



ソーシャル・ビジネスの可能性を考えよう

グローバル戦略推進センター産学官連携推進部門フェロー

奥田 和重

運河クルーズが小樽観光に定着し運営会社も順調のようである。このプロジェクトの一端に関わった者として感慨深いものがある。運河クルーズの目的の一つに北運河への観光動線の強化があった。カナルポート1隻(現在のカナル1号艇)で運行を始めた頃は北運河にも発着場があり、旧日本郵船(株)小樽支店や小樽市総合博物館等へ観光客を誘導しようとした。これは北運河周辺を観光客が散策することで、手宮地区から南小樽地区までの広域に観光客を滞在させて小樽での滞在時間を長くしようとするものであった。そしてその延長線上には、小樽が抱える積年の課題である通過型観光から滞在型観光への転換を目指していた。経済産業省によると、このような地域社会の課題を解決するために、住民やNPO、企業などが協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むのがソーシャル・ビジネスである。運河クルーズのプロジェクトがスタートした頃はソーシャル・ビジネスという用語はまだ一般的ではなかったが、運河クルーズは小樽におけるソーシャル・ビジネスの端緒であったかもしれない。

経済産業省は、地域社会においては観光以外にも環境保護、高齢者・障がい者の介護・福祉、子育て支援、まちづくり等、多種多様な社会課題が顕在化していると指摘している。このような課題は小樽市にもそのまま当てはまる課題でもある。これらの課題を解決するために小樽市では平成27年に「小樽市総合戦略～OTARU PRIDE～」を策定し公表している。この「小樽市総合戦略」では、人口の将来推計を行い、これに基づいて3つの基本目標とそれらを踏まえた3つの重点戦略を策定し、複数の施策を総合的かつ一体的なパッケージとした4つのプロジェクトを実施している。これら4つのプロジェクトの中で実施するとされている事業にはソーシャル・ビジネスに適したものが見受けられる。そのような事業は必

ずしも行政が行う必要はなく、行政は事業を行うための仕事を新たに創出し、その担い手を地域の内外から広く集め創業・起業支援を行うことに重点を置けばよい。新たな事業を行うためには、いうまでもなくその事業を行うための「場所」が必要になる。空き家、空き地、空き店舗、廃校校舎などがその「場所」になるであろう。そのような情報を収集して一元的に管理し情報発信することが必要であるが、小樽市のホームページでは、これらの情報にアクセスすることは非常に困難である。情報は「集まる」のではなく「集める」ことが大事で、関連する事業者と連携した情報収集と発信が求められており、移住・定住対策と創業・起業支援あるいは産業振興をセットにした取り組みが必要なのではないだろうか。

大阪市立大学の松永桂子准教授は、著書¹⁾で島根県江津市旧桜江町の定住対策と産業振興を掛け合わせた試み・活動を紹介しており、その継続的で連鎖的な盛り上がりの様子を「生態系」のようだと述べている。また、ネット社会では都市と農山村がフラット化していると考えられるとして、場所がフラット化すればするほど、人々は住みたい地域、住みたい町を選択する傾向が深まるとしている。小樽市がソーシャル・ビジネスの事業主体になる人たちから住みたい町として選択されるには適切な情報の収集と発信が求められている。この住みたい、あるいは創業・起業したい地域は、市内中心部や商店街だけでないかもしれない。例えば北運河地域や北海道新幹線の新小樽駅が計画されている天神地域に連なる奥沢地域などが考えられる。このような地域にソーシャル・ビジネスの企業が集積することで新しいコミュニティが形成され、地域の活性化が可能になるのではないだろうか。

¹⁾「ローカル志向の時代—働き方、産業、経済を考えるヒント—」(光文社新書 2015)