

〈特集〉

## NPOの経済的側面を考える

## 巻頭

- 『市民活動の経済的意義』 大阪大学 教授 山内 直人 ..... 2

## 論文

- 『住民参加の地域振興  
～NPOとコミュニティ・ビジネスの視点から～』 東北大学 教授 大滝 精一 ..... 4

- 『NPOの経済価値』 東京学芸大学 助教授 田中 敬文 ..... 11

- 『地域経済の活性化に果たすNPOの役割』 日本政策投資銀行 地域政策研究センター  
主任研究員 鈴木 真人 ..... 19

- 『PPP(Public Private Partnerships)における  
行政とNPO・市民との連携』 日本政策投資銀行 北海道支店  
企画調査課長 佐野 修久 ..... 24

- 『自然環境NPO法人が参加する  
地元力による付加価値経営  
～北海道 浜中町のNPO法人  
霧多布湿原トラストの活動を事例に～』 北海道経済連合会 事務局次長  
阿部 欣司 ..... 30  
(日本政策投資銀行 前 地域政策研究センター 主任研究員)

## レポート

- 『NPO法人ケア・センター やわらぎの活動  
～片手に運動、片手に事業～』 代表理事 石川 治江 ..... 37

## 連載

- 〈大学附属地域研究センター紹介〉  
「高崎経済大学附属地域政策研究センター」 ..... 41



## 市民活動の経済的意義

大阪大学 教授 山内 直人

### 成長性秘めたマイクロ・セクター

NPO法(特定非営利活動促進法)ができて5年半が経過し、2004年6月末現在、同法に基づいて設立されたNPO法人の数は17,000を超える。民法法人(財団法人・社団法人)、学校法人、社会福祉法人などを含む広義の民間非営利セクター全体からみれば、NPO法人はごく小さな部分集合にすぎない。しかし、新聞などで単にNPOという場合はこのNPO法人を指す場合が多い。それだけ社会的に注目される存在になっているのだ。

NPO法人は、経済的なパワーという意味ではまだまだ「マイクロ・セクター」の域を出ない。個々の法人が平均3人の有給スタッフを雇用しているとしても、NPO法人全体でたかだか5万人ほどの雇用規模にとどまる。日本の総就業者数の千分の一よりはるかに小さく、トヨタ1社の従業員数(本社だけで約6万5千人)にさえ及ばない。

しかし、少子・高齢化が進む成熟した経済社会にあって、小なりといえども成長性を秘めたセクターであることもまた事実である。

### 機動力、先見性がウリ

NPOは、営利企業では採算を取りにくい社会サービスを供給することが可能であり、また多様な需要に対応すべく、先見性を持って、行政よりもきめ細かくかつ機動的に対応できる。これまで国や地方自治体が直接供給してきた公共サービスをNPOに業務委託するケースも増えている。

NPOは、営利企業や行政が手がけにくい分野に進出して事業を展開するという意味で「ニッチ産業」ではあるが、市民社会の多様な価値観を実現するための社会装置として、これからの経済社会にとって不可欠の存在である。

最近では、社会起業家あるいはソーシャル・アントレプレナーと呼ばれる人々が、福祉・介護、教育、環境、文化、地域再生など、社会的ニーズの高い分野に、新しいビジネス・チャンスを求めて参入してきている。彼らは、ミッションを実現するために、様々な組織形態を巧みに使い分け、営利・非営利の境界領域で活動している。

## 待ち受ける試練

NPO法人の数は、急速に増加しているが、最近設立されたNPO法人ほど小規模・零細だという調査結果もあり、組織基盤は強化されるどころか、ますます弱体化している可能性さえある。介護サービスのように、同じ土俵で営利・非営利の様々な経営形態の事業者が競争する場面も増えており、生き残りのためには競争力の強化が不可欠である。

そのためには、まずNPO自身がファンド・レイジングにつとめ、収入構造を強化しなければならない。特に、活動をサポートしてくれる寄付を増やすことが重要であり、支援税制の一層の拡充も求められる。

人材の育成も急務である。日本のNPO界では、草創期を切り開いた60歳以上の世代から、40歳台、50歳台の世代へとリーダー層が移りつつある。最近では、30歳台が台頭してきており、今後さらに若い世代の人材を育て、底辺を拡大していくことが、セクターの成長にとって重要になっている。また、労働市場の流動化が進み、営利セクター、公的セクターとの間で人材の往来が活発化することが想定され、こうした変化への政策的対応も求められる。

一方では、新聞の社会面をにぎわすような違法・不正な活動を行うNPO法人も増えている。NPOが寄付者や消費者といったステーク・ホルダーたちの信頼を裏切れば、彼らは一気に離反していっくだろう。信用失墜は一瞬だが、一旦失われた信用の回復には膨大な時間とコストがかかる。NPOにとって社会的信用を失うことほど怖いことはない。

## 評価・選別の時代へ

こうした状況のなかで、NPOの活動を様々な観点から評価することが重要になっている。行政機関や企業、一般市民は、協働のパートナーとしてふさわしいNPO、あるいは寄付先として適当なNPOを見つけたいと思っており、そのためにNPOに対する評価は重要な情報を提供する。

日本のNPOは、大きな転換点に差しかかっている。量的拡大の段階から質的充実が求められる段階に入り、玉石混交の時代から、評価され選別される時代を迎えたといえるだろう。