

ソーシャルビジネスの推進について

一色 広樹 講師（経済産業省 地域経済グループ 立地環境整備課）

（この講演録は、一色講師の講演をもとに GISPRI 事務局が取りまとめたものです。）

●一色講師 経済産業省のソーシャルビジネス担当をしております一色でございます。

ソーシャルビジネスの推進については、経済産業省で平成 20 年の 4 月に「ソーシャルビジネス研究会 報告書」を公表させていただいてから、様々な取組を進めております。元々は“コミュニティビジネス”という言い方で、地域の雇用や経済活性化の担い手として後押ししようということで始まったのがきっかけと聞いております。平成 16 年の小泉首相の頃の成長戦略に位置付けられ、昨今の「社会的企業」「社会起業家」「ソーシャルエンタープライズ」という潮流を受けまして、改めてソーシャルビジネスとして捉え直して推進を図っていかうではないか、ということで始まったのがきっかけです。では、これまでどういった取り組みをしてきたかということを紹介させていただきたいと思います。

【PPT3】まず経済産業省のこれまでの取り組みについてということでございます。最初にソーシャルビジネスについてということでございまして、下記のような社会的課題をビジネスの手法で解決する持続的な事業活動ということで、実はここの定義の問題は非常に根深いといえますか非常に難しい部分があります。後ほど定義についてはより細かくご説明させていただきますが、障害者支援ですとか子育て支援とか今の行政活動・企業活動だけではどうしても解決しきれなかった、むしろ顕在化してきてしまったいろいろな社会的課題、こういったものに対してビジネスの手法で解決を図っていく事業活動ということです。こういったものを新たな産業・新しい働き方を創出する主体として振興を図っていきたいと考えております。こういった活動が行政、企業、市民の協働パートナーとなることが期待されており、政府が掲げる「新しい公共」の重要な担い手の一つとしても位置づけられております。この左下の組織形態というところが一つのポイントです。研究会の報告書からですが、NPO 法人 47%約半分、株式会社 21%、個人事業主ということで、組織形態で区別をしていないということになります。市場規模・雇用者数は英国を引き合いに出していますけれども、日本ではまだまだ伸び代があるのではないかと我々は考えております。

【PPT4】ソーシャルビジネスのより具体的な定義については、その研究会のときに 3 つほど要件を挙げさせていただいています。1 つめは「社会性」で、現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。要するに、利益を最大化して分配するというだけでなく、第一義的にこういった社会課題に取り組むとい

うことをミッションとしているかどうかということ。2つめは「事業性」で、これらをビジネスの形に表して、継続的に事業を進めていくこと、要するにボランティアや行政資金のみに依存する形ではなく、サステナブルに事業性を持って取り組んでいるかということ。3つめは「革新性」で、これまでなかなか解決が難しかった社会課題に事業性を持って取り組んでいくということですので、必然的に何かしらの工夫が必要になるということでございます。この3つの緩やかな要件を満たした事業を「ソーシャルビジネス」と呼んでいるということになります。したがって、誰がソーシャルビジネス事業者で誰がソーシャルビジネス事業者でない、という厳格な区分をしているわけではないということです。先ほど少しご紹介した「コミュニティビジネス」との関係ですが、簡単に言ってしまうとコミュニティビジネスはソーシャルビジネスのうち、より地域性の高いものという整理をしております。

【PPT5】ソーシャルビジネスの事例ということで、我々は平成21年に「ソーシャルビジネス 55選」というものを公表させていただいたのですが、その中にも葉っぱビジネスのいどりのような株式会社形態もあれば、こちらにも有名ですが病児保育を預かるNPO法人のフローレンス、愛知県で障害者がいきいきと活躍される雇用の場を創出されているパンドラの会、こういった事業者の方々を55選としてご紹介させていただきました。

【PPT6】これまでの課題と支援策ということで「ソーシャルビジネスの研究会 報告書」を公表して以降、そこで挙げられた社会課題に対応し、様々な角度から取り組みをしてまいりました。その1つが社会的認知度の不足です。要するに、「ソーシャルビジネスって何ですか？」という声があると思えますけれども、認知度が足りない。この認知度が不足しているために資金調達というものもなかなか困難であるという指摘もありました。こうした課題に対応するため、この事業環境整備として先ほど少しご紹介させていただいた「ソーシャルビジネス 55選」を選定・公表させていただいたり、2つめはワーキンググループを設置して、企業、金融機関、自治体の方々がパートナーとしてソーシャルビジネスをどう評価するかという評価のあり方、たたき台のようなものをまとめさせていただいたりしました。3つめ、日本政策金融公庫に融資制度を創設させていただきました。

(スライドの)真ん中はどの分野でも共通して言われることかもしれませんが、やはり経営ノウハウが不足しているということ、担い手となる人材が足りないということで、3種類の予算による補助事業として展開しています。1つめの「中間支援機能強化」について、中間支援というのはソーシャルビジネスを支援するソーシャルビジネス、というふうにお考えいただければと思いますが、要するにソーシャルビジネスがいろいろな展開をしていくときに、その様々なサポートが必要になります。サポートに取り組んでいる中間支援機関は都心にはいくつかあるんですけども、なかなか地方には無いという声があり、こういった都心で展開されている色んな機関を地域に展開していただくための補助をしているということです。

2つめの「ノウハウ移転・支援」は、先ほどの「ソーシャルビジネス 55選」でご紹介させていただいた事業者を始め、先進モデルでもう既に展開されている事業者の方々が他地域で展開される際に、補助の後押しをさせていただくという予算になっております。

3つめの「村おこしに燃える若者等創出」は以前、農商工連携が出てきたときに作られた予算です。最近、都会だけではなくて自分が生まれ育った村や好きな村に行って、そこで家庭を持ってその村おこしというところで自分の人生を見出したいというような若者も増えていますが、こういった若者の思いだけでなかなか地域を盛り上げていくことも難しいということで、こういった方々の人材育成を行ってきたということです。

最後は、ソーシャルビジネスの関係者が集まる場が無いということで、「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」という活動をこれまで21年度まで展開してきました。

あと「全国フォーラム」を今年と昨年に開催させていただきまして、今年はメッセ方式の見本市をベルサール原宿で行ったのですけれども、足元の悪い中、当日1,000名以上の方がいらっしゃって、関心が高まり熱気が着実に生まれてきているということを肌で実感した次第です。

最後の「地域ブロック協議会」については、経済産業省には全国9ブロックに経済産業局がございまして、ここに対応する形で協議会を作っています。協議会の中で、色んな事業者や有識者の方々に集まっていただいて、その地域のソーシャルビジネス支援・推進のあり方というものをご議論いただいたり、実際に支援していただいているということです。

【PPT8】以上が、報告書を公表して以来、駆け足で取り組んできた内容なのですが、実は昨年民主党政権に政権交代してから非常にこの分野に追い風が吹いてきました。といいますのも、この研究会のタイトルでもありますが、「新しい公共」という文脈で非常に鳩山前首相のリーダーシップが強く発揮されました。「新成長戦略」「産業構造ビジョン」というものも経済産業省が主導して作成させていただいたものですが、この中にもソーシャルビジネスは位置づけられています。「新成長戦略」の中では、主に雇用・人材戦略の中で「新しい公共」の支援が位置づけられており、「産業構造ビジョン」の中では、「地域生活課題解決型モデル」の1つとしてソーシャルビジネスが位置づけられているということです。

最後「新しい公共」ということで、円卓会議が今年の1月から6月、鳩山首相が退陣される直前まで開催されまして、慶応大学の金子郁容先生を座長に精力的に議論がなされてきました。この中でも「社会的課題を解決するためにビジネスの手法を適用して解決する事業主体は、社会に多様性をもたらしている」という記述の中で、ソーシャルビジネスは、「新しい公共」の担い手として位置づけられています。先月10月に「新しい公共推進会議」ということで、また新しく「新しい公共」の推進をしていくための会議が立ち上がりました。円卓会議の関係の委員も一部いらっしゃいますけれども、大幅に委員が入れ替わ

って推進していこうということで動き出しています。

【PPT9、10】これはご紹介ですが、内閣府の「地域社会雇用創造事業」というのが今年から始まりまして、これが補正予算だったのですけれど、この社会起業家になりたい、なるためのインキュベーション支援事業ということで、いいビジネスプランを書いて持ってこられた方々に対して 300 万円を上限に、「起業支援金」を提供するという事で斬新な事業です。もう一つは地域の NPO 等にインターシップに行っていて、その場で色んな人材育成の経験を積んでいただくというような事業で、これらが緊急雇用対策の一環として取り組まれております。70 億もの予算がこの分野についたということで、現在も幅広く全国で展開されています。こちらについてはいろいろな成果と課題が両方指摘されており、手探りしながら進めているというのが実態かなと思います。

【PPT12】こういった新しい公共の推進の動きを受けまして、経済産業省としてどういふふうに取り組んでいこうと考えているかということなのですが、平成 22 年度以降にどういったことに取り組んでいくかご説明します。

1 つめは平成 22 年度中に「ソーシャルビジネス・ネットワーク」という組織を立ち上げていきたいと思っております。後ほど簡単にご紹介させていただきますけれど、今まさにこのネットワークの立ち上げに向けた準備を進めておりまして、事業実施計画の案を今日、ご参考までにお持ちさせていただきました。このネットワークの立ち上げを図って実際のプロジェクトをどんどん作っていくというような動きを創出していこうというものです。

次に、ソーシャルビジネスが最近注目を浴びている中で、地域の様々な関係者、例えば商工団体ですとか、金融機関、企業、行政機関などがソーシャルビジネスとの連携・協働を取り組み始めています。ソーシャルビジネスの事業をやるだけではなく、ソーシャルビジネスを支援する側もその金融機関と自治体がタイアップしたり、あとは人材育成として大学と中間支援機関が連携したりということで、地域の中でつながりと広がりを見せつつあります。こういった連携・協働のグッドプラクティスをまとめていきたいと考えております。

ソーシャルビジネスの推進に向けたイベントを 2009 年、2010 年に引き続き、まだ日時は未定ですが来年の 3 月中旬頃開催させていただこうと思っております、こちらも是非よろしければ皆様に足を運んでいただければと思っております。

あと細かい内容になりますが、NPO も活用できる中小企業支援策を含めて、多様な法人格や、多様な資金調達手段を一回まとめてちゃんと整理してみようと考えています。「新しい公共」の中でもヨーロッパや韓国のように社会的企業の法制度を整備した方がいいのではないかなというような議論が出ていまして、それが本当に今日本の中にある様々な法人格や様々な資金調達手段でカバーされないものなのかどうか、そういったことをもう一回ちゃんと地に足の着いた議論をしてみたいということでまとめようと思っております。

あとはその中小企業支援策との連携というのはこれまでも指摘されているところだったのですが、中小企業庁は経済産業省内の組織なのですけれども、そこの連携が図られてこなかった。しかし、最近は商工団体でもソーシャルビジネスの意識が出てきた部分もありますので、なるべく連携をしていこうということで、まずは今 NPO でも活用できる中小企業支援策をまとめてみようということで協力しています。

あとはソーシャルビジネスを支援するサポーターを育成してみたり、地域のソーシャルビジネス支援団体というのをデータベースとして作成してみようというように、皆様のお役に立つためのコンテンツをいろいろ作ってみようと思っています。

平成 23 年度に新規予算事業として要求している支援策もいくつかあります。ここではですね、新しい公共円卓会議の中で、ローソンの新浪社長ですとか丸善の小城社長、様々な企業関係者の方がいらっしゃいました。その方々のご意見の中で、「新しい公共」といったときに NPO がとかく想起されがちなんですけど、これまでも企業が公共性を担ってきたはずだと。これからもより一層この公共的な部分について企業が積極的に考えていかなければいけないという力強いご提言がありまして、そういったものを受けてソーシャルビジネスとの連携、実際に協働促進といったものをコンソーシアムとしても始めていこうと、こういった予算を経済産業省としても当省のためにいくばくかご用意できないかと思ひまして今要求しているものになります。

あとはこういった事業の成果を地域の関係者とフォーラム等を通じてやはり連携を図っていくことが、地味ですけど地道な部分で大事だと思ひましてこういったことを進めています。

【PPT13】先ほど、「ソーシャルビジネス推進ネットワーク」が民民ベースで立ち上がると申しましたが、別途、推進に向けた研究も必要であろうということで、経済産業省が主導で進めているのが「ソーシャルビジネス推進研究会」です。

これまではこの取り組みというところでご覧いただきますと、これまでのソーシャルビジネスは事業者の支援と普及・啓発を中心に取り組んできたのかなと思います。これは引き続き大事ですし、関係府省や自治体等でも施策は充実してきたわけですが、これだけでいいのかというと、今後は足りないかもしれません。青字で書いていますけれども、まず「SB 事業者のさらなる成長に向けた環境整備」が必要で、要するに今まで内閣府の事業も含めて立ち上がってきた事業者というのがいくつか出てきていますが、それがパタッと倒れてしまつては意味が無くなってしまいますので、力強く立ち上がってこられた方を後押しするというような部分が必要であると思います。そのためには多くの関係機関の連携の支援体制や、中小企業支援策との連携を図っていくこと。そして、SB がより活動しやすい制度等が本当に必要かどうかということも中長期に議論していかなければいけないと考えております。また、こうした事業者のさらなる成長と共に、我々が改めて考えていかなければいけない点として、やはり市場が拡大していくのではないかと。介

護福祉、まちづくり、環境など SB への期待が大きい分野ごとの市場可能性を、今後検証していく必要がある程度あるかと思っております。ここはそれぞれの関係省との連携が出来る点だと思えます。

さらに、企業自身の SB や、SB との連携・協働促進ということで、最近はユニクロとグラミン銀行が提携をして新しくバングラデシュに会社を作るというような動きも象徴的に出てきていますが、企業の成長戦略とソーシャルビジネスがどう連携できるかということ、我々としては考えていきたい思っております。

以上のように、事業者支援のさらなる展開に加え、「市場の拡大」や「企業との連携・協働」も含めて考えながら、今後の推進策のあり方を今年度中にまとめていきたいというのがこの研究会です。

【PPT14 と別資料説明】この「ソーシャルビジネス・ネットワーク」の立ち上げについては、お手元の「事業実施計画(案)」(別資料)というのをご覧いただけますでしょうか。かいつまんで説明させていただきますが、3 ページめのビジョンにありますように、「ソーシャルビジネス(SB)による新しい社会づくりのため、同じ志を持つ社会的企業や企業家が知恵を結集し、つながり、力を合わせていく“日本初”で“日本発”による経済団体を作っていこう」ということです。

下のミッションについては、“感動を生むビジネスが社会を変える”ということで、2 段落目のところに書いてありますように、“今に始まったことではなく、日本人が古来大切にしてきた価値観や地域で実践されてきたことの再評価”という部分でもあります。こうしたものをこれからいろいろなセクターと連携しながら、もう一回ソーシャルビジネスというもので、プロジェクトや雇用を作っていくかということに取り組んでいく団体を作りたいと思っています。

具体的な内容としては、6 ページをご覧いただきますと全体概要があります。構成メンバーとして社会的企業、これは NPO 等を始めとしたソーシャルビジネス以外にも大企業や中小企業、その他経済団体を始め、いろんな関係者に入ってくださいとともに、地域協議会や中間支援組織、金融機関、メディア、学識者といった方々に賛同いただいていただければ、ということで、既にかなりの方々にご参画いただくことになっています。事業ドメインとして、①のソーシャルビジネス拡大・推進ということでどうスケールアウトしていくかということ。②はソーシャルマーケティング促進ということで、企業のソーシャルマーケティングと SB をどう繋げていくかということ。③はこれからのソーシャルビジネスの担い手となる人たち、あるいは企業をリタイヤされてソーシャルビジネスの領域に入って来られようとする方々の支援や、研究についてこの“大学事業”というところでやっていきたいと考えています。

あとは細かいところになりますので、是非ご関心があればお読みいただきまして、個別

にお問合せいただければ改めてご説明させていただくのも可能です。まだ案段階ではありませんけれども後ほどお目通しいただければと思います。

【PPT15,16】いろいろな角度から参考事例を持ってきておりますので、簡単にご説明させていただきます。我々のソーシャルビジネス研究会の委員にもなって下さっていますが、最近金融機関の中でもソーシャルビジネスの領域に非常に関心が高まりつつあります。その中でも象徴的に取組んでらっしゃるのが多摩信用金庫さんです。NPO も含めたソーシャルビジネス、コミュニティビジネスに融資をされている以外にも、様々な経営支援や、地元の NPO のネットワーク支援をしています。あと中堅企業・中小企業のソーシャル化支援を色々展開されているということです。多摩信金さんのお話ですと、金融機関として今後ソーシャルビジネスは魅力が有る可能性が高いと。貸し付ける形では確かにロットは小さいですし、金利も高く設定すると借りてもらえないということで非常に難しいのですが、彼らと連携することによって例えば地域の商店街の活性化を一緒に取組もうということが出来る。あるいは中堅企業が CSR をやろうとした時のパートナーとして紹介できる。あるいは個人も含めてこれまでお付き合いのある事業者の方々に、「地域にこういう NPO がいるから連携したらどうですか」ということで、地域の金融機関として様々なリーダーシップを発揮できるということでのいろいろな取組みを先進的にされていらっしゃいます。

【PPT17】これは「新しい公共」でも紹介された京都の事例なのですけれども、公益財団法人の京都地域創造基金です。京都でうまく寄付を集めて金融機関とも連携をしながら、地域の歴史建造物の保全など様々な社会貢献の取組みに対して、資金調達支援を行なっているとのことです。ここに書いていますように京都信金や京都府などと連携しています。ソーシャルビジネスに対する資金調達支援というのは誰かが一人やることでリスクとコストがかかりますので、地域を盛り上げるためにソーシャルビジネスが要るのであれば、地域全体でカバーして行くという発想でこういった取組みが生まれつつあるということでご紹介させていただきました。

【PPT18、19】地域で必要なものを自ら作っていこうということで、例えばコミュニティタクシーを地域出資で展開している事例もあります。又、既存の店舗を持っているコープなどでも人々も店舗に集まってもらえないということで、地域の特産やストーリーを活かした様々な商品開発を行ったり、売上になった部分を例えば離島の本の足りない地域に本を寄付したり、地域のストーリーの付いた商品に寄付したり、店舗の中に障がい者が生き生きと働くパン屋さんをつくってみたり、地元の大学生を引き付けていくために彼らにデザインをしてもらったり、様々な形で地域と繋がりながらビジネスも盛り上げていこうという取組みが起きて来ています。

【PPT20】アサヒビールのスーパードライの「うまい！を明日へ！」プロジェクトは、全国の団体と連携しながら大企業が取組み、これによって売上が伸びて企業の成長にも繋が

っていくという事例です。

【PPT21】今後ソーシャルビジネスのポテンシャルが高いものとして、既存の中小企業があるのだと思っています。例えばエコカーを用いた離島公共交通。エコカーを作ってきた中堅・中小企業が離島公共交通として電気自動車導入の展開のプロジェクトをスタートすることで離島の社会課題を解決していこうとするなど、いろいろな形でこれまでの中堅・中小企業のノウハウ・技術を活かして、地域社会課題に結び付けていく動きも出てきています。特に、最近の若い経営者の方々の中には、こうした地域社会貢献にもう一度何ができるか、ということに対する“想い”の強い方も多いようです。こうした方々が先程のインターシッププロジェクトなどで学生を受け入れて、「地域でこういうことが出来るんじゃないですか」という提案を受けて実際にビジネスとして展開するなど、徐々にこうした動きが地域では熱を持って生まれてきているということです。

【PPT22】これはテレビでも取り上げられていましたが、日本 IBM では“プロボノ”を会社として取組まれてきたということがあります。元々“プロボノ”はイタリア語ですが、社会で様々なスキルを持った方々が、自分のスキルを活かして様々な社会貢献を行うということで、個人が取り組むケースが多かったようです。それを IBM はこういった“チャリティー・プラットフォーム”という中間支援組織と組んで、NPO のコンサルティングのようなものも含めて、社員と取組を支援しているということで、新聞にも取り上げられていました。IBM さんは元々 B to C というよりも B to B の色合いがかなり強い企業ですが、こうしたプロジェクトを通じて、社内の人材のリテンションにつながっているようです。

【PPT23】最近、様々な企業と連携して企業と SB をプロボノでつなぐ中間支援するような組織が出てきております。これが NPO 法人サービスグラントという中間支援機関です。また、先程の多摩信金さんがやっている多摩 CB ネットワークの中で、“Mystyle@こだい”という中間支援組織があるのですが、ここが“プロボノカフェ”をやったら、多摩地域の内外から「自分もできることありますか」と、若い人中心に集まったということで、大きな可能性を感じたということでした。

あとは先程簡単にご紹介させていただいた経済産業省の支援の細かい内容のスライドになりますので、必要に応じてご覧いただければと思います。有難うございました。

(了)