NPO 法人が法人格申請を受理されている（内閣府 2010）。これらの調査結果を総合すると、日本国内に少なくとも数千程度のオーダーでソーシャルビジネス事業者が存在していると考えられる。

【資料 3】「新しい公共」とソーシャルビジネス

鳩山由紀夫前首相は、第 143 回国会における所信表明演説において「新しい公共」ということを述べた。「友愛」や「居場所と出番」という言葉をキーワードに、社会的包摂の新しいかたちを新政権においてかたちづくっていくことを宣言し、政権交代の象徴とした。この「新しい公共」という概念は、後続政権にも引き継がれることになった。

先の所信表明演説ののち、『『新しい公共』円卓会議⁶⁹』、『『新しい公共』推進会議⁷⁰』が設けられ、さまざまな背景をもった委員が集まった。そのなかで、ソーシャルビジネスと社会起業家はその中核を担う存在として、注目が集まった。十分練られていたとはいえないが、市民セクターの充実が政治の真ん中で語られるということ自体、日本の政治史のなかでは稀有な機会となった。実際にどの程度具体的な成果を伴うかは、本調査を執筆している段階では明らかになってはいないが、政府は『新成長戦略 ～「元気な日本」復活のシナリオ～』のなかで、北欧型の積極的労働市場政策を踏まえたセーフティネットの構築、地域振興策を「新しい公共」との連携で行うことや、社会起業家や NPO などによる「地域社会雇用創造」の推進などを掲げるなど、興味深い提案を行っている。

ただし、『『新しい公共』バブル』といった状況が生まれ、数多くの一見無関係にも見える公共事業にも「新しい公共」という枕言葉がつくことになった。また地方自治体で急遽設置された「新しい公共」支援事業は、準備不足の感も否めない。今後「新しい公共」という名称で、どのような事業が実施され、具体化していくかという動向は注視したい。

【資料 4】近年の経済産業政策とソーシャルビジネス

【主な事業】

平成 23 年度～ ソーシャルビジネスコンソーシアム新事業創出展開支援事業

⁶⁹ <http://www5.cao.go.jp/entaku/index.html>

⁷⁰ <http://www5.cao.go.jp/npc/suishin.html>

ソーシャルビジネス・起業連携支援機能強化事業

平成 20 年度～ ソーシャルビジネスノウハウ移転・支援事業
農商工連携等促進人材創出事業
地域新事業活性化中間支援機能強化事業

【主な取り組み、研究会】

平成 22 年度 「地域新成長産業創出促進事業（ソーシャルビジネス／コミュニティビジネス連携強化事業）」の一環として「ソーシャルビジネス推進研究会」を設置（中小機構もオブザーバー参加）。報告書を公開
http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb%20suishin%20kenkyukai/sb%20suishin%20kenkyukai%20houkokusyo.pdf

平成 22 年度 「ソーシャルビジネス・ケースブック」を策定
http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/index.html

平成 21 年度 「ソーシャルビジネス 55 選」を公開
http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb55sen.html

平成 20 年 4 月 「ソーシャルビジネス研究会報告書」公開
<http://www.meti.go.jp/press/20080403005/20080403005.html>

（以上、経済産業省「ソーシャルビジネス／コミュニティビジネスの推進⁷¹」より作成）

【資料 5】参考事例

・阪神・淡路大震災における兵庫県のコミュニティビジネス振興

1995 年の阪神・淡路大震災の復旧復興過程において、兵庫県は大規模災害からの復興にコミュニティビジネスの活用を試みた。行政による災害復興現場での活用事例としてはおそらく最初の試みになると思われる。

兵庫県は県内の公的シンクタンクでコミュニティビジネス研究を阪神・淡路大震災発生 3～4 年前から行っており、スコットランド等へ研究員の派遣もしていた。行政関係者と研究に関わっていた大学関係者らの知見をもとにして、兵庫県はコミュニティビジネスによる生活再建に取り組むことになった。当時兵庫県で復興に深く携わったある行政関係者によると、コミュニティビジネス振興は民間からの提言によるものではなく、どちらかと

⁷¹ http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/index.html

いえば行政主導によるものだったそう。ボランティアは昨今でこそ行政との協働が話題になることもあるが、当時は行政と相対峙する存在で、被災者のための要求をするような存在であった。先駆的な取り組みではあったが、前出の行政関係者によれば、「被災地 NGO 協働センター⁷²」の「負けないぞう」などごく一部の先駆的な事例を除くと、実際に経済的な意味で生活の糧になったかという点では疑問が残ったという。当時は起業家や具体的な担い手が乏しかったのだそう。

このような活動が始まったのは、1995 年の阪神・淡路大震災の復旧復興過程でボランティアの活躍が全国的に注目されたことによる。その結果、ボランティアに対する助成金が復興基金や民間の財団、企業各社から提供されていた。だが、それらのいくつかが平成 10 年度末に終了することが決まっていた。日本ではボランティアな活動は無償で行うことが尊いと言われることが多いが、現実には経済的リアリティがないと継続していかないことが分かっていた。すべての事業を支援するわけにはいかないため、一定の事業性をもった組織を応援していこうということで、兵庫県はコミュニティビジネス支援を実施した。

こうして生まれたのが 1999 年から始まり 2011 年現在も続く兵庫県の「コミュニティビジネス離陸応援事業⁷³」である。当初 2 年間で 400 万円の助成を行っていた。現在は震災に限らず、広く申請できるようになり、年間 75 万円の助成を行っている。兵庫県ではコミュニティビジネスを以下のように定義している。

ここで言うコミュニティ・ビジネスとは、住民の皆さん一人ひとりが社会の担い手として参画し、自立したライフスタイルづくりを目指す取組みの一つとして、地域に役立つ事業に自分たちで取組み、労働の対価（収入）を得ることで事業を継続させていくという、生きがいある新しい働く場づくりを目的とする事業のことです。（兵庫県「兵庫県／コミュニティ・ビジネス」 http://web.pref.hyogo.jp/ie09/ie09_000000018.html より引用）

これらは日本における災害復興過程におけるコミュニティビジネス推進の先駆けとなったが、どのように助成を受けた団体から評価されたのだろうか。

財団法人 21 世紀ヒューマンケア研究機構地域政策研究所による『「被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究」報告書』は、表 1 のようにコミュニティビジネス離陸応援事業が事業者のあいだで肯定的に評価されている傾向を示唆する。

表 1

区分	回答件数	%	有効%
有効 役立たなかった	0	0	0
あまり役立たなかった	0	0	0
どちらともいえない	2	7.7	8

⁷² <http://www.pure.ne.jp/~ngo/>

⁷³ http://web.pref.hyogo.jp/ie09/ie09_000000018.html

区分	回答件数	%	有効%
役立った	13	50	52
非常に役立った	10	38.5	40
合計	25	96.2	100
欠損値 システム欠損値	1	3.8	
合計	26	100	

※CB 離陸応援事業は役立ったか。『「被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究」報告書』p.83 表 1 を元に筆者作成。

表 2

区分	回答件数	%	有効%
有効 非常に役に立った	6	23.1	24
役に立った	11	42.3	44
あまり役に立たなかった	8	30.8	32
合計	25	96.2	100
欠損値 システム欠損値	1	3.8	
合計	26	100	

※CB 離陸応援事業は役立ったか。『「被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究」報告書』p.87 表 11 を元に筆者作成。

だが、起業支援において頻繁に用いられる専門家を派遣する事業における経営コンサルタントの派遣について、支援を受けた組織は必ずしも肯定的に評価しているわけではないことが示唆される（表 2 参照のこと）。『「被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究」報告書』も示唆しているが、公益性、社会性という必ずしも営利企業の起業において求められるものとは異なっている。こうした齟齬を解消するためにも大学等で非営利組織マネジメントなどを学んだ人材とあわせて派遣するといった配慮が必要のように思われる。

・ NPO 法人「よろず相談室⁷⁴」

阪神・淡路大震災の震災障害者、震災高齢者に対する支援を目的に活動してきた。

これらは震災発生からしばらく時間がたってから生じる問題である。被災高齢者の生活は朝は病院にいき、昼に帰ってきて、テレビを見るという画一で単調な生活になることが多い。本当は自治会にも若い世代も入れていきたいが、自治会を結成できないほどに高齢化が進行している。こうした環境に置かれた震災高齢者たちの訪問活動と傾聴活動を行っている。

現在震災高齢者たちは、悪名高い抽選制の住居割り当てによって、県内各所にばらばらに存在する。そこを月 2 回訪問する。一周するのに、およそ 3 ヶ月かかる。賛助会員（年間 2,400 円）を募って、活動経費としている。2010 年 12 月に法人格を取得し、NPO 法人になった。

もともとよろず相談室は、震災直後の傾聴ボランティア活動から始まった。傾聴ボランティアにくわえて、「よろず新聞」という新聞もつくっていた。避難所には各社の新聞が数多く無料で配布されていたが、そこから有意義な情報のみを抜粋して新聞を作った。最後のひとりが避難所を出るまで活動を続けたが、避難所が解散になり一度活動は休止となった。

その後、避難所ボランティアと被災者が集う機会があったが、そこで仮設住宅の高齢者や障害者たちの過酷な現実を知り、活動を再開した。

仮設住宅への入居割り当ては抽選で行われたため、元の居住区のコミュニティや人間関係に加えて、避難所で新しく生まれたコミュニティと人間関係も失われてしまう。ボランティアに転居を教えてくれる人もいれば、あるとき突然転居してしまう人もいるため、人間関係を追跡することが難しい環境にあった。

また、避難所や仮設住宅周辺でのアルコール依存症も社会問題になった。子どもを親戚のところに避難させると「卑怯者」と呼ばれたり、被災者に対する就職差別など、被災した人達が気の毒であるという合意があったのは震災発生直後のことであって、被災地の内外において 2 つの格差に被災者たちは悩まされることになった。

こうした問題解決のために、より傾聴や集いの機会を増やそうと、NPO 法人を取得したものの、活動頻度をあげるとそれにしたがって必要経費も増えた。ボランティアを頻繁に派遣するインセンティブとして、交通費の支払いなどが掛かってくるからだ。

当初は常勤スタッフもいなかったため寄付も集いの場の費用に使用してきたが、NPO 法人になって資金調達が課題となっている。常駐体制の構築や謝金などの支払いを可能にするため、助成金等への応募も検討しているところである。

⁷⁴ <http://npo-yorozu.com/>

・被災地 NGO 協働センター⁷⁵

村井雅清氏を代表とし、被災地で支援物資のなかのタオルを使って「まけないぞう」という装飾品の製法を研修し、販売することで、被災者たちに生きがいと現金収入を得る機会を提供する。

1995年の阪神・淡路大震災では「孤独死」が話題になるなど、災害における承認や心のケアが大きな問題になった。孤独死対策のひとつとして「まけないぞう」の製造販売事業がよく知られている。当初は雑巾づくりを考えていたそうだが、ある年配の助成が象の形状にしたという。阪神・淡路大震災以後、各地の災害現場で「まけないぞう」を製造して、16年間で約15万個を製造し、最盛期には月で約1万個を販売、年間4,000万円の収入があった。

被災地 NGO 協働センターのウェブページによると、1頭400円で販売される「まけないぞう」は、100円を制作者に、輸送費、材料費等の実費をのぞいた1頭あたり50円を「まけないぞう基金」として積み立てている⁷⁶。

「人の役に立って、自分で稼いでいる」という経験が生きる関心につながっていく。活動を開始してから約10年後には作り方や型紙を教えることも始めるようになった。

2009年の新潟県中越沖地震の被災地でも、「まけないぞう」をつくりたいという声があって、4つのデザインで展開した。「まけないぞう」で一ヶ月に8~10万円程度を稼ぐことができる。「まけないぞう」は、現金収入を得るための仕事として一生懸命にやってもいいが、楽しく、みんなと一緒に共同作業をしたいという人はそれでも良いし、純粋な楽しみでやってもいい。違った認識でも同じ作業に参加できるという特徴がある。

関西では大阪に1963年に活動を開始し1969年に社団法人となった「大阪ボランティア協会」が長い歴史を持っているが、主流になったのは阪神・淡路大震災以後のことである。それでもNPO法人を取得すれば資金が集まってくると勘違いして、事業化を放置する組織も多い。そのなかでいち早く「まけないぞう」を活かして事業に取り組んできた被災地 NGO 協働センターは独特の存在感を発揮している。

東日本大震災に直面して、その直後から陸路で被災地入りした。岩手県の支援組織の活動拠点のひとつとなった「遠野まごころネット⁷⁷」を本拠地にし、東日本大震災版の「まけないぞう⁷⁸」や足湯活動等をとおして創造的な復旧・復興支援に携わっている。

⁷⁵ <http://www.pure.ne.jp/~ngo/>

⁷⁶ http://www.pure.ne.jp/~ngo/zou/shikumi_j.html

⁷⁷ <http://tonomagokoro.net/>

⁷⁸ <http://miyagijishin.seesaa.net/article/199882261.html>

・ NPO 法人「新潟 NPO 協会⁴¹」

NPO 法人新潟 NPO 協会は、2002 年に任意団体として誕生し、2003 年に NPO 法人の法人格を取得した。新潟事務所、長岡事務所、佐渡事務所などを有し、県内の非営利活動の基盤となっている。2002 年に市民活動のフォーラムだったが法人化にあたって、新潟県から事務委託、管理運営を受託し、県内の NPO 法人、任意団体、ボランティア団体等の活動及び創設の基盤として機能している。新潟県内には現状 550 近い法人があり、なかには全国で知られる活動をしている法人もある。ただし、人口比率で比べると少なくなってしまう。群馬県や長野県は人口は同じだが、800 近い法人が存在している。

新潟県にとっては 2 度の地震が非営利活動の振興に影響を与えていて、「新潟のボランティア元年」と呼ばれるようになった。震災時にやはり多くの NPO やボランティアが活動を始めるなかで、新潟県 NPO 協会が中間支援としての基盤、特に資金面の支援を強化していくことになった。このために新潟県社会福祉協議会を中心に新潟県 NPO 協会をふくむ複数の組織が参加して「新潟県災害ボランティア基金⁴²」を設置し、2011 年現在でも災害時への備えというかたちで寄付、募金の呼びかけを行っている。この基金の設立にあたっては福井のナホトカ号重油事故の災害処理にあたった NPO のノウハウ提供を受けた。また内閣府『都道府県防災部局対象アンケート調査結果』によると、新潟県中越地震に際して「福井県災害ボランティア活動基金」は資金協力もおこなった。コミュニティビジネスを支えるという視点でいうと、十日町市で廃校になった学校の改修事業に取り組んでいて、グリーンツーリズムの受け入れ等の拠点や体験農業の拠点となっている。

中越地震の翌年は雪の多い年であったが、雪かきを事業化しようということで、県外から観光ボランティアを募集して、ツアーを組んで事業化した。地域のお父さんたちに先生になってもらって、首都圏からやって来た人たちに地域の文化や雪かきを教えつつ謝金を発生させている。こうした雪かき事業を、長野県などでも「越後雪かき道場」として展開している⁴³。

新潟県の NPO と東日本大震災からの災害復旧・復興でいうと、災害支援活動を行う組織が新潟県内にもあり、中越地震と中越沖地震のときの蓄積があったので主に福島県に入っていく、緊急支援物資の輸送・配達などを手がけた。

中越地震のときには、山古志村が全村避難を経験することになったが、カフェを作って、食事を提供したりした。中越沖地震の際にも、商店街の維持や復興市の開催を支援した。

⁴¹ <http://www.nan-web.org/>

⁴² <http://www.nsv-net.jp/cat51/>

⁴³ 事務局を NPO 法人「中越防災フロンティア」 (<http://dojo.snow-rescue.net/>) に置くものの、会自体は民間の任意団体である。

【参考文献】

Cash For Work – Japan (2011) 「キャッシュ・フォー・ワーク (CFW) とは？」

『CFW-Japan's Official site』 (2011年7月31日取得,

<http://cfwjapan.com/home/aboutcfw>)

Florida, Richard, 2002, *The Rise of the creative class*, New York; Basic Books. (=2008, 井口典夫訳『クリエイティブ資本論 新たな経済階級の台頭』ダイヤモンド社)

「新しい公共」推進会議政府と市民セクター等との公契約等のあり方等に関する専門調査会 (2011) 『政府と市民セクターとの関係のあり方等に関する報告』

飯田泰之 (2011) 「ハーフボランティアとしての日本版 CFW」 (2011年7月5日取得, <http://synodos.livedoor.biz/archives/1725628.html>)

池田清 (2010) 「開発・成長型都市政策と貧困化」塩崎賢明・西川榮一・出口俊一編『大震災 15年と復興の備え』かもがわ出版

大月一弘・干川剛史・水野義之・石山文彦(1998)『情報ボランティア』NECクリエイティブ

株式会社七十七銀行 (2011) 「『石巻市産業連関表 (平成17年表) 推計調査結果』」および『東日本大震災に伴う石巻市の経済的被害に関する推計調査結果』について』
『77BANK NEWS LETTER』

経済産業省 (2008) 『ソーシャルビジネス研究会報告書』

—— (2010) 『平成21年度地域経済産業活性化対策調査 (ソーシャルビジネスの統計と制度的検討のための調査事業) 報告書』

—— (2011) 『ソーシャルビジネス推進研究会報告書 平成22年度地域新成長産業創出事業 (ソーシャルビジネス/コミュニティビジネス連携強化事業) 』

財団法人21世紀ヒューマンケア研究機構地域政策研究所 (2004) 『「被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究」報告書』

財務省 (2011) 『平成23年度補正予算の概要』 (2011年7月5日取得, http://www.mof.go.jp/budget/budger_workflow/budget/fy2011/sy230422/hosei230422c.pdf)

高梨成子 (2007) 「災害による生と死」大矢根淳・浦野正樹・田中淳・吉井博明編『災害社会学入門』弘文堂

谷本寛治編著 (2006) 『ソーシャル・エンタープライズ——社会的企業の台頭』中央経済

社

中小企業庁（2011）『2011年版中小企業白書』

独立行政法人中小企業基盤整備機構（2011）「ソーシャルビジネス調査② 社会起業家の起業過程から読み解く『新しい公共』とスモールビジネス」

内閣府（2011）『月例経済報告等に関する関係閣僚会議震災対応特別会合資料—東北地方太平洋沖地震のマクロ経済的影響の分析』（2011年7月19日取得,
<http://www5.cao.go.jp/keizai/bousai/pdf/keizaitekieikyoku.pdf>)

永松伸吾（2008）『減災政策論入門 —巨大災害リスクのガバナンスと市場経済』弘文堂

被災地 NGO 協働センター（2011）「東日本大震災・被災者の生きがい・しごとづくり—まけないぞう」（2011年8月10日取得,
<http://www.pure.ne.jp/~ngo/Makenaizou%20Leaflet%20JPN.pdf>)

西田亮介（2010）「社会問題の解決を収益事業化 『社会起業家』が日本を変える」『週刊エコノミスト』2010年6月22日号

福島県（2011）「がんばろう福島の企業!産業復旧・復興事業（新規創業支援事業）募集要領」

復興構想会議（2011）「復興への提言—悲惨のなかの希望」

千川剛史（2007）『災害とデジタル・ネットワークキング』青山社

村井雅清（2011）『災害ボランティアの心構え』ソフトバンククリエイティブ

<執筆>

中小企業基盤整備機構 経営支援情報センター リサーチャー 西田亮介



独立行政法人
中小企業基盤整備機構
経営支援情報センター

〒105 - 8453 東京都港区虎ノ門3 - 5 - 1 (虎ノ門37 森ビル)

電話 03 - 5470 - 1521 (直通)

URL <http://www.smrj.go.jp/keiei/chosa/>

本書の全体または一部を、無断で複写・複製することはできません。
転載等をされる場合は、上記までお問い合わせ下さい。