

## 「社会のために」を実現させるには

国際学部国際社会学科二年 福地俊祐

### 1. 近年の社会貢献に対する意識変化

近年、様々なメディアで社会貢献という言葉を目にする。内閣府の「社会意識に関する世論調査」(2011年度)によると、「何か社会のために役立ちたいと思っているか」という質問に対して、全体の67.4%が「思っている」と答えている。平成14年の調査では、「思っている」と答えたのが58.9%であったことと比較すると、ここ10年の間で社会貢献への意識が大きく高まったことが分かる<sup>1</sup>。しかしこのデータの中には「強く社会貢献をしたいと感じている人」と、「何となくだけでも社会貢献に関心がある人」の両方が含まれていると考える。そのため、「何か社会のために役立ちたいと思っている人々」を一色単に語るのではなく、関心のレベルに合わせて語る必要があると考える。そこで本レポートでは、社会貢献の意識の度合いに合わせて「何か社会のために役立ちたい人」が活動する受け皿となる組織やシステムを紹介した上で、その受け皿が抱える問題点について言及していきたい。

### 2. 社会のために何かしたい人の増加とその受け皿の充実

まず1で触れた社会貢献の意識の高まりの背景にはどのような理由が存在するかを考えた際に、単純な社会貢献の認知の上昇だけでなく、社会貢献をしたい人が行動を実行するためのセクターやケアの充実が図られてきたことや、社会貢献が単なる無償の奉仕活動ではなく対価が支払われるような活動として成立するものだと認知され始めてきていることなども理由として挙げられると考える。社会貢献をしたい人が実際に行動に移しやすいようなセクターが充実されるというのは、CSRの台頭などがその代表的な例だ。CSRとは企業の社会的責任と訳され、「企業活動において経済、環境、社会の側面を総合的に捉え、競争力の源泉とし、企業価値の向上に繋げること」とされている<sup>2</sup>。この定義の中には企業が果たすべき社会的な責任として、従業員満足度を高めることも含まれており、従業員が会社の通常の仕事とは別に、社会貢献となる活動に参加することで、社会のために働いているという実感を得ることが出来るようになる。こうした従業員満足度を高めるための体制が整ってきているということは、社会貢献をしたい人にとっては、企業にいながらも身近に社会貢献が出来るようになることに繋がるので、従業員満足度の向上を含むCSRの台頭は社会貢献をしたい人にとっては役立つものになっているといえるだろう。

他にもNPOの数の増大などは、あまり一般的ではなかったNPOの存在が身近なも

---

<sup>1</sup>内閣府大臣官房政府広報室 「社会意識に関する世論調査 図8」  
<http://www8.cao.go.jp/survey/h23/h23-shakai/zh/z08.html> (最終閲覧日時：2013年1月31日)

<sup>2</sup>日本経済団体連合会 企業の社会的責任(CSR)推進にあたっての基本的考え方  
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/017.html> (最終閲覧日時：2013年1月31日)

のとなり、ボランティア活動に参加しやすくなるなど、様々な機関で社会貢献をしたい人が参加しやすい環境づくりが進んでいると言える。また上記の CSR や NPO の活動に「参加する」のではなく、自ら身近に感じる社会問題を社会的課題や地域課題として捉え、解決に向けて個人レベルで事業展開する社会的起業家といった人たちも増加してきている。政府も社会的企業を「新しい公共」の重要な担い手として捉えており、社会起業家の増加や事業成功のために様々な支援を行うようになってきている。

### 3. 受け皿が抱える問題点—何となく社会貢献がしたい人々—

以上のように「社会のために何かしたい人」の増加とそれを実現させる受け皿の充実が図られてきていると考える一方で、これらの受け皿には多くの問題を抱えているように思える。CSR や NPO への活動参加の上で問題となるのが、社会貢献をしたい人の「主体性が生かされない恐れ」があるということである。社会貢献といえども CSR は企業の利益のための手段の一つとしてあるものなので、企業の方針や利益とは関係のない活動であれば、反映される可能性は少なく、会社の方針枠組みの中での活動にとどまる可能性がある。また、NPO のボランティア参加をしても、専門的な知識を有したスタッフと連携して問題解決を行うのではなく、単純な労働力として行使されるケースもある。この原因としては、NPO の多くは十分な人手が足りず、外部からの人間に対して時間を割くことが難しい現状が背景にある<sup>3</sup>。

このような機会提供の立場にある受け皿の問題は、企業は利益追求組織であることや NPO においては人材不足という構造的に仕方がない面もあるが、こうした問題は何らかの解決が図られなければならない。なぜならこうした機会や機関を利用して、社会貢献をしようとする人の中には「何となく社会貢献がしたい人」が含まれるからだ。この層の人たちは、社会貢献の意識はまだ発展途上段階にあるため、理想とは違った CSR や NPO の活動を体験することで、意識が低下し、2 度目以降の参加を選択しない人が生まれる危険性が潜んでいる。社会貢献の意識が芽生え始めた層の増加は、自分が普段当たり前のこととして考えていることを、社会課題として認識する人々が増加するということであり、そうした意識を持つ人々の増加は、本人の意識の向上だけではなく第三者への影響も考えられ、社会全体が社会課題を放っておかなくなる社会へと向かう可能性を秘めているため、非常に重要である。そのため、社会貢献意識を持ち始めた人が、一度だけの活動で終わることが無いように、受け皿側が参加者に持続的な参加をしてもらえるように、構造的な問題だから仕方がないと思えるのではなく、長期的な成果を見込み、対策を考える必要がある。

### 4. 受け皿が抱える問題点—強く社会貢献がしたいと考える人々—

次に、強く社会貢献がしたい人々の受け皿が抱える問題について考察する。この社会貢献に対して強い意識を持っている層は、先に述べた何となく社会貢献がしたいと思って

---

<sup>3</sup>内閣府 NPO ホームページ 平成 21 年度市民活動団体等基本調査報告書  
<https://www.npo-homepage.go.jp/pdf/h21kihonchousa-4.pdf> (最終閲覧日時：2013 年 1 月 31 日)

いる人と比べ、すでに問題への意識が強い。そのため、当たり前として考えられてしまっている問題にも注意を払い、当たり前の中に組み込まれてしまった問題を抜き出し、課題として捉えなおす可能性を持っているのがこの層である。そしてその中でも、その問題の解決によって利益を生み出すことが出来ると考え、事業を起こす人々が社会起業家であるが、こうした人々の増加は政府ではケアしきれない問題や企業では利益が回収できないために諦められていた問題を解決する担い手となるので、これまでしょうがないとされていた社会的構造によって被害を被っていた人々を助ける一つの手段として社会的企業は機能すると考えられている。

実際に、現在注目されている「地域再生」を課題としている社会的企業をいくつか紹介したい<sup>4</sup>。まず、都市近郊の限界集落に観光客を呼び込み「都市農村交流」を中心とした事業を行うのが「えがおつなげて」である。この事業では限界集落で、遊休農地となっている地域に都市の人を呼び込み、農村の活性化と都市に住む人の農業体験を促すという双方向的な利益を生む事業として注目されている。他には、山間のニュータウンに住む高齢者を顧客とし、タクシーとして乗客を目的地に運ぶ事業をメインとしながらも、それだけではなく病院や買い物への付き添いなどのサポートも行う「コミュニティータクシー」や、ネットの古本店「エコカレッジ」は土地価格が安い過疎地に本を保管することで、保管費の節約をしつつ、過疎地の雇用創出と町の本屋としての存在に一役買っている。このような社会的企業はほんの一例に過ぎないが、いずれも地域社会が抱える社会的課題のための一助を担う存在であり、事業展開される側にとっても大きな利益になっていると言える。

しかし、こうした社会的企業にも大きな問題を抱えているように思える。その理由は、「利益が生み出されるところでない」という問題である。さらに言うところ「その土地である必然性が低い」ということである。確かに、いずれの事業もその土地が抱える社会的課題を取り扱っているが、そうした課題を抱えている地域はその地域だけの特異な問題ではなく、日本中の至るところに存在する問題である。では、なぜその地域で事業が展開されるのかを考えると「利益が回収できる場所」もしくは「利潤の最大化が図れそうなおとところ」が事業の展開地として選ばれていると分かる。例えば、「えがおつなげて」では都市近郊の限界集落を事業展開地とし、アクセスがしやすい場所を選ぶことによって利益の最大化を図っており、「コミュニティータクシー」もベッドタウンという顧客確保が比較的容易な地を選び、利益の確保に努めている。つまり、社会的企業も利益の創出が必要であり、そのためには利益回収が最も見込まれる地域を優先的に事業展開地として選んでいるため、事業展開者にとって何らかのメリットを生む地域でなければ、そこが事業展開地となる可能性が低いのである。これが指し示すことは、同じような社会的課題を抱える地域が事業展開地にとっての利益の優先順位によって、事業化が起こることなく問題が埋没される可能性があるということである。社会的起業家の台頭によって解消される問題は、生まれうる利益可能性に左右される可能性があり、一度候補地となりながらも事業展開されることのなかった土地は後回しにされるか、最悪の場合、社会的課題が放置されるという問題を含んでいるように思われ

---

<sup>4</sup>小堂敏郎（2010年）『社会に役立つを仕事にする人々』

る。ただし、社会的起業家は一人ではないため、同様の事業を行う人によって問題が解決される可能性もあるし、また最初はより成功しやすい地域が選ばれ、後に課題を抱えた地域として取り上げられ、解決に向けて取り組まれる可能性もある、ということも補足しておきたい。

#### 5. 受け皿の構造的問題解決のための社会貢献意識の底上げ

これまでに、社会貢献意識を持つ人々とその受け皿となる組織や役割が抱える問題について述べてきたが、重要であるのは、その課題の認知と改善だけを考えるのではなく、社会貢献意識があまり高くない人たちをどのように巻き込むかということも同時に考えていくことである。なぜなら、これまでに述べてきた受け皿の課題の多くは構造的に仕方ないとされているために生じている問題が多いため、社会貢献意識を持つ人の底上げを行うことで構造的な問題を無視することがないように、社会全体が注意を払うようにしなければ解決が困難であるからだ。社会貢献意識を持っている人と全く持っていない人が存在するのではなく、ある程度まですべての市民の間で共有の価値観として社会貢献の意識が存在するようになることで、実際に社会貢献活動を行う人にとって活動しやすい環境を生み出すようにする。そのような活動しやすい環境が整うことは、社会にとってより良いものを還元する可能性を招く。このように、循環的に社会への良い影響をもたらす構造を作り出すために、すべての人の中で最低限の社会貢献意識の共有が図られることが第一歩であると考えられる。