

ソーシャル・ビジネスの実践的研究

—インド・オリッサ州における MUDRA FOUNDATION を事例に—

平成 24 年入学
派遣先国：インド
上田 彩季

キーワード：ソーシャル・ビジネス，伝統銀細工，実践的研究

対象とする問題の概要

近年貧困などの社会的課題の解決を目的として収益事業に取り組む、「ソーシャル・ビジネス」が世界的関心を集めている。ムハマド・ユヌス氏が「ソーシャル・ビジネス」という言葉を用い、同ビジネスモデルをバングラデシュにおいて展開して以来、多くの企業が「ソーシャル・ビジネス」をはじめ、社会的課題の解決に取り組んでいる。ムハマド・ユヌス氏の著書である『貧困のない世界を創る』によると、「ソーシャル・ビジネスとは、社会的問題の解決を目指す収益事業であり、それによって発生した余剰金は、事業の拡大やサービスの向上に再投資される。」と定義されている。しかしこの定義は曖昧であり、不明瞭な部分も多く、「ソーシャル・エンタープライズ」、「CSR 活動」、「BOP ビジネス」等と混同して使用されることが多々あるが、現在ほかに「ソーシャル・ビジネス」の明瞭な定義を記した書籍や論文は皆無である。

研究目的

本研究の事例にとりあげる MUDRA FOUNDATION は 2009 年にすべての人にアートを届けることを目標とし活動を始めたインド・オリッサ州を活動拠点とする NGO である。同州には数百年前から伝わるフィリグリー (Filigree) と呼ばれる銀線細工がある。しかしフィリグリーは近年衰退の一途をたどっており、現地の NGO や政府による支援等を行われていないと言う社会的課題に直面している。そこで、MUDRA FOUNDATION と共同でフィリグリーの保護を目的とする事業を立ち上げることによって、「ソーシャル・ビジネス」の一例を提示し、その定義を再考することを本研究の目的とする。本調査では、職人やフィリグリーを売るショールームの経営者に対する聞き取り調査を通して、フィリグリーの衰退の要因を明らかにすることを目的とした。

フィールドワークから得られた知見について

計 9 個の工房を訪問し、20 人の職人に対して聞き取り調査を行うことが出来た。

【フィリグリー衰退の要因】

職人やショールームの経営者に対する聞き取り調査の結果、フィリグリー衰退の主な要因は①インド国内

のフィリグリーの需要がなくなっていること、②コルカタより機械製のフィリグリーが導入されたことにより、職人の手作業によって作られるオリッサ州のフィリグリーが売れなくなったことの2点が考えられた。また、フィリグリーの需要があるのは、9月～11月に行われる **Durga Puja** と呼ばれるお祭りの際に飾り物として使われているだけだった。

【職人の収入】

すべての工房において職人は歩合制で雇われており、月によって収入が変動していた。工賃の算出方法は工房によって異なり、時間や作品の個数、または重さにより計算されていた。また工賃をもらう頻度も、ある工房では月払い制、ある工房では週払い制と言うように工房によって違いがみられた。そのため歩合制で働いている職人はフィリグリーの需要が不安定なことによって、得られる収入も不安定になっていることが分かった。

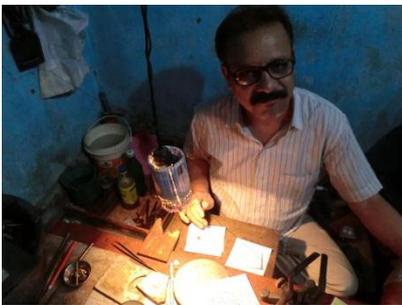
今後の展開・反省点

【今後の展開】

インド国内での銀細工の需要が減ってしまったことがその衰退の一要因と考えられたので、それを高価格で販売できる日本市場の開拓することは銀細工を保護する一方法として有効と言える。そこで、今後は現地で銀細工に関する調査を継続しつつ、同時に銀細工を日本で販売する方法も模索していきたい。

【反省点】

調査地での滞在先や調査を手伝ってくれるパートナーの確保等の準備に費やす時間が想像以上かかってしまい、効率的に調査を行うことが出来なかった。今回の調査期間は特に短かったため、渡航前にしっかりと現地の情報を集めて滞在先を確保してから行く等の準備が必要だと改めて実感した。



写真：フィリグリー職人（左）、
筆者がデザインして職人に注文したフィリグリーの指輪（中）、
フィリグリーの技法を用いた **Durga Puja** に使われる飾り物（右）