

ニュース のことば



ソーシャルビジネス(SB)

NPOなどが社会的な活動を進めるための主な課題として「活動資金の確保」が指摘されるなか、「ソーシャルビジネス(Social Business、略称SB)」に対する取り組みが広がりつつあります。

SBは、社会的な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主体を言い、経済産業省の「ソーシャルビジネス研究会」が2008年4月に公表した報告書では、次の3要件を満たす主体をSBとして捉えています。つまり、①社会的課題の解決に取り組むことをミッションとするという「社会性」、②そのミッションをビジネスの形で継続的に進めていくといった「事業性」、③新しい社会的商品・サービスやそれを提供する仕組みを開発・活用しながら、その活動が社会へと広がることを通して新しい社会的価値を創出するという「革新性」、の3つです(注)。

実際、わが国では、雑誌の販売によりホームレスの自立支援に取り組む有限会社や、地域の人材や拠点を活用したユニークなビジネスモデルによって病児保育に取り組むNPO法人など、さまざまなSBが生まれています。このように、組織形態についても、株式会社やNPO法人、中間法人など多様なスタイルが想定されており、上述の報告書によれば、わが国のSBの市場規模は、2008年の時点で約2,400億円、3年後の2011年には約2.2兆円と推定されています。

ただし、SBは、社会性と事業性の双方を追求する必要があるという点で従来の組織形態と大きく異なるため、ヒト・モノ・カネ・情報といった経営資源のそれぞれで課題に直面しています。その意味で、SBの活動を円滑に進めるためには、企業や行政、中間支援機関などのさまざまな支援者が関わる形で、活発な意見交換や交流が行われる環境を整える必要があると考えられています。こうした状況下、経済産業省は各地域にSBの事業者と支援者が参加する協議会の設置を進めるとともに(図表)、2008年12月には全国規模での活動のあり方などを検討・提言する場として「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」を開催しました。そのような取り組みを通じたSBの拡大によって、新たな産業・雇用の創出や社会・経済全体の活性化が図られることが期待されます。

馬場 基記

(注)なお、解決に取り組む社会的課題が地域性を有する場合の「コミュニティビジネス」も、ソーシャルビジネスの一種とされている。ただし、①必ずしも事業性や革新性が高くない、地域でボランティアの展開をしている事業や、②必ずしも社会性や革新性が高くない、地域における小さな事業活動が、「コミュニティビジネス」と呼ばれるケースもある。

図表 地域CB/SB推進協議会の地域別一覧

地域ブロック	地域協議会
北海道	北海道コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス協議会
東北	東北ソーシャルビジネス推進協議会(仮称)
関東	広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会
中部	東海・北陸コミュニティビジネス協議会
近畿	近畿ソーシャルビジネス・ネットワーキング
中国	中国地域CB/SB推進協議会
四国	四国地域コミュニティビジネス推進協議会(仮称)
九州	九州ソーシャルビジネス促進協議会(仮称)
沖縄	シマンチュビジネス協議会

(資料) 経済産業省ニュースリリース(2008年12月8日付)を基に三重銀総研作成