

「心の底からほとばしる情熱で ビジョンを語れるか」

すずき まさよし

鈴木 雅 剛 氏

株式会社ボーダレス・ジャパン 代表取締役副社長

「20 事業全部を説明すると 1 日かかってしまうため、簡単に説明します」と社会起業家のプラットフォーム、株式会社ボーダレス・ジャパンについて話してくれた鈴木雅剛さん。鈴木さんと同社代表取締役社長の田口一成さんは、大学院時代からの友人で「彼は貧困問題をなくすと語り、僕は労働環境を何とか変えたいと語った」そうです。そして、共に入社した企業で経験を積み、2007 年にボーダレス・ジャパンの最初の事業としてシェアハウス事業『ボーダレスハウス』を立ち上げます。

「世の中に社会起業家を育てる企業はありますか？という問い。社会に影響を及ぼすソーシャルビジネスは、ボランティアでは継続性に乏しくビジネスが介入すべき領域。社会起業家を増やし、ノウハウ・資金・仲間を提供し、共有する仕組みがあればよいのではないかと、ソーシャルビジネスを通じて社会課題の解決に寄与する仕組みづくりに注力しています。

その経緯として創業後、事業を重ねるにつれ「自分たちが事業をつくっていくことは出来る」とイメージできた。「でも、3 年に 1 つ事業を立ち上げたとして、一生のうちにいくつ事業を立ち上げることができるか」という疑問にたどり着きます。「いくつか事業を起こせたとして社会を変えられるか、というと全然およばない。事業を志す人々の成功確率を上げられる方法をつくりたい」こうして社会起業家を生み出し、グループ会社として完全独立経営をしつつも、グループ会社同士が助け合う、現在の方法を確立しました。「僕らの考えはシンプルで『いい社会をつくる』。社会課題の解決の事業をどれだけ広げられるか、ここに自分達の道があると考えた」と話します。



- ・ 山口県宇部市出身
- ・ 2002 年、大学 4 年生の時に起業を決意
- ・ 2004 年、横浜国立大学大学院卒業し、株式会社ミスミに入社
- ・ 2007 年、株式会社ボーダレス・ジャパン創業
- ・ 「社会起業家のプラットフォーム」として、次々と事業を創出し続ける
- ・ 2019 年 3 月時点で、8 カ国 10 拠点 23 事業を運営する

起業の成功に必要な条件は何でしょう？

「よくありがちな話で、知識・経験・外部環境の話をする方が多い。これが本当に必要ですか？ということをしっかり認識しなければいけない」「それらを優先すると、まず勉強して経験しますといつまでたってもスタートできない」と指摘します。「では何が必要か、心の底からほとばしる情熱で未来のビジョンを語れるか。そのビジョンがカッコいいか、明晰な内容であるかは問わない」と言います。「ビジネス経験がなく起業したときに失敗する確率も相当に高い」とした上で、ボーダレス・ジャパンで起業する仕組みについて説明してくれました。

「入社後2年以内に起業する起業家を採用する。会社が資金を用意する。お客様に喜んでもらえるマーケティング、ブランディングを社内にいるプロが伴走し、一緒に考えて事業を立ち上げる」「世の中には良いモデルがたくさんある。けれど、なぜ広がらないか？僕は、身内かどうかの観点で分析している」として、人となりを一から説明してもらう必要がある他人のAさんより、身内のBさんという立ち位置で良い事業を広めていくことに重きを置いていると話してくれました。具体的には、バングラデシュに工場があり、従業員700名（うち6割が教育を受ける機会がない人たち）の雇用の受け皿となっている革製品の製造会社について「グループ各社が生み出す利益を活用して、約1億円で新工場を設立した。既存の資金調達の方法では、実績のない事業がこれだけの融資を受けるのは難しい。みんなで新しい社会システムをつくるんだ、との共通認識の下、相互扶助の共同体としてグループを運営している」と話します。ただし「制度設計はグループ全体で決定しているが、20ある会社の採用、投資、報酬は各社で決めている」とあくまでも独立経営であると言います。

今後について「社会を大きく変えられたか？というはまだ途上。社会起業家をどんどん生み出せる社会システムを作り出すために2018年10月からボーダレスアカデミーを新たに開講」と、より影響力のある次の展開について話します。「起業は今の世の中では、昔の芸人と一緒でとてもリスクが高い」として吉本興業のNSCを例に、リスクをカバーしながら活躍できる仕組みをつくり、最後に「根源には何かしたいという想い。想いがあるのであれば、何かしらの形で表に出してチャレンジしてほしい」とエールを送ってくれました。



センパイからの助言

Q、大手製造業に勤務している。経営層がSDGsと声高に謳っても社内では関心が向かない。企業の中で社会課題に興味を持ってもらうには？

A、「やらなきゃいけない」では広まらない。何かのアクティビティが社会課題の解決に繋がった、良かったという導き方。企業の場合は、半強制的に社会課題の現場に人を送り込み、困っている人から相談を受けるなど、何かできないかという実体験から取組むのが良い。既存の事業は最適化されていることが多いため、事業外でチャレンジできる枠組みをつくれると良い。

Q、いったん企業に入ると起業について一步踏み出すのがなかなか難しい。どのように踏み出せるのかアドバイスを伺いたい

A、「エイヤッ」となるターニングポイントの話もあるが、それは一言でいうと現場感。子供たちの世代に対して何かしたいという気持ちが高まって初めて起業をする。そうした現場に接することがないなかで、起業するかどうかというのは、悩んでいる状態とは言えない。何かをやりたいという気持ちが行動に繋がっていく。「やるしかないでしょ」という時点で既にたくさんプランを考えている。これでうまくいかなかったら仕方ないと覚悟して始めるものだと思う。