

# ソーシャル・ビジネスの法人形態

竹内 英二

日本政策金融公庫総合研究所首席研究員

キーワード：ソーシャル・ビジネス, 法人格

## 【要旨】

ソーシャル・ビジネスを営んでいる企業の法人格はNPO法人もあれば株式会社もあり、多様である。それは、ビジネスの分野や問題の解決手法によって、適切な法人格が異なるからである。行政との協働や補助金に頼らざるを得ない場合はNPO法人を選択することが多くなるし、行政の協力がなくても収益が見込めるのであれば株式会社を選ぶ。つまり、きわめて実用的な観点から法人格を選択している。また、NPO法人等では出資ができないことから、専用の法人格を設けるべきとの議論もあるが、出資を必要とする企業は少ない。

## 1. 本稿の目的

社会的問題の解決を目的とするソーシャル・ビジネス（SB）に取り組んでいる企業の法人格には、NPO法人や一般社団法人など非営利法人もあれば、株式会社のような営利法人もある。それぞれの法人格には一長一短があり、例えばNPO法人は事業の社会性だけではなく、所有や意思決定の社会性もアピールしやすいが、出資による資金調達ができないなど経営の自由度は低い。一方、株式会社は経営の自由度は高いものの、外形からは社会性がわかりにくい。これらのことから政府ではSB用の法人格を設けることも検討されている。いったい、SBを行う起業家は法人格をどのように選定しているのか。また、専用の法人格は必要なのだろうか。日本政策金融公庫総合研究所が行った

「社会的問題と事業との関わりに関するアンケート」の結果を用いてみていく。

## 2. アンケートについて

アンケートは2014年8月に実施したもので、調査票の発送、回収ともに郵送による。調査対象は、株式会社帝国データバンクの企業データベースから、年間収入が1,000万円以上の会社（中小企業）と、NPO法人、企業組合、一般社団法人とを、それぞれ5,000社ずつ抽出した。回収数は2,562社である。

なお、アンケートでは社会的問題を次の4種類とし、これらの問題を解決するために設立された企業、またはこれらの問題を解決するための事業を営んでいる企業、およびこれらの社会的問題を解決する法人や団体を支援する事業を行っている企業を、SBを営んでいる企業とした。

### ＜社会的問題の定義＞

- ① 高齢，心身の障害，貧困など，何らかの理由から就職できない，教育を受けられないといった社会的排除の問題
- ② 過疎，少子化，高齢化，河川や湖沼の汚染など地域社会が抱える問題
- ③ 地球環境問題
- ④ 開発途上国の支援に関する問題

## 3. 現在の法人格を選んだ理由

アンケートに回答した2,562社のうち，SBに取り組んでいる企業は1,146社，44.7%であった。その法人格をみると，NPO法人が89.8%と大部分を占めている。会社（株式会社と有限会社）は5.3%，その他（一般社団法人と企業組合）は4.8%にすぎない（図1）。

ただし，この結果をSB全体に当てはめることはできない。日本の会社数は約180万であるのに対し，NPO法人は5万にすぎない。アンケートはもともとNPO法人を多めに抽出しており，実際には会社の割合がもっと多いと思われる。

次に，現在の法人格を選んだ理由を多い順にみていくと，NPO法人は「補助金・助成金を得やすい」（44.0%），「官公庁の信用を得やすい」（35.7%），「消費者・利用者からの信用を得やすい」（32.3%），「設立に必要な財産・資本が

少ない」（29.9%）となっている（表1）。一方，会社は「民間企業からの信用を得やすい」（45.5%），「金融機関の信用を得やすい」（38.2%），「消費者・利用者からの信用を得やすい」（29.1%），「官公庁の信用を得やすい」（29.1%）となっている。

NPO法人の場合は官公庁，会社の場合は民間企業という違いはあるが，どちらも予定する取引先からの信用を得るにはどの法人格が適切かということを選択の基準としている。また，NPO法人では「補助金・助成金を得やすい」が，会社では「金融機関の信用を得やすい」が多くなっており，資金調達との関係もうかがえる。

一方，NPO法人のうち，その特徴の一つで

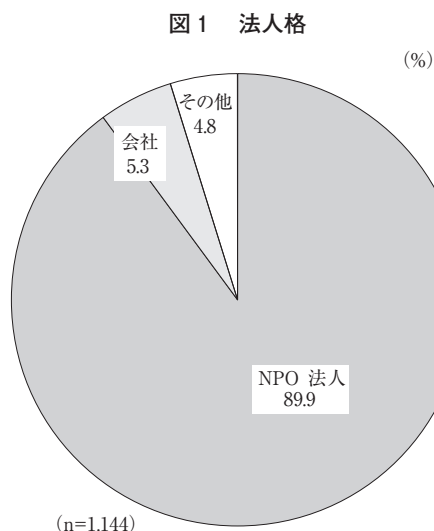


表1 現在の法人格を選んだ理由（抜粋）

（単位：%）

	第1位	第2位	第3位	第4位
NPO 法人 (n=981)	補助金・助成金を得やすい (44.0)	官公庁の信用を得やすい (35.7)	消費者・利用者からの信用を得やすい (32.3)	設立に必要な財産・資本が少ない (29.9)
会社 (n=55)	民間企業からの信用を得やすい (45.5)	金融機関の信用を得やすい (38.2)	消費者・利用者からの信用を得やすい (29.1)	官公庁の信用を得やすい (29.1)
その他 (n=51)	官公庁の信用を得やすい (35.3)	民間企業からの信用を得やすい (23.5)	消費者・利用者からの信用を得やすい (23.5)	補助金・助成金を得やすい (21.6)

注：複数回答。

ある「議決権が出資額に関係なく平等」を回答した企業は6.4%にすぎない。同様に「剰余金を配当できる」を回答した会社も5.5%にとどまる。ヨーロッパや韓国では、SB（正確には社会的企業）の要件として所有や意思決定の社会性、利益処分の制限が挙げられているが、アンケート結果をみれば、そうした理念よりも実用性の観点から法人格を選択していると考えられる。

#### 4. 法人格を選ぶ二本の軸

SBは、行政や既存の企業が解決できない、あるいは手をつけられない社会的問題を扱うだけに、一般に収益を確保することが難しい。例えば、障害者の就労やホームレスの社会復帰、貧困家庭の児童の学習を支援するといった社会的排除にかかる事業は、当事者から十分な対価を得ることが難しい。十分な対価を取ろうとすれば、当事者はサービスを利用できなくなってしまう。社会的問題を解決することと事業の収益を最大化することが相反するのである。こうしたSBでは金融機関からの融資が難しく、行政からの補助金や助成金、あるいは委託事業や協働にある程度期待せざるを得ない。

一方、社会的問題を解決することと利潤を上げることが矛盾しないケースもある。例えば、株式会社マザーハウスはバングラデシュやネパールの人たちが貧困から脱出するために、それぞれの国で生産したファッション製品を日本や台湾で販売している。この場合、同社が利益を上げれば、それだけバングラデシュやネパールの従業員も豊かになり、事業の目的が実現に近づく。

このように資金調達等で行政への期待が大きければNPO法人など非営利法人を選ぶだろうし、行政に頼らなくても収益を上げる可能性が大きければNPO法人よりも会社を選ぶことになる。

#### 5. 新しい法人格は必要か

SB用の法人格が検討されている背景には、NPO法人や一般社団法人など非営利法人には株式会社のようには出資できないことがある。もし、出資が可能になれば寄付や寄贈、補助金に頼らなければならない現状よりも財務基盤が安定するかもしれないとされる。

アンケートで第三者から資金を調達する場合に融資と出資のどちらがよいかを質問したとこ

図2 融資か出資か

	(%)			
	融資がよい	出資がよい	どちらともいえない	どちらも必要ない
NPO法人 (n=967)	20.2	14.3	43.4	22.1
会社 (n=60)	45.0	6.7	38.3	10.0
その他 (n=55)	23.6	12.7	38.2	25.5

ろ、会社では「融資がよい」とする企業の割合が45.0%で最も多く、「出資がよい」とする企業の割合は6.7%にとどまった(図2)。株式会社は、本来第三者から資金調達するための手段であるが、現実にはそうした需要は小さい。一方、NPO法人では「融資がよい」とする企業の割合は20.2%で会社よりも少なく、現在は認められていないにもかかわらず、「出資がよい」とする企業の割合が14.3%で会社よりも多い。

ただし、「出資がよい」とする企業の割合は、SBによる売り上げが多いほど少なくなっており、年商1,000万円未満の企業では15.8%であるが、同5,000万円以上では7.7%となっている。逆に、「融資がよい」とする企業の割合は同1,000万円未満の企業では16.7%であるが、同5,000万円以上では33.2%となっている。つまり、出資を望むのは単に借りても返せないからであり、返済能力があれば出資よりも

融資がよいとする企業が多いと考えられる。

したがって、資金が乏しいスタートアップ時を除くと、出資が可能になるというだけでは、専用の法人格を必要とするSBは少ないのではないかと思われる。実際、アンケートで必要なSB支援策を質問したところ、「新たな法人格の制定」を挙げた企業は2.8%にすぎない。

SBは、取り組んでいる社会的問題も解決方法も多様である。したがって、株式会社がよい場合もあればNPO法人がよい場合もあるし、一般社団法人や企業組合がよい場合もある。専用の法人格をつくったとしても、それによって問題が解決されるSBはごく一部であり、逆に専用の法人格をもたないものはSBではないのかという問題を新たに生むだろう。新しい法人格をつくるにしても、専用の法人格という位置づけではなく、SBの選択肢を増やすという程度にとどめた方がよいと思われる。