

ソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合一覧
～ 過去の事業年度との比較推移 ～

令和4年12月

はじめに

急速に進む少子・高齢、都市部への人口集中、ライフスタイルや就労環境の変化等により、介護や子育て、障がい者等の自立支援、環境問題等、多種多様な社会的課題が顕在化してきています。これらの社会的課題を解決・解消、緩和するため、ビジネスとして事業性を確保しながら自らの組織等が実施する活動「ソーシャルビジネス」が注目されています。従来、このような社会的課題に対しては行政が対応してきましたが、すべてを解決することは困難な状況にあり、行政以外に解決する担い手として、市民のボランティアや慈善団体、NPO法人、中小企業組合といった主体が活動する例が多くみられます。

本会においては、平成24年、平成29年に都道府県中央会に対し、中央会が把握する会員組合等のうちから、ソーシャルビジネスを実施する組合について、とりまとめ一覧にしてきました。地域振興や高齢者の雇用創出等、社会的な課題解決に結びつく事業を積極的に実施している企業組合等の中小企業組合制度についても、ソーシャルビジネスの一形態として捉えていくことが肝要であります。また、近年、国連決議で提起され、我が国だけでなく、世界的な規模で取り組みが進められているSDGsについては、17のゴール、169のターゲットが示されていますが、これらを企業が取り組むに当たり、収益として捉えられ、ソーシャルビジネスとは異なるものと捉えていく必要があります。そのため、中央会が支援対象とする事業協同組合、企業組合等の中小企業組合や非営利型一般社団法人など中小企業連携組織においては、ソーシャルビジネスとして取り組む活動が中心となってくるのではないかと期待しています。

そこで本会では、以前よりソーシャルビジネスに取り組む企業組合、事業協同組合等が多く見られることから、ソーシャルビジネスに取り組んでいるとみられる中小企業組合を都道府県中央会の協力のもと収集し、活動概要をまとめることで、中小企業組合の意義、役割を社会全体に広くPRしています。

本報告がソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合の指導・支援に当たって、ご活用いただければ幸いです。

令和4年12月

全国中小企業団体中央会

目 次

はじめに

1. ソーシャルビジネスとは	1
2. ソーシャルビジネスの対象分野	2
3. ソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合の現状	3
(1) ソーシャルビジネスを行う組合の概要	3
① 調査の趣旨	3
② 収集組合の概要	3
(2) ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野	7
4. ソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合の推移	8
(1) ソーシャルビジネスを行う組合の概要の推移	8
(2) ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野の比較	13

1. ソーシャルビジネスとは

わが国では、高齢者、障がい者、ホームレス等の自立支援、子育て支援、環境（保護・保全）、保険・医療・福祉、安全・安心（防災・防犯）、交通、観光、地域産業振興・まちづくり、国際交流・国際協力、フェアトレード等、多種多様な課題があり、地域社会に顕在化してきている。また、東日本大震災の復旧にみられるように被災地の瓦礫の撤去や被災者の生活支援、経済的な自立支援のための活動など新たな課題も発生している。こうした社会的課題に対しては、従来、行政が担当し、対応してきたものの、すべてを解決・解消することは困難な状況にあることから、行政以外の機関や市民のボランティアや慈善事業等を行うNPOなどの組織が、解決・解消、緩和の担い手として活動する例がみられる。さらに近年では、これらの社会的課題をビジネスの一環として捉え、事業を確保しながら、組織を維持発展していこうとする活動も増えてきている。このような介護・福祉、青少年の育成や生涯教育、まちづくり・地域おこし、環境保護など、さまざまな社会的課題について、ビジネスとして捉え、事業性を確保しながら自ら解決・解消、緩和しようとする取り組みや活動を「ソーシャルビジネス」という。

ソーシャルビジネスは、社会的課題への解決に向けてボランティアとして取り組むのではなく、ビジネスの形で行うこととされ、次の3つの要件を満たす主体と定義されている。また、ソーシャルビジネスと類似した形態としてコミュニティビジネスが表記されることが少なくないが、コミュニティビジネスでは、活動領域や解決すべき社会的課題について一定の地理的範囲が存在し、ソーシャルビジネスでは、こうした制約が存在しない。

図表－1 ソーシャルビジネスの要件

<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使命とすること。
<事業性> 社会的課題への解決をビジネスとし、継続的に事業活動を進めていくこと。
<革新性> 新しい社会的商品やサービス、それを提供するための仕組みを開発すること。また、その活動が社会に広がることを通じて、新しい価値を創造すること。

資料：「ソーシャルビジネス研究会報告書」（平成20年4月 経済産業省）より作成

コミュニティビジネスは、一定の地域で行う活動として限定を付せば、ソーシャルビジネスと同様（コミュニティは、共同体、地域社会のイメージを一般的に有することから、やや緩やかな、必ずしもビジネス目的や新しい手法が高いレベルまで達していない概念として、使用される場合もある。）であると考えられる。つまり、「ソーシャルビジネス」は、商店街や地区内の市民、住民、仲間などにより行われている、地域的に限定された「コミュニティビジネス」に対して、活動範囲が一定の地域にとらわれず、「社会性」「事業性」「革新性」の3つの要件をすべて備えながら、新たな分野や働き方を提供する活動をいう。

また、最近ではSDGsとして、企業等が自ら実施可能な世界的な諸問題を解決するための活動を国家単位の目標として実施する活動全般が多く取り上げられている。SDGs (Sustainable Development Goals) とは、「持続可能な開発目標」と訳され、2001年に策定されたミレニアム開発目標 (MDGs) の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標である。17のゴール・169のターゲットから構成され、SDGsの活動と類似したソーシャルビジネスも含まれる活動も多いと考えられる。そのため、ここでは、ソーシャルビジネスは、コミュニティビジネス、および、SDGsの活動を含む概念として整理したい。

2. ソーシャルビジネスの対象分野

ソーシャルビジネスは、近い将来、行政の協働パートナー、地域や社会・経済全体の活性化を担う主体として、その役割は今以上に大きく期待されるといえるものの、活動の対象分野としては、行政機関から明確な分類がなされているわけではない。そこで、本報告書で使用する分野として、次の16種類に分類することとする。

なお、いずれの対象事業分野についても、「社会性」「事業性」「革新性」の3つの要件を有しながら、本来は行政が担うべき、あるいは担当してきた事業を予算的、人的、事業的等の制約から実施が困難な状況にあることから、行政以外の機関・団体、組織が解決の担い手として行う活動とする。

- 1) 保健・医療・福祉
- 2) 障がい者や高齢者、ホームレス等の自立支援
- 3) 子育て支援
- 4) 教育・人材育成
- 5) 文化・芸術・芸能
- 6) スポーツ
- 7) 環境 (保護・保全)
- 8) 安全・安心 (防災・防犯)
- 9) 交通
- 10) 観光
- 11) 地域活性化 (地域産業振興)
- 12) 街づくり
- 13) 国際交流・国際協力
- 14) 災害復興 (震災対策・復興支援)
- 15) フェアトレード (公正貿易・公正取引)
- 16) その他 (農業、公の施設の運営管理、失業者対策、清掃業など)

3. ソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合の現状

(1) ソーシャルビジネスを行う組合の概要

① 調査の趣旨

本会では、現在ソーシャルビジネスに取り組む企業組合、事業協同組合等が多く見られることから、活動事例を収集し、より一層、組合のPR等を図るため、中小企業組合のソーシャルビジネスの取組状況について調査を実施した。

調査は、ソーシャルビジネス（コミュニティビジネス含む）事業を行っている中小企業組合を都道府県中小企業団体中央会の会員組合から選定してもらうこととした。調査の概要は下記のとおりである。

【調査概要】

調査対象：47都道府県中小企業団体中央会

調査方法：メール送信による配布、メールによる回収

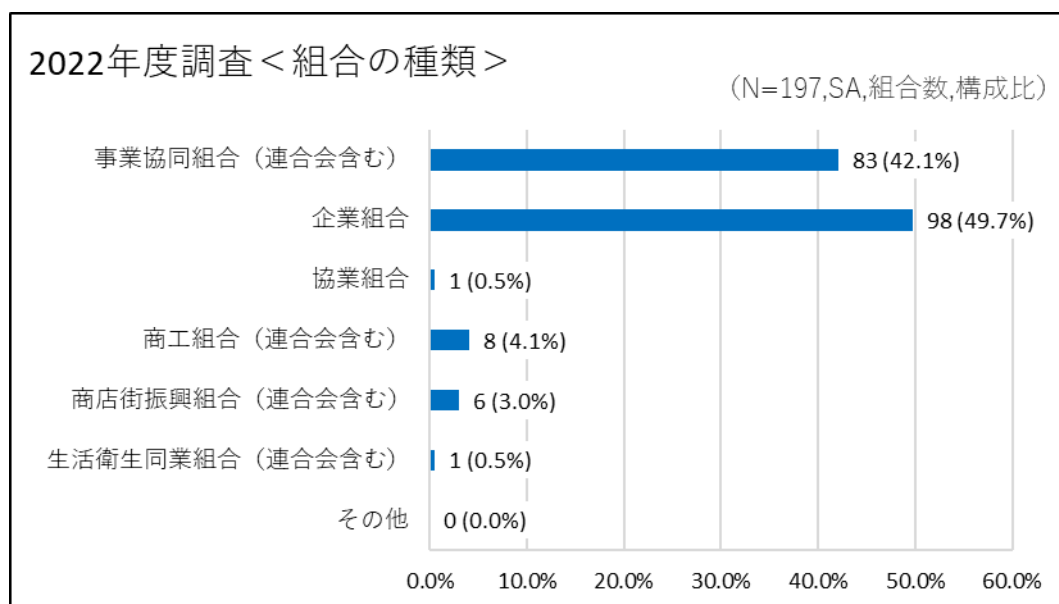
調査期間：2022年9月7日～11月1日

ソーシャルビジネスを行っていると思われる中小企業組合：197組合

② 収集組合の概要

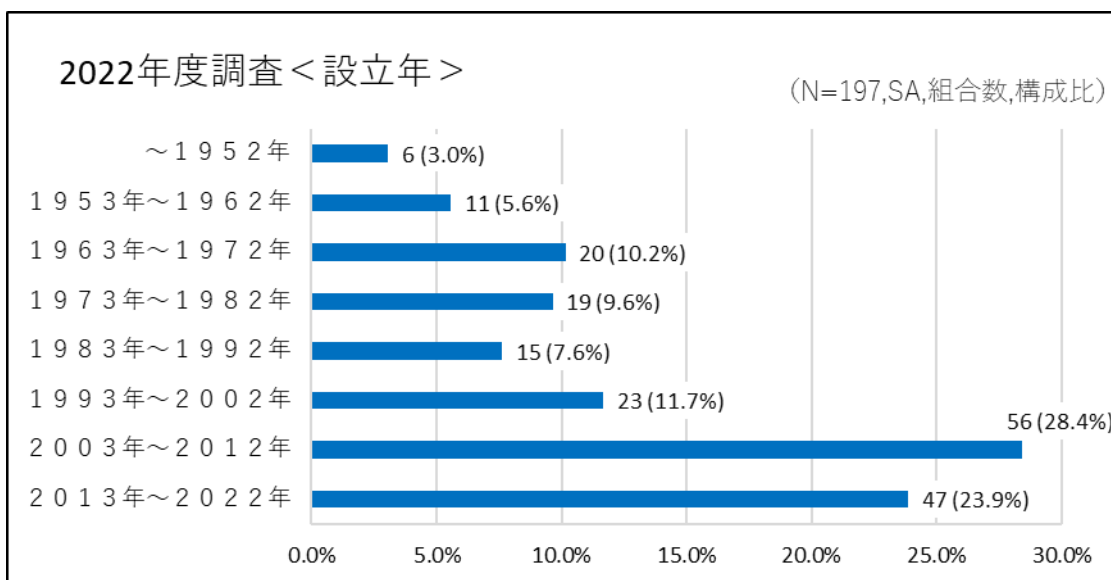
ソーシャルビジネスを実施しているとみられる組合の種類は、「企業組合」が98組合（49.7%）と最も多く、次いで「事業協同組合」が83組合（42.1%）となっている。企業組合が全体の約半数を占め、ソーシャルビジネスを行うに相応しい組織体として認識されていることがうかがえる。（図表－2）

図表－2 組合の種類



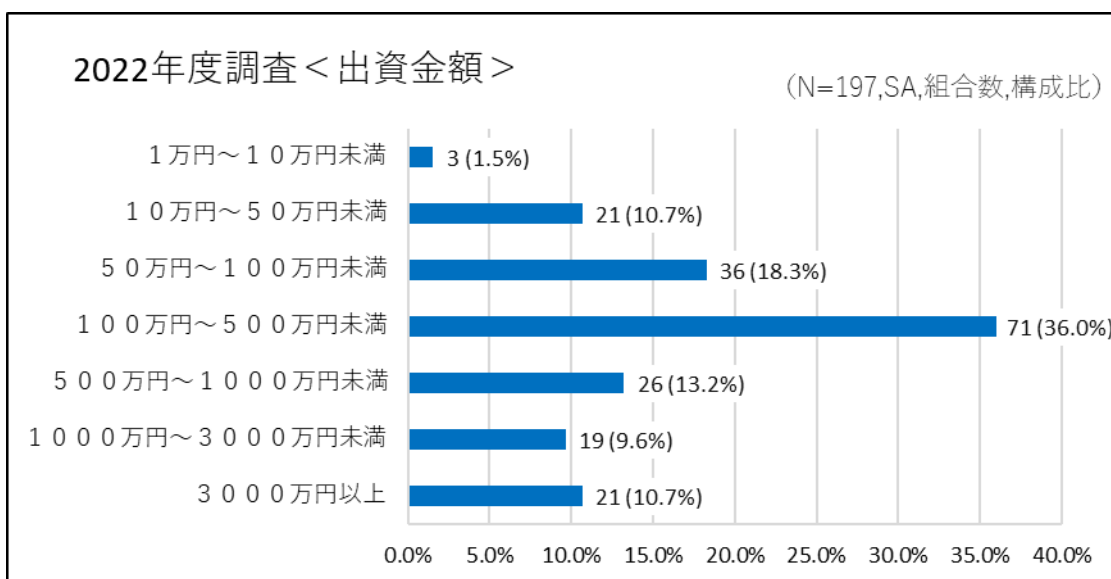
収集組合の設立年は、「2003～2012年」が56組合（28.4%）と最も多く、次いで「2013～2022年」が47組合（23.9%）となっている。2003年以降設立の組合が5割以上を占め、ソーシャルビジネスに取り組む組合は、比較的新しく設立された組合により実施されている率が高い傾向にある。（図表－3）

図表－3 設立年



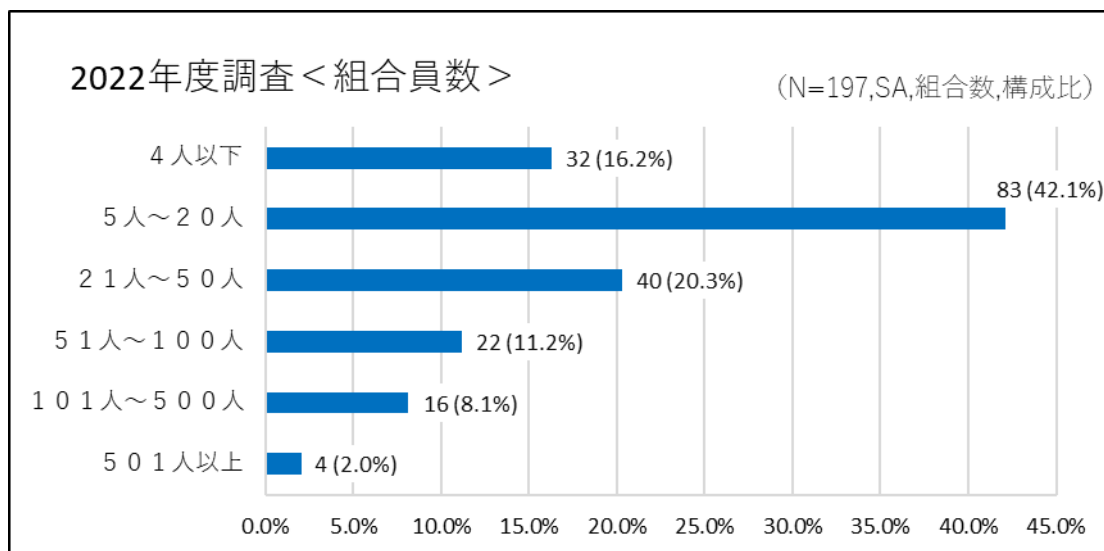
収集組合の出資金額は、「100万円～500万円未満」が71組合（36.0%）、次いで「50万円～100万円未満」が36組合（18.3%）、「500万円～1,000万円未満」が26組合（13.2%）の順となっている。（図表－4）

図表－4 出資金額



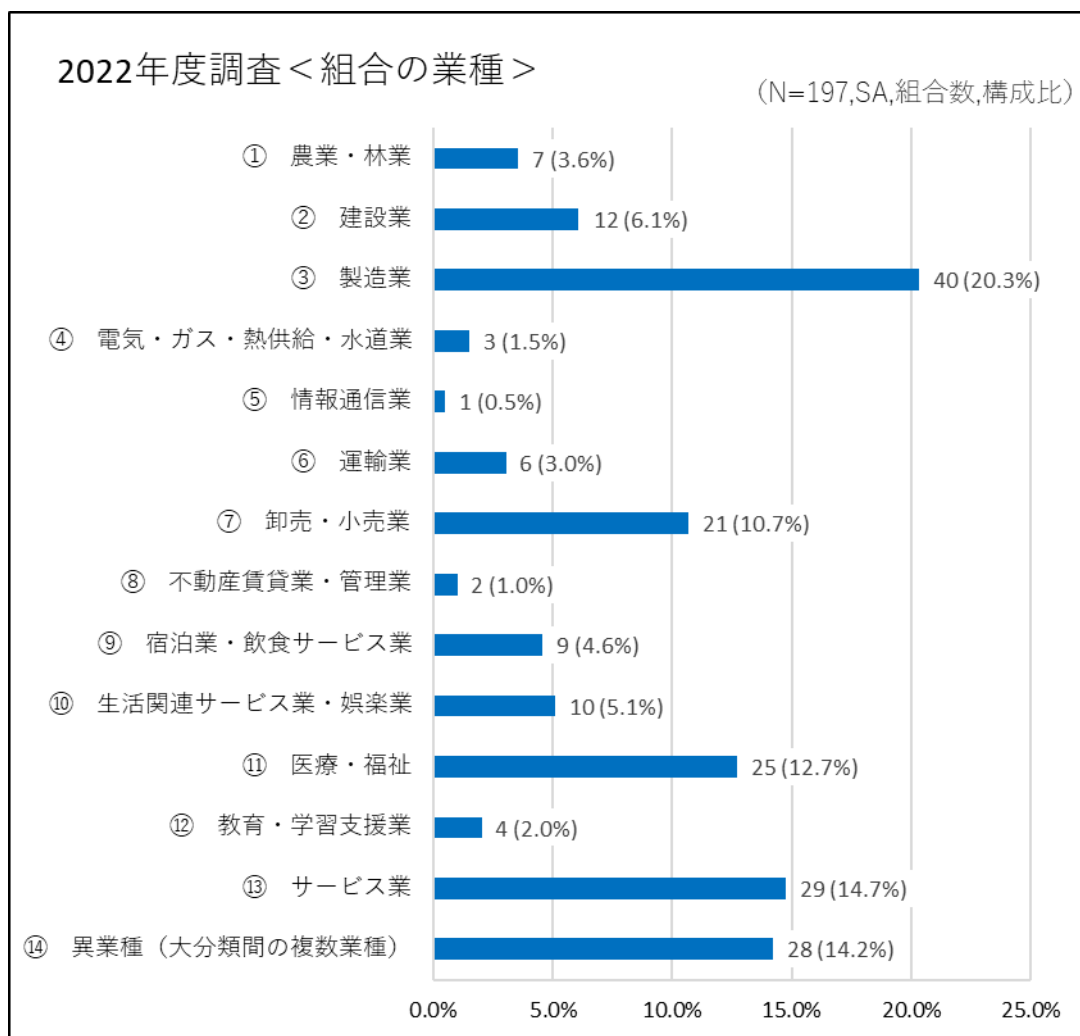
収集組合の組合員数は、「5人～20人」が83組合（42.1%）と最も多く、次いで「21人～50人」が40組合（20.3%）、「4人以下」が32組合（16.2%）となっている。50人以下の規模の組合が8割弱を占めている。（図表－5）

図表－5 組合員数



収集組合の業種は、「製造業」が40組合（20.3%）と最も多く、次いで「サービス業」が29組合（14.7%）、商店街や地域におけるさまざまな事業主が集まった組合などの「異業種（大分類間の複数業種）」が28組合（14.2%）、「医療・福祉」が25組合（12.7%）、「卸売・小売業」が21組合（10.7%）と続いている。（図表－6）

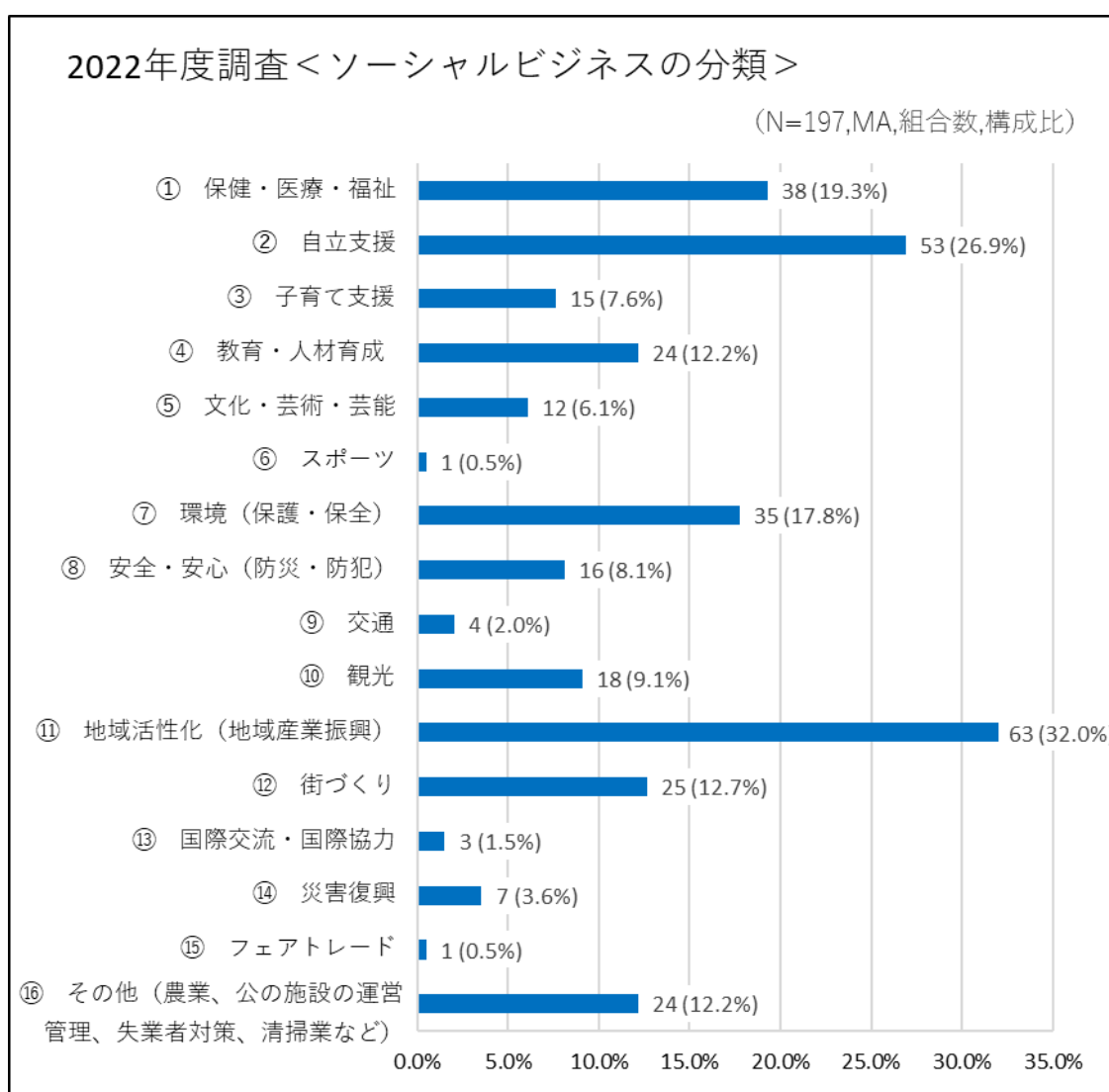
図表－6 組合の業種



(2) ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野

ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野は、「2. ソーシャルビジネスの対象分野」で示したとおり、本報告書では16種類に分類した。そのうち、「地域活性化(地域産業振興)」が63組合(32.0%)と最も多く、次いで「(障がい者や高齢者、ホームレス等の)自立支援」が53組合(26.9%)、「保健・医療・福祉」が38組合(19.3%)、「環境(保護・保全)」が35組合(17.8%)、「街づくり」が25組合(12.7%)、「教育・人材育成」「その他(農業、公の施設の運営管理、失業者対策、清掃業など)」がそれぞれ24組合(12.2%)と続いている。(図表-7)

図表-7 ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野

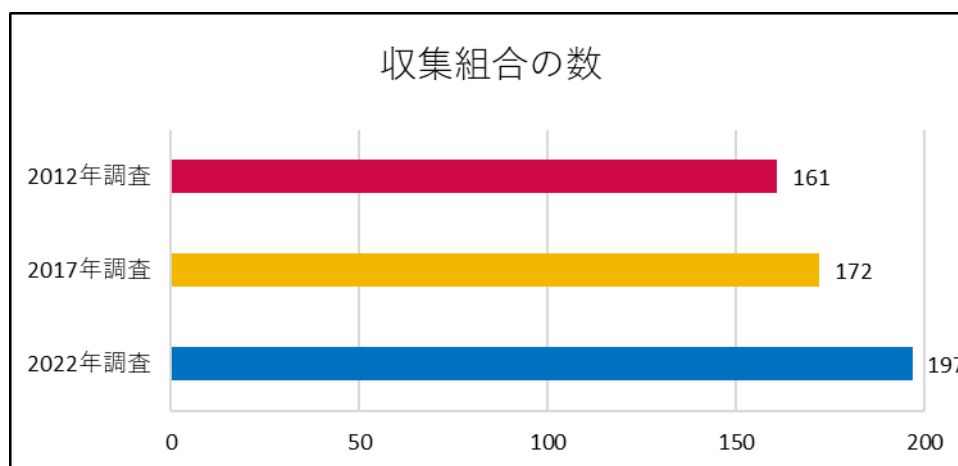


4. ソーシャルビジネスに取り組む中小企業組合の推移

(1) ソーシャルビジネスを行う組合の概要の推移

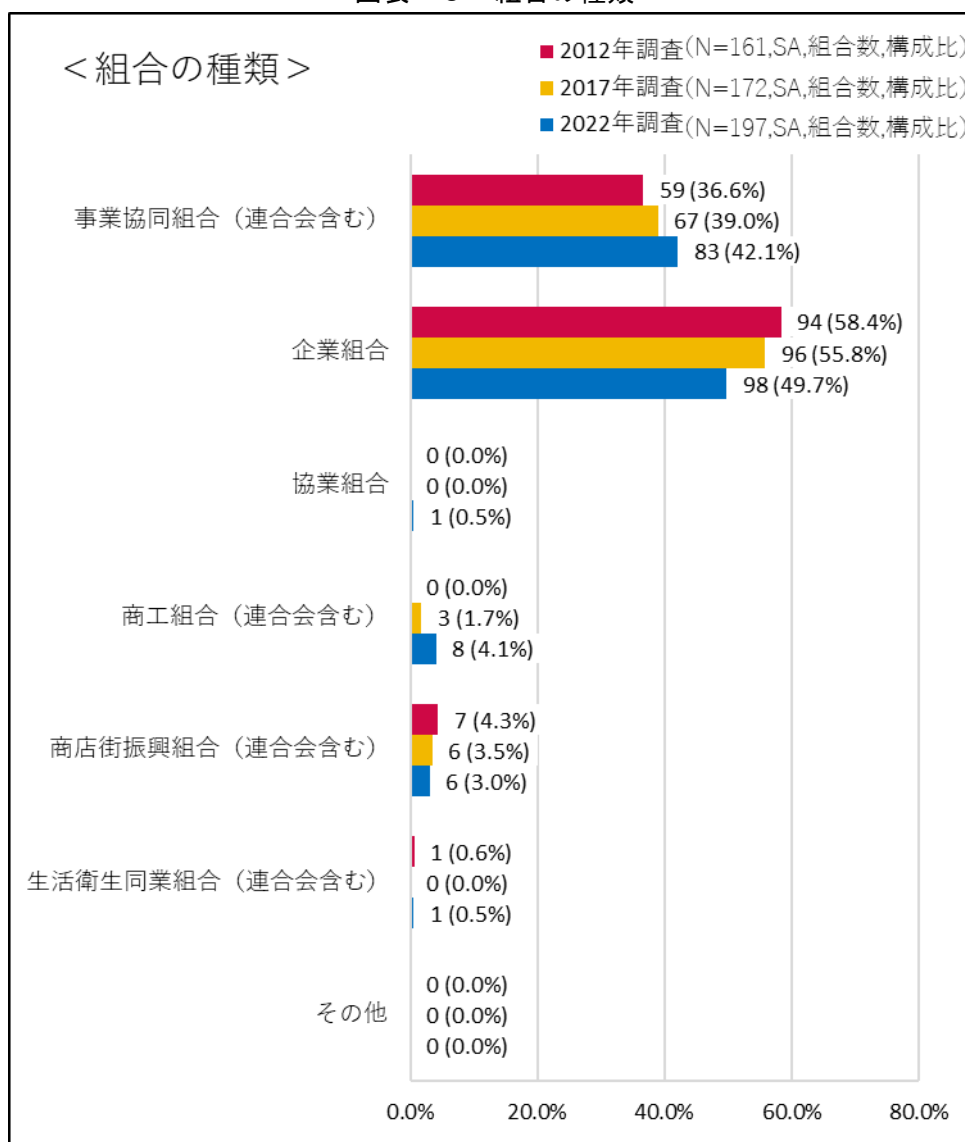
ソーシャルビジネスを実施しているとみられる組合の数は、2012年に161組合、2017年に172組合、2022年に197組合と、調査ごとに約1割ずつ増加している。(図表-8)

図表-8 収集組合の数



ソーシャルビジネスを実施しているとみられる組合の種類は、どの調査時においても「企業組合」が最も多く、次いで「事業協同組合」が多い状況となっている。調査するごとに事業協同組合の数、割合はともに増えており、今後の増加が期待される。（図表－ 9）

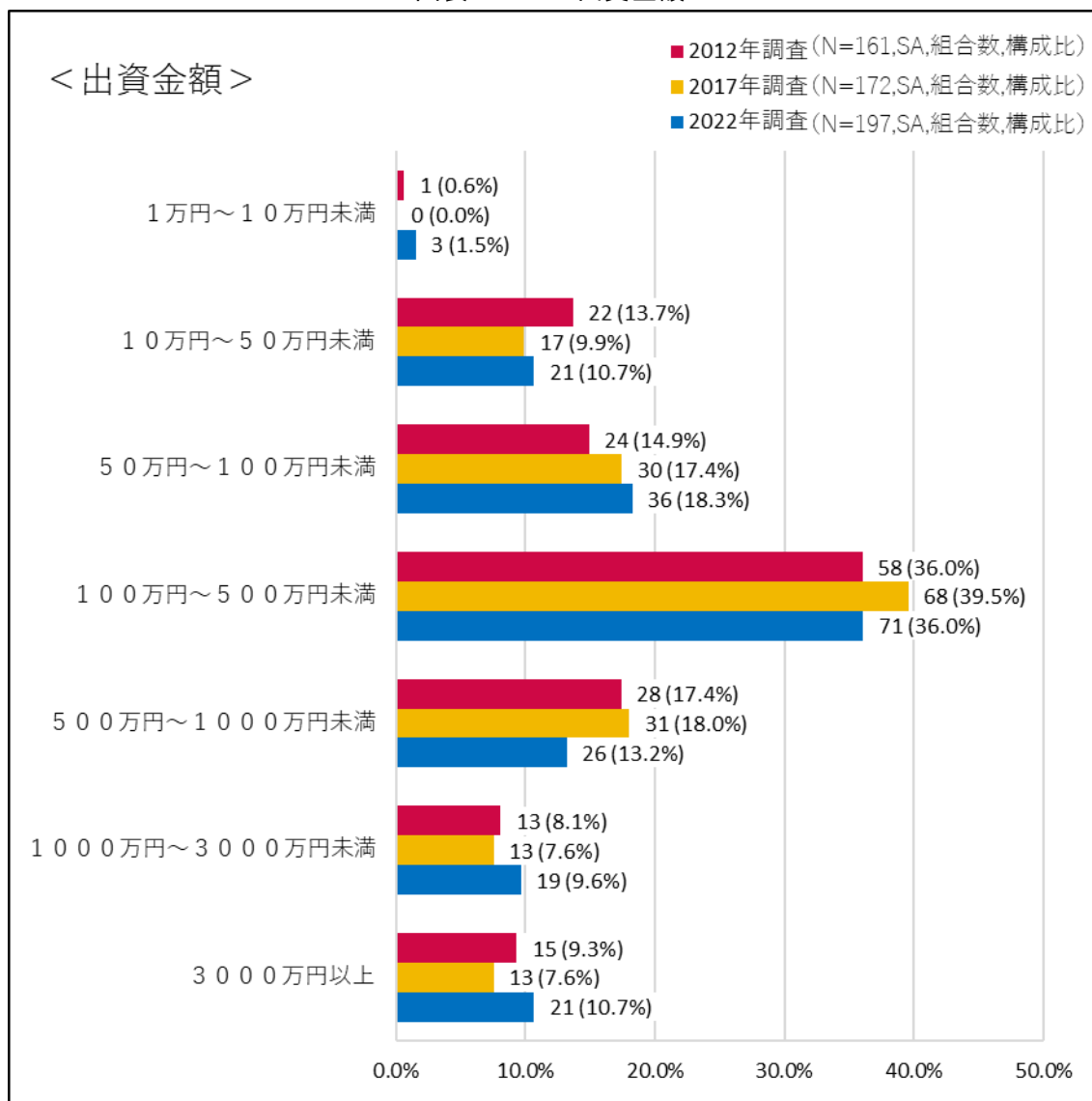
図表－ 9 組合の種類



(注) 各年度のソーシャルビジネスを実施しているとみられる組合数が異なることから、3 ヶ年の数値をグラフにした場合は、%による相対数で示す。以下同じ。

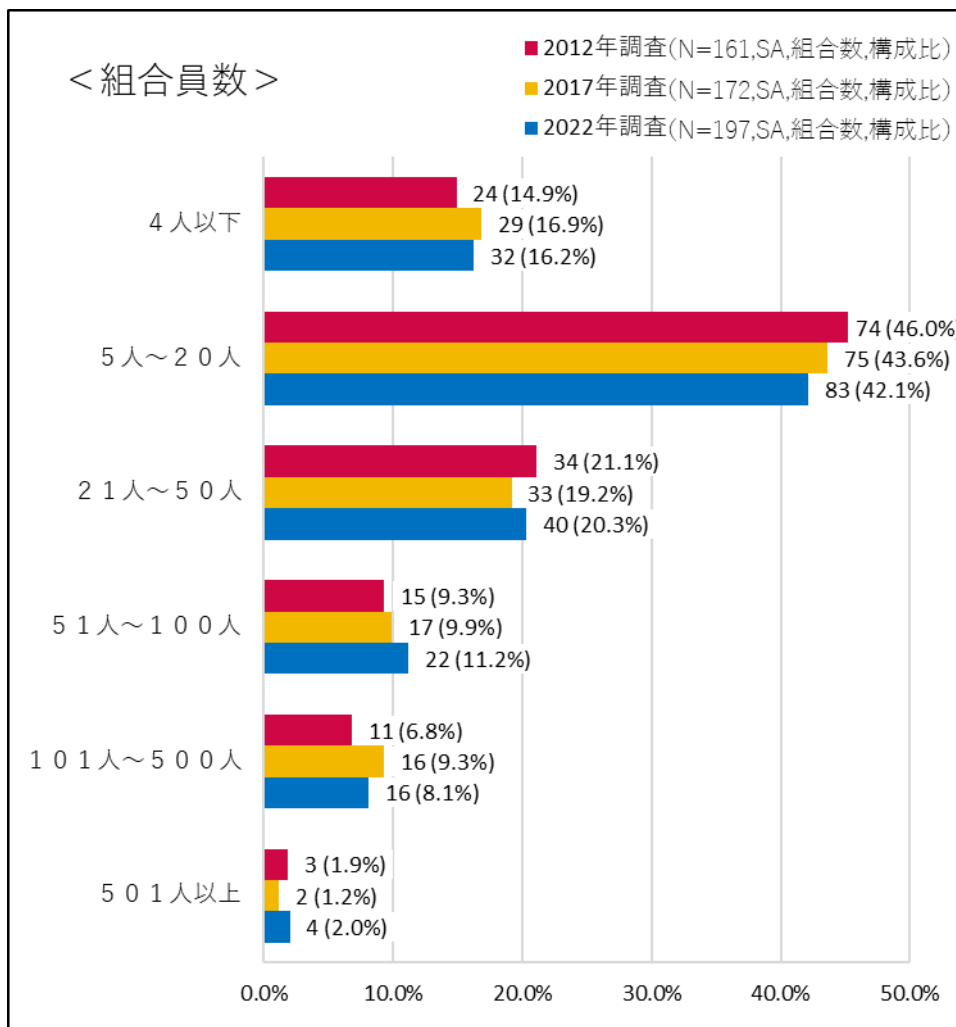
収集組合の出資金額は、どの調査時においても「100万円～500万円未満」が最も多い。全体として、「100万円～500万円未満」を頂点とした山形に近い形となっている。(図表-10)

図表-10 出資金額



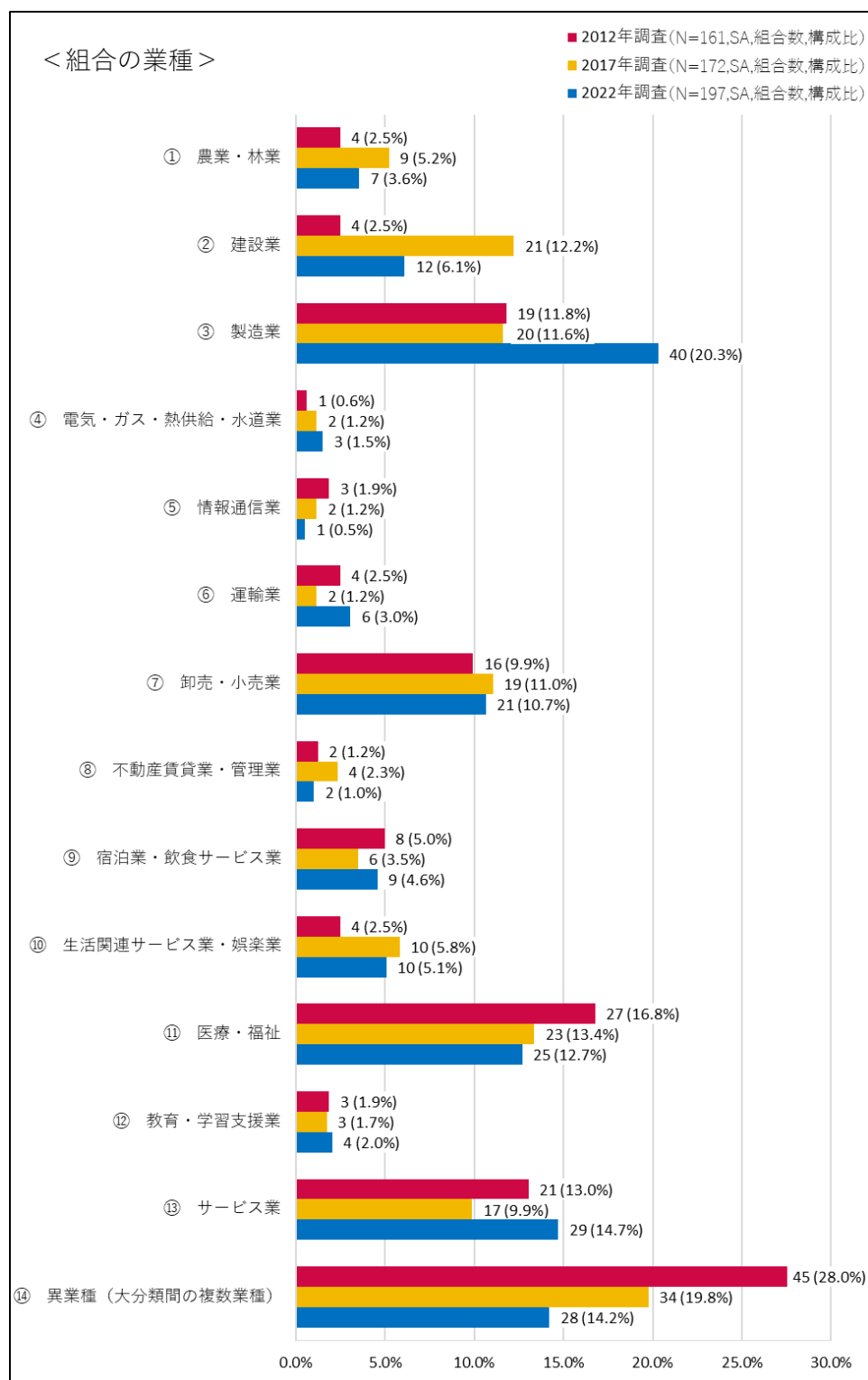
収集組合の組合員数は、どの調査時においても「5人～20人」が最も多く、次いで「21人～50人」、「4人以下」と続いております。50人以下の規模の組合が8割ほどを占めています。(図表-11)

図表-11 組合員数



収集組合の業種は、調査時によって異なっているものの、「製造業」、「卸売・小売業」、「医療・福祉」、「サービス業」、「異業種（大分類間の複数業種）」が比較的高い割合を占めている。（図表－１２）

図表－１２ 組合の業種



(2) ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野の比較

ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野について、調査時によってばらつきはあるものの、「保健・医療・福祉」、「(障がい者や高齢者、ホームレス等の)自立支援」、「地域活性化(地域産業振興)」が比較的高い割合を占めている。(図表-13)

図表-13 ソーシャルビジネスを行う組合の活動分野

