

研究テーマ： ソーシャル・アントレプレナー (Social Entrepreneur) 人材育成に関する研究	
研究代表者： 経営情報学部 経営学科 教授 吉川 富夫	連絡先：
共同研究者： (株) ゆうちょ銀行 中国エリア本部 部長 山崎 肇	
<p>【研究概要】</p> <p>ソーシャル・アントレプレナーとは、社会の課題を事業により解決する「社会起業家」のことである。本研究では学生がなんらかの実践に関わり、ソーシャル・アントレプレナーシップ（社会起業家精神）の一端を掴んでもらうことが目標。</p> <p>研究期間中、積極的に学外学生、諸団体との交流を実践。つながりを構築してきた。活動の結果、学生に「自分が感じた小さな社会の矛盾を解決すべく、冷静に自分に出来る小さな一歩を踏み出す。」という意識が醸成され、起業家輩出の基盤づくりに大きく貢献した。</p>	

【研究内容・成果】

○研究の目的・目標

ソーシャル・アントレプレナーとは、社会の課題を、事業により解決する「社会起業家」のことである。環境問題、貧困問題、少子化問題などの課題解決をミッションの中心に据え、ボランティアではなく収益を得ながら継続的な事業を興す人たちを意味する。

本研究では、ソーシャル・アントレプレナーシップの意義、事例を研究するだけでなく、学生が実践に関わり、ソーシャル・アントレプレナーシップの一端を掴むことを目標とした。

○研究の内容

平成22年度は、関連書籍輪読、部外講師（慶応義塾大学 井上英之特別招致准教授）による講演、広島県内 NPO へのインターンシップ、慶応大学総合政策学部、琉球大学との合同ゼミ等を通じ、ソーシャル・アントレプレナーシップとは何か？について学習した。

平成23年度は前年度に引き続き、チェンジメーカー（※1）として重要な「心にある問題意識を踏まえ、自らがまず小さな第一歩を踏み出す」ことを目標とし活動した。

4月6日、7日には研究会メンバーによる新入生向け PR 活動、4月13日、14日には、2月の慶応大学との合同ゼミの講師である樋栄ひかる氏によるチームビルディングを実施。

平成23年3月11日の東日本大震災以降、震災関連インターンシップに本研究会メンバー学生1名が学内で一番最初（6月下旬）に参加する等、意識の高まりを見せた。

本年度はビジネスプランコンテスト（ソーシャルビジネス トライアル 中国リーグ）への応募・入賞を目標に掲げた。ひろしま NPO センターの協力を得て関連 NPO への調査・ヒアリングを実施。『高齢者が孫に贈るプレゼント、雑誌づくりのお手伝い』事業をコンテストに提案したが、結果は惜しくも落選。しかし、関連 NPO への調査、選考時にいただいた審査員からの意見等、学生は多くの学びを得た。

その後、各メンバーは年度末まで自らの小さな想いを実践に引き上げる「マイプロジェクト」（※2）づくりをキーワードに各種活動を展開した。

9月8日～10日に、島根県隠岐郡海士町への夏合宿。「マイプロジェクト途中経過報告会」として、地元住民、行政関係者、I ターン者等と対話する中で、地域活性化につなげるそれぞれの主体の想い、活動について学んだ。

11月26日～27日には、海士町で繋がった社会起業家 神田詠梨子氏、関西近郊大学生と淡路島でソーシャルアントレプレナーシップ研究会番外編（買い物難民研究会）を開催。「買い物難民」問題について、現状と課題、解決策についてディスカッションを行った。

12月2日にはブランド経営コンサルタント 坂之上洋子氏による講演会「自己ブランディ

ングの法則」を開催。自らをアピールするプレゼン方法等についてディスカッションを行い、「人を動かすための自己ブランド認知、自分の主張を伝える手法」について学んだ。

2月14日～17日に慶応大学、琉球大学、東京近郊大学生との合同ゼミを開催。この研究会での活動を総括するマイプロ報告会として開催。社会問題に関する解決策、自身がこれまでの活動を踏まえてどのように成長したのかを自らの言葉で発表。その言葉は自分の行動から生み出された実感あるものだった。それはメンバーが「チェンジメーカー」になった証であり、大きな成長を実感するものだった。

○研究の成果

1. 学生にとって、社会起業家の話を聞いたり現場を体験することは、耳学問ではなく活きた学習であった。当初学生にとって社会起業家は「自分とはかけ離れた遠い存在」であったが、社会起業家等と話す中で、自分との違いは「自分の想いを周囲に表明すること」「その想いを小さな一歩として踏み出すこと」に過ぎないことを理解し始めた。メンバーが「自分に出来る何かを探し、行動し始めた」ということは、社会起業家精神の醸成という本研究の目標の一歩を達成したということである。この学生の変化は、各活動後のコメントに現れている。(※3)
2. 講演、交流を実施する中で、大きく学外交流が促進された。広島県内で希少な本研究会を学外団体は注目、期待しており、学生の成長を各団体、起業家が目の当たりにし、今後の活動期待が更に高まっている。この大きな期待を継承し、今後も研究会活動は継続していく。(※4)

【これまでに交流した学外団体、個人】

- ① 慶応大学総合政策学部玉村研究室、井上研究室、② 樋栄ひかる (Ena Communication Inc)、③ 坂之上洋子 (ブランド経営コンサルタント)、④ 神田詠梨子 (社会起業家)、⑤ 島根県隠岐郡海士町の皆様 (海士町役場、海士町教育委員会、島根県立隠岐島前高校魅力化プロジェクト、町民の皆様)、⑥ 琉球大学経済学部観光学科、⑦ ひろしま NPO センター、⑧ 高齢者支援 NPO (シニアネットひろしま、うたしの会) 等
3. 本研究会における研究を基に、卒論を完成させた者
西原隆史 (0703044)「社会企業家の特徴分析と社会問題解決への考察」(平成22年度卒)
中嶋一成 (0803037)「社会を変える組織「社会的企業の可能性を探る」(平成23年度卒)

※1 チェンジメーカーとは、「よりよい社会やコミュニティをつくるため、何らかの行動を起こしたり、誰かをサポートしている人たち、もしくはその準備のある人たち。」と定義されており、ソーシャルアントレプレナーを生み出す種 (シーズ) といえる。(出展:「社会起業家になりたいと思ったら読む本」(デービッド・ボーンステイン、スーザンデイヴィス 著))

※2 マイプロジェクト (マイプロ) は、慶應義塾大学井上英之研究会 (通称「いの研」) が持っている教育プラクティスの一つで、特別なフォーマットに自分の生い立ち、プロジェクトの概要、これからやりたいこと等を書き込み、それを元にプレゼンテーションを行い、聴衆からのフィードバックを受ける。

この「マイプロ発表」は、社会起業教育において一番重要なことのいくつかとして、

- 誰かからの借り物の言葉ではなく、自分自身の言葉で、等身大の問題意識を持つことの大切さ
- たとえ他人からみたら些細な問題意識であっても、個人の顔で考え、描き、発信し、行動することが、世界を変える第一歩であり、社会起業家精神の原点であること
- 自分のパーソナリティや、今の自分の原体験の発信を通して、自分の問題意識や行動の背景を他者に理解/共感してもらう能力を持つこと
- 成功/失敗は関係なく、行動を行い、その学びを仲間とシェアする勇気の大切さ
を実現するものとして、いの研の社会起業家教育の根本を担うツール&プラクティスである。

※3 以下感想 (抜粋) が、学生のチェンジメーカーとしての成長ぶりを表している。

『・私は以前の海士合宿ではただただすごい人々に会えたことと、問題意識を持ち始めたところでしたが、今回ではそこから実際に自分で考え、考えたことを相手に発するということができるようになった気がします。これからの自分は実際に行動できるような人間、考えるための知識を得て解決策を発することができる人間になりたいです。』

『・伝え方によって素晴らしいことを述べていても相手に伝わらなければ、相手の心をつかみ、親近感を持たせ、動かさなければ意味がないと感じた。マイプロ制作により私がこれから生きていくうえでの課題、目標設定ができてよかった。次に自身の問題だけでなく、周りを巻き込んでいくような問題に取り組めたらよいと感じた。』

※4 本件研究は平成23年度末で終了したが、研究会は本年度も継続して活動している。今後は本研究会をベースに広島におけるチェンジメーカーの育成を目的とした NPO 団体を組成する予定である。

