

第2回共助社会づくり懇談会・資料

ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスに
おける共助社会づくり

2013.5.8

NPO法人コミュニティビジネスサポートセンター

代表理事 永沢 映

これまでのSBCBに関連した主な経過について

主 体	開始時期	ポイント	補足
関東経済産業局	2001年	局内にコミュニティビジネス・NPO活動推進室を設置	2002年より広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会を発足。現在では経産省のブロック単位で協議会。
厚生労働省	2002年	雇用創出企画会議にてCBによる雇用の可能性を調査。2年間の調査により雇用創出の可能性として有益な分野であることを示している。	2003年から10年間でCB分野で約90万人(120万人 - 30万人 / 約30万人の公務員削減を伴う)の新規雇用はITや環境分野と比べても突出して高い数字。 http://www.mhlw.go.jp/houdou/2003/05/dl/s0521-4d.pdf
中小企業庁	2003年	中小企業白書にて「新しい就業形態・ライフスタイル」としてCBが明記された	その後は継続して新しい創業、就業の観点でデータが整理され明記されている。 http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H16/02-01-05-03.html
経済産業省	2003年	環境調和推進室にて環境分野に特化したコミュニティビジネスの支援事業を実施。	5年間で59のモデル事業を支援。 http://www.meti.go.jp/policy/eco_business/community/c_index.html
経済産業省	2006年	新経済成長戦略(小泉政権)において地域経済活性化のためCBによる推進で5年間で1000の取り組みを支援と明記	少子高齢社会において「民間活力を活用した効率的で質の高いサービスを活用」「地域活性化戦略においてNPOやLLPの取り組みも支援する」と明記。
経済産業省	2007年	「中間支援機能強化」「農商工連携」「ノウハウ移転」など現在まで様々な支援事業・補助金を設置。融資制度も実施した。	平成20年度より地域主権の観点から「CB→SB」へ表記を転換。各種委員会、調査事業、事例集を実施。 http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/
国土交通省	2010年	国土審議会・政策部会において「新しい公共」「地域戦略検討」の部会にて関連して協議された。	地域経済活性化の上では、人づくりやSBCBによる経済の底上げが不可欠である趣旨で協議された。 http://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/s103_seisaku01.html
東京都	2010年	地域資源活用イノベーション創出助成金(地域中小企業応援ファンド)として中企庁と都で200億円の基金を設置。	基金の運用益を補助金として「都の地域課題解決・地域資源活用事業者」と「支援機関(地域応援ナビゲータ)」への補助金として活用。(10年間の予定)
内閣府	2010年	新しい公共の一環の中で、雇用創出または創業など幅広く推進に関する検討、協議、実施がされた。	「ふるさと雇用交付金」「地域社会雇用創造事業」「新しい公共支援事業」を始めとした各種の支援策が予算とともに施行された。 http://www5.cao.go.jp/npc/index.html

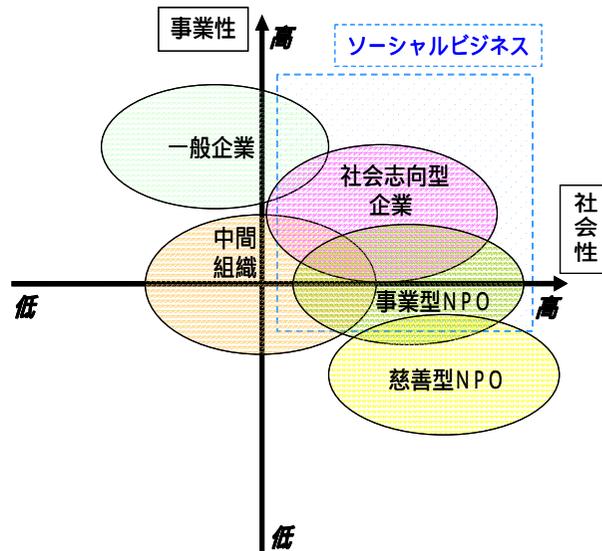
ソーシャルビジネス・コミュニティビジネスの現状（経済産業省）

ソーシャルビジネスとは

ソーシャルビジネス(SB)とは、障害者支援、子育て支援、貧困問題、環境保護、まちづくり・まちおこし等の**社会的課題の解決を目的とした持続的な事業活動**である。従前の営利を目的とした典型的な「会社」とは異なり、また、無報酬の善意に依存する「ボランティア活動」とも異なる新しいスタイルの事業形態である。

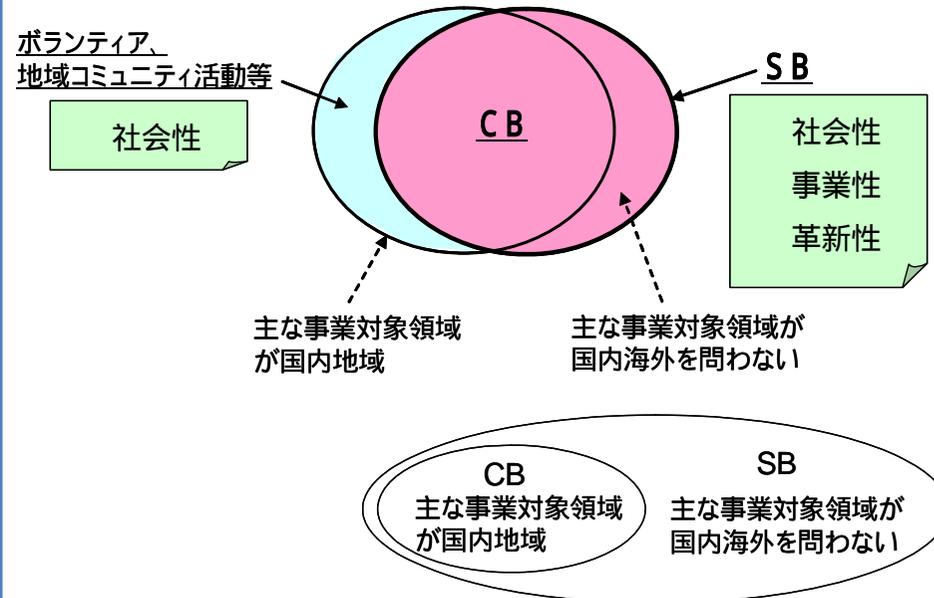
SBは、社会的課題の解決に対して事業性を見出し、「新たな産業・新たな働き方」を創出する主体である。このような活動が、近い将来には行政、企業、市民の協働パートナーとなることが期待される。

ソーシャルビジネス研究会(座長:一橋大学大学院商学研究科教授 谷本寛治)報告書(平成20年4月)では、社会性・事業性・革新性をSBの3つの要件と位置付けている。



社会性: 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。
事業性: のミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業を進めていくこと。
革新性: 新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。またその活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

コミュニティビジネスは、ソーシャルビジネスのうち、より地域性のあるもの



SB / CBの目指す目標

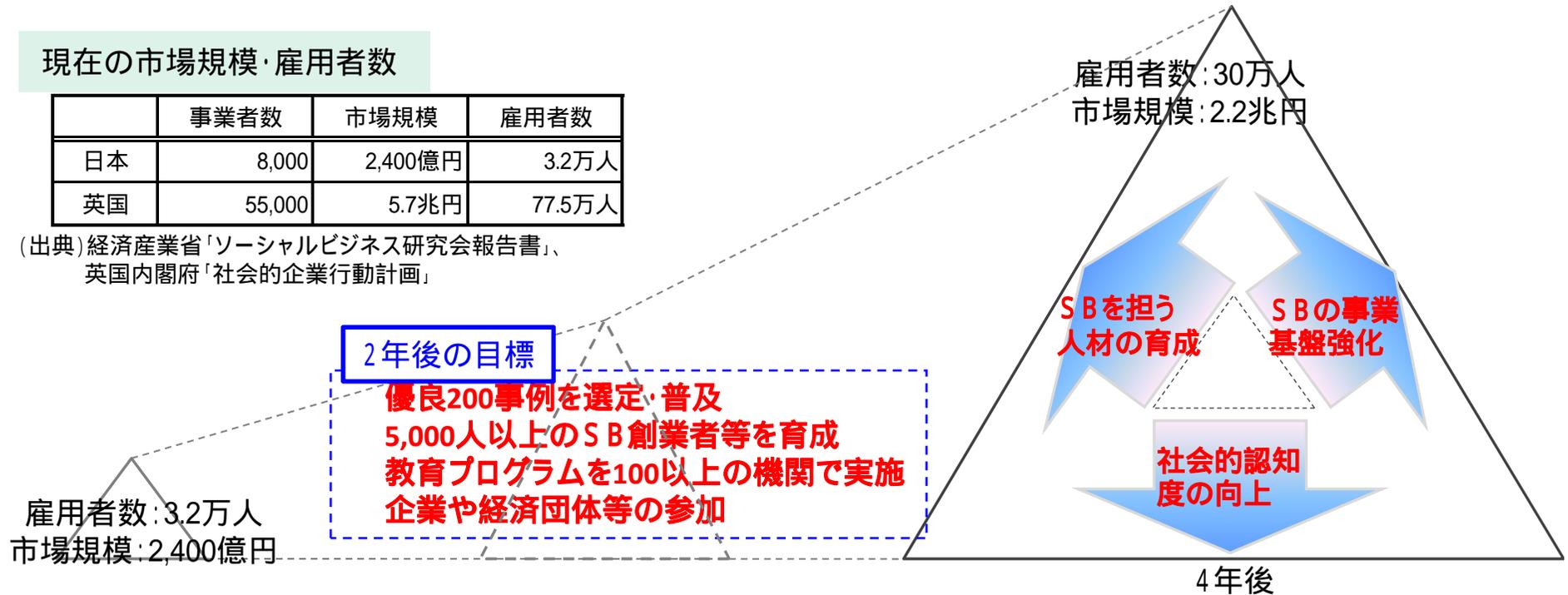
平成20年度～平成24年度を、ソーシャルビジネス（以下、SB）集中推進期間と位置づけ、政策資源を集中投入。

平成24年度末までに、平成20年度比約10倍の雇用規模（約3.2万人→約30万人）、市場規模（約2,400億円→約2.2兆円）に向けて、SB推進イニシアティブ、地域CB / SB推進協議会、経済産業省等が協力してプログラムを推進する。

現在の市場規模・雇用者数

	事業者数	市場規模	雇用者数
日本	8,000	2,400億円	3.2万人
英国	55,000	5.7兆円	77.5万人

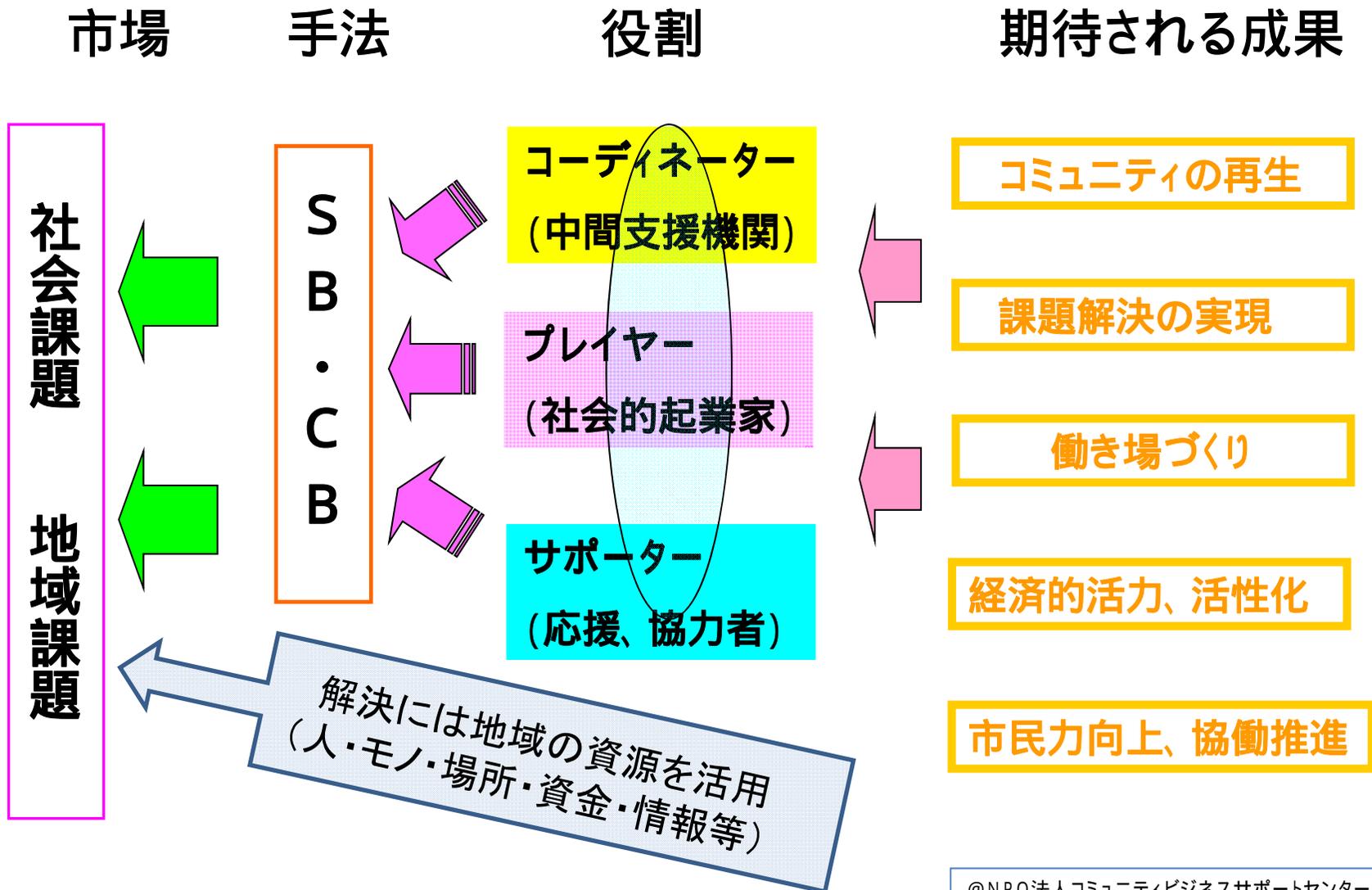
(出典) 経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」、
英国内閣府「社会的企業行動計画」



(出典) 経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」(平成20年4月)

SB・CBの整理

「市民が主体となり社会・地域の課題を事業の手法で解決するもの」



多様化した環境の整理が必要

A. 思考、意識が多様である

特にNPO法人については、サークル活動、ボランティア、事業型など多様であり、SBCBを思考しながらボランティアになったり、ボランティア思考が事業型になる場合などもある。「稼ぐ」だけでなく「無駄の削減」「資金の地域内循環」などの効果も評価する。

B. 法人格・カタチが多様化

NPO法人、一般社団法人、株式会社、組合、非法人化・・・etc。

また事業型NPOや非営利型株式会社など「営利」と「非営利」の線引きも多様化している。縦割り支援の環境は是正する必要があり、ワンストップ支援が求められている。特に法人格によって受けられる支援策の種類が制約されることは改善が必要。

C. 資金調達が多様化

事業による財源確保・継続が前提も、資金調達としては、私募債、寄付、出資(エンジェル税制)、融資など多様化している。多様な方法に合った法人格の選定や法の理解を促し、また各調達方法に合った支援策があると有効活用されることが期待できる。

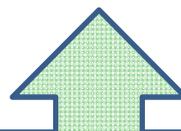
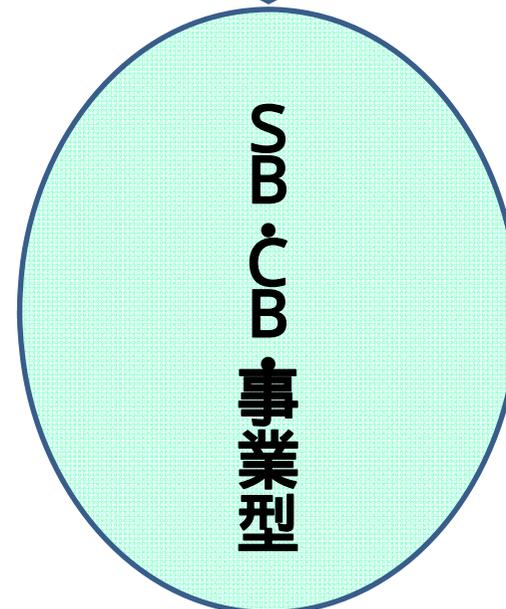
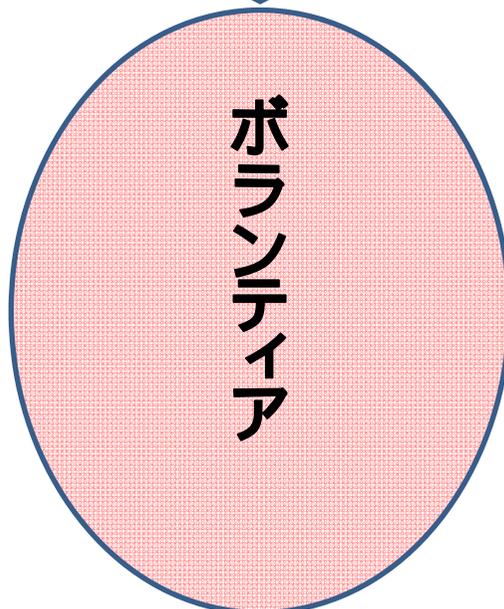
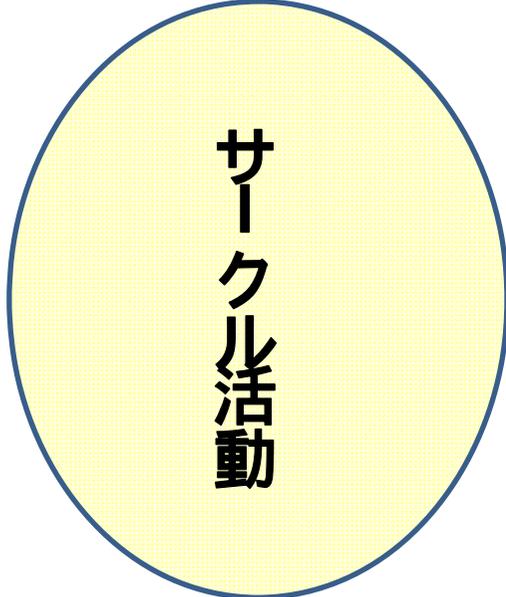
D. フィールドが多様化

活動範囲が広く(市区町村内、広域ブロック、全国、海外、課題解決型等)、それにより支援窓口が異なるより、事業範囲に関わらずワンストップ支援するための適正な機能が必要。

E. 活動分野の多様化

公共サービスとの競争や企業との競合との差別化のため、創意工夫が重要になる。その中で「子どもとシニアの交流」「都内の商店街空き店舗で地方のアンテナショップ」など分野が多面的になることがあり「子育て」「高齢者」といった一元的な活動範囲ではなくなっている。

NPO法人には「意向・思考」と「結果・現状」で整理が必要
(同じ土俵で支援策を講じない方が良い)

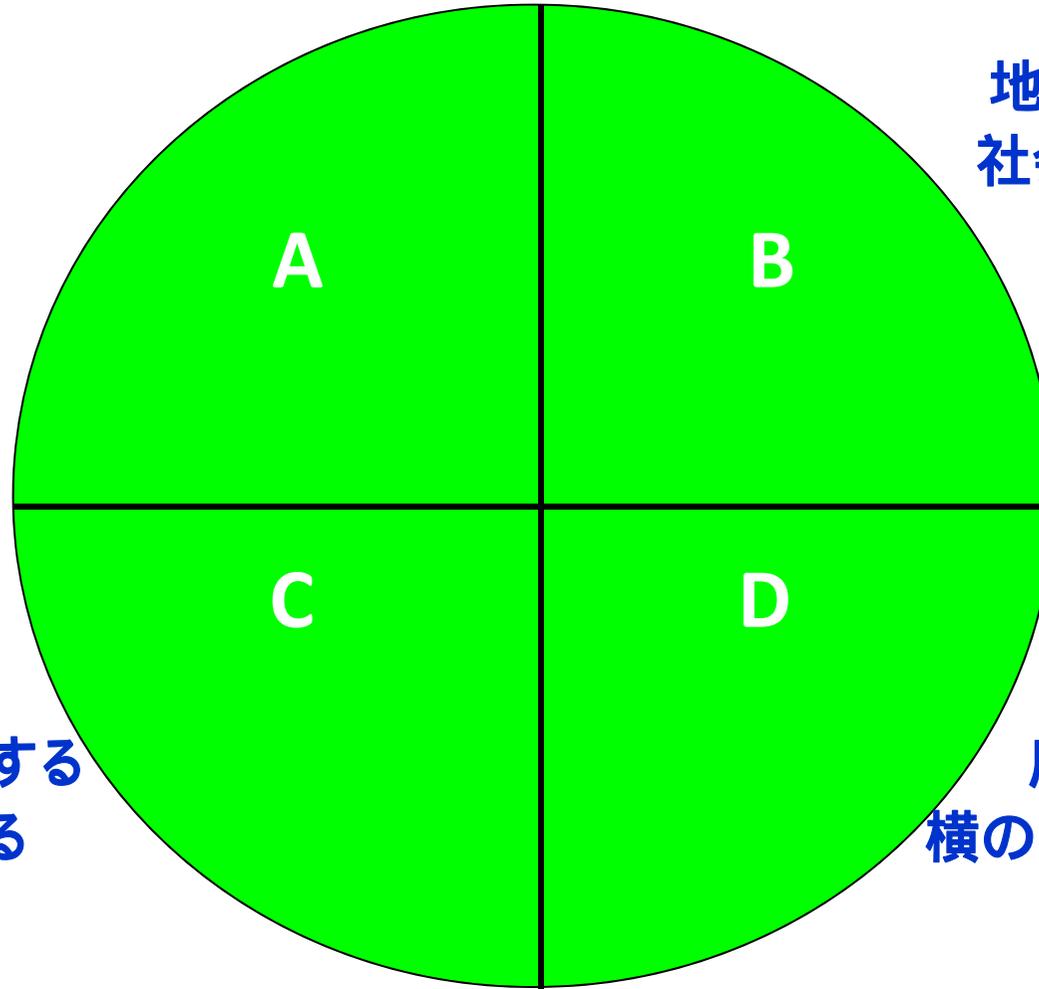


いずれにしても「支援」ではなく「自立支援」のための施策が大切であり、多様化を認識し、認めたくえで各法人・団体に必要な支援策を実施すべき。

SBCBには4つの組み合わせの「バランス」が大切になる

やりたいこと
楽しいこと

地域に良いこと
社会に必要なこと



経済的自立をする
活動を継続する

応援、協力体制
横のネットワークを持つ

共助社会づくりの推進・支援策のポイント (主にS B・C B的な担い手を育成する場合)

対象となる事業者を整理する

SBCB事業者、SBCB支援者のフレームを整理する。(以下、例)

社会性のある分野 年間500万円以上 収入の50%以上が事業収入 常勤有給職員が1名以上いるなど

課題解決型モデル事業の提示

担い手側の提案ではなく、パッケージ・定型化したモデル事業を地域版で構築する形での支援。これまでは多くのモデルケースによる成果・失敗が整理されるのみで、もっとその成果を活用することで失敗を減らしたり、少ない予算で効果を高めることにつながる。

成果報酬型

事業活動に対して一定の成果目標を明示させ、その達成率に応じた資金支援を行うことで事業内容に緊張感と真剣さを与えていく。また利益の高い事業については、その利益を自由に活用できることで、成果を高めるモチベーションにもつながる。

まとめ(私見)

1. 「共助社会づくり」の担い手の系統を区分する
(区分とともに効果・成果の現状と目標値を明確化する)
2. それぞれの系統に準じた支援策・推進策を検討する
(既存の制度で活用できるものは有効活用する)
3. 現状のデータ整理・調査を行う(目標・効果も併せて)
4. プレイヤーだけでなく、サポーター、コーディネーター
の推進・支援も行う(特に既存中間支援機関の機能強化)
5. NPO法人については、ガバナンスが効くような申請書や報告書、
活動予算書の様式とし、民法・刑法などの既存法律内での位置づ
けも明確化し、休眠法人の整理を含めた認証のあり方をしっかり
とすることで社会的信用力を高める。