

# 東日本大震災復興ソーシャルビジネス創出促進事業【復興特会】

## 平成25年度予算額 2.0億円

### 事業の内容

#### 事業の概要・目的

- 東日本大震災の被災地では、未だに多くの社会的課題を抱えている。例えば、生活困窮者、買い物弱者、風評被害などがある。
- こうした被災地における様々な社会的課題を、ビジネスで使われている手法を用いながら解決することを目的とする。
- 具体的には、被災地へのソーシャルビジネス（SB）のノウハウ移転、SB新規事業創出支援、SB成果の普及啓発等を補助します。

#### 条件（対象者、対象行為、補助率等）

国

補助  
(10/10、2/3)

民間団体等

### 事業イメージ

経済産業省

(1)他地域で成功しているノウハウを移転支援

(2)企業と連携しながらSBを支援

(3) SB新事業創出

新たなSBの創出

企業のリソースを活用したSBの基盤強化

被災地発の新たなSBの創出

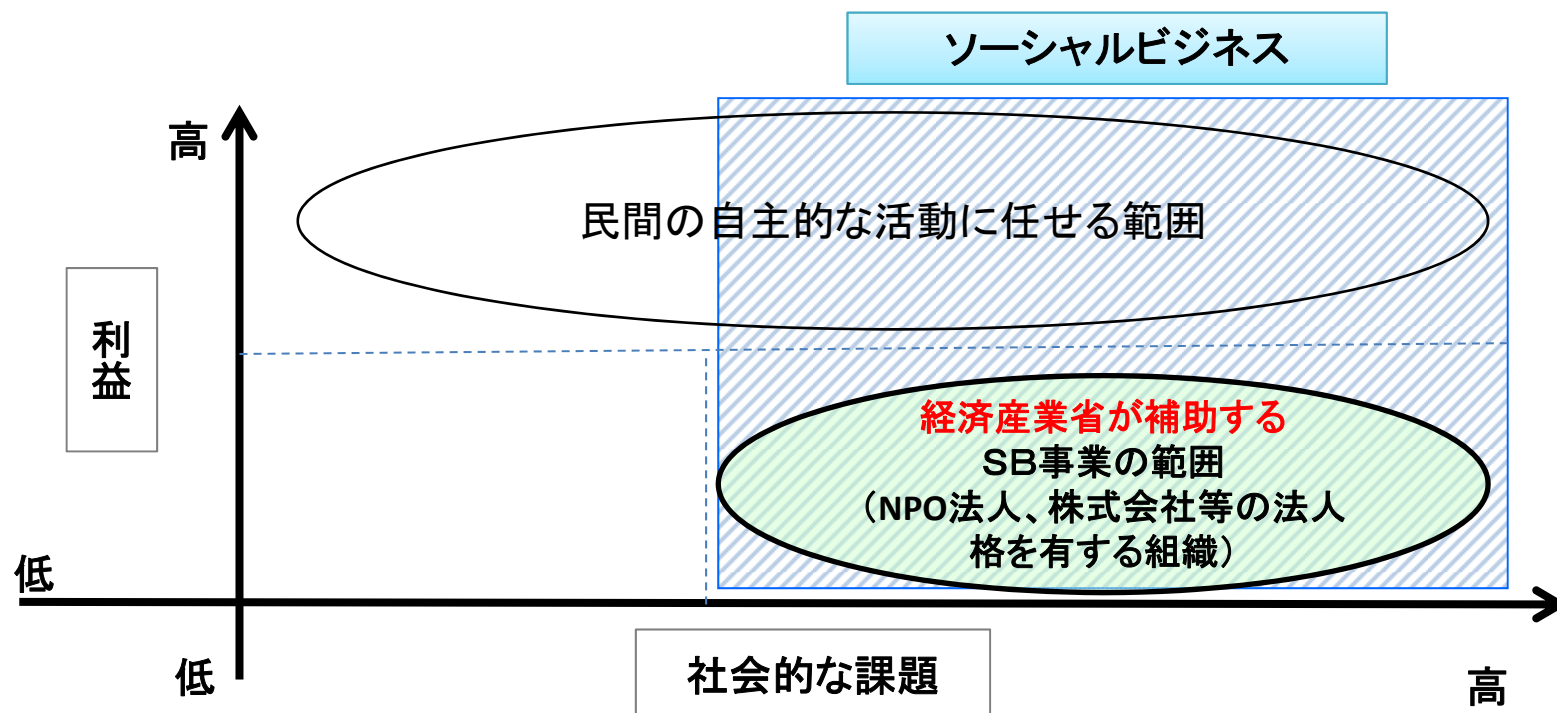
(4)震災フォーラムによる普及啓発



SBにより地域の社会的課題が解消され、新しく働く場を創出

# 経済産業省のソーシャルビジネスについての考え方

1. 「利益が高い事業」は、基本的には民間事業者が自然に参入していくものと理解。
2. 経済産業省が補助対象と考えるSB事業は、「社会的な課題が高い」ものであって、「現時点では利益が低い」ために、公的機関の介入が必要なもの。
3. 例えば、町にあった個人スーパーが津波等によって倒壊した場合、
  - (1) 大手スーパー等の民間事業者は、「市場(利益)が小さいので参入しにくい」。
  - (2) 個人スーパーは、津波被害により「資金難で開店できない」といった問題。
  - (3) 結果、町民は、「買い物が不自由になる」、「生活が不自由になる」といった問題が発生。



# 事業内容

## S B 創 出 事 業

## SB普及啓発事業

事業	(1) SBノウハウ移転・支援事業	(2) SB・企業連携支援機能強化事業	(3) SB新事業創出事業	(4) SB復興フォーラム事業
	国 ↓ ①SB事業者 (ノウハウ事業者) ↓ ノウハウ移転 ↓ ②SB事業者	国 ↓ ①SB事業者 (ノウハウ事業者) ↓ ノウハウ移転 ↓ ②SB支援機関 (ノウハウを受けた事業者) ↓ ノウハウ移転 ↓ ③SB事業者	国 ↓ SB事業者	国 ↓ 株式会社・NPO法人等
支援スキーム				
補助対象経費	①人件費 ②交通費・講師旅費 ③マニュアルの作成費 ④会議室等借料等	①人件費 ②交通費・講師旅費 ③マニュアルの作成費 ④会議室等借料	①人件費 ②交通費 ③資料作成費 ④会議室等借料 ⑤市場調査費 ⑥試作品の作成 等	①人件費 ②交通費、講師旅費 ③資料作成費 ④会議室等借料 ⑤広告宣伝費 ⑥会場借料等
補助率・補助金上限/件	10/10・10百万円	10/10・15百万円	2/3・6.66百万円	10/10・30百万円
補助対象事業者の決定方法	公募方式・外部有識者による採択審査委員会による採択決定			
決算額(平成24年度)	65百万円/8団体	36百万円/4団体	12百万円/3団体	27百万円/8ヶ所

# 震災復興SBの事例

## 1. SBノウハウ移転・支援事業

〔キッチンカーによる雇用創出、食品提供〕  
（プラットフォームサービス株式会社【東京都】）

事業実施地域：岩手県釜石市、岩手県大槌町等

### ＜被災地の社会的課題＞

被災により、「店が破壊されて営業できない失業者」とともに、「食料品などが入手困難になった人」が発生。

### ＜移転したノウハウ＞

「キッチンカー」による調理方法、商品調達方法、販売方法、経営マネジメント等のノウハウをSB事業者に移転。

### ＜SB事業者の声＞

震災・津波によってお店を流されて職を失ったが、このキッチンカーの仕組みによって、お店を再開することができた。

### ＜利用者の声＞

津波で車が流され移動手段がなくなり買い物が困難に。この様々なキッチンカーが販売に来てくれるお陰で、いろいろな商品を購入することができ、感謝しています。



## 2. SB企業連携支援機能強化事業

〔食品企業と連携した食の生活支援〕  
（特定非営利活動法人ワンファミリー仙台【宮城県】/  
特定非営利活動法人ふうどばんく東北AGAIN【宮城県】）

事業実施地域：岩手県遠野市、福島県郡山市等

### ＜被災地の社会的課題＞

被災により、仮設入居者から「生活が苦しい、食費の負担が重い」といった相談が多い。

### ＜移転したノウハウ＞

大手の食品企業と連携し、「品質に問題ないが包装不備等で市場価値をなくした食品」を低料金で配給するノウハウ等を、SB支援機関に移転。

### ＜SB事業者の声＞

企業を始め食品を提供して下さる方々から、生活に苦しみ多くの方々に対して、食べ物の橋渡しをしていきたい。

### ＜利用者の声＞

職を失って生活が苦しく、食べていくことにも不安を抱える生活を送っていたが、このような制度ができて安心する。



# 震災復興SBの事例

## 3. SB新事業創出事業

〔風評被害対策、特産品の販売促進〕

（株式会社第一印刷【福島県】）

事業実施地域：福島県福島市

### <被災地の社会的課題>

被災により、原発関連の風評被害が甚大となり、企業経営や個人の生活にマイナスの影響。

### <社会的課題の解決手法>

県外のアンテナショップや展示会への出展により、消費が落ち込んでいる商品の販売促進を実施。

### <SB事業者の声>

展示会により、消費者は福島の商品についておおむね好意的であることがわかった。引き続き、消費者等のニーズを踏まえ、販売を促進していきたい。

### <SB事業者が支援している生産者の声>

放射能などの風評被害がある中で、地鶏、桃、豚肉を始めとする落ち込んだ福島県産品の消費が増えることを期待。

### <消費者の声>

福島の皆さんの作り手の顔を拝見できて、一生懸命さを信頼して食べています。



アンテナショップでの福島県産品の販売(東京都立川市)



展示会で福島が誇るブランド豚「前田美豚」を調理(東京ビッグサイト)

## 4. 復興フォーラム事業

〔東北復興ソーシャルビジネスフォーラム&プロジェクトメッセ〕

（一般社団法人ソーシャルビジネス・ネットワーク【東京都】）

○被災地をはじめとする全国8か所でSBの復興支援事例に関する情報発信、関係者交流等を行い、新たなSB創出促進、SBを支援する人との関係づくりなどを行う。

・全体フォーラム(福島県)

時期:3月

場所:福島市

〈来場者数:850名〉

・地域フォーラム(被災地)

時期:12月~2月

場所:陸前高田市、仙台市、いわき市

〈来場者数:215名、1会場当たり約70名〉

・地域フォーラム(被災地以外)

時期12月~1月

場所:札幌市、さいたま市、名古屋市、大阪市

〈来場者数:360名、1会場当たり90名〉

