

ソーシャルビジネス振興に向けた 基本的な考え方

平成26年2月

尼崎市

目次

はじめに	2
1 ソーシャルビジネスとは	3
（1）ソーシャルビジネスの概念	3
（2）ソーシャルビジネスの担い手と活動領域	3
（3）ソーシャルビジネスの資金調達	4
（4）政府の取組におけるソーシャルビジネスの位置付け	6
2 本市の現状	6
（1）本市の置かれている状況	6
（2）本市の社会的活動等の現状	7
3 本市におけるソーシャルビジネス振興	8
（1）ソーシャルビジネス振興の必要性	8
（2）ソーシャルビジネス振興に向け求められる支援	8
（3）本市における支援のあり方	10
【資料編】	
他都市等のソーシャルビジネス支援事例	12
ソーシャルビジネスの具体的事例	13
【参考】	
プロジェクトチーム設置要綱	17
尼崎ソーシャルビジネス支援庁内検討プロジェクトチームメンバー	18
検討経過	18
ヒアリング先一覧	19
その他（ビジネスプランコンペ）	19

はじめに

少子・高齢化の進行や世界的な不況等社会構造の変化に伴い、近年、地域社会においては、高齢者・障がい者の介護・福祉や、子育て支援、青少年の健全育成、雇用、環境等、多種多様な社会的課題が顕在化しつつある。これらの社会的課題は時代とともに増加する中で、多様化、複雑化しており、行政主導だけでは課題解決に必ずしも十分な成果をあげることができなくなってきた。

このような状況の中、地域社会の課題解決には、行政のみならず、民間の力も結集させたきめ細かい対応が求められており、人々が主体的に支えあう活動を促進することで、活力のある社会を築いていくことが必要である。

このような活動の中に、社会的課題を市場ととらえ、ビジネスの手法によりその解決を図るソーシャルビジネスに取り組む例が全国各地で見られるようになってきている。特に東日本大震災の被災地では、先進的なソーシャルビジネス事業者の手によって、復興に向けた取組が行われている。これらの活動は地域において新たな需要、雇用、資金循環を生み出すなど、地域の活性化においても一定の役割を果たしていると言われている。

本市でも、ボランティア、NPO法人などの担い手が様々な社会的課題の解決に取り組んでおり、より良い暮らしや社会の構築に貢献している。一方、ソーシャルビジネスを生業として活動している事業者は、現状ではあまり見受けられない。しかしながら、尼崎は挑戦する人を受け入れ、応援し、その力を活かしていく包容力があることや、大阪、神戸、京都といった大都市への交通利便性が高いことなど、ソーシャルビジネス事業者や起業する者にとっての魅力をもっている。

そこで、様々な課題に直面している本市においても、行政がそれを解決する当事者としての役割を担いつつ、ソーシャルビジネスを振興することで、地域が抱える課題の解決をより一層促進し、課題解決の先進都市を目指すとともに、地域の活性化を図っていくものとする。そのため、ここに本市におけるソーシャルビジネス振興に向けた基本的な考え方を示すものである。

1 ソーシャルビジネスとは

(1) ソーシャルビジネスの概念

一般的にソーシャルビジネスとはビジネスの手法を用いて、社会的課題の解決を目指す取り組みのことを指すが、平成23年3月に経済産業省より公表された、「ソーシャルビジネス推進研究会報告書」では、以下のようにその概念が整理されている。

- 様々な社会的課題（高齢化問題、環境問題、子育てや教育問題など）を市場としてとらえ、その解決を目的とする事業
- 「社会性」「事業性」「革新性」の3つを要件とする

社会性…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…ミッションをビジネスの形に表し継続的に事業活動を進めていくこと
革新性…新しい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とともに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

- 推進の結果として、経済の活性化や新しい雇用の創出に寄与する効果が期待される

ソーシャルビジネスの3要件とそれ以外の様々な活動との関係性を比較して考えると、例えば、社会性の高い活動であったとしても、事業性が低いものについてはソーシャルビジネスではなく、ボランティア活動の領域であると区分される。また、事業性の判断においては、当該事業者がビジネス志向を持つのか、ボランティア志向を持つのかということが重要で、「財務上の外形的要素」よりも「事業者自身の意思や意図」によるべきところが大きい。

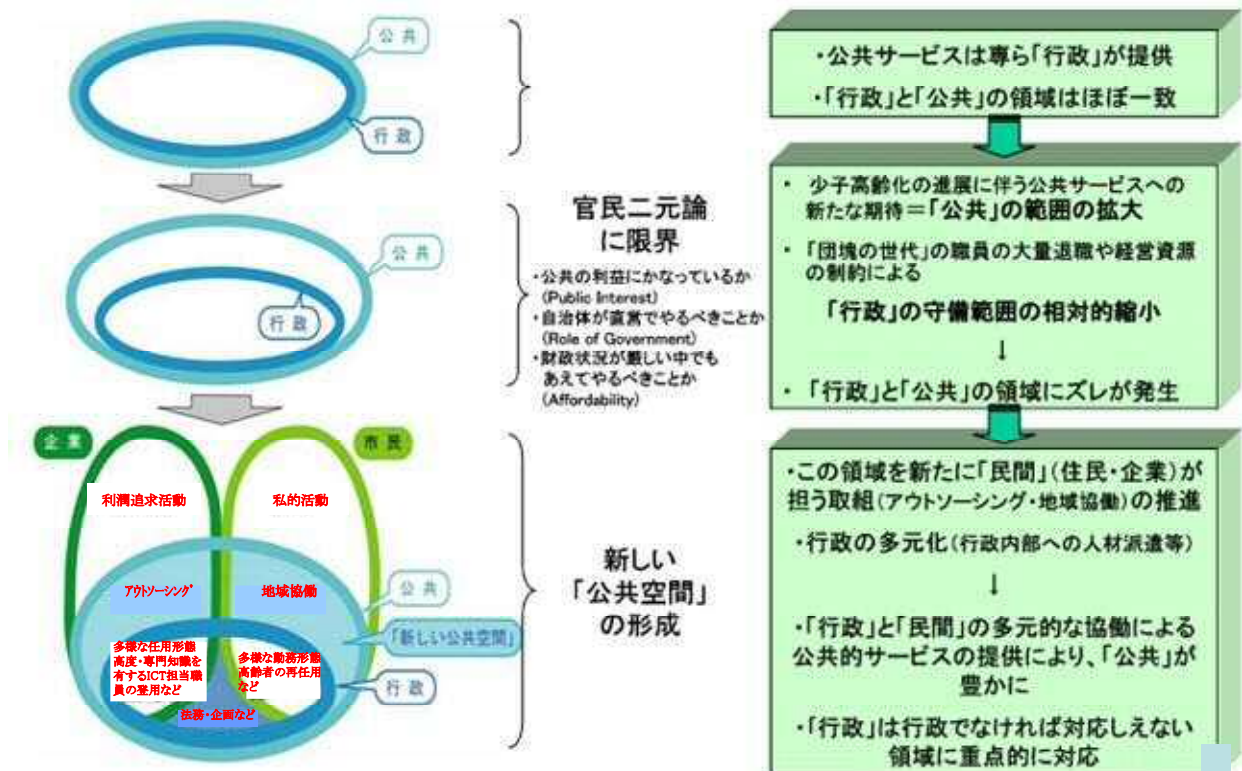
この点において、ソーシャルビジネスの振興を考えるうえで、その対象となる担い手は、法人格の有無やその種別にかかわらず、ビジネスの手法によって社会的課題を解決しようとしているかという当該団体の方針に基づき判断すべきものであるといえる。

(2) ソーシャルビジネスの担い手と活動領域

主にソーシャルビジネスを行うことを目的として活動する事業主体を、ソーシャルビジネス事業者という。（「社会起業家」「社会的企業」等と言われることもある。）

実際の担い手となっているのは、NPO法人のほか、株式会社や社団法人、あるいは企業のCSR（企業の社会的責任）の一環や中小企業のイノベーションや第二創業などとして進められることもあり、営利企業や非営利企業を問わずその担い手は多様である。

また、ソーシャルビジネス事業者が活動する事業領域は、一般的に行政が担っているような既に制度化されている公共部分や純然たる企業活動部分とは別に、時代背景や社会情勢の変化等によって生じてくる社会的課題を反映した分野が多いが、新たな社会的課題の発生などにより、その活動領域は今後も変化を繰り返していくことが予想される。



〔図1〕新しい公共空間の形成（総務省：分権型社会における自治体経営の刷新戦略(H17.3)）

(3) ソーシャルビジネスの資金調達

収入としては、大きく分けると①サービスや商品販売による事業収入、②行政等からの助成金や補助金収入、③投資や寄付、会費などの収入があり、対応する社会的課題やサービスの受益者、担い手の成長段階によってその収入構造が変わってくる。

原則的には通常のビジネスと同様に

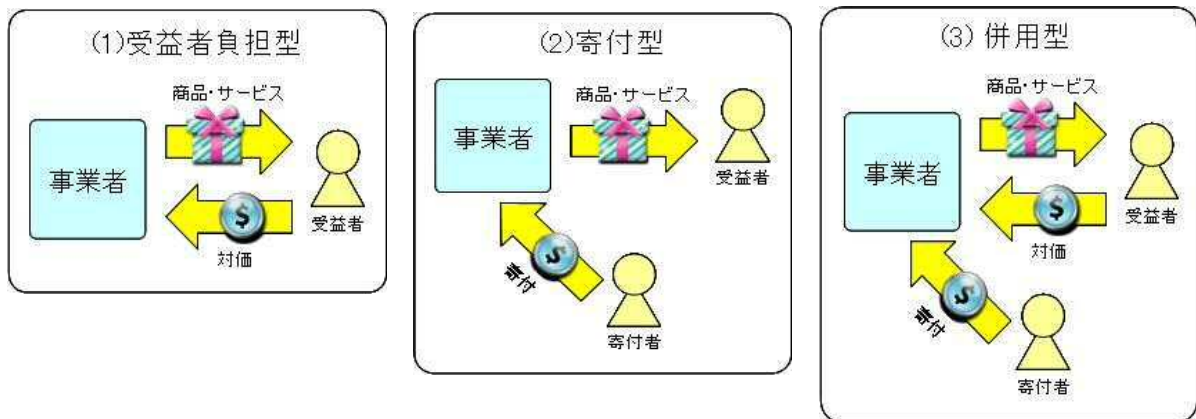
商品やサービスの受け手（受益者）がその対価を事業者に対して支払う形式が通常であるが、受益者が経済的に困窮した状況にある場合など、当該商品やサービスの対価を支払うこと自体が困難である場合も少なくない。また、環境問題への対応など、受益者が広範であったり、特定できなかつたりする場合もある。

そのため、受益者が対価を支払う形式以外にも、寄付と組み合わせる方法や公的資金と組み合わせる方法など多様な資金調達の類型が存在しており、寄付や公的資金を組み合わせながら、持続的に資金調達可能な仕組みを整えるなど、ソーシャルビジネスには、次に示すような様々な資金調達の類型が見られる。



〔図2〕ソーシャルビジネスの資金調達（経済産業省：ソーシャルビジネス推進研究会報告書（H23.3））

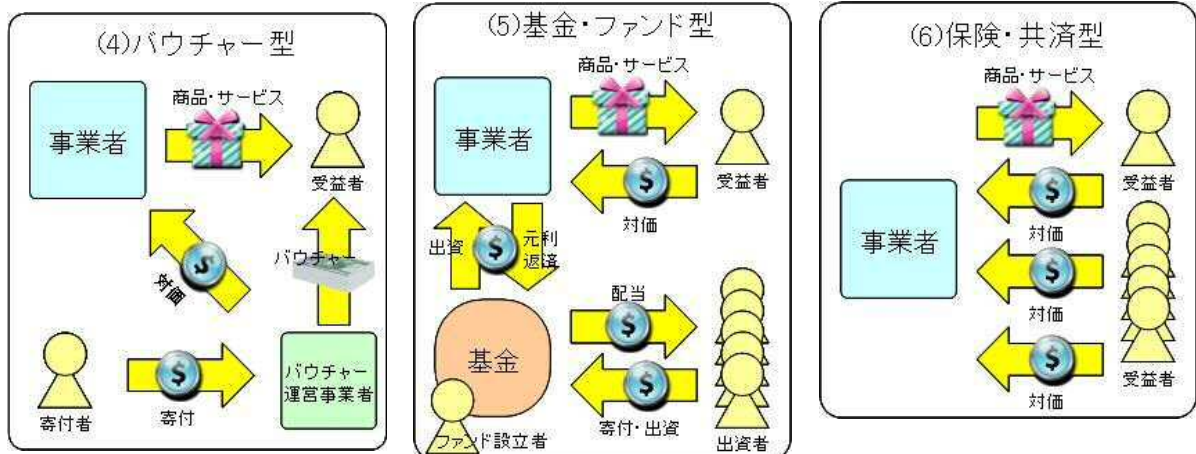
〔図3〕 ソーシャルビジネス事業者の資金調達の種類



事業者が提供する商品やサービスの対価を受益者が支払う形式。一般的なビジネスの大半がこの形式である。

受益者から対価を取ることが不可能であるため、寄付者がその対価を負担する形式。(cf. 国際支援、ホームレス支援など)

受益者からは一定の対価を得るとともに、事業者は広く寄付を集め、受益者負担の金額を低減させる形式。受益者が商品等の対価の全額を支払うことが困難な場合に活用される。(cf. 一人親支援など)



寄付型の変形として、寄付者がバウチャー運営事業者に対して寄付を行い、バウチャー運営事業者がそれをバウチャー（商品券）として受益者に給付する形式。寄付の用途を明確化することが可能となる。(cf. 学校外教育バウチャーなど)

寄付者や出資者が基金やファンドに対して出資し、ファンドの設立者がそれを元手に事業者に出資したうえで、事業者が商品やサービスを提供し、受益者から対価を得る方式。事業者の資金調達面や受益者の負担軽減として活用可能。

突発的な商品・サービスの需要に対して、多くの人々が低額の費用を負担し、当該サービスが必要となった場合の受益者負担額を低減させる形式。(cf. 病児保育など)

(4) 政府の取組におけるソーシャルビジネスの位置付け

政府においては、経済産業省が平成20年4月に「ソーシャルビジネス研究会」報告書を公表して以来、先んじてその推進に取り組んできている。また、近年は経済産業省のみならず、関係府省においても取組が進みつつあり、平成25年4月には、内閣府にソーシャルビジネスなどを支援する有識者会議「共助社会づくり懇談会」を立ち上げ、具体的な支援策について議論している。

政府でのソーシャルビジネスの位置付け	
産業構造ビジョン2010（平成22年）	地域の特性に合った多様な発展モデルのうち、「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を位置付けている。
新しい公共（平成22年）	「新しい公共」円卓会議における「新しい公共宣言」や、「政府の取組に対する『新しい公共』推進会議からの提案」に、NPOや社会的課題を解決するためにビジネスの手法を用いて活動する事業体は、社会リターンによって社会に多様性をもたらしている「新しい公共」の重要な担い手であるとして、ソーシャルビジネスが位置付けられている。
経済財政運営と改革の基本方針（いわゆる「骨太の方針」：平成25年）	第2章「強い日本、強い経済、豊かで安心・安全な生活の実現」における特色を活かした地域づくりの中で、地域課題の解決や地域活性化のうえで重要な役割を果たしているソーシャルビジネス等に対する支援（人材、資金、信頼性の点から）の促進が位置付けられている。

2 本市の現状

(1) 本市の置かれている状況

本市の現状をみてみると、少子・高齢化や生活保護受給率の上昇に伴う社会保障費の増加、障がい者の地域生活支援、子育て支援や学力向上に向けた学校教育の充実、健康づくりなど、社会的課題への対応ニーズは現在から将来にわたって高い状況にあるといえる。

しかしながら、厳しい財政状況が長く続くとともに短期に好転する見通しは立っておらず、増大する社会保障費等に対処する一方で新たな課題に対応する財源は限られている。また、多様化・複雑化する課題は、単に予算を増額して対応することで全てが解決するものとは限らない。

これまで、本市の外郭団体である財団法人等が、行政のみでは対応できない課題等に対する事業活動主体として主にその役割を担ってきたが、現在はこれら多様化・複雑化する課題に十分対応できる状況とはなっていない。

そのような状況の下、今後のまちづくりを進めるにあたっては、行政として、公共サービスを提供することにあわせて、まちづくりに取り組む市民や事業者の力がより発揮されやすい環境をつくっていくことが必要である。

今後のソーシャルビジネスの振興にあたっては、その担い手が数多く集まり、生まれ育っていく環境づくりが必要であり、とりわけ市民や市内事業者自らが担い手となっていくことは、地域課題の解決や地域経済の活性化という面で重要である。

(2) 本市の社会的活動等の現状

実際に活動しているソーシャルビジネス事業者数などについては、現時点では国においても正確に把握可能な統計が無い中、本市においても同様にその活動の現状把握が困難である。

一方、社会福祉法人やNPO法人、ボランティア団体等、既に社会的活動を行っている団体は多く存在しており、その活動状況などを把握できるものもある。

そこで、本市の社会的活動の現状として、ここでは市内で社会的な活動や市民活動を行っている団体のうち、その活動内容が把握できている法人格を持たないボランティアグループとNPO法人を事例として概観してみる。

平成25年5月時点での尼崎市社会福祉協議会ボランティアセンター登録団体は262団体(図4)、また、市内NPO法人は平成24年12月時点で104法人となっている(図5)。

図4 ボランティアセンター登録団体(262団体)の活動分野一覧

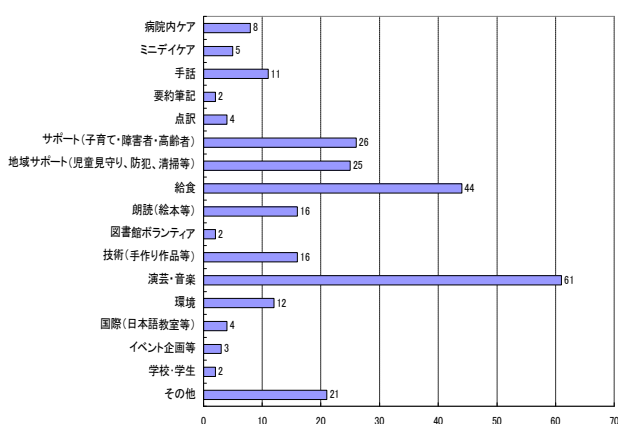
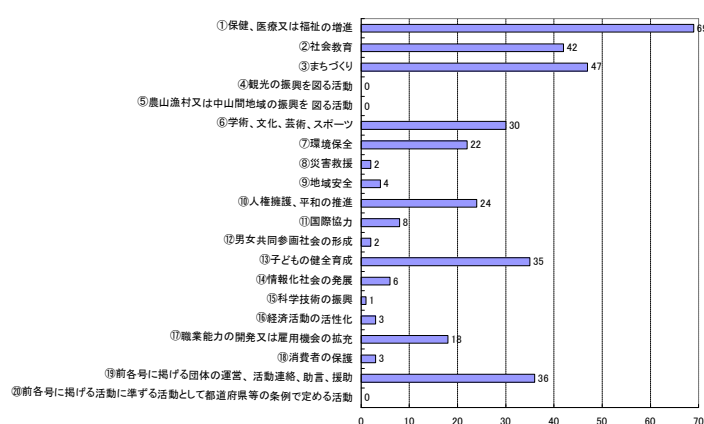


図5 主たる事務所を尼崎市内に持つ兵庫県認証のNPO法人(104法人)の活動分野一覧



また、市内のNPO法人の収入額をみると、公的福祉制度関連事業(介護保険事業または障害者自立支援事業)を行う法人を中心に、安定した事業収入を確保している団体もある。

〔図6〕 市内NPO法人年間収入額

	全国※ (7736団体)	尼崎市 (83団体)	
		うち公的福祉制度関連 (28団体)	
平均値	2,434	2,526	5,396

※内閣府「NPO法人実態調査23年度版」

もちろんこれらの活動の多くは、現状では必ずしもソーシャルビジネスの定義には当てはまらない。しかしながら、数多くの団体が多種多様な分野での活動を行っており、なかには社会性や事業性の高い活動もある。

前章で述べたとおり、ソーシャルビジネスの担い手は法人格の有無や法人種別にかかわらず様々であり、今後これら社会的活動をビジネスとして捉え取り組む社会起業家の出現や、既存の活動に新たな手法を取り入れた事業展開などにより、本市におけるソーシャルビジネスの発展の可能性が期待できる。

3 本市におけるソーシャルビジネス振興

(1) ソーシャルビジネス振興の必要性

本市の現状をみると、様々な団体が多種多様な分野で活動を行っているものの、現時点において必ずしも新たな課題への対応や新たな手法による事業性の高い活動を行っているわけではない。しかしながら、本市には多くの社会的課題が存在しており、その課題の多様さや複雑さが、多種多様な社会的活動の存在と相まって、新たな社会起業家の創出やソーシャルビジネス発展の契機になり得る。

また、鉄道、バスの公共交通や高速道路が充実しており、大阪、神戸、京都などの都市圏への交通利便性が高いことや、市の北部や南部などそれぞれの地域ごとに違った表情があり、多様性があること、人を受け入れ応援する包容力のある気風があることなど、本市のまちの魅力が社会起業家を呼び込み、ソーシャルビジネスの集積につながる可能性を有している。

ソーシャルビジネスの振興は、本市の課題解決につながるだけでなく、新たな産業や雇用の創出にもつながり、地域経済の活性化も期待できるほか、課題解消はまちの魅力増進にもつながる。

本市においてソーシャルビジネスが果たす役割への期待は大きく、総合計画や行財政改革に係る計画で示している取組の方向性にもあるように、ソーシャルビジネスを支援し振興していくことは、今後のまちづくりにおいて必要であり重要な取組である。

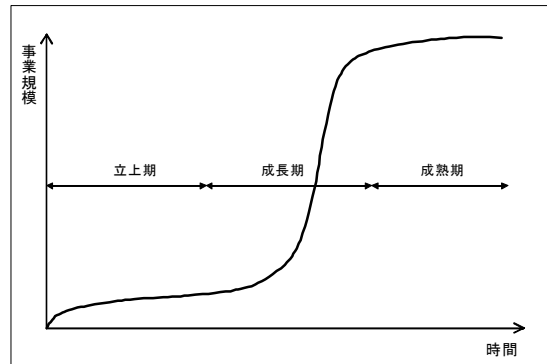
本市でのソーシャルビジネスの位置付け
尼崎市総合計画
「ありたいまち」の実現に向け特に力を入れる「主要取組項目」の「産業活力とまちの魅力を高める」取組として、社会的企業の活動や起業が生まれることは、地域での経済循環の促進に寄与するものとして、その支援を行うことが位置づけられている。また、まちづくり基本計画の施策別取組（各論）、「地域経済の活性化」においては、地域での新たな産業・雇用の創出、地域経済の活性化への寄与が期待できる事業活動として位置付けている。
行財政改革計画（あまがさき「未来へつなぐ」プロジェクト）
各論の「税収の安定・向上につながる取組」の中で、取組の方向性において、幅広く多様なサービス業の振興に向けた取組として位置付けている。
シティプロモーション推進指針
取組の方向性の一つに「活動人口を増やす」が挙げられ、その中で貧困や教育、安全など、社会的な課題の解決に取り組む人が増えることを目指すとされている。
平成 25 年度施政方針
まちづくりの進め方として、「新しい公共」の考え方のもと、社会的な課題の解決を目指して組織的に行動する人や、ソーシャルビジネスを生業とする人など、多様な形で新たな公共を担う人たちが増えていくことを目指すとしている。

(2) ソーシャルビジネス振興に向け求められる支援

ソーシャルビジネスの支援を行う場合、新たな担い手の育成を含め、それぞれの担い手や事業の発展段階によってその支援の方法は異なってくる。

ソーシャルビジネスの起業から成熟までを図示すると一般の事業と同様、事業構想を経た後の段階をおおむね立上期、成長期、成熟期の3段階に区分することができる(図7)。そこで、支援対象となる担い手や事業がどのような段階にあるかを見極め、その段階に応じた支援を行うことが求められる。

〔図7〕 ソーシャルビジネスの成長過程



とはいえ、個々の担い手に対応した個別的支持は困難であるため、ソーシャルビジネスの支援を行うにあたっては、ある程度共通の課題やビジネス基盤に対しての取組が中心となる。

ソーシャルビジネス事業の発展に向けた環境整備としては、大別して①資金調達、②人材育成、③事業展開、④普及・啓発に対する支援が必要であり、その支援と発展段階との関係はおおむね次のように整理できる。

	立上期	成長期	成熟期
①資金調達 (具体的事例)	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の事業性強化を含めた積極的な間接金融(融資)の実施 寄付や直接金融の充実に向けた環境整備 地域関係機関それぞれでリスクとコストを分散する仕組みづくり 		
・助成制度	→		
・融資の促進	→	→	
・信用保証			→
・寄附の促進 など			→
②人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 事業構想・事業計画のブラッシュアップを含めた担い手の育成 行政や中間支援NPOなど多様な機関の連携によるサポート体制の構築 教育機関等による人材育成環境整備 		
・人的資源(事業者を支える人材、インターンシップなど)の支援		→	
・ビジネスプランコンペ	→		
・起業塾や経営塾 など	→		
③事業展開	<ul style="list-style-type: none"> 商工団体をはじめとした地域機関の連携や、行政等個々の課題分野に対応できる機関との連携などの支援環境整備 中小企業支援策の活用 複数のソーシャルビジネス事業者の集積による相互研鑽等の効果 		
・経営支援員の配置やアドバイザーの派遣(事業の定期的なブラッシュアップ)			→
・事務所(場)の提供	→		
・規制緩和			→
・中小企業の第二創業			→
・地域のNPOや企業との連携の促進 など			→
④普及・啓発	<ul style="list-style-type: none"> 様々な主体による普及啓発と、主体間の交流、連携 ソーシャルビジネス事業者だけではなく、市民や多様な機関の関係者・専門家などを対象とした普及・啓発 		
・普及・啓発イベント			→
・ソーシャルビジネスの事業認証			→
(ビジネスプランコンペ) など			→

なお、ソーシャルビジネスがビジネスとしての側面を持つことを踏まえれば、行政等による過剰な支援はビジネスの基盤となる市場のバランスを歪めることとなる恐れがあるとともに、担い手自身の自助努力や競争力をそぐ可能性があることにも十分に配慮する必要がある。

(3) 本市における支援のあり方

前述のソーシャルビジネス振興の必要性と求められる支援を踏まえ、本市におけるソーシャルビジネス振興に向けた支援のあり方については、

- 解決すべき社会的課題の状況と事業の担い手の活動状況を踏まえ、担い手の発展段階に応じた柔軟性のある支援を行う。
- 本市の財政状況を踏まえつつ、限られた財源を効率的に集中して投入する。
- 様々な主体が参画・連携しやすい環境づくり、活動を支援する仕組みづくりを推進する。

ことを基本に取組を進めるものとする。

この考え方のもと、今後検討する支援策について以下に示す。

① 資金調達

- 既存の中小企業向け支援の対象拡大も含め、融資制度の活用を促す取組(利子補給等)を検討する。
- 地域金融機関等との連携による助成プログラムについて検討する。

② 人材育成

- ビジネスプランコンペや育成講座による事業構想・事業計画のブラッシュアップなど、新たな担い手の育成につながる取組を検討する。
- 大学との連携による講座やインターンシップの活用、経営アドバイザーの派遣等による人的支援策について検討する。
- 市民を対象とした既存事業などにおいて、ソーシャルビジネス支援の観点を取り入れることを検討・実施する。
- 市内で活動する担い手を増やすため、外部から担い手を呼び込めるような支援策を積極的に推進する。
- 地域課題とソーシャルビジネスに関する相談窓口を設置し、情報の提供や助言等を行う。

③ 事業展開

- ソーシャルビジネス事業者や地域課題の解決に取り組む市民が集える場の提供やネットワークづくり、またはその支援の検討を行う。
- 市内企業との連携・協働に向けた取組や支援策について検討する。
- 既存事業の拡充を含めた事務所賃貸の支援策を検討する。
- 「提案型事業委託制度」などの他施策と連携した支援の可能性を検討する。
- 事業活動の障壁になっている法規制等について、構造改革特別区域制度の活用などによる地域的な規制緩和策の検討を行う。

④ 普及・啓発

- セミナー実施等による市民、NPO、市内企業への普及・啓発を推進する。
- 市職員など行政内部も含め、関係機関への普及・啓発を更に推進する。

なお、施策の推進にあたっては、この「ソーシャルビジネス振興に向けた基本的な考え方」を基本としながら、職員のソーシャルビジネスに関する理解の浸透やともに社会課題の解決に取り組む当事者としての資質向上を図るとともに、行政のみでなく、商工団体や金融機関、大学等、多様な主体を巻き込みながら取組を推進し、地域全体でその振興を図ることが必要である。

【資料編】

《他都市等のソーシャルビジネス支援事例》

都道府県や政令指定都市においては、既にソーシャルビジネス支援に積極的に取り組んでいる自治体もあり、その支援策も様々である。

支援主体も自治体のみではなく、外郭団体、地域金融機関、商工会議所等が行っているものがあり、多様な支援機関が発達段階に応じた多面的な支援を行っている。

また、ソーシャルビジネスに特化した支援策ではないが、例えば、女性向けの起業支援やインキュベーション施設入居支援などの支援策を活用できる例もあり、その位置付け等も様々である。

《近隣都市と類似都市のソーシャルビジネスに対する支援状況》

自治体等	事業等内容	支援方策	担当等
大阪府	社会起業家ファンド助成事業	資金調達	地域福祉課
	ソーシャルビジネス活用型社会参加・職業体験等事業	人材育成	雇用推進室
兵庫県	生きがいしごとサポートセンター	人材育成	しごと支援課
	コミュニティ・ビジネス離陸応援事業	資金調達	
京都府	地域力再生プロジェクト交付金(ソーシャルビジネス枠)	資金調達	府民力推進課
	京都市ソーシャル・ビジネスリーダー育成事業	人材育成	商業経営支援課
	京都市ソーシャル・ビジネス応援プラットフォームづくり事業		
ソーシャルビジネスハンドブック	総合窓口		
大阪市	コミュニティビジネス等促進事業	(委託)	特定非営利活動法人 大阪NPOセンター (地域活動課)
	(講座)	人材育成	
	(相談事業・ポータルサイト)	総合窓口	
神戸市	KOBEソーシャルビジネスマーク認証	普及啓発	市民協働推進課
	神戸ソーシャルビジネス円卓会議		
	神戸市ソーシャルビジネス推進助成	資金調達	
	神戸ソーシャルビジネスパンフレット作成	総合窓口	
京都市	京都市ソーシャルビジネス支援事業	(委託)	公益財団法人 京都高度技術研究所 新事業創出支援部
	(育成講座)	人材育成	
	(相談事業)	総合窓口	
	京都市人材育成型ソーシャルビジネス等育成事業	人材育成	商業振興課
	フォーラムの開催	普及啓発	
ソーシャルビジネス育成講座			
横須賀市	創業支援オフィス	事業展開	経済企画課
倉敷市	まちづくり研修会	普及啓発	新市・まちづくり推進課
金融機関 (東京)	ソーシャルビジネス成長応援融資	資金調達	西武信用金庫
	NPO事業支援ローン		多摩信用金庫
(京都)	ソーシャルビジネス共感融資		京都信用金庫
近畿地区	ソーシャルビジネスプランコンペ近畿	人材育成	大阪NPOセンター

ソーシャルビジネスの具体的事例1 ～(株)マイファーム～

プロジェクト概要

農業分野のソーシャルベンチャーとして注目を集めている株式会社マイファーム。三大都市圏(関東、東海、関西)で、耕作放棄地を持つ農家と都市生活者を結び、農地を有効活用するビジネスを展開している。ロハスやスローライフに興味を持つ人口の増加を背景に、都市生活者が自分で作って自分で食べる「自産自消」の精神を日本中に広めようとしている。

課題

- ・耕作放棄地の増加
- ・農家の高齢化が急速に進み、農業の担い手が不足
- ・国内の食料自給率が41%

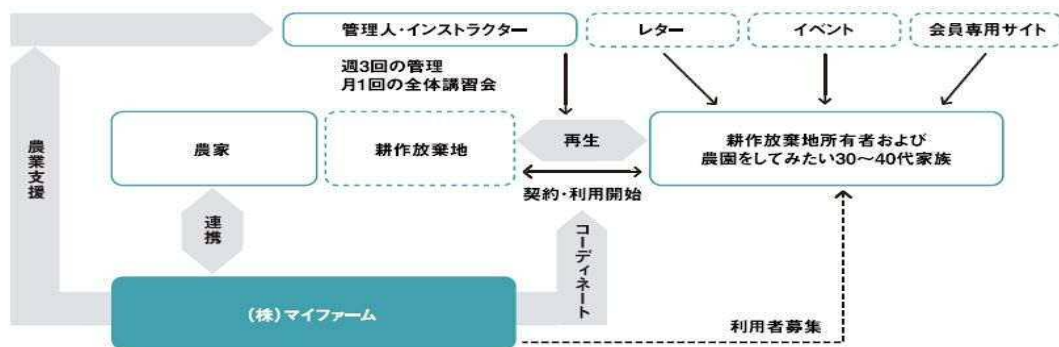
効果

- ・都市近郊で、都市生活者約2,000名が週末農業を開始
- ・全国で20万㎡、55箇所の耕作放棄地を解消

POINT

- 1 新しい農業の担い手を都市生活者のニーズを踏まえて見出し、耕作放棄地を解消する事業を展開
- 2 根気強い人脈作りと信頼関係の構築で、農家との連携を実現
- 3 都市生活者が感じる農業従事への壁にきめ細かく対応

ビジネスモデル

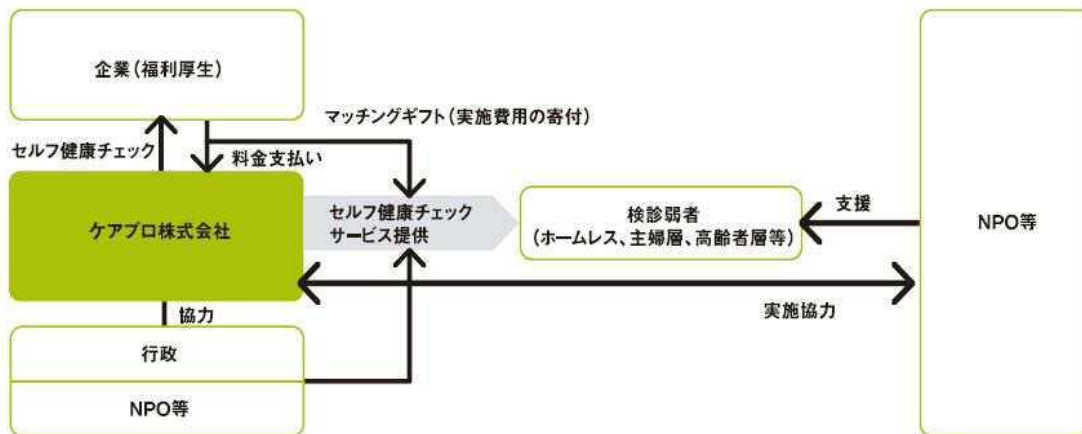


プロジェクト概要

ケアプロ株式会社は、健康保険証を保有していない等の社会的事情や、費用を負担できない等の経済的事実を主な理由に、健康診断を受けることができない「健診弱者」のために、「ワンコイン健診」サービスを提供している。利用者は開業以降増え続けており、多くの人に安価な予防医療を提供するとともに、新たな出店も計画される等、事業としても成功を納めている。

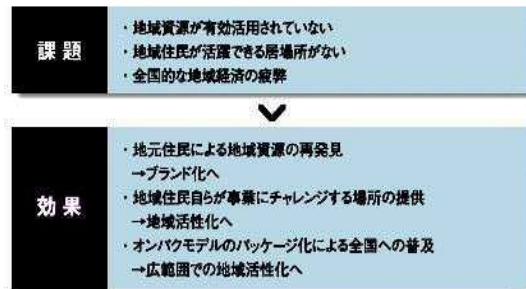


ビジネスモデル



プロジェクト概要

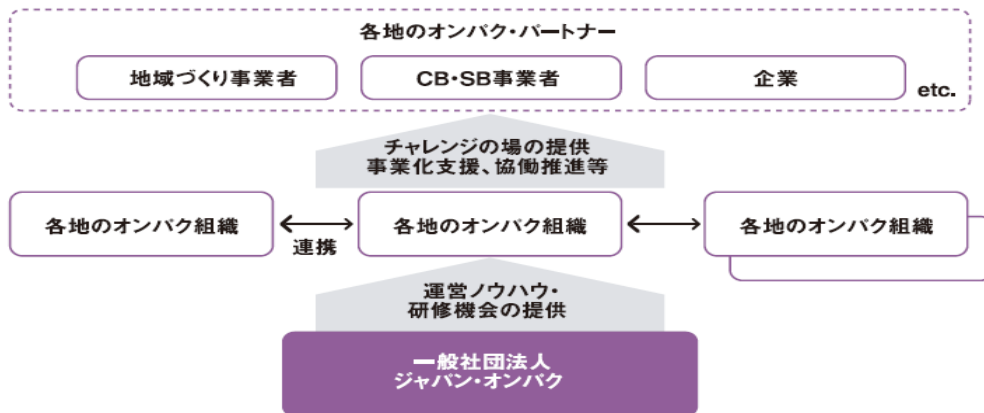
別府温泉で始められた地域体験見本市イベント「オンバク」は、地域資源や住民の活力を引き出す有効な仕組みとして注目されている。この「オンバク」のノウハウをパッケージ化して、全国展開しているのが「ジャパン・オンバク」である。活力低下に悩む地域からの要請を受けて、ジャパン・オンバクでは、地元企業やメディアも巻き込みながら、その仕組みを地域に根付かせるための支援に取り組んでいる。



POINT

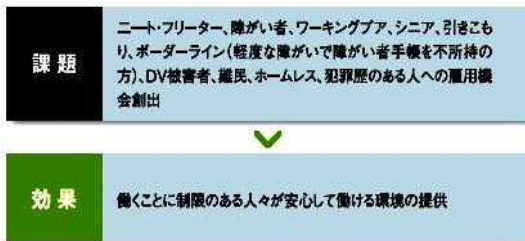
- 1. 事業ノウハウを公共財としてとらえ、インターネットやWEBシステムを活用して積極的に情報を公開することによる全国へのモデル波及
- 2. オンバクという手法を用いることで、地域の多彩なプレーヤーが参画しやすいこと
- 3. 自立的、自発的なコミュニティの形成

ビジネスモデル



プロジェクト概要

アイエフネットグループは、ニート・フリーター、障がい者、ワーキングプア、シニア、引きこもりといった就労困難者を積極的に雇用する「5大採用」の目標を平成22年に達成し、平成23年3月からは新たに「10大雇用」へ挑戦している。「10大雇用」とは、前述の5大採用に加え、ボーダーライン(軽度な障がい者で障がい者手帳を不所持の方)、DV被害者、難民、ホームレス、犯罪歴のある人に対しても、採用の門戸を開こうという試みである。従来の日本において、働くことに制限があると考えられている人々に対して雇用創出を行うことにより、すべての人が働くことによる幸せや希望、可能性を感じられる社会づくりを目指している。



POINT

- ① ニート・フリーター、障がい者など、就労困難者の状況に応じた戦略性があること
- ② 社員のモチベーション向上や協力体制の強化につながっていること
- ③ 自治体や他企業の注目を集めていること

ビジネスモデル



【参考】

尼崎ソーシャルビジネス支援庁内検討プロジェクトチーム設置要綱

(目的及び設置)

第1条 ビジネスの手法で社会的課題を解決する活動であるソーシャルビジネスについて、本市における更なる振興に向けての支援推進のあり方の調査、検討及び調整を行うため、尼崎ソーシャルビジネス支援庁内検討プロジェクトチーム（以下「PT」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 PTは、次の各号に掲げる事項について調査、検討及び調整を行う。

- (1) 尼崎におけるソーシャルビジネスの基本コンセプトに関すること。
- (2) 新たな産業や地域雇用の創出、地域経済の活性化に資するソーシャルビジネスへの支援についての取組方策及び仕組みづくりに関すること。
- (3) 前各号に係る庁内の連携及び調整に関すること。
- (4) その他、前条の目的を達成するため必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 PTは、理事、政策部長、政策課長、協働・男女参画課長、経済活性対策課長及び各課長が指名する職員をもって充て、その定数は10人以内とする。

(座長)

第4条 PTに座長及び副座長を置き、座長は理事、副座長は政策部長とする。

2 座長は、PTを代表し、会務を総理する。

3 副座長は、座長を補佐し、座長が欠けた場合や事故ある場合に代理する。

(会議)

第5条 PTは、必要に応じて座長が召集し、会議の議長となる。

2 座長が必要と認めるときは、庁内関係局の職員等の出席を求めることができる。

3 座長は、速やかに会議の結果を市長に報告しなければならない。

(ワーキンググループ)

第6条 PTにおいて座長が別途調査、検討及び調整が必要と認める場合、ワーキンググループ（以下「WG」という。）を置くことができる。

2 WGの構成員は、座長が指名した職員をもって充てる。

(意見の聴取)

第7条 PT及びWGにおいて座長が必要と認めるときは、外部の有識者等の意見を聴取することができる。

(庶務)

第8条 PTの庶務は、企画財政局政策部政策課において処理する。

(補則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、PTの運営に関し必要な事項は、座長が定める。

付則

(施行期日)

この要綱は、平成25年5月29日から施行する。

尼崎ソーシャルビジネス支援庁内検討プロジェクトメンバー

区 分	所属・役職	氏 名
座長	理事	福嶋 慶三
副座長	企画財政局政策部 部長	山本 敏史
メンバー	企画財政局政策部政策課 課長	安田 博之
	企画財政局政策部政策課 課長補佐	西川 欣伸
	市民協働局協働・男女参画課 課長	奥平 裕久
	市民協働局協働・男女参画課 課長補佐	中尾 繁宏
	経済環境局経済部経済活性対策課 課長	岸本 浩明
	経済環境局経済部経済活性対策課 課長補佐	波多 伸一郎
スーパーバイザー	顧問	船木 成記
	市民協働局協働・男女参画課 参与	能島 裕介

検討経過

日 時	回 数	内 容
平成 25 年 4 月 22 日	事前打合せ	<ul style="list-style-type: none"> ・メンバー紹介 ・ソーシャルビジネス支援の目的等について ・今後の進め方について ・NPO法人 edge 主催事業とのコラボについて
平成 25 年 5 月 28 日	事前打合せ	<ul style="list-style-type: none"> ・PTの立ち上げについて ・基本コンセプトの骨子案について ・当面の検討・作業項目と役割分担について ・NPO法人 edge 主催コンペとのコラボについて
平成 25 年 6 月 1 日	第 1 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて ・ビジネスプランコンペについて
平成 25 年 6 月 24 日	第 2 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて
平成 25 年 7 月 2 日	第 3 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて ・edge とのコラボについて
平成 25 年 7 月 22 日	第 4 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて
平成 25 年 8 月 7 日	第 5 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて
平成 25 年 8 月 26 日	第 6 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて ・edge コンペとのコラボ関係
平成 25 年 9 月 4 日	PT関係 3 局長報告会	
平成 25 年 10 月 15 日	第 7 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて ・edge コンペ尼崎コースファイナルについて
平成 25 年 10 月 28 日	第 8 回	<ul style="list-style-type: none"> ・基本コンセプトについて ・来年度向けの施策について ・来年度の推進体制（全庁的役割分担）について ・edge 尼崎ファイナルについて

日 時	回 数	内 容
平成 25 年 11 月 11 日	第 9 回	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本コンセプトについて ・ 来年度向けの施策について ・ 来年度の推進体制について
平成 25 年 12 月 9 日	第 10 回	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本コンセプトについて ・ 来年度向け施策について ・ 来年度の推進体制と進め方について
平成 25 年 12 月 26 日	政策調整部会	
平成 26 年 1 月 15 日	議会報告（総務消防委員協議会）	
平成 26 年 1 月 28 日	第 11 回	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本コンセプトについて（最終確認） ・ 来年度の進め方について ・ 市民活動に関するアンケート調査について ・ 県立大COC事業との連携について
平成 26 年 2 月 10 日	政策推進会議	

ヒアリング先一覧

日 時	ヒアリング先	内 容
平成 25 年 7 月 24 日	シチズンシップ共育企画 代表 川中大輔氏	神戸市のSB支援策について
平成 25 年 8 月 28 日	京都産業大学経営学部 准教授 大室悦賀氏	京都市のSB支援策について
平成 25 年 10 月 10 日	大阪NPOセンター 事務局長 山田裕子氏	大阪市等のSB支援策について

その他

・ ビジネスプランコンペ

NPO法人edge主催のビジネスプランコンペ(社会起業家を目指す若者のためのビジネスプランコンペ edge2014)に併設された「尼崎コース」に協力するとともに、市職員が研修として宿泊研修や公開プレゼンテーションなどに参加した。

(概要)

平成 25 年 7 月～8 月	エントリー受付
平成 25 年 9 月上旬	第 1 次審査（書類審査）
平成 25 年 9 月 22～23 日	第 2 次審査（宿泊研修、青少年いこいの家）
平成 25 年 11 月 2 日	第 3 次審査・尼崎コースファイナル（公開プレゼンテーション、尼崎市役所開明庁舎）
平成 25 年 12 月、1 月	集合研修
平成 26 年 2 月 15 日	ファイナル（公開プレゼンテーション、兵庫県公館）