

陸前高田の復興・未来創造と ソーシャル・ビジネスの可能性

2011年度NPO社会起業推進プロジェクト・チーム(野田智義委員長)による講演会が行われた。今回は、岩手県陸前高田市で復興に取り組む地元企業の田村満氏(高田自動車学校 取締役社長)が、その取り組み内容と展望・課題を語った。続いて、藤田和芳氏(ソーシャルビジネス・ネットワーク 代表理事)が復興における企業とNPOの連携、ソーシャル・ビジネスの可能性について語った。



田村 満氏

高田自動車学校 取締役社長
なつかしい未来創造 取締役社長

復興は地元企業の力で

われわれは地域に根差した企業で、地域なしには存在できない。自動車学校という事業は地域の18歳人口に左右されるため、地域外からの集客を考えてグリーンツーリズム融合型の自動車学校を目指してきた。しかし、1955年の市制施行時には35,000人以上だった陸前高田の人口は、震災前には24,000人、震災後はさらに減っている。われわれとしても、地域への恩返しの視点から、どう過疎化を防ぐか考えていきたい。

復興に向けて、市と住民の話し合いが始まった。市は12.5mの防潮堤を建設し、陸前高田駅までの区域を5mかさ上げして、10年かけてまちをつくるという計画を示した。しかし、仮設住宅に住んでいる住民の最大の関心事は、被災した土地を誰がいくらで買ってくれるのか、仮設を出て自分の家が持てるのはいつになるか、ということだ。それに対し「10年待て」というのは住民の望みとの乖離を感じるし、住民の落胆は濃い。このままでは、働く意思のある住民や立ち上がる意思のある企業が、まちを出て行かざるを得なくなり、ますます過疎化が進行してしまう。

地域の人たちの将来への希望をつくることは行政にはできない、民間が自らやるしかないと考え、地元の経営者たちと「なつかしい未来創造株式会社」を立ち上げた。

自然と共生し、子どもたちの 心を育てる事業を

「なつかしい未来創造株式会社」は、1000年先の子どもたちのために私た

ちができることは何かを考え、新たな産業を生み出し雇用を作り出すことを目的にしている。事業としては「自然資本タウン事業」「なつかしい未来商店街事業」「伝統技術革新事業」「ICT事業」「けせん社会企業家育成事業」などがある。

例えば来年2月までに宿泊施設を建てる計画がある。現在、宿泊施設が非常に不足しており、復興にかかわる人たちは皆、盛岡など内陸から通ってきている。地形をうまく活用して高台に地元の素材と技を活かしたロッジ村をつくり、風力など自然エネルギーによる電力自立型のまちをつくる。将来的にはロッジの販売も考える。単に宿泊場所を確保するのではなく、復興のモデルになるような事業としたい。

防潮堤の建設といった発想は人間のおごりではないか。そろそろ自然の力を認めて、それを受け入れ、共生する方向でまちづくりも考えていかなくてはならない。

最近思うこと

政府は失業保険の給付の180日延長を決めたが、国の政策として疑問だ。今、地元では求人に対して求職者があまり集まらない。失業保険を直接失業者に出す代わりに、雇用を守った企業に無利息・無担保・無保証で3年貸し出せば、雇用は維持されるし、経営者と従業員が一緒になって企業再生に取り組める。金は3年後に償還されるから捨て金にならない。国にプールして、また災害があったときに企業等に貸し出せばよい。

全国から被災地にさまざまな支援と励ましが届いており、これによって子どもたちに感謝や助け合いの気持ち、温かい心が育ってきていると思う。これをもっと育てていきたい。子どもたちのこうした気持ちを波及させ、世界にも発信できると思う。ぜひ皆さんにも考えていただいて、国家プロジェクトとして取り組んでくれたらうれしい。



藤田 和芳 氏

ソーシャルビジネス・ネットワーク
代表理事
大地を守る会 取締役社長

「ソーシャル・ビジネス」 としての大地を守る会

大地を守る会は1975年に市民運動からスタートした。今に至るまで、農薬問題に始まり、環境問題、チェルノブイリ以降の脱原発、地球温暖化防止などに取り組む「運動体」としての側面を持ち続けている。同時に、一方では安全な有機農産品等を都市の消費者に届ける事業をメインにする株式会社でもある。農家と消費者による会員制で、生産農家は全国2,500人。宅配会員96,000世帯、非会員のウェブストア利用者45,000人に農産物を提供している。この両方の側面が活動の両輪となっていて、定款でも、「社会的企業」として存在することを宣言した。

NPOやNGOなどの市民運動は理想

や理念を高く掲げることができるが、一方で生活現場から離れていく傾向がある。株式会社はその弱点を十分補うことができるのだが、往々にして株主第一、利益第一に走ってしまう。この双方の長所・短所を補い合おうと両者を「合併」させることにした。「社会的企業」とはいわば、理念・理想を追求すると同時に、経済的な責任も果たす事業体であり、大きな転換になった。

従来の社会運動は、例えば農家に「農薬を使うな」と説得するなどの批判型だったが、無農薬でも形や見た目の悪い野菜を誰が買うのかという課題に答え、農家の生活を保証しなくては問題の解決にはならない。農薬を使わずに済む解決策をビジネス手法で提供する。これがソーシャル・ビジネスの方法だ。1995年の阪神・淡路大震災は、ボランティア元年と言われるが、東日本大震災は外からの支援よりも事業・雇用創出が切実に必要とされている。そのため、社会的課題の解決を図ることで、事業・雇用をつくる「ソーシャル・ビジネス」が有効であり、今年は、その「元年」としたい。

ものを通じて 情報を流すという手法

ソーシャルビジネス・ネットワーク

は昨年3月、一般社団の経済団体として設立した。社会貢献や社会的責任に積極的な約170の大中小企業とNPOなどの団体が加盟し、社会的課題にどのようにかわるかについて、情報交換をしながら新しい経済のあり方やビジネスモデルを考えていこうとしている。

設立直前に震災があったため陸前高田など東北とのつながりを強め、復興モデルを作っていくことになった。

大地を守る会が扱う農産物商品の97%は国産だが、一部海外のフェアトレード商品も扱っている。東ティモールのコーヒーを販売することを通じて、日本の消費者に現地のことを知ってもらう、接点をつくる、パレスチナ産のオリーブ油の売り上げの一部を現地の支援に回すといった取り組みである。

また、日韓の生協にも呼び掛け、「互恵のためのアジア民衆基金」も設立した。エビやバナナの売り上げの一部で基金をつくり、途上国で自立を目指す人々へのマイクロファイナンスに充てている。このように「ものを通じて情報を流す」ことで自立を促す手法は、東北の復興に向けたファンドをどうつくるかという課題にも役立つと思う。これを応用しながら大手企業の力も借りし、ソーシャル・ビジネスとして企業の役割を考えていきたい。

質疑応答

質問 東京にいる経営者が参画するための具体的なイメージはあるか。

田村 例えば、自然エネルギー・ビジネスをどう実現していくかといった、アイデアをいただきたい。また地元で人材が育っていない。当社は有機農業も行っているが、作物を作ることはできてマネジメントや販売のノウハウがない。外からいろいろな人にアドバイスをいただくことが重要だ。

藤田 第一次産業で言えばどう農産物を買ひ、加工業者とどうかわるかなど、いろいろなビジネスの手法がある

と思う。ある企業はワゴン車で移動図書館を行い、そこに小さな雇用をつくっている。昼食サービスを事業として考えている企業もある。こうしたアイデアが欲しい。

質問 ソーシャル・ビジネスは理想的だとは思いますが、小さな事業者が多数でできることで、日本の競争力が保てるのか。どう大きくなり、雇用が生まれていくのか。

藤田 既存の企業のかかり方としては、ファイナンスを通じて社会的企業を育てる考え方がある。また、皆が100%で競争し、相手を追い落とすよりは、利益を上げながらも80%くら

いの出力で持続可能な経営のあり方を考えることも必要ではないか。

質問 農業や水産業をどのように高度化・六次産業化していくのか。

田村 陸前高田は水産と農業と観光の町だったが、それぞれが変わっていくべき時だと思う。観光については体験型で、防災や被災地の文化観光を進めていく必要がある。大船渡では防波堤が壊れ、海水が流入したことでカキの生育が早いといった話も聞かすが、やめる人もいれば、元気な人もいて過渡期である。放射能の問題で農の安全が脅かされているので、野菜工場が必要なのではないかと考えている。