

特集 2010年に求められる経営の視点



なぜ、いま若者は 社会起業家をめざすのか

多摩大学大学院教授 シンクタンク・ソフィアバンク代表
社会起業家フォーラム代表

田坂 広志

社会起業家の静かなブーム

最近、新聞、雑誌、テレビなどで耳にすることが増えた「社会起業家」(social entrepreneur)という言葉。これは、いかなる人材を意味する言葉なのだろうか。

一般には、「起業家的手法を用いて社会的問題の解決に取り組む人材」という定義がよく使われている。しかし、実は、この定義を聞いた瞬間に、違和感を感じる読者もいるのではないだろうか。なぜなら、この定義を聞くと、「では、社会起業家と起業家とは、何が違うのか」「従来

の起業家は、社会的問題の解決に取り組んでいないのか」という疑問が湧いてくるからである。

そう感じた読者は、その違和感や疑問を大切に、この小論を読み進めて頂きたい。なぜなら、その疑問は、実は、「日本型経営」や「日本型資本主義」というものの本質に触れる深い疑問だからである。その詳しい意味は、この小論の後半で述べよう。

いずれにしても、いま、世の中で静かなブームになりつつある「社会起業家」。それは、近年、我が国の政府も「社会起業家の育成と支援」を政策の柱として掲げ始めているように、これからの時代の流れを知るために理解しておくべき、重要な人材像である。

田坂 広志 (たさか ひろし) 氏

PROFILE

●略歴

- 1974年 東京大学工学部卒業
- 1981年 同大学院修了。工学博士
- 1987年 米国パテル記念研究所客員研究員
- 1990年 日本総合研究所の設立に参画。取締役・創発戦略センター所長を務める
- 2000年 多摩大学大学院教授
- 同年 シンクタンク・ソフィアバンク代表就任
- 2008年 世界経済フォーラム(ダボス会議)のGlobal Agenda Councilメンバーに選ばれる。

●主な著書

- ・「仕事の報酬とは何か」(PHP研究所)、2003年
 - ・「仕事の思想」(PHP研究所)、2003年
 - ・「これから働き方はどう変わるのか」(ダイヤモンド社)、2003年
 - ・「人生の成功とは何か」(PHP研究所)、2005年
 - ・「なぜ、働くのか」(PHP研究所)、2007年
 - ・「目に見えない資本主義」(東洋経済新報社)、2009年
- など多数

なぜ、社会起業家が生まれたか

では、そもそも、どのような歴史的経緯で、こうした「社会起業家」という人材が生まれてきたのだろうか。

その一つの背景に、英国のブレア政権の政策があったと言われている。労働党のブレア政権は、その誕生時に、保守党のサッチャー政権と同様、税金の無駄遣いを削減していく「小さな政府」の政策

を志向したが、そのとき問題となったのが、「政府＝官」の役割を小さくすることは必要であるが、それが直ちに「公的サービス」を縮小することになってはならないという問題であった。そして、その解決策として浮上してきたのが、「公的サービス」を「政府＝官」ではなく「民」が担うという新たなビジョンであった。

そして、このビジョンのもとに生まれてきたのが、従来の「NPO」を「社会起業家」へと進化させていくという政策であった。すなわち、従来の「NPO」や「NGO」は、政府に代わって「公的サービス」に一定の役割を担ってきたが、その活動の原資は、政府からの補助金や企業や篤志家からの寄付金に頼っていた。そのため、「小さな政府」になり補助金が削減されると、活動の継続が困難になるという根本的問題を抱えていた。

そこに生まれてきたのが、「自らの社会貢献の活動の中から利益を生み出し、その利益を使って活動を長期にわたり継続していく」という「社会起業家」の活動スタイルであった。

すなわち、近年の「小さな政府」という世界的潮流が、社会起業家と呼ばれる人材を生み出してきたと言える。

また、もう一つの背景としては、米国における「寄付の文化」の変化が挙げられる。近年、米国でのNPOやNGOなどの社会貢献団体に対する最大の寄付者は、ビル・ゲイツの財団に象徴されるように、かつてベンチャー企業で成功した経営者になってきている。そして、彼らは、自分たちがベンチャーキャピタルから「投資」(investment)を受けたとき、その投資に対する「成果」(return)を厳しく求

められた経験を持っているため、自分たちが「寄付」(donation)をするときも、その寄付に対して、どのような社会貢献の成果があるかを強く求める傾向がある。すなわち、彼らは、「寄付」を「donation」ではなく、むしろ「social investment」(社会的投資)と考え、NPOやNGOに対して、社会貢献の成果を客観的かつ定量的に示すことを求め、また、寄付された資金についても、ビジネス的手法を用いて有効に活用することを求めるようになってきた。

そして、その一方で、米国では、ウォールストリートなど、ビジネスの第一線で成功した経営者や経営幹部が、若年で引退した後、社会貢献のため、そのビジネス・スキルを用いてNPOやソーシャル・ベンチャーを設立して活動する例が増えている。

いま、社会起業家と呼ばれる人材が増えているもう一つの背景には、こうした「社会的投資」の潮流がある。

社会起業家に注目が集まる理由

では、なぜいま、日本において、若者たちの間に「社会起業家」の静かなブームが生まれているのだろうか。

その背景には、もとより、若者らしい純粹な社会貢献の意識や情熱があるが、同時に、日本という国の特別な事情もある。

すなわち、この10年近く構造改革が進められる中で、社会全体に競争原理が導入され、企業は厳しい市場競争の荒波に呑みこまれてきた。そうした中で、近年、企業社会においては、「生き残り」「勝ち残り」「サバイバル」という寂しい言葉

ばかりが語られるようになってしまった。

こうした企業社会の姿を見た若者たちの中には、「そもそも、一生懸命に働くことの目的は、競争に勝ち残ることなのか?」「働くことの、本当の意味は何なのか?」という疑問を抱く者が増えてきた。そして、それらの若者の心を惹きつけたのが、「お金のためではなく、社会に貢献するために働く」という「社会起業家」という人材像であり、その生き方と働き方であった。

すなわち、いま、我が国において「社会起業家」が若者たちの静かなブームとなる背景には、現在の企業の職場において「生き残り」「勝ち残り」という殺伐とした言葉が飛び交い、かつて日本企業の職場において語られてきた「働き甲斐」「生き甲斐」という言葉が失われてしまった現実がある。

それゆえ、社会起業家をめざす若者の姿は、我々が忘れてしまった、「なぜ、我々は働くのか」「仕事の報酬とは何か」といった原点を教えてくれているのであろう。たしかに、我々が一生懸命に働くのは、決して、お金や出世のためだけではない、社会に貢献するためでもある。そして、「仕事の報酬」とは、収入や役職だけではない。「働き甲斐ある仕事」「職業人としての能力」「人間としての成長」「素晴らしい仲間との出会い」といった「目に見えない報酬」がある。社会起業家をめざす若者たちの姿は、そのことを、我々に教えてくれているのであろう。

日本型経営が復活する時代

しかし、こう述べてくると、年配の読

者からは、疑問の声が上がるだろう。

「そうした価値観は、いまさら欧米の社会起業家の姿から学ぶものではなく、顧みれば、昔から日本型経営において大切にされてきた価値観ではないのか」

その通り。実は、こうした価値観は、昔から日本型経営と呼ばれるものの根本にあった価値観である。

そのことを象徴するのが、かつて松下幸之助が語った、次の三つの言葉であろう。

「企業は、本業を通じて社会に貢献をする」「利益とは、社会に貢献したことの証である」「企業が多くの利益を得たということは、その利益を使ってさらなる社会貢献をせよとの、世の声である」

この言葉のごとく、日本型経営においては、そもそも「社会貢献」と「利益追求」は、決して矛盾するものではなかった。欧米においては、「営利企業」(profit company)と「非営利組織」(non-profit organization)を明確に分け、前者の目的は「利益追求」、後者の目的は「社会貢献」と分ける傾向があるが、日本型経営においては、そもそも、こうした二項対立的な発想は無かった。

そして、そのことが、冒頭の「社会起業家とは、社会的問題の解決に取り組む人材である」という定義に、我々が違和感を覚える理由であろう。日本という国においては、松下幸之助の言葉のごとく、企業とは、本来、本業を通じて社会に貢献する存在であり、その事業を通じて社会的問題の解決に携わる存在だからである。すなわち、日本型経営において、企業の「究極の目的」は社会貢献であり、利益とは、そうした社会貢献の事業を実

現し、長期にわたって継続するために必要な「手段」に他ならない。

それゆえ、日本型資本主義と日本型経営の歴史を振り返るならば、この国に生まれてきた多くの起業家や事業家は、まさに「起業家的手法を用いて社会的問題の解決に取り組む人材」であり、文字通り「社会起業家」と呼ぶべき人材であったと言える。

近年、「企業の究極の目的は利益追求であり、企業経営者の任務は、企業価値を増大させることである」という米国型経営の思想が「グローバル・スタンダード」という言葉とともに我が国にも強い影響を及ぼしてきた。しかし、その米国型経営が、サブプライム問題などに象徴されるように、根本的な限界を露呈したいま、我々は、海外の動きに表層的に追随することなく、何よりも、こうした日本型経営の原点を深く見つめ、その精神と思想に回帰するべきであろう。

現在、我が国の若者たちに見られる「社会起業家」への動きは、実は、そのことを教えてくれているのであろう。

中小企業と社会起業家の連携を

では、現在、我が国に生まれている、この「社会起業家」の動きには、どのような課題があるのか。

一つの問題は、「熟練したビジネス経験者」の参入が少ないという問題である。先ほど述べたように、米国などにおいては、企業の経営者を務めたような人材が社会起業家として転身する例が多いが、日本において社会起業家をめざすのは、実務経験と事業知識の乏しい学生や若手

ビジネスパーソンが多い。そのことが、日本においては、事業スケールの大きな社会起業家が現れない一つの理由となっている。

従って、この課題を解決するためには、二つのことが求められる。

一つは、企業で定年退職を迎えた団塊の世代が、社会起業家としての道をめざすことである。彼らは、ビジネス経験も豊かであり、様々な能力と知識・智恵を持っている。この世代の人々が、その第二の人生において社会起業家になり、社会貢献の事業を生み出していくことが望まれる。

もう一つは、「社会的提携」(social alliance)を促進することである。近年、「CSR」(企業の社会的責任: corporate social responsibility)を重視する企業が増えているが、こうした企業が、自社と同じ分野で活動する若手の社会起業家と提携し、彼らを支援することである。そして、このとき企業の側が社会起業家に提供すべきは、単なる「資金」や「資本」ではなく、ビジネスに関する知識や智恵(知識資本)、店舗や顧客のネットワーク(関係資本)、企業の社会的信頼やブランド(信頼資本と評判資本)などの「目に見えない資本」(invisible capital)である。

そして、こうした社会起業家を支援する活動は、単なる一方的支援ではない。それは逆に、企業にとって、新たなCSRのスタイルになるとともに、「企業の目的とは何か」「我々は、何のために働くのか」「仕事の働き甲斐とは何か」といった点で、社員の意識や企業の文化への良き影響を得るものとなっていこう。