

社会的起業のシミュレーションをもとにした アクティブ・ラーニングの試み

田嶋 英行*

本稿では、社会的起業のシミュレーションをもとにしたアクティブ・ラーニングの試みについて考察をおこなっている。現在のところ大学教育については、学生の主体性をもとに、さまざまな人びとと協力して問題を発見し、さらにはそれを解決していく能動的な学修（学習）、すなわちアクティブ・ラーニングが求められている。一方で社会福祉の実践領域では、いわゆる「イコール・フットイング」の観点から、従来の社会福祉法人等にも、現状を維持するだけでなく、新しいアイデアをもとに、新たな価値を創造し、よりイノベティブ（革新的）なサービスを提供し、社会に貢献していくことが求められている。これらの観点から筆者は、これからの社会福祉実践を担う学生（ゼミ生）に対して、社会的起業のシミュレーションをもとに、個々の学生自身がそもそもどのような社会的問題に関心があり、さらにその問題について、どのような「革新（イノベーション）」を起こすことが可能なのか、実際に検討をおこなってもらった。その結果として、そもそも自分が持っている問題意識や関心と密接にリンクしたビジネスモデルが提示されることになった。もちろん実際に、より現実的な事業案にするためには、「損益計算書（P/L）」や「貸借対照表（B/S）」等によってさらに検討を重ねる必要があるが、筆者自身は今後も、起業マインドを醸成するアクティブ・ラーニングとして、さらなる展開を試みていきたい。

Key Words：社会的起業、アクティブ・ラーニング、イノベーション、演習、ビジネスモデル

1. はじめに

本稿は、社会的起業のシミュレーションをもとにしたアクティブ・ラーニングの試みについて、考察をおこなうものである。またその試み自体は、筆者が昨年度（2015年度）、自身の3年次ゼミ（研究法演習）においておこなったものである。ここでまず述べるのは、1) アクティブ・ラーニングおよび2) 社会的起業、以上2点についてである。そもそも3年次のゼミは、4年次でおこなう卒業論文作成の予備的作業をおこなうものであるが、筆者自身がこれまで率直に感じてきたのは、論文

テーマ設定の難しさである。もちろん学生は20歳そこそこの年齢であり、したがって当然のことながら、自分がはたしてどのようなことに関心があるのか、なかなかイメージできないというもの、当然のこととは思ふ。一方で、そのようなモラトリアム状態をいつまでも続けているわけにはいかないということも、また事実である。何らかの決断をくだし、具体的に、将来を設計していくことが求められるのである。

さらに現在、高校教育、大学教育、大学入学者選抜（大学入試）の一体的な改革が進められている。中央教育審議会（中教審）は2014年12月に「答申」を出しているが、そのなかでもとりわけ

*人間学部人間福祉学科

大学教育については、「学生が主体性を持って多様な人々と協力して問題を発見し解を見いだして能動的学修」（中央教育審議会 2014：3）をおこなっていくことの必要性が強調されている。つまり、「アクティブ・ラーニング」（中央教育審議会 2014：3）が求められている、のである。さらに同答申は、このアクティブ・ラーニングへの転換について、以下のように述べている（中央教育審議会 2014：20）。

特に、少人数のチームワーク、集団討論、反転授業、実のある留学や単なる職場体験に終わらないインターンシップ等の学外の学修プログラムなどの教育方法を実践する。

このようにこれからの大学教育は、あくまで学生自身の能動的な学習（学修）を前提に進められるべきと考えられるが、それは卒業論文作成についても同様であろう。とりわけ筆者の所属する社会福祉士養成課程では、人権にまつわる社会的問題の解決を目指すソーシャルワーク専門職の養成をおこなっており、したがって卒業論文の作成も、原則的に、その解決に関連するテーマに沿っておこなわれる必要がある。

また現在の社会福祉の実践領域においては、高齢者領域において介護保険制度が開始された頃から、いわゆる「イコール・フッティング」の議論がなされつつある。これは民業圧迫という観点から、社会福祉法人に対する税の減免や補助金等の優遇措置に焦点を当てたものである。さらに最近では、社会福祉法人が優遇措置に見合う役割をはたしていない、という批判がなされるようになってきている。大塚武則によれば、「なぜ社会福祉法人が必要かという点において、制度創設の趣旨にさかのぼっても、現時点における説得力のあるものはない」（大塚 2013：32）のであり、さらに「高齢者、障害者への介護・福祉サービスが、多様なサービス主体に認められるなかで、社会福祉法人そのものの存在意義が問われるようになってきている」（大塚 2013：33）という。かつては、地方公共団体や国以外で福祉サービスを提供するのは、「基本的に社会福祉法人に限定されていた」

（大塚 2013：32）ため、このような疑念が生じることはなかったが、現在となつてはそのようなことが生じるのは、まさに必然である。

したがって社会福祉法人が今後も、「税の減免や補助金等の優遇措置」の恩恵に浴し続けるのであれば、少なくとも、民間の同業他社よりも優遇されている分については、当然のことながら、社会に還元することが求められてくる。そしてそれは具体的には、価値を創出し、社会に貢献するということを意味している。それはまた、「現在のサービスや商品を繰り返し効率的に提供するだけでなく、新しいアイデアに基づいて、新たな価値を創造し、革新（イノベーション）を起こす」（藤井 2013：15）必要がある、と考えられるのである。

しかし現在の社会福祉士養成課程では、先にも述べたように、これまで福祉サービスの提供が「基本的に社会福祉法人に限定されていた」ことから、「革新（イノベーション）を起こす」という点については、残念ながら充分な言及があるとはいえない。それ自体が、長い間、必ずしも求められて来なかったのである。たしかにソーシャルワークの観点から、「社会資源開発の展開」が述べられている（福富 2015：120-121）が、具体的な方法までは、必ずしも詳述されているわけではない。

現在のところ、社会福祉実践の領域とはいえないものの、共有されている問題意識が近似している分野として、ソーシャルビジネスが挙げられる。これは、社会性、事業性、革新性の3つを備えた主体（ソーシャルビジネス研究会 2008:3）として捉えられるものである。まず「社会性」は、「現在解決が求められている社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとする」（ソーシャルビジネス研究会 2008：3）というものである。つぎに「事業性」は、さきの「社会性」の「ミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと」（ソーシャルビジネス研究会 2008：3）である。さらに「革新性」は、「新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること」（ソーシャルビジネス研究会 2008：3）であり、そしてそれによって「その活動が社会に広がるこ

とを通して、新しい社会的価値を創出すること」(ソーシャルビジネス研究会 2008 : 3)である。またこのソーシャルビジネスについて端的にいうならば、ビジネスの手法を用いて社会的問題を解決するもの、として表現できるであろう。もちろんここでいう社会的問題には、いわゆる社会福祉実践の領域のものだけでなく、環境問題など、多種多様なトピックが含まれることになる。このソーシャルビジネスの設立については、別途、社会的起業(ソーシャル・アントルプレナー)といふことが可能である。そしてこの社会的起業こそ、まさに「新しいアイデアに基づいて、新たな価値を創造し、革新(イノベーション)を起こす」プロセスそのものに他ならない、と考えられるのである。

筆者は、これからの社会福祉実践を担う学生(ゼミ生)に対して、社会的起業のシミュレーションをもとにしたアクティブ・ラーニングを展開することで、個々の学生自身がそもそもどのような社会的問題に関心があり、さらにその問題について、どのような「革新(イノベーション)」を起こすことが可能なのか、実際に検討をおこなってもらった。それによって長期的には自身の将来設計に、短期的には卒業論文のテーマ設定に役立ててもらおうとした¹⁾。以下、まずソーシャルビジネスおよび社会的起業の概要について述べ、さらに学生自身のビジネスモデルについて考察をおこなっていく。なお社会的起業の具体的な方法は、中村大作による見解(中村 2012a : 2012b)をもとに、筆者が再構成したものである。

2. 問題意識と革新(イノベーション)、そしてミッション

Peter Drucker は、イノベーションについて、以下のように述べている(Drucker = 2015 : 7)。

企業家はイノベーションを行う。イノベーションは企業家に特有の道具である。イノベーションは富を創造する能力を資源に与える。それどころか、イノベーションが資源を創造する。

ここでいう「富」については、ソーシャルビジ

ネスや社会的起業では、あくまで社会的に共有されるべきものであり、一部の富裕層が蓄積するようなものではない。たとえば「子ども食堂」というアイデアは、食事を一人きりでとるのではなく、多くの同じ状況にある他者と一緒に食べるという、まさに「革新(イノベーション)」であったと考えられる。ここでの「富」はお金のような形態というよりは、むしろ子どもたちが「ごはんを一人ではなく、誰かと一緒に食べた」という体験として、その地域内に経験知として蓄積されていくのである。またこの「革新(イノベーション)」は、新たなビジネスモデルとして、もともとこのような資源がなかった地域にも、拡散・伝播していくことになる²⁾。

ソーシャルビジネスや社会的起業について考えた場合、社会的問題についての深い関心(問題意識)や、その問題を解決しなければならないというミッション(使命)が求められてくる。まず、なぜ自分がその事業をおこなわなければならないのか理由を明確化する、ということが必要になる。つまりその想いの強さこそが、延いてはより革新的(イノベティブ)な事業の創出へとつながっていく、と考えられるのである。

中村によれば、社会的起業をおこなう際には、「自分らしさと社会貢献を重ね合わせる」(中村 2012b : 189)ことが重要になってくるという。自分にとっての「原体験」(中村 2012b : 191)こそが、まさに問われてくるのである。「なぜあなたがその仕事をしなければならないのか。」「なぜあなたでなければその仕事をなし得ないのか。」これらのことはそもそも、じつは起業家のみならず、職業人であれば常に問うていかなければならない、普遍的事由であるといえるであろう。これまで仕事は生活のために義務的に仕方なくおこなわれる、いわば「暗部」であり、「私(家族や自分・プライベート)のすべてを犠牲にする『滅私奉公』の考え方も、日本人的な美徳として重宝されてきた」(中村 2012b : 190)が、もし自分にとっての「原体験」と「仕事」が一致しているならば、「活私奉公」(中村 2012b : 191)が可能になってくる。つまり、「社会(会社)のために仕事をすることが自分のためになる。自分の成長のために仕事

をすることが社会（会社）のためになる」（中村 2012b：191）のである。ソーシャルビジネスや社会的起業においては、それが自分の「原体験」に沿ったものであるならば、原理的に「自分」と「仕事」の距離が近いはずであり、結果として、このような「活私奉公」が可能になってくるはずである。そしてこのときまさに、「ミッション（使命）」にもとづいた仕事が成立することになる。

3. ミッションの特化とテーマ限定型ソーシャルビジネス

いわゆる「宮仕え」の身であると、日ごろなぜ自分がその仕事をしているのか、分からなくなること多い。「振られた仕事をこなして、給料を貰う。」ほとんどの人がこのような働き方をしているというのが、実際であろう。「なぜあなたがその仕事をしなければならないのか。」「なぜあなたでなければその仕事をなし得ないのか。」これらの問いに明快に答えられる人が、はたしてどれだけいるであろうか。

ただしそうであるからといって、ミッションにもとづいた働き方が、必ずしも不可能というわけでもない³⁾。実際にそれを前面に掲げるソーシャルビジネスの一例として、認定NPO法人「かものはしプロジェクト」が挙げられる。ここは児童売買の根絶をミッションに掲げる団体であり、創業者メンバーの1人である村田早耶香が大学生のとき、東南アジアで児童買春の被害者と出会ったことをきっかけに、その「被害に遭い、未来を選べない子どもたちを一人でも救いたい」（村田 2009：11）という想いを抱くようになり、2002年に他の大学生2人とともに起業したものである。とりわけこの問題が深刻であったカンボジアで活動を始め、現在のところ、1) 全ての子どもが強制的に売られないようにする、2) 子どもが売られてしまう問題を解決するため、社会を根本的に変え、その効果が持続する取り組みをおこなっていく、3) 支援する／されるという関係性を超えて、活動に関わる全ての人が学び、成長し、幸せになれるようにする、以上3つのポリシー（ミッション）をもとに事業を展開してきている（かものはしプロジェクト 2016 a）。活動資金は、

基本的に会費や寄付によって賄われている⁴⁾。またこの団体は、児童売買の根絶という明確なポリシー（ミッション）を掲げており、現在のところ、地元の警察と連携したり、さらにその背景にある貧困を解決しない限りこの問題自体が解決しないことから、地産品を製造するコミュニティファクトリーを開設・運営したりしているものの、基本的に、児童売買やその背景にある「児童買春の問題に特化したプロフェッショナルな組織」（村田 2009：229）であろう、としているところに特徴がある。つまり他の問題については、他の団体にお任せする、というスタンスをとっているともいえるのである。いわばそれは、「テーマ限定型」のソーシャルビジネスもしくは社会的起業の一例である、と考えられるのである。

このようないわゆる「テーマ限定型」のソーシャルビジネスは、ソーシャルビジネスと類似した概念であるコミュニティビジネスとは異なるものである、といえる。コミュニティビジネスは、従来からの地域の社会的課題を解決しようとするもので、したがってそこには、「活動領域や解決すべき社会的課題についての地理的範囲が存在」（ソーシャルビジネス研究会 2008：4）している。あえていうならば、コミュニティビジネスは地域性をテーマにしたソーシャルビジネス、ともいえるのである。「テーマ限定型」の場合は、そのテーマ（たとえば、児童売買の根絶）に関わってくるのであれば、国内外問わず、活動の場を拡げていくのである。

4. ミッションを遂行するために、どのような行動をとるのか

先に述べたようにソーシャルビジネスや社会的起業においては、自らが打ち立てたミッションを遂行することが求められる。つぎに、組織として具体的にどのような行動をとればよいのか、明らかにしていかなければならない。中村によれば、ソーシャルビジネスを起業する際には、以下の4つがまさに鍵となってくるという（中村 2012b：189）。

1)理想の社会は①な社会である。

- 2)でも、現状は⑥である。
- 3)理想と現実との差の原因は、③だからである。
- 4)だから私は、④という行動をとる。

まず1)と2)についてであるが、本来的には、⑥は④でなければならないのであり、したがって前者(⑥)を後者の状態(④)にする必要性、すなわちニーズがある、と規定し得ることになる。しかし実際にはそうなっておらず、そしてその理由としては3)の③が挙げられる。つまり起業家としては、ここに働きかけることが求められてくるのであり、したがって4)の④というアクションをおこしていく、ということになるのである。ソーシャルビジネスを立ち上げる際には、まさに、この④の内容を考えていかなければならない。

たとえば、先に挙げた「かものはしプロジェクト」の場合であれば、1)理想の社会は④児童売買(児童買春)のない社会であるが、しかしながら、2)現状は残念ながら⑥児童売買(児童買春)が存在している。3)理想と現実との差は、③現地に貧困が蔓延しているからであり、4)だから④現地の警察等と連携しながら児童売買を抑止しつつ、コミュニティファクトリーを開設・運営していく、というようになるであろう。このような整理をおこなうことで、具体的な事業内容が、より明確になるのである。

さらに④の内容を実行していくには、以下に表されるように、ステークホルダー間において「Win-Winの関係性」を構築していくことが求められる。

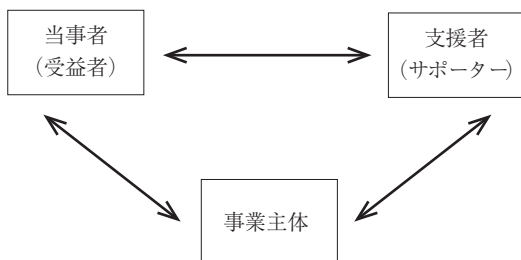


図1 ステークホルダー間における Win-Win 関係の構築

ソーシャルビジネスの対象となる当事者(受益者)は、そもそも、ものやサービスの対価を払うことが困難な状況にあることが多い。つまり自分で直接、民間企業から必要なものやサービスを購入することが難しい場合が多い、と考えられるのである。したがって行政には、公的な財源によって対応することが求められてくるのであるが、一方でそれもまた、実際には財政難によって必ずしも充分でなかったりする。そこで事業主体として起業家は、支援者(サポーター)をも巻き込んだ新たな「ビジネスモデル」を開発(発明)することで、民間企業の論理にも、行政によるそれにも頼らない方法によって、自らのミッションを達成していこうとするのである。

たとえば、ホームレスの自立支援を展開する「ビッグイシュー日本」では、定価 350 円の雑誌「ビッグイシュー日本版」をホームレスである販売者が路上で売り、170 円は仕入れ値として「ビッグイシュー日本」本体に支払い、180 円が彼らの収入になる、という仕組みを構築している。最初の 10 冊を無料で販売者に提供し、その売り上げ(3,500 円)を元手に、以降は 1 冊 170 円で仕入れてもらっているのである(ビッグイシュー日本 2016)。それ以降は 170 円で仕入れ、350 円で販売していく、という作業を繰り返していく。筆者も実際に町中でこの雑誌を購入したことがあるが、その際販売者がホームレス状態にあるとはまったく思えないほど、身ざれいな様子であったことを覚えている。なおこの雑誌は書店では買えず、あくまで「販売者」からしか購入することができない。このビジネスモデルの特徴は、ホームレスを救済の対象ではなく、あくまで、ビジネスパートナーと位置づけているところにある。販売者は、自立生活の目処がついたところでこの仕事を卒業し、アパートを借りて通常の仕事に就いていく。実際にこれまで「累計 593 万冊、ホームレスの人に 8 億 3492 万円の収入」(ビッグイシュー日本 2016)をもたらしたという。

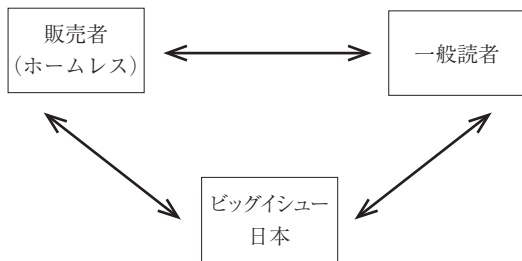


図2 ビッグイシューにおける Win-Win の関係性

ここでステークホルダーの関係性についてみた場合、販売者はホームレス状態から抜け出し、自立した生活が可能になるという点で利点があり、「ビッグイシュー日本」も、自らのミッションを達成できるという点で同様にメリットがある。さらに一般読者も、書店では買えない「内容の濃い雑誌」を買うことができることや、雑誌を買うという行為自体によって自らがホームレスの自立支援に貢献できる、というメリットがある。つまりこれら3者間には、「三方よし」の関係性が形成されていると考えられるのである。

もう一つ、事例を挙げてみたい。「ダイアログ・イン・ザ・ダーク」である。これは、日常生活のさまざまな事柄を完全な暗闇のなかで、聴覚や触覚など、視覚以外の感覚を使って体験するワークショップである。いわゆるブラインドウォークを、エンタテインメント化したものである。

これまで「全世界 39 カ国、130 都市以上で開催され、2015 年現在で 800 万人を超える人々が体験」（ダイアログ・イン・ザ・ダーク 2016）しており、日本では 1999 年に初めて開催され、これまで「約 17 万人以上が体験」（ダイアログ・イン・ザ・ダーク 2016）している。

ここでのポイントは、視覚障害者が暗闇の空間内で一般参加者のアテンド役を務める、というところにある。つまり参加者がこのワークショップに参加することが、すなわち障害者の就労支援に直結する、のである。通常であれば視覚障害者は弱い立場にあるが、いわゆる晴眼者がいったん真っ暗闇の世界に入ると、アテンド役である彼女らのヘルプなしには、一歩たりとも前に進めなくなる。ここではまさに、「立場の逆転」がみ

られるのである。

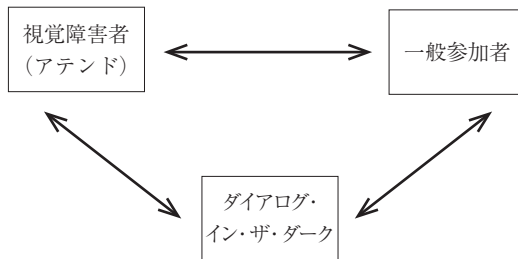


図3 ダイアログ・イン・ザ・ダークにおける Win-Win の関係性

ここでもステークホルダー間の関係性をみていくと、視覚障害者はアテンド役を務めることによって、より多くの収入を得られるようになることから、それによって精神的にも経済的にもより自立した生活が可能になり、「ダイアログ・イン・ザ・ダーク」も自らのミッションを達成することができる。さらに一般参加者も、純粋にエンタテインメントとして楽しむこともできるし、また暗闇の世界では、普段の生活では過剰に依存しがちな視覚情報がまったく入ってこないため、聴覚や触覚、とりわけ他者の導きのありがたさを実感することが可能である。このようにやはり、これら3者間には、「三方よし」の関係性が形成されていると考えられるのである。

5. クラウドファンディングとソーシャルインパクトボンド (SIB)

これまでソーシャルビジネスにおける2つの事例、すなわち「ビッグイシュー日本」と「ダイアログ・イン・ザ・ダーク」についてみてきたが、それら両者には読者と一般参加者という、より具体的な支援者（サポーター）の存在があった。しかし現在では、この「支援者（サポーター）」はより多様な形態がある。その例として、「クラウドファンディング」と「ソーシャルインパクトボンド」の2つについてみていく。

ここでいう「クラウドファンディング」とは、必ずしもソーシャルビジネスや社会的起業特有の方法ではないが、起業家が新たに資金を獲得する

1つの方法として、定着しつつある。それはすなわち、「クラウド（Crowd）＝大衆」からの「ファンディング（Funding）＝資金調達」、つまり「銀行や投資家など金融の専門家ではない、一般の人々から集める資金調達手法」（山本 2014：16）のことを意味している。このような手法は、これまでも多様な形態でおこなわれてきているが⁵⁾、昨今のインターネットの普及によって、いわゆる「プラットフォーム」と呼ばれるウェブサイトを紹介しておこなわれるようになり、急速な進展が見られる⁶⁾。

また山本純子によれば、この「クラウドファンディング」は、資金提唱者に対してリワード（リターン・特典）のタイプによって、以下のように分けられるという（山本 2014：40）。

- ①寄付型：資金提供者へのリワードはなし
- ②購入型：資金提供者は金銭以外のリワード（モノ・サービス）を受け取る
- ③株式型：資金提供者は株式を受け取る
- ④融資型：資金提供者は元本と利子を受け取る
- ⑤投資型：資金提供者は利益のなかから配分を受け取る

このように、完全なる寄付型だけでなく、何らかのリターンを期待できるタイプも存在している。この「クラウドファンディング」を、先にみたステークホルダー間における「Win-Winの関係性」という観点でみた場合、以下の図のようになると考えられる。

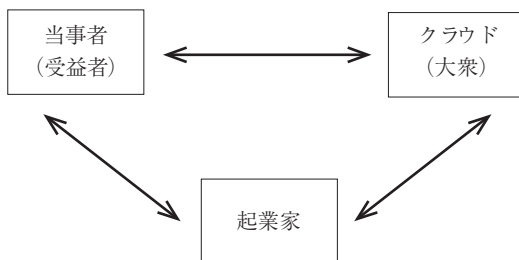


図4 クラウドファンディングにおける Win-Win の関係性

これら3者にもやはり、「三方よし」の関係性が形成されているのであり、とりわけ支援者（サポーター）に位置づけられることになるクラウド（大衆）は、起業家が開発（発明）した、当事者（受益者）に寄与し得る社会貢献型の商品やサービスの普及に、資金提供という形で参加することに「意味」を見出すことが可能になる。この点に、彼女らにとっての利点（メリット）がある、と考えられるのである。

最後に、ソーシャルインパクトボンド（Social Impact Bond = SIB）について検討していく。これは「社会的インパクト債権」とも訳されるものであり、2010年に英国で開発され、現在では「米国、豪州などで20件以上の実績がある革新的な官民連携の社会的投資モデル」（鴨崎 2014：16）である。このモデルにおいては、「行政が担いきれない社会サービスを専門性の優れたNPOなどに委託し、事業の社会的価値（成果）に応じて、行政が対価を支払う」（鴨崎 2014：16）のであり、さらに「当初の事業資金は民間の投資家が出し、事業成果により削減された財政支出の一部が行政から投資家へリターンとして支払われ」（鴨崎 2014：16）、「一方、成果が上がらなければ行政は投資家へリターンを支払う必要がない」（鴨崎 2014：16）ので、「行政はリスクなく財政支出の削減と革新的なサービスの提供が可能」（鴨崎 2014：16）になる。実際には受刑者の再犯防止などに適用されているが、ステークホルダー間における「Win-Winの関係性」という観点でみた場合、以下の図のようになる。

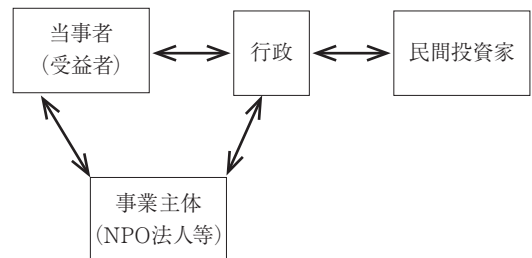


図5 ソーシャルインパクトボンドにおける Win-Win の関係性

このモデルの場合、これまでみてきたものとは異なり、ステークホルダーが4者いる。当事者は、事業主体が提供する優れたサービス等の提供を受けられる点でメリットがあり、事業主体も自らのミッションを達成できるという点で利点がある。さらに支援者（サポーター）としての行政であるが、より優れた主体に事業を委託し、さらに支出を減らすことで、財源そのものを削減し得る可能性を保持できる点で、メリットがある。また、もう一つの支援者（サポーター）としての民間投資家も、削減された財政支出の一部を行政からリターンとして受け取る可能性を保有できることにより、利点がある。このようにこの場合においても、やはり「Win-Winの関係性」が成立しているのであり、いわば、「四方よし」の関係が形成されているのである。

このように現在では、「クラウドファンディング」や「ソーシャルインパクトボンド」にみられるように、「支援者（サポーター）」は、より多様な形態をとるようになってきている。

6. 学生によるビジネスモデルの例

ここでは学生（ゼミ生）によっておこなわれた、社会的起業のシミュレーションの実際について述べていく。なお個々の学生には、筆者が『文京学院大学人間学部研究紀要』において、ビジネスモデルの作成者（学生）の名前を伏せることを条件に、その内容を掲載することについて事前に文書にて了解を求め、さらにそのこと（掲載）について、確認済みであることを示す署名をもらっている⁷⁾。

6-1. 廃棄食材の有効活用した社会的起業

この起業の発案者は、ふだん自身がアルバイトをしている飲食店で、大量の食材が廃棄されていることに問題意識をもつようになった。そしてそれを有効に活用するビジネスとして、1) 廃棄される前の食材を有効に活用した「お弁当屋さん」、2) 廃棄食材を活用した「訪問料理教室」、以上2つを事業としておこなっていくという。とりわけ前者においては、栄養専門学校の学生と協働し、

商品を開発していくことになる。そうすることで将来、食を仕事にする「卵」たちに、廃棄食材について、高い意識をもってもらうようにしていく。

6-2. 日本文化としての「書道」を世界に広める社会的起業

このビジネスの発案者は、書道師範免許を有していることから、日本国内だけでなく、世界に広く「書道」の世界を広めることをミッションとしている。1) 日本文化に深い関心があるところ（海外）で、本格的な書道教室を開く、2) 講師として保育園、学校で書道を教える、3) 映像やモバイル機器（タッチパネル）を通じて書道を教える、以上の事業を柱としていく。とくにモバイル機器を使った場合は、海外にいても、直接的に指導をおこなえる点でメリットがある。書道に親しみのない外国人を対象に、実際に筆を持ってもらって、日本の文化を体験してもらう、まさにアクティブ・ラーニング型の事業である。

6-3. 「釣り堀」をコミュニティの中心に位置づける社会的起業

この事業の発案者は、まず、両親が自営で「釣り堀」を経営していることに着目した。発案者は、小さい頃から店番の経験をしており、そのなかで「釣り堀」がたんなるレジャースポットに止まることなく、地域（コミュニティ）の要として機能していることに気づいていった。退職後の年配者や小さな子どもがいる母親など、その地域で孤立しがちな人びとが、「釣り」という共通の目的を共有するなかで、自然と緩やかなつながりを形成することが可能になるのである。一見、地味にみられる「釣り堀」の魅力を一般に発信するため、釣り好き女子「釣りガール」を育成したり、「婚活」がおこなわれる場所に仕立て上げたりするといった、多様な事業を展開していく。

6-4. 障害者就労継続支援事業のソーシャルビジネス化

この事業の発案者は、東京都の島しょ部にある実家が現在、障害者就労継続支援B型事業をおこなっていることに着目し、実際に自分自身がそ

れを継承したときに、どのような事業を展開することができるか考えていった。障害者就労継続支援 B 型事業とは、一般の事業所に雇用されることが困難な障害者に働く場を提供し、生産活動を通じて、その知識と能力を獲得するための訓練をおこなうものである。現在、実際におこなわれているものに加え、島外の小中学生を対象にしたサマーキャンプなどを主催し、1) 障害者が働く範囲を拡げつつ、さらに2) ふだん自然に接触する機会のない都会の子どもたちに、島の豊かな自然を満喫してもらう、という事業を展開していく。

6-5. 就労が困難な人びとに対する就労支援ビジネス

障害者や高齢者、女性といった「仕事を見つけるにくい人びと」を対象にした、ジョブ・コーチングを前提とした職業紹介事業である。「かつて教員をやっていたが、夏休み中だけ学習教室を開いてみたい。」「趣味の裁縫を活かした仕事に就きたい。」このような希望をもっている方々に、職場と、実際にそのような仕事に就くことができるだけの訓練を提供していく。またその際には、SNS（ソーシャル・ネットワークング・サービス）をフルに活用して、積極的に情報を開示していく。

6-6. 精神障害者をスイーツ職人に仕立て上げる事業

この事業の発案者は、ふだん、精神障害者の支援に関心を向けている。そのような中、当事者自身が、なかなか就労する機会を得られないことに懸念を抱いている。そして、具体的な起業の内容について模索しているとき、「障害者を一流のショコラティエ（チョコレート製造職人）にする」という事業の実際の事例に出会った。そしてこのようなアイデアを、精神障害者の人びとに適用できないか考えてみた。結果として、彼ら彼女らをパティシエ（スイーツ職人）という仕事と結びつけたらよいのではないかと考えるようになっていった。ただしこの事業は新たな組織を立ち上げるというよりは、むしろ、既存の組織（社会福祉法人）内で新たな事業部を立ち上げる、というイメージにもとづいている。

6-7. グローバル化に対応した保育事業の起業

この事業の発案者は、保育士になるという希望をもっているが、同時にこれまで自分自身が、英語が苦手であるという意識を強くもっており、したがって、保育と英語教育の合体させたビジネスを展開したい、と考えるようになっていった。保育所内で英語を使ったアクティビティを積極的におこない、さらに海外において「子どもキャンプ」を開催することで、子どもたちが「型にはまることのない生きた英語を身につける」ことを目標に掲げている。

6-8. 歯科衛生士の仕事のソーシャルビジネス化

「人間のウェルビーイングは、歯の健康から始まる。」これがこの事業の主眼である。発案者はふだん、歯科医師のもとでアルバイトをおこなっており、将来的にも、歯科衛生士としての仕事に就きたいと考えている。寝たきりの方々や障害者に対して、さらに、海外で適切な歯科の処置を受けることができない国や地域で、より質の高い口腔ケアを受けることができるようにする事業である。とりわけ海外では、無資格治療者による歯科の処置がまかり通っているところもあり、より多くの人びとが、歯自体やその治療について正しい知識をつけてもらえるようにする。

これら8つの事業は、すべて、中村のいう「自分らしさと社会貢献を重ね合わせる」ことによって発案されているところに、特徴がある。そしてそれぞれの想いの強さが、よりイノベーティブなアイデアを創出しようとする動機につながっているのである。実際のゼミでは個々の発案者に、それぞれの事業についてプレゼンテーションをおこなってもらった。大学でもっとも大きな教室（講堂）で、パワーポイントを使って実施してもらい、その様子を担当教員（筆者）以外のゼミ生が採点する、という方式で評価をおこなった。なお具体的な評価項目としては、まずビジネス（事業）内容として、1) 「止むに止まれぬ思い」が反映されているか、2) ビジネスに新奇性があるか、またはインパクトがあるか、3) 社会に対する貢献度、4) 収益面における現実性（もうかるのか、赤が

出ないのか）、5）広告や宣伝の仕方が確立されているかの5つ、そしてプレゼンテーションの方法として、6）プレゼンテーション内容の構成・流れ、7）スライドの完成度、8）プレゼンターの登場から退出までの演出、9）観客の巻き込み度の4つ、さらに評価者（プレゼンター以外の学生）が独自に作成した評価項目1つ、合わせて10項目で評価をおこなってもらった。そして上位2チームについては、筆者自身が担当している社会福祉士国家資格の指定科目「福祉サービスの組織と経営」のなかで、ゼミ以外の学生に対して、プレゼンテーションをおこなってもらった。

7. 各事業の内容の検討

ここでは個々の学生によって提案された、社会的起業もしくはソーシャルビジネスの内容についてみていきたい。検討の方法はいろいろ考えられると思うが、ここではまず、先に中村が提示していた内容について、個々の事業がそれぞれどのように規定しているのか、整理をおこなっていく。そしてその具体的な内容は、以下の通りであった。

- 1) 理想の社会は④な社会である。
- 2) でも、現状は③である。
- 3) 理想と現実との差の原因は、③だからである。
- 4) だから私は、④という行動をとる。

またこれらについては、各事業は、以下の通りとなっている（表1）。

さらに「ステークホルダー間における Win-Win 関係の構築」という点については、以下の通りになっている（表2）。

このように、社会的起業やソーシャルビジネスということからも、当事者（受益者）は、必ずしも人間となっていない場合も見受けられる。ただし上記2つの表から読み取れるのは、一般企業における営利追求の観点からは忘れられがちな人びとや事柄について、自分自身の「原体験」をもとに、新たな支援者（サポーター）を巻き込みつつ、「理想の社会」を実現しようとしている、という点である。筆者がこの作業をおこなっている際に、常々学生に伝えているのは、損得勘定というよりは、むしろ自分自身のなかで「ときめく」事業にして

表1 各事業の構成要素

事業	④	③	③	④
(6-1)	廃棄食材のない社会	大量に廃棄されている	廃棄するしか方法がない	お弁当屋 料理教室
(6-2)	日本文化「書道」の世界的普及	世界レベルではほとんど知られていない	普及活動が不十分	書道教室 モバイル書道教室
(6-3)	コミュニティの中心としての「釣り堀」	地域社会の分断 住民の孤立化	新規顧客へのアピール不足	若年層への「釣り堀」の 魅力の発信
(6-4)	障害者就労の機会の保証	限定された仕事しかない	島内で限られた仕事しかない	サマーキャンプ
(6-5)	就労の普遍化、誰でも仕事に就ける社会	仕事が見つけない人びとがいる	仕事のスキルや情報の不足	ジョブ・コーチング SNSの積極的活用
(6-6)	精神障害者の就労機会の保証	就労機会の多様性の欠如	専門的な仕事のスキル不足	スイーツ職人（パティシエ）に仕立てる訓練
(6-7)	保育事業において英語教育を取り入れる	幼少時に外国語に触れる機会がない（少ない）	英語を使ったアクティビティの不足	保育と英語教育の融合（サマーキャンプの実施）
(6-8)	世界中のだれもが健康な歯を維持できる	ひとや地域によって、充分な歯科的処置が受けられない	「人間のウェルビーイングは、歯の健康から始まる」ことへの理解不足	歯科衛生士として、国内外で適切な歯科的処置を提供

表2 各事業におけるステークホルダーのWin-Win関係

事業	当事者（受益者）	事業主体	支援者（サポーター）
(6-1)	地球上における有限な「資源」	お弁当屋さん 訪問料理教室	弁当購入者 教室の生徒
(6-2)	日本文化としての「書道」	書道教室 モバイル書道教室	教室の生徒 日本文化に関心のある外国人
(6-3)	「釣り堀」を利用する地域住民	イノベティブな「釣り堀」事業	地域住民 新規の「釣り堀」利用者
(6-4)	島内の障害者	障害者就労継続支援事業	サマーキャンプの利用者
(6-5)	仕事をみつけにくい人びと	ジョブコーチング事業	ジョブコーチ後の人びとを雇用する事業主
(6-6)	精神障害者	既存の法人内の新規事業部	スイーツの顧客
(6-7)	保育所の子ども	保育と英語教育の融合事業	子どもの保護者 行政
(6-8)	適切な歯科的処置を享受できない人びと（国内外）	歯科衛生事業	既存の歯科衛生事業の顧客

ほしい、ということである。これは片付けコンサルタントとして著名な近藤麻理恵が、大量にある家財道具のなかでどれを残すかの判断は、家にある諸々のものに対して、「触った瞬間に『ときめき』を感じるかどうかで判断する」（近藤 2011:59）と述べていることに倣ったものである。さまざまな事業内容が想定されるなかで、どれを残すかという作業こそが、じつは学生にとってもっとも難しい、のである。自分自身の「原体験」に根ざしたものかどうかの検証が、鍵となってくる。

8. おわりに

これまで述べてきたものが、社会的起業のシミュレーションをもとにしたアクティブ・ラーニングの試みの概要である。ただし将来、彼ら彼女らが実際に起業するかどうかは、また別の問題であろう。いまの学生や若者たちは、大人たちからさまざまな可能性を見せつけられつつ、一方で何に自分自身をコミットさせていけばいいのか、迷いのなかにあるように思う。「何にでもなれそうだけど、実際には、どれにもなれそうもない自分。」このような自己像を、多くの若者が抱いているような気がしてならない。この点で、自分自身の「原体験」をもとに、本当に身を投じていきたい仕事

を模索することが、これから長いキャリア人生を歩いていく前に、必要となるのではないだろうか。

また今回おこなった作業は、学生自身が組織や経営といったことに関心を向けていく、よい機会にもなり得る。自分が考えた事業が本当に「事業」として成立するかは、「損益計算書（P/L）」や「貸借対照表（B/S）」等を実際に作成して検証する必要があるだろうし、仮に従業員を雇うのであれば、労働三法を始めとする労働関連法規も、あらかじめ調べておかなければならない。さらに土地や建物を買ったり、もしくは借りたりするのであれば、それらの「相場」も頭にいれておく必要がある。

いったん自分が経営者（実際に筆者は、プレゼンテーションの際には、その組織形態に応じて、学生を「社長」や「理事長」とお呼びしている）の立場になったら、説明責任（アカウントビリティ）から逃れることはできない。責任をもって社会に貢献することの難しさを知ってもらうにも、今回のような試みは、有用であると考えられるのではないだろうか。

注

- 1) 筆者は個々の学生に、「起業」や「ソーシャルビジネス」のイメージをつかんでもらうため、

- 夏季休暇中に学生と一緒に、1)「塩」の重要性を感じ実際に「塩の専門店 solco(ソルコ)」を開業したオーナーを訪ね開業時の話を聞いたり、また2) 知的障害者の経済的な自立を向上するため、さまざまな商品を開発し、販売することに力を入れている社会福祉法人杜の会が運営する施設である「SELP 杜」を見学したり、さらには3) 従業員の70%以上が知的障害者であり、障害者雇用を先駆的におこなってきたチョコレートメーカー「日本理化学工業」の見学をおこなったりした。
- 2) 朝日新聞社によれば、現在「子ども食堂」は、全国に319カ所存在しているという (<http://www.asahi.com/articles/ASJ6G0PCCJ6FPTFC036.html> 2016年7月1日)。
 - 3) ミッションにもとづいた働き方は、ソーシャルビジネスと呼ばれる組織だけでなく、一般の企業(製造業)でも可能にしているところもある。たとえば、「かんでん」の国内シェアの大半を占めている伊那食品工業の塚越寛会長は、従業員に、100年間の日程が記されている「100年カレンダー」を示しつつ、「ここにいる誰もが、ここに記されているいずれかの日に亡くなる」と語りかけるという。すなわち、自分の生命が限られていることを自覚してもらい、それまでに何をなすべきか、考えてもらうのである。決して無限にはない自分の人生をいかに全うするか、ここにミッションにもとづいた働き方の「要諦」があるといえるのではないか。
 - 4) 「認定NPO法人かものはしプロジェクト2015年度年次報告書(Annual Report)」によれば、2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)の経常収益のうち、「受取会費」「受取寄付金」の割合は、全体のうち、71.8%となっている(かものはしプロジェクト2016b:42)。
 - 5) 日本でもかつて、「勸進」という手法がおこなわれていた。これはすなわち、「僧侶が寺院や仏像を造るために人々から寄付を募る」(山本2014:20)ものであり、まさに「クラウドファンディング」の一種であったと考えられる。また米国でもニューヨークの自由の女神を建てる際に、台座部分の資金が足らなくなったため、新聞社が市民に対して寄付を呼びかけた、とい

うことあった。「これも立派なクラウドファンディング」(山本2014:21)として考えられるのである。

- 6) 具体的にはたとえば、「Ready for?(レディーフォー)」(<http://readyfor.jp>)などが挙げられる。筆者の知人も先日、「全国の障害者施設の商品が買えるWEBショップを作りたい」ということで、このウェブサイトで資金を募り、ネット上での小口の寄付をもとに60万円の資金を集めている(<https://readyfor.jp/projects/btok> 2016年6月26日参照)。
- 7) もちろん学生アイデアだけでは、具体的な事業のイメージを確立するのは、実際には難しいところがある。したがって教員側には、実際に存在しているさまざまな事業アイデアについて、多くのケースを知っておくことが求められてくる。事業構想大学院大学出版部が発行している月刊誌『月刊事業構想』には、本稿がテーマとしている社会的起業やソーシャルビジネスだけでなく、他のさまざまな事業や起業の事例について紹介がなされている。このような雑誌の内容に精通していることが、教員には求められるであろう。

引用文献

- ビッグイシュー日本(2016). <http://www.bigissue.jp/about/index.html> (2016年7月1日参照)
- 中央教育審議会(2014). 新しい時代にふさわしい高大接続の実現に向けた高等学校教育、大学教育、大学入学者選抜の一体的改革について～すべての若者が夢や目標を芽吹かせ、未来に花開かせるために～(答申), http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/_icsFiles/afidfieldfile/2015/01/14/1354191.pdf. (2016年7月1日参照)
- ダイアローグ・イン・ザ・ダーク(2016). <http://www.dialoginthedark.com/did/> (2016年7月1日参照)
- Drucker,P.(1985)*Innovation and Entrepreneurship, Abridged and Essential Edition,Drucker1996 Literary Works Trust.*(=2015,上田惇生(編訳)イノベーションと企業家精神【エッセンシャル版】ダイヤモンド社.)

- 藤井賢一郎 (2013). 福祉サービスと制度, 社会福祉士養成講座編集委員会 (編) 福祉サービスの組織と経営 (第4版), 中央法規, pp.12-16.
- 福富昌城 (2015). 相談援助における社会資源の活用・調整・開発, 社会福祉士養成講座編集委員会 (編) 相談援助の理論と方法Ⅱ (第3版), 中央法規, pp.105-126.
- かものはしプロジェクト (2016 a). <http://www.kamonohashi-project.net/about/policy.html>. (2016年7月1日参照)
- かものはしプロジェクト (2016b). 認定NPO法人かものはしプロジェクト2015年度年次報告書 (Annual Report), http://www.kamonohashi-project.net/about/pdf/annual_report_2015.pdf. (2016年7月1日参照)
- 鴨崎貴泰 (2014). 社会的インパクト債権 (Social Impact Bond), 社会的投資促進フォーラム (編) 社会的投資市場形成に向けたロードマップ, 日本ファンドレイジング協会出版, p.16.
- 近藤麻理恵 (2011). 人生がときめく片づけの魔法, サンマーク出版.
- 村田早耶香 (2009). いくつもの壁にぶつかりながら—19歳, 児童買春撲滅への挑戦—, PHP研究所.
- 中村大作 (2012a). 社会価値と経済価値を両立させたビジネスモデルの構築—原体験と強みの掛け算—, 平田譲二 (編著) ソーシャル・ビジネスの経営学—社会を救う戦略と組織—, 中央経済社, pp.155-176.
- 中村大作 (2012b). ソーシャル・ビジネスのマネジメント—新しい生き方・働き方への挑戦—, 平田譲二 (編) ソーシャル・ビジネスの経営学—社会を救う戦略と組織—, 中央経済社, pp.177-193.
- 大塚武則 (2013). 福祉サービスの組織と経営 (第4版), 社会福祉法人 社会福祉士養成講座編集委員会 (編) 中央法規, pp.30-43.
- ソーシャルビジネス研究会 (2008). ソーシャルビジネス研究会報告書, http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sbkenkyukai/sbkenkyukaihoukokusho.pdf. (2016年7月1日参照)
- 山本純子 (2014). 入門クラウドファンディング, 日本実業出版社.

(2016.7.23 受稿, 2016.10.26 受理)