

特集 ソーシャルビジネスの現状と支援のあり方

第4章

関係機関と連携して 「資金と情報」の両面を支援

株式会社日本政策金融公庫



永田 あゆみ

東京都中小企業診断士協会

ソーシャルビジネスは、「ビジネスとして持続化できる仕組みづくり」がポイントの1つとなる。社会的課題に対する強い意識を持ち創業しても、資金面や運営面などで持続が困難となるケースもある。

株式会社日本政策金融公庫（以下、日本公庫）では、融資制度による支援をはじめ、多方面からのソーシャルビジネス支援を行っている。日本公庫の支援内容について、下記の関連部署の方々にお話を伺った。

資金融資など、国民生活に密着した融資を行っている。セーフティネット機能の発揮に加えて、創業・スタートアップ支援や事業承継支援など主に成長分野への支援を積極的に推進しており、その1つがソーシャルビジネス支援である。

日本公庫は、政府の成長戦略などに沿って、2015年に「ソーシャルビジネス支援資金」を創設。2017年に専門部署としてソーシャルビジネス支援グループを設置した（図表1）。

国民生活事業本部創業支援部

副部長 平田 昇世 氏

国民生活事業本部創業支援部

ソーシャルビジネス支援グループ

グループリーダー 玉木 舞氏

グループリーダー代理 武井 勇太氏

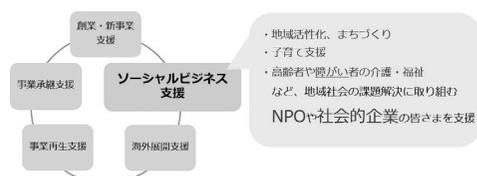
東京広域営業推進室

室長 上田 聡氏

室長代理 橋本 綾華氏

図表1 国民生活事業の概要～取組みの内容～

- ◆ セーフティネット機能を発揮しています。
- ◆ 政府の成長戦略等に沿って、ソーシャルビジネス等の分野で積極的に支援しています。



出所：株式会社日本政策金融公庫

1. 日本公庫とソーシャルビジネス支援

(1) 日本公庫の概要

日本公庫は、「国民生活金融公庫」、「農林漁業金融公庫」、「中小企業金融公庫」の3つの組織が2008年に統合され設立された。

国民生活金融公庫を前身とする国民生活事業は、小規模事業者への事業資金融資や教育

(2) ソーシャルビジネス支援資金の対象

日本公庫では、次に掲げる事業をソーシャルビジネス支援資金の対象としている。

- ① NPO 法人が行う事業
- ② 介護・福祉事業
- ③ 社会的課題の解決を目的とする事業

融資実績では、③の「社会的課題の解決を目的とする事業」への貸付が増加している。

(3) 資金面と情報面、両面からのサポート

2014年に日本公庫総合研究所が実施したソーシャルビジネス事業者に対するアンケートでは、経営上の課題として資金繰り、人材、採算、組織運営など、多岐にわたる課題が挙げられた。

また、「社会性と事業性の両立」というソーシャルビジネス特有の課題も明らかになった。政策金融機関としての資金繰り支援に加えて、「情報面」での支援の重要性が改めて認識された。

そこで、ソーシャルビジネスや創業に関するさまざまな情報の提供とともに、全国各地の関係機関と連携し、セミナーや相談会の開催などに取り組んでいる。

このような「資金面」と「情報面」の両面でのサポートが、日本公庫のソーシャルビジネス支援の特徴である。

2. 資金面～最適な融資制度を提案～

日本公庫では、「ソーシャルビジネス支援資金」によりソーシャルビジネス事業者を資金面で支援している。

「融資の相談に来られるお客様のうち、自分が始めようとしているビジネスが『ソーシャルビジネス』だと明確に認識している方は意外と少ないです。お客様のお話を伺いながら、ソーシャルビジネス支援資金など、お客様に適した融資制度をご案内しています」



創業支援部副部長の平田氏

図表2 ソーシャルビジネス関連の融資実績

◆ 2022年度のソーシャルビジネス関連の融資実績は、15,296件（前年度比122.7%）、1,265億円（同111.3%）となりました。



※ソーシャルビジネス支援資金に限らず、ソーシャルビジネス事業者への融資実績
出所：株式会社日本政策金融公庫

ソーシャルビジネス関連の融資実績は、コロナ禍の2020年度を除き、毎年着実に件数が増加。2022年度の融資件数は15,296件と過去最高となった（図表2）。

ソーシャルビジネスは受益者から対価を得ることが難しい事業形態である。仮に資金調達に成功しても、その後、お金をきちんと循環させなければ持続化は難しい。「社会性」と「事業性」の両立がソーシャルビジネスの肝になる。

3. 情報面～支援体制を整備～

情報面では、幅広い経営課題に対応するため、関係機関との連携などを通じた支援に取り組んでいる。

(1) ソーシャルビジネス支援ネットワーク

日本公庫は、地方公共団体、地域金融機関、NPO支援機関などと連携し、経営課題の解決を支援するネットワークの構築に取り組んでいる。2023年3月末時点で、全国に110のソーシャルビジネス支援ネットワークを構築。ネットワークを構成する各支援機関の施策・サービスをワンストップで提供している。

また、毎年9・10月を「ソーシャルビジネ

ス相談月間」と位置付け、ネットワーク構成機関と連携し、全国の支店でイベントを開催。

「今年で5年目です。新型コロナウイルス感染症の影響で開催を中止した2020年度以外は、毎年同時期に開催することで、少しずつ認知度が高まってきました」

この2ヵ月間はソーシャルビジネス事業者や起業を目指す方に向け、セミナーやワークショップ、相談会などのイベントを集中的に開催。富山県での中小企業診断士による相談会をはじめ、2023年度は40件ほどのイベントを実施した。

「すでに具体的な計画がある方には、ご要望に応じた融資など、資金面での支援へとつながる場合もあります。これから計画を作る段階の方には初めの一步として、事業構想の一助になればと考えています。これらのイベントは情報面での支援策の1つとして、それ自体に意義があると考えて取り組んでいます」

(2) ビジネスプラン見える化BOOK

日本公庫では、起業を目指す最初の一步として、事業計画が必要な場合は、『ビジネスプラン見える化BOOK』の活用を勧める。

「課題解決の意識を持って起業を目指す際、社会的課題の解決に重点を置くあまり、収益面についての検討が不十分なことがあります。持続的に社会的課題の解決に取り組むには、一定の利益を確保できるビジネスモデルの確立が重要であるため、まずは事業計画をしっかりと立てることが必要だと伝えています」

『ビジネスプラン見える化BOOK』のワークシートに沿って自分自身の考えを書き進めていくことで、事業計画の策定が可能となる。日本公庫では、本書を活用したワークショップ形式のセミナーも開催している。



ビジネスプラン見える化BOOK

出所：株式会社日本政策金融公庫

(3) ソーシャルビジネスお役立ち情報

日本公庫ホームページ内には、情報発信としてソーシャルビジネス支援サイト「社会的企業・NPO向けソーシャルビジネスお役立ち情報」が開設されている。ここでは、「ソーシャルビジネスとは？」という導入から、専門家による経営ノウハウの講義動画や業界動向の解説、融資制度や統計情報、経営・借入のヒントなど多彩なメニューをそろえている。

2023年7月には「ソーシャルビジネス情報局」を公開。ソーシャルビジネス事業者の事例や、支援機関の活動などを紹介している。



日本公庫ホームページ「ソーシャルビジネスお役立ち情報」の詳細はこちらをご覧ください。



<https://www.jfc.go.jp/n/finance/social/index.html>

出所：株式会社日本政策金融公庫

4. 将来予想と今後の活動について

最後に、ソーシャルビジネスの将来予想と、日本公庫が強化する取組み、中小企業診断士に期待する支援のポイントを伺った。

(1) ソーシャルビジネスは垣根がなくなる

「成熟社会の今、社会的な課題を解決するというのは起業におけるスタンダードになりつつあるのではないのでしょうか。そう考えると一般のビジネスとの境が徐々になくなり、ソーシャルビジネスの事業者数は今以上に増加すると考えられます」

今後を見据え、日本公庫でさらに強化をしていく活動として以下の3点が挙げられた。

① 関係機関との連携強化

ソーシャルビジネス事業者が抱える経営課題は多岐にわたり、日本公庫のみでは解決が

困難なため、ソーシャルビジネス支援ネットワークなどの関係機関との連携が欠かせない。

そのうち、民間金融機関とは密接な関係を築き、協調融資などで連携している。2023年度は日本公庫主催の社内研修において、民間金融機関から職員の受け入れを試行し、ソーシャルビジネス支援における連携強化や職員間の相互啓発に取り組んだ。

このほかにも、中小企業診断士などの専門家が在籍するよろず支援拠点や、商工会・商工会議所などとも日常的に連携しており、資金面、経営面でのサポート体制を構築している。今後も引き続き関係機関との連携を強化していく。

②裾野を広げるための情報発信

ソーシャルビジネスの裾野を広げるために、事例紹介やイベント開催など、ソーシャルビジネスに取り組みたい方や、支援したい方などを対象とした情報発信にも引き続き力を入れる予定だ。

③社内外の理解促進に向けた人材育成

事業者からの相談に的確に対応するには、ソーシャルビジネス特有の知識・支援ノウハウなどが必要であり、研修にも力を入れている。ソーシャルビジネス事業者への支援を充実させるためにも、公庫内にとどまらない人材育成に貢献できれば、と考えている。

(2) 診断士は「思い」を受け止めてほしい

中小企業診断士に対して望むことを伺うと、全員から出た回答は、「事業者の思いを大切に受け止めてほしい」という言葉だった。

ソーシャルビジネスを志す人は、社会的課題を解決するという強い思いはあるが、経営について利益を創出し、循環していく仕組みづくりに関しては、どうしても二の次になってしまうことがある。

その際に、「これでは利益が出ません」と一刀両断にしてしまうと、そこで終わってしまう。批判する意図のない発言だったとしても、相手にそう伝われば、事業者はそれ以上相談できなくなる。



左から、日本政策金融公庫の橋本氏、上田氏、平田氏、武井氏

「本人の思いを尊重しつつ、その思いを実現できるビジネスモデルに仕上げたうえで、事業性・収益性を踏まえた強固な事業計画を作る手助けを期待しています。ぜひ、事業者の壁打ち相手になってもらいたいです」

ソーシャルビジネスは、事業者の思いを周りに届け、共感を得ることや、関係機関との連携体制をきちんと構築することが重要となる。その際、周囲の共感を得られるように、「思いの言語化や効果的に伝える力」も必要になる。また、経営が順調な企業は、事業計画を常に見直してブラッシュアップしている。

皆さんからは、「中小企業診断士の方々には、それらの点を踏まえたサポートを期待しています」との言葉をいただいた。

今回の取材で、今後は一般的な起業や事業拡大においても「社会的課題の解決」が欠かせない要素になることを実感した。また、ソーシャルビジネス事業者に対する中小企業診断士の支援として、事業化の仕組みづくりや事業計画の策定以外にも、共感を得る言語化や事業の認知の拡大など多方面の方法があると感じられた。

永田 あゆみ

(ながた あゆみ)

大学卒業後、百貨店に勤務。商品開発やテナント管理などを担当。2022年中小企業診断士登録。現在、小売業向けのブランディング、店頭演出支援や執筆を中心に活動中。

