

■4万点の文房具を回収

パターン①
PO⇒NPO

最初の3ヶ月で1万点を超える文房具が集まった。「全然広告なんてやってないんですよ。口コミでドンドン広がった」。オフィス用品の通信販売を手がけるカスタネット(京都市南区)の植木力社長は、顔をほころばせてそう話す。

カスタネットは、2001年1月に設立されたばかりの会社。半導体製造装置メーカーの大日本スクリーン製造に務めていた植木社長が社内ベンチャー制度に応募して生まれた。オフィス用品通販といっても、カタログを顧客企業に送るだけではない。自前の営業スタッフが直接企業へ足を運び、「御用聞き」をして回る点が強みだ。それだけに、顧客企業の元に足繁く通う動機が欲しかったという。

そこで、その動機の一つになったのがオフィスの机に眠っている中古の文房具を回収し、カンボジアの小学校に寄付するボランティア活動だった。半分以下になった鉛筆からノート、ボールペン、ハサミにセロテープと企業で不要になった文具を回収して回る。中には新品の文房具も。倉庫代やカンボジアへの輸送代などのコストはカスタネットが負担する。

しかし、いざ活動を始めてみると送

主な受信範囲は京都市の中京区と下京区。NPOが運営する初めてのFMラジオ放送局が2003年年初の開局をめざして奮闘している。

この放送局は、「京都三条ラジオカフェ」(正式名称:京都コミュニティ放送、京都市中京区、有本嘉兵衛理事長)。2001年9月に特定非営利活動法人として設立された。三条御幸町の角に立つ1928ビルの1階に本拠のスタジオを構え、実際のカフェも併設されている。

15日には当局への届け出も済ませ、あとは開業に向けた準備を進めるだけだ。

このFM放送局の収益の柱は2つ。1つは、NPO法人の会員から得られる会費収入。2つ目に広告料だ。電波の届く範囲が狭いことから、大口の広告収入は見込めない。むしろ、繁華街が

とができる。また、ボランティアスタッフを積極的に受け入れて人件費を下げることも可能だ。NPO運営は、コミュニティFM特有の問題をクリアするための重要な戦略なのだ。

収益の確保。NPO単独では収入が不十分で、番組制作力を維持できない。自ら番組を広告主に販売していく営業力が必要だ。そのためにはPOの方が効果が高い。

経営面での意思決定を素早く明確化できるというメリットもある。NPOは出入り自由なオープン組織であるだけに、意思決定の手続きはより厳密性を求められる。それに対して株式会社なら代表取締役責任と権限を委ねることができる。

福井氏は「NPO法人と株式会社の良さを引き出して、立体的に運営していきたい」と話す。

■意思決定を明確化

パターン② NPO×PO

多いことから、商店や飲食店などから「チラシ的な広告」を放送していく。

NPOとして運営することによって、「みんなで利用できるプラットフォーム」という価値観を強く前面に出す

ラジオカフェでは、NPOと並行して「京都三条ラジオカフェ株式会社」も(福井文雄社長)を設立した。こちらは、番組制作と営業活動を行う。

PO設立の狙いは多角的だ。第1に

TOPICS トピックス

非営利活動と営利活動の「距離」が近づき始めた。これまで両者は、相反するものと思われていたが、京都では両者をうまく組み合わせた起業事例が相次いで生まれている。ベンチャー企業がボランティア活動を手がける事例、NPO(非営利組織)から新事業が生まれる事例、そしてNPOと株式会社が融合する事業例——。非営利と営利、それぞれの活動はどのように整合性を保っているのか。起業家たちの取り組みを追う。

たす NPOは業を佐く

営利×非営利で新境地のVBたち

■NPOでニーズ発掘

パターン③ NPO⇒PO

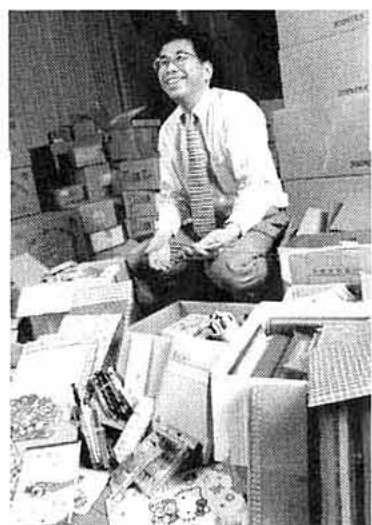
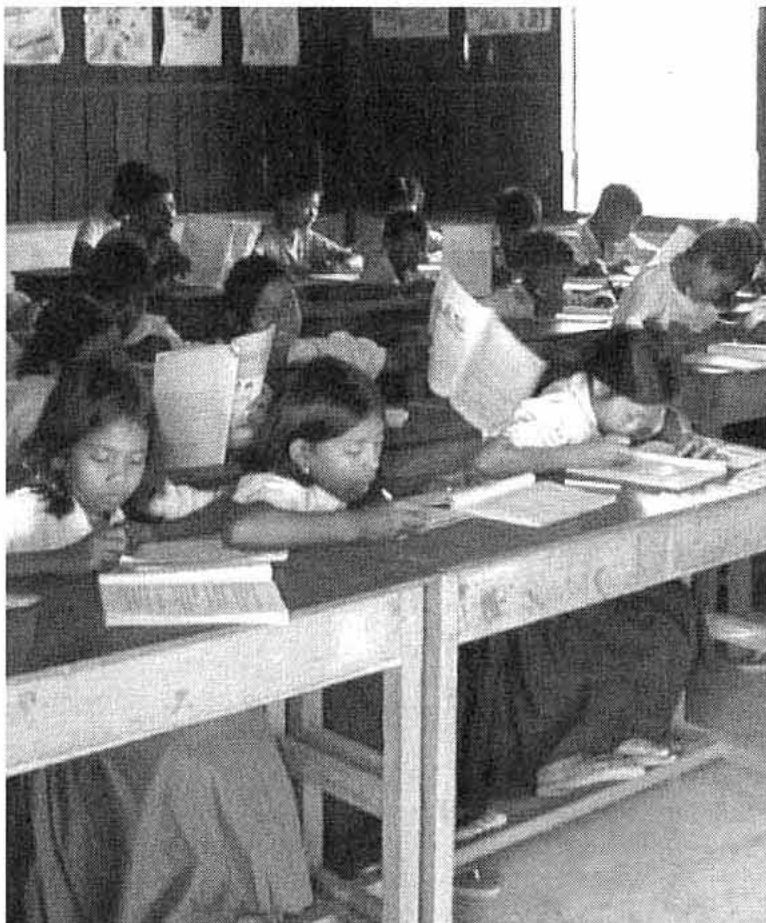
設立以来、営利事業体を生み出し続けているNPOがある。情報化弱者のIT化支援を目指して98年に誕生したSCCJ(日本サステナブルコミュニティセンター、代表高本治夫氏)だ。これまでにリサイクルきものオークション販売会社、中途失明者向けのタイピング訓練ソフトの事業化などに取り組んできた。最近では、無線LANを利用して「どこでも無線インターネット」環境を提供しようというプロジェクト「みあてネット」をプロデュース、これも事業化を目指して進んでいる。

SCCJの事業創出には一定のパターンがある。まず、NPOとして断続的に勉強会やシンポジウムを開いて社会

的なニーズを把握する。このときに、事業推進の中核になる人物を決め込むのが特徴だ。続いてメーリングリストなどを使って多くの人々のノウハウを集める。事業化の段階では、メーリングリストメンバーがそのままプロモーションのパワーになる。

シンポジウムなどでニーズ発掘することから、比較的中長期的な事業創出につながる。異業種人材を広く動員できる。これがNPOのメリットだ。

一方、事業としての持続性はPOならではの。2000年6月に設立した中古きものオークションの愛きもの(谷田吉貞社長)は、谷田社長の本業との連携によって3年目に入った。



オフィス用品通販のカスタネットには、活動を開始して3ヶ月で1万点を超える文具が集まった。(集まった文具を前に活動内容を説明するカスタネットの植木力社長) 写真上、撮影:人野秀一
日本からの文具到着を待つカンボジアの小学生(写真左)