

社会経済の活性化に向けたビジネスモデル発掘 結果の概要

1. 目的

日本において、様々な社会的課題を解決するためにビジネスの手法を用いて取り組む事業、いわゆる「ソーシャルビジネス」と呼ばれる事業について、主として既存文献から、その概念を整理し、現在の事業者の実態と政策支援内容、取組事例を整理・検討した。それを踏まえて、今後のソーシャルビジネスの普及・拡大のための支援策を検討した。

2. 結果概要

(1) 「ソーシャルビジネス」が注目される背景

経済社会の変化は、地球環境問題や水資源不足、食糧不足、貧困問題、高齢者・障害者の介護・福祉、失業、ホームレス、孤独死、自殺など、多くの社会矛盾や歪みを引き起こす。今日、こうした社会的な課題は、グローバル・ローカルレベルで多様化し、量的・質的にも即時解決が難しく、対応の遅れが目立ち始めている。

従来は、行政だけでなく、個人や民間団体によるボランティア活動や慈善活動が、課題の解決に大きな役割を果たしてきた。しかし、こうした活動は経済的な負担も大きく、活動を継続させていくためには、持続可能な事業性（事業戦略）が求められる。

(2) 「ソーシャルビジネス」の考え方

経済産業省（ソーシャルビジネス研究会）によると、ソーシャルビジネスとは「様々な社会的課題を解決するためにビジネス手法を用いて取り組む事業」と定義し、さらにソーシャルビジネスを満たす要件として、「社会性」「事業性」「革新性」の3点を挙げている。つまり、ソーシャルビジネスとは、「社会的な課題の解決のための事業に、新たなビジネス手法を組み込んで、継続的に取り組むこと」と解釈できる。

(3) ソーシャルビジネスの担い手（社会的企業）

社会的企業の実態は、NPO 法人が約半数、年間収入が5千万円未満の団体、従業員4人以下の団体が過半数という、比較的小規模の団体である。さらに収支状況も、赤字団体が約30%と少ない。

なお、小規模の組織では、売上が公的機関からの委託・補助金や従事者からの持ち出し等で構成される割合が高く、公的支援に依存している現状がうかがえる。一方、事業規模が大きくなるにつれ、公的機関に頼らずに実施事業からの収入が中心となり、自立的に事業を推進しようとする動きがみられる（経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」2008年）。

(4) 支援の政策的意義

近年、国及び地方自治体は、スリムで効率的な組織運営が求められるようになったことから、社会的企業を「新たな公共」の担い手と位置づけていることが挙げられる。

また、公的な政策に対するニーズは、個別的な支援や現場のニーズに沿った細やかな対応が求められるケースも増え、複雑化している。そのため、公的支援はもちろんのこと、フットワークが軽くて、しかも専門的なスキルを持ち合わせ、より国民や市民に近い立場に立った社会的企業に期待されている。

社会的課題の解決には、事業者単体で取り組むのではなく、異業種や他団体との連携が必須となる。それを通じて「ソーシャルイノベーション」を起こし、新たな産業や雇用、ビジネス手法を生み出すことで、地域経済やわが国経済を活性化させるという効果にも期待している。

(5) 事業展開のポイント

ソーシャルビジネスの実践事例の中でも、「ビジネス」として機能していると考えられる事例を中心に活動内容をみると、いくつか共通点がみられた。

➤事業の着想

- 何気ない「気づき」
- 希少資源（素材や特産物、伝統工芸、地域特性等）のリデザインと高付加価値化

➤事業の展開方法（マーケティング・販路開拓）

- 品質そのものの高さ
- 市場におけるターゲットの明確化
- 販売網の確保（大手流通業との協力関係）
- 直販システムや会員システムの構築

➤組織・体制づくり

- 他団体や異業種とのコラボレーション
- 行政（基礎自治体等）の仲介

(6) 課題と今後の支援のあり方

事業に継続性を持たせるには、事業規模を拡大していく必要がある。それには、ある時点で、行政からの公的支援から民間（金融機関や市民ファンド等）の資金調達へのシフトを考える必要がある。そのためには、明確なビジネスプラン（事業計画）に基づき、事業性を客観的に評価できる仕組みが必要となる。一方で、サービス対価が得にくいと考えられる分野（DV やいじめ等）における事業化の動向も今後注目すべきと考える。

また、事業遂行上のキーワードとして他団体や異業種との「連携」が挙げられる。産業政策においては、異業種連携の場として「大学」に役割を付与するケースが多い。このような機能を果たす拠点を地域の中（例えば行政の保有する施設や商工会等）に設置し、そこで事業に必要な連携をコーディネートする人物（プロデューサー）を配置しておくことが必要と考えられる。

最後に、今後求められるソーシャルビジネスへの支援の内容を挙げる。

➤社会意識の市場の変革に向けて

- ソーシャルビジネスへの理解・認知（共感）の向上
- 社会的起業家（ソーシャル・アントレプレナー）が至るところで萌芽するような環境整備
- 地域力活用のための場づくり

➤事業継続に向けて

- 人材育成（企業家、賛同者等）
- 優先度の高い地域課題を選定するような第三者機関の設立
- 事業評価の枠組み作成
- 事業者に対する事業計画作成支援等
- 法制度整備（税制・会計等）
- 認証制度創出による事業者への信頼付与
- 中間支援組織（コーディネート機能、プロデューサー機能を持つ拠点）
- アンカー企業（特に大企業）の巻き込み

* 本報告は、財団法人仁川発展研究院・一般財団法人日本総合研究所による『韓日共同研究叢書2』の報告の一部として掲載された。

《参考文献》

- 鎌田純一（2012）「内需の掘り起こしによる新産業分野の創出～経済社会課題対応事業の促進に関する法律案～」『立法と調査』No.326、参議院事務局企画調整室
- 経済産業省（2009）『ソーシャルビジネス 55 選』
- 経済産業省（2010）「その問題をビジネスで解決！～ソーシャルビジネスという選択肢」『経済産業ジャーナル』2010 年 7・8 月号
- 経済産業省（2010）『ソーシャルビジネス・ケースブックー地域に「つながり」と「広がり」を生み出すヒント』
- 経済産業省（2010）『ソーシャルビジネスの統計と制度的検討のための調査事業報告書』（委託報告書：三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社）
- 経済産業省（2012）『ソーシャルビジネス・ケースブック（復興支援版）』
- 経済産業省 ソーシャルビジネス研究会（2008）『ソーシャルビジネス研究会報告書』
- 経済産業省 ソーシャルビジネス推進研究会（2011）『ソーシャルビジネス推進研究会報告書』
- 国際協力機構（2013）「BOP ビジネス～新たな市場はココだ！」『JICA's World』No.56
- 境新一（2010）「社会的課題解決ビジネスと社会的企業に関する考察ーイタリアの社会的協同組合とイギリスのコミュニティ利益会社の事例をふまえてー」『成城大学経済研究』第 187 号
- 商工総合研究所（2011）『中小企業と地域貢献』（調査研究事業報告書）
- 白井京（2008）「韓国における格差問題への対応ー非正規職保護法と社会的企業育成法ー」『外国の立法』No.236、国立国会図書館
- 丹下博文（2005）『企業経営の社会性研究〔第2版〕』、中央経済社
- 中小企業総合研究機構（2011）『ソーシャル・ビジネスの事業構造と評価に関する調査研究～ビジネスモデルの視点から～』
- 内閣府（2011）『社会的企業についての法人制度及び支援の在り方に関する海外現地調査報告書』（委託報告書）
- 日本医療政策機構グローバル・ヘルス・ポリシー・センター編（2012）「国際保健分野における日本企業の取り組み～これまでの事例と提言～」『日本医療政策機構グローバルヘルス・リサーチ・レポート』
- 藤井敦史・原田晃樹・大高研道（2013）『開う社会的企業ーコミュニティ・エンパワーメントの担い手』、勁草書房
- みずほ総合研究所（2010）「注目高まる社会的企業～社会性と事業性を兼ね備えた新たな事業形態とは～」『みずほ政策インサイト』