

特集 多摩のうごきを知る

ソーシャルビジネスでつなぐ福祉と社会

ビジネスによって社会的な課題の解決を目指すソーシャルビジネスは、国内外で様々な取り組みが行われており、新しい社会貢献の形として定着しつつある。今回は、多摩地域で福祉や医療に関わる事業を通じて社会に新たな価値をもたらしている2社を取り上げる。

社会的課題の解決を目指すソーシャルビジネス

「ソーシャルビジネス」とは、バングラデシュのグラミン銀行創設者であるムハマド・ユヌス氏が世に広めた言葉である。ユヌス氏はソーシャルビジネスの原則として、利益追求ではなく社会問題の解決を目的とすることや、投資家には元本以上の配当を還元しないことなど7つの項目を掲げている。また、経済産業省の「ソーシャルビジネス研究会報告書」では、社会的課題の解決を事業活動のミッションとする「社会性」、ビジネスとして継続的に活動を行う「事業性」、その活動が社会に広がることを通して新たな社会的価値を創出する「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定義している。

ソーシャルビジネスをめぐる動きは年々活発化しており、それは多摩地域においても同様である。今回はその中でも、福祉や医療と社会をつなぐ取組みに力を注ぐ2社を取り上げる。雑貨の販売によって障害者福祉の関口を広げるとともに社会への発信にも尽力する株式会社マジェルカと、訪問看護事業やカフェの運営により地域と医療をつなぐ架け橋となることを目指す株式会社シンクハピネス。ビジネスを通して社会の課題解決に取り組む両者の事例から、地域社会に与える影響や、その先にある風景について考えてみたい。

株式会社マジェルカ —偶然の発見がきっかけで飛び込んだ福祉の世界

吉祥寺にある株式会社マジェルカは、全国の福祉施設で障害者が作った雑貨を集めたセレクトショップを運営している。福祉を全面に押し出すのではなく、福祉施設と対等な立場での取引を通じて、商品そのものを正当に評価し、適正な価格による仕入れと販売を行っている。



マジェルカ 代表取締役 藤本光浩氏

代表取締役の藤本^{ふじもとみつひろ}光浩氏がマジェルカを開業したのは2011年。当時、福祉施設で作られた商品の販路は福祉バザーや福祉ショップなどに限定されており、同社の取組みは非常に革新的だったという。

事業を始めるきっかけとなったのは、藤本氏がメーカーのバイヤーをしていた時に会った木製の玩具である。「目をつけた商品が、たまたま奥多摩の福祉施設で作られたものでした。障害があっても、これほど素晴らしいものを作るのかと大きな衝撃を受けました」と藤本氏。興味を持って調べてみると、バイヤーの目から見ても一般の市場でも十分通用しそうなものも多かったが、それらの存在は世間にはほとんど知られていなかった。その時の思いを藤本氏は、「まるで、埋もれていた宝物を発見したような気持ちでした」と表現する。居ても立ってもいられなくなった藤本氏は、前職を辞めすぐに起業に向け

て動き出した。

早速全国の福祉施設に飛び込みで営業に向かうと、どこも一様に「ぜひお願いします」と好意的な反応を示した。門前払いも覚悟していた藤本氏は、施設側が売る場所を探していたことに内心驚いたという。施設の職員は福祉のプロであっても、商売の経験やノウハウはない人がほとんどで、作品の商品化やブランディングなどはやりたくてもできなかったのである。

こうして始まったマジエルカは、その後多数のメディアで取り上げられるようになり、取り組みを知った福祉施設から「うちの商品を置いてほしい」と依頼が来ることも増えた。しかし、単価が安い雑貨は売の手間がかかる割に利益は小さく、ビジネスとしての難しさも痛感した。福祉施設との価格交渉は、提示される価格が安すぎる、もしくは高すぎるなど苦勞することも多い。試行錯誤を

ウェルフェアトレードの普及に向けて

ウェルフェアトレードとは、福祉（ウェルフェア）のフェアトレードを意味する造語であり、福祉施設で作られた商品を正当に評価し、適正な価格や方法で流通させることを目指す取り組みである。ウェルフェアトレードの実現によって、障害がある人の収入ややりがいの向上につながるるとともに、社会の理解も促していくことができる。藤本氏は、大多数の人にとって障害者と関わる機会が極めて少ないということに課題を感じている。「多くの人は作業所で働く障害者の存在を知る機会がなく、興味を持つきっかけがありません。もっと気軽に接点を持つように、関わり方の間口を広げることが大事だと思います」と藤本氏。そのような問題意識から、ウェルフェアトレードの普及活動により力を入れるため、2020年、株式会社とは別に新たに一般社団法人を設立した。

株式会社シンクハピネス —医療現場で感じた違和感を形に

府中市にある株式会社シンクハピネスは、京王線の多磨霊園駅近くに事業所を構え、主に3つの事業を展開している。訪問看護やリハビリを行う看護・リハビリテーション事業、介護保険制度に基づいてケアマネジャーによる相談援助などを行うケアマネジメント事業、そしてカフェの運営を中心としたコミュニティ事業である。代表取締役の糟谷明範氏は、理学療法士として病院や訪問看護ステーションに勤務した後、2014年に同社を立ち上げた。糟谷氏が起業を決意した背景には、医療の現場で働いている時に抱いた違和感があった。

重ねながら店を運営するノウハウを培い、マジエルカは昨年10周年を迎えた。

店を続ける原動力となっているのは、利用客や取引先の作業所などから届く様々な声だ。商品を購入してからその背景を知った客は驚き、「いい買い物をした。なおさら大切にしたい」と口にする。また、作業所からは「売上が増加した」「商品に対して自信を持てるようになった」などの声が挙がっている。作った本人が店を訪れて、自分の作品を購入していくこともあるという。当初は素敵な商品を世に広めたいという、いわばバイヤー魂に突き動かされていた藤本氏だが、障害者やその家族から感謝を伝えられることで、自身がやってきたことが社会に新たな価値を創出していることに気付き、「ウェルフェアトレード」の普及へと歩みを進めた。

ウェルフェアトレードをさらに広げていくためには、企業や学校への研修など受け手となる社会側への啓蒙活動と同時に、福祉側に対する意識変革も必要不可欠である。マジエルカでは、福祉施設に対して同社が持つノウハウの提供や研修を実施するなど、精力的な活動を行っている。

10年の活動を通し、ウェルフェアトレードは社会に認知され受け入れられるようになってきたが、一方で藤本氏は、自身の活動を特別視しないことを意識している。「障害者を理解してもらおうという取り組みが特別なことに見えてしまうと関わりにくくなってしまう。その敷居をどんどん下げていきたいです。日頃福祉に関わりがない一般の人たちにどれだけ届けられるかを考えています」と話す。

まず、医療を提供する医師や看護師、理学療法士など医療従事者と患者の関係性についてである。病院の中では、治療やリハビリなどをする際、医療従事者が患者に対して上から物を言ってしまうことが少な



シンクハピネス 代表取締役 糟谷明範氏

らずあった。もちろん、医療のプロとしてはっきりと患者に伝えなければならない場面もある。しかし、医療従事者も患者も互いに一人の人間であり、本来は対等な関係のはずである。このような経験を通して、糟谷氏の中に人と人として向き合う感覚を大切にしたい医療を実現したいという思いが芽生えた。

もう1つの違和感は、訪問看護の在り方に関するものだった。訪問看護事業では、1日の訪問件数が重視され

地域と共に歩んでいく

これらの経験をもとにシンクハピネスを創業した糟谷氏が立ち上げたのが、「LIC 訪問看護ステーション」である。LICは、質の高いサービスの提供かつ、従業員の働きやすさに力を入れた。開業当初は看護師の確保に苦労したというが、地域の需要はあり、事業は堅調だ。6年経った今では、SNSで同社を知った地方の学生が理念に共感し就職を希望するなど、訪問看護のイメージを変えたいという糟谷氏の思いが少しずつ形になりつつある。

同社が訪問看護ステーションに続いて立ち上げたカフェ「FLAT STAND」は、地域の人と医療・福祉従事者とが専門領域の壁を気にせず暮らしの一部として関われる場を生み出すべくオープンしたコミュニティカフェである。「まずは地域や生活を知り、それから健康や医療に自然とつながっていく、そんな場を目指しています」と糟谷氏は言う。医療や福祉を大々的に謳ってはいないものの、少しずつ「医療関係の人がいて、話を聞いてくれるようだ」という噂や評判が広がり、カフェを利用するついでに相談に来る人も増えている。

糟谷氏には、カフェを始めたことで改めて感じたことがある。それは、地域で暮らす人々が直面する悩みや問題は多岐に渡っており、医療はその数ある中の1つではない、ということだった。もっと地域に寄り添っていきたく考えた糟谷氏は、カフェから派生した事業として、現在「たまれ」という名の空きアパートを活用した

福祉と社会のつながりが生み出す新たな価値

高齢化に歯止めがかからない現在の日本では、福祉や医療に関わる事業が今後さらに存在感を増していくことは間違いない。今回取り上げた2社のようなソーシャルビジネスを展開する企業が多摩地域の中に増えていけば、より多くの人々が福祉や医療を身近に感じることができるようになり、福祉や医療が地域の中で開かれたものになっていくだろう。その変化は、誰もが暮らしやすい社会の

ることが多く、人材が定着しづらいことや、看護師の中で訪問看護に従事する割合が低いことなどの課題を抱えている。2017年の厚生労働省の調査によると、全看護師の中で訪問看護師として働く人の割合はわずか3.7%である。糟谷氏も、自身が訪問看護事業に携わる中で、従業員のキャリア形成や働きやすい職場環境の整備などが後回しにされる傾向があることに違和感を感じ、より良い訪問看護の在り方について考えるようになった。



同社が運営するカフェ「FLAT STAND」の店内の様子

コミュニティスペースづくりに取り組んでいる。パティシエによるお菓子工房や、図工の先生と音楽家が運営する放課後の小学生の遊び場、大学生が運営する中高生の学びの場、地元野菜を扱う八百屋など、ここには地域の人々が気軽に集うことができる多様で魅力的な場がある。規模の拡大も視野に入れ、今後も地域と一緒に人々の暮らしに合わせてコミュニティの場をつくり続けていく。

今のところ自身の事業をソーシャルビジネスとは思っていないという糟谷氏であるが、様々な挑戦を重ねながら事業の幅を広げ、地域との関係性を築いてきた。「自分たちが最初に動いて社会の空気を変えることを目標に、事業を展開しています」と糟谷氏。地域課題の解決に向け行政や医療機関、企業などとのより良い連携関係を目指す同社の事業には、さらなる成長が期待される。

実現へ向けて、多摩地域の価値や魅力を更に高めてくれる可能性をも秘めている。

今後、こういったビジネスを増やしていくためには、公的な支援制度や体制を整備すると同時に、新たなチャレンジに対するオープンで寛容な地域文化の醸成も求められるだろう。ソーシャルビジネスがもたらす新たな価値に大いに期待したい。(畑山若菜／編集：野村智子)

たましん中小企業景況調査報告

たましん地域経済研究所
ホームページでは、さらに詳細な
データを掲載しています。

多摩信用金庫では、多摩地域で事業を営む約 1,100 先の企業にご協力をいただき、事業の動向に関するアンケート調査を実施しています。今回は、2021 年 12 月期の景況についてご報告します。

調査概要

1. 調査実施日 2021 年 11 月 8 日～12 月 1 日
2. 調査方法 調査員による聞き取り調査
3. 調査対象 多摩信用金庫のお取引先 1,114 先
4. 回答先数 1,109 先
5. 回答先内訳 右表のとおり

	全業種		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
1～4人	342	31%	49	15%	24	26%	105	57%	75	30%	45	25%	44	52%
5～9人	253	23%	66	21%	29	32%	36	20%	41	16%	57	31%	24	29%
10～19人	175	16%	77	24%	17	18%	11	6%	24	10%	38	21%	8	10%
20～29人	99	9%	42	13%	7	8%	6	3%	20	8%	20	11%	4	5%
30～39人	45	4%	17	5%	1	1%	7	4%	14	6%	5	3%	1	1%
40～49人	37	3%	14	4%	1	1%	3	2%	11	4%	7	4%	1	1%
50～99人	98	9%	36	11%	7	8%	15	8%	32	13%	7	4%	1	1%
100人～	60	5%	18	6%	6	7%	0	0%	32	13%	3	2%	1	1%
合計	1,109	100%	319	100%	92	100%	183	100%	249	100%	182	100%	84	100%

業況DI

業況DIとは、自社の業況が「良い」と回答した企業の割合から、「悪い」と回答した企業の割合を引いた値である。プラスであれば、現在の業況を「良い」と認識している企業が多いことを意味している。(ただし、「季節調整法」という手法を用いて、DIの季節的な傾向を除いている。)

今期の全業種業況DIは、前期より4ポイント上昇のマイナス12となった。多摩地域の経済活動は少しずつ正常化しつつあるものの、新型コロナ変異株による感染拡大の影響が広がっており、楽観できない。また、原材料価格の上昇が経営に与える影響についても注意が必要である。

業種別に見ると、全ての業種において業況DIは水面下にあるものの、不動産業を除く他の5業種で改善した。なお、飲食業の業況DIは今期改善が見られたが、マイナス48と依然厳しい状況にある(飲食業は右表に記載していない)。

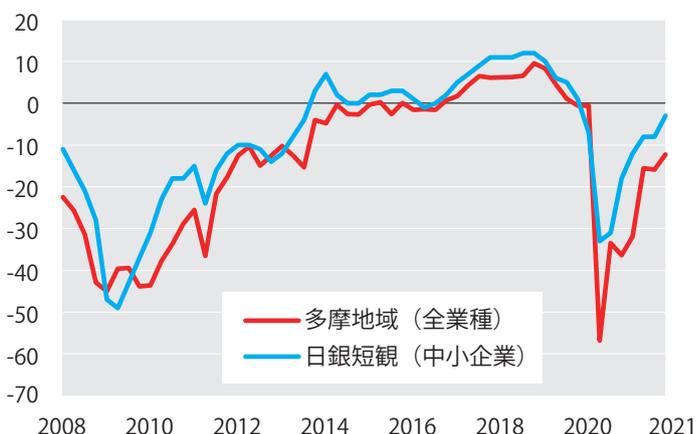
規模別に見ると、中規模企業が前期より5ポイント上昇のマイナス2、小規模企業が3ポイント上昇のマイナス21となっている。特に、中規模製造業が前期より10ポイント上昇の7と大きく改善し、プラス圏へと転じている。

なお、来期の全業種業況DIは、今期より2ポイント上昇し、マイナス10となる見通しである。

※本調査では、製造業・建設業は従業員20人以上の企業を中規模企業、卸売業・小売業・サービス業・不動産業は従業員5人以上の企業を小規模企業と定義している。

	2021年 6月期	2021年 9月期	2021年 12月期	変化幅	2022年 3月期 (見通し)	変化幅
全業種	-16	-16	-12	+4	-10	+2
中規模	-6	-7	-2	+5	-2	0
小規模	-24	-24	-21	+3	-17	+4
製造業	-24	-16	-9	+7	-4	+5
中規模	-13	-3	7	+10	11	+4
小規模	-30	-24	-20	+4	-14	+6
卸売業	-17	-11	-10	+1	-3	+7
中規模	-9	-5	-7	-2	-2	+5
小規模	-34	-24	-18	+6	-5	+13
小売業	-32	-35	-30	+5	-28	+2
中規模	-23	-28	-18	+10	-20	-2
小規模	-38	-41	-38	+3	-34	+4
サービス業	-11	-16	-12	+4	-10	+2
中規模	-3	-7	-3	+4	-2	+1
小規模	-31	-38	-32	+6	-28	+4
建設業	1	-8	-5	+3	-2	+3
中規模	20	5	1	-4	10	+9
小規模	-4	-11	-7	+4	-6	+1
不動産業	5	2	-5	-7	-12	-7
中規模	18	2	5	+3	-11	-16
小規模	-6	2	-13	-15	-13	0
日銀短観(中小)	-8	-8	-3	5	-4	-1

業況DIの推移



お客さまのコメント

製造業

- DXへの関心の高まりから、自社製品のIoTセンサとプラスチックが注目されている。この機会を掴み、業績拡大につなげたい。(立川市、プラスチック成形業)
- 受注生産(請負加工)の割合が高かったが、提案型営業で業績を改善させたい。(三鷹市、メッキ加工業)
- 緊急事態宣言解除後も国内需要は冷え込んでいる一方、米国・アジア圏からの注文は、2022年8月まで納期待ちなど旺盛である。米国港の入管管理が厳しく、出荷後の物流が機能していない。(八王子市、自動車部品製造業)

卸売業

- 同業他社は、価格競争のためサービスが劣化してきている。当社ではまだ対応できるので、ニッチな業界内でのシェアを更に高めていく方針である。(日野市、医療用飲食物品卸売業)
- 環境配慮型商品を取り扱うことにより、仕入・販売価格が上昇した。(武蔵野市、紙卸売業)
- 卸売先のホテル等への販売が回復しないが、仕入価格は上がってきている。新しい事業を検討し始めている。(国分寺市、食肉卸売業)

小売業

- コロナ禍で新事業として開始した、抗ウイルス対策事業の売上が増加しており、事業の柱になりつつある。(稲城市、調剤薬局)
- 中古車の在庫が不足している。人気車種はオークションで高騰しているため、不人気車種に付加価値を付け販売することを検討している。(東村山市、中古車販売業)
- 市場での品不足により、良い商品の入荷が大変であり、価格も高騰している。(昭島市、生花・苗木販売業)
- コロナの影響が続いており、メイン事業の一つであるスキーツアーが組めず厳しい。(八王子市、スキーショップ)

サービス業

- コロナ禍の影響により、PC・タブレットのニーズが増加した。また自社でテレワークも活用したため、人件費等が削減できた。(国分寺市、ソフトウェア開発業)
- 電気自動車、自動運転車などへの対応に課題があると感じている。(東大和市、自動車修理業)
- 各企業がテレワークを継続していることから、人材派遣が難しくなっている。(三鷹市、システム開発業)
- コロナの影響により、家族葬や少人数の葬儀が多く、厳しい状況である。(国分寺市、葬祭業)

建設業

- 自社遊休不動産にガレージハウスを建設し、賃貸事業を開始した。(八王子市、一般建設業)
- 新規分野開拓が出来たが、見積りがありにも多く、今後工事が追いつかなくなることが懸念される。(立川市、一般建築工事業)
- 材木を始めとする使用部材の入手困難と価格の上昇は、本当に厳しい状態である。価格転嫁をスムーズに出来るよう取り組んでいる。(八王子市、建築業)

不動産業

- 原材料が値上がりしているが、仕入先の多角化を図り、上昇分を補っている。(立川市、建売・建築業)
- 4月入居の学生マンションの動向に注視していく。(日野市、建売・不動産売買業)
- コロナ禍の影響で収入減となる人も多く、物件購入を控える人が増えることが懸念される。(あきる野市、建売・仲介業)

お客さま

景気動向 インタビュー

株式会社NKL

かるべしんいち
代表取締役 軽部進一氏

クレーンカメラなどの特機と呼ばれる撮影機材を豊富に取り揃え、オペレーションはもちろんリース、販売までを一手に担う株式会社NKL。代表取締役の軽部進一氏は、映画監督やプロデューサーとしての顔を併せ持ち、業界内で幅広い活動を続けている。



代表取締役の軽部氏

——貴社の強みは何でしょうか？

映画・TV・イベントなど、一つのメディアに特化せず映像関係全般に精通している当社には、幅広い分野に対応できる機械、そして人材が揃っています。業界内でも珍しいこのスタイルは、特定のマーケットだけに依存しない経営方針により作り上げたものです。他社が敬遠するような仕事や規模の小さな案件でも積極的に引き受け、顧客にとっての利便性を追求してきました。今では同業他社は競合先であり、取引先でもあります。何かあった時には私たちを頼ってもらおうと、業界の中でなくてはならない存在となるよう常に意識してきました。

——コロナ禍における貴社の経営動向や業界の動向はいかがでしょうか？

当社が築いてきたあらゆる映像メディアを網羅する体制は、コロナ禍においても強みを発揮しました。それでも、流行が始まった当初は一切の流れが止まってしまったため、売上の減少は免れませんでした。2021年春頃に業界内の対応方針が固まり、最近は売上也かなり回復傾向にあります。ただ、感染予防の観点から現場の人員は極力減らしているため、一人に掛かる負担は以前よりも増えています。



クレーンだけでも何種類も取り揃え、多様なニーズに応えている

業界内の動きとしては、コンサートなどの無観客開催やオンライン配信が始まりました。そのための機材や人員は多少必要になりますが、オンライン配信を取り入れることで従来よりも観客数を増やすことができます。例えば、今までは1万円のチケットで1万5,000人を動員していたイベントが、オンラインになると3千円で10万人を集めることができます。このように、イベントの規模が大きくなってもコストはさほど変わらないため、意外と利益が確保できることがわかりました。今後は、有観客であっても同時にオンライン配信を行うなど、時代に合った方法が定着していくと考えています。

——今後の事業展開について教えてください。

巣ごもり需要によって動画配信サービスが盛り上がりを見せるなど、エンターテインメントの重要性は高まっています。人は、娯楽なしには生きていけません。どんなに世の中が発展しても、この仕事なくなることはないでしょう。

私達は今、デジタル時代に突入しています。YouTubeの普及によって個人レベルで映像を扱う機会が格段に増加しました。いずれは当社の持つ技術やノウハウをそういった方々にも提供することで、関わりを持っていきたいと考えています。これからも様々な分野に対応できる機械を取り揃え、それを活用できる人材育成を続け、経営者として常に先を見据えながら会社を発展させていきたいです。

会社名：株式会社NKL
代表取締役：軽部 進一
本社所在地：東京都府中市若松町 2-30-5 NKL ビルディング
業種：物品賃貸業
インタビュー：2021年12月13日

特別調査 2022年の経営見通し

今回の特別調査では、2022年の経営見通しについてのアンケート調査を実施しました。

2022年の景気見通しについて尋ねたところ、「良い^{*}」と回答した企業は14.4%、「悪い^{*}」と回答した企業は53.0%となり、「悪い」と回答した企業が上回る結果となりました(図1)。しかし、「悪い」と回答した企業は1年前の調査より30.6%ポイント減少し、改善しています。また、2年前の新型コロナウイルス流行以前の景気見通しに戻りつつあることが分かります。

続いて、2022年の自社の業況見通しについて尋ねたところ、「良い」と回答した企業は16.1%、「悪い」と回答した企業は34.8%となりました(図2)。業種別にみると、製造業では、他の業種に比べ明るい見通しを持った企業が多い結果となりました。

図1. 景気見通し (全体)

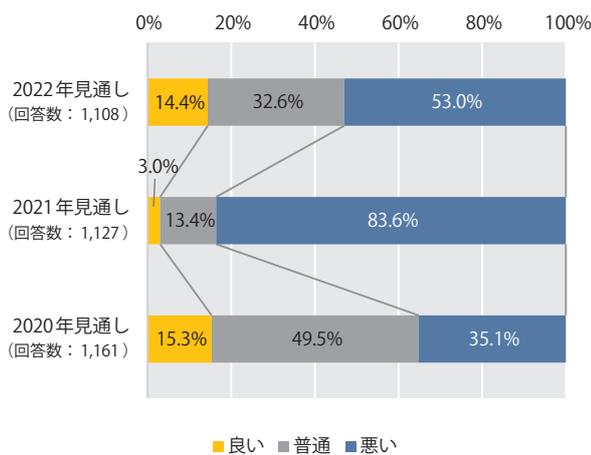
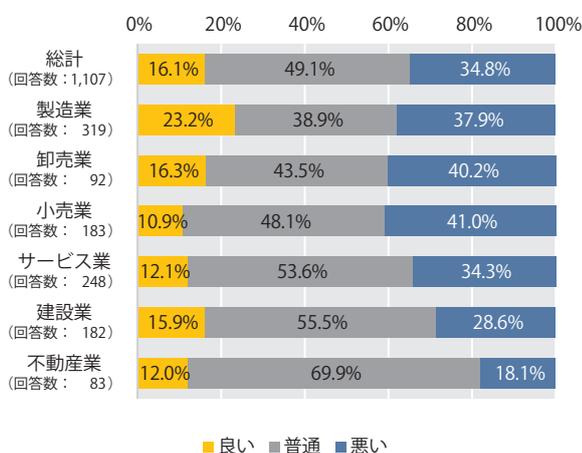


図2. 自社の業況見通し (業種別)



2022年の売上額伸び率の見通しは、半数近くが「変わらない」と回答しました(図3)。また、「増加」と回答した企業は31.8%、「減少」と回答した企業は21.7%となり、「増加」と回答した企業が上回る結果となりました。

最後に、自社の業況が上向く転換点を尋ねたところ、「すでに上向いている」と回答した企業は、前回調査より6.4%ポイント増加の18.6%となりました(図4)。一方で、「業況改善の見通しは立たない」と回答した企業も15.0%あり、こちらも前回調査より2.2%ポイント多い結果となりました。

※良い…「非常に良い・良い・やや良い」の計、
悪い…「やや悪い・悪い・非常に悪い」の計

図3. 2022年の売上額伸び率見通し

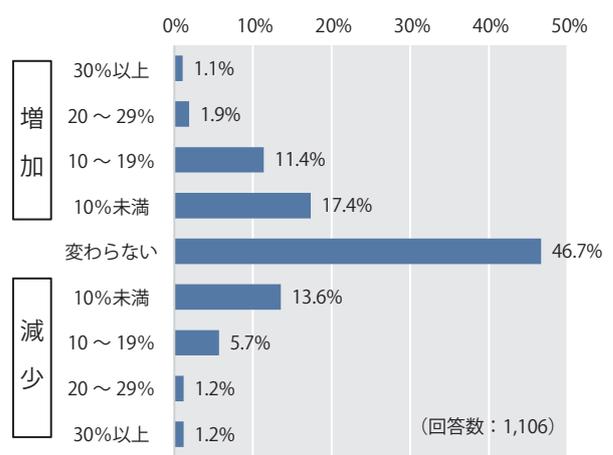
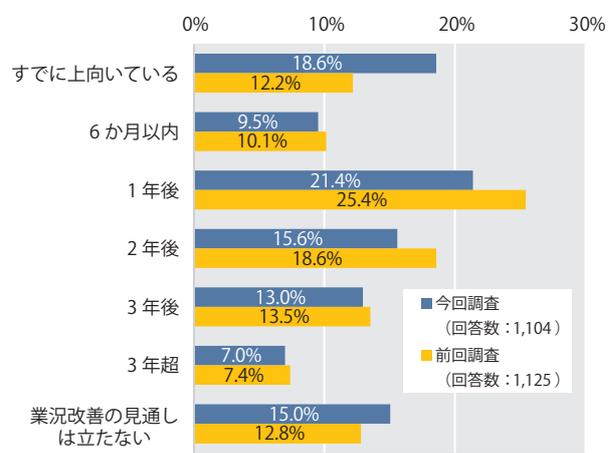


図4. 自社の業況が上向く転換点

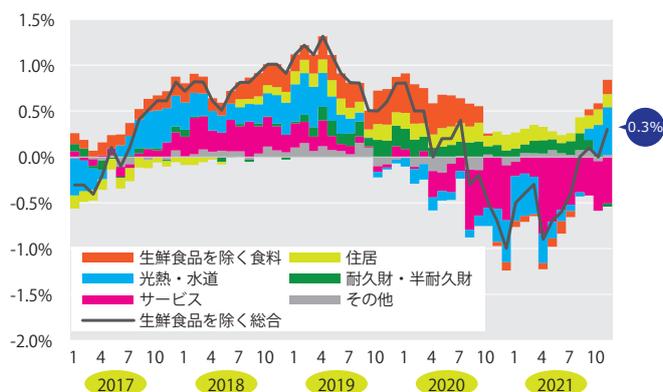


総評

多摩地域の景気は回復しているが、一部業種で依然厳しい。

多摩地域の景況は回復しており、新型コロナウイルス流行後の新たな社会環境に適応しつつあるものの、依然として業種・業態による好不調の差は大きい。さらに、変異株による第6波の到来によって、再び地域の経済活動が縮小する可能性もある。雇用や所得の減少による地域経済への長期的な影響が懸念される。

今月の指標



東京都特別区 消費者物価指数 (コア CPI、前年同月比)

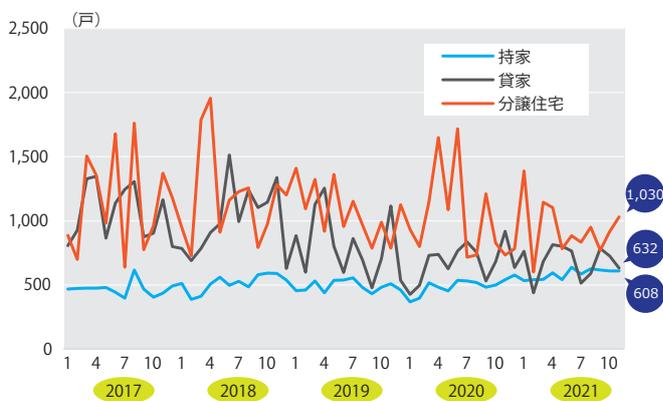
2021年11月の消費者物価指数は、前年同月比0.3%の上昇となった。特に、電気代、ガス代の値上げが大きく寄与している。一方、物価を押し下げている主な要因として、携帯電話料金の値下げの影響が大きい。

出所) 総務省「消費者物価指数」

多摩地域(市部) 新設住宅着工件数

新設住宅着工件数は、新型コロナウイルスの流行以降変動している。貸家や分譲住宅の着工数が低調となる一方で、持家は増加傾向にある。在宅時間が増え、住宅の広さに関する価値が見直されていることが住宅購買行動の変容の背景にあると考えられる。

出所) 国土交通省「建築着工統計調査報告」



本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

発行日 2022年1月25日
 発行 多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所
 〒190-8681 東京都立川市緑町3-4
 TEL 042-526-7737 FAX 042-526-6161
 URL <https://www.web-tamashin.jp/rire/>



『多摩けいざい』は、WEBと併せてご覧いただくのがお勧めです。本誌には載せきれない様々なデータやレポートのほか、バックナンバーもご覧いただけます。