

## ソーシャルビジネスとは

---

ソーシャルビジネスとは、バングラデシュの経済学者でありグラミン銀行創設者、ムハマド・ユヌス博士が著書「貧困のない世界を創る—ソーシャル・ビジネスと新しい資本主義—」で定義した言葉で、人種差別、貧困、食糧不足、環境破壊といった社会問題の解決を行うビジネスのことを言います。

## ソーシャルビジネス定義

次に、経済産業省が定義するソーシャルビジネスについて解説します。

経済産業省では、「社会性」「事業性」「革新性」の3つの要素を満たす事業をソーシャルビジネスとして定義しています。

### 社会性

環境問題、少子高齢化、介護福祉など、解決が急がれる社会問題に取り組むことを事業活動のミッションにしている

### 事業性

社会性を主軸としたミッションにビジネスの手法で取り組み、事業活動を継続的に進めること

### 革新性

新しい社会的商品・サービスやそれを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。また、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

ここでもっとも重要なのは、ソーシャルビジネスが社会問題の解決をミッションとし、ビジネスの手法で取り組んでいることです。

ボランティア活動と混同されることもあるソーシャルビジネスですが、ボランティアはあくまで寄付などの資金に頼って活動を継続しますが、ソーシャルビジネスは事業収益が資金源となります。

## ソーシャルビジネスの 7 原則

次にムハマド・ユヌス博士が定義する「ソーシャルビジネスの 7 原則」を解説します。

1. 経営(ビジネス)の目的は利潤最大化ではなく、人々や社会を脅かす貧困、教育、健康、情報アクセス、環境といった問題を解決すること。
2. 財務的・経済的な持続可能性を実現する。
3. 投資家は投資額のみを回収できる。元本を上回った場合の配当は還元されない。
4. 投資額以上に利益が生じた場合はソーシャルビジネスの普及と会社の改善・拡大に使用すること。
5. 環境に対して配慮すること。
6. 従業員に対して市場賃金と標準以上の労働条件を提供すること。
7. 楽しみながら事業に取り組むこと。

この 7 原則では、「投資家には元本以上の配当を還元しない」や「楽しみながら事業に取り組む」など、一般的な企業で重要視されがちな「株主の利益最大化」や「利益追求」と相反する内容になっています。

資本主義の限界が指摘されることも増えた現代において、ソーシャルビジネスは次世代のビジネスのあり方と言えるでしょう。