社会的課題解決への取組みに向けた
中小企業連携組織の活用

全国中小企業団体中央会
事務局次長・労働政策部長
佐久間　一　浩

１．序　論

わが国は、急速な少子・高齢・人口減少化社会への移行、働き方改革の推進、地方と都市間の格差拡大、ＳＮＳなど多様なコミュニケーションツールによる情報発信の利便性の増大とともに弱者や特定者への集中的・攻撃的な投稿による負の側面の増長など、今までにない経済・社会環境の変化がみられている。このような変化は、企業活動や個人生活を営むうえで、社会との接点において摩擦を生じさせ、ひきこもり、障がい者の就労と自立支援、介護・福祉、子育て、教育問題、さらには、地域産業の衰退、環境問題、事業継続支援、災害対策など、さまざまな課題を顕在化させている。これらの社会的課題に対しては、従来から国や地方の行政機関が住民サービスの一環として対応してきてはいるものの、予算や人的な制約により、派生する課題を含め解決・解消することは難しい。この社会的課題への対応や取組みをビジネスとして事業性を確保しながら組織を維持し、自らが解決・解消、緩和しようとするのがソーシャルビジネスである。ソーシャルビジネスが推進されることで、行政コストが削減されるだけでなく、地域における新たな起業や雇用の創出等を生み出し、地域活性化につながると期待される。

家族の結びつきや地域の連携・連帯意識が希薄化してきているといわれる現在の経済・社会において、東日本大震災、熊本地震や台風、西日本集中豪雨災害などによる激甚災害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自立支援を行おうと、市民レベルの活動に「共助の意識」が高まってきていることも事実である。近年では行政以外の機関や市民のボランティア、慈善事業等を行う特定非営利活動法人や協同組合等の組織を活用し、課題解決・解消、緩和の担い手として活動している例が各地で拡がってきている。そこで、社会的課題解決に向けて、ソーシャルビジネスに取り組む中小企業の連携組織について、その種類

と特徴をまとめてみたい。

２．本　論

（１）ソーシャルビジネスの概念整理

社会的課題に対応するための手法としてソーシャルビジネスが国の行政機関レベルで検討、定義されたのは、今から11年ほど前の2008年４月に経済産業省がとりまとめた「ソーシャルビジネス研究会報告書」においてである。同報告書の４頁には、「ソーシャルビジネスとは、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、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」であると明記されている。ソーシャルビジネスの要件である「社会性」とは、解決が求められる社会的課題に取り組むことが事業活動の使命であること。「事業性」とは、社会的課題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。また、「革新性」とは、社会的課題の解決・解消、緩和を図るための新しい商品やサービス、手法、ノウハウとそれを提供するための仕組みを開発すること。さらに、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をいう。この３つの要件を有しながら、ビジネスの手法を用いて社会的課題を解決するソーシャルビジネスに取り組む事業主体は「社会起業家」「社会的企業」などといわれ、その活動の結果として経済の活性化や新しい雇用の創出に寄与するといった効果も期待される。

なお、特定非営利活動法人を規定する特定非営利活動促進法では、第２条別表により保健、医療又は福祉、社会教育、まちづくりなど、20の分野が列挙されているが、これは社会貢献活動として分類されるもので、社会的課題と重なるものの、「社会性」「事業性」「革新性」の３つの要件をすべて備えながら、緩和、解決しようとするソーシャルビジネスと一致するものではない。そこで、本稿では、便宜的に６つのタイプとそこに対応する活動分野に分け、同法の社会貢献活動分野とソーシャルビジネスの活動分野との関連をまとめてみた。（**図表－１**）

【社会的課題に対応するソーシャルビジネスの分野】

＜社会福祉タイプ＞

①　保健・医療・福祉　　②　子育て支援

図表－１　ソーシャルビジネスの活動分野と特定非営利活動促進法第２条別表で定める社会貢献活動

		本稿で定めるソーシャルビジネスの分野															
		①保健・医療・福祉	②子育て支援	③障がい者や高齢者、ホームレス等の自立支援	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まちづくり	⑪観光	⑫地域活性化（地域産業振興）	⑬国際交流・国際協力	⑭フェアトレード（公正貿易・公正取引）	⑮災害復興（震災等災害対策・復興支援）	⑯その他（清掃業、公の施設の運営管理、失業者対策など）
特定非営利活動促進法第２条別表で定める社会貢献活動	①保健、医療又は福祉の増進	◎		○							○		○			○	
	②社会教育推進				◎	○	○										
	③まちづくり推進								○	○	◎	○	○				
	④観光振興					○				○		◎					
	⑤農山漁村又は中山間地域振興				○			○	○	○		○	○				◎
	⑥学術、文化、芸術又はスポーツ振興			○	○	◎	◎					○	○	○			
	⑦環境保全							◎		○	○	○	○	○			○
	⑧災害救援							○	○		○		○			◎	○
	⑨地域安全	○	○	○				○	◎		○	○	○			○	○
	⑩人権擁護又は平和推進	○		○	○	○			○					○			◎
	⑪国際協力													◎	○		
	⑫男女共同参画社会形成		○		◎												○
	⑬子どもの健全育成	○	◎	○	○				○								○
	⑭情報化社会の発展	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎	○	○	○	○
	⑮科学技術振興				○						○	○	◎	○	○		○
	⑯経済活動活性化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎	○	○	○	○
	⑰職業能力開発又は雇用機会拡充			○	◎								○				○
	⑱消費者保護			○	○				○								◎
	⑲上記の活動を行う団体運営、連絡、助言																◎
	⑳上記の活動に準ずる活動として都道府県、指定都市の条例で定める活動																◎

注：筆者作成。◎は、特に関連の深い社会貢献分野と社会的課題項目。○は、関係性が生じる項目。

＜自立支援タイプ＞

③　障がい者や高齢者、ホームレス等の自立支援　　④　教育・人材育成

⑤　文化・芸術・芸能　　⑥　スポーツ

＜まちづくりタイプ＞

⑦　環境（保護・保全）　　⑧　安全・安心（防災・防犯）　　⑨　交　通

⑩　まちづくり

＜産業振興タイプ＞

⑪　観　光　　⑫　地域活性化（地域産業振興）　　⑬　国際交流・国際協力

⑭　フェアトレード（公正貿易・公正取引）
＜災害復旧タイプ＞
⑮　震災等災害対策・復興支援
＜その他＞
⑯　その他（清掃業、公の施設の運営管理など上記にあてはまらない活動）

（2）行政とソーシャルビジネス

社会的課題に対応するための施策の必要性や認識は、全省庁にまたがる課題として、総務省や内閣府により取り上げられてきたが、ソーシャルビジネスの具体的な研究とそれに関わる施策立案及び周知活動をいち早く実施したのは経済産業省である。経済産業省では、地域経済産業グループ　立地環境整備課（現在は、地域経済産業グループ　地域産業基盤整備課が所管）が、まず2007年度にソーシャルビジネスやコミュニティビジネス事業者と、学識経験者、中間支援機関、金融機関、大企業等の外部有識者を委員とする「ソーシャルビジネス研究会」（2007年９月25日～2008年３月28日）を開催し、ソーシャルビジネスの概念、要件、定義、わが国におけるソーシャルビジネスの現状と課題及びその解決の方向性、コミュニティビジネスとの差異をまとめた最初の報告書である前出の「ソーシャルビジネス研究会報告書」をとりまとめた。その後、事業予算の関係上、会議体の名称変更や協議内容を進展させながら継続的に開催するとともに、「ソーシャルビジネス55選」「ソーシャルビジネス・ケースブック」、「ソーシャルビジネス・ケースブック（震災復興版）～被災地の復興に向けたソーシャルビジネス～」などの事例集をとりまとめた。

経済産業省がこのような活動を行うことで、内閣府、農林水産省など他省庁においてもソーシャルビジネスについての議論や研究が進められ、国の施策として調査研究や補助事業が立案されてきた。また、市町村の段階でも、市民生活に直結することから、社会的課題に対応するための助成事業などが多数にわたり実施されている。さらに、企業の社会的貢献度の観点から、近年では、民間企業等が実施する助成事業なども徐々に増加してきている。

このようにソーシャルビジネスは、2008年～2010年以降を境に積極的に議論が展開され、調査研究、助成措置、融資制度に係る各種事業が実施されてきた。そ

れと同時に、ソーシャルビジネスを行う新規の組織体を規定する法律、または、ソーシャルビジネスについての保護・規制法、新たな認証制度、新しい実行組織などが議論されてきたが、現在まで設けられてはいない[注1]。この理由としては、一部の利害関係者の専有の制度ではなく、①現有する法人格を有した組織体により、機能を十分カバーできる。②類似した事業者団体が新たに定義されると、会員資格、出資のあり方、事業利用の形態等により、他の事業者団体、組合等と混在することになる。③最終的には営利を営む事業者としては、株式会社化すればよく、現在の税制度や事業者団体制度などの枠組みの中で、組織のメリットと組織制度上の差異を明確に打ち出せるのかの議論が十分ではないことがポイントとしてあげられる。

（3）企業単独から連携組織による取組みへ

個別の中小企業・小規模事業者は、自社が保有する経営資源を活用し、独自の経営力により事業活動を営んでいく。その結果として、旺盛な設備投資、人材の地域内育成と他地域からの流入による雇用の増加、取引拡大、労働者への賃金分配、そして、企業としての納税額を増加させ、地域における信頼感や貢献度を高めることとなる。しかしながら、単独で中小企業・小規模事業者がソーシャルビジネスに取り組む場合、「社会性」を認識して事業に参画していくものの、計画する売上高や取扱高を十分に確保することができず、経費負担の増加により経営が圧迫され、「事業性」を見いだせないまま規模の縮小、廃止等に追い込まれる例が少なくない。

[注1] cf.「中小企業組合におけるソーシャルビジネスの現状と課題」2012年９月　青山経営論集　第４７巻　第２号　森川信男　拙著　46-47頁

著書によれば、わが国においては、「新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～」(2010年６月18日　閣議決定　82頁)、「産業構造ビジョン2010」(産業構造審議会産業競争力部会報告書　2010年６月　経済産業省　33頁、37頁)、「新しい公共」(内閣府　第８回「新しい公共」円卓会議資料　2010年６月）など、国が示した戦略ビジョンに社会的課題への対応の必要性等が明記されたものの、2010年前後はソーシャルビジネスに対する社会的認知度はまだまだ低く、また、実施主体として、実行機関や組織を育成・支援していく制度についても整備されていない状況にあった（海外においては、イギリスでは2004年に会社法第２部に社会的企業向けの組織としてコミュニティ利益会社（ＣＩＣ：Community Interest Company）が、イタリアでは2005年に社会的企業法に基づく社会的企業が、韓国では2006年12月に社会的企業育成法に基づく社会的企業が、アメリカ合衆国では2008年４月にＬ３Ｃ法が制定され、Ｌ３Ｃ（Low-profit　ＬＬＣ）という法人格組織が設けられている。しかし、組織の目的、活動内容等は同一ではない。)。

そこで事業性を確保するためには、対象となるソーシャルビジネスの分野に取り組んでみたいと考える同業種・異業種の高い志のある仲間を見つけ、得意分野の経営資源を相互に活用していくとともに、景気変動や売上不振、事故に遭った場合等の危険分散を図るためにも、中小企業組合、特定非営利活動法人、有限責任事業組合、合同会社、一般社団法人、任意組織としての中小企業連携グループなど、活動しやすい中小企業連携組織を設立し、組織間又は外部機関と交流・連携を図りながら活動を展開していくことが重要となる。

また、組織の選択にあたっては、相互の情報交換程度の事業であるならば中小企業連携グループにみられるよう任意組織による緩やかな連携体により事業活動を行うことも選択肢となるが、社会的な信用度、事業実施の継続性や今後の展開等を考慮すると、法的存在を認められ、かつ、責任能力を有する法人化組織を選択することが望ましい。

以下には、ソーシャルビジネスを展開するにあたって、その実施主体となるべき組織の種類について経緯や特徴点をまとめた。また、**図表－２**は、組織別の存立数等の推移を示したものである。

①　中小企業組合

中小企業組合は、中小企業等協同組合法（1949年６月１日公布、1949年７月１日施行）に基づく「事業協同組合、事業協同小組合、火災共済協同組合、信用協同組合、協同組合連合会、企業組合」、中小企業団体の組織に関する法律（1957年11月25日公布、1958年４月１日施行）に基づく「協業組合、商工組合、商工組合連合会」、商店街振興組合法（1962年５月17日公布、1962年８月15日施行）に基づく「商店街振興組合、商店街振興組合連合会」、生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（1957年６月３日公布、1957年９月２日施行）に基づく「生活衛生同業組合、生活衛生同業組合連合会、生活衛生同業小組合」をいう。

中小企業組合には、経営の近代化・合理化、経済的地位の向上を図るための事業協同組合や、組合員となった個人に勤労の場を確保し、経営の合理化を図るための企業組合、商店街地域の環境整備を図るための商店街振興組合、また、業界全体の改善と発展を図るための商工組合、さらには、組合員の事業を統合し、規模を適正化して生産性の向上、共同利益の増進を図るための協業組合などがある。

図表－２　中小企業・小規模事業者に有効な組織の存立数の推移

年　　度	全企業数	うち、中小企業数	中小企業組合	特定非営利活動法人（ＮＰＯ法人）	有限責任事業組合（ＬＬＰ）	合同会社（ＬＬＣ）	一般社団法人
1996年	5, 102, 642	5, 072, 922	49, 709				
1997年	—	—	49, 564				
1998年	—	—	49, 296	23			
1999年	4, 851, 104	4, 836, 764	49, 260	1, 724			
2000年	—	—	48, 817	3, 800			
2001年	4, 703, 039	4, 689, 609	48, 911	6, 596			
2002年	—	—	48, 842	10, 664			
2003年	—	—	48, 272	16, 160			
2004年	4, 338, 135	4, 325, 790	48, 133	21, 280			
2005年	—	—	47, 987	26, 394	343		
2006年	4, 210, 070	4, 197, 719	47, 582	31, 115	1, 695	3, 438	
2007年	—	—	47, 207	34, 369	2, 622	9, 409	
2008年	4, 202, 630	4, 190, 719	46, 932	37, 192	3, 297	14, 328	201
2009年	4, 213, 190	4, 201, 264	40, 891	39, 732	3, 822	19, 335	2, 003
2010年	—	—	40, 094	42, 385	4, 239	25, 613	4, 136
2011年	—	—	39, 520	45, 138	4, 546	33, 805	6, 487
2012年	3, 863, 530	3, 852, 934	38, 797	47, 540	4, 886	43, 510	9, 580
2013年	—	—	38, 133	48, 980	5, 184	56, 689	12, 828
2014年	3, 820, 338	3, 809, 228	37, 713	50, 087	5, 491	74, 731	17, 218
2015年	—	—	37, 077	50, 866	5, 750	94, 762	22, 175
2016年	3, 589, 333	3, 578, 176	36, 793	51, 515	5, 990	115, 451	27, 592
2017年	—	—	36, 450	50, 870	—	—	—
2018年	—	—	36, 098	51, 610	—	—	—

資料：「中小企業白書」2019年４月26日　中小企業庁561頁。中小企業数は中小企業庁が「28経済センサス」の統計からとりまとめた2016年度末数値が最新となる。中小企業組合については、「中小企業と組合」2019年２月号　全国中小企業団体中央会　５頁を参照した。

特定非営利活動法人については、2019年９月10日時点の「内閣府 npo ホームページ」（https://www.npo-homepage.go.jp/）を参照した。また、一般社団法人、有限責任事業組合（ＬＬＰ）、合同会社（ＬＬＣ）については、同日時点で最新データを「商業・法人登記（年次表）」法務省【登記統計　統計表】ホームページ（http://www.e-stat.go.jp/）において確認したところ、2017年以降の数値は公表されていない。なお、各組織の数値は、筆者がこれらの集計結果からとりまとめ作成したものである。

中小企業組合は、2018年３月末現在、3万6,098組合[注２]が存在している。ソーシャルビジネスを実施するにあたって、組合の目的や原則から企業組合、事業協同組合が選択されることが多い。なお、商店街振興組合等の商店街組合においては、ミニコミ誌、空き店舗を活用した乳児や子どもの一時預かりなどのコミュニティ・ビジネス[注３]を実施している例も少なくない。

[注２] cf.　中小企業組合数については、「中小企業組合の設立動向」2017年３月　全国中小企業団体中央会　64頁、「中小企業と組合」　2019年２月　全国中小企業団体中央会　５頁を参照した。

[注３] cf.　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標記されることがある。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により行われていること場合が多い。コミュニティビジネスは、商店街や地区内の市民、住民、仲間などが多く、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する地域的に限定された形態として捉えられる。本稿では、ソーシャルビジネスについて、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つの要件をすべて満たし、コミュニティビジネスを含む概念として整理している。

② 特定非営利活動法人

特定非営利活動法人（ＮＰＯ法人＝Non Profit Organization）は、1998年３月25日に公布（1998年12月12月１日施行）された「特定非営利活動促進法」に基づき、「保険、医療又は福祉の増進を図る活動」「社会教育の推進を図る事業」など20分野に属する社会貢献活動を行う目的で法人格を取得した団体をいう。法人組織の認定制度は2001年10月から創設された。非営利活動組織（ＮＰＯ）は、介護、医療、福祉などの社会貢献活動を行い、組織の構成員に収益を分配することを目的としない団体（任意団体）の総称を示し、法人格を取得している特定非営利活動法人（ＮＰＯ法人）とは異なる。特定非営利活動法人のうち、その運営組織や事業活動が適正かつ公益の増進に資することにつき一定の要件を満たしていることについて国税庁長官の認定を受けている団体を「認定特定非営利活動法人」(認定ＮＰＯ法人制度)といい、個人や法人から受ける寄附金について課税上有利になる等の恩典が受けられる団体として認められた。認定特定非営利活動法人制度は、その後2011年法改正により2012年４月１日から所轄庁が認定を行う新たな制度として創設された。また、同時にスタートアップ支援のため、設立後５年以内の特定非営利活動法人を対象とする、仮認定ＮＰＯ法人制度も導入された(2016年の法改正により、2017年４月１日から仮認定ＮＰＯ法人は特例認定ＮＰＯ法人に名称変更された。)。2019年７月末現在、5万1,469[注4]の特定非営利活動法人のうち、認定特定非営利活動法人は1,078法人、特例認定ＮＰＯ法人は37法人となっている。

特定非営利活動法人は、ソーシャルビジネスを行うのに一般的に広く選択されている一方で、組織目的が社会的課題への対応に置かれるため、市場社会における収益性の確保、組織活動維持のための経費負担等の課題もみられ、運営に窮する組織も少なくない。

③ 有限責任事業組合

有限責任事業組合（ＬＬＰ＝Limited Liability Partnership）は、2005年４月27日に「有限責任事業組合の契約に関する法律」が公布され（2005年８月１日より

[注4] cf. 特定非営利活動法人数については、内閣府ｎｐｏホームページ https://www.npo-homepage.go.jp/を参照した。

施行)、民法の特例法人として設立が可能となった。イギリスのＬＬＰ制度にならい、組合契約を基礎として形成された組織体であり、すべての構成員をパートナーとして、その責任が限定されているのが特徴である。中小企業や大企業の連携、共同研究開発、産学連携、創業など共同事業のための新しい組織として選択されている。有限責任事業組合は、2005年には343件が設立され、その後次第に増加してきており、毎年の契約の効力発生数を加算し、それに毎年の解散数を差し引きした数値を存立数としてみると、2016年３末では5,990件[注５]が存立している。ソーシャルビジネスに取り組む実施機関として十分活用できる。

④　合同会社

合同会社（ＬＬＣ＝Limited Liability Company）は、2006年５月１日から施行された会社法により誕生した人的会社である。合資会社、合名会社と同様に持分会社といわれ、株式会社と比較すると法律の規制が緩く、株主の責任が有限でありながら、比較的自由に会社の内部組織や利益配分のルールなどを決めることができる。設立手続きが簡素で設立するための費用も比較的安価な会社組織である。社員が有限責任のためリスクの高い新事業に挑戦しやすく、利益の配分割合を出資額とは関係なく自由に定めることができる。利益の還元である「分配割合」については、合同会社が定款で自由に定めることができることから、組織と運営が容易な法人化組織として選択されている。ソーシャルビジネスに取り組む組織として十分、対応が可能である。合同会社も制度発足以来、設立数を伸ばし、毎年の設立数を加算し、それに毎年の解散数を差し引きした数値を存立数としてみると、2016年３月末では11万5,451件[注６]と大幅に増加してきている。

⑤　一般社団法人

一般社団法人は、2008年12月１日、「一般社団法人及び一般財団法人に関する

[注５] cf.　有限責任事業組合数については、「商業・法人登記（年次表）・種類別 有限責任事業組合契約の登記の件数（2006年～2016年）」法務省【登記統計　統計表】ホームページ（http://www.e-stat.go.jp/）を参照した。各年度の数値は、登記数に解散数を減算し、さらに前年度の登記数を加算して数値をとりまとめたものである。

[注６] cf.　合同会社（ＬＬＣ）数については、「商業・法人登記(年次表)・種類別 合同会社の登記の件数(2006年～2016年)」法務省【登記統計　統計表】ホームページ（http://www.e-stat.go.jp/）を参照した。各年度の数値は、各年度の登記数（登記上の設立、合併又は組織変更若しくは種類変更による設立、会社分割による設立の合計数）に解散数を減算し、さらに前年度の登記数を加算して作成した。

法律」「公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律」「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律及び公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」の３つの法律の施行に伴い、従来の財団法人、社団法人が、公益財団法人、公益社団法人、一般財団法人、一般社団法人の４つに分類された。そのため、公益社団法人、公益財団法人は、組織がないまま設立することができず、従来の社団法人や財団法人から移行するか、あるいは、一般社団法人や一般財団法人を設立してから移行することとなった。

一般社団法人は、一定の要件を満たしていれば設立できる法人で、事業目的に公益性がなくても設立が可能である簡易な組織であるが、事業活動の全てが課税対象となる。不特定かつ多数の人の利益を増やすことを目的として設立することができるため、中小企業が公益性と営利性をもってソーシャルビジネスを行おうとする組織に向いているといえる。

2008年の一般社団法人化以降、当初は243の設立数であったが、簡易に法人化ができることから増加は続いており、いまだ組織選択のニーズは高い。毎年の設立数を加算し、それに毎年の解散数を差し引きした数値を存立数としてみると、2016年３月末では2万7,592件[注7]となっている。

⑥　中小企業連携グループ

中小企業・小規模事業者が、異分野の知識、技術等の資源を互いにもちより、経営資源を補完し、試作品開発などを行う任意組織体として「中小企業連携グループ」、中小企業・小規模事業者等が共同で出資し設立される「株式会社」なども中小企業連携組織として活用できる。中小企業連携グループは、1980年代後半に見られた異業種組合、融合化、各地域で見られた異業種交流プラザ等から誕生した連携組織があげられる。グループ化内で業務分担規約・規程、成果分配の基準等を定めていけば、他の法人化組織に比べ、設立申請などの事務的負担もないことから、任意組織の緩やかな連携体として共同研究開発やグループ補助金等の施策の受け皿として活用される場合には、動きやすく、ソーシャルビジネスを行うにも適した組織となる。しかし一方で、情報交換・提供程度の活動内容で結局

[注7] cf.　一般社団法人数については、「商業・法人登記（年次表）・種類別 一般社団法人の登記の件数（2008～2016年）」法務省【登記統計　統計表】ホームページ（http://www.e-stat.go.jp/）を参照し、数値をとりまとめ作成した。

終わってしまうこともあり、事業者同志の結びつきが難しいともいえる。

また、東日本大震災以後、被災地における任意組織による仮設店舗の設置、復興の牽引役となり得る「地域経済の中核」を形成する中小企業等グループに対する支援策として、「中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業」（グループ補助金）が措置されたこともあり、法人化していなくても被災地域で形成された企業のグループが、復興事業計画を作成し、県から認定を受けた場合に施設・設備の復旧・整備に対して、補助金が受けられるものもある[注8]。

３．結　論

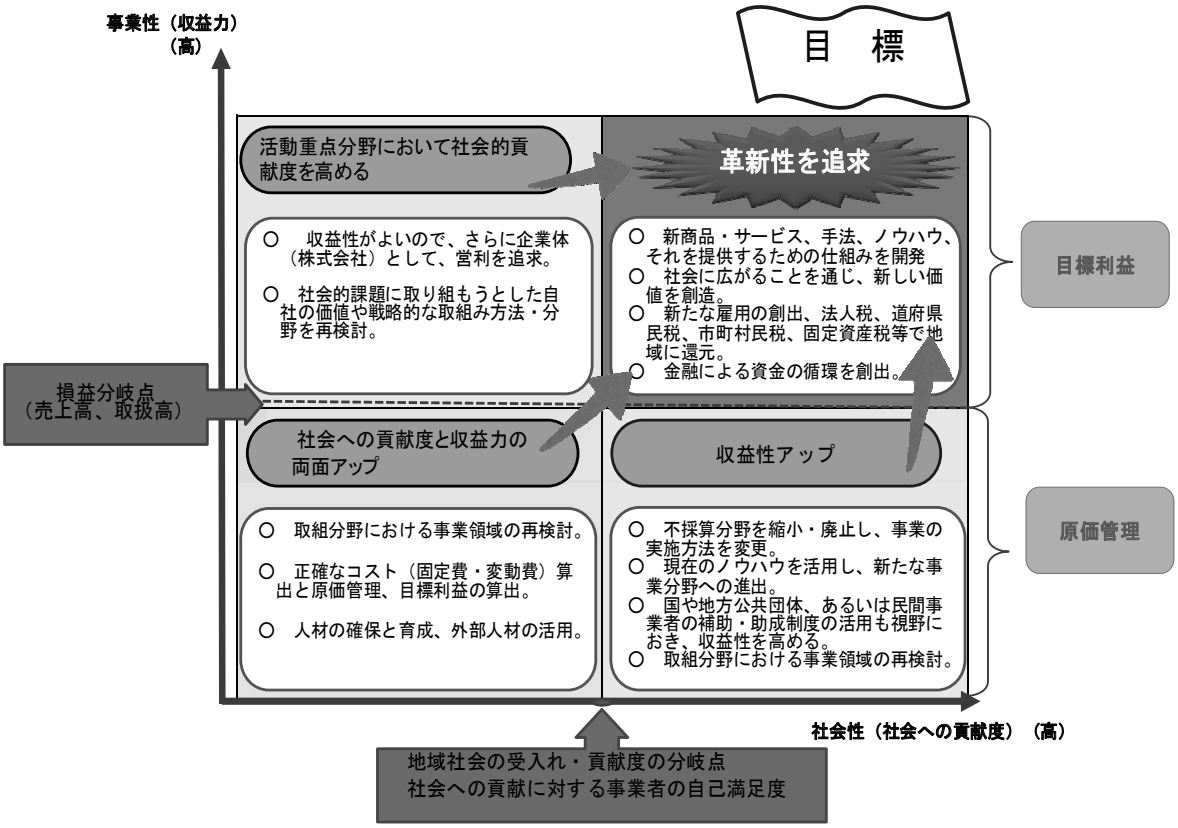
中小企業・小規模事業者が社会的課題の解決・解消、緩和に向け、ソーシャルビジネスに取り組むためには、企業単独ではなく、中小企業連携組織を活用して、共同で事業活動に取り組むことが有効である。中小企業連携組織は、組合員や会員企業が有する経営資源情報をつかみ、利用させてもらえる資源を集め、かつ、外部専門家や関係機関と連携しながら、事業分野のニーズに対応した“他の企業にはない、新たな商品・サービス”を制作する。ソーシャルビジネスとして取り組む活動は、総じて社会に対する貢献度（社会性）は高い。そして、常に事業活動の生産性を定量的に把握しながら収益力（事業性）を確保する。また、生み出された“他の企業にはない、新たな商品・サービス”は、さらに改良を続けることにより、制作ノウハウや手法、提供する仕組みを改良、開発していくことで、新しい価値が創造（革新性）される。

[注8] cf.　東北経済産業局が2019年８月29日に発表したところによると（https://www.tohoku.meti.go.jp/koho/topics/earthquake/pdf/190829.pdf）、東日本大震災により被災した北海道、青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県、栃木県及び千葉県において、合計で758グループに対し5,224億円（うち国費3,483億円）の交付決定が行われている。九州経済産業局が2019年８月29日に発表したところによると（https://www.meti.go.jp/press/2019/08/20190829003/20190829003.html）、熊本地震における第１回交付決定からの実績は、熊本県（計29回）では503グループに対し1,387億円（うち国費924億円）、大分県（計15回）において16グループに対し31億円（うち国費21億円）となっている。両県の実績を合わせると、519グループに対し1,418億円（うち国費945億円）の交付決定が行われている。また、平成30年７月豪雨により甚大な被害を受けた地域（岡山県、広島県、愛媛県）についても同制度が設けられ、中国経済産業局が2019年８月28日に発表したところによると（https://www.chugoku.meti.go.jp/disaster/h3007gouu/index.html）、第１回～第13回までの交付決定は、424グループ・1,139者に対し、145億6,220万円（うち国費97億811万円）となっている。

つまり、ソーシャルビジネスは、中小企業・小規模事業者が企業の存在価値を高めつつ、事業を発展させるための手法（第二創業、転業）であり、新たな分野を開拓する大きな可能性を有する取組みとなる。なお、中小企業連携組織のうち、特に企業組合は、自らが出資し組合員となり、労働の場を創り出し、利益を分配する柔軟な法人組織である。副業・兼業により自らが事業者となる場合や、労働者個人が集まり、一つの事業体として活動を行う場合など、組織制度の目的、運営のしやすさ、活動に対する施策利用等の観点からも、ソーシャルビジネスを行うのに最も適した組織体であるといえる。

これからの中小企業連携組織は、一つの事業主体として、従来、ビジネスの対象として捉えることが難しかった社会的課題を新たな事業分野とし、ソーシャルビジネスの実行主体として取り組んでいくことが重要である。これは、中小企業連携組織が重点的に取り組まなくてはならない事業活動の方向性であり、組織の維持と生存領域の拡大に繋がること期待したい。（図表－３）

図表－３　中小企業連携組織が取り組むソーシャルビジネスの活動目標



出所：筆者作成

＜参考文献＞

「平成19年度企業組合実態調査結果」　2008年２月　全国中小企業団体中央会　224頁
「ソーシャルビジネス研究会報告書」　2008年４月　経済産業省　４頁
「新成長戦略」　2010年６月18日　閣議決定　32頁、33頁
「平成21年度地域経済産業活性化対策調査（コミュニティビジネスの統計と制度的検討のための調査事業)」　2010年２月　三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社　12、32、61、67、68、86頁
「ソーシャルビジネス55選」　2009年２月　経済産業省
「ソーシャルビジネス・ケースブック」　2011年３月
「ソーシャルビジネス推進研究会報告書」　2011年３月　経済産業省
「ソーシャルビジネス調査」　2011年３月　独立行政法人中小企業基盤整備機構　経営支援情報センター　10-11頁
「ソーシャルビジネス・ケースブック（震災復興版）～被災地の復興に向けたソーシャルビジネス～」　2012年１月　経済産業省
「経済社会課題対応事業の促進に関する法律案（内閣提出、第180回国会閣法第28号)」　2012年２月10日　閣議決定
「ソーシャルビジネス実施組合活動状況調査」　2012年２月　全国中小企業団体中央会
「中小企業組合におけるソーシャルビジネスの現状と課題」　2012年９月　青山経営論集　第47巻　第２号　森川信男　拙著　46-47頁
「中小企業連携組織の動向と成長が期待される事業活動分野」　2013年12月　青山経営論集　第48巻　第３号　拙著　87-94頁
中小企業数については、以下の資料を参照した。
＜1996～2001年データ＞
「2003年度版中小企業白書」付属統計資料　3-4頁　2003年5月　中小企業庁
＜2004～2009年データ＞
「2011年版中小企業白書」2011年８月　中小企業庁　402頁
「2012年版中小企業白書」2012年８月　中小企業庁　302頁

「2013年版中小企業白書」2013年４月　中小企業庁　324頁
＜2012年データ＞
「2015年版中小企業白書」2015年４月　中小企業庁　566頁
＜2014年データ＞
「2017年版中小企業白書」2017年８月　中小企業庁　543頁
＜2016年データ＞
「2019年版中小企業白書」2019年４月　中小企業庁　561頁
「平成27年度企業組合実態調査結果」　2015年３月　全国中小企業団体中央会　資料編　43頁
「平成27年度特定非営利活動法人及び市民の社会貢献に関する実態調査」　2016年３月　内閣府
「中小企業組合の設立動向」　2017年３月　全国中小企業団体中央会　64頁
「中小企業と組合」　2017年３月　全国中小企業団体中央会　64頁
「中小企業組合制度を活用した新事業展開」　2017年３月　一般財団法人商工総合研究所
「ソーシャルビジネス実施組合活動状況調査（2017年度版）」　2017年９月　全国中小企業団体中央会
「中小企業と組合」　2019年２月　全国中小企業団体中央会　５頁
「平成30年度中小企業組合のあり方研究会報告書」　2019年３月　全国中小企業団体中央会