

開設記念パネルディスカッション

人間福祉学部・人間福祉研究科開設記念



ホームレス自立支援の社会的企業、 その事業、起業そして経営

水越 洋子 「The Big Issue」編集長

人間福祉学研究, 1 (1) : 79-84, 2008

本日は人間福祉学部と研究科の開設、本当におめでとうございます。心よりお祝い申し上げます。

いま、子どもの虐待の話、それから自殺の話ということで、社会のエッジにいたり、社会から排除されていたりする人たちの問題のお話をお聞きしました。そういう人たちを今度はソーシャルインクルージョン、いかに包摂していくのか。そういう目的で始めたのが、私どもの雑誌なのです。

ちょっと最初にお聞きしてもよいですか。こういう『ビッグイシュー』という雑誌を、街頭で販売者のホームレスのおじさんが売っているのですが、お見かけになった方は多いと思いますが、手にとってお買い求めていただいた方はどれくらいいらっしゃいますか。ありがとうございます。たくさんの方に買っていただいているみたいですが、今日は初めて知ったという方もいらっしゃるようですので、仕組みや、会社のことについてもお話しさせていただきたいと思います。

1. 社会的企業「ビッグイシュー日本」とは

まず、『ビッグイシュー』という雑誌は、実は1991年にロンドンでつくられた雑誌です。それを日本では2003年の9月に創刊いたしました。全世界では28か国くらいで、いまこのような雑誌が80誌以上つくられておりまして、同じような仕組みでホームレスの方の自立を助けるという目的で発行しております。

ホームレスの方の仕事をつくって自立を応援するという目的なのですが、会社の仕組みは簡単で、雑誌を1冊300円で販売の方が売り、そのうちの160円が彼らの取り分になります。ですから、たとえば10冊売りますと、手もとに1600円の収入が生まれるということなのです。

販売者には、ホームレス状態の方であればどなたでもなっていていただけます。まず雑誌を売りたいとこられたホームレスの方に面接をするのですが、過去はいっさい問いません。お名前も本名かどうかも分かりませんし、住んでいるところはもちろん路上とか、漫画喫茶で一晩すごすとか、そういう方もいらっしゃるのですけれども、ホームレスになった事情は話したくない方も多いものですから、とりあえず雑誌を売って自立したいという方であれば全部受け入れるということで行っています。最初にまず10冊は無料で差し上げ、この売り上げ金3000円を元手にして、1冊140円で雑誌を仕入れながら販売を続けていただきます。

このような私たちのような仕事は、こちらに新しくできた社会起業学科がありますけれども、社会的企業、ソーシャルエンタープライズというふうにいわれています。ホームレスという社会問題をビジネスの手法で解決していこうという企業なのです。ですので、従来の企業とは若干異なります。企業とどこが違うのかといいますと、たとえば、もちろんスタッフは有給で働いているのです。

が、もしすぐもうかって余剰利益が出た場合も、それをもう一度、事業に還元していく仕組みをもっているということです。さらに、会社とは別にあとでご説明するNPO法人をつくり、社会に返していくということで仕事をしております。

ざっとこのレジュメにしたがってお話ししたいと思いますが、販売者は、いままで登録された方が731人います。現在販売中の方が110人くらいで、この間、2003年9月に始めて、今年の3月まで、4年7か月が経ちましたけれども、新たに仕事を見つけ社会に復帰された方が68人いらっしゃいます。

販売地域は東から札幌、青森、仙台、千葉、東京、神奈川、名古屋、京都、大阪、神戸、広島、福岡、熊本、だいたい13の地域でいま現在販売しております。一般的に出版業、雑誌の制作もほとんどが東京で行われていますが、『ビッグイシュー』は発祥が大阪ですので、編集部も大阪にあります。それはなぜだったかということ、大阪のホームレスの人口が2003年当時、いまもそうですけども、日本でいちばん多いのです。そういうことで、大阪の地でまず始めたということがありました。

今年の9月で5年目を迎えるのですけれども、5期目の決算でやっと赤字を脱出して、わずかですが黒字を出し、やっとこれで継続できるかなというところまでまいりました。まだ大きな累積赤字を抱えていますので、社会企業として成功したとはいえないのですが、継続していけるめどがつかつつあるということをお話を聞いていただければと思います。

雑誌の販売数は、今年3月の91号までで251万冊、これは実売です。発行部数ではなく、売れた数です。去年の10月15日に雑誌の価格が200円から300円になりましたので、ざっと計算しますと、ホームレスの方にもたらした収入は2億8755万円ということになり、今年の6月には3億円を越えるかなというところまでできました。

雑誌をつくったり、販売者のサポートをしたり

する従業員はフルタイムで11人います。編集が3人、デザイン1人、販売2人、広告1人、事務2人です。パートタイムが8人、あとインターンが2人います。社会的企業ということで、非常にスタッフも少なく、かつかつでみんなで行っているのですが、参加ボランティアが非常に多いのです。いまメール登録してもらっている方で140人くらいいます。

それから昨年7月までは、会社を市民パトロンとか定期購読者ということで市民の方に立ち上がりを支えてもらったのですが、定期購読で512人、市民パトロンで181人。たとえば市民パトロンは年間5万円を出資ではなくて寄付していただいて、発行協力寄付でもある定期購読と合わせ、毎年1000万円くらい寄付がありました。企業としてはまれなことですが、そのように、市民の方に支えられてきたというところが大きい会社です。

2. NPO法人「ビッグイシュー基金」の設立

そういうことでやっと軌道に乗りかかってきたところで、最初からの願いでもあったのですが、ビッグイシュー基金をNPO法人でつくりました。会社は雑誌をつくって販売者の仕事、雑誌の小売業という仕事をつくるのですけれども、柏木先生の話にもありましたが、仕事だけでは人間は生きていけないのですね。

これはやってきたなかで分かったのですけれども、人はなぜホームレス状態になるかということ、いろいろ諸事情ありますが、仕事をなくしただけではならないのです。日本のホームレスの方のほとんどが単身で95パーセントが男性ですけども、家族がいたり友達がいたり、人間関係があった段階ではホームレスにはならないのです。仕事、家に加え、身近なきずなをなくして1人ぼっちになって、まず希望をなくしてホープレスになり、ホームレスになるのです。

ホームレスの方のなかには、マッチョな男性観をもつ人が多くて、男なのに一人前の仕事ができない、家族を養えないと自分を否定し、見栄もあ

って借金をつくってしまったりして、ホームレスになられる方が多いのです。

そういう方たちが、もう1回、元の生活に戻っていくためには、また違う人間関係、もちろん家族ともう1回再会して築き直すということも含まれるのですが、周囲にいる人との人間関係をつくっていくことが必要です。それがないと、なかなかホームレスから脱しきれません。お酒やギャンブルの依存症の克服など、身体健康だけではなく、こころのケアを含めた人間的なサポートが必要なんです。そのためにNPOを創立しました。

このNPOでなにをしているかを簡単に申し上げますと、楽しいメニューをつくっております。生活支援や、就職のための基礎トレーニング、パソコンを使ってみるとかそういうこともやるのですが、もう1つ、スポーツ文化活動をやっております。たとえば、プロのコンテンポラリー・ダンサーと組んで、販売者さんを指導してもらいながらダンスをつくる。今年は2年目で、新宿で4回公演をやったのです。チケットは2500円だったのですが、満員になりました。すごくおもしろい舞台になりました。

それから、ロックバンドをつくっています。これもロックのセミプロの方が入って、販売者の人は歌詞をつくり、オリジナル曲をつくって、この間ライブをやりました。50人くらいの小さなカフェですけれども、そういうライブをしたりしています。

もう1つはサッカーです。これは、ホームレスの方たちのワールドカップがあるのです。来年にミラノで開催されるのですが、それに出場したいということで練習しています。

ただ、ダンスもバンド活動もサッカーも、すべてクラブ活動です。ダンサーやサッカーの選手になれるはずがありませんが、そこでコミュニティや仲間ができますし、お客さんとそういう話題で会話もはずみますし、観客や一般の人と触れ合うということもできて、それが彼らのこころの元気の源になっていくわけです。それは、依存症の克

服や就業トレーニングの励みにもなります。そういうことを、NPO法人の方でやっております。

3. 社会福祉と私

時間がないので少し端折りますが、私は実は若いころ、大阪市で保育士を2年ほどやりました。福祉の勉強をしてそういう仕事に就いたのですが、いろいろ事情がありまして、自分に向いている、向いていないもありまして、そのあとシンクタンクで20年くらい仕事をしたのですけれども、その間ずっと福祉のことは忘れられずに、重度の障害者の方が働く福祉の作業所などでボランティアをしていました。

そのときに、作業所だけでは障害者の方がなかなか食べられないので、彼ら自身で会社をつくらうということになりました。車いすなどいろいろな福祉機器というものがありますが、彼らはそういう機器のユーザーなのです。けれども、彼らの声がなかなか機器をつくっている人たちまで届いていない。大阪弁ではユーザーと発音せずユーダというのですけれど、ユーダという会社をつくって重度の障害者の人が社長になって、機器の使い手をよく分かっている彼らが、ベッドや義手、補装具といった機器を売っていくということになりました。私は福祉機器のヒアリングを30人くらいにしまして、1992年に『誰も書かなかった福祉機器の本』というものを書きました。この本が、そのユーダの会社の商品の第1号になりました。いまもその会社は続いています。

その後、福祉の仕事から離れていたのですけれども、やはり若いときにその道を志したこともあって、20年勤めたシンクタンクを辞めて、NPO、市民団体を仲間と立ち上げました。そしてその事務局長をやっていたのですが、そのときにホームレス問題のことに行き当たったのです。ですから、それまではホームレス問題についてなにか活動をしていたというわけではありません。

4. 『ビッグイシュー』との出会い

なぜ、「ビッグイシュー」にこころを引かれたかといいますと、これも長くなりますので端折りますが、2002年の夏「月刊ペン」という雑誌にソーシャル・アントレプレナー特集がありました。たった5行の記事だったのですけれども、「ビッグイシュー」のことが紹介されていて、それですごくおもしろいと思ったのです。というのは、私は福祉機器の本を書いたように、文章を書くのが好きでした。若いときに福祉か文学か迷ったくらい、書くことはすごく好きだったということがありました。

もう1つ、ホームレス状態の方にとって日々の衣食住の確保は命にかかわる大事なことですが、ホームレス問題のいちばんの問題は、就業の問題なのです。彼らがホームレス状態になると、住所がないので就職活動ができません。就職活動ができないと、仕事を見つけれないわけです。だから、まず住所をもたなくてはいけない。住所をもつためになにか収入源があるということで、そのために仕事をつくるのがいちばん大事だと思っ

ていまして、「ビッグイシュー」に出会ったときに、これはおもしろいと思ったのです。それで、スコットランドの「ビッグイシュー」の本部まで行きました。そして代表のメル・ヤングさんという方に会ったのですけれども、彼は日本のホームレスが当時2万5000人もいることにびっくりして、経済大国なのになぜなのだ、路上にそれだけ人がいるのは信じられないからすぐにやれというようなことを言われました。私は、彼の熱意もですけれども、自分が「ビッグイシュー」のシンプルさ、仕組みが簡単で分かりやすいということ、スコットランドの「ビッグイシュー」で働いているのは若い人が多いということ、それから雑誌の内容がすばらしいということで感動して、それから最後に、グラスゴーの街頭で販売者が『ビッグイシュー』を売っていたのですけれども、とても感じがよかったです。それで、この風景を大阪でもきつと実現できるはずだと思いました。

私も実際に買ってみたのですけれども、販売者の方は本を買うと“God bless you”とか、“Have a nice day”とか、いろいろなことをおっしゃってくださるのです。こういうことが、きつと大阪でもできると思って帰ってきたわけです。

そういうことで、すぐに始めたいと思って帰ったのですけれども、そのときやっていたシチズンワークスというNPOではとてもこの大きな仕事はできないだろうということで、会社をつくることになりました。2002年の9月に向こうに行きまして、2003年の5月に会社をつくり、その年の9月に創刊したので準備期間が1年でした。

そのときに、いろいろな方にご相談したのですけれども、みなさんに「100パーセント失敗する」と言われました。あるマスコミ関係の方は、トラック1杯分の否定材料があるというふうに言われたのですね。みんな親身になってそう言ってくれたと私はいまでも思っていますが、とにかく、山に登って天候が悪かったら下山するのも勇気だというふうに言われたのです。そうかもしれないなと一瞬思いましたが、私の気持ちとしては、でも、やってみないと分からないのではないのかと、ここではそう思いながら聞いていました。

5. ビッグイシュー起業の四重苦

この起業のところの「四重苦」についてだけ少しお話します。なぜ反対されたかといいますと、まず若い人は活字を読まない。次に路上で雑誌を売る文化は日本にはないだろう。それから、情報はもうタダの時代で、有料の雑誌は売れない。フリーペーパーがいっぱいありましたから、最後にそれをホームレスから買うのかというようなことでした。これは本当に説得力のある反対理由で、どうしようかということだったのですが、代表がよく言うのですが、起業は闘いで、しかも言論戦だということです。軍事戦は敵のもっとも弱いところをつくのが常識なのですが、言論戦は反対にもっとも強いところと対峙する必要がありますと。

四重苦は敵のもっとも強いところで、これがみ

えたということはむしろチャンスなんだということです。そこで、その4つに対してそれぞれ、1番目は、活字離れはしているけれど、メールはよくしている。みんな活字、文字を打っているではないか、だから可能性があるというようなことです。2番目は、路上での販売文化はないというのですが、普通の本屋に並べたら埋もれてしまうかもしれないけれど、繁華街にこの『ビッグイシュー』だけもって売ってくれる販売店ができるわけです。それはすごい強みではないか。3番目は情報はタダだといわれますけれども、私たちは書きたい記事、制約のないコントロールされない記事が書ける、だからよその雑誌にないものをつくれるということです。それから、ホームレスから買わないということについては、ホームレスのおじさんは体力があるのです。朝は上野で炊き出しを食べて、歩いて移動して新宿で昼の炊き出しを食べ、夜はどこで寝るかなど全部インプットされていて、日々命がけて生きています。ですから、そういう彼らが命がけて「これは最後の仕事だ」と思ってやってくれたら絶対やれます。

これらをマスコミの人などを胸を張って申し上げたら、みんなだんだん身を乗り出して、最後はなだれるように書いてくださったのです。本当にたくさんのマスコミの方が書いてくれました。

6. ビッグイシュー起業の7つの壁

そのあと「7つの壁」(表1参照)があるのですが、これを全部しゃべるとかなり時間がかかりますので、2番目の労働の壁と6番の規制の壁についてお話します。

実際は女性の方が、まず買いにきてくれました。20～30代の女性です。その方たちにいちばん偏見がなかった。おじさんたちはそれがうれしかったのです。若い女性がきてくれるし、100円玉を握りしめてきてくれたら、あの100円玉が温かったと、感動して話してくれました。ホームレスの方は働かないといわれているのですが、実はみんな働いていらっしゃるのです。たとえば夜の

表1 ビッグイシュー起業の7つの壁

- | | |
|---|---------------------------|
| ① | 市民はホームレスから買わない (偏見の壁) |
| ② | ホームレスは働かない (労働の壁) |
| ③ | 資金は集まらない (資金の壁) |
| ④ | 若者は路上で買わない (販売の壁) |
| ⑤ | 売れる雑誌は簡単にはつくりえない (編集技術の壁) |
| ⑥ | そもそも日本の路上で雑誌は売れない (規制の壁) |
| ⑦ | 日本では社会的企業は成立しない (営利の壁) |

間に空き缶集めをしている人は、夜の間中、歩いているので疲れて昼間は寝ておられる。それをみて、あの人たちは怠けているということなのですけれども、怠けては生きていけません。炊き出しだけでは生きていけない、だからホームレスの人の7割は何らかの形で働いておられます。

それから、客商売の経験がないからだめだといわれたのですけれども、それが逆によかったのです。彼らはマニュアルではないところからの「ありがとうございます」を言うのです。ですから、買った人は感動されます。300円の買い物をして、こんなに感謝されたことはないとか、そこで交流が生まれたりしました。立ち仕事がつらいというのがあるのですが、これは適宜、自分で休みをとってやってもらえます。彼らはビッグイシューの販売代理店です。個人事業主のよいところはノルマがありませんし、1日1冊からでも仕入れをしていただけます。それから、路上に1人で精神的につらいだろうという話もありますが、これはいま、1日に平均25冊売れます。そうすると、10日売ると250冊、そして7割前後はおなじみさんなのです。ということは、1人あたり150～200人のお得意さんがいらっしゃるのです。街角にお客さまとのコミュニティができて、彼らは売り続けられるわけです。

それからもう1つ、6番目が大変だったのですけれども、そもそも日本の路上では雑誌が売れない、もの売り禁止ということにされているのです。道交法77条の第1項第3号と第2項という法律によって許可申請を出せば原則OKなのです。ところが、もの売りについては、法律に反する行

政指導によって「原則禁止」にされ、申請すら受けつけてもらえないことになっています。現場での仕事が増えたら困るという警察の事情から、そうしているのですが、そこで、私たちは移動販売だということにして、通行の邪魔をしないし、随時移動するとし、許可書をもらわずに売ることになりました。もちろん、このことを警察と話し合ったうえでやっています。

結果として、警察はじめ行政の方も、税金を使ってホームレスの方を生活保護などで支えていくよりも、「ビッグイシュー」のような企業、民間で仕事をつくってもらえるのはよいのではないかと、全国に進出していくときには必ず各行政と警察にはごあいさつに行くのですが、みなさん期待してくださったりするところもあります。

そのようなことで、いまやっと何とか息をつけるような状態になったということです。ですから、私はこの人間福祉学部が今度、関西学院大学に創設されたということで、ぜひ学生さんや研究者の方々と、社会的企業、あるいは「ビッグイシュー」でなくてもよいのですが、その手法ややり方を参考にして新しい社会的企業をやっていただくとか、あるいは私たちのためになにかアイデアを出していただくとか、あつかましいですが、そのようなことを願っています。どうもありがとうございました。

(4人のパネリスト全員の発題後、コーディネーターから「言い残したことや、さきほど説明しようと思って言葉が足りなかった点、あるいはほかの方々のお話を聞かれて触発されたことや示唆さ

れたことを2分でお願ひします」という投げかけにこたえて)

さきほど雑誌の中身についてほとんど話ができなかったのですが、本のターゲットは20～30代の若い人たちなのです。もちろん購読者は私と同じくらい、もしくはもっと上の方も読んでいただける内容です。若い人たちが読むものは、やはり年配者も気になるので読んでみたいと思うのではないかという、私の下心もちょっとはあります。

ただ、いまの社会で若い人たちがおかれている状況というのはすごくきついです。とくに雇用問題などでは日雇い派遣であるとかいろいろな形で、ちゃんとした正規の職業に就けなくて、スキルやキャリアを積めないまま30代を迎え、40代を迎えるという人がいらっしゃるということで、そういう社会の未来をになうはずの若い人の問題をもっとも深刻な社会問題として取り上げてきました。

さきほど山口さんのお話で、身近な自然、自分の身体が身近な自然という話がありましたけれど、私がおし「ビッグイシュー」をしていなかったとしたら、やってみたいと思うのがひきこもりの問題です。ひきこもりの方というのは40万人いるといわれていて、第1世代はもう40歳を越えたのです。誌面で「ひきこもり社会論」という連載をしていますが、ひきこもりの問題には日本の社会の過去の価値観、硬直性が凝縮されているのではないかと考えています。そういうところで、社会起業科、人間福祉学部のなかで、ひきこもり問題の解決についてなにか1つの新しい研究をしていただけたらというふうに思いました。