

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の 構築に向けて：

国際的な議論の現状と日本における含意

Towards the Ideal Type of Social Business in Japanese Society:

Current State of International Discussions and Implications in Japan

洪 性旭
HONG, Sung Wook

はじめに

第1節 ソーシャルビジネス (SB) の研究状況

1-1. SB 議論の背景：サードセクター概念

1-2. 欧州における SB 研究

1-3. アメリカにおける SB 研究

1-4. 日本における SB 研究の現状

第2節 日本における SB 受容

2-1. 政府レベルでの SB 受容

2-2. 民間レベルでの SB 受容の例

第3節 日本における SB 研究の限界と新たな視座の必要性

3-1. 学術研究上の限界

3-2. 新たな視座の必要性

おわりに

【要旨】

本研究は、以下の二つの設問-①西欧世界に現れてきたソーシャルビジネス (SB) に関わる議論が前提するところと、その概念が紹介された日本社会における認識の有り様の理解と、②メタレベルの「日本における近代」に関わる議論との接続-からなっている。紙幅の関係から、本稿ではひとまず前者を取り上げ、以下の事項について検討していく。まず、SB という概念に関する西欧での議論の背景と論点を整理する。



日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

ここでは、SB 概念の背景となるサードセクターに関する議論と、欧州及びアメリカにおいて SB がどのように認識されているかを解説する。次に、日本でどのような言説が形成されているか、また、実践領域においてはどのように導入されているかについて考察する。最後に、日本における SB 議論において抜け落ちている論点を指摘し、その論点から日本における SB を捉えるための理念型を提示し、今後の議論で必要となる論点について指摘する。

This paper gives a consideration to the premise of discussions about Social Business (SB) in Western world and depicts current state of discourses on SB in Japan that has imported these discussions. As the background of SB in the Western discourses, “the Third Sector” concept including differences of perception between US and Western Europe will be explained. Next, both academic discussions and practical applications on SB being formed in Japan will be introduced. Finally, this paper will indicate missing issues on SB discourses in Japan to present an ideal type of SB. This ideal type will be a link to connect current SB discussions in Japan to a more meta-level consideration on “Modernity in the Japanese society.”

キーワード：ソーシャルビジネス、社会的企業、サードセクター
Keywords: Social Business, Social Enterprise, the Third Sector

はじめに

1980 年頃から西欧を中心に実践と研究が始まった「ソーシャルビジネス (Social Business、以下「SB」と略)」や「社会的企業 (Social Enterprise、以下「SE」と略)」、「社会起業家」といった概念¹⁾は、1990 年代からは日本にも紹介され始めた。従来の公的セクターによって供給されてきた社会サービスが「民間の、営利を第一義としない収益事業活動」によって提供されるという意味を多かれ少なかれ共有しているこれらの言葉は、とりわけ 1998 年に成立した「特定非営利活動促進法」(以下「NPO 法」と略する)を機に、日本国内においても認知度を上げてき

ている。超過利益を分配せず、かつ公共福祉に関わる様々な領域に取り組むことを営利目的に優先する事業目的として有する特定非営利活動法人(以下「NPO法人」と略する)に加え、近年は、定款の制定における裁量権の向上に伴い、株式会社や有限会社等の商法上会社でありながら「営利を第一義としない」ことを体現する内容の定款を持つ企業の存在も少数ながら確認されている。

世界的に見ると、SBという概念は、西欧近代資本主義の経済秩序において1930年代から1960年代を中心に発展してきた福祉国家—市場競争によって利益を生み出す「市場セクター」と、その利益を税金等の形で歳入に変換し国民へ再分配する「公的セクター」の二つのセクターからなる体制—と、その福祉国家が限界を迎えると認識されたという意味での「福祉国家の危機」議論を背景にしている。SBの登場は、「福祉国家の危機」における代案となり得る存在として注目された、社会的ニーズの充足を優先する経済主体からなる領域を表す「サードセクター」議論を起点にしている。SBは、上述のサードセクターの主要な行為主体として位置付けられており、その解釈も、基本的にはサードセクター概念に対する以下の二つのアプローチをもとになされている。一つは、主にアメリカを中心にした「非営利セクター・アプローチ」で、政府や市場経済とは独立して存在するNPOなどのボランタリー・アソシエーションからなる「サードセクター」の中であって、商業機能を備えたNPOをはじめとする様々な形の事業体をSBまたはSEとして捉える。もう一つは、主に大陸欧州を中心に展開される「社会的経済アプローチ」で、政府や市場経済と接点を持ち協力し合う「サードセクター」の中であって、民主的な組織ガバナンスをもって収益事業を行う新しい運営原理を持つ事業体のことをSBまたはSEとして捉える。

SBをめぐる上述の二つの解釈は、代表的な定義の仕方として日本や韓国などの東アジア諸国にも紹介ⁱⁱ⁾されている。しかし、日本の状況を見ると、しばしば、政府の公式の言及においてさえ「社会へ革新をもたらす事業体」「あるべき社会を実現するための事業」といった漠然な表現が用いられている。また、その活動は基本的に市場経済の原理に沿って行われるもの、または、現時点では市場に認知されていないものの、将来的には市場の中に組み込まれ市場経済の外縁を拡張していくもの、

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

という認識も見られる。しかし、SB を包含する「サードセクター」概念に関する解釈からすると、そもそも市場経済だけでは需要に対する十分な供給が原理的に成立し得ない物やサービスの生産・供給を行う領域、または、ハーバーマスの議論を参照しながら、市場経済と社会保障という二つのシステムに市民の生活領域が全面的に依存することによって起こり得るリスクへの対処であるとするものⁱⁱⁱ⁾もある。

SB をサードセクターに属する概念とする立場を参照するならば、その活動の性格も当然、サードセクターの性格を反映したものとして位置付けられるべきであろう。実際、上記のような多様な解釈は、日本政府や研究者たちの間でも認知され、複数の文献等を通して日本に紹介されている。どちらも SB や社会的企業というワードの認知度を上げる機能を持っており、一部の研究は「そもそも SB / 社会的企業とは何か」という問いに一定の答えを提示するものとも解釈できるが、それらの諸概念が輸入されたこの日本社会という土壌と、その土壌の上で概念が変容する可能性については、依然として研究蓄積が十分とは言えない。

西欧近代資本主義から発生した福祉国家という発想やその上に設定される三つのセクターが、直ちに日本社会の背景にもなると言えるだろうか。そこには、上述の新しい概念が受容されるにあたって、日本社会における社会的・文化的諸要因が影響している可能性があるのではなからうか。これらの問いに答えるためには、以下の二つに関する理解と接続が必要であると考え。一つは、西欧世界に現れてきたサードセクターや SB に関わる議論が前提するところと、その概念が紹介された日本社会における認識の有り様の理解であり、二つ目は、よりメタレベルにおいて、社会科学分野で長年の間共有されてきたテーマである「日本における近代」に関わる議論との接続である。紙幅の関係から、本稿ではひとまず前者について論じていくこととする。

まず、「SB が日本にいかなる形で受け入れられているか」という認識目標を設定する際に確認しておかなければならないのは、そもそもこれらの概念が様々な議論に絡んでいることと、また、その定義が多様性・可変性を内包していると同時に、最低限の共通項—市場と政府によって充足されていないという意味での「社会的ニーズ」または「社会的課題」

に、民間主体の経済的手法をもって取り組むこと一を有する、ということである。

また、これら概念が出現した背景とされ、日本においても語られてきている前提—福祉国家の登場と危機、そしてその危機への対応としての社会保障機能と民間部門の融合—が、日本においてはそのまゝの形では体験されていないということに注目する必要がある。つまり、一方では、日本において「サードセクター事業体であるSBを立ち上げる」ということの意味が、「社会的課題の解決に収益事業を用いて取り組むこと」という表現に示されているごとく、自由市場経済に接続する形で、設立者や起業者個人の主観に基づく「あるべき世界」「ありたい姿」を収益事業で体現する試みと等価にされているということ、他方では、そもそも日本において「社会」そして「社会性」なる言葉の持つ意味が、SBという概念が入って来る際にどのような関係と相互作用を示すかについて考察する必要が生じるのである。

定量的または形式的水準で日本に福祉国家体制という背景が存在するか否かとは別に、本研究の認識では、日本社会において「社会」に対して持たれている意味は、とりわけ西欧近代社会におけるそれとは大きく異なる。そしてその意味は、近代的な社会秩序を形成するモメンタムの源泉であり社会の構成要素でもある「自由な個人」と、自由な諸個人によって行われる民主的意思決定が、それぞれの社会において一般的であるか否かに関わる^{iv)}。ある事業者が「今、社会に必要とされている物事」を想定し、事業目標として掲げ取り組むこと自体は、敢えてSBを区別せずとも、一般的な営利ビジネスの中からも広範に観察できるだろう。中には、事業者の裁量によって利潤最大化よりも件の事業目標を優先する場合さえあり得る。しかし、上述の一連の流れ—「社会的課題」を事業目標に掲げ、営利追求よりも事業目標の追求を優先する事業体を組織し取り組むこと—が民主的意思決定プロセスに則って行われているかどうか、その事業がSBか否かを区別する決定的なメルクマールとなる^{v)}。

上記の論点を踏まえ、本稿では以下の事項について検討していく。まず、SBという概念に関する議論の震源地とも言える西欧での議論の背景と論点を整理する。そこでは、SB概念の背景となるサードセクターに関する議論と、欧州及びアメリカにおいてSBがどのように認識され

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

ているかを解説する。次に、日本においてどのような言説が形成されているか、また、実践領域においてはどのように導入されているかについて考察する。最後に、日本における SB 議論において抜け落ちている論点を指摘し、そこから日本における SB を捉えるための理念型を提示し、今後の議論で必要となる論点について指摘する。

第 1 節 ソーシャルビジネス (SB) の研究状況

1-1. SB 議論の背景：サードセクター概念

サードセクターとは

SB または社会的企業は、「サードセクター」と呼ばれる領域^{vi)}の新たな経済主体の一つとして位置付けられる。ドゥフルニ (2004) によると、サードセクターは「伝統的な民間営利セクターにも公的セクターにも属さない」経済主体からなる領域で、「第一義的には利潤を追求せず、公的セクターを構成することもない企業と組織のほとんどを包含する」ものとして、1970 年代半ばから議論の対象として認識され始めた (ドゥフルニ、2004:1-4)。リピエッツ (2011) は著書『サードセクター』において、経済的な意味における「セクター」概念を「①それを形成する経済的単位の性格、②経済的単位と被雇用者との関係、③経済的単位とその活動の受益者との関係、④活動のための資金調達、⑤他のセクター、特に国家 (税制、補助など) を経由したセクターとの関係の管理」などから特徴付けている。その上で、サードセクターは、人間の活動が市場セクターと公的セクターの二つの分野^{vii)}に限定されることで社会的紐帯に生じた間隙を埋める (リピエッツ、2011:40、傍点筆者) 性格を持っているとしている。向井 (2015) は、サードセクター事業体のことを「事業性 (経済事業を実施していること)」「剰余分配基準 (非営利事業体と否営利事業体^{viii)})」「事業主体 (CSR を含まない)」の三つのメルクマールから区別している。「事業性 (経済事業)」は、市場^{ix)}において、事業継続を可能にする合理的な価格で販売することを目的に生産活動を行っていることを指すもので、寄付収入や政府補助金など、市場取引以外の収入源に

のみ依存する事業体を対象としていないという意味である。「剰余分配基準」は、収支差額としての利得が事業の目的ではないことと、結果として利益が生じた場合は構成員で分配するという二つの意味を包含している。最後の「事業主体」では、一般の営利企業が行う社会貢献事業(CSR)を取り上げ、一見すると事業主体は企業であっても、CSRにかかる費用が販売収入からもたらされている場合、真の費用負担者の所在が明確でない—消費者の間接的な公益活動参加と見なし得る—ことや、企業の長期的利益最大化行動となり得ることを指摘し、サードセクター事業体の定義から除外している。

いずれにせよ、上記の諸定義におけるサードセクターは、「福祉国家の危機」という認識、すなわち、市場における交換と国家・政府による再分配という二つの原理によって国民の社会権＝生存権を保障するシステムが限界にぶつかったという認識から、福祉国家が登場する前から民間に存在していた自助／互助的な経済活動やボランティア活動としてのサードセクターが「再発見」され、その中で収益事業を伴う新しい試みという意味でのSBや社会的企業が定義づけられる契機となっている。言い換えると、サードセクターは、「資本主義市場経済システムの中に存在根拠を有する」(向井、2015: 8-9) 経済主体、並びに、営利活動と無償活動の中間的領域を捉えるための概念として出発したと言える。

アメリカと欧州におけるサードセクター理解の違い

アメリカと欧州とにおけるサードセクター理解の原理的違いに関連して、向井(2015)は、アメリカと欧州ではそもそも「セクター」概念の理解に差異があるが、多くのサードセクター論は、否営利事業体(協同組合等)を含むか否かという外形的差異を指摘するにとどまっており、それがサードセクター概念の理解に混同をもたらす要因となっていると指摘する(向井、2015: 42)。彼によると、アメリカでは、「セクター」とは経済主体の規範的役割とその目的達成手段を区分するための概念であり、政府セクターと市場セクター、サードセクターはそれぞれ固有の規範と手段を有する、相互に相容れない独立した領域³⁾として理解されている(向井、同上: 36-37)。すなわち、アメリカにおいて政府セクター

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

は権力的（再）分配を手段にして「公正」という規範を志向し、市場セクターは自由な価格の分配（等価交換）を手段に「効率」という規範を、サードセクターは寄付やボランティア（贈与）を以って「友愛」という規範を志向すると理解される（向井、同上：37）。それに対して、とりわけ大陸欧州においては、サードセクターが政府セクターや市場セクターと同列に・独立領域として位置付けられておらず、政府、市場、社会（インフォーマル）セクターの境界領域において各セクターの接合と補完関係の強化を図るハブのような役割を果たす領域として概念化されている（向井、同上：37）。向井は、このような差異に関連して、社会的企業の特徴を表す言葉の一つである「ハイブリッド組織」が、アメリカでは「商業化に毒されている非営利団体」といった否定的意味で理解されるのに対して、欧州ではむしろ多元的要素を包含するという優位性として積極的意味を持たれていることをも指摘している（向井、同上：41）。

表1 サードセクター論への視角と課題設定に見る欧米比較

	呼称	セクターの理解	期待される 経済・社会的機能	収益活動の 評価	否営利組織 の取り扱い	研究課題
米	非営利 セクター	政府、市場と並立する固有の行動規範を有する独立した領域	市場の失敗、政府の失敗に対する代替機能	商業化＝ネガティブな理解	除外する	サードセクターの存在がパレート改善に繋がるメカニズムの解明
欧	サード セクター	固有の行動規範を有しない政府、市場、インフォーマルセクターの相互浸透領域としての多元的領域	社会サービス供給への市民の日常的関与に基づく社会統合の基盤	ハイブリッド化＝ポジティブな理解	包含する	多元的行動規範が組み合わさることによる非効率発生防止と潜在的可能性の実現に必要な条件の解明

向井（2015）36頁より

佐藤（2002）は、経済・社会システムの中に公的セクターと私的セクター（市場セクター）、コミュニティ・セクター（日常の生活空間）を設定し、それら三つのセクターの間を媒介するものとして、ボランティア・アソシエーションからなる「共的セクター（サードセクター）」を位置付けている。その上で、欧州との対比において、アメリカのボランティア・アソシエーションは「自立した個人」たちが織り成す「関係性（reciprocity）」

を前提にしているとする(佐藤、2002:195-199)。対して、欧州については、フランスを例にとり、フランス市民革命後の政府によって、諸個人による自由な経済活動を保障する一方で自発的結社はむしろ禁止する「ル・シャブリエ法」が1791年に作られ、公共空間そのものが法律によって否定されたことが紹介されている(佐藤、同上:206-207)。その後、19世紀にはアソシエーション思想をもとに、私的経済でも公的経済でもない第三の経済としての「社会的経済」が唱えられるも20世紀前半の社会保障システム＝福祉国家に吸収されるが、福祉国家の限界とそれに付随する新しい社会的リスクが認識されるにつれ、市場と国家の限界を補完しリスクに対応する部門として1970年代から再び「復権」された、という経緯を持っている。

さて、SB概念の理解に関わる意味でのサードセクターの理論的・実践的アプローチは、欧州を中心に議論が展開された「社会的経済アプローチ」と、アメリカを中心に展開された「非営利セクターアプローチ」の二つに大別できる。ドゥフルニ(2004)によると、この二つのアプローチは、組織の主目的の明確さ、組織内部における民主的ガバナンスの存在、そして利益分配の是非において違いを見せる。ドゥフルニは、しかし、二つのアプローチが最広義の一般的な規定にとどまる故、定義の厳密性の欠如(境界領域に当たる組織の性格等)や動態的把握の不可能性といった限界があると指摘し、社会的企業を捉えるための新たなアプローチと理念型設定の必要性を主張する。

後(2011)は、日本のサードセクターの範囲を同定するにおいてドゥフルニの上記の区別を引用しながら、欧州的アプローチ(＝社会的経済アプローチ)とアメリカ的アプローチ(＝非営利セクターアプローチ)との間の違いよりは「両者を広く包含するものとして日本のサードセクターの範囲を捉えるのが適切」(後、2011:5)であるとする。このような考え方の根底には、理論的に有意な区別よりも、とりわけ定量調査上の技術的な基準と範囲の設定が「実態」を捉える上で効率的であるという意識が働いていると解釈することも可能である^{x)}。

しかし、本研究の趣旨は、SBや社会的企業概念の調査技法や実証的

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

表2. サードセクター組織への既存アプローチ

論点	概要	
特徴	社会的経済アプローチ (1)法制度アプローチ：サードセクターを構成する主要な組織の規定 ①協同組合 ②共済団体 ③アソシエーション（非営利組織） (2)規範的アプローチ：組織の原則規定 ①利潤よりメンバーおよびコミュニティへの貢献を目的とする ②管理の自律性 ③意思決定過程の民主性 ④所得分配における、資本に対する人間と労働の優越性	非営利セクターアプローチ (1)基軸規定：税法上の利潤非分配制約 (2)組織の特質規定 ①ある程度制度化された公式の組織——一般的には、法人であることが前提となる——であること ②政府とも、行政が運営する組織とも別個の、民間組織であること ③みずからの規則と意思決定機関をもった、自己統治する組織であること ④組織の会員や理事にも、組織の「所有者」にも利潤を分配できない組織であること ⑤時間の点でも（ボランティア）、資金の点でも（寄付）、ある程度自発的な貢献に基づく組織でなければならない。そして、会員による自由で自発的な加入によって設立される組織でなければならない
類似点	(1)2つのアプローチはともに、①公式の組織、②民間組織、③自己統治あるいは自立的管理、④自発的な組織という諸規定をもってサードセクター組織を把握する。 (2)2つのアプローチはともに、収入の源泉よりもむしろ、組織のあり方・基本的構造およびそのための規則によってサードセクター組織を規定する。	
相違点	(1)目的規定：社会的経済アプローチにおける利潤目的の否定、非営利セクターアプローチにおける非分配を条件とするかぎりでの利潤極大化の可能性 (2)組織の統制：社会的経済アプローチにおけるメンバーによる民主的意思決定の規定、非営利セクターアプローチにおける会計および管理業務のあり方とメンバーによる民主的統治（社会的経済にいう1人1票制）との関係の不明性 (3)利潤の処分法：社会的経済アプローチにおける制限付きの利潤分配、非営利セクターアプローチにおける利潤非分配制約	
共通の限界	(1)2つのアプローチはともに、広い領域における多様な組織を包含するための最広義の一般的な規定にとどまり、部分的にしか当てはまらない境界領域にある組織の性格等を概略的にしか説明できない。 (2)最広義の一般的な規定にとどまるがゆえに、2つのアプローチはともに静態的な方法にとどまる。とくに、企業家的活動に従事する新しい社会的起業組織の動向をサードセクター論として動態的に把握することができない。	

内山（2004）509頁より

把握の便宜の向上を図る以前に、それらの概念が暫定的ながら共有している意味—「社会的」目的を有しながら「経済的」行為を手段とする—を帯びた諸行為が、日本社会においてどのように解釈され定着し得るかを理解することである。その答えを探す上では、統計的な意味等における「実質こういう状態になっている」といった記述を目指すよりも、歴史的経緯を異にするアメリカと欧州における原理的な異同を捉え、さらにそれが日本において定着していく過程の理解に関わる認識枠組みの獲得を目指すことの方が有効であろう。

アメリカと欧州に見られる歴史的経緯や発想の違いは、それぞれの地域においてSBがどのように理解されるかにも反映されている。ただし、ここで前もって強調しておきたいのは、両者は社会的展開に違いを見せ

る一方で、西欧近代的意味における「自由な個人」が諸行為の中心的な基本単位となっているという共通前提を有しているということである。複数の「個人」の自発的な相互行為が「市民社会」「公共空間」を形作り、サードセクターなりSBなりの主な駆動力となっているのである。そして、まさにこの点において、日本のSBは原理的水準において差異を持ち、社会の中で異なる展開を示している可能性が浮かび上がってくるのである。

1-2. 欧州におけるSB研究

欧州におけるSB議論は、前項で触れた「社会的経済」の新しい経済主体としての位置付け、という意味合いを共有している。19世紀の後半、農業中心から工業中心へ移行する産業構造の変化により、家族やギルドといった従来のセーフティネットが崩壊し、労働者が市場で取引される商品と化していくなか、協同組合(co-operatives)、相互扶助組織(mutuals)、各種の自発的結社体(associations)の三つの種類に代表される、現在も存在している社会的経済組織が形成された(Defourny, 2001: 6-7)。この時期における「社会的経済」の役割は、このような諸組織を通して、市場中心の経済の登場とともにもたらされた生産、消費、貯蓄に関わる不安、また失業、疾病等のリスクに関する労働者たちの集合的利害を守り増進させることを目的としていた(Fontan and Shargge, 2000: 4)。

20世紀に入り、西欧諸国では、国家が社会保障制度整備の役割を担う福祉国家体制が登場し成長を遂げた。1930年代から1960年代にかけ、ヨーロッパの経済は、民間営利セクターと並んで国家の介入する公的セクターの二つのセクターによって構成された混合経済(mixed economies)と見なされるようになった。しかしその後、西欧の発展した資本主義諸国では市場経済のグローバル化による経済構造の再編成とともに大規模な失業と福祉国家の財政危機が広がり、伝統的な公的セクターと民間セクターの限界が徐々に露になってきた(Defourny, 2001: 4)。このような状況のなか、欧州では、1960年代後半から、政府の失業対策に効果がないという認識が拡大し、また、福祉国家の縮小により地方分権化、民営化、社会福祉サービス削減が進展した。民間企業、公共部門及びサー

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

ドセクターの間では相互作用が拡大し、欧州の NPO^{xiii)} は、国家や地方政府、企業の提供できないサービスを提供することで、地域単位で新しい雇用を創出できるという信念を持ち、国家の財政負担を削減するための福祉制度改革及び福祉サービスの民間委譲と合わさることで大きく発展した（OECD、2006：5）。欧州における SB は、サードセクターに関する社会的経済アプローチ（表 1 参照）を背景に、NPO が営利活動にまで外縁を拡張していく流れに沿って発展してきたという経緯を持つ。初期のものは、主に失業者への雇用提供に主軸を置く「労働統合社会的企業（Work-Integrated Social Enterprise, WISE）」や社会的協同組合として始まり、その後、対人福祉サービス提供にまで外縁を拡張してきた。

欧州のなかでも SB は、それぞれの国家の歴史や伝統により非常に様々な形で発展してきているものの、SB の活動において政府による直接的・間接的支援が一定以上の役割を担っているという点では共通している。欧州の多くの国では、SB に対する法制度的支援を通して、社会的弱者への就労提供や社会福祉サービスなど、社会的利益の拡大を狙いとした、地域社会連携中心のビジネスとして発展してきた。

欧州では、SB 研究が最も蓄積されている当該地域の特性を反映し、SB の定義に重点が置かれている。とりわけ、欧州においては、SB 研究の中心ともいえる「EMES (EMergence des Entreprises Sociales en Europe) ネットワーク」から出された「社会的企業の理念型」が広く知られている。

これらの条件が示している、アメリカの議論との相違点は、行為主体を企業家個人に還元せず、複数の立場の人々が経営や意思決定に参加できる「マルチ・ステークホルダー型」組織の強調である。「理念型」である以上、上記の諸条件が直ちに諸団体の実体における規範に繋がるわけではないが、欧州域内の各国において、SB 関連の立法や制度導入の際に重要な参照点となっていることも事実である。

現在、欧州において SB が活動する分野は、労働市場への参入／再参入が困難とされる社会的弱者層への就労支援を目的とする「労働統合社会的企業（WISE）」と、高齢者福祉や障害者福祉、保育など、「地域密着型の対人サービス」の二つに大別される。このような分類の典型的な形

表3. EMESによる社会的企業の理念型

経済的条件	①財・サービスの継続的な生産・販売 ②高い水準の経済的自律性 ③(ビジネスとして) 有意義な水準の財務的リスクを負うこと ④有給雇用を必ず置くこと
社会的条件	⑤所属コミュニティの便益を図るという明確な目標 ⑥市民たちによる設立 ⑦資本に基づかない意思決定権 ⑧当該活動に関わる様々な集団の参加 ⑨利益配分の制限

Defourny, J. (2001) pp.16-18より作成

として挙げられるのがイタリアの「社会的協同組合」である。イタリアには構成員の利益をより重視する伝統的な協同組合が多数存在しており、これらの協同組合が社会的弱者（脆弱層）へ就労機会や社会サービスを提供する主な活動主体となっている。政策用語としての社会的企業は、1991年に「社会的協同組合法律（Law 381/91）」が成立して初めて使用されるようになった。この法律は、社会的協同組合を「A type：社会サービス提供型」と「B type：労働統合型」とに分類した上で、二つの種類の混合型や複数の社会的協同組合のコンソーシアムなどの形を認めている。A typeの社会的協同組合は社会福祉や教育サービス分野において、企業的な性格を併せ持ちながら生産活動を行うものである。B typeの社会的協同組合は、収益を創出する農業・産業・商業活動に際して、社会的弱者を30%以上雇用しなければならない。社会的協同組合におけるこのような二つの類型は、SBの制度上の区別における有効な基準の一つである。必要な社会福祉サービスを提供する、もしくは脆弱層へ就労を提供することによって、労働市場への統合を図ることは、どちらも社会的目的の追求と位置付けられ得る。多くの場合、この二つの機能は混在しているが、労働統合型の方が市場により接近する傾向があると考えられる。

これらの社会的協同組合は、それぞれの組合の成長のみならずローカ

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

表4. イタリア国法381の記述にみる社会的協同組合の定義（第1条）

- | |
|--|
| <p>1. 社会的協同組合は、次の活動を通じて人間発達ならびに市民の社会的統合というコミュニティの全般的利益を追求することを目的とする。</p> <p>A) 社会・保健サービス並びに教育サービスの運営</p> <p>B) ハンディキャップ者の就労を目的とした、農業、工業、商業ないしサービス業の多様な活動の実施</p> <p>2. 社会的協同組合に対しては、本法と矛盾しない限り、当該協同組合が活動する部門に関する法規を適用する。</p> <p>3. いずれの形態の場合も、組合の名称には「社会的協同組合」の文言を含めなければならない。</p> |
|--|

内閣府（2011）37頁

ル・コンソーシアムを組み、提携規模を拡大することで新たな利点を探るという特徴を持っている。なお、2005年5月末にはSBを組織形態として認める最初の法律（Law 118/05）がイタリア議会により承認され^{xiii)}、より多角的な組織形態がSBとして編入されてきている。

一方で、イギリスでは、欧州とアメリカ両方における議論が複雑に入り組んだ形で展開されており（須藤、2013：28）、SBの形態も非常に包括的に捉える傾向が見られる。イギリスでは、自由化によるグローバル経済の登場にともない、社会サービスも市場競争に晒されることになった。この状況を踏まえ、政府の介入は最小限にとどめたうえで、営利企業活動を通して、SBに脆弱階層支援と社会福祉サービスを提供させる福祉民営化方式が取られている。2005年からは、「地域コミュニティ利益会社（Community Interest Company, CIC）法」が制定された。CICは、純粋

表5. 社会的協同組合の4つのタイプ

- | |
|---|
| <p>(1) A型社会的協同組合
社会・健康サービス、教育サービス提供を目的として活動している協同組合</p> <p>(2) B型社会的協同組合
社会的に不利な立場の人たちの労働参加を目的とする、農業・工業・商業およびサービス業等のさまざまな活動を展開する協同組合</p> <p>(3) 混合型協同組合
上記2つの目的をあわせ持った協同組合</p> <p>(4) 社会的コンソーシアム
会員の70%以上を社会的協同組合で形成する協同組合として設立される、事業連合組織</p> |
|---|

内閣府（2011）37頁

な私的利益ではなく、地域コミュニティの便益のためにビジネスやその他活動を営む者のための特別な機能を備えた有限会社である (Department for Business Innovation and Skills, 2015 : 3)。企業を CIC として登録するためには、地域社会の利益を目的として設立したことで、得られた収益が前述の目的のために使用されていることを証明しなければならない。

Aiken (2006) は、「アングロ・サクソン福祉観」について言及し、イギリスにおける社会的企業が「余剰論的福祉観」として表されるアメリカ型と、ドイツ・スウェーデン・フランスの「包括的な社会連帯型」の両方から影響を受けたと指摘している (Aiken, 2006 : 23)。ここで「余剰論的福祉」は、最も脆弱でマージナルな階層のための「狭義の福祉」として、「包括的な社会連帯」は、社会構成員全員を対象とした「広義の福祉」として捉えることができる。イギリスにおける社会的企業の登場は、このような社会福祉に対する複合的な解釈に関わっており、最初から合理的にデザインされたというよりは断片的に成長した臨時的性格の強い福祉モデルを背景として理解しなければならない (Aiken, 2006 : 23) と考えられる。

1-3. アメリカにおける SB 研究

アメリカの SB は、欧州とは形態を異にする。現在、アメリカには SB を規定し支援する明文化された法制度は存在せず、営利・非営利の区分も明確ではないため、欧州より形態も多様であると考えられている。具体的には、欧州のように、NPO の収益事業から SB へと転換したケースもあれば、起業当初から純粋に営利活動を中心としている企業が、全ての収益を寄付や脆弱層支援などの社会貢献活動に還元することで SB と見なされるケースもある。敢えて SB を定義づけるとすると、「NPO が運営する社会的目的企業 (Social Purpose Business) または地域企業 (Community-Based Business)」(OECD, 2006 : 19) といえる。Kerlin (2009) によると、アメリカでは NPO の商業化に関する議論が注目されており、アメリカにおける SB 概念は、営利企業か NPO かを問わず、社会的に意味のある活動を行う多様な組織の「連続体 (continuum)」として捉えられることが多い。

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

アメリカにおける SB 概念は、1981年にビル・ドレイトンが設立した「アショカ財団（Ashoka: Innovators for the Public）」を皮切りに、「社会起業家活動（Social entrepreneurship）」を掲げる財団の支援提供から始まった（Defourmy、2007）。アメリカの NPO は長期間にわたって政府の支援を受けながら就労や収益を創出する諸事業を実施してきたが、80年代後半に入り、小さな政府への移行にともない、政府からの補助金は大幅に減少した。これを背景として、ミッション遂行活動に対する内部補助（cross subsidization）として、資金獲得を目的として事業収益をあげる NPO の活動が顕在化した（谷本、2006a：16）。そして1990年代から、下表のような要因を背景に SB への関心が増大した。

表6. アメリカにおいてSBが登場した背景

政府の要因	収益の源泉であった政府からの補助金が削減。財政的リスクの打開のため、商業的収益創出事業への関心が増大
受益者の要因	福祉の受益者らが依存性と屈辱感から脱皮し、生活への責任性を高められる方法として社会的企業を活用
営利企業の要因	企業の社会的責任（CSR）レベルにおける協力の増加 ¹

OECD（2006）をもとに筆者作成

欧州では、収益活動が本来の目的である社会的活動と融合することが強調されるのに対して、アメリカでは、当該 NPO の本来の目的とは直接関係の無い営利活動を行っていても SB として認められるという特徴がある。現在、アメリカに SB を規定するような法律はないが、多くの組織が免税措置を受けられる NPO や、低営利型有限責任会社（Low-profit Limited Liability Company, L3C）^{xv)} などの法的地位を用いている。

なお、アメリカでは市場に対する国家の介入が少ないため、SB に対する公的セクターからの直接的な支援・保護制度はなく^{xvi)}、SB は一般営利企業と同様に市場競争に参加しなければならない。そのため、従来の NPO から収益性を導入もしくは強化し SB へ転換しようとする指導者には、社会的目的を追求するのみならず、市場の中で競争力のある事業を展開する能力を兼ね備えた「社会起業家精神」が求められるのである。これらの組織は、下表に示されているように、その動機や組織の運営方法、慈善性と収益性のバランスをもとに多様な経営方式を採用することにな

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

1-4. 日本における SB 研究

日本では、主に 2000 年代に入ってから社会的経済や SB、社会的企業 (SE) といった概念が研究文献上で紹介され始めた。須藤(2013)によると、日本における SB 研究は、関心領域の違いを反映し、経営学、NPO 論、協同組合論、また、地域活性化研究といった視座からアプローチが行われている（須藤、2013：31）。経営学的視座の代表的な研究として町田(2000)、谷本(2006a)、土肥・唐木・谷本(2006)、大室・大阪 NPO センター(2011)、山本(2014)等、NPO 論では塚本・山岸(2008)、塚本・土屋(2008)、裕永(2008)、馬頭・藤原(2009)、藤井ほか(2013)等、協同組合論では中川(2005)、共同連(2012)等を挙げることができる。なお、社会保障・社会政策研究のアプローチとして、社会的経済概念を取り扱った大沢(2011)の議論や、また、アジアでは初めて社会的企業の法制化を行った韓国の関連政策を紹介する五石(2012)、羅(2015)等を挙げることができる。

2000 年代初頭の日本における SB 研究は、主に SB や SE というキーワードへの関心の高まりに呼応する形で、社会起業家個人に関するものや欧米等の事例を紹介し、経営戦略上の特徴を述べるものが中心であった。さらに、これらの研究には、実証的・理論的裏づけを欠いたまま、SB が既存の営利企業や非営利組織のオルターナティブとして、または現存する社会の諸課題に対する「万能薬」であるかのように論じられる傾向があることも指摘されている^{xvii)}。2010 年代以降の文献では、よりメタレベルにおける SB 議論の類型化^{xviii)}や、暫定的な定義に基づく SB の実証的・定量的水準での位置付けを試みるもの^{xix)}などが出されているが、依然として SB の定義や類型については定説が確立していない状態である。

日本国内において代表的とされる SB 研究は、日本政府の SB 推進に関わる経済産業省「ソーシャルビジネス研究会」でも議論の中核をなしている谷本(2006a)であろう。谷本は、ある事業体が「ソーシャル・エンタープライズ」と認識される要件として①社会性 (social mission)、②事業性 (social business)、③革新性 (social innovation) の三つを挙げている。ここ

では、一般企業の営む事業と区別される意味での「社会的事業」について、「政府・行政の対応を超える領域」「市場の対応を超える領域」の二つの領域に関わる活動として理解されている(谷本、2006b:5)。両方とも先述の「福祉国家の危機」に関わるもので、行政の対応し切れない社会福祉分野のサービス提供や、障がい者支援と就労支援の組み合わせなど、縦割り行政では即座の対応が困難である領域横断的な取り組み、また、これまで公的サービスとして認識され、民間市場におけるビジネスアイテムとしては見なされてこなかった領域、などが上記に該当する領域として挙げられている。

表8. ソーシャル・エンタープライズの三つの要件

①「社会性」社会的ミッション：ローカル／グローバル・コミュニティにおいて、今解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。そのベースにはそれぞれの領域においてどのような社会を求めていくのかという価値やビジョンがある。
②「事業性」社会的事業体：社会的ミッションをわかりやすいビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。社会的事業を形にする組織形態は様々にありうる。
③「革新性」ソーシャル・イノベーション：新しい社会的商品・サービスやその提供する仕組みの開発、あるいは一般的な事業を活用して(提供する商品自体は従来のものと変わらないが)社会的課題に取り組む仕組みの開発。こういった社会的事業を通して、新しい社会的価値を実現し、これまでの社会経済システムを変革していく可能性を示していくこと。

谷本(2006b)4頁より

上表の「事業性」項目からもわかるように、谷本の議論の大きな特徴の一つは、アメリカのSB議論を汲み、社会的課題を解決するというミッションさえ備えていれば、SBの組織形態は多様であり得るという認識の上に立っていることである。実際、欧州のEMESの社会的経済アプローチを基盤にしているドゥフルニら(2004)の議論に対して、谷本は、「社会的課題に取り組むソーシャル・エンタープライズの多様な可能性を構想し、広げていくという理解が欠けている」(谷本、2006a:44)と批判している。

また、谷本は、「社会性」と企業との関係、また市場との関係について、次のようにも述べている。

「…「社会的」という領域は固定的・確定的なものではなく、境界領

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

域では一般企業の事業との間に必ずしも明確な線引きができるわけではない。そもそも「今求められる社会的課題」の内容は、時代とともに変化し、国（地域）によってもその対象は異なる。またもともと社会的にフロンティアで小さな市場だったものでも、ニーズが広がり市場が成長していくと、多くの資本がビジネス・チャンスを探求めて入り込んでくるケースも多い。そういった企業は創始的な企業がもっていたような社会的ミッションを必ずしももたず、商品やサービスをより効率的に安価に提供し、積極的なマーケティング活動を展開することによって拡大し、創始的な企業が駆逐されていくような事態も見られる。」（谷本、2006a：6）

ここでは、ある時期「社会的課題」とされていた領域が、「市場の成長」に伴い民間営利市場に編入されていく流れが想定されている。つまり、上記の内容は、「社会的課題」の発見は「まだ市場に顕在化していないニーズ」の発見と等価であり、「社会的課題」の市場化が進むにつれ、ニーズの開拓者たるSBは消えていくという事態を表している。

一方、NPO論領域からは、塚本・土屋（2008）が日本におけるSBの動向について言及している。彼らは、日本において「社会的企業」に類似するコンセプト（「コミュニティビジネス」「ソーシャルビジネス」など）が混用されている状況を指摘した上で、日本における社会的企業概念の台頭の背景として、以下の五つを挙げている。ただし、彼らの場合も、

表9. 日本における社会的企業概念台頭の背景

1. 1998年に制度化されたNPO法人が社会的な起業の組織的な受け皿となった
2. NPOの商業化（収益事業のウェイト増加）現象に伴い、組織の「ハイブリッド化（非営利＋営利）」が進み、従来のNPO観が見直されるようになった
3. 地方分権化により地方行政の逼迫が進み、特に地域行政サイドから、住民自身が自立的・持続的な事業を通じて地域の問題に関わってほしいというニーズが高まった
4. 労働者協同組合やワーカーズ・コレクティブ等の協同組合が、新しいアイデンティティとして社会的企業を認識するようになった
5. 2000年以降、CSRへの関心が高まる中、新しい企業観として社会的企業への関心が高まった

塚本・土屋（2008）61-62頁より作成

日本において、社会的企業の商品・サービスが社会的に認知され「市場」で活発に取引される状態を目指すべきとしている(塚本・土屋、2008: 82)。

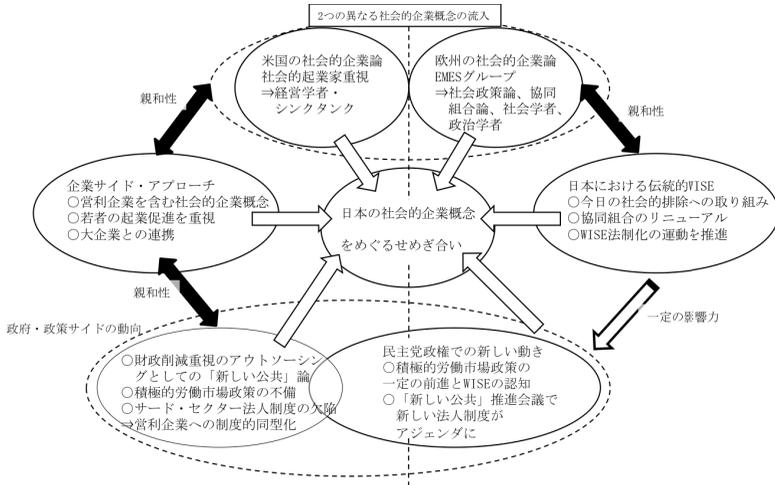
この他、海外の文献で日本のSBを紹介しているものとして、イギリスで刊行される *Social Enterprise Journal* が2011年に“Social Enterprises in East Asia”(「東アジアの社会的企業」)という特集を組み、東アジアの四つの国・地域(中国、香港と台湾、日本、韓国)にて創生されつつあるSBの類型化や比較視点の提示を試み(Defourny and Kim, 2011)、その特集の中で日本のSBを取り扱っている(Laratta et al., 2011)。Laratta et al. は、日本におけるSBの萌芽的類型として「収益事業を行うNPO法人(Earned-income non-profit)」、「非営利協同組合」、「ソーシャルビジネス」の三つを挙げている。

日本国内におけるSB言説の状況に戻ると、藤井ほか(2013)は、アメリカと欧米におけるSB議論の二つの潮流が、今日の日本におけるSBをめぐる言説状況に影響を与えている(藤井ほか、2013: 20)としている。その上で、日本には非営利性や民主的参加などを軸としながら事業性を発揮しうる法人格がそもそも存在せず、そのため、社会的目的を有していても営利事業を想定した法人格を選択しているグレーゾーンにあたる団体が数多く存在し、日本におけるこうした状況が、SBが営利企業により接近したものとして把握される要因になっている可能性を指摘している(藤井ほか、2013: 22)。また、日本におけるSB概念の言説レベルでの受容状況について、「企業サイド・アプローチ」、「日本における伝統的なWISEによる社会的企業概念の受容」、「政府における社会的企業に関する政策的取り組み」の三つの潮流を挙げている(藤井ほか、2013: 39-49)。企業サイド・アプローチは、とりわけDees(1998)等を中心としたアメリカのSB研究に影響を受けている流れであり、上述の谷本(2006a)もこの潮流に属する。このアプローチは、CSRや営利企業形態のSBを重視し、特定の社会問題の想定というよりは、主に起業家による恣意的な社会的課題の設定を認めるという特徴を持つ。なお、日本において、このアプローチは若者層を中心に受容されてきており、

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

2000年以降に若者によって起業された団体が典型的なSBとして取り上げられる（藤井ほか、2013：40-41）。次に、日本における伝統的なWISEによる社会的企業概念の受容は、欧州におけるEMESを中心としたSB議論を、協同組合研究者や社会政策研究者たちが日本に紹介する形でなされている。この流れは、欧州におけるそれに極めて近いもので、社会的に排除された貧困層や障害者への就労支援や居場所作り支援などの形で社会的包摂（social inclusion）を志向する考え方を反映している。協同組合に関しても、組合員内部に閉鎖化された共益から地域社会における公益の追求へ、単一ステークホルダーから多様なステークホルダーの参加する協同組合への方向性を含意している（藤井ほか、2013：44）。最後に、日本政府におけるSBに関する政策的取り組みについては、上述の谷本のSB議論を中心に据えた経済産業省ソーシャルビジネス研究会の『ソーシャルビジネス研究会報告書』（2008年3月発表）を皮切りに、企業サイド・アプローチと強い親和性を持ちながらSBの啓発・普及、企業などとの協働促進、地域協議会ネットワークの形成などに関わる委託事業がなされており、また、政府におけるSB認識では、「新しい公共」または「新しい公」の担い手としてSBが位置付けられることも指摘されている（藤井ほか、2013：46-47）。このように、藤井ほかは、日本のSBに関する言説状況は大きく二つのアプローチ（アメリカの企業サイド・アプローチと欧州のWISE・社会的包摂アプローチ）に分かれており、政府・政策サイドは、企業サイド・アプローチとの親和性を持ちつつ、「新しい公共」へのアウトソーシング先としてSBに期待している傾向があると把握している。

図1. 日本の社会的企業概念をめぐるせめぎ合い



藤井ほか(2013) 50頁より

第2節 日本におけるSB受容

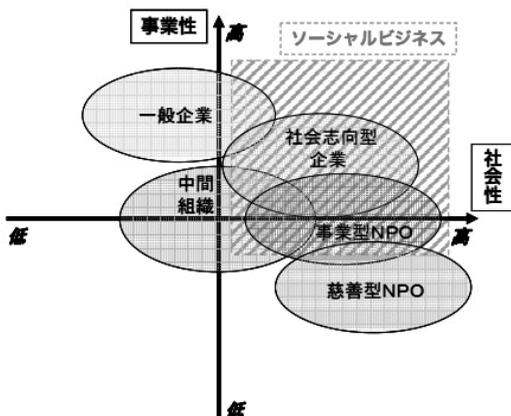
2-1. 政府レベルでのSB受容

日本政府によるSBの認知や政策的取り組みの先駆的なものとしては、2001年頃から経済産業省等を中心に取り組みられてきたコミュニティビジネス(CB)促進のための調査研究が挙げられる(藤井ほか、2013:46)が、「ソーシャルビジネス」という概念を公式に取り扱ったのは、谷本寛治教授を座長として2007年度に始動した経済産業省「ソーシャルビジネス研究会」(以下「SB研究会」)が初めてである。このSB研究会は、2008年に最初の研究報告書を発表している。

同研究会におけるSB概念は、前節でも紹介した通り、谷本(2006a)の議論を踏襲し、①社会性(ミッション性)と②事業性、③革新性の三つの要件を挙げている。すなわち、「起業者が主観的に抱いた「社会的課題」を、ビジネスを用いて解決する事業」として理解されているのである。そのため、SBの組織形態も当然、一般企業やNPO法人、中間法

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

図2. 日本政府によるSBの担い手理解



経済産業省ソーシャルビジネス研究会（2008）3頁

人等を含め幅広く捉えられている（図2）。さらに、後続の「ソーシャルビジネス推進研究会」（以下「SB推進研究会」）では、一般営利企業のCSRやBOPビジネス^{xx)}なども「SBと重なり合う部分が多い」という認識を示している（ソーシャルビジネス推進研究会、2011：4）。

日本政府によるもう一つの定義として、内閣府が2010年2月に公募を行った「地域社会雇用創造事業（社会的企業支援基金）」の「実施要領」において示された定義がある。そこでは、「ソーシャルビジネス」ではなく「社会的企業」を用語として使い、「地域の生活に密接に関連するサービス事業を行う主体であって、当該分野における少子高齢化や環境被害、地域の衰退等の社会的課題^{xxi)}について、事業性を確保しながら自ら解決しようとする姿勢を積極的に打ち出し、非営利事業を行うNPO等」であり、「一度限りではなく継続的に事業を行う主体」であるとしている（内閣府、2010a：1-2）。ただし、この用例は上記の事業以外には使われていないようである（竹内、2015：9）。

SB普及の取り組み

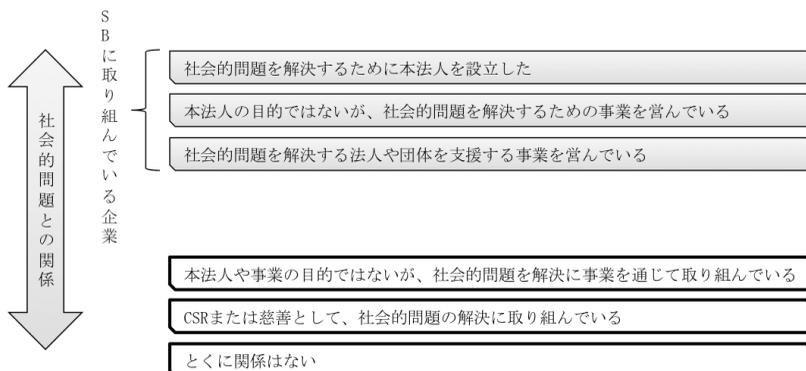
日本政府によるSBの全国的な啓発・普及に関しては、主に2008年度以降、「社会的認知度の向上」「資金調達」「人材育成・経営ノウハウ支援」「企業との連携・協働支援」「その他環境整備」などの分野における取り組みが行われている^{xxii)}。具体的には、『ソーシャルビジネス55選』(2009年度)や『ソーシャルビジネス・ケースブック』(2010年度)等の公表による先駆的事例の紹介、「社会貢献型事業にかかる融資制度」の創設(2009年度より)、中間支援機能の地方移転(2007・2008年度より)、一般企業とSB事業者の協働促進事業(2011年度予算案として)、SB関連施策に関する情報ポータルサイト開設(2010年度)などが推進されてきている。

一方で、日本政策金融公庫総合研究所では、2014年8月に「社会的問題と事業との関わり」に関する大規模アンケート調査^{xxiii)}を実施している(日本政策金融公庫総合研究所編、2015)。同研究所の主席研究員である竹内英二氏は、経済産業省の示しているSBの定義、とりわけ三つの要件—「社会性」、「事業性」、「革新性」—に対して興味深い批判を行っている。まず、「社会性」における「社会的問題」そのものの可変性による同定不可能性、それぞれの事業体が「社会的課題の解決」を利潤最大化に優先する事業目的とすることが、登記簿などから客観的に判断できないこと^{xxiv)}、SBによって供給される製品やサービスにおける非排除性の判断基準が設定されていない点が指摘される(竹内、2015b: 10-14)。また、「事業性」については、収入源における収益事業の割合や有給労働力の雇用に関する規定の欠如が、「革新性」については、「結果としての革新性」に対する事前確認の不可能性、革新性よりも既知の事業による即座の対応が必要とされる領域が存在する可能性及びその判断の困難さ、などが指摘されている(竹内、同上: 14-15)。その上で、竹内は、SBの定義として、「1. 社会的問題の解決が組織の最優先の目的となっており、2. 有償の労働力を使用して、自ら財やサービスの製造・販売を行うもの」としている。また、その際、社会的所有を実現しているものや革新的な製品・サービスを開発したものは下位類型化する

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

ることで上記の SB 概念に回収できるとする（竹内、同上：27-29）。つまり、事業体自らが「社会的問題の解決」を事業の主目的としていることが SB の定義において最も重要な要件であり、企業の所有や経営のあり方はさほど重要な基準とはされていないのである。SB 把握のためのアンケート調査においても、社会的問題と事業との関係のあり方が、回答した事業体が SB か否かを区別する基準として用いられている（図 3）。

図 3. 日本政策金融公庫による SB 把握と社会的問題との関係



竹内（2015a）34 頁より

SB と「新しい公共」、ボランティア

経産省 SB 研究会と SB 推進研究会の報告書には、SB の位置付けに関連する次のような記述が見られる。

「…このような SB の活動は、現状ではまだ萌芽段階である。しかしながら、近い将来には、行政や企業の協働パートナーとして、あるいは新たな公の担い手として、また社会的課題の解決に取り組むことを通じて新たな産業・雇用を創出し、地域及び社会・経済全体の活性化を担う主体として、その役割が大きく期待される。」（経済産業省 SB 研究会、2008：1、傍点筆者）

「最近では、「新しい公共」を推進する動きの中で、ソーシャルビジネスに対する注目は更に高まり、平成22年6月に閣議決定された「新成長戦略」や経済産業省で取りまとめられた「産業構造ビジョン2010」においても、「新しい公共」の推進とともに、ソーシャルビジネスの推進について記述がなされている。…(中略)「新成長戦略」や「産業構造ビジョン2010」を実現すべく、…(中略)ソーシャルビジネス事業者や有識者等からなる「ソーシャルビジネス推進研究会」が設置された。」(SB推進研究会、2013:2、傍点筆者)

このように、日本政府にとってSBは「新しい公共」の担い手として認識されている。基本的に、「新しい公共」は、「官」による「公」の独占ではなく、「官」と「民」がともに「公」を担うというニュアンスを含んでいる。この概念の公式レベルでの言及として、2009-2012年の民主党政権期に鳩山内閣が設置した「新しい公共円卓会議」から出された『「新しい公共」宣言』がよく知られているが、すでに2000年頃から、自民政権でも「新しい公」という形の言及が見られる。早い時期のものとしては、2000年1月に自民党・小渕内閣が出した『21世紀日本の構想』、2002年5月に小泉内閣の産業構造審議会のNPO部会「中間まとめ—新しい公益の実現にむけて」、2003年11月の第27次地方制度調査会答申において使われた「新しい公共空間」という用語、さらに2004年5月の『平成16年国民生活白書』の副題「新しい公共への道」などから見る事ができる(阿部、2013)。

日本政府の「新しい公共」論をめぐるのは、政府による負担の縮小のために「市民の動員」を狙った行政の論理、あるいは、公共サービスなどにおける市民の主体性を尊重する市民参加の論理であるとする二つの相反する立場から、異なった理解や評価が行われてきた(阿部、2013:7)。また、「公」を担うまたは「公共」を担うという表現が多用される一方で、「公」「公共」「公共性」が具体的に何を意味するのかについて、明確な説明はなされていないことも指摘できる。

「新しい公共」の考え方におけるSBの位置付けに関連してもう一つ確認しなければならないのは、「ボランティア」との位置関係である。SB研究会の報告書では、社会的課題を解決する行政以外の担い手と

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

して、市民のボランティアや慈善型の NPO を設定し、近年、これに加え、「市民自らが当事者意識を持ち、ビジネスとして積極的に事業性を確保しつつ解決しようとする活動」「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という新たな社会的活動の形や「働き方」を提供」する事業として SB を取り上げている（経済産業省 SB 研究会、2008：1、傍点筆者）。2011 年の SB 推進研究会報告書では、日本政府が雇用創出戦略の一環として「新しい公共」を位置付け、「伝統的な地域組織やボランティアな組織とともに「新しい公共」の担い手になるもの」として SB を位置付けている（SB 推進研究会、2011：3）。どちらにおいても、「ボランティア」や「ボランティア活動」が「無償の奉仕活動」というニュアンスを帯びていると考えられる。政府の目標でもある地域社会での雇用創出という側面からすると、「無償労働としてのボランティア」よりは「有給雇用を生み出す SB」が強調されることは当然とも言えよう。しかし、ボランティアという言葉は本来「自由意志による自発的参加や協力」という意味合いを含んでおり、必ずしも「無償労働」や一方的な「奉仕」にその意味を限定されるものではない。さらに、ボランティアにおける自発的参加は、すでに意思決定の下された事項の実施に対する労働力提供のみならず、「意思決定そのものへの参加^{xxv)}」としても定義することができる。このようにボランティア活動を多面的に捉えると直ちに、有償ボランティアの参加が含まれる SB や、事業行為そのものが「意思決定への参加」としてのボランティア活動の性質を有する SB を想定することができ、SB とボランティアを独立したものと切り離すことが困難になることがわかる。ビジネスとしての SB を強調するならば、EMES の理念型のように「有給職員を置く」「経済的リスクを負う」といった性格を強調した方がより妥当であろう。

2-2. 民間レベルでの SB 受容の例

1-4 にて紹介した学術レベルの研究動向の他、日本の民間レベルにおいて見られる SB 受容の形は、社会起業家のネットワーク形成、SB に関する情報収集と発信、SB に関する立法の要請など（＝政策提言）の

三つに大別できる。まず、社会起業家のネットワーク形成の例として、2003年7月に、民間シンクタンクの有識者が集まり社会起業家を支援する「社会起業家フォーラム (JSEF)」を設立している。2007年度には、東京工業大学に「国際的社会起業家養成プログラム」というカリキュラムが設置され(2010年3月終了)、SBや社会起業家に関わる学術研究の集積や履修者たちへの起業支援等を行っている。2010年には、リソウル株式会社が「社会起業大学」というビジネススクールを設立している。同じく2010年に、九州大学がバングラデシュのユヌスセンターとの協定をもとに「グラミン・クリエイティブ・ラボ (GCL) @九州大学」を設置し、翌年の2011年には「ユヌス&椎木ソーシャルビジネス研究センター (SBRC)」を設立している。この団体は、バングラデシュの農村における貧困層への融資を通じた起業支援を行う「グラミンバンク」の実践及び2006年度ノーベル平和賞受賞で知られるムハマド・ユヌス教授の提唱する独自のSB概念を基盤にしなが、教育活動やアジア域内でのSBフォーラム(「ソーシャル・ビジネス・フォーラム in アジア (SBFA) 」)開催などの活動を行っている。SBFAは2011年より毎年開催されており、「ユヌス・ソーシャル・ビジネス認定カンパニー」という独自の認定制度が設けられている^{xxvi)}。

情報収集と発信の例としては、2010年12月に、SB研究会の検討内容を踏まえ経済産業省が開催した「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」(2008年12月～2010年2月まで活動)とNPO法人「ソーシャル・イノベーション・ジャパン (SIJ)」が合流して一般社団法人「ソーシャルビジネス・ネットワーク (SBN)」が設立され、SB拡大・推進事業やソーシャルマーケティング促進事業、SB大学事業、交流・ネットワーキング事業などを提案している。このうち、2016年現在稼働している事業として、「社会事業家100人インタビュー」がある。これは、SBNと任意団体「IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所]」が2012年6月から協働で開催している対話型講座で、日本全国のSB起業家とのインタビューを行い、設立・経営の経緯やビジネスモデルに関する情報を収集、発信する事業である。2016年2月現在、46団体^{xxvii)}の情報が公開されている。

上述の諸団体は、社会起業家や社会起業、またはSBについてそれぞれ

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

れ独自の定義を示している（下表）。社会性については、貧困や環境問題などの具体的な例を示すものと、より広い構造的な問題（経済成長への傾倒の反省など）を取り上げるもの、また、漠然ではあるが「社会に変革をもたらす」「社会貢献する」という意志を持つ社会起業家個人の側面に焦点を当てるものに分けることができよう。

表 10. 日本の民間レベルにおける社会起業家、社会起業、SB の理解

名称	用語	定義	社会性の理解
社会起業家フォーラム (JSEF)	社会起業家	社会貢献と社会変革の志と使命感を持ち、様々な社会的立場から、そして、様々な職業的分野において、現在の事業の革新と新たな事業の創造に取り組み、新しい社会の実現をめざす人々	具体的な「社会的課題」の規定はなく、「社会に変革をもたらす」と表現
東京工業大学「国際的社会起業家養成プログラム」	社会起業家	さまざまな社会問題に取り組むため経済的、経営的に持続可能な、自立したシステム作りを意識し、新しいアイデアに基づき、社会に貢献する革新的なシステム作りに取り組む人々	「社会問題」として、環境保護、難民支援、医療サービス、紛争解決、人権擁護、教育などを例示
社会起業大学	社会起業	「持続性」: 社会性と経済性を両立し、ステークホルダーから選ばれ続ける事業 「差別化」: 他者にはまねのできない付加価値を生み出す 「志＝ミッション」: 社会における自分のお役立ちポイント（志）を見出し、その実現に向けて信念を持って行動 上記三つを重ね合わせた起業のあり方	・「社会課題」は「物質的豊かさを目指して進んできたことによる負の遺産」であり、「複雑で多岐にわたり、とても根深い」。 ・優秀なリーダーの出現を望むのではなく、内発性（“やむにやまれる思い”）や分かち合い（「三方よし」）の精神を持つことを強調
ユヌス&椎木ソーシャルビジネス研究センター (SBRC)	ユヌス・ソーシャル・ビジネス	1. 目的は、利益の最大化ではなく、人々や社会を脅かす貧困、教育、健康、技術、情報アクセス、環境といった社会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 3. 投資家は、投資額を回収。しかし、それを上回る配当は還元されない 4. 投資の元本の回収以降に生じた利益は、ソーシャル・ビジネスの普及とよりよい実施のために使われる 5. 環境へ配慮 6. 雇用者は良い労働条件で給料を得ることができる 7. 楽しみながら行う	左記定義の 1 にて「社会問題」を例示
ソーシャルビジネス・ネットワーク (SBN)	ソーシャルビジネス	・弱い立場におかれた高齢者や障がいを持つ人びとの支援、貧困の削減、農村や地域社会の活性化、環境保全などの活動を事業として行うことにより、疲弊した社会と経済をよりよい方向に変えようとする事業 ・行政の支援や無償の奉仕活動にのみ依存するのではなく、正当な対価を得て社会的課題を解決する事業 ・地域社会が本来持っていた人と人との絆や自然と共生する知恵などを再評価し、社会を再構築する試み	・経済成長のみを至上目的として追求してきた現在の社会経済システムにおける格差の拡大、コミュニティの崩壊、環境破壊などの弊害への反省 ・理想を実現すること ・競争より共生を求め、人と環境を大切にすること ・すべての人が多様な生き方を認め合い、支え合う社会を実現すること

各団体のホームページより筆者作成。

SB に関する政策提言としては、経済産業省『ソーシャルビジネス 55 選』にも SB の先進事例として紹介される病児保育事業を展開している NPO

法人「フローレンス」の駒崎弘樹代表が、2010年3月の「第3回「新しい公共」円卓会議」において提出した「社会事業法人(案)」を挙げることができる。これは、当時のNPO法人制度の下ではNPO領域の成長が見込めないという問題提起から、社会的排除と環境問題の解決という目的^{xxviii)}を団体の存在目的としながら、非配当株式を発行でき、出資者への税額控除、収益事業から非収益事業への補填(みなし寄付)を可能とする、認証制の新たな法人制度を提案するものであるが、法制化の議論までは至っていない。

ただし、2014年5月に、自民党が発表した『日本再生ビジョン』において、「起業大国 No.1の実現」という方向性の下、「ソーシャルビジネス法人(仮称)」の法制化が提唱された。ここで「ソーシャルビジネス法人」とは、株式会社とNPOの中間に位置する法人形態で、事業運営に必要な費用を自らの売上で生み出しながら、株主への配当制限や経営者報酬の制限を行い、利益を社会問題の解決に循環させるものと定義されている(自由民主党経済再生本部、2014:50-51)。この発表の直後に、駒崎(2014)は、2011年の税制改正によって寄付額に対する税額控除枠が既に拡大していることや、みなし寄付が可能になったことによって、NPO法人以外の法人格を新設する必要性が薄くなったと主張し、代わりに非配当出資を募ることができ、定款上で議決権を付与できる「出資型NPO法人」制度の創設を提案する意見書を提出している(中小企業庁、2014)。

第3節 日本におけるSB研究の限界と新たな視座の必要性

3-1. 学術研究上の限界

第1節で確認したように、日本のSBに関わる言説は、アメリカと欧州における議論をそれぞれ参照する形で、経営学的アプローチとNPO論的アプローチの二つの立場に大別できる。この言説状況に特徴的なのは、政府・行政部門で「社会問題をビジネスで解決する」という合言葉を自明の前提であるかのように扱い、藤井ほか(2013)の言うところの「企業サイド・アプローチ」すなわち経営学的アプローチにおけるSB概念を積極的に受け入れてきている一方で、民間シンクタンクや学者たち

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

を中心とした NPO 論的アプローチからは、その言説に対する批判が投げかけられていることである。

経営学的アプローチに対する批判の焦点は、「社会的目的」の内容の曖昧さ、SB を営利企業の延長として連続的に捉えることによる概念の冗長性問題、組織ガバナンスにおける非営利性や民主的参加（「社会的所有」）という区別の欠如、といったものである。実際、経営学的アプローチで言及される「社会的目的」は、主に起業者個人によって恣意的に設定された、広範で可変性の高いものとして定義づけられており、さらに、SB そのものに関しても、失敗事例を無視して成功事例のみを取り出して一般化し、期待を表明するような議論が蔓延している（藤井ほか、2013:67）。次に、営利企業の CSR 活動や、いわゆる「ソーシャルな」目的を表に掲げる営利企業の場合、企業の第一の目的が利潤の最大化である以上、市場における消費者の選択と評価に露出した際に、利潤動機への指向性から免れ得ないことから、社会的目的が優先されないことが予想される^{xxix}）。また、市場への接近を無反省に指向することに対しては、営利組織への同型化が危惧される一方で、そもそも支払い能力の欠如や労働力の不安定性、地域経済の脆弱性などから市場経済に参入できない人々に対する便益からの排除をむしろ助長するという批判がなされている（藤井ほか、2013；須藤、2013）。

ソーシャルキャピタル（SC）議論との接続について

このような NPO 論からの批判に対して、須藤（2013）はさらに批判を加えている。例えば、マルチ・ステークホルダーによるガバナンスに、経営への直接参加でないものも含まれるとする場合^{xxx}）、経営学的アプローチで論じられてきた SB との区別が判然としなくなると指摘する。また、SB の活動領域を「社会的排除」に限定する見方についても、欧州における議論から導き出された概念を日本社会に代入する際、国・地域の背景の差異についての検討が十分になされていないとしている（須藤、2013：36-37）。その上で、須藤（2013）は、とりわけ地域社会における固有の課題の発見を重視し、各地域におけるソーシャルキャピタル（Social Capital、以下 SC と略）や地域社会のネットワークを基盤に成り

立つことが、彼の言うところの「ソーシャル・エンタープライズ」の重要な構成要素となると主張する。

「社会的資本」または「社会関係資本」などとも訳される SC は、コールマン(2006)やパットナム(2001、2006)によって広められた概念である。パットナム(2001)によると、SCは相互信頼・規範・ネットワークといった要素から構成されており、対象社会における「市民社会度(civiness)」の尺度になり得る。コールマン(2006)は、SCの「公的財」としての側面を強調し、SCの蓄積への貢献とSCの利用とでは主体が必ずしも一致しないとする。

SBとSCとの関係については、ソーシャルアントレプレナーやその運営組織が持つ重要な役割としてSCの創出→蓄積→活用という好循環を形成することを説いたLeadbeater(1998)や、SBの混合的な資源構造の一つとしてSCを位置づけ、さらにSCの創出が市民社会と国の政策との間で相互循環性を持ち得るとするエバース(2004)の議論が示唆的である。とりわけエバースは、SCが特定コミュニティやアソシエーションの排他的利益を追求する手段になる可能性を指摘した上で、国全体に関わる政策との相互作用によってそのような状態を解消し得ると主張する。また、SBが獲得できる資源を販売収入、公的資金(補助金)、SCの三つに分け、中でもSCの持つ社会的・政治的ファクターとしての重要性を強調する。

「国の政策によっては、社会的組織が単なるロビイストから脱して公益にかなう存在となるほどの大きな影響がでる。他方で、国の政策は、近隣住民組織の政治への敏感さを高め、自己利益という狭い考えを単に守ることに代わって、他のグループのニーズにも敏感になるような動きを推し進めることもできる。

…歴史的にみれば、独裁政治と社会的組織の単なる自己防衛とが交錯し分断されてしまった社会にあって、社会的、文化的、民族的なコミュニティのなかに信頼関係が形成されたのである。しかし、社会の亀裂に橋をかけるために必要とされる全体的な信頼関係は、それに見合う全体的な政策の進展なしには発生しないであろう。」(エバース、2004: 400、401)

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

「サードセクター組織は多様な資源の特有の混合の上に成り立つのであり、公的な助成金に加えて、かなりの非市場的な収入とサポートを伴っている。この議論に加わっている人の多くはこの点を認めているけれども、それにもかかわらず、彼らはたいてい、非国家＝非市場の構成要素を狭くとらえ、寄付やボランティアといった物質的に目立った特徴に議論を切り縮めてしまうのである。社会的資本という概念を導入することによって、サードセクター組織および社会的企業の資源構造の役割をよりよく把握できるようになる。というのも、この資源構造は、貨幣的要素だけではなく、信頼関係や人と人との結びつき、対話や協力への心構えなどといった非貨幣的要素からも構成されているからである。」（エバース、2004：405）

市民社会と国の政策との間の、一方通行でなく相互作用の中に SC 概念を位置付けるという視点は、とりわけ SB 概念を捉える上で重要と考えられる。特定集団の利益最大化のみを志向するのではなく、参加と対話、自治を促し、それら諸行為の総量を増やすことに志向するというのは、一般的な営利事業と区別される SB の特徴に合致するものでもあるからである。

須藤（2013）は、企業とは「資本結合による組織」として理解されるとし、彼の定義する SE 概念を構成するに際して SC が中核的位置を占めるとしている。そこでは SE は主に地域に根づく企業として描かれ、SC を事業経営の基盤として用いる一方で SC を蓄積する機能を併せ持つものであるとされている。しかし、この論点は、SC 議論の盲点に関係する。須藤の議論では、SE は、その経営基盤に据えることのできる SC が蓄積されている地域において立ち上げられ、他方では地域にさらなる SC の蓄積をも実現する存在として描かれている。しかし、この観点は、SC が所与のものとして蓄積されている地域ではさらなる SC を再生産・蓄積するサイクルが容易に発生し、SC が蓄積されていない地域には同様のサイクルが生成されにくく、無規範な状態が固定するという「決定論的な発展観」（ラビルとニッセンズ、2004：435）に帰結する恐れがある。

ラビルとニッセンズ(2004)は、上記の図式に異論を唱え、社会的資本が未発達な地域においてもSBを作りコミュニティに貢献することは可能であるとする。ただし、ここで言うSCは、血縁や地縁などで結ばれ同じアイデンティティを持つ人々を総合する社会的紐帯のみならず、同質性の小さい構成員たちが特定の問題の解決に向け自律的に取り組む関係が想定されていることに注目する必要がある。このことは、SBにおけるSCの位置付けを考える際に、人的ネットワークの存在に由来する信頼や互酬の関係、贈与的行為を取り上げるに留まらず、当事者たちが自由に参加し議論する社会的対話を可能とする公共空間を地域内に生成するというSBの機能と結びつけていることを意味する。SBにおける社会的資本の特殊性に関して、ラビルとニッセンズは以下のように主張している。

「社会的資本のうち家族中心のものや私的領域における個人間関係に基づいたものは取り扱わない。ここでの社会的資本は公共領域にあるものである。それは、地域主義や縁故主義、秘密性や不透明性によって強制される社会的資本の使用とも異なるものである。社会的企業における社会的資本は、市民資本(civic capital)というべきものである。

もし社会的企業がこのような社会的資本を生み出すことができるとするならば、自由な関与とメンバー間の平等を含んだ正式な規則に依拠しているからである。その結果また、資本依存型の企業と区別するために、社会的企業は、権力が投資に比例し、労働という貢献が財政的な貢献に従属するような不平等な関係を受け入れない。」(ラビルとニッセンズ、2004: 435、傍点筆者)

SC概念とSB議論との接続を図る場合、SCを公共領域(公共空間)に関連付けて理解することは、一般営利企業とSBとの間に確たる区別を持ち込むという意味で有効と考えられる。営利企業であっても、とりわけ地域に根付く中小企業の場合、地縁団体や地元の人的ネットワーク等に基づく信頼関係や互酬の関係などのSCを活用していないわけではない。むしろ事業経営になくしてはならない基盤的要素とさえなり得る。しかし、営利企業が設定する組織の第一義の目的が利潤最大化である以

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

上、異なる利害や社会的地位を持った人同士が集まって、必ずしも営利に結びつかない共通の目的を立てて議論し実践するような公共空間を生成するインセンティブは発生しにくいだろう。その点、営利追求でない目的を第一義に掲げて組織する SB は、その効果的な達成のためにも、多様な利害関係者が対等に対話し、共通の目的を立てていくプロセスそのものを体現するアクターとなりうる。そして重要なことは、そのプロセスを体現する個々の利害関係者が、西欧近代的意味における「自由な個人」を基本単位とするものとして想定されていることである。

3-2. 新たな視座の必要性

日本における経営学的アプローチと NPO 論的アプローチの二つの潮流とそれぞれに沿った諸研究は、欧米における社会・経済のあり方とその変動の狭間において提唱されてきた SB 議論を、学術的水準でも実践的水準でも、日本に普及し一般化させるという志向性を有するという点では共通しているといえよう。しかし、現に複数の議論による SB の定義が乱立しており、さらに、それらの議論にとっての共通の前提が設定されていないことは、概念の理解に混乱をもたらすことになる。

向井（2015）は、サードセクターに関わる包括的な議論の中で、事業法制を参照基準にした分類法を用い、主に欧州における従来の協同組合法や会社法を組織ガバナンスという側面から拡張した新たな根拠法を持つ事業体として社会的企業を位置付けている。そして、根拠法がないにもかかわらず名称が先行して用いられているケースとしてアメリカの SB を取り上げている（向井、2015：27-30）。向井は、経済ガバナンスという側面のみでは社会的企業と従来の事業体との区別はできない—サードセクターの非営利事業体や否営利事業体のいずれかに分類可能である—が、新しい形の組織ガバナンスを可能にする組織法^{xxxii}が必要となるプロセスに、社会的企業の独自性が見出せるとしている（向井、2015：32）。このような見方は、日本の SB 受容のあり方を理解する上で示唆的である。現に、NPO 法以外には SB を規定する類似の法制度を持たず、仮にも準拠点となる共通の基準も確定していない日本の現状においては、実証的・統計的把握の有意性を見出すことが極めて困難である。

さらに、前項にて確認したSBとSCとの関連から捉えてみても、異なる利害関係者が関わるガバナンス＝マルチ・ステークホルダー・ガバナンスが実現するためには、それが成り立ち得る組織を規定する制度的装置を想定する必要があることが確認できる。

おわりに

本稿を通して、日本の学術レベル及び実践レベルでのSB受容のあり方を見てきた。学術レベルの受容では、アメリカと欧州の中心的なSB研究をそれぞれ参照した経営学的アプローチとNPO論的アプローチとが、SB概念の主要な要素をめぐるせめぎ合いの様相を呈し、実践レベルでは、政府における経営学的アプローチ上のSB概念と、民間における様々な団体が両アプローチ上のそれを含む多様なSB概念を参照点にして、日本社会への普及を目指す動きが見られる。このような動きに関して、日本において「市民社会」が育ち始めた徴として、また、「“(総体としての)社会のなかに(市民)社会のない社会”というあり方を超えて、「社会的なもの・社会的なこととしての市民社会」の形成を手がかりとして〈総体としての社会〉のあり方を変更していこうとする市民的な発意 (initiative)」（内山、2004：505）の創発を期待する声もある。

しかし、日本における議論や実践には、決定的に抜け落ちている論点がある。それは、西欧近代資本主義の中で提唱されてきたSBを日本社会に移植するというプロセスに関わりながら、日本社会そのものにおける諸行為の準拠点を措定した上で、輸入されてきたSBに関わる諸行為と如何なる接点を持ち得、相互作用を示しているかを理解することである。Defourny and Kim (2011) は、東アジアの社会的企業に関する萌芽的研究の中で、「西欧の視座」をかけずに東アジアのリアリティを眺めた時に初めて、SBや社会的経済の創発と発展を観察することが可能になると主張する (Defourny and Kim, 2011:105)。内山 (2004) は、「市民社会」の台頭と日本における伝統的な「世間」という社会意識・感覚・規範としての根強さとの接続が、今後、不可欠の論点として浮かび上がってくるとしている (内山、2004：504)。しかし、この課題に正面から取り組んでいる研究は、管見にして見当たらない。そして、このことは、SB

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

に関わる制度技術や経営技術を扱った文献が乱立する中、現に日本社会においてSBに持たれる意味、定着していく動学が不透明なままにされるという事態につながっている。本研究の問題意識は、まさにこの論点を中心に据えているのである。

西欧近代という土壌の上に登場したSBの日本への受容は、西欧近代と「日本の近代」を共通の地平に乗せ比較することを前提にして初めて理解することができる。そのためには、より原理的な水準から西欧近代と「日本の近代」の比較を行い、そこから浮かび上がってくる論点の整理と、それらを日本のSB研究に接続させる可能性を探ることが必要となる。ただし、ここで目指されるのは、近代社会そのものを網羅的に記述することではなく、SBを構成している「個人」と「経営組織」との関係、また、「社会性」が、西欧近代と近代日本においてそれぞれどのような意味を懐かれているかを理解した上で、日本社会に見られる接続のあり方を探求することである。

最後に、SBがどのように定義され、なお日本社会においてどのように変容し得るかを考察するにあたって、本研究が設定する「SBたる所以」とも言えるメルクマールを提示しておこう。

SB議論の背景となる福祉国家体制の限界から浮上した「社会的課題」は、収益性ゆえに・官僚制構造ゆえに対応し切れない部分が生まれることをそれぞれ表す「市場失敗」と「政府失敗」が象徴するように、「市場による交換原理や国家・政府による再配分原理からは対処できないニーズ」という意味を含んでいる。現にSBを扱う多くのテキストでは、事業者がこのような「社会的課題」を発見し、その解決に取り組む事業目標を掲げることを唱えている。

しかし、「社会的課題」の内容そのものは時代や社会状況に関わるものであり、可変性・多様性に富んでいる。そのため、「社会的課題に取り組む」ということだけでSBと一般的なビジネスとを必ずしも明確に区別できるわけではない(谷本,2006a)。また、課題とされている 이슈が、複合的かつ流動的な利害関係構造の中にあり、普遍的な「解決」を想定することすら困難な場合も多々ある^{xxxiii}。これらのことを踏まえると、「社会的課題」の具体的な内容を以ってSBを定義することは困難であることが容易に予想できる。

SBが掲げる「社会的課題」の具体的内容を、その事業体をSBたらしめる決定的要因としない代わりに、とりわけ一般的な営利ビジネスとSBとを区別するための手がかりを、エバース(2004)の提唱する「混合資源構造」と、EMESが提示した「社会的企業の理念型」(表3参照)に含まれる「民主的意思決定」から探ることができる。この理念型における経済的条件が指し示すのは、SBが「ビジネス」たる所以、すなわち、有給雇用を含み、財務的自律性を持ちながら、市場または準市場における財・サービスの継続的な生産・販売による取引から収入源を得るといった性格である。言い換えると、多かれ少なかれ「市場化を志向している」ことを表すと言える。一方、社会的条件では、なかんずく資本に基づかない意思決定構造を有することと、事業活動に関わる様々なステークホルダーの参加が含まれる。すなわち、SBが営利ビジネスから区別されるのは、当該事業体が事業目標(例えば「社会的課題」への取り組み)を利益最大化よりも優先して追求する経営上の意思決定を行う上で、資本所有に左右されず、活動に関わる多様なステークホルダーとの民主的意思決定に基づいている点にあるということが示されているのである。

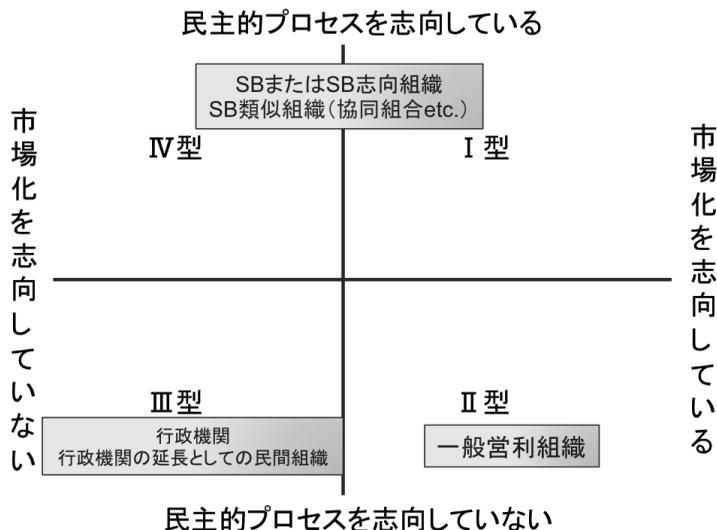
上述の経済的・社会的条件に関連して、エバース(2004)は、SBにおける収益構造は以下の三つからなる「混合資源構造」であると主張する：①「顧客への販売から得られる収入」＝販売収入、②「公益に対するサードセクター組織の貢献への感謝」＝国や地方自治体からの補助金もしくは特別減税、③「非政府・非市場の幅広い一群の資源」＝ソーシャル・キャピタル(SC)。SBの収益構造は、この三つの資源の組み合わせにおけるバリエーションから記述することができるが、中でも様々なレベルの人的ネットワークの上で醸成される信頼や互酬性などの社会関係を表すソーシャルキャピタル(SC)に関しては、同じ属性の人々(親族、エスニシティ集団など)同士というよりも、異質な人々の間に対話を作り出すことによって「公共空間 Public space」を生み出す側面が強調される。つまり、SBにおける「混合資源構造」は、市場や準市場に志向するという性質に加えて、公共性の涵養に関わるSCを蓄積するために「民主的意思決定プロセスを志向する」、という性質を表すと言えよう。

以上のことを踏まえて、本研究では、「市場化を志向している」そして「民主的プロセスを志向している」という二つの軸を設定し、SBを

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

位置付けることとする。下図は、それぞれの軸に沿ったマトリックスを示したものである。

図 4. 理念型としての SB の位置付け



まず、第二象限（II型）は、市場化を志向していながら経営における民主的プロセスは志向していない組織を表すものである。例えば、株式所有や出資額の大きさ等によって意思決定権が配分される一般的な営利組織はその典型例となる。第三象限（III型）は、市場化も経営における民主的プロセスも志向しない組織である。この象限には、国や地方自治体などの行政機関、または行政機関からの支援や事業内容の規定等に大きく影響される民間組織（社会福祉法人等）が含まれよう。第一象限（I型）と第四象限（IV型）にまたがっているのが、本研究で想定するSBの理念型となる。基本的にSBは市場へのコミットメントに由来する収入源を持ち得る一方で、上述した通り市場原理では対処し切れない分野に取り組む場合もあるため、市場化志向の度合には様々なバリエーションが生じることとなる。ただし、どの場合であれ、その経営における民主的意識決定プロセスを持つ、または志向するという点において共通し

ており、その点が **SB** という概念の中心的なメルクマールと考えられる。

ここまでの一般的な意味における **SB** の理念型だとすれば、本研究の認識目標である「日本の **SB**」を捉えるためには、日本社会という土壌が二つの軸との間でどのような相互作用を示すかを捉えることが必要となる。とりわけ、「行為」の理解における明証性の高い「民主的プロセスを志向している」に関わる日本社会のバイアスと、さらにその状態から組織の変化を試みる「行為者」が織りなす相互作用は、理解社会学の視座から日本社会と **SB** を捉える上で重要な視点となるだろう。

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

- i) 「ソーシャルビジネス (SB)」という用語は「～事業」や「～事業活動」として使うこともできるが、本稿では「事業組織」、すなわち独立した事業目標を持ち運営上の最小限の意思決定機構を持つことのできる事業体という範疇を用いている。なお、とりわけ日本においてははまだ政策用語として規定されていないことから、「社会的企業 (SE)」も同じ範疇の語として用いることとする。
- ii) 例えば韓国の場合、2006年12月に成立したSBの認証制度である「社会的企業育成法」の立法過程において、これら二つのアプローチのうち欧州の社会的経済アプローチに基づく法律を参照している。
- iii) 例えば佐藤慶幸、2002、『NPOと市民社会』有斐閣を参照。なお、市民の生活領域（「生活世界」）のシステム依存について論じたハーバーマスの著作としては、ハーバーマス、J、1994、『公共性の構造転換-市民社会の一カテゴリーについての探求』（未来社）の序章を参照されたい。
- iv) 西欧近代における「自由な個人」概念と日本における相違については、次号の論稿にて詳述する。
- v) これは、Defourny (2001) 等における社会的企業の理念型から着想を得たものである。1-1の表3を参照されたい。
- vi) 日本では、官民共同出資事業体のことを「第三セクター（三セク）」と呼ぶことがあるが、これは本稿での用語法とは異なる。
- vii) リピエッツは、この二つのセクターをそれぞれ次のように特徴付けている：①市場セクターでは、企業は、資本所有者ないしその代理人の指揮のもとに賃労働者を組織して、市場に財とサービスを提供する。企業による供給は、費やされた活動の有効性を示すと同時に、企業に対して、賃労働者に賃金を払い、資本所有者によって投下された資本を減価償却させ、資本の前貸しに関して報酬を支払う手段を与える販売によって価値実現する。②公的セクターでは、選挙で呼ばれた人びとによって管理される官庁が、税を集めて、社会の需要を充足させるために資金と賃労働者を割り当てる。その割り当ての仕方は、内部の手続きと民主的な議論によって決められる規準（学区地図、病院区分図など）に従っている（リピエッツ、2011：30-31）。

- viii) 「否営利事業体」とは、「利益の分配を目的としない」という剰余分配基準に対する二つ目の解釈を表す用語で、剰余利益を全く分配しない (non-profit) 事業体ではなく、利益を事業目的にしているわけではないが結果的に剰余利益が発生した場合、一定の制限された範囲内での分配を認める (not-for-profit) 事業体である (向井、2015 : 4)。
- ix) ここでの「市場」は「準市場 quasi-market」を含む概念となっている。準市場とは、政府による価格決定への関与、公的資金による費用負担、消費者による供給先の選択から特徴付けられる市場のことである (向井、2015 : 2-3)。
- x) 「独立した領域」というのは、それぞれのセクターが断絶され孤立しているという意味ではない。それぞれのセクター間では「寄付-サービス提供」、「助成-業務提携」といった相互行為が常に行われている。ただし、アメリカでは NPO 等のアソシエーションが政府のカバーしきれない部分を肩代わりするというよりは、むしろアソシエーションがカバーしきれない部分を政府がカバーするという発想が前提にあるところに特徴があることは指摘できよう。
- xi) その一例に、後は同文献の他の箇所でも、日本において法人格を有しない多数の「任意団体」をサードセクターに含めるかどうかという判断に触れている。彼は、運営や意思決定のルールが(文書化等の形で)明確化されているか否かが理論的基準として適切であるが、調査などにおいては、行政機関等が把握しているかが技術的基準とされとしている。さらに、NPO 法の制定や公益法人制度改革によって法人格取得が容易になってきていることを挙げ、理論的基準と技術的基準の間隙が今後、実態として埋まっていく(法人格を有する団体が実質的に増えていく)であろうと予想している (後、2011 : 6、傍点筆者)。
- xii) ここでいう NPO の代表的な例には、協会 (associations)、相互扶助組織 (mutuals)、慈善団体 (charities)、財団 (foundations) などが挙げられる。
- xiii) Loss, Monica、2006、「イタリアの社会的企業」『国際労働ブリーフ』4 (6)、31 頁 (韓国語文献)

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

- xiv) CSR は、その分野・規模に関わらず、SB 本来の性質とは異なるものとして見なされることがある。営利企業にとって第一義は利益最大化（profit maximisation）にあり、社会貢献活動はその次の順位に置かれざるを得ないためである。Yunus（2008）は、従来の市場経済における格差を拡大する利益最大化および社会的目的の遂行という、営利企業の二つの行為の間に生じ得る矛盾について指摘し、ときには企業が社会的貢献に用いる財源を確保するために、利益最大化行為をさらに深化させることさえ生じていると主張する。
- xv) 現在、L3C の訳語は定まっていないが、日本国内閣府は「利潤の最大化ではなく、社会的な利益の追求を第一義とする低営利型の LLC に準ずる法人格」と暫定的に定義している（内閣府、2011：136）。本研究では上記の内閣府の定義を参照した。なお、LLC（有限責任会社）とは、アメリカ合衆国の各州が定める企業形態の一つであり、日本における有限会社（ただし、2006 年に根拠法を廃止）に類似している。
- xvi) 公的支援が皆無であるというわけではなく、実際には様々な資源を活用することができる。たとえば、「プロジェクト提出を通して中央・地方政府の支援を活用、障がい者企業の商品に対する優先的購買（「Javits-Wagner-O'Days 法」）、9 つのターゲット集団（就労脆弱階層）を雇用する企業に対する税制の優遇—一人当たり 2,400 ドルまで所得税を控除—、Community Reinvestment Act（連邦法、1977 年制定）による金融機関活用」（OECD, 2006）等が挙げられる。
- xvii) 塚本・土屋（2008）、藤井ほか（2013）などを参照されたい。ちなみに、韓国の言説状況に関しても、同様の楽観主義的な言説の流通が指摘されている。例えば羅（2015）の第 1 章を参照。
- xviii) 例えば、山本（2014）は、社会的企業の解釈をめぐる四つの学派（①社会的企業／収益学派、② EMES 学派、③社会起業家／ソーシャル・イノベーション学派、④ソーシャル・イノベーション学派）を分類している。
- xix) 大沢（2011）では、日本における社会的経済の現状に関する統計的把握を試みており、日本に現存する各種の協同組合と非営利組織に関わる実数や付加価値総額を提示している。ただし、社会的企業・

コミュニティビジネスなどに関するデータの提示にまでは至らず、日本の現状における統計的把握のための基盤がまだ醸成されていないことが今後の課題であるとしている。

- xx) 「Base of Pyramid ビジネス」の略。「BOP層」と呼ばれる、主に途上国の低所得層の消費者、生産者、販売者のいずれかを対象にした持続可能なビジネスのことを指す。
- xxi) ここでいう「社会的課題」の例として、「①福祉・介護・子育て②就労・起業支援③農林・漁業振興④地球温暖化防止・リサイクル⑤まちづくり・商店街振興⑥地域資源を活かした観光・産業振興」が示されている。
- xxii) 経済産業省ソーシャルビジネス推進研究会(2011)35頁参照。
- xxiii) 同調査では、年間収入が1,000万円以上の「株式会社・有限会社・合資会社・合名会社・合同会社のうち中小企業の従業員数に該当する非上場企業」と「企業組合・一般社団法人・NPO法人」からそれぞれ5,000社ずつ抽出し、そのうち2,562社から得られた回答をもとに、日本のSBの経営実態を統計的に示している。
- xxiv) この問題に関連して、竹内は、藤井ほか(2013)の「社会的所有」議論についても紹介しているが、多様なステークホルダーの間での調整や意思決定に時間・コストがかかることから、社会的所有をSBの一般的な要件とは認めていない。ただし、その際、「多数決による意思決定が常に正しいというわけでもない」(竹内、2015b:13)と説明している箇所は、関係者による自発的参加と自治を本質とする「民主的意思決定」と、意思決定の手続きの一種である「多数決」を同一視しているが故に生じる誤謬といえよう。
- xxv) 例えば武川(1996)は、「社会参加」という概念を類型化し、行政との関係において「計画の策定過程への参加」と「計画の実行過程への参加」という分類を示している(武川、1996:8)。
- xxvi) 日本国内の認定例として、「株式会社ヒューマンハーバー」、「ソーシャル・ビジネス・EQ パートナーズ株式会社」などがある。
- xxvii) うちNPO法人28、株式会社14、有限会社2、一般社団法人2、公益社団法人1、公益財団法人1、その他1。ただし、複数団体の協業体制やコンソーシアムなどの重複を除く。

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

- xxviii) ここでの「社会的排除」は「個人または集団が社会から排除される」ことを指す。ただし、具体的に何が「社会的排除」に該当するかに関しては、認定委員会を設置し毎年ガイドラインを更新する方式が提案されている（内閣府、2010b：7）。
- xxix) アメリカのSB議論をリードしてきたDeesらも、近年、SBが事業収入（earned income）にのみ依存すべきとする議論が、原理的に成立しないレトリックに過ぎないことを主張している（Battle Anderson and Dees, 2006）。この点に関しては、藤井ほか（2013）62-64頁も参照されたい。
- xxx) 例えば藤井（2010）参照。新制度学派経済学では、企業の所有権について、「残余統制請求権（residual control rights）」＝最終的な意思決定権と「残余所得請求権（residual income rights）」＝純利益の分配を受ける権利との二つに区別する。一般的な営利企業の利潤最大化より複合的な経営目標を立てる非営利組織の場合、残余統制請求権と残余所得請求権とが別のグループに保有されることになり、マルチ・ステークホルダーによるガバナンスが実現することになる。
- xxxi) 新しい形の組織ガバナンスの例として、恒常的に参加するボランティアへの労災補償の可能な公益組織、ボランティア参加者にも組合員資格を付与できる労働者協同組合などが挙げられている（向井、2015：27）。
- xxxii) 例えば、ジャーナリストである高橋秀実は、諫早湾干拓問題や沖縄米軍基地問題など、社会的に広く認知されている問題が生じている地域に入って詳細な取材を行った結果、マスメディアの報道における典型的な「賛成派」対「反対派」といった対立図式とは異なり、錯綜した利害関係や「加害者-被害者」関係の反転などの構造が存在することを示している（高橋、2009）。

参考文献一覧

【英語】(アルファベット順)

- Battle Anderson, B. and Dees, J. G., 2006, "Rhetoric, Reality, and Research: Building a Solid Foundation for the Practice of Social Entrepreneurship," Nicholls, A. (ed), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, OXFORD University Press.
- Dees, J. G., 1998, "Enterprising Nonprofits," *HARVARD BUSINESS REVIEW*, January-February 1998.
- Defourny, J., 2001, "Introduction: from third sector to social enterprise" in Borzaga, C. and Defourny, J. (eds.), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge,
- Defourny, J., Kim, S. Y., 2011, "Emerging models of social enterprise in Eastern Asia: a cross-country analysis," *Social Enterprise Journal* Vol. 7 No.1 : 86-111.
- Department for Business Innovation and Skills (UK Government), 2015, *Office of the Regulator of Community Interest Companies: Information and guidance notes*, November 2015.
- Fontan, Jean-Marc and Shargge, Eric, 2000, "Tendencies, Tensions and Visions in the Social Economy" in Fontan, Jean-Marc and Shargge, Eric (eds.), *Social Economy: International Debates and Perspectives*, Black Rose Books, p.4.
- Kerlin, J., 2006, "Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences," *Voluntas* 17 : 247-263.
- Kerlin, J., 2009, *Social Enterprise: A Global Comparison*, Tufts University Press.
- Laratta, R., Nakagawa, S., Sakurai, M., 2011, "Japanese social enterprises: major contemporary issues and key challenges," *Social Enterprise Journal* Vol. 7 No.1 : 50-68.
- Leadbeater, C., 1997, *The Rise of the Social Entrepreneur*, London: DEMOS.

【韓国語】(アルファベット順)

- Aiken, Mike, 2006, 「イギリスの社会的企業」『国際労働ブリーフ』4(6): 22-30.
- Defourny, Jacques, 2007, 「社会的企業: ヨーロッパの状況を中心に」『社

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

- 会的企業の発展のための市民社会団体連帯会議』発表資料、ソウル
(2007年3月9日)
- ホン・ソクビン、2009、「社会的企業の持続成長の可能性」『LG Business
Insight』2009.05.06：41-50頁
- Loss, Monica, 2006, 「イタリアの社会的企業」『国際労働ブリーフ』4(6)：
31-38頁
- OECD、2006、『OECD 国家の社会的企業と示唆点』
- Yunus, Muhammad、2008、『貧困なき世界のために：社会的企業と資本主
義の未来』キム・テフン訳、ムルプレ

【日本語】（あいうえお順）

- 阿部誠、2013、「「新しい公共」と社会政策」『社会政策』5(1)、5-18.
- 後房雄、2011、「日本におけるサードセクターの範囲と経営実態」『RIETI
(独立行政法人経済産業研究所) Discussion Paper Series』11-J-027.
- 内山哲朗、2004、「解題 サードセクターの動態と社会的企業」ボルザガ、
C.・ドゥフルニ、J. 編、2004、『社会的企業（ソーシャルエンタープ
ライズ）-雇用・福祉のEU サードセクター-』内山哲朗・石塚秀雄・
柳沢敏勝訳、日本経済評論社、501-528.
- エバース、A.、2004、「社会的企業と社会的資源」ボルザガ、C.・ドゥフ
ルニ、J. 編、2004、『社会的企業（ソーシャルエンタープライズ）-
雇用・福祉のEU サードセクター-』内山哲朗・石塚秀雄・柳沢敏勝
訳、日本経済評論社、396-418.
- 大沢真理、2011、『社会的経済が拓く未来:危機の時代に「包摂する社会」
を求めて』ミネルヴァ書房
- 大室悦賀・大阪NPOセンター、2011、『ソーシャル・ビジネス-地域の課
題をビジネスで解決する』中央経済社
- 共同連編、2012、『日本発共生・共働の社会的企業-経済の民主主義と公
平な分配を求めて』現代書館
- 経済産業省ソーシャルビジネス研究会、2008、『ソーシャルビジネス研
究会報告書』
- 五石敬路、2012、「韓国における社会的企業制度の系譜と展開」『都市問題』
103(6)、100-119.

- コールマン、J.、金光淳訳、2006、「人的資本の形成における社会関係資本(第6章)」野沢慎司編・監訳『リーディングスネットワーク論-家族・コミュニティ・社会関係資本』勤草書房、205-238.
- 佐藤慶幸、2002、「ボランティア・セクターと社会システムの変革」佐々木毅・金泰昌編『公共哲学7 中間組織が開く公共性』東京大学出版会、193-224.
- 首相官邸「21世紀日本の構想」懇談会、2000、『21世紀日本の構想』(2000年1月)
- 自由民主党日本経済再生本部、2014、『日本再生ビジョン』(2014年5月23日)
- 須藤順、2013、「ソーシャル・エンタープライズの中核的概念と政策展開」青森公立大学大学院博士学位論文
- ソーシャルビジネス推進研究会、2011、「ソーシャルビジネス推進研究会報告書」
- 高橋秀実、2009、『からくり民主主義』新潮社
- 竹内英二、2015a、「ソーシャルビジネスの経営実態」日本政策金融公庫総合研究所編『日本のソーシャルビジネス』同友館
- 竹内英二、2015b、「ソーシャルビジネスの定義について」日本政策金融公庫総合研究所編『日本のソーシャルビジネス』同友館
- 武川正吾、1996、「社会政策における参加」社会保障研究所編『社会福祉における市民参加』東京大学出版会、7-40.
- 谷本寛治編著、2006a、『ソーシャル・エンタープライズ—社会的企業の台頭』中央経済社
- 谷本寛治、2006b、「ソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)の台頭」谷本寛治編著『ソーシャル・エンタープライズ—社会的企業の台頭』中央経済社、1-45.
- 中小企業庁、2014、「意見書」(「NPOなど新たな事業・雇用の担い手に関する研究会(第1回)」駒崎委員提出資料、2014年6月13日)
- 塚本一郎・土屋一步、2008、「日本におけるソーシャル・エンタープライズの動向」塚本一郎・山岸秀雄編『ソーシャル・エンタープライズ—社会貢献をビジネスにする』丸善、59-83.
- 塚本一郎・山岸秀雄編、2008、『ソーシャル・エンタープライズ—社会貢

日本社会におけるソーシャルビジネス理念型の構築に向けて：
国際的な議論の現状と日本における含意（洪 性旭）

献をビジネスにする』丸善

ドゥフルニ、J.「サードセクターから社会的企業へ」ボルザガ、C・ドゥフルニ、J. 編、2004、『社会的企業（ソーシャルエンタープライズ）－雇用・福祉のEU サードセクター－』内山哲朗・石塚秀雄・柳沢敏勝訳、日本経済評論社、1-40.

土肥将敦・唐木宏一・谷本寛治、2006、「日本におけるソーシャルビジネスの胎動」谷本寛治編著『ソーシャル・エンタープライズ－社会的企業の台頭』中央経済社、207-262.

内閣府、2010a、『「新しい公共」宣言』（2010年6月4日）

内閣府、2010b、『社会事業法人（案）～社会事業の担い手を増やし新しい公共を実現する～』（「新しい公共」円卓会議作業チーム提出資料、2010年3月16日）

内閣府、2010c、『地域社会雇用創造事業実施要領』（2010年2月1日）

内閣府、2011、『社会的企業についての法人制度及び支援の在り方に関する海外現地調査報告書』（2011年3月）

中川雄一郎、2005、『社会的企業とコミュニティの再生－イギリスでの試みに学ぶ』大月書店

日本政策金融公庫総合研究所編、2015、『日本のソーシャルビジネス』同友館

ハーバーマス、J.、1994、『公共性の構造転換－市民社会の一カテゴリーについての探求』未来社

パットナム、R.、2001、『哲学する民主主義』河田潤一訳、NTT出版

パットナム、R.、2006、『孤独なボウリング－米国コミュニティの崩壊と再生』柴家康文訳、柏書房

馬頭忠治・藤原隆信、2009、『NPOと社会的企業の経営学－新たな公共デザインと社会創造』ミネルヴァ書房

藤井敦史、2010、「日本における社会的企業概念の受容と研究の課題」原田晃樹・藤井敦史・松井真理子『NPO再構築への道－パートナーシップを支える仕組み』勁草書房

藤井敦史・原田晃樹・大高研道編著、2013、『闘う社会的企業』勁草書房

町田洋次、2000、『社会起業家－「よい社会」をつくる人たち』PHP研究所

栢永佳甫、2008、「非営利セクターの商業化とソーシャル・エンタープ

ライズ」塚本一郎・山岸秀雄編『ソーシャル・エンタープライズ-
社会貢献をビジネスにする』丸善、85-101.

向井清史、2015、『ポスト福祉国家のサードセクター論-市民的公共圏の
担い手としての可能性』ミネルヴァ書房

山本隆編著、2014、『社会的企業論』法律文化社

羅一慶、2015、『ソーシャルビジネスの政策と実践：韓国における社会
的企業の挑戦』法律文化社

リピエッツ、A.、2011、『サードセクター-「新しい公共」と「新しい経済」]
井上泰夫訳、藤原書店

<ウェブサイト>

一般社団法人ソーシャルビジネス・ネットワーク

(<http://socialbusiness-net.com/>)

株式会社ティーピーエフ (<http://www.snowdoll.net/company/>)

駒崎弘樹、2014、「新法人格「ソーシャルビジネス法人(仮称)」が自民
党の成長戦略に掲げられたことに関して、ソーシャルビジネス当事
者より」(<http://www.komazaki.net/activity/2014/06/004495.html>、2016年2
月29日閲覧)

社会起業家フォーラム (<http://www.jsef.jp/>)

社会起業大学 (<http://socialvalue.jp/>)

東京工業大学社会学専攻「国際的社会起業家養成プログラム」

(<http://www.soc.titech.ac.jp/~soc-entre/index.html>)

特定非営利活動法人しずおか環境教育研究会 (<http://www.ecoedu.or.jp/>)

ユヌス&椎木ソーシャルビジネス研究センター

(<http://sbrc.kyushu-u.ac.jp/pg197.html>)