

# 1. 調查研究概要

---



## 1. 調査研究概要

本報告書は、特別区長会調査研究機構における令和2年度のテーマの一つである「特別区が行うソーシャルビジネスの活動支援策～地域課題の現状把握を踏まえて～」について実施した調査研究の内容をまとめたものである。本章では、本調査研究の背景・目的や本調査研究の対象・手法について詳述する。

### (1) 調査研究の背景・目的

社会課題・地域課題が多様化・複雑化している中、ソーシャルビジネスがその解決の担い手として期待され、ここ10数年ほど<sup>1</sup>の間に広まりつつある一方、行政による効果的な支援策は十分に見出すことができていない状況にある。

我が国では、平成20年（2008年）4月に経済産業省から『ソーシャルビジネス研究会報告書』が公表され、その後、様々な報告書や論文等でソーシャルビジネスの動向や実態、支援のあり方等の調査研究が行われているが、特に特別区という地域の特性を考慮した検討がなされるまでには至っていない。

そのため、本調査研究では、特別区におけるソーシャルビジネスの実態や支援の実施状況等を明らかにした上で、特別区として取り組むべきソーシャルビジネスの支援策を提言することを目的とする。

なお、支援策については、単一の特別区で実施可能な内容を検討するとともに、それぞれの地域が有する資源を相互に有効活用することが望ましいという考えに基づき、特別区間の連携又は特別区全体の広域的な観点から実施可能な内容を検討する。

### (2) 調査研究の対象・アプローチ

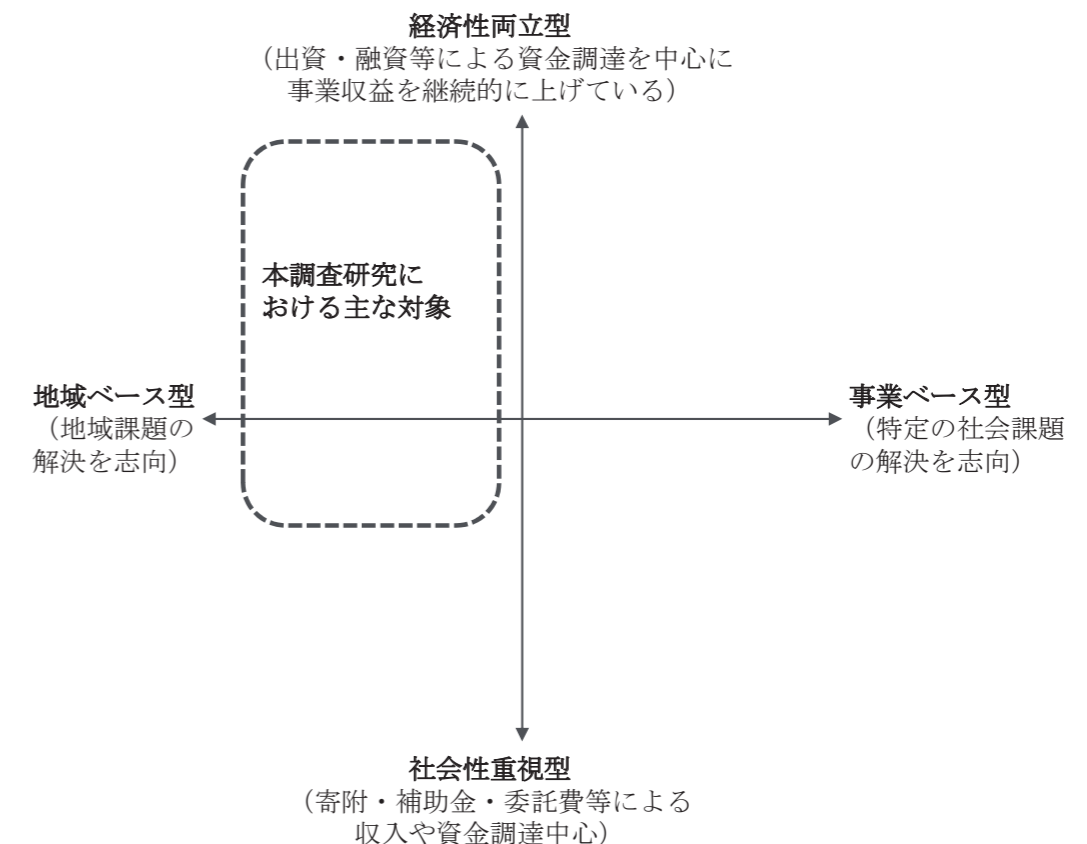
ソーシャルビジネスという概念が広い意味を包含し、一意に定義しにくい性質を持つため、本調査研究においては、地域性を軸に対象範囲を設定し、その多様性を把握することを目指す。

<sup>1</sup> ソーシャルビジネスという言葉は、グラミン銀行の創設者であるムハマド・ユヌス博士が著書『貧困のない世界を創る』で定義し、提唱したとされる。

### ① 調査研究の対象

本調査研究では、ソーシャルビジネスを「地域課題解決に向け、寄附や行政からの助成のみに頼らず、自立的・持続的に自ら稼ぎ出す事業者」と定義し、支援策を検討する。より具体的には、平成28年（2016年）4月に経済産業省が公表した『地域を支えるサービス事業主体のあり方に関する研究会報告書』における「地域ベース型×経済性両立型」及び「地域ベース型×社会性重視型」（図表1参照）を主な対象とし、その中でも「寄附や行政からの助成のみに頼らず、自立的・持続的に自ら稼ぎ出す事業者」という本調査研究でのソーシャルビジネスの定義に鑑み、「地域ベース型×経済性両立型」をより中心的な対象とする。ただし、詳細な定義や特徴までは踏襲せず、『地域を支えるサービス事業主体のあり方に関する研究会報告書』が我が国全体を対象範囲とする一方、本報告書では特別区という地域の特性を考慮してソーシャルビジネスの事業類型を把握することに主眼を置く。また、「地域ベース型」と「事業ベース型」を厳密に分類することが困難である場合も考慮し、「事業ベース型」に該当するソーシャルビジネス事業者が調査研究の対象に含まれることに留意された。

図表1：地域を支えるサービス事業主体の類型



出所：経済産業省『地域を支えるサービス事業主体のあり方に関する研究会報告書』（平成28年4月）に基づき作成

加えて、前述のとおり、ソーシャルビジネスが広い意味を包含することから、「コミュニティビジネス」、「ソーシャルエンタープライズ」、「ソーシャルアントレプレナー」、「社会的企業」、「社会的起業家」等の概念も調査研究の対象に含む。さらに、ソーシャルビジネスとは銘打っていないものの、「地域課題解決に向け、自立的・持続的に自ら稼ぎ出す事業者」に該当すると考えられる事業者も調査研究の対象とする。地域性（地域ベース型）を軸にしつつ、このように幅広く対象範囲を設定しているのは、後述するとおり、近年では社会課題・地域課題が多様化・複雑化し、それに関わる主体にも広がりが見られることから、ソーシャルビジネスという概念のみでは「地域課題解決に向け、寄附や行政からの助成のみに頼らず、自立的・持続的に自ら稼ぎ出す事業者」という定義に該当する事業者を正しく捉えきれない可能性があるためである。

## ② 調査研究の手法

本調査研究を通じて、特別区におけるソーシャルビジネスの活性化に向けて行政が果たすべき役割や支援策を導出すべく、ソーシャルビジネスに関する動向を文献調査した上で、ソーシャルビジネス事業者やソーシャルビジネス支援機関へのヒアリング調査によって事業展開の実態や課題等を把握する。併せて、特別区へのヒアリング調査及びアンケート調査や特別区以外の地方公共団体へのヒアリング調査をもとに支援策の実施状況や必要性を把握し、調査研究結果として取りまとめる。具体的な調査研究の実施内容については、以下のとおりである。

### 【ソーシャルビジネスの考え方に関する変遷（第2章第1節）】

ソーシャルビジネスの国内外の動向を把握することを目的として、ソーシャルビジネスに関する文献調査を実施する。調査を通じて、ここ10数年ほどで社会課題・地域課題が特に多様化・複雑化し、ソーシャルビジネスを取り巻く状況が変化していることを明らかにする。主な情報源として、中央省庁（経済産業省や内閣府）の公表する報告書等を参照する。

### 【ソーシャルビジネスに関する事業展開の実態（第2章第2節）】

多様性のあるソーシャルビジネスの実態やその事業展開にあたっての課題・ニーズを把握することを目的として、ソーシャルビジネス事業者やソーシャルビジネス支援機関等へのヒアリング調査を実施する。ソーシャルビジネス事業者へのヒアリング調査では、事業立ち上げから現在までの取組状況の変遷やその中で地域資源との連携方法、事業上の課題・ニーズを明らかにする。ま

た、ソーシャルビジネス支援機関へのヒアリング調査では、支援内容や支援側から見たソーシャルビジネス事業者の課題・ニーズ等を明らかにする。

### 【ソーシャルビジネスの活性化に向けた支援策ニーズ（第2章第3節）】

特別区としてのソーシャルビジネス支援策の実施状況や必要性等を把握することを目的として、特別区へのヒアリング調査及びアンケート調査を実施する。ヒアリング調査では、本調査研究を進めるにあたっての前提となる特別区としてのソーシャルビジネスに対する認識や支援策の実施状況を明らかにする。その際、特別区の地域分類を考慮して一部の区を対象として抽出する。また、アンケート調査では、全ての区を対象としてソーシャルビジネス支援策の実施状況や今後の必要性等を明らかにする。

さらに、ソーシャルビジネス支援における先進的な取組を把握することを目的として、特別区以外の地方公共団体へのヒアリング調査を実施し、その調査を通じて特別区として参考にすべき支援策等を明らかにする。

以上の結果をソーシャルビジネス事業者及びソーシャルビジネス支援機関等へのヒアリング調査結果を通じて導出した事業上の課題・ニーズと照らし合わせ、特別区として特に取り組むべき支援策を明らかにする。

1.

(1)

(2)

2.

(1)

(2)

(3)

3.