

論文の内容の要旨

近年、日本におけるソーシャルビジネスへの高い関心は、失われた 20 年と言われる経済の長期停滞からの脱却策として、新たな起業や就業の場としての期待がある。これまで、ソーシャルビジネスを対象とする研究は、ビジネスモデルやイノベーション論、海外の先進的な制度分析等に重点が置かれてきた。他方、ソーシャルビジネスは社会価値と経済価値の両方を包含する組織概念であるが、これら事業者が生み出す社会価値の測定や評価の方法については、未だ明らかにされていない。そこで本論文は、財務情報だけでは見えない社会関係情報を数値的に可視化することを通じて、ソーシャルビジネスが担う公益性の測定と評価に取り組んだ。方法として、これまで主として企業会計で試みられてきたソーシャル・アカウンティングや、欧米で導入されている評価ツール等も踏まえながら、日本の現状に即した評価手法を考察した。主な研究成果は下記の通りである。

- (1) 市場価格や代替費用の概念を用いて社会費用や社会便益を計算する「社会価値計算書モデル」を提案し、財務諸表には表れない社会価値の可視化を試みた。さらにこのモデルを、地域福祉事業を実施する 3 つの事業者に適用し、新たに考案した社会価値指標によって、組織形態や収入規模の違いを超えた公益性比較を行った。適当な代理変数が見つけれない場合の変化や主観的な意識や行動の変化、長期的な変化をどう捕捉するかといった課題は残されているものの、財務諸表を活用した社会価値の金銭化の手法は、ビジネスや一般の人たちと「共通言語」を持つことを意味し、事業者が生み出す社会価値に関してコミュニケーションの拡大が図られることが示唆された。
- (2) 営利企業が作成する持続可能性報告書の質保証システムを参考に、ステークホルダー参加型評価を小規模なソーシャルビジネスに援用した際の経営戦略上の効果を検証した。国際協力 NGO での参与観察を通じた分析により、ソーシャルビジネスの 3 要件である経済性、社会性、革新性に一定の効果が認められた。また先行研究で課題とされていた資金調達とスタッフ関与については、専門家や資金等の外部資源を導入できた場合には、継続的な解決が図られていることを確認した。これまで大企業など一部に限られていたステークホルダー参加型評価をソーシャルビジネスにも導入することで、能力形成が図られる道筋がついたが、そのために中間支援組織や専門家が連携して評価人材の育成に取り組む必要が見出された。
- (3) ソーシャルビジネスの基盤強化の観点から、中間支援組織の機能を整理した後、財務統計調査を活用したマクロ的視点、評価システムを活用したミクロ的視点による 2 つのアプローチについて英米と日本のケース・スタディを行った。その上で両アプローチともビジネスプロセス分析によるモデル化を行い、求められる業務内容を整理した。さらにロジックモデルを使ってその有効性を評価したところ、長期的な効果やインパクトは定量情報が少なく確認できなかったが、ターゲットに対する直接的な効果はある程度把握することができた。

本研究では、社会価値の可視化とその測定に主眼を置いたために、社会価値を生み出し増大させる方法や望ましい社会価値の水準は、十分に示すことができなかった。また会計学や経営学の観点からの価値測定に限定して議論を行っているために、他の経済指標や社

会指標との関係についても、まだ検討できていない。本研究は、資本の論理や市場原理とは異なる視点、方法論により現実の社会を分析し、価値を評価し、将来を展望する「公益学」に立脚するものとして、引き続きソーシャルビジネスの支援者や専門家、行政関係者、そして経済学や社会学、地域経営等の研究者らマルチアカデミックな連携の中で、ソーシャルビジネスの健全で持続的な成長を導く、信頼性ある評価手法を探究していきたい。