



経済同友会シンポジウム／NPO見本市（メッセ）

## ソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)と事業型NPO: 自立・成長・発展への課題、企業との連携を考える

経済同友会は昨年12月8日、NPO法人パブリックリソースセンターの後援を得て、「ソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)と事業型NPO」をテーマに、シンポジウムとNPO見本市(メッセ)を開催した。報告①では、企業との連携の観点を中心に主要な議論を紹介する。

「シンポジウム／NPO見本市(メッセ)」の開催は2007年5月に続き2回目で、今回のテーマは「ソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)と事業型NPO:自立・成長・発展への課題、企業との連携を考える」。シンポジウムには下記のパネリスト、モデレーターを迎え、見本市(メッセ)には42団体が出展した。当日は、企業セクターから約70名、NPO関係者約100名の参加があった。

NPO・社会起業推進委員会は2007年度より、民間主導社会における社会変革(ソーシャル・イノ

ベーション)の重要な担い手としての「事業型NPOや社会的企業」に焦点を当て、国内外の事業事例、ガバナンスと評価制度、企業のCSRとの関係など、いろいろな角度から検討を行ってきた(濱口敏行委員長、開会挨拶)。今回のシンポジウムは、「それらの総



合として社会的企業が抱える今日的課題を議論し、企業とソーシャル・エンタープライズ、NPOとの協力に貢献していきたい(同)とのねらいから企画された。

### パネリスト

- |        |                                  |
|--------|----------------------------------|
| 金子郁容氏  | 慶應義塾大学 政策・メディア研究科 委員長/教授         |
| 駒崎弘樹氏  | NPO法人フローレンス 代表理事                 |
| 佐野章二氏  | 有限会社ビッグイシュー日本 代表・CEO             |
| 胤森なお子氏 | ピープル・ツリー(フェアトレードカンパニー株式会社) 常務取締役 |
| 濱口敏行氏  | NPO・社会起業推進委員会 委員長(ヒゲタ醤油 取締役社長)   |

### モデレーター

- |       |                         |
|-------|-------------------------|
| 岸本幸子氏 | NPO法人パブリックリソースセンター 事務局長 |
|-------|-------------------------|



## 社会的企業と連携し、価値を提供することが“CSRによる価値創造”

NPO・社会起業推進委員会 委員長（ヒゲタ醤油 取締役社長） 濱口敏行氏

### 経済同友会の問題意識

資本主義の実践にとって、経済性と社会性・人間性をより高いレベルでトレード・オンさせていくことが、極めて重要な課題である。この課題の解決に向けては、フィランソロピー、CSRと並んで、社会的企業やNPOによる社会的課題への取り組みがある。

市場主義とグローバリゼーションが投げかけた問題は、従来の政治・経済の枠組みでは解決し得ず、もっと広い解決の枠組みが要請されている。ここにNPOや社会的企業等のサードセクターの果たすべき役割があり、大きな意味での市民社会の形成が今日の課題解決に不可欠だと考えている。

### パネル討議を受けて

社会的企業と一般企業では、経済性・社会性・人間性の価値のバランス、ステークホルダー間のバランスの取り方が違うと思う。そ

こを踏まえて、工夫しながら関係を築いていかなければならない。

CSRを社会貢献やコンプライアンス、環境といった狭い意味で捉える企業もまだまだ多い。だが、CSRとは哲学であり、経営そのものだと思う。そうした観点に立ち、CSRの中で企業とNPO、社会的企業の連携を考えることが重要だ。そして、連携の中から新しい価値を市場に提供することが、「CSRによる価値創造」になるのではないか。引き続き同友会内での問題提起を行っていきたい。

### Symposium report I



## NPOへの支援は資金面だけではない 企業の強みを活かした協同がある

NPO法人フローレンス 代表理事 駒崎弘樹氏

### NPO法人フローレンスについて

病児保育問題を知った駒崎氏が「子育てと仕事の両立が当たり前の社会」を目指して設立。病児を医師に診せ、保護者が帰宅するまで家で預かるという、特殊なベビーシッターサービスを都内で展開している。NPO認証の取得は2004年。2005年4月からは江東区、中央区で全国初の「保険的病児保育サポートシステム」を開始した。駒崎氏は、自らが経営するITベンチャーを退社して取り組んでいる事業で、「人から感謝される仕事がしたかった」と語る。

社会には病児保育というセーフティネットも必要だが、同時に、子どもが病気の時に安心して休める職場にしていくことも大事だ。そこで、主に中小企業を対象に、お金をかけずにワーク・ライフ・バランスを実現するためのコンサルティングを行っている。また、病児保育の問題を広く社会に訴え

ていこうと、ソーシャル・プロモーション事業にも力を入れている。

NPOをめぐる金融事情には大変厳しいものがあるが、シブサワ・アンド・カンパニーや経済産業省が新しいスキームを立ち上げるなど、明らかに風向きは変わりつつあり希望を感じている。

ただ、NPOへの支援はお金と

は限らない。フローレンスは民間企業から無償でコンサルティングやコーチングを受け、自分たちのビジネスモデルを革新することができたが、そこは互いの学び合いの場になったと思う。企業は自らの強みを使って支援する方法があるし、社会的企業とのいろいろな協同のやり方があると思う。

# 社員が個人として社会に責任を持ち 社会に貢献するのが究極のCSRだ

有限会社ビッグイシュー日本 代表・CEO 佐野章二氏



## 有限会社ビッグイシュー日本について

「ホームレスの人々に救済ではなく仕事を提供すること」を目的に、ホームレスの人々に路上で雑誌を販売してもらい、売上げの50%以上を彼らの収入とすることで自助・自立を促している。『ビッグイシュー日本版』は2003年9月創刊で、現在は月2回刊。5年間の累計でホームレスである販売者に約3億2200万円の収入を提供した。「事業を拡大することが多くのホームレスを救うことになるのであり、事業性を第一に考え、あえてビジネスカンパニーにしている」(佐野氏)

企業の方々には、次の3つのごとを申し上げたい。

第一に、事業型NPOも社会的企業も使える、社会を良くしていくための活動の担い手を応援するようなソーシャル・ファンドを、自分たちも参加するという立場から是非考えていただきたい。

豊かな市民社会というものは、

誰かが作ってくれるものではなく自分たちで作っていくものだ。そのために、企業、NPO、ソーシャル・エンタープライズによるコラボレーションの事例を、数え切れないくらい一緒に作っていきましょうと呼び掛けていきたい。これが2点目だ。

究極のCSRとは「ISR」ではな

いか。「I」とはIndividual、すなわち個人のことで、個人が社会に責任を持ち個人が社会貢献していく形だ。そこへ至るプロセスとして、企業が社会のボランティアな活動を許容していくことも大事になる。CSRのプログラム作りも重要だが、3点目として、こうした発想の転換もお願いしたい。

## Symposium report I

# 商品を買ってもらうだけではない win-winの関係が築けると感じる

ピープル・ツリー(フェアトレードカンパニー株式会社) 常務取締役 胤森なお子氏



## ピープル・ツリー(フェアトレードカンパニー株式会社)について

「フェアトレード」とは、途上国の貧困に苦しむ人々にモノを生産してもらい、それを正当な対価で購入、販売する事業を通じ、雇用を創出していこうという途上国支援の取り組み。欧米では40~50年の歴史があり、一種の社会運動として草の根的に広がった。フェアトレードカンパニーは、18年前に来日した英国人夫妻がボランティアで活動を始め、1995年に法人化した。ピープル・ツリーは同社が展開するフェアトレード専門ブランド。

「フェアトレード」の商品は、この事業を理解してくれる個人に支持されて販売されてきたが、今はビジネス・パートナーとして一般企業にも受け入れられるようになってきた。2007年からは大手百貨店にも扱ってもらっているが、従来の商品が百貨店側の求めるレベルに達していないこともあ

り、商品開発のスキルアップの面などで勉強の機会にもなっている。一方、なかなかモノが売れない中、「フェアトレード」そのものの付加価値を企業側が求めているという側面もある。売ってもらうだけではない、win-winの関係が築けるのではないかと感じる。

愛知県のある企業は、社員の満

足度を高めるための施策として、社員が社会的意義のある活動を行う—その中にフェアトレード商品の購入も含まれる—と、それを会社が評価し、評価ポイントに応じて品物に交換できるとか、会社がNPOに寄付するといった制度を導入した。企業とNPOが良い関係を築ける余地はまだまだある。



## 社会とつながる満足感を社会の一人ひとりが感じられる機会を

慶應義塾大学 政策・メディア研究科 委員長／教授 金子郁容氏

社会的企業とは、社会的リターン（社会的にどのくらいのことをしたのか）と経済的リターンの両方「ダブルボトムライン」を意識して目指す事業体だ。昔の日本では、「稼ぎと務め」（例えば、夜回りや祭りでの働きもやること）である。両立させるにはアイデアと実行が大事で、また、皆

に使ってもらう社会的仕組みを作っていくことが重要だ。

一般企業の場合は、市場に商品・サービスを提供し、お客さまだけでなく広く社会全般とつながりを持っていくことが重要だ。その際、「企業としての人格」に対する支持を広げていく工夫も大事になってくる。

企業経営者、管理職の皆さんにお願いしたいのは、社員一人ひとりが社会とつながっているという満足感を得られるような機会を設けてほしいということだ。社員の

方々には、身近なところから社会とのつながりを考えるようにしてほしいと思う。ある携帯電話会社の社員は、大量に廃棄されてしまうマニュアルのリサイクルをNPOと連携して始めたという。マニュアルの運搬に企業の車両を使うことで、企業も協力している。

社会とのつながりのきっかけは、身近なところにいくらでもある。それに気づき、ネットワークを構築していくことで、しっかりとしたつながりのある日本社会にしていける必要があると思う。

### Symposium report I



## 社会の役に立つ喜びを多くの人に

<モデレーター>NPO法人パブリックリソースセンター 事務局長 岸本幸子氏

誰かの役に立てるということを実感できることは、大きな喜びと

なる。社会的企業家と企業が結びつけば、商品売ること、サービスを利用すること、社会貢献活動に関わることを通じて、お客さまや従業員や広く社会の人々に、社会の役に立てる実感と喜びを届け

ることができるのだと思う。

NPO法人パブリックリソースセンターはオンライン寄付サイトを運営しているが、市民の力を有効に活かす社会企業家への投資として参画いただければうれしい。

## NPO見本市（メッセ）

42のNPO、社会的企業がブースを出展  
経営者、CSR担当者との交流を図った

シンポジウム終了後には「NPO・社会的企業見本市（メッセ）」が開かれた。この見本市（メッセ）には、NPO・社会起業推進委員会の関係団体とパブリックリソースセンターのオンライン寄付サイト「ガンバNPO」<sup>(注)</sup>登録団体から、42の団体がブースを出展した（ブース出展できなかった、その他のガンバNPO登



録団体については、参加者に事業内容等を紹介する資料が配付された。見本市（メッセ）は、企業経営者・企業のCSR担当者和社会企業家・NPO関係者とのコミュニケーションとネットワーク構築の場として用意された。和やかな雰囲気の中、約2時間にわたり情報、意見の交換、歓談が行われた。

(注) パブリックリソースセンターが運営するオンライン寄付サイトは、2008年12月15日より、システムがグレードアップして「Give One」となった。