

特定非営利活動法人グラウンドワーク三島
「地域社会雇用創造事業」の社会的効果に係る第三者評価調査報告書（抜粋）

本評価調査は、明治大学発の民間シンクタンクである（株）公社研による第三者評価であり、内閣府・地域社会雇用創造事業「グラウンドワーク・インキュベーション」の社会的効果について、その社会的価値を SROI（社会的投資収益分析）という費用便益手法を用いて計測し具体的に数値化（金銭化）することを通じて、本事業の社会的意義を実証することを主たる目的に実施しました。本評価調査では、社会的起業支援対象者を対象とするアンケート調査を実施し（回収率 92.7%）、SROI 分析のための基礎データとしました。また、アンケート調査においては、推計結果の文脈の理解に有効と思われる設問項目も設け、総合的な分析も行いました。

【報告書より抜粋】

(1) 分析・評価結果の総括

下記の諸点は、アンケートの集計結果から得られた主要な事実発見を再整理したものである。

- ・ 事業分野は、まちづくりを筆頭に、環境、農山村振興など多岐にわたり、高齢者や障害者を対象とする地域密着型の福祉サービスを始め、分野融合的な取り組みも数多く見受けられる。
- ・ 全体の半数近い起業支援対象者は個人事業（47.5%）として、約 35%は NPO 法人として、社会起業のための事業主体を立ち上げている。株式会社形態は約 9%、最近設立が急増している一般社団法人は 5%に留まった。しかし、個人事業の中には、起業支援金の給付条件を満たすために、まずは個人事業として開業届を出すことを急いだ事業者も多いと思われ、将来、他の法人形態に移行するものも多いと推測される。
- ・ 比較的規模の小さい社会起業の場合、株式会社形態であっても、新規に立ち上げた事業が軌道に乗る以前の起業時においては、無給のボランティア人材の労働力を必要とする、という実態が見い出された。
- ・ 「グラウンドワーク・インターンシップ」への参加が実際の起業に結びついた度合いに関する設問では、インターンシップへの参加が起業に何ら影響していないと思われる回答は全体の数%にとどまり、ほとんどのインターンシップ修了者（93%）が、「グラウンドワーク・インターンシップ」に参加したことで起業に向けて何らかのプラスの効果を感じていることがうかがわれた。
- ・ 「グラウンドワーク・インキュベーション」に応募する以前の支援ニーズがどのようなことであったかという点と、「グラウンドワーク・インキュベーション」の支援の中で最も実際の起業に役立ったと支援は何であったかという点を尋ねたが、いずれの設問でも最も多かった回答は「起業支援金」であった。ただし、応募以前の支援ニーズでは、「起業支援金」の過半数に続いて、「起業に関する知識・ノウハウ」「パートナー、起業仲間」の回答が合わせて全体の 4 分の 1 に達しており、金銭的支援だけではなく研修や交流、ネットワークづくりの機会もあわせて求め、「グラウンドワーク・インキュベーション」に応募した起業支援対象者像が明らかとなった。

- ・ 「グラウンドワーク・インキュベーション」への採択が実際の起業に結びついた度合いについての設問では、インキュベーションへの採択が起業に何ら影響していないと思われる回答は全体の1割に留まった。「グラウンドワーク・インキュベーション」に採択されたことで、ほとんどの起業支援対象者（89.8%）が起業に向けて概ねプラスの効果を感じていると考えられる。
- ・ 「グラウンドワーク・インキュベーション」の契約期間終了後の運営事務局によるフォローアップの必要性に関する設問では、全体の88.8%が必要性を肯定する回答であった。しかし、有料であってもフォローアップを求めるかどうかを補足質問したところ、「有料の場合は求めない」とする回答が全体の4割を占めた。起業に関連しての金銭的負担に対してシビアな起業支援対象者の姿勢がうかがわれる結果であった。

これらアンケート調査による事実発見からしても、グラウンドワーク・インキュベーション事業が、起業支援対象者に対して、起業に向けた行動・意識の変化というアウトカム（社会的便益）を生じさせる主要な要因としての効果を発揮していることが明らかとなった。インキュベーション事業への応募がインターシップ事業への参加を条件としていないとはいえ、起業支援対象者のほぼ9割が後者の修了者であることからしても、両事業の統合的・体系的な制度設計と実施が大きな効果につながったといえる。起業支援金のニーズが高かったようであるが、運営事務局による研修や専門家によるメンタリング等の支援など、体系的に準備された豊富な支援メニューも起業支援対象者の満足度と効果を上げる大きな要因になったと考えられる。

民間営利ビジネスによる起業支援とグラウンドワークによる支援との相違という点からみれば、グラウンドワーク三島による起業支援は地域密着型で交流重視型の支援であり、起業支援対象者同志の連携やコミュニティ形成といった、いわばソーシャル・キャピタル（social capital: 社会関係資本）（社会的なつながりや信頼）を醸成する機能を果たしたと考えられる。回答の中でも、契約期間の終了後にも運営事務局や同じ起業支援対象者同志の連携・交流の機会を引き続き持ちたいという旨の意見が数多くみられたのも、ソーシャル・キャピタル志向の反映といえよう。例えば、「全国の同じような志で起業した社会的企業の情報交換や連携」、「お金だけ出して終わりではあまり地域社会雇用創造事業の意味が無い」、「NPOは横のつながりが必須だとおもうので、起業した仲間と連携を取れたらいいなと思う」、「専門的なアドバイス、ネットワークを活かした連携、情報交換の場」、「社会起業家としての育成・支援は続けていただきたい」などの今後のフォローアップの内容に関する回答者の意見にみられるように、起業支援対象者のなかにはソーシャル・キャピタルを維持・強化してもらいたい、中間支援機能を引き続き発揮してもらいたいというニーズが強いことがわかる。

起業の組織形態に注目すると、個人事業とNPO法人の選択が突出する結果となった。社会的企業の起業ということでNPO法人の形態が多いのは当然の結果といえる。個人事業が多いのは契約上限られた期間内で起業支援金を受け取るためには税務署への開業届で済む個人事業が簡易であり、法人化までの時間的余裕がなかったことも要因として考えられる。しかし、法人登記の手続きに要する手間という点では、ある程度の知識やサポートがあれば、株式会社や一般社団法人の方が簡易であることからすれば、それらの法人形態の選択が比較的少数であったのは意外な印象も受ける。「株式会社＝営利」というイメージが依然として強いことや、一般社団等への社会的認知度が低いことも考

えられるが、起業の組織形態の選択の幅がやや狭いのは課題であろう。

一方、雇用形態に注目すると、有給の雇用労働に加え、ボランティアが活用されているのが特徴である。特に起業時においては、株式会社形態の組織の間でもボランティアが活用されている。営利法人形態におけるボランティア等の非市場・非貨幣的資源の活用は、事業体・経営体としての未熟さとしてとらえることもできる。しかしながら、社会的企業がしばしば、社会貢献的・NPO的手法とビジネス的手法とを混合的に活用する「ハイブリッド組織」としてみなされることからすれば、ボランティアと雇用労働のハイブリッドな有効活用は、ビジネスモデルの選択肢として評価できよう。以上のようにアンケート調査の結果からも、地域社会雇用創造事業としてのグラウンドワーク・インキュベーション事業の社会的効果と政策的有効性が実証できた。

しかしながら、本評価調査ではSROI分析が主眼であり、本事業によって生み出される社会的便益(社会的アウトカム)を推計した。その結果、起業後5年累計の総便益(現在価値)は30億1447万6000円、社会的投資収益率(SROI比率)で表される費用対便益は14.40というきわめて高い数値であった(ボランティアの経済価値は含まない)。投下費用に対して14.4倍の社会的便益が創出されることになる。ただし、これだけ大きな便益が発生するのは、「社会的企業の起業・運営が計画どおりに行けば」という前提に立っていることを留意されたい。

(2) プロジェクトの意義

グラウンドワーク三島によるグラウンドワーク・インキュベーション事業(地域社会雇用創造事業)の意義について、以下の3点に整理して論じたい。

第1に、その目的において「地域社会における社会的事業と雇用を加速的に創造する」とあるように、地域密着型・社会課題解決型の社会的企業の起業と、それらの企業を通じた雇用創出である。この社会的意義については、アンケート調査やSROIの推計結果からきわめて高い成果が検証されたことにより、実証された。本プロジェクトの実施がなければ、全国に及ぶ広範な地域で、なおかつきわめて多様な分野での社会的起業はありえなかったであろう。グラウンドワークの活動で蓄積された全国ネットワークと、市民や多様な主体を巻き込むパートナーシップ力がその成果の背景にあるといえる。

第2に、グラウンドワーク三島による体系的で洗練されたプログラムにより、単なる起業・雇用創出ではなく、ソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の醸成を伴った起業支援がなされたという点である。すなわち、インターンシップやインキュベーション事業における様々な支援メニューを通じて、起業支援対象者間の連携やコミュニティが形成され、ソーシャル・キャピタル志向の起業家が育成されたと評価できる。グラウンドワーク三島の間接支援組織としての専門性・ノウハウがこうしたソーシャル・キャピタル醸成型の人材育成・起業家支援を可能にしたといえる。

第3に、本プロジェクトが応用・普及可能な社会起業支援モデルを提起しているという点である。グラウンドワーク・インキュベーション事業による起業の事業エリアが全国47都道府県のほぼ半数の地域に及んでおり、地域性があるとはいえ標準化されたプログラムが実施されていることからしても、グラウンドワークの社会起業支援モデルは、異なる地域においても移転・伝播可能なモデルであることが実証されたといえる。支援サービスの供給方式や質の標準化がある程度成功したからこそ、全国的な起業支援が可能となったといえよう。