

平成25年度 公益財団法人 いしかわ女性基金 調査研究委嘱事業

石川県の女性とソーシャルビジネス についての社会学的研究

平成26年2月14日

【女性とソーシャルビジネス研究会】

眞鍋 知子（金沢大学人間科学系）
田邊 浩（金沢大学人間科学系）
俵 希實（北陸学院大学人間総合学部）
曾我 千春（金沢星稜大学経済学部）

目 次

1. はじめに	02
2. 女性とソーシャルビジネスに関する先行研究の検討	03
2-1. これまでの調査研究委嘱事業との関連から	03
2-2. 女性とワーク・ライフ・バランス	04
2-3. 女性と起業	05
2-4. ソーシャルビジネスとは	06
3. 聞き取り調査	07
3-1. 調査概要	07
3-2. 実査	09
聞き取り対象者① Aさん（民間会社社長：起業支援）	09
聞き取り対象者② Bさん（民間会社社長：まちづくり）	10
聞き取り対象者③ Cさん（NPO代表：まちづくり）	11
聞き取り対象者④ Sさん（自営：まちづくり）	12
聞き取り対象者⑤ Fさん（自営：多文化共生）	15
4. 考察	16
5. おわりに	18
参考文献	20

*執筆は、俵希實が3-2「実査④、⑤」、田邊浩が5「おわりに」、眞鍋知子がその他を担当した。

1. はじめに

本研究の目的は、以下の3点である。

- ① 石川県の女性がどのようにソーシャルビジネスに取り組んでいるのかについて、具体的な事例から検討すること
- ② 女性とソーシャルビジネスとの親和性とその社会的意義を明らかにすること
- ③ 女性がソーシャルビジネスに参入するために必要な支援について提言すること

H23年度の本調査研究委嘱事業では「女性起業家創出に向けたセミナーの受講生実態調査」の結果が報告されているが、調査票を用いた量的調査の結果が提示されている。ここに報告する本研究では、女性の起業家のなかでもソーシャルビジネス分野に限定して調査する本県ではじめての研究となる。

また、H20年度の本調査研究委嘱事業では「石川県の伝統工芸を継承する女性に関する調査研究」が報告されており、伝統工芸という分野における女性の働き方について就業を中心とした聞き取り調査から検討している。今年度の研究においては、この聞き取り調査の方法を応用して、質的データの入手を目指している。

ソーシャルビジネスは、事業内容だけではなく、社会への貢献を重視した生き方や働き方に共感を集めるものであり、従来型の企業や行政の活動領域では解決困難な問題が増えているという状況にあって、これらの問題の新たな解決の担い手として注目される領域である。石川県においても、地域の諸問題を解決し、社会に多様性をもたらす持続可能な地域づくりのためには、女性がソーシャルビジネスに参入するために必要な支援について考察する必要があり、この点が本研究の成果として期待される点である。

本研究は、以下の方法によって実施する。

①女性とソーシャルビジネスに関する先行研究の検討

女性と働き方、女性と起業、女性社会起業家といったキーワードから抽出された先行研究を検討することから、女性とソーシャルビジネスを取り巻く現代的な状況について考察する。

②女性の社会的企業家への聞き取り調査

女性がソーシャルビジネスを立ち上げた石川県内の事例について、事業内容（どのような地域課題に取り組んでいるか）や支援ニーズ等について聞き取り調査する。調査グループを構成するメンバーの関心に基づいて、まちづくりと多文化共生に関するソーシャルビジネス分野の女性について聞き取りを実施した。

以上の研究内容から、女性がソーシャルビジネスに参入することの意義を明らかにし、その支援のあり方について、政策的な提言を行う。

2. 女性とソーシャルビジネスに関する先行研究の検討

2-1. これまでの調査研究委嘱事業との関連から

「女性起業家交流会 in HOKURIKU」による H23 年度調査研究委嘱事業『石川県における女性起業家創出に向けたセミナーの受講生実態調査～実態と課題整理から見える女性起業家の創出支援と地域振興への考察』では、石川県内の起業塾等のセミナー受講生のなかから 100 名の回答者を対象に、調査結果を報告している。

その結果からは、回答者の年齢の平均値は 41.6 歳であり、彼女たちが育児や介護との両立というワーク・ライフ・バランスの実現のために起業志向をもつことが明らかになっている（女性起業家交流会 in HOKURIKU, 2012）。フレキシビリティを持った働き方が可能になるという点で、女性にとって起業は魅力のある選択肢のひとつとなっている。さらに、この分析から明らかとされているように、起業をめざした人的ネットワーク形成のためには彼女たちが参加したようなセミナーの開催数や内容を充実させていくといった量的・質的な支援の両方が求められている。

金沢大学法学部社会調査論研究室による H20 年度『石川県の伝統工芸を継承する女性に関する調査研究』では、県内の 5 分野の伝統工芸を対象に女性職人について就業を中心としたライフヒストリーに関する聞き取り調査を実施している。その結果からは、職人としての仕事は、自分の時間を有効に使う働き方（内職、パート、作家）が可能であるため、家事や育児との両立が可能で、何歳からでも働き始めることができ、育児休暇から復帰もしやすいことが明らかにされている。すなわち、ここでもワーク・ライフ・バランスがキーワードとして抽出されている（眞鍋, 2009）。

また、女性が伝統工芸を継承することは、バランスの良いライフスタイルの実現だけでなく、伝統工芸を通じたオリジナリティの発信や仕事へのやりがいを感じるといった社会的な自己実現を可能とすることである。さらに、地域密着の仕事に携わることから、地域愛着心も醸成されることが明らかにされている。

以上の 2 つの先行する調査研究は、それぞれ調査票調査と聞き取り調査という異なった方法が採用されていたものの、女性が働くうえで、ワーク・ライフ・バランスをいかに実現するのかといった視点が重要であることが同様に指摘されていた。この点に関して、現状ではどうなっているのかを つぎに考察する。

2-2. 女性とワーク・ライフ・バランス

ワーク・ライフ・バランスは、統一した定義や概念があるわけではない。それは、学術的な研究テーマとしてではなく、行政の施策や企業の雇用戦略の用語として広まってきたからである（松田，2012：86）。本研究ではワーク・ライフ・バランスを「仕事とそれ以外の生活との調和」と定義しておく。

日本におけるワーク・ライフ・バランス関連施策の起源は、1986年の「男女雇用機会均等法」までさかのぼれる。松田智子によれば、この法律の成立後に次々と出された関連政策は、以下の2つの大きな流れに区分できるという。すなわち、①育児休業法や男女共同参画社会基本法のような女性労働政策と男女平等施策、②かつてのエンゼルプランや次世代育成対策推進法に代表されるような直接的な少子化対策である（松田，2012：86-87）。

このような2つの政策が後に合流することになったのは、女性のみを対象とした仕事と家庭の両立支援から、少子化を背景にして男性を含めた働き方の見直しや仕事の生活の調和の実現が重要であると考えられるに至ったからである。2007年には「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章」が策定されているが、急速に広まったワーク・ライフ・バランス施策に対して、松田は以下の3点を課題にあげている。①施策の対象を「すべての人」とするためジェンダー格差の是正という政策的焦点が周縁化する、②達成度が個人の評価にゆだねられ、「バランス」をとらない選択肢もありうる、③企業、国、自治体で施策は展開されているものの、実際に男性を中心とした長時間労働は解消されていない（松田，2012：89）。

以上の課題が指摘されるものの、実際に起業やNPOで社会問題の解決をめざす女性たちはワーク・ライフ・バランスが取れているのだろうか。この点について、国立女性教育会館が2010年年度に実施した「経済的自立につながる女性の課題解決型地域活動に関する調査研究」の調査結果から、野依智子は以下の点を指摘する。活動開始時の困難として、「家事や育児、介護との調整は困難であった」という項目には、4人に1人がそうであったと回答しており、最も高い回答率であった。しかし、活動開始後の現在の困難では、この「家事や育児、介護との調整が難しい」という項目は低下し、活動を進めるにつれて解消されていったことがわかる。しかし、活動の進展のなかで、「売り上げ・事業収入が伸びない」、「報酬が少ない」といった新たな課題が浮上してくることも明らかとなっている（野依，2012：93-94）。女性たちのワーク・ライフ・バランスは、活動を進めるなかで工夫を重ねながら、まさに最適なバランスが保たれていくといえよう。

2-3. 女性と起業

「女性起業」に関する研究は、農山漁村におけるものが多い。そのルーツは、生活改善

実行グループや JA 女性部に代表される学習活動・地域活動を母体としたものである。特徴としては、「身の回りにある農産物にこだわり、生活技術として身につけた加工や調理の技術を活用していた」（宮城，2001：155）ことである。これを農林水産省が、1992 年に公表した『2001 年に向けて—新しい農山漁村の女性：農山漁村の女性に関する中長期ビジョン懇談会報告書』において「女性起業」という取り組むべき課題とし政策的に位置づけたことで、すでに女性たちが地域で担っていた活動が注目を集め、評価の対象となったのである。

多くの女性起業が利潤を追求するのではなく、ときには利潤を抑えてまでも活動を継続しようとすることから、女性起業の意義は、「志し志向」であると宮城道子という。「女性たちの自己実現や能力向上はもちろんであるが、農山漁村においてより特徴的なことは、安全・安心な食料の提供、生活技術の再評価、農山漁村生活の豊かさの確認、地域の活性化等であり、『志し』を様々な形で事業化しているのである。また、この『志し』を実現するために、女性たちは組織運営、事業継続に様々な工夫を凝らしている。この工夫が女性起業の多様性と柔軟性を生み出している」（宮城，2001：156）という。最近では、農村女性起業として農家レストランに取り組む事例の研究等も蓄積されているが（澤野，2012 など）、とりわけ女性起業家はその「志し」に着目されることが多いといえよう。「志し」の高さが女性起業の特徴であるとして、それは何らかの社会問題を解決するためのソーシャルビジネスと呼ばれる起業の形態となる。そこで以下では、ソーシャルビジネスについて検討する。

2-4. ソーシャルビジネスとは

日本では、2000 年頃から「ソーシャルビジネス」が注目され始め、事業内容だけでなく、社会への貢献を重視した生き方・働き方に共感が集まっている。社会問題が多様化し、従来型の企業や行政の活動領域では解決が困難な問題が増えることで新たな解決の担い手が求められると同時に、担い手側の価値観が変化している背景がある。

ソーシャルビジネスという言葉が浸透したきっかけは、2007 年に経済産業省が従来のコミュニティビジネスの概念を発展させ、ソーシャルビジネスを用い始めてからである。それまでは、社会起業家、社会的企業といった言葉が多く用いられていた。経済産業省は、「ソーシャルビジネス研究会」（経済産業，2008）を開催し、事例集である「ソーシャルビジネス 55 選」（経済産業省，2009）を作成している。

2010 年にはこれらを発展させた「ソーシャルビジネス推進研究会」が設置され、翌年 3 月には報告書が提出された。これによると、ソーシャルビジネスの概念は以下のように定義される。

「ソーシャルビジネス」とは、「様々な社会的課題（高齢化問題、環境問題、子育て・教育問題など）を市場として捉え、その解決を目的とする事業。『社会性』『事業性』『革新性』の3つを要件とする」、「推進の結果として、経済の活性化や新しい雇用の創出に寄与する効果が期待される」。

3つの要件のうち、「社会性」は、現在、解決が求められ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こと、「事業性」は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、「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。また、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、とされる。

また、「ソーシャルビジネス事業者」とは、「主に、ソーシャルビジネスを行うことを目的として活動する事業主体」であり、『社会起業家』『社会的企業』などと表現されることもある。「社会的企業」という用語はソーシャルビジネス事業者を指すことになる（経済産業省，2011：4）。

2010年1月に三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社がソーシャルビジネスの規模把握のために、ソーシャルビジネスに取り組む事業者アンケート調査を実施したところ、わが国におけるソーシャルビジネス事業の規模は、市場規模が約81～34兆円、雇用規模が約160～31万人、事業者数が約87～5万件、受益者数が約121～98万人という推計値が得られている（三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社，2010：6）。これらの数値を見ても、ソーシャルビジネスはもはや無視できない市場規模となっており、行政がこれの支援に取り組むことはますます重要になっていくと考えられる。

これまで自治体がどのようにソーシャルビジネスの支援に取り組んできたのかについては、「ソーシャルビジネス推進研究会」報告書の参考資料にデータがある。2010年9月時点で、全国の都道府県と政令指定都市（以下、自治体）のうち、ソーシャルビジネスの推進に取り組んでいる（または取り組んでいた）自治体は58であり、8割以上が何らかのかたちで取り組んでいる。自治体の部局としては、「商工・産業振興関連」54自治体、「市民活動推進関連」13自治体、「総務・企画関連」8自治体、「その他（福祉関連他）」8自治体となっている。

事業者への支援の内容は、①予算による補助・委託支援、②資金調達支援、③人材育成支援、④経営支援員の配置・経営アドバイザーの派遣などとなっている。セミナーや交流会といったネットワーク支援を開催している自治体は30程度と多いが、「企業との連携・協働支援」に取り組む自治体は少なく、これらのニーズがどの程度あるのか把握することが必要であろう。なお、データベースを作成するための域内の事業者調査や、ニーズの掘

り起こし調査を行う自治体も紹介されている（経済産業省，2011：37-38）。

「ソーシャルビジネス推進研究会」では、社会的企業を、①事業収入、②行政からの収入（助成・補助）、③その他の財源（増資、寄付、会費）の3つの収入構造に分ける。多くの場合はこれらの組み合わせで活動しているが、最終的には事業収入を強化して市場を作っていけるかどうかポイントになる事業者を「対価収入積極獲得型」、補助や助成等を得たり、うまく寄附を集める仕組みを作ったりするとともに、有償労働に限らず無償労働（ボランティア）等の非営利資源も活用しながら事業を継続していく事業者を「非営利資源積極活用型」と名付けている（経済産業省，2011：5）。

2012年度に石川県七尾市において社会的企業に聞き取り調査を実施した結果においても、社会的企業の支援ニーズについて考察すると、それぞれが取り組む社会的課題によって多様なニーズがあるものの、前述した経済産業省のまとめによる自治体の関連施策との対応で分類すれば、概ね①資金調達支援、②人材育成支援、③ネットワーク支援、の3項目に支援ニーズをまとめることができた。人材育成支援のなかには、外部からの人材獲得のための支援も含まれる。また、ネットワーク支援のためには、行政によるコーディネート能力の強化も求められる（眞鍋，2013）。

NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター代表理事の永沢映によれば、ソーシャルビジネスは4つの組み合わせの「バランス」が大切になるという。それは、「A. やりたいこと・楽しいこと」、「B. 地域に良いこと・社会に必要なこと」、「C. 経済的自立をする・活動を継続する」、「D. 応援、協力体制・横のネットワークを持つ」ことである（永沢，2013）。

また、ソーシャルビジネスで働く女性という視点で見た場合、その意義は野依によって5点に集約されている。①NPOやコミュニティビジネスで働くことの満足度の高さ、②満足度の高さは、組織運営やミッションの方針決定に参画できること、③社会参加の場になっていること、④地域や社会に貢献できること、⑤一定の収入になっていること、である。社会参加の場にもなり、地域貢献・社会貢献にもなっており、一定の収入が得られることが女性にとっての「新しい働き方」として評価されるものであるという（野依，2014：92-93）。

永沢の4点と野依の5点は、それぞれ対応関係にある。すなわち、「A. やりたいこと・楽しいこと」が「①NPOやコミュニティビジネスで働くことの満足度の高さ」と「②満足度の高さは、組織運営やミッションの方針決定に参画できること」に、「B. 地域に良いこと・社会に必要なこと」が「④地域や社会に貢献できること」に、「C. 経済的自立をする・活動を継続する」が「⑤一定の収入になっていること」に、「D. 応援、協力体制・横のネットワークを持つ」が「③社会参加の場になっていること」、に対応する。

本研究においても、石川県内で起業する女性たちへの聞き取り調査を実施して、先行研

究で指摘されている以上の点を中心に考察する。

3. 聞き取り調査

3-1. 調査概要

石川県内の女性のソーシャルビジネスの起業家5人に対して、聞き取り調査を実施した。調査期間は2013年10月から2014年1月までである。

- 聞き取り対象者① Aさん（民間会社社長：起業支援）
- 聞き取り対象者② Bさん（民間会社社長：まちづくり）
- 聞き取り対象者③ Cさん（NPO代表：まちづくり）
- 聞き取り対象者④ Sさん（自営：まちづくり）
- 聞き取り対象者⑤ Fさん（自営：多文化共生）

調査項目を表1に示す。なお、個人が特定されないように聞き取り対象者については仮名とする。

表1 聞き取り調査項目一覧

1. 組織基礎情報 事前調査項目
1-1. 調査票記入情報
1-1-1. 回答者（氏名・役職・連絡先）
1-1-2. 調査員（氏名・所属・連絡先）
1-1-3. 調査票記入日
1-2. 組織基本情報
1-2-1. 法人や団体の正式名称
1-2-2. 代表者氏名
1-2-3. 連絡先
1-2-4. その他 HP など
1-2-5. 所在地・支店住所
1-2-6. 経営組織
1-2-7. 設立日
1-2-8. 創設者
1-3. 業種・事業内容
1-3-1. 業種（地域活性化・まちづくり、多文化共生）
1-3-2. 事業内容
1-4. 従業員数・雇用形態
1-4-1. 従業員数
1-4-2. 雇用形態
1-5. 収支構造
1-5-1. 収入構成割合（事業・各種補助金・その他寄附など）
1-5-2. 支出構成割合（給与人件・事業・その他）
2. ソーシャルビジネス情報 ヒアリング調査項目

2-1. 誰が (Who)
2-1-1. どんな人
2-1-2. 組織構成・組織図
2-2. 何を (What)
2-2-1. ミッション
2-2-2. 活動内容
2-2-3. メインの活動
2-2-4. 独自性・新規性・強み
2-3. いつ (When)
2-3-1. 活動頻度・日・期間
2-4. どこで (Where)
2-4-1. 活動拠点・範囲
2-5. なぜ (Why)
2-5-1. 設立の想い
2-5-2. 解決すべき社会的課題
2-6. どのように (How)
2-6-1. 組織や活動の変化 (過去・未来)
2-6-2. ビジネスモデル
2-6-3. 地域資源の活用方法
2-6-4. 今後目指す姿
2-6-5. ロールモデルはあるか
2-6-6. 普段他の仕事などしているか
2-6-7. 補助金など資金調達方法
2-6-8. 他地域展開を可能とする仕組みはあるか
2-6-9. 睡眠時間など休みをとれているか
2-7. ネットワーク
2-7-1. 協力関係のある地域
2-7-2. 応援してくれる大学関係者
2-7-3. 共に取り組んだ企業・団体
2-7-4. メディア掲載
2-7-5. 影響を与えた若者
2-8. 事業進捗状況
2-8-1. 今年度のトピック
2-8-2. 目標に対する実績
2-8-3. 特徴的な人材育成・研修・採用方法
2-8-4. 特徴的な意思決定・ミーティング・事業戦略づくりの仕組み
2-8-5. コミュニティ内での役割・存在意義・巻き込み
2-8-6. 次年度新たに仕掛けること・止めること・継続することに対する理由と目標
3. 補足
3-1. 地域への想い
3-2. 存在意義
3-3. ストロングポイント (どんなことができるか)
3-4. ウィークポイント (何がしたくて何ができないか)
3-5. 今後ほしい支援体制
3-6. その他

3-2. 実査

聞き取り調査から、以下の知見が得られた。調査項目すべてではなく、重視すべきポイントを抑えて紹介する。

聞き取り対象者① Aさん（民間会社社長：起業支援）

- ・ Aさんの専門分野は、女性のプチ起業を支援する起業コンサルティングである。
- ・ 担当した石川県内の女性のための起業塾では、6年間で延べ600人が受講し、うち3割が実際に起業した。
- ・ 女性の起業塾の受講生の特徴は多様性に富んでいる。
- ・ 女性は勉強熱心である。
- ・ 女性の起業の特徴は、金もうけと言われたくない、社会のために役に立ちたいという思いが強いことである。社会貢献を目指している。
- ・ 地方ではプライドを満たせる就職先がないため、起業を希望する。
- ・ 起業のデメリットはもうからないことであるが（売り上げで年間平均250万円～500万円程度で、手元に残るのは月10万～20万円程度）、自宅で開業するなどイニシャルコストがかからない方法で起業が可能のため、ハードルは高くない。
- ・ 起業に向けてコミュニケーションについて学ぼうと、コーチングやカウンセラーになりたいと言いつける人が多い。
- ・ 起業塾などの対象者は性別関係なく産業政策や商工労働担当課で実施されるが、男性と一緒に起業塾ではついていけず、つぶされる人が多い。女性は名刺の作り方から教えるなければならない。しかし行政は、なぜ女性向けだけの起業塾を開かなければならないのかと思っている。

聞き取り対象者② Bさん（民間会社社長：まちづくり）

- ・ 民間まちづくり会社を経営する。
- ・ 業種は、まちづくり、社会企業家の育成支援等。
- ・ 父親が平成11年に設立し、現会長となっている。
- ・ 従業員数は11名。雇用形態は、正規雇用3名 非常勤1名、パート5名、出向2名。
- ・ 仕事について経緯は、小さい頃から地元で「まちづくり」をしたいと思っていた。「まちづくり」をしている親世代かがかっこよかった。他県の国立大学でまちづくりを勉強し、コンサルティング会社に勤め、父親のつくったまちづくり会社に入社した。
- ・ ミッションは、地方都市における持続可能な社会づくりを進めること。地元をフィールドとしながら、世界に通用する3つの循環、自然資源・地域資源・思想の循環をつくること。
- ・ ビジョンは、イエ・ミセ・マチの関係を再生すること。

- ・ 解決すべき社会問題は、人材育成、まちづくり、ものづくり。
- ・ 事業の強みは、役員の人脈。親世代のネットワークが最大の強み。
- ・ 事業の弱みは、地域で売れる商品がないこと。地域として外貨を稼ぎたい。
- ・ 事業の新規性はインターンシップへの取り組み。
- ・ 現在は能登の地域経済の活性化を目指している。
- ・ 組織を大幅に変える予定は今のところない。それぞれの活動が独立していくことはあってもよい。独立しても連携していく。能登の担い手が一步踏み出し、イノベーションを起こすことをサポートしていきたい。
- ・ 今後目指すのは、中間支援組織。新しいことを始めるときに相談にいくところ。地域の人がやろうとしているときのプラットフォーム。内と外をつなぐインターンシップ生などを増やす。「自分がまちを動かしていくぞ」感が幸せ。
- ・ ビジネスモデルは、飲食店、物販リアル&ウェブ、委託業務。
- ・ ロールモデルとしては、うまみん:atamisuta、物販:四万十ドラマ、インターン:NPO 法人 G-net など。
- ・ 現在は行政の委託事業が多い。
- ・ 他地域展開を可能とする仕組みがある。例えば、インターンシップやうまみん。
- ・ 協力関係のある地域は、高知県の四万十。これから東京など都心にも売り先として関係をつくりたい。
- ・ 応援してくれる大学関係者に金沢大学がある。
- ・ 共に事業に取り組んだ企業・団体は、能登が8割。
- ・ メディア掲載も多い。

聞き取り対象者③ Cさん (NPO代表:まちづくり)

- ・ 現在は任意団体「ドメインリーダーシップ育成センター」の代表である。将来的にはNPO法人化を目指している。
- ・ 団体の目的は、各市町村の地域ビジョンに沿った事業計画メニューを活用することにより、市民の公共の意識と市民力を高め、新しい公共の担い手である地域コミュニティ創出促進、“次世代コーディネーター”の育成と持続的経済循環を産む事務局環境づくりに努めるとともに、産官学および地域コミュニティ相互の連携を一層密にして、地域ニーズ広聴の質的向上を図り、もって地域文化の向上と産業の発展に寄与することである。
- ・ 具体的な事業としては、①ドメインリーダーシップ人材フレームワーク策定事業、②事業団体およびプロジェクト組織・協議会など立ち上げ支援、③地域活性化およびまちづ

くりに係る広報、商品開発のための調査・モニタリング事業、④問題解決型リーダーシップ研修事業、⑤行政出前講座および補助金説明会のコーディネートおよび勉強会開催事業、⑥ドメインリーダーシップコンサルティング事業、⑦公共的事業イベントの事務局運営代行事業、⑧問題解決型リーダーシップコンサルティング事業、⑨地域及び産業界等への協力支援、⑩その他、本団体の目的達成に必要な事業である。

- ・ 4年間、第三セクターによる民間まちづくり会社に勤務していたため、団体運営にはその時の人脈とノウハウが役立っている。
- ・ 次世代コーディネートが大きなミッションである。人材育成は従来は行政が担ってきた機能であるが、第三の組織がワンクッションとして入っていないと人材は育たなくなってきた。
- ・ 事業の独自性や強みは、補助金メニューを使ったOJT。ICTの活用によって、スキマ時間でも事務が進められる体制であること。ICTの啓発が進んでいないと感じる。
- ・ ICTを活用してコミュニティを超えた情報共有をすることが解決すべき社会問題である。
- ・ ICTの部分の仕組み化は、他地域展開を可能とする。
- ・ 対象地域は石川県内、協力関係のある地域は小松市である。商工会議所も巻き込みたい。
- ・ CさんはIターン者であり、UIターン者の越境力に期待するところがある。
- ・ 今後欲しい支援体制は、この事業に賛同してくれる人を募ることである。
- ・ 「女性と起業」というテーマについて、地域における行動力と情報発信力を指摘する。
- ・ 女性は口コミが強い。スマホの所有率も上がっており、会わなくてもコミュニケーションが可能となった。友達の友達という関係でもつながりやすい。
- ・ いいところにつながれば力になるが、その反面、女性は断るのが下手なため、ネットワークビジネス等にだまされやすいことにも注意が必要である。
- ・ 女性の起業は、余裕のある人が踏み出しやすいのではないか。
- ・ 別の地域で仕事していたが、子育てで仕事をやめて引っ越したりすると、次のステージに進むための仲間作りという理由で起業塾等に参加する人もいる。
- ・ コミュニティの構造が縦割りなので、開催する講座も縦割りになる。管理職向け、次の職業を探す人など。
- ・ 女性のエンパワメントが必要である。

聞き取り対象者④ Sさん（自営：まちづくり）

1 起業まで

1-1 バックグラウンド

Sさんは40代女性である。小松市内のI町で生まれ育ち、現在も同じ町で暮らしている。実家は菓子店でSさんは学生時代からよく手伝っていた。20才でサラリーマンと結婚し、小松市を出た。その後2人の子どもを出産したが、離婚し再びI町の実家で働くこととなった。Sさんは家庭環境から仕事をするなら自営と思い込んでいるところがあり、サラリーマンとして働くことを選択しなかった。実家で働きながら、関心を持っていたパン作りを習得すべく教室に通った。子育てをしながらそのような日々を送っていたが、9年前に再婚し再び小松市を出た。

1-2 起業のきっかけ

いつかは自分でお店を持ちたいと思いながら暮らしていたSさんに2011年、転機が訪れる。小松市の事業として開かれていた「こまつ女性起業チャレンジ塾」に第3期生として参加することになった。同期は約24人で、未婚・既婚問わず30代の女性が多かったという。小松市に居住している人のみならず金沢市や加賀市からも参加していた。皆、いつかは起業したいと思っている人ばかりだった。ある日、起業チャレンジ塾で出会った不動産業に携わっている人が、「I町で近日中に土地が売り出される」という情報を教えてくれたことからSさんの夢が現実味を帯びる。その土地はSさんの実家のすぐ近くでSさんもよく知っている場所だった。そこでSさんは長年の夢だったパン屋を開店するため、購入を決意する。店の建築費のローン審査が通らなければ起業は延期するしかないと思っていたが、審査は無事通過した。建物の設計は起業チャレンジ塾で講師に来ていた人に依頼し、Sさんの希望通りの洋館風の建物ができあがった。一際目を引く建物である。2人の子どもも手伝ってくれるという承諾も得た。そして、2012年6月、念願のパン屋を開店させた。起業チャレンジ塾3期生の中ではトップをきっての起業であった。

2 起業してから

2-1 開店当初

I町での開店は町への恩返しだという。Iさんが幼い頃は商店街があって賑わっていたが、現在はその賑わいが無い。遊べる場所もなく、わくわくするものもない。少しでも町の活性化につながればよいと考えての開店である。町の人が集うところとなるように店内にはテーブルとイスを用意し、店内で話しながら食べることができるスペースを設けた。儲けがなくても地元の人たちが集まってきてくれるような店を目指してのことだ。

開店当初は順調だった。地元のJAも協力的で直売所にも置いてくれた。しかし、しばらく

くすると売れなくなってきた。店に来る客の声に耳をすませると、珍しいパンではなくアンパンや総菜パンが食べたいという声が聞かれた。小松市にはパン屋は多いが、I町にはパン屋がなかった。そこで、SさんはI町の人たちに珍しいパンを食べて欲しくて色々なパンを販売していたが、住民たちはそれらには関心がなかったということである。客はSさんが以前からよく知っている人たちで、高齢者が多い。Sさんは客が望むようなパンを焼くようになり、評判はよくなっていった。長年I町に居住している人たちだけでなくI町に移り住んで来た人たちも来店してくれるようになった。

2-2 最近の取り組み

現在、Sさんは新しいことにチャレンジしている。それは、大麦を使用したパンを作ることだ。少し前、東京のある企業が大麦をペースト状にする技術を開発し、その技術を地元JAが取り入れ、小松の大手企業が応援することとなった。大麦はパンに使用すると質のよいパンには仕上がらないが、ペースト状にすると質のよいパンが完成する。そこでSさんに、そのペーストを利用したパンの試作品を作ってくれないかという依頼が地元JAから舞い込んだ。Sさんのような個人になぜ依頼してくるのかと尋ねたところ、小回りがきくからだという。1人だと少数の試作品を作るだけなので失敗しても多大な損失は出ないという点がポイントである。企業やJAにとって経済的負担がかからないということであろう。Sさんにとってもメリットがある。新作を出せばイベントに呼んでもらえ、多くの人たちに食べてもらえ、それが口コミで広がるというメリットに加え、そのようなネットワークの中にいるとさまざまな情報が入手できるというメリットもある。このように小回りがきくことが自分の強みだと認識している。また、実家の菓子店が自分の経営モデルとなっていることや実家を通じて得た地元の人脈を持っていることが自分の強みであるという。

Sさんが商品化した大麦ペーストを使用したパンは、地元のみならず銀座でも販売されている。Sさんが焼いて銀座まで送るのだ。大麦ペーストを開発した東京の企業の社長が小松市出身だったことからその企業が仲介役となって決まった話である。大麦パンにかかわったことがきっかけで、地元新聞社や地元情報誌、地元テレビからの取材を受けるようになった。大学から共同開発の話も来た。パン屋の名前は着実に広まっていった。

今後も大麦ペーストを使用したパンの開発に取り組んでいく予定である。現在、大麦ペーストで何か異なる商品が提案できたらペーストの販売ルートの開拓にも余念がない。最近では、地元で麺類を販売する人たちと相談中である。常に新しいものを地元で発信し続けることができる店にしていきたいという。

3 問題点と今後

しかし、それには問題もある。大麦ペーストを利用したパンの開発に限らず、新作を開発するには費用がかかる。材料費のみならず、試食会の開催や材料の吟味や調達のための旅費、宣伝のためのチラシ等の考案に係る費用など、見えないところにも費用がかかる。そのような費用を援助してくれるところが必要だと感じている。また、Sさんが作ったパンは地元の小松空港にも出荷されている。そのため1年で完全なオフの日は1日もない。仕事の他には、起業チャレンジ塾出身者が核となって立ち上げた地域活性化を目的としたグループで副代表を務め、起業を目指す若い人たちにアドバイスをおこなっている。このように活動的なSさんだが、活動を地域外に広げる気はまったくないという。今後も地元こだわりの、地域活性化の核になるような活動を展開していきたいと考えている。

聞き取り対象者⑤ Fさん（自営：多文化共生）

1 起業まで

Fさんは1987年から金沢市に居住する台湾出身の女性である。日本で日本人男性と結婚、出産した。日本での生活や子育ての中でずいぶん苦勞をしてきたが、たくましく生き抜いてきた自負がある。子育てが終わった頃から、知り合いからの依頼で中国語の通訳や翻訳を引き受けたり、中国語を教えるようになった。それらのことがきっかけで日本と台湾の懸け橋となるようなことができればと思い始めた。

そこで2007年、JCT（Japan Chinese Taiwan）を立ち上げた。業務内容は、中国語教室、通訳および翻訳、和風雑貨販売、台湾雑貨販売などである。自分ひとりで仕事をこなせない時をお願いするメンバも集めた。メンバは4人で、出身は全員台湾、職業は会社員や大学院生である。

JCTで「稼ぐ」という気持ちはあまりなく、自分が日本でどこまでできるか挑戦したかった。日本で悔しい思いをしてきたことが原動力になっているという。

2 起業してから

2-1 和風加賀屋

収入にこだわらず事業を展開しているが、まとまった収入を得ているのは「和風加賀屋」と称されている和服や和風雑貨の販売である。きっかけは、JCTを立ち上げて3～4年経った頃、日本舞踊を習っている台湾の友人から和服を探して欲しいと依頼を受けたことだ。しかし、和服は高い。どうしようかと考え、リサイクル商品を探すことにした。探したと

ころやはり安く、何枚か購入し台湾の知人に送った。後日、フェイスブックに送った和服を着ている友人の写真がアップされたのを目にして、これはビジネスになるのではないかと思ったという。

そこで、台湾のインターネット販売に申し込み、和服および和風小物の販売を始めた。最初は収入を得ることができず配偶者からも文句をいわれたという。しかし、楽しいので工夫をしながら続けた結果、売れ出した。現在では常連もいる。台湾には日本文化を好む経済的に豊かな人が一定数存在し、その人たちの心を捉えることに成功したのだ。売れた原因を尋ねると、台湾人の好みを熟知していることにあるという。たとえば、日本では淡い色が好まれているが、台湾ではそのような色はあまり売れない。また、配偶者が貿易会社で営業職を務めていたこともあり、営業のノウハウについてのアドバイスがあったことも大きかった。インターネットでは常に新しい商品を紹介していくことや同業者のチェックを怠らないことなど、継続していくためには最低限おこなわなければならないことがあることも知った。現在では台湾のメディアで取り上げられるようになっている。

2-2 通訳・翻訳・中国語講師

通訳・翻訳の仕事はコンスタントにある。行政から依頼される仕事が多い。たとえば、警察での通訳、台湾からの視察団の通訳、北京から要人が来た際の通訳、金沢の観光案内の翻訳などである。警察での通訳は収入になるので助かっている。

中国語の講師の仕事については、石川国際交流サロンで教えている。来年度からは白山市国際交流サロンでも教えることになっている。

3 問題点と今後

今後は、特に中国語を教えることと和風加賀屋に力を入れていきたい。自分の中国語教授法はオリジナリティがあってわかりやすいという自信を持っているので、それを実践していきたい。行政、観光業者、ボランティア、研修生を扱う業者などを対象とした中国語講座を開き、金沢を紹介するための中国語を教えてみたいという希望もある。また、和風加賀屋については、台湾のみならず中国でも展開したいという希望を持っている。

通訳・翻訳については、若い人を育成していきたい。行政からの仕事を若い人に依頼し、自分はオーガナイズのみおこなうような体制にしたい。そのために、中国語を教えている日本人生徒を市役所に同行させて、通訳の練習をさせることもしている。しかし、日本人は台湾文化を知らないため、正確な通訳をすることができないという問題がある。また、母親が少数民族の出自であるため、少数民族のためのフェアトレードにも関心がある。

最終目標は台湾料理の店を持つことである。そこで台湾の小物を販売したり、台湾観光のPRをしたり、中国語を教えたりすることを考えている。ただ、適当な場所が見つからなくて困っている。このような時に、どこかが、または誰かが援助してくれたらと思う。自分はいくまでも台湾人であるので、台湾のために何かしたいという思いが強くある。今後日本に台湾のことを紹介し続けていきたい。

4. 考察

ここまで石川県内の5人の女性起業家の聞き取り調査の結果について報告してきた。以下ではこれらの事例の特徴をまとめ、必要な支援策について述べたい。

5事例とも、自分自身が事業の意思決定の可能な立場であることから、組織運営やミッションの方針決定に参画できることを通した高い満足度を得ているといえる。

「地域や社会に貢献できること」という「志し」も存在していた。しかし、「志し」はあっても、「経済的自立をする・活動を継続する」ことにつながらないとビジネスとして成り立っていかない。これについては活動の過程での苦労も語られているものの、やはり「まちを活性化させたい」という思いや「国と国との架け橋になりたい」などの「志し」がその活動を支え、いずれも継続性のある事業を展開していることがわかった。

「応援、協力体制・横のネットワークを持つ」ことについては、2事例が親世代からの人脈の引き継ぎがあった。また、女性対象の起業塾等への参加によって、講師や受講生どうしのネットワークを、自ら積極的に形成することが重要であることもわかった。

ソーシャルビジネス推進研究会によれば、「多様な主体によるソーシャルビジネスの展開は、従来の主体や産業構造の枠を超えて、地域内の連関を生み出す契機となりうる」のであり、「ソーシャルビジネス事業者が地域の媒体として機能できるような取組を推進することで、経済活動の基盤となる地域社会全体のつながり（ソーシャルキャピタル）を充実・強化し、足腰の強い地域社会作りや社会全体の福祉向上につながっていくと考えられる」（経済産業省，2011：10）。ここで重要なことは、ソーシャルビジネスが地域の媒体として機能できる取り組みを推進していくことであり、その機能を誰がどのように担えるのかについて考える必要がある。

今回聞き取り調査した女性たちは、いずれも社会起業家であり、プレイヤーであった。彼女たちには顧客や企業や行政、大学などのサポーター（応援者、協力者）も存在していた。今後さらに必要な役割は、彼女たちのような起業家となりうる人材を発掘し、育ててゆくようなコーディネーターとしての中間支援的な機能をもった組織ではないだろうか。

「いしかわ女性基金」には、ぜひこの中間支援的機能の充実を期待する。女性の再就職

支援や起業支援に必要な情報やサービスを提供するワンストップ支援が提供できる相談窓口となることも必要である。

NPO・起業で働く女性たちの現状から、野依は、「社会教育関連施設や女性関連施設、就労支援施設を利用した学習・能力開発支援講座や起業支援セミナーの実施ならびに社会参加の促進により、地域課題や社会的課題の解決のための活動が収入をともなった職業にもなるという領域を開いたこと」で、「社会的課題の解決のための活動が職業になるというNPOや起業組織での働き方が広がることによって、既存の働き方ではない『新しい働き方』を提示できるのではないか」と指摘する（野依，2012：95-96）。まさにこの「新しい働き方」の提示こそ、中間支援機関に求められていることである。

さらに、社会的企業のステークホルダー（サポーター）になりうる企業やNPO、大学、地域団体などの各主体との連携や協働支援については、中間支援機関のコーディネート能力の強化が求められる。各主体のニーズを踏まえてきめ細かくマッチングする中間支援機能をさらに強化する必要がある。これを促進する取り組みとしては、各主体の「集まる場づくり」も重要である。例えば、ソーシャルビジネスの種を育むインキュベーション施設の設置なども考えたい。すでにソーシャルビジネスを起業した人だけではなく、これから起業をめざす人びとにとっても、交流できるスペースが確保されることで、お互いの資源と資源のマッチングから、さらなるソーシャルビジネスが生み出されるという創発性が期待されるからである。さらに、県内の既存基盤産業の優れた経営者と社会的起業家との交流も、このような「集まる場づくり」の一環として実施し、支援していくことが重要であろう。

5. おわりに

わたしたちの社会は、いま、大きく変わりつつある。リスク社会論を提起したドイツの社会学者ウルリヒ・ベックは、諸個人がみずからリスクを引き受けなければならない状況としての「個人化」を指摘している（Beck 1986=1998）。個人化とは、産業社会において成立して、旧来の伝統や共同体にとってかわって人びとの統合を作り出してきたカテゴリーとしての国家、階級、近代家族から、諸個人が解き放たれることを意味する。産業社会では、諸個人は家族や企業に縛り付けられていたが、ある意味ではそれによって保護されてもいたのである。男性が外に出て働き、女性が専業主婦として家庭を守る。男性と女性で仕事を奪い合うこともなく、男性は比較的安定した雇用状況のもとにある。企業は労働者を安定して確保でき、そのためにも労働者の生活をある程度保障する。こうした構図のもと、産業社会は成り立っていたのである。けれども、それらは機能不全に陥った。こうし

た状況において、個々人はきわめて多くのリスクに直面することになる。

個人化した社会においては、女性はどのような生を選ぶことになるのだろうか。男女平等が強調され、女性の高等教育進学率も上昇し、女性の社会進出も多少は進んだ。とはいえ、いまだに女性は男性よりもより不安定な雇用に身を置かざるをえない状況にある。日本においては、現在でもなお、年齢別の女性就業率のM字型曲線が解消されてはいない。結婚や出産を期に、仕事を退く状況は変わっていない。けれども、もはや、専業主婦は安住の地ではないのである。さりとて、恵まれた再就職の環境があるわけでもないのが実情である。こうしたなかで、女性は新たな可能性のもとに自らの道を切り開いていかなければならない。その一つが、起業することであろう。自ら起業することによって、女性はより自由な働き方が可能になる。定型的な労働時間に縛られることはなく、より柔軟な働き方を選ぶことができる。働くことは単に生活の糧を得るためのものではない。自己アイデンティティにとっても、きわめて重要なのである。働くことを通して、社会とつながりを保ち、自らが何者であるのかという感覚を与えてくれる。現代の女性にとっては、これらは生きていくうえで非常に重要なことである。

したがって、個人化した社会においては、よりよいセカンド・チャンスが与えられなければならない。それを実際に展開したのが、1990年代後半から2000年代前半にかけて「第三の道」の道の政治を实践したイギリスのブレア労働党政権であった。ブレア政権は、社会的包摂と雇用の両立をめざして、社会起業家の支援を積極的に進めたのであった。

では、女性の起業を促進するために必要であることはなにか。すでに4節でもその条件についていくつか考察されているが、最後に一つだけ指摘しておきたい。社会学において、近年、現代社会を特徴づけるものとして指摘されるのが、再帰性（reflexivity）である。イギリスの社会学者A・ギデنزによれば、再帰性とは、新しい知識にもとづいて、自らのあり方を絶えず検証し、修正していくことを意味する（Giddens 1991=1993）。現代社会では、あらゆるものが再帰性の対象とされ、よりよりやり方があればそちらが採用されることになる。すなわち、社会に関する新たな知識が再び社会のなかに入り込み、当のその社会自体を変えていくのである。

わたしたちの今回の研究は、石川県内における女性のソーシャルビジネスの状況を明らかにするものである。こうした研究によって、女性のソーシャルビジネスへの参入の可能性を広く知ってもらうことがまずは必要なのである。そうした情報が、人びと、とりわけ女性に還流することによって、新たな認識が生まれ、女性がソーシャルビジネスに参入することをますます促進することになるかもしれない。そうしたことの一助をなすことが、本研究のねらいであった。

さらに、過去の調査研究委嘱事業の結果を継続的に発展させた方法がとられたことも本研究の意義として付け加えたい。今後この分野での研究の蓄積が重要である。

本研究では女性起業家という個人を焦点にしてきたが、既存の地域女性組織やテーマ型の女性グループが集団で起業するケースも考えられる。そういった事例についても調査研究が必要であることを今後の課題として指摘しておく。

謝辞 女性起業家の方々には、ご多忙のなか聞き取り調査に快くご協力いただきました。心からお礼申し上げます。

参考文献

Beck, Ulrich, 1986, Risikogesellschaft, Suhrkamp Verlag GmbH. (=1998, 東廉・伊藤美登里訳『危険社会』法政大学出版局)

Giddens, Anthony, 1991, The Consequences of Modernity, Polity Press. (=1993, 松尾精文・小幡正敏訳『近代とはいかなる時代か』而立書房)

女性起業家交流会 in HOKURIKU, 2012, 『石川県における女性起業家創出に向けたセミナーの受講生実態調査－実態と課題整理から見える女性起業家の創出支援と地域振興への考察－』(2014年2月10日取得, http://ishikawa-jyosei-kikin.or.jp/information/report/report_h23.pdf).

経済産業省, 2008, 『ソーシャルビジネス研究会報告書』(2013年3月27日取得, http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sbkenkyukai/sbkenkyukaihoukokusho.pdf).

経済産業省, 2009, 『ソーシャルビジネス 55 選』(2013年3月27日取得, http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb55sen.html).

経済産業省, 2011, 『ソーシャルビジネス推進研究会報告書 平成 22 年度地域新成長産業創出促進事業 (ソーシャルビジネス/コミュニティビジネス連携強化事業)』(2013年3月27日取得, http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb%20suishin%20kenkyukai/sb%20suishin%20kenkyukai%20houkokusyo.pdf).

眞鍋知子, 2013, 「「市民密着の産業」が求める支援ニーズ～社会的企業のヒアリング調査から～」『七尾市産業振興プラン策定に向けた調査研究成果報告書』.

眞鍋知子, 2009, 「女性とライフヒストリー」金沢大学法学部社会調査論研究室『石川県の伝統工芸を継承する女性に関する調査研究－就業を中心としたライフヒストリーについて－』(財)いしかわ女性基金調査研究委嘱事業報告書.

- 松田智子, 2012, 「新たなワーク・ファミリー・バランス論に向けて～センの〈潜在能力〉アプローチの有効性～」『佛教大学社会学部論集』第 54 号.
- 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社, 2010, 『平成 21 年度地域経済産業活性化対策調査 (ソーシャルビジネスの統計と制度的検討のための調査事業) 報告書』(2013 年 3 月 27 日取得, http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/nipponsaikoh/h21fysbhoukokusyo.pdf).
- 宮城道子, 2001, 「女性起業」『農村計画学会誌』Vol. 20, No. 2.
- 永沢映, 2013, 「ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスにおける共助社会づくり」(第 2 回共助社会づくり懇談会・資料(2014 年 2 月 10 日取得, https://www.npo-homepage.go.jp/pdf/report33_2_2.pdf)).
- 野依智子, 2012, 「女性の NPO・起業活動と複合キャリア」『NVEC 実践研究』(2), 国立女性教育会館.
- 野依智子, 2014, 「NPO で働く女性にみる「新しい働き方」」『都市問題』105(1), 後藤・安田記念東京都市研究所.
- 澤野久美, 2012, 『社会的企業をめざす農村女性たち—地域の担い手としての農村女性起業』筑波書房.