

日本における社会起業理論を再考する

—地域福祉への新たな視座を求めて—

柴 田 学*

I. はじめに

今日、「地域福祉」という考え方は、ある種のメインストリームになってしまったといえる。特に、2000（平成12）年の社会福祉法改正以降では、法的に「地域福祉の推進」が明文化された。地方自治体においても、「地域福祉計画」の策定が任意ではありながら、法的に位置づけられた事で、地域政策における一つの考え方として形成されつつある。

もちろん、地域福祉を形成しているのは行政的役割だけではない。例えば、そもそも地域福祉の源流とは何かと問えば、セトルメント活動や民間社会事業団体の設立等、民間組織による慈善事業や社会事業であったように、現在でも、地域組織や民間組織が日本の地域福祉活動を支えているのは、多くの人々が認める事実であろう。

一方、その地域組織や民間組織が舞台としてきた地域社会は、地場産業の衰退や中小零細企業の減退といった地域経済問題、少子高齢化、人口減少、ひきこもり、児童・高齢・女性への虐待問題、青少年の非行、貧困、自殺、犯罪、ホームレス問題等、様々な問題を抱えている現状にある。また、こうした地域社会の崩壊は、これまで地域福祉を支えてきた地域組織の形骸化と行財政の圧迫化にも大きく影響しており、長らく公的資金に大きく依存してきた社会福祉協議会やNPOの活動にも影を落としている。つまり、「地域福祉の推進」の担い手として当たり前のように扱われてきた既存の地域組織や民間組織が、現実として悪循環に陥っているのである。とはいえ、地域福祉が伝統的に「民間組織による先駆的な取組みによって切

り拓かれてきた」（牧里，2009：p112）ものであり、「これからの地域社会に根ざした地域福祉実践には、民間組織の位置づけは増すことがあっても減退することはない」（牧里，2009：p112）ものであるとするならば、いま一度、民間組織の持つ先駆性に着目するべきではないだろうか。

なお、こうした「民間組織の先駆性」を読み解く一つの視座として、近年注目されているのが「社会起業」である。社会起業とは、さしあたりは、地域社会における多様な社会問題に対して起業的手法で解決しようとするものであるといえる。その革新的サービスや先進的ニーズ・資源の発見機能については、マスコミ等でも多く取り上げられ、疲弊した社会経済における「エポックメイキング」や「新たなビジネスの形」として語られていることも多い。近年では、社会起業に関する学術研究（以下、社会起業研究）や政策の中でも活発に論議されている。

社会起業研究については、論者によってその捉え方は多種多様であるが、基本的には欧米の先行研究を踏まえて展開されている。1つは、アメリカに代表される「ソーシャル・アントレプレナー個人の社会的使命に焦点をあてるアプローチ」（以下、社会起業家論）をとり、もう一方は、イギリス含むヨーロッパの研究の流れを踏まえた「社会的企業の組織構造や社会政策とのかかわりに焦点をあてるアプローチ」（以下、社会的企業論）をとるものである¹（図表1）。特に、欧米における社会起業理論については多くの論者が整理している。しかし、それらを踏まえて議論されてきたはずの日本における社会起業理論については、整理されているものが少ない。

キーワード：社会起業家、社会的企業、コミュニティ・ビジネス

*関西学院大学人間福祉学部人間福祉実習助手

図表1 (橋本理による) 社会起業研究の整理²

アプローチ	ソーシャル・アントレプレナー個人の社会的使命に焦点 (主に米国でとられるアプローチ)	社会的企業の組織構造や社会政策とのかかわりに焦点 (主にヨーロッパでとられるアプローチ)
用いられる語句	社会的企業、社会起業家、ソーシャル・ビジネス	社会的企業、サード・セクター
対象	非営利組織から一般の営利企業を含む	サード・セクターに属する組織に限定 (非営利組織、協同組合など)
活動内容	幅広い社会課題の解決、社会貢献	社会的排除の克服 (対人社会サービスの供給、労働統合 (WISE) など)

(出典) 橋本 (2009) p41

そこで、本研究では、これまでの先行研究を整理することで、日本における社会起業理論を再考する。そしてそれらの内容を踏まえたうえで、社会起業が、地域福祉においてどのような視座を与えるのかについても考察を試みたい。

II. 社会起業理論における2つのアプローチ —社会起業家論と社会的企業論

1. 社会起業家論

日本における社会起業理論では、経営学者やシンクタンク研究者を中心に、起業家に関する議論が多く展開されている。とりわけ社会起業家に関する議論については、「社会変革をもたらす社会起業家のアイデアと実行力」(服部, 2004 : p34) というようなスペシフィックな側面に着目していることが、学術研究に限らず各種マスコミの報道や出版物からも見受けられる³。

「社会起業家」という言葉をいち早く世の中に紹介した人物でいえば、町田洋次や斎藤慎などの功績は大きいであろう。町田 (2000 : p18) は、社会起業家について「医療、福祉、教育、環境、文化などの社会サービスを事業として行う人たち」と定義し、その活動スタイルは、「単に社会的使命を持った事業を起業するだけではなく、行き詰った社会的事業を活性化したり、または非営利組織のプロとして経営するなど」多様であるとしている。2000年前半は研究蓄積が乏しいことも考えられるが、この町田の定義は社会起業家研究

の論文でも定義の代表格として用いられることが多い (石川, 2006・速水, 2007・松行ら, 2003など)。

また、斎藤 (2004 : pp28-29) は社会起業家について、「①地域コミュニティや世界の多様なニーズに応える社会的な使命感を根底に抱きながらも、事業を実践する過程では、巧みにビジネス・テクニックを応用していく」「②資本金は弱いながらも、時代を鋭く捉えたアイデアや創造性にあふれた組織を作る」「③パートナーシップを重視する。縦割り型組織の弊害に悩まされる大企業や政府とは異なり、同じ価値観を共有する組織と有機的に結びつき、相乗効果を考えながら、目的を達成するためのネットワークを構築していく」「④労働を収入の手段としてだけではなく、自己実現の手段でもあると考える」「⑤事業の所在地の地元住民から、遠く離れた発展途上国の国民までを、利害関係者 (ステイクホルダー) と見なし、彼らの価値観に根ざした商品やサービスを提供する。株主に対する責任を最優先課題とし、利益を上げ配当した従来の企業の指導者とは一線を画している」「⑥長期的な効果を重要視する。たとえ短期的な利益を犠牲にすることがあっても、長期的な恩恵を選ぶことで、最終的にはステイクホルダーの満足が得られると確信している」と定義している。これらの内容は、「十分な実証的・理論的検証を抜きに、社会的企業家のリーダーシップとその社会的インパクトが過大に評価される傾向にある」(塚本, 2008 : p62) との批判的な意見もあるが、社会起業というある種のパッケージ

やコンセプトを世の中に紹介している意味合いでいえば、十分に貢献した業績であるといえる。

また、従来型の起業家との違いや関連性を踏まえて説明することも多い（石川，2006・石田，2008・狩俣，2008・神座，2005・服部，2007・速水，2007）。まず、社会起業家研究の代表格としては、服部篤子が挙げられる。服部（2007）は、ディーズの研究成果を引用して、起業家と社会起業家とでは、富（利益）を「成功の判断基準」として捉えるか「社会的課題を解決する事業の手段」として捉えるかによって相違があると説明している。さらに、自身の事例研究や欧米研究の蓄積から、社会起業家について大きく4つに類型化している（図表2）。服部が示す社会起業家を説明する文脈に共通しているのは、どの類型に当てはめたとしても、社会起業家を「社会変革を担う存在」として位置付けていることであろう。

図表2 社会起業家の類型

類型	内容
営利ビジネス型	社会的ミッションが高く、かつ市場を開拓するビジネスモデルを開発し、他のエリアへの汎用性がある事業を展開。これまでの起業家と重なる部分も非常に多い。 (教育・環境分野にみられる傾向)
NPO型	社会問題の解決を意図して事業を展開。非営利の法人格を持った組織が主体。事業型NPOはここに属する。 (特に福祉の分野に多い傾向)
格差是正型	ソーシャル・インクルージョンの問題を扱い、その解決のために事業を展開。(特に国際協力、福祉分野に多い傾向)
地域再生型	地域活性化を目指し、市民を巻き込んで事業を展開。(スポーツや文化事業などに多い傾向)

(出典) 服部（2007）pp33-34を基に筆者作成

次に、速水智子は、社会起業家の行う事業は、「対象が社会的弱者の傾向にある点、事業運営での継続性に関して難易度の高い点、社会的な成果が表れるまでに長期的な視点が欠かせないなどの、固有の経営的特性がある」（速水，2008:p70）という。

また、事例研究によって社会起業家と従来型起業家との違いを、企業活動における、①動機・目的、②対象、③事業領域、④資金調達、⑤ビジネスモデル、⑥原理、の6つの側面から、それぞれ社会的属性と個人的属性の強さで比較・検討している（速水，2007）（図表3）。特に②対象においては、社会起業家が対象とする層は貧困層であるのに対して、従来型起業家は中間層・裕福層を対象にしているという点で明確に異なるのだという（速水，2007）。速水の社会起業家論は、社会的排除に対峙するビジネス・パーソンとして、その存在根拠を示しているのが特徴的であり、従来型起業家との違いを鮮明に打ち出している。

他方で、従来型起業家と社会起業家の違いは縮小傾向にあると言及しているのが、神座保彦である。神座（2005）は、従来型起業家と社会起業家との間には、「営利」対「非営利」、「利益最大化」対「社会的貢献」という図式が一般的ではあるとしたうえで、現実的な傾向としてこうした単純な対立的図式は成立しなくなったと指摘する。その理由として、「近年では、営利企業といえども、CSR（企業の社会的責任 Corporate Social Responsibility）の発想の浸透を背景に、コーポレートガバナンスの取り扱う範囲が株主への利益還元要求中心のものから、環境的側面・社会的側面への対応までもが包含されるようになってきており、企業が社会的な貢献とは無関係の存在ではいられなくなってきている」ことや、「営利企業という組織形態のなかで社会的弱者に良質のサービスを提供することをも目指したベンチャービジネスも出現しており、この場合は、実態的には社会起業家のスピリットを持った起業家が存在するといったことになる⁴」（神座，2005：p2）ことを挙げており、従来型起業家と社会起業家の内容がオーバーラップしてきていると述べている。神座の社会起業家の捉え方は、起業家「個人」に焦点を置いて研究しているために、その起業家がどのような事業形態（営利あるいは非営利）であろうと構わないというスタンスであるといえる。

神座と同様のスタンスとしては、谷本寛治や大室悦賀などに代表される経営学者の一連の研究が挙げられるであろう。これら研究者のスタンスは、

図表3 社会起業家と従来型起業家の社会的属性の比較

	社会起業家			従来型起業家		
	活動	属性		活動	属性	
		社会的	個人的		社会的	個人的
①動機・目的	・社会的課題の解決 ・排除されている人々の救済	○		・個人的なもの、利潤追求 ・会社の拡大		○
②対象	・貧困、排除された人々 ・問題を抱えている人々	○		・市場（富裕層・中間層）		○
③事業領域	・社会的事業 ・不足しているものの提供	○		・売れる商品		○
④資金調達	・公的、私的セクターと連携 ・SRI（社会責任投資） ・寄付 ・ベンチャーフィランソピー	○		・直接金融 ・利益志向投資ファンド		○
⑤ビジネスモデル	・社会的事業とビジネスの両立 ・自立支援システム ・労働力の有効活用	○		・技術革新、効率性、利便性	○	○
⑥原理	・公正原理、使命感、倫理観 ・オープン化、長期的視点、共有	○		・市場原理（利潤・売上）、効率 ・競争、短期的視点、所有		○

（出典）速水（2007）p7（表2），p10（表3）を基に筆者作成

起業家精神を持って行動することがコアであることを強調し、さらに社会起業家が従来のシステムとは異なる新たな仕組みを導入し、ソーシャル・イノベーション⁵を創出させることができるかという機能に着眼点を置いている。

大室（2002：p143）は社会起業家について「社会的サービスの供給や社会におけるさまざまな問題（地域の再生、環境保全、教育の再生、社会変革）への取り組みをビジネスと一致させるイノベティブな活動を行い、基本的に社会に貢献を目的とした民間企業（NPOを含む）」と定義して

いる。また谷本（2006：p27）は、社会起業家を「社会的企業家」と表現し、「新しい事業を起こすベンチャーのみならず、既存の一般企業や行政に属する人でもその組織の中で新しい事業に取り組んだり、新しい仕組みを導入したりする事例もみられる」としたうえで、「組織を立ち上げる『起こす』局面のみならず、ビジネスモデルを『企てる』局面を重視し、『社会的企業家』と表現する」として、事業形態には言及していながらも、実質、社会起業家が属する事業形態に関してはボーダレスに捉えている。また、社会的企業との延長線上

にCSRを位置づけていることも特徴的である(図表4)。つまり、CSRを担う一般企業のCSR担当社員も、社会的使命をもって取り組んでいれば社会起業家として認める、と捉えることができる。

以上のように、日本の社会起業家論は、(営利あるいは非営利、CSR等)事業や組織形態の在り方にこだわることなく、ソーシャル・イノベーションを実現する主体としての社会起業家個人に着目することで、その社会的使命や特徴とは何かについて問おうとしている論理であると理解すべきであろう。

2. 社会的企業論

一方で、社会起業家論に異を唱えているのが、ヨーロッパの研究の流れを組む「社会的企業論」の立場をとる研究者らである。その代表的論客である藤井敦史は、起業家アプローチの研究にはいくつかの問題点があることを指摘している(藤井, 2005, 2007a, 2007b)。

- ①「一般的な営利企業の延長線上で議論することは、実際には、行政からの委託事業収入等、公的資金が多く投入されているのに、一般市場からの事業収入だけで成り立つ組織という誤ったイメージを助長される危険性がある」(藤井, 2007b: p51)
- ②「社会的起業家の担うイノベーションはブラックボックスだ。イノベーションという言葉はいろいろなところで踊っているが、内実はよくわからない」(藤井, 2005: p28)
- ③「ヒーロー的起業家仮説にはあまり意味がない。制度的な環境や地域経済のありようなどの諸条件を考慮しなければ、社会的企業の成功要因は

考えられない」(藤井, 2005: p28)

- ④「起業家アプローチにおける『社会的企業観』においては、社会的企業の『社会性』とは、基本的に社会的起業家個人の主観的な社会的使命に還元されるが、そうした社会的起業家の自由な発想とアイデアが、当事者ニーズと密接に結びついていることが、何によって担保されるのかが不透明である」(藤井, 2007a: p89)
- ⑤「基底には市場主義イデオロギーが強くあり、サード・セクターの営利企業への組織的な同型化を進める要因になりかねない」(藤井, 2005: p28)

藤井が主張している社会起業家論への批判は、組織の成立には社会起業家のリーダーシップの要素は極めて重要であるとしながらも(藤井, 2007a)、営利企業そのものは社会的企業として認められないと主張している(藤井, 2007b)。また、藤井(2007b: p51)はその根拠として、イギリスおよびイタリアの社会的企業の事業収入のかなりの部分が、政府からの委託事業であるという例を提示し、「一般のマーケットでやっていける組織のイメージで捉えることはミスリーディングであり、営利企業とは概念上区別して議論すべき」(藤井, 2007b: p51)であると指摘している。そして『『社会的企業』を、従来のNPOや協同組合とまったく違う概念として出てきているのではなく、サード・セクターの再編成プロセスの中で浮かび上がってきている概念である」(藤井, 2007b: p51)と表明していることから、藤井の社会的企業論は、非営利組織論からの延長上の理論であることが理解できる⁶。

藤井のように、サード・セクター⁷の再編成という意味合いで研究しているのが、日本におけ

図表4 (谷本寛治による) 社会的企業における形態の整理

非営利組織形態	NPO法人、社会福祉法人など	
	中間法人 協同組合 (ヨーロッパでは多様な形態)	
営利組織形態	株式会社/ 有限会社	社会志向型企业
		企業の社会的責任 (CSR)

(出典) 谷本 (2006) p7

る社会的企業論者の傾向であるといつてよい。また、藤井と共通して、主に非営利組織研究の立場から研究しているのが、清水洋行である。清水(2007)は、主にヨーロッパで用いられている社会的企業の経済的基準と社会的指標(Borzaga et al., 2001=2004)の性質を、それぞれ「企業性」「社会性」とし、その双方の媒介過程が非営利組織や協同組合などの媒介過程とは異なるところに、「社会的企業」の特質があることを主張している。また、社会的企業というカテゴリーが、「NPOと協同組合等を横断する位相は企業性があるが、それは一足飛びに民間営利企業のそれと同置されるものではなく、「社会的企業ないしNPOの事業が有する社会性という側面に着目すると、社会的に必要とされつつも一般市場では存続が難しい事業に対する社会的支援や社会的コントロールへの着目が必要」(清水, 2007: p66)であると述べている。

また、塚本一郎も非営利組織研究からの延長線上で社会的企業を検討している。塚本(2004)は、社会的企業の多くが非営利セクターを出自として発展していることを取り上げ、社会的企業を非営利組織の変化の一形態として捉え直したうえで、営利を目的とせず、さまざまな社会的課題の解消にビジネスの手法で取り組む組織と定義している。しかし、藤井や清水らの相違点としては、社会的企業の事例として、株式会社等の営利企業も登場させていることが挙げられ(塚本, 2008)、「CSRへの関心が高まる中、新しい企業観として社会的企業の関心が高まっている」(塚本, 2008: p62)とも言及している。塚本社会的企業論の特徴は、非営利組織研究を軸としながらも営利企業形態にも着目していることであり、社会的企業の形態をサード・セクターには限定していないことである。また、社会的企業における「起業家的機能⁸」についても着目していることから、日本における社会的企業をまさしくハイブリッドな視点から評価することを試みている段階であるといえるだろう。

主に協同組合研究からの延長線上で研究している立場としては、中川雄一郎や鈴木敏正などが挙げられる。中川(2007)は、特にイギリスにおける労働協同組合からコミュニティ協同組合やコミュニティ・ビジネスの展開過程及びイタリアに

おける社会的協同組合を概観したうえで、社会的企業について次のように定義している。

「社会的企業は、地域コミュニティのニーズおよび他の特別なニーズに根ざした社会的目的をシチズンシップを基礎として達成するために、財およびサービスの生産と供給を継続的に遂行する市民事業体である。社会的企業の事業活動と経営はそれに自発的に参加する人たちの意思決定によるステークホルダー型の民主的管理に基づいて実践され、またその事業活動と経営によって生じる利益(剰余)は、主に事業としてコミュニティに再投資されることから、個人の間には分配されないか、あるいは分配を制限されるか、いずれかである。このことは、社会的企業の事業と経営が利潤最大化の動機によってではなく、『人々との労働と生活の質』と『コミュニティの質』の双方を向上させるという社会的目的を達成する非営利の動機によって遂行されることを意味する」(中川, 2007: pp136-137)。

中川社会的企業論の特徴は、社会的企業の重点を「雇用」「くらし」「コミュニティ」に置いていることである。特に「コミュニティ」を軸としてサービスや雇用が行われる必要性を説いている。また、社会的企業におけるコンセプトとしては、明確な社会的目的を持ち、利潤を生みだす取引以上のことを行う企業ということを前置きしたうえで、「①雇用の創出、安定した仕事の確保、それに(失業者、障害者など)不利な条件の下に置かれている人たちやグループを労働市場にアクセスさせる」「②ケア、教育それにレジャーのような、地方のコミュニティのニーズに直接関係する、コミュニティに根ざしたサービスの供給」「③職業訓練や人間的発達の機会の提供(職業訓練と人的資源の開発に対する責任)」(中川, 2007: p37)であるとしている。

鈴木敏正も、社会的企業については協同組合論を基盤として議論を進めている一人である。鈴木(2005)は、山田定市協同組合論に依拠しながら、社会的企業の現代的な意義とその存在根拠について提示している。また、社会的企業について注目すべき点は「社会的共通益」、つまりは「社会益」

を追求する企業活動であるという。それは「私益（私利を追求するもの）」と「公益（国家や公益法人・NPO法人により提供される利益）」・「共益（協同組合に代表される共助による利益）」は矛盾・対立しながらも、実は相互に関連しあっており、そうした相互作用の中で「社会益」を追求することの意味が理解されなければならないとしている。そして、社会的企業が追求する「社会益」（社会性）とは、現代社会の抱える問題に取り組む中で明らかになるものであり、その実現のためには、自由権を前提とした社会権の権利を地域住民自らが公的セクターとの協同関係を持って実現していく過程の中で見出していくことであると示唆している。

鈴木が指摘するような社会的企業における「社会性」については、起業家アプローチの研究と比較しても、社会的企業論者の中で多くの議論が展開されている。例えば、藤井（2007b：p55）は、社会的企業の「社会性」を捉える視角として、「①社会的目的（社会的使命）のみならず、②対峙しているイシューとしての社会的排除、③集合的利益の根拠となる社会的所有、④ソーシャル・キャピタル（社会的関係資本）」が重要であると説明している。また、橋本理（2009）は社会的企業における「社会的」（社会性）について、①供給される財やサービスの特徴から、「社会的」な側面を見出す論点、②企業の社会的責任論に関する論点、③労働に関わる「社会的」な側面に関する論点、の3つを考察している。特に、社会的企業論では①の論点について強調されていることを取り上げ、「事業性が低いにもかかわらず社会的な課題やニーズが高い財やサービスの供給に取り組むという点に『社会的』な側面の独自性がみられる」（橋本、2009：pp44-45）としている。

以上の見解を踏まえると、日本の社会的企業論では、社会のニーズや課題をスタートとし、その課題をどのように乗り越えるかという視点から、社会的企業の存在根拠を導き出すとともに、社会的企業の組織構造や社会政策・コミュニティとの関わりに着目することで社会性を見出すというスタンスが取られているのではないかと考える。

3. まとめ

社会起業の先行研究について概観してきたが、改めて社会起業理論について整理すると次のように考えられる。

まず、現在の社会起業理論では、社会起業家という「個人」が起こすソーシャル・イノベーションに着目する「社会起業家論」、そして、社会的企業という「組織」的機能と社会政策やコミュニティとの関係性に着目する「社会的企業論」という2つの理論で対立的に整理が出来る。日本における社会起業研究では、この2元論のどちらかを選択する状況下にあるといえる。

Ⅲ. 社会起業に類似する概念－コミュニティ・ビジネス論

1. コミュニティ・ビジネス

日本における社会起業に類似した概念としては、「コミュニティ・ビジネス」があげられる。コミュニティ・ビジネスという用語は、イギリスにおける地域再生の取り組みの中から1970年代後半以降に登場してきたものである。日本においては、市場と政府という2つの失敗を背景として、1990年代半ば以降から登場してきたものとされている（天明、2004；松本、2008）。また、「1995年の阪神・淡路大震災以後、地域再生やボランティアな市民活動への関心が高まる中、地域問題解決のための新たな手法として脚光を浴びるようになった」（栗本、2006：p152）とも言われている。

澤山（2006）は、コミュニティ・ビジネスにおける主要な論者の定義についての論点整理を行っている（図表5）。これら諸定義に注目すると、日本におけるコミュニティ・ビジネスは、地域社会に関わる様々な事業活動を幅広い意味で捉える傾向にあることが伺える。

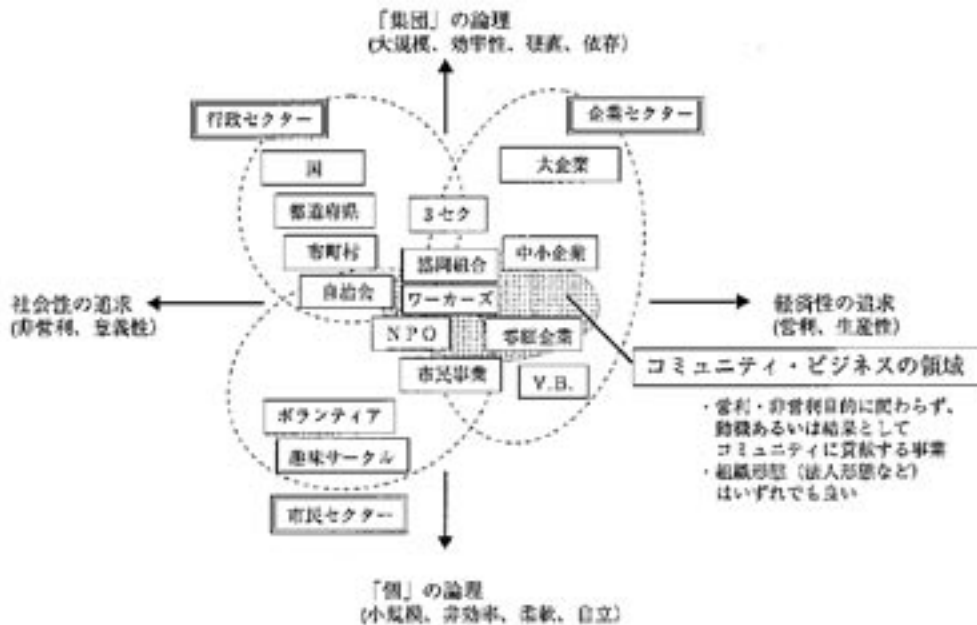
特に、コミュニティ・ビジネスの代表的論者である細内信孝（1999）は、コミュニティ・ビジネスを「住民主体の地域事業（生活ビジネス）」として位置づけている。その内容は、福祉、環境、情報、観光・交流、食品加工、まちづくり、商店街の活性化、伝統工芸、安全、金融と非常に幅広い。また、コミュニティ・ビジネスの領域を図表6のように示しており、形態としては、中小零細

図表5 コミュニティ・ビジネスに関する代表的な定義

コミュニティ・ビジネス(CB)とは	主要な論客	論じる視点	定義(内容)	共通した特徴
コミュニティ・ソリューション活動	金子(2002, 2003) 本間ら(2003)	主としてNPO的な側面から注目	①コミュニティに貢献するという「ミッション性」 ②利益最大化を目指していないという「非営利追求性」 ③具体的成果を挙げ、活動が継続しているという「継続的成果」 ④自発的に参加しているという「自発的参加」 ⑤生き甲斐、人の役に立つ喜び、コミュニティへの貢献など「非経済的動機による参加」以上5つの特徴を持つ「コミュニティに基盤を置き、社会的問題を解決するための活動」である。	①CBは非営利活動と営利事業の中間に位置づけられる(非営利性の強調については論者によって多少の強弱あり) ②CBは、地域という視点から入り、地域の課題解決を図っていく ③主婦、高齢者、大企業をリストラされたサラリーマン層など、地域の市民が担い手として想定される ④CBは、あくまで継続していくことを前提とした「ビジネス」であり、事業性の重視する ⑤営利企業としてのスタートを否定していない
市民事業体	高寄(2002)	主として自治体による行政的支援の観点から注目	必要条件として、 ①事業性(事業収入が1/3以上)、 ②地域性(地域社会のニーズの充足、地域問題の解決) 十分条件として、 ③変革性(地域社会における問題解決志向性)、 ④市民性(市民資本が1/3以上あり地域住民が経営の主導権)、 ⑤「貢献性」(共益性(社会貢献性)をもち、地域社会への還元・非収益事業が1割以上)と厳格・厳密に定義。	
地域市民事業 (地域市民のベンチャー事業 /地域ベンチャー)	藤江(2002, 2004)	主体をNPOだけではなく、営利企業形態のCBにも注目(※2004)	(営利・非営利等の)事業形態に関わらず、地域住民が主体となり、地域の問題発見、問題解決を目的として、ミッション(使命)をもって地域社会に貢献する継続的なビジネス活動である。(※2004)	
市民ベンチャー	市民ベンチャー研究会(1999)	経済性と成長性を志向する一般ベンチャーとは対極の視点から注目	主婦やサラリーマンなど普通の人たち(市民)が、今の生活をもっと豊かにするために始める新しいタイプの事業であり、①環境、②福祉、③教育、④健康が主な活動分野である。	
住民主体の地域事業 (地域密着のsmallビジネス)	細内(1999)	NPOに求められるような高いミッション性や、強い非営利性などを直接的には求めない視点から注目	地域住民がよい意味で企業の経営感覚を持ち、生活者意識と市民意識のもとに活動する「住民主体の地域事業」である。	
地域課題解決ビジネス (マイクロビジネス)	加藤(2000)	地域の問題解決という視点をより明確にしたうえで、ビジネスを強く意識した視点から注目	地域の生活者・住民が主体となって、地域の課題をビジネスチャンスとして捉え、コミュニティの再生と地域経済の活性化とを同時に達成しようという新しい地域づくりの手法である。	

(出典) 澤山(2006: pp45-51)を参考に筆者作成

図表6 コミュニティ・ビジネスの領域



(出典) 細内 (1999) p20

(注) 3セク=第3セクター/ワーカーズ=ワーカーズ・コレクティブ/V. B=ベンチャービジネス

企業、市民事業、NPO、協同組合、自治会の一部が重なるものとしている。

また、近年ではコミュニティ・ビジネスではなく、「ソーシャル・ビジネス」という概念が政府や研究者によって用いられる傾向になっている。

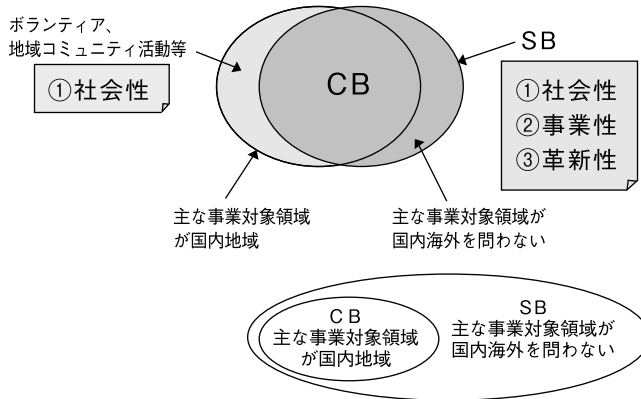
「ソーシャルビジネス研究会⁹」(2008：p3)ではソーシャル・ビジネスの定義について、「①社会性(現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること)、②事業性(①のミッションをビジネスの形の表し、継続的に事業活動を進めていくこと)、③革新性(新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みづくりを開発したり、活用したりすること。また、その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること)、という3つの条件を満たす主体であり、社会的課題を解決するためにビジネスの手法を用いて取り組むものである」としている。そして、コミュニティ・ビジネスとの相違点については、事業性や革新性をより強化した概念としてソーシャル・ビジネスを強調しており、コミュニティ・ビジネス

は事業対象領域を国内地域に限定した概念として提示している(図表7)。この点について塚本(2008：p61)は、「単に地理的限定性を伴わないという違いのみで、その概念規定の曖昧さという点からすれば『コミュニティ・ビジネス』(CB)の言い換えに過ぎない。統計的実証も困難である」と否定的な見解を示している¹⁰。

このように「コミュニティ・ビジネス」と「ソーシャル・ビジネス」については、概念的な混乱もあり、未だ明確な違いが示されていない。むしろ両者の性質に着目すれば、その企図するものは共通しているともいえるが、強いてその違いを述べるならば、「コミュニティ・ビジネス」は、住民や市民による自発的な地域事業を指すことが多いのに対して、「ソーシャル・ビジネス」という場合には、社会的事業全般を指し、地域に限定されないものであると整理出来る。

2. 社会起業とコミュニティ・ビジネスの相違点
では、社会起業とコミュニティ・ビジネスでは、

図表7 コミュニティ・ビジネス (CB) とソーシャル・ビジネス (SB) の関係



(出典)「ソーシャルビジネス研究会」(2008) p4

その概念にどのような違いがあるといえるのか。まず、塚本(2008)は、コミュニティ・ビジネスの議論では、主として地域活性化が強調される傾向にあるが、「起業家的機能¹¹⁾」の側面については強調されていない点において、その違いを見出している。また、牧里(2010)は、社会起業との違いについて、「貧困者に低価格でサービス提供する、あるいは障害者を雇用する、または出資者は配当金を寄付するなどの社会貢献性の高い事業の場合は社会起業という傾向」(牧里, 2010: p35)にあるとしている¹²⁾。

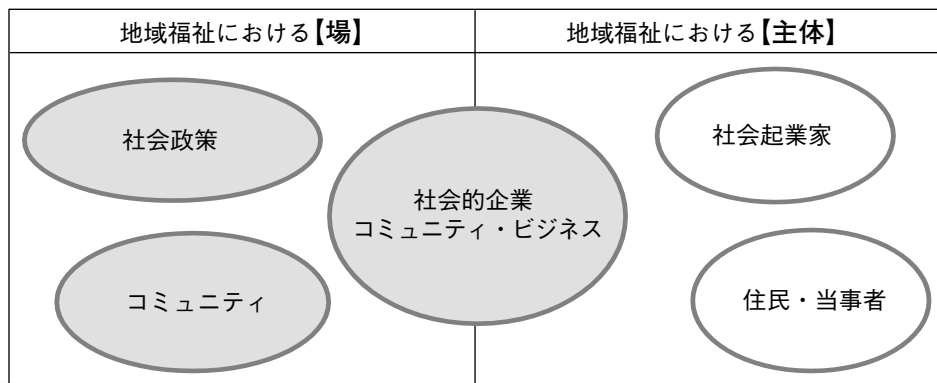
こうした議論を踏まえれば、現時点で社会起業とコミュニティ・ビジネスは、①起業家的機能、②社会貢献機能において相違点があるといえる。

IV. おわりに

以上のように日本の社会起業理論について再考したうえで、地域福祉において社会起業はどのような視座を与えているといえるのか。

第1に、日本における社会起業理論は「社会起業家論」と「社会的企業論」という2つのアプローチのどちらかを選択していることを明らかにした。また、社会起業に類似する概念として「コミュニティ・ビジネス」が台頭している背景も含めると、より混在した状況下にあるともいえる。では、地域福祉という切り口で「社会起業家」や「社会的企業」、さらには「コミュニティ・ビジネス」を捉えてみた時、どのように位置づけることが可能であろうか。ここでは試験的に、地域福祉を推進

図表8 地域福祉における社会起業の位置づけ



する実態や概念を「主体」と「場」にわけて整理してみたのが図表8ということになる。

地域福祉でいうところの「主体」とは何かと捉えたとき、アクターとしての住民や当事者、セクターとしての供給主体を認識することができる(岡本, 2002; 牧里, 2008)。また、「場」とは、そのステージがどのようなレベルを想定するかによって枠組みが違ってくるといえる。例えば、地域福祉を推進する民間組織等の実働グループでのレベルなのか(ミクロ・レベル)、地域福祉計画の策定委員会や地域ネットワーク会議等の協議に関わるレベルなのか(メゾ・レベル)、都道府県や国庫補助等による単独事業を実施する場のレベルなのか(マクロ・レベル)によって視点は異なってくる(平野, 2008; 柴田, 2009)。「民間組織の先駆性」に着目している社会起業は、まさしく「ミクロ・レベル」での「場」をステージとして実践しているものと想定出来る。

こうした枠組みで考えれば、社会起業家やコミュニティ・ビジネスを実践している住民・当事者は間違いなく「主体」と捉えることが出来る。また、社会的企業やコミュニティ・ビジネスは地域福祉の供給主体として捉えれば「主体」であるし、地域福祉を推進する装置のような役割として捉えればミクロ・レベルでの「場」であるとも認識できる。ちなみに、社会的企業との関係性において注目されてきた「コミュニティ」や「社会政策」というのは、「場」として捉えても差し支えないだろう。つまり、日本の社会起業理論で論議されてきた「『社会起業家論』か『社会的企業論』か」という2元論的選択指向は、地域福祉には馴染まないという重要な視点に気づかされる。むしろ、これからの地域福祉において社会起業研究を推進する際には、「社会起業家」「社会的企業」、さらには「コミュニティ・ビジネス」にも視野を向けることの出来る理論枠組みを構築することが求められるのではないか。

第2に、社会起業では、社会起業家といったキーパーソンによる起業的側面にのみ注目がされがちである。しかし、地域福祉では、コミュニティ・オーガニゼーションを強調してきた時代から、コミュニティケアやコミュニティ・ソーシャルワークを重視している現在においても、住民や当事者の社

会参加・社会貢献を強調してきた。そのことを踏まえれば、地域福祉における社会起業とは、その起業的側面を通じて、実は、住民の社会参加・社会貢献を事業化して提供すること、支援を必要とする当事者の就労及び雇用という形での新たな社会参加・社会貢献の場を創出する視点が重要であるといえる。

第3に、社会起業にしてもコミュニティ・ビジネスにしても、ある種の経済活動を通じて事業を展開するものであるため、どこまでが福祉的行為であるのかについては明確にしにくい。しかし、牧里(2009)の言葉を借りれば、「社会福祉制度の網の目から漏れたり、社会的に排除されがちな新しいニーズをもった人々への社会的支援を目的とする新しい住民活動・市民活動だということに力点をおくとすれば、公的な支援が届いていないニーズに住民や市民が主体的・先駆的にコミュニティ事業を起こすということに強調点がある」(牧里, 2009: p114)といえる。これは、そもそも地域福祉が準拠概念として大切にしてきた開発的機能とも重なる部分がある¹³。先述したように、現在の地域社会が悪循環に陥っているなかで、社会起業は地域社会の再構築を進める旗手として、さらには地域福祉における開発的機能の再構築を進める変革の一つとして捉えることが出来るといえよう。

そのような意味で社会起業は、地域福祉を研究するうえで重要な視点への気づき、住民・当事者の社会参加や社会貢献、及び地域福祉における開発的機能の再構築について改めて見つめ直すための「エポックメイキング」であると考えられる。本研究で得られた視座を基盤として、今後も社会起業研究を進めていきたい。

【注】

- 1 本来、「社会起業理論」や「社会起業家論」という表現が、新たに事業を起こすことを意味した「起業」という言葉を採用している意味では、継続的な事業経営を意味した「企業」という言葉を使用している「社会的企業論」を、表現として採用するのはそぐわないかもしれない。例えば、「企業」を組織として捉えれば、「社会起業組織論」として表現する方が妥当であろう。しかし、現実的に「社

会起業組織」という表現は先行研究では用いられ
ておらず、むしろ「社会的企業」という方が一般
的には定着しているため、本論文では、社会起業
における組織論的アプローチとして、便宜上「社
会的企業論」という言葉を採用している。

2 橋本理(2009)は、社会的企業という視点から
日本の学術研究を整理しているため、図表1で示
した2つのアプローチをどちらも「社会的企業論」
と表現している。

3 週刊ダイヤモンド(2009年4月11日号)では、「す
べての働く人は社会起業家」という記事を掲載し
ており、「たとえ営利企業で働いていても、社会貢
献の志を抱いて日々の仕事に取り組むならば、そ
の人は立派な社会起業家と呼ぶべきだろう。」(田
坂, 2009:p97)という意見もある。

4 ただし、ベンチャーキャピタル(将来性はある
ものの、まだ経営基盤が弱く、普通の金融機関で
はリスクが大きく融資しにくいベンチャー企業に
対して、株式の取得などを通じて出資する企業を
さす)から資金調達をした場合などは、株式公開や、
出資者に資金回収の機会を与えることが必ず要求
されるために、社会貢献を掲げつつも、株式公開
の基準を満たすだけの利益を追求せざるをえない
実情がある(神座, 2005)。

5 ここでいう「ソーシャル・イノベーション」とは、
「社会的課題の解決のために市場メカニズムを活用
した新しい製品・サービスの供給、そのための新
しい仕組み」(大室, 2007:p20)と定義される。

6 ただし、藤井(2007b:p51)は、「社会的に排除
された人々を労働市場に挿入していく場合、営利
企業との連携は不可欠」とし、営利企業との
連携に関しては、社会的企業における環境上の
重要な戦略対象であると肯定的に捉えている。

7 ここでいう「サード・セクター」は、イギリス
でいう非営利組織セクターやボランティア・セク
ターの事を指す。日本における「第3セクター」(国
や地方公共団体と民間が合同で出資・運営するセ
クター)とは意味合いが違っている。

8 塚本(2008)は、「社会起業家」については、「社
会的企業家」と表現しているため、原著での正し
い表現は「企業家的機能」である。

9 「ソーシャルビジネス研究会」では「ソーシャル・
ビジネス」について、「ソーシャル」と「ビジネ

ス」の間に「・」をつけて表現していない。しかし、
近年では「ソーシャル・ビジネス」と表現するの
が一般的である。

10 確かに、図表5の内容に改めて着目すれば、「ソー
シャルビジネス研究会」で強調してきた「事業性」
や「革新性」は、コミュニティ・ビジネスの諸定
義でも確認出来る内容である。

11 注8と同様。

12 しかし、図表5の内容を確認したとき、社会貢
献性についてはコミュニティ・ビジネスの諸定義
でも着目していることから、明確な違いである
とも言い難い。

13 鷹野(2009)は、地域福祉の準拠概念として、
①地域社会における住民組織化やその基盤整備、
及び住民の福祉意識促進という物心両面の開発を
目指す「地域共同社会開発(コミュニティ・ディ
ベロップメント)」、②要援護者に対して地域生活
支援を実践する「コミュニティケア」の考え方を
とりあげている。

【引用・参考文献】

- Borzaga, C., and Defourny, J. eds. (2001) *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge (内山哲朗, 石塚秀雄, 柳沢敏勝訳『社会的企業』日本経済評論社, 2004)
- 石川正宏(2006)「社会起業家とそのリスク構造」『21世紀社会デザイン研究5』立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科, pp49-57.
- 石田英夫「『高い志』をもつ起業家と社会起業家」『東北公益文科大学総合研究論集14』, pp1-22.
- 岡本栄一(2002)「場—主体の地域福祉論」『地域福祉研究』30号, 日本生命済生会.
- 大室悦賀(2002)「NPOの商業化とソーシャル・アントレプレナーの可能性」谷本寛治・田尾雅夫編著『NPOと事業』ミネルヴァ書房, pp142-172.
- 大室悦賀(2007)「ソーシャル・イノベーション—機能・構造・マネジメント(特集ソーシャル・イノベーション—社会課題実現にむけたアプローチ)」『21世紀フォーラム105』政策科学研究所, pp20-27.
- 加藤敏春(2000)『マイクロビジネス—すべては個人の情熱から始まる』講談社.
- 金子郁容(2003)「それはコミュニティからはじまった」本間正明他著『コミュニティビジネスの時代

- NPOが変える産業, 社会, そして個人』岩波書店, pp1-43.
- 栗本裕見 (2006) 「コミュニティビジネス」中山徹・橋本理編著『新しい仕事づくりと地域再生』文理閣, pp151-174.
- 狩俣正雄 (2008) 「社会起業家と企業の役割」『経営研究59 (1)』大阪市立大学経営学会・有斐閣, pp1-19.
- 玄田有史 (2003) 「NPOで働くということ」本間正明他著『コミュニティビジネスの時代 NPOが変える産業, 社会, そして個人』岩波書店, pp45-92.
- 斎藤慎 (2004) 『社会起業家—社会責任ビジネスの新しい潮流』岩波新書.
- 澤山弘 (2006) 「コミュニティビジネスをどうとらえるか—ソーシャルビジネス, およびコミュニティ産業と関連付けて—」『信金中金月報2006年2月号』, pp43-67.
- 市民ベンチャー研究会 (1999) 『お金貸します 市民ベンチャーを応援する, 市民バンクとは』ゴマ書房.
- 柴田謙治 (2009) 「社会資源を開発しよう」柴田謙治編著『地域福祉』ミネルヴァ書房, pp105-114.
- 神座保彦 (2005) 「社会起業家 (ソーシャル・アントルプレナー) の台頭とその機能—マネジメント能力が求められる NPO 推進者」『ニッセイ基礎研 report94』, pp10-17.
- 鈴木敏正 (2005) 「社会的企業の現代的意義と存立根拠について」『北海学園大学経営論集2 (4)』, pp19-34.
- 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』経済産業省.
- 鷹野吉章 (2009) 「地域福祉理論の発展と広がり」社会福祉士養成講座編集委員会編『地域福祉の理論と方法』中央法規出版, pp28-32.
- 高寄昇三 (2002) 『コミュニティビジネスと自治体活性化』学陽書房.
- 田坂広志 (2009) 「すべての働く人は社会起業家 その“志”によって日本は変わる (特集『社会起業家』全仕事 あなたにもできる世直しビジネス)」『週刊ダイヤモンド2009年4月11日号』ダイヤモンド社, pp96-97.
- 谷本寛治 (2006) 「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, pp1-45.
- 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現状」塚本一郎・山岸秀雄編著『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, pp59-83.
- 天明茂 (2004) 「地域で始まるコミュニティ・ビジネスの新展開」日本経営診断学会編『コミュニティ・ビジネスの診断—公共性・共同性を意識して— (日本経営診断学会論集④)』同友館, pp15-24.
- 中川雄一郎 (2007) 『社会的企業とコミュニティの再生 第2版』大月書店.
- 橋本理 (2007) 「コミュニティビジネス論の展開とその問題」『関西大学社会学部紀要41 (1)』, pp37-62.
- 橋本理 (2009) 「EUにおける労働統合を目的とした社会的企業 (ワーク・インテグレーション・ソーシャル・エンタープライズ) の動向—社会的企業論の批判的検討から」『関西大学社会学部紀要41 (1)』, pp37-62.
- 服部篤子 (2004) 「社会変革をもたらす社会起業家のアイデアと実行力」『21世紀フォーラム91』政策科学研究所, pp34-38.
- 服部篤子 (2007) 「社会起業家と事業型 NPO (社会的企業研究会)」『社会運動325』市民セクター政策機構, pp28-36.
- 速水智子 (2007) 「社会起業家と従来型起業家」『中京経営紀要7』中京大学大学院経営学研究科, pp1-13.
- 速水智子 (2008) 「社会起業家における長期的支援と育成の体制について」『日本経営教育学会全国研究大会研究報告集57』日本経営教育学会, pp70-73.
- 平野隆之 (2008) 『地域福祉推進の理論と方法』, 有斐閣.
- 藤井敦史 (2005) 「『福祉国家のリストラクチャリング』と社会的企業 (日本協同組合学会第25回大会〈上〉現代社会における地域福祉と協同組合セクター)」『共済と保険47 (12)』日本共済協会, pp28-31.
- 藤井敦史 (2007a) 「ボランティア・セクターの再編成過程と社会的企業—イギリスの社会的企業調査をふまえて (特集 市民活動・NPO と社会政策)」『社会政策研究7』東信堂, pp85-107.
- 藤井敦史他 (2007b) 「社会的企業の組織戦略とその基盤—イタリア・トレントを事例として」『21世紀フォーラム105』政策科学研究所, pp50-61.
- 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・松井真理子編著『NPO再構築への道』勁草書房, pp124-158.
- 藤江俊彦 (2002) 『コミュニティ・ビジネス戦略』第

一法規.

藤江俊彦 (2004) 「営利企業形態によるコミュニティビジネスの認識に関する一考察」日本経営診断学会編『コミュニティ・ビジネスの診断—公共性・共同性を意識して— (日本経営診断学会論集④)』同友館, pp25-36.

細内信孝 (1999) 『コミュニティ・ビジネス』中央大学出版社出版部.

牧里每治 (2008) 「住民主体をめぐる地域福祉理論」牧里每治・山本隆編著『住民主体の地域福祉論』法律文化社, pp22-32.

牧里每治 (2009) 「福祉コミュニティビジネスと企業の社会貢献」社会福祉士養成講座編集委員会編『地域福祉の理論と方法』中方法規出版, pp111-116.

牧里每治 (2010) 「地域福祉計画と今後の展望」『NHK社会福祉セミナー 8～11月号』, pp32-35.

松本潔 (2008) 「コミュニティ・ビジネスにおける組織概念に関する一考察—『ソーシャル・キャピタル』と『場』のマネジメント概念を通じて」『自由が丘産能短期大学紀要41』, pp15-38.

松行康夫・松行彬子 (2003) 「新しい公共におけるNPOを中心としたパートナーシップの形成と社会起業家の創出」『経営論集61』東洋大学経営学部, pp61-78.

町田洋次 (2000) 『社会起業家—「よい社会」をつくる人たち』PHP新書.

Considering the theories of social organization development

— For a new perspective of community welfare —

Manabu Shibata *

ABSTRACT

The purpose of this paper is to reconsider theories of Social Organization Development with regard to Japan. Based on such reconsiderations, a further purpose is to derive a new perspective for community welfare.

Studies of Social Organization Development in Japan fall under either one of two theories. The first is the “Social Entrepreneur Theory” that focuses on the social innovation of individual social entrepreneurs. The other is the “Social Enterprise Theory” that focuses on the relationship between social organizations and social policies and communities. Furthermore, studies also give attention to “Community Business” as a concept similar to Social Organization Development, and examine the differences between the two.

However, it can be said that a dualistic viewpoint of either “Social Entrepreneur Theory” or “Social Enterprise Theory” is not suitable when the study of Social Organization Development within community welfare is promoted. It is necessary to construct a theoretical framework that can take “Social Entrepreneur,” “Social Enterprise,” and “Community Business” viewpoints into consideration.

Moreover, it can be said that Social Organization Development has been “epoch-making” when reconsidering aspects that community welfare emphasizes, such as “social participation,” “social contribution,” and “developmental function.”

Key words: social entrepreneur, social enterprise, community business

* Field Work Coordinator in Human Welfare, School of Human Welfare Studies, Kwansei Gakuin University