

ハイブリッド組織としての社会的企業・再考 ：対象特定化の困難と対応策

米澤, 旦 / Yonezawa, Akira

(出版者 / Publisher)

法政大学大原社会問題研究所

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

大原社会問題研究所雑誌 / 大原社会問題研究所雑誌

(巻 / Volume)

662

(開始ページ / Start Page)

48

(終了ページ / End Page)

60

(発行年 / Year)

2013-12-25

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00009565>

ハイブリッド組織としての 社会的企業・再考

—対象特定化の困難と対応策

米澤 旦

はじめに

- 1 社会的企業概念をめぐる論争と含意
- 2 社会的企業研究の三つの学派——相違点と共通点
- 3 二つの意味での「ハイブリッド」
- 4 社会的企業研究はハイブリッド性に向かい合うべきか
- 5 結 論

はじめに

1990年代後半から、国内外のサードセクター研究で注目を集めた概念に「社会的企業」がある。それ以前のサードセクター研究では、ボランティア団体、非営利組織、協同組合が研究対象とされることが多かったが、2000年代以降、新たな組織形態として——本論で集中して議論するようにその概念の共有は難しいものの——社会的目的について経済活動を通じて達成しようとする「社会的企業」なるものが関心を集め、議論されてきた⁽¹⁾。

しかし、社会的企業への関心が高まる一方で、社会的企業に関する体系的研究は十分になされてこなかった⁽²⁾。実際に社会的企業がどのように行動しているのか、あるいは、なぜ社会的企業という組織形態が成立したのかといった問題は部分的にしか問われていない。しかし、社会的企業の現代的意義が問われるなかで、その組織行動や影響力を増している背景を実証的に示すことの重要性は小さくはない。

社会的企業をめぐる研究状況は「過大な期待」と「過小な実証研究」とも呼べるようなものであ

(1) 国内の学術論文のデータベースであるCiNiiでは、1999年まで社会的企業をタイトルに含んだ論考は1件、2000年から2004年までは14件、2005年から2009年198件と、2000年代後半に増えていることが分かる。また、朝日新聞の記事検索サービス「聞蔵」では、社会的企業を含む記事は、1990年代では4件であり、全て、今日使用される意味での社会的企業とは異なる。一方、2000年代では2004年までは1件の該当しかないが、2005年以降は44件、2010年代では30件の記事が掲載されている。

(2) 例えば、Youngは社会的企業への文献や関心の高まりと比較すると「知的基礎」のギャップがあると指摘する(Young 2012: 19)。

る。なぜこのような状況が生じるかについて、社会的企業概念の特性によることを示すことが、本論の目的である。社会的企業概念が指し示す対象についての研究者間での共通理解は十分になされてこなかったが、この一因は、社会的企業概念に付随する「ハイブリッド性」にあると考えられる。社会的企業に対する研究が有意な成果を残すためには、概念上の特性に配慮したうえでの研究プログラムが構築される必要がある。

本論の構成は以下の通りである。社会的企業概念をめぐる論争を再検討し、これまでの社会的企業研究では「社会的企業とは何か」という問いが問題となってきたことを示す（第1節）。続いて、社会企業研究をめぐる三つの学派を整理し、相違点を指摘したあとで、三者ともに共通する性格は、ハイブリッド組織として社会的企業を捉えることにあることを示す。第3節では、ハイブリッド性について「組織特性のハイブリッド」「組織形態のハイブリッド」に区分できるが、どちらも異なる性格を持つ広範な対象を含むことを示す。そして、第4節では対象特定の困難な社会的企業に対して、法制度や組織関係者による正統性の付与による特定化に注目するか、あるいは探索的に望ましいハイブリッド形態を検討することが有効であることを主張する。最後に結論部において、社会的企業研究の可能性と課題について述べる。

1 社会的企業概念をめぐる論争と含意

社会的企業研究は多くが非営利組織研究と関連付けられて議論されてきた。本稿でもこの立場を採用し、非営利組織研究との関連付けについて述べる。

非営利組織についての研究上の関心は、大別すると「起源」(Origin)と「行動」(Behavior)という二つの論点に分けられる(DiMaggio and Anheier 1990)。前者は、社会のなかでなぜ非営利組織が成立し、活動しているのかを問うものであり、後者は非営利組織が、企業や行政組織等の他の組織形態と比べてどのような行動特性を持つかを問うものである。

非営利組織研究の流れをくみながら、新たな組織形態として概念化された社会的企業を対象とする研究においてもまた、同種の問いは重要な意味を持つ。前者については、社会的企業と呼ばれる組織形態の成立は、例えば社会政策にひきつけて社会的企業を解釈する立場をとれば、社会的企業を福祉国家再編の兆しとして理解できるかという問題につながるだろうし、新しい形態のビジネス活動として社会的企業を捉える立場からすると、新しいタイプの資本主義への移行の兆しとして理解できるかという問題につながるだろう。また、社会的企業が一般企業や非営利組織といかに行動パターンが異なるのか——例えば、他の組織形態と比べて社会的包摂の担い手として適切なのか否か——といった問題は、公的な資源配分が妥当であるかをめぐる試金石となる。

実際に、近年では社会的企業の行動特性やその成立についての研究も試みられている(Amin 2009; Cooney 2006; Kerlin ed. 2009)。しかし、それらの諸研究が総じて、体系的研究の不足を指摘するように、この種の問いについての理論構築や実証的研究は十分になされているとは言い難い。社会的企業については、理論に裏付けられた実証的研究が不足しているのである(Cooney 2006; Young 2012: 19)。

社会的企業研究において、起源や行動といった問題設定の代わりに中心的に議論された主題のひ

とつは、「社会的企業とは何か」「社会的企業とはどのように定義すべきか」という、概念規定をめぐるものであった。

「社会的企業」の概念規定は国や地域で異なることが知られている。特に問題となったのは、後述するような大陸欧州と英米での異なる概念化である (Kerlin 2006 ; Defourny and Nyssens 2012)。さらに、社会的企業は国家や地域間だけでなく一つの社会内部でも意味内容が変化することが示されている。例えば、Teasdaleは、イギリスの社会的企業に関する言説がいくつかの段階を経て経済的かつ集合的なものから、社会的かつ個人的なものへ変化したことを政策文書や中間支援団体の資料を用いて明らかにした (Teasdale 2011)。

日本も例外ではなく、「社会的企業が何か」は、研究上の主題とされた。桜井と橋本は、社会的企業に対して構築主義的アプローチを採用しつつ、事業型NPO、ソーシャルビジネス、新しい協同組合運動という異なる概念化がなされていることを示した (Sakurai and Hashimoto 2009)。藤井も、企業サイド・政府サイド・サードセクターサイドの三つの立場で、それぞれ異なる概念化がなされており、社会的企業は、意味内容が争われる「ポリティカル・ワード」であると指摘した (藤井 2011)。また、塚本と西村も、日本国内における社会的企業の学派と類型の多様性について整理を試みた (Tsukamoto and Nishimura 2009)。

「社会的企業とは何か」をめぐる論争は、社会的企業概念が指し示すものが確定せず、研究者や政策担当者や起業家のなかで合意がなされてないことを含意するだろう。以上を踏まえるならば、既存研究の指摘の通り、社会的企業をめぐる正確で一貫した用語法や定義は不在であると言える (Dart 2004 : 413 ; Young 2012 : 21)。

社会的企業概念が一貫しないことは、社会的企業を対象とした体系的実証研究を妨げるだろう。社会的企業の多元性はかねてより強調されてきたものの (Evers and Laville 2004=2007)、なぜ、「社会的企業とは何か」という概念自体をめぐる合意が困難なのかは議論されてこなかった。本論では、社会的企業概念の合意の困難さが、そのハイブリッド性に求められることを主張する。

この検討のために、社会的企業の国際的に影響力のある三つの学派の理論を検討し、相違点と共通点を整理する。ここでは異なる概念化がなされつつも、「ハイブリッド」という共通項が浮かびあがることが確認されるだろう。

2 社会的企業研究の三つの学派——相違点と共通点

(1) 三つの学派とその相違点

社会的企業については、大陸欧州と英米で異なる概念化とともに異なる理論枠組みによる研究がなされてきた (Kerlin 2006 ; Defourny and Nyssens 2006)。さらに最近では、英米系の学派について稼得所得学派 (The “earned income” school of thought) と社会的イノベーション学派 (The “social innovation” school of thought) に下位区分がなされる。まとめると①稼得所得学派、②社会的イノベーション学派、③社会的経済学派⁽³⁾の三つの学派に区分されている (Defourny and Nyssens

(3) 通常は社会的企業のEMESアプローチ (The EMES approach of social enterprise) などと呼ばれるが (Defourny

2012)。国内外の研究の多くが三つの学派のいずれかを参照していることを踏まえると、本稿の課題においてもこの三つの区分は有用である。

三つの学派は、それぞれ共通点を持ちつつも、社会的企業の異なる側面に注目する。社会的企業の基盤とする収入源にとりわけ注目するのは稼得所得学派である。稼得所得学派は主としてアメリカの経営学を中心に発展してきたもので、非営利組織の市場からの収入の拡大を社会的企業の特徴とみなし、リスクにも注意を払いながらも、その意義を強調する（Dees 1998；Dees et al. 2002）。非営利組織の商業化を背景として、事業収入の拡大や企業経営的手法の活用が非営利組織のミッション達成に際して、有効性を持つとされる。

二番目の社会的イノベーション学派は社会的企業がもたらす成果に注目するものである。社会的イノベーションと呼ばれる、社会問題に対する、社会起業家を中心とする主体による独創的な解決策に期待し、その意義を強調する（Nicholls ed. 2006）。第一の稼得学派が収入源における市場収入の増加に注目するのに比べて、この学派は収入源の内容にはあまりこだわらない。強調されるのは社会的企業が社会に与える影響であり、いかに社会変革がなされるかが問題とされる。

上記の二つの学派がアメリカでの社会的企業を対象とする一方で、社会的経済学派は、欧州での社会的企業を対象とするものである（Nyssens ed. 2006；Defourny 2001＝2004）。協同組合研究の伝統をくむ社会的経済学派は、社会的企業のガバナンス構造に注目し、組織における民主的意思決定や参加的性格が重視される。とりわけ社会的企業の関係主体を巻き込む民主的意思決定過程や社会的企業の依拠する資源の多元性の意義が強調される。

三つの学派のアプローチは、社会的企業と呼ばれる事業体に対して、単純化して言えば、三つの異なる基準、①収入源、②アウトカム、③ガバナンス構造に注目して、社会的企業を特徴づけるアプローチである。社会的企業という同じ用語をめくり、それぞれ異なる概念化がなされた。

(2) 三学派の共通点——ハイブリッド組織としての社会的企業

三学派は同じ社会的企業概念を用いながら異なる側面を強調したが、共通点はいかなるものであろうか。一つは社会的目的と経済活動⁽⁴⁾との結びつきである。社会的経済学派の研究者は、3つの学派に共通して「経済活動に埋め込まれた社会的目的」を強調することを指摘する⁽⁵⁾。また、あまりこれまでは指摘されることは少なかったが、社会的企業について、基本的に望ましい活動を行う規範性を持つものと想定されていることも共通すると考えられる。

本論の観点から重要であるもう一つの共通する特徴は、社会的企業が複数の組織形態や原理をまたがって活動する「ハイブリッド性」である。社会的企業は何らかの意味で、ハイブリッド——混合的あるいは雑種的——な組織として捉えられた。

例えば、稼得所得学派でも、社会的イノベーション学派でも、社会的セクターと企業セクターの両者を架橋し、両者の性格を混ぜ合わせる性格を社会的企業に見出す。稼得所得学派のDeesは社会

and Nyssens 2012：7）、他の学派と比較するために、社会的経済学派と便宜的に呼称する。

(4) ただし、経済活動の持つ意味は学派によって異なる。英米系の諸研究は経済活動を市場的なものに限定して捉える一方で、欧州の研究者はPolanyiの実体的な経済観を採用していると考えられる。

(5) EMES Research network（n.d.：7）を参照。

的企業について、「ほとんどの社会的企業は、純粋に慈善的にも純粋に商業的になることもできないし、すべきではない。ほとんどの社会的企業は商業的、慈善的要素を生産的なバランスで混合するべきである」(Dees 1998:60)と述べる。また、社会的イノベーション学派のNichollsは、社会的企業を起業し、経営する社会的起業家について「ビジネス・チャリティ・社会運動モデルを折衷主義的に取り入れ、コミュニティの問題の解決策を再構成、持続的な新しい価値を提供する」(Nicholls 2006:2)ものと捉える。このような表現からは、社会的企業が複数の原理や組織形態を橋渡しする、中間的、混合的なものと想定されていることが示されている。

社会的経済学派の研究者であるDefournyとNyssensも、「社会的企業は市場、公共政策と市民社会の交差点に位置する媒介的な場であるということが出来る」(Defourny and Nyssens 2006:13)と述べ、社会的企業が拠って立つ資源や社会的企業の活動目的のハイブリッドの性格を強調する。EversとLavilleも、下記のように、より直接的に社会的企業を「ハイブリッド組織」とであると表現した。

「ハイブリッド組織」というコンセプトがさらに広がりを見せ、その特徴も明らかになってきた。…その焦点は、様々な構成要素と原理の組み合わせによって生まれる緊張感と副次的効果が何かという点にあるばかりではなく、こうしたハイブリッドな性格が有する潜在的可能性をどのように、発揮させるのがベストであるのか、あるいは、ハイブリッドであることから生じるリスクをどのように減らすのかという点もある。こうした諸点がある程度うまく処理する組織が「社会的企業」と呼ばれるようになった (Evers and Laville 2004=2007:338)。

このように、社会的企業に関して、三学派は異なる特徴を強調しつつも、社会的企業をハイブリッド組織として捉える共通点を持つ。

3 二つの意味での「ハイブリッド」

社会的企業は、いかなる意味においてハイブリッド組織であると考えられるのか。この点について詳しく検討しよう。社会的企業研究のなかでのハイブリッド概念は主に二つの意味で用いられている。

第一に、「組織特性のハイブリッド性」である。これは、社会的企業がこれまでは両立しないと考えられてきた何らかの構成要素を併せ持つことを意味する。第二に、「組織形態のハイブリッド性」である。これは既存の組織形態の特性を併せ持つ性格を意味している。両者は必ずしも一致しないが、社会的企業研究では両者は明確に区別されてこなかった。

(1) 組織特性のハイブリッド

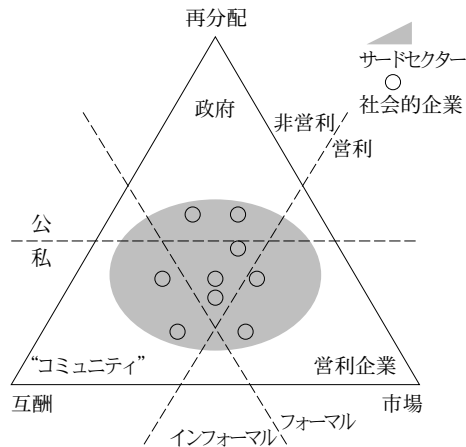
第一に、社会的企業がハイブリッド組織であるという時、社会性や経済性といった、何らかの複数の組織特性を組み合わせるという意味で用いられる。既存の組織では通常折り合わない、何らかの構成原理が枠組みとして設定され、原理が混合される中間項として社会的企業は概念化される。

社会的経済学派は三つの原理のハイブリッドとして社会的企業を概念化する。ここで参照されるのは、K.Polanyiの三つの資源配分様式——市場交換，互酬，再分配——である。社会的企業は，図1のように，サードセクターを構成する組織概念として設定される。ここで社会的企業は，「資源」や「目的」と「運営メカニズム」が混ぜ合わされ，最終的に独特の「コーポレート（組織）アイデンティティ」を持つようになる（Evers and Laville 2004=2007：338-340）。

英米系の二学派でも，社会的企業は複数の原理のグラデーションの一部に位置づけられる。ただし，欧州の社会的経済学派が用いる原理や要素とは異なる極が想定される。

稼得所得学派では，その要素は二つである。例えば，ディーズは社会的企業スペクトラム（Social Enterprise Spectrum）を描き，純粋な慈善性と純粋な商業性の中間領域に社会的企業を位置づける（図2参照）。また，社会的イノベーション学派では，商業性と社会性に加えて，革新性

図1 社会的経済学派による社会的企業概念化



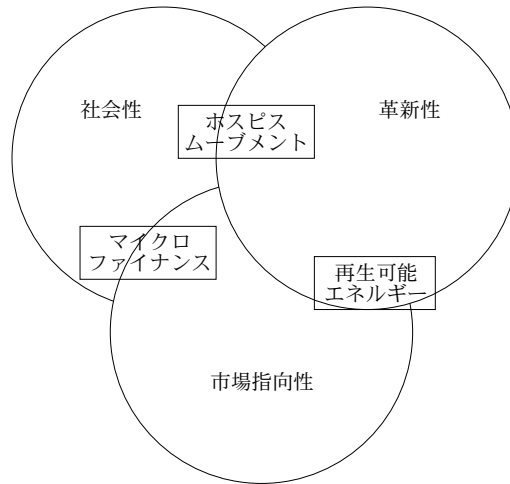
出所：Defourny and Nyssens 2012:11

図2 稼得所得学派による社会的企業概念化（社会的企業スペクトラム）

		純粋に慈善的 ←		→ 純粋に商業的	
動機、手法、目的		善意へのアピール ミッション志向 社会的価値	混合的動機 ミッションと市場志向 社会的と経済的価値	私益へのアピール 市場志向 経済的価値	
主要な利害関係者	受益者	支払なし	割安価格、あるいは完全支払い者と支払をしない者の混合	市場レートでの価格	
	資本	寄付と助成金	市場レート以下での資本、あるいは、寄付と市場相場での資本の混合	市場レートでの資本	
	労働力	ボランティア	市場相場以下での賃金、あるいはボランティアと有償スタッフの混合	市場レートでの給与	
	供給者	現物での寄付	特別割引、あるいは現物が完全支払い寄付の混合	市場レートでの価格	

出所：Dees 1998:60

図3 社会的イノベーション学派による社会的企業の概念化



出所：Nicholls and Cho 2008:103を簡略化

(innovation) が要素の一つに追加される。NichollsとChoは、図3のように、社会性と経済性、革新性の三つの原理を往復するものとして社会的企業を捉え、社会的企業を三項にまたがるものと位置付ける (Nicholls and Cho 2006)。

社会的企業のハイブリッド性が準拠する原理は、多くの場合、一般的想定では、両立しない、あるいは対立を抱える特性であり、それらの中間に社会的企業は位置づけられる。このような概念化がなされるとき、社会的企業は対象特定の困難を抱えると考えられる。

複数の組織特性のハイブリッドであると捉えるとき、まず、どのような組織特性のハイブリッドであるのか、その構成要素や原理の枠組みの設定が論点となる。社会的経済学派は再分配の要素を重視するが、英米系の学派はほとんど再分配的な要素については社会的企業概念の中には取り入れようとなし。欧州と英米系の社会的企業論の概念化をめぐる論争の焦点のひとつはこの点にあった。

しかし、枠組みとなる構成要素が確定したとしても、すぐに社会的企業の特定化が可能となるわけではない。ここで重要なのは、組織特性のハイブリッド性という特徴が強調されるときに、含意されていることとして、社会的企業は固有の原理を持たず、複数の原理を組み合わせることに特質があるということである。社会的企業概念の図示化において (図1～3)、社会的企業が原理の中間に位置づけられるように、原理の配分割合や相対的位置づけによって、特徴が異なることが含意されている。この意味で社会的企業は、一般に共通する固有の原理を持つものではなく、多元的なものと解釈される。

要素の中間項の——しかも、理論的に相反する極における——社会的企業を、一つのカテゴリとして把握し、共有化することは容易な作業ではない。構成要素の配分割合の尺度化は困難であり、尺度化できたとしても、配分割合の設定と社会的企業の規定の関連付けは恣意的にならざるを得ないと考えられるためである。より問題となるのは、グラデーション全体がどのようなものかという

ことではなく、そのばらつきこそが問題となる。

組織特性のハイブリッド組織としての社会的企業を捉えるならば、社会的企業に対して固有の原理を想定することは難しい。むしろ、特性の組み合わせやバランスこそが問題となる。社会的企業を複数の原理のハイブリッド組織として捉えるだけでは、社会的企業はある特定の概念として研究者や組織関係者が共有することは困難である。

(2) 組織形態のハイブリッド

社会的企業のハイブリッド性で意味するもう一つは、組織形態のハイブリッドである。社会的企業は協同組合と非営利組織、あるいは、企業と非営利組織など、理念的に把握された組織形態の混合形態としても把握された（Dees et al. 2002；Nyssens ed. 2006）。

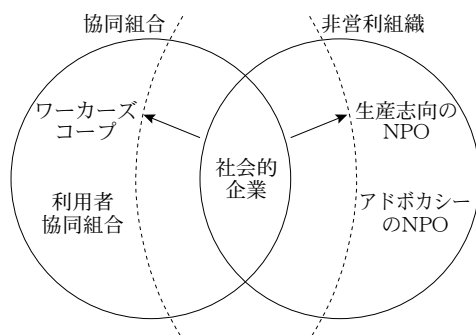
社会的経済学派は、協同組合と非営利組織の性格を折衷するものとして社会的企業を捉える。Defournyによれば、図4に描かれるように、「多くの社会的企業は、協同組合の要素と非営利組織の要素とを結合させている」（Defourny 2001=2004：18）のものであり、二つのセクター概念の橋渡しをするものである。社会的経済学派の研究者は、非営利組織と協同組合の重なる領域を概念化するために社会的企業概念を用いた。社会的経済学派においては、社会的企業が明確にサードセクターの内部に位置づけられることは、サードセクターを構成する二つの組織形態——非営利組織と協同組合——を折衷するものとして社会的企業概念が位置づけられることと関連しているだろう。

一方で英米系の社会的企業概念においては、稼得所得学派、社会的イノベーション学派の双方とも、「伝統的」営利企業と「伝統的」非営利組織の中間的形態として社会的企業を捉えてきた（図5）。ここでは、先ほど見た構成要素が伝統的非営利・営利の組織形態と重ねあわされる。社会的企業は非営利組織の市場志向と、営利組織の社会的目的志向が重なる領域として位置づけられる。

組織特性と同様に、組織形態のハイブリッドとして社会的企業を特徴付ける際にも特定化の困難を抱える。

第一に、準拠される組織自体が社会的文脈に依存的である。Brandsenらが指摘するように、国家や市場、コミュニティといったカテゴリの実態は多様で文脈依存的である（Brandsen et al. 2005：755-758）。多くの場合、当該社会で「常識」とされている組織アイデンティティは同一のもので

図4 協同組合と非営利組織のハイブリッドとしての社会的企業



出所 Defourny 2001=2004:35

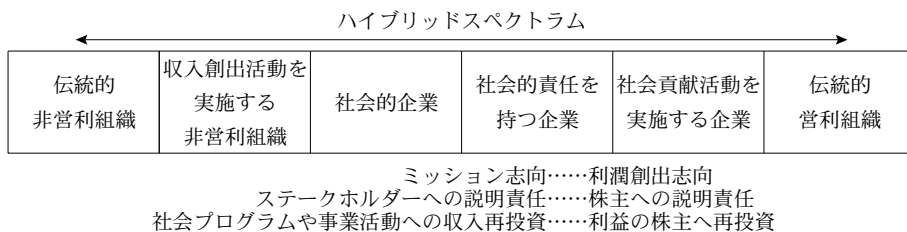
はなく、社会的企業が準拠する組織形態が持つと期待される性格は社会ごとに異なる。

第二に、組織形態のなかで、どのような組織特性が焦点とされているかも問題になる。この点で参考になる議論は、アメリカの組織社会学者であるGalaskiewiczとBarringerによる論考である（Galaskiewicz and Barringer 2012）。彼らの論文の中心的主張は、社会的企業は、聴衆（Audience）にとってカテゴリ化が困難であり、準拠する基準が特定できず、それゆえに社会的企業が説明責任を果たすことの困難さが生じるということにある。ただし、本論との関係で重要であるのは、彼らが「定義上、ハイブリッドであるから社会的企業は異なる分類のあいだでどっちつかず」な存在である（Galaskiewicz and Barringer 2012：47）と述べるような、その分類上の困難性の指摘にある。

彼らは、混合形態の組織と純粋形態の組織を図6のように整理する。混合型の組織は純粋型（Pure type）の組織とは異なり、それまでの組織を評価・利用する人々である聴衆から正統性を付与された既存カテゴリの組織が持つ組織的性格（特性:Trait）を併せ持つ（Galaskiewicz and Barringer 2012）。彼らの考察を敷衍するならば、ハイブリッド組織は、典型的とされる純粋型の組織と比べて潜在的に複数の組み合わせがあり得る、純粋型組織のものとして認知される特性を組み合わせる混合型組織はその特性の組み合わせに応じて複数想定し得る。また特性の組み合わせが確定したとしても、前節でみたような、その配分割合の程度によって性格は異なることが想定できる。

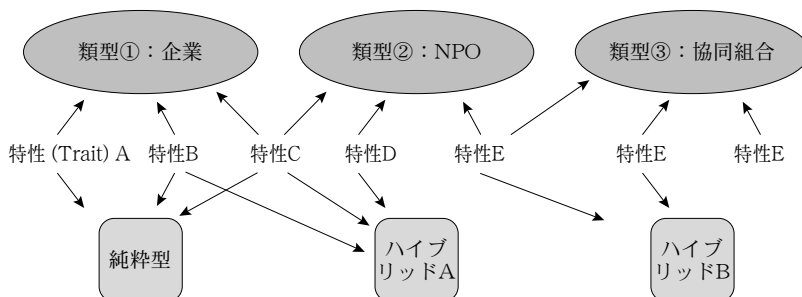
このように「組織形態のハイブリッド」として社会的企業を捉える際には、準拠されるカテゴリに期待される性質に依存する。企業と非営利組織、協同組合のハイブリッドだとするときに、準拠される概念がその社会でいかなるものと期待されているのかに強く影響されるであろう。また、そ

図5 伝統的非営利と伝統的営利のハイブリッドとしての社会的企業



出所 Alter 2007

図6 組織カテゴリにおける純粋型と混合型の関係性



出所 Galaskiewicz and Barringer 2012:51を本論の趣旨に合わせて修正。

の準拠される概念の性格が共有されているとしても、当該組織のどのような特性のハイブリッドであるかについて、複数の組み合わせが想定される。このような意味でも、社会的企業を一つのものとして概念化することは困難だと考えられる。

4 社会的企業研究はハイブリッド性に向かい合うべきか

社会的企業概念は、ハイブリッド性によって特徴づけられてきた。そして、これまで見たように、いずれにしても社会的企業一般に共通の性格を見出し、ひとつに分類することには困難を抱える。組織特性のハイブリッド性であれば、どの原理を設定するかということ、あるいは特有の原理を持つと想定されないゆえの合意の困難を抱える。一方で、組織形態のハイブリッド組織の場合、期待される純粋型の組織形態は社会的文脈に依存し、また、いかなる特性のハイブリッドなのかをめぐり、多様なパターンが想定される。

社会的企業概念はその概念が曖昧であるという以上に、ハイブリッド性を特徴とするゆえに対象特定が困難であると言える。いくつかの限界を抱えながらも（Defourny 2001=2004；Kramer 2004=2007）、非営利組織は利潤の非分配制約などの基準、協同組合はその意思決定過程における一人一票という権限配分の基準によって組織形態の特定化はなされてきた。それに比べて、社会的企業は観察者によって異なる対象の設定が可能のため明確な対象特定はより困難であると考えられる。

対象特定が困難な社会的企業に対して、体系的な実証的研究を行う——例えば「起源」や「行動」を問う——ためには、その内容の多様性に配慮した特定化が必要である。ここでは三つほど、可能性を持つアプローチを指摘する。

例えば、法制度による正統性付与⁽⁶⁾に注目するアプローチが考えられる。これは「法制度アプローチ」と呼ぶことができるだろう。法制度上で組織形態が規定される場合、その組織形態は新しいカテゴリとして認知されるだろう。例えば、韓国の社会的企業育成法による社会的企業の規定や、イタリアの社会的協同組合の規定に注目すれば、制度化された組織の実態と社会的役割は検討可能である。日本の場合は全国レベルでは制度化の試みは見られないが、地方でのいくつかの試みを対象とすることは可能であろう。このような研究の例として、Cooneyによる研究がある。この論文では、CIC、L3C、B-corporationなどの英米の社会的企業制度の利害関係者への影響力付与といった性格の違いと制度化過程を示している（Cooney 2012）。

このように正統性を付与された組織形態が社会的企業と認知されるならば、その正統性が付与される過程はどのようなもの（起源）で、正統性を付与された社会的企業の活動メカニズム（行動）は問うことができる。逆に言えば、桜井や橋本が指摘するように、明確な社会的企業にかかわる法制度が存在しない日本における、社会的企業研究の困難は大きい（Sakurai and Hashimoto 2009）。

(6) アメリカで展開される新制度派組織論では「正統性」概念が重視され、社会的企業研究にも応用されてきた（Dart 2004）。アメリカの組織社会学者であるSuchmanによれば正統性とは、「ある社会的に構築された規範や価値や信念や定義の構築された体系の中で、一般化されたある実態の行為が望ましく、正しく、適切であるという認識、想定」（Suchman 1995：574）のことを指す。

また、「社会的企業」という概念を用いる当事者らの意味づけに注目することもできる。EversとLavilleが指摘するように、複数の原理の混合の結果、社会的企業という組織アイデンティティが生じることがある（Evers and Laville 2004=2007：339）。組織アイデンティティが構築されるならば、社会的企業も特有の形態をとる組織を判別することができるだろう。これは「組織アイデンティティ・アプローチ」と呼べるだろう。実際に社会的企業を立ち上げ、グループを作り、それを支援し、あるいはその事業体から商品を購入する人々は、あるものを正統な社会的企業とみなし、その基準から外れるものを社会的企業とみなさないという分類を行っている。実際にそのアイデンティティに準拠して組織成員や関係者の行動パターンが変わるのならば、その分類に注目することには意味が生じる。

社会全体で共有される社会的企業の組織アイデンティティは存在しないとしても、特定集団が形成する組織アイデンティティに基づいた特定化は可能である⁽⁷⁾。実際、例えば国内の社会的企業の諸報告書は、当事者によって社会的企業とみなされたものが研究対象となっている（労働政策研究・研修機構編 2011など）。また、Cooney（2011）も、社会的企業のあるプランコンテストからサンプルをとり、研究を実施している。このような試みは社会的企業を特定する方法の一つと捉えることができるだろう。

第三に、研究者が探索的なバランスを探求するための規範的概念として社会的企業を捉える研究プログラムがあり得る。先にもみたように、社会的企業はハイブリッド組織であると同時に望ましいバランスを持つものとしても捉えられてきた。その点に注目し、帰結変数——例えば社会的包摂の効果や効率的な社会問題解決——に対して、いかなる「ハイブリッド」が有効なのかについて探索的に混合のあり方を検討する方法があり得る。これは「探索的アプローチ」と呼べるであろう。このとき、社会的企業は特定の形態というよりも、問題発見のツールとして用いられる。ただし、この場合、特定化は結果的にしか行えないため、起源や行動といった問いとは馴染まないだろう。

いずれの方法も社会的企業一般に対する、特有の原理や性質を前提にするようなアプローチとは異なるアプローチである。社会的文脈や組み合わせの多様性を問題とせず、社会的企業一般の固有原理を前提とする研究プログラムは困難を抱えると考えられる。複数の社会的企業モデルを整理し、その多様性やメカニズムに関心を払うアプローチが、ハイブリッド組織としての社会的企業概念には適切だと考えられる。

5 結 論

以上のように、社会的企業がハイブリッド組織に付随する課題を検討してきた。社会的企業研究が「過大な期待」と「過小な実証研究」という状況にあることには、社会的企業概念に付随されてきた、ハイブリッド性に一因があると考えられる。本論は、これらの関係性を解きほぐすことを試みた。

(7) EversとLavilleは再分配・市場交換・互酬の混合によって最終的に一種のアイデンティティが形作られることを指摘したが（Evers and Laville 2004=2007）、このアイデンティティは必ずしも一つに明確に定まるものではないと考えられる。

社会的企業がハイブリッド組織として概念化される以上、想定される組織形態は広がりを持ち、社会的企業総体に共有する性格を見出すことは困難である。しかし、このような概念であるからこそ、望ましいハイブリッドを探索するという研究上、実践上の面白みも生じる。社会的企業は、これまで共有できないと考えられた複数の原理を併せ持つ点に特徴があり、それゆえに、様々な研究者や関係者の関心を引きつけるのである（Gidron and Hasenfeld 2012：1）。だからこそ、実証的に社会的企業の現代的意義を議論するためには、社会的企業という概念によって指し示される構想や実態の多様性に配慮した研究が求められる。

研究者は、社会的企業研究者はハイブリッド的性格一般を問題にするのではなく、社会的に特定化された形態の行動や起源などの主題に関心を払う必要がある。ここで、社会的経済学派の研究者らによる研究プロジェクトが、社会ごとに異なる社会的企業モデルの多様性のマッピングと社会的企業モデルの制度化過程に関心を持っていることは興味深い⁽⁸⁾。本論で検討したような、文脈依存的で多様なモデルが想定できる社会的企業の性格を意識した研究プログラムになっていると考えられるためである。

社会的企業という概念に対して、性急に新しい固有の原理を見出すことは慎むべきであろう。いかなるハイブリッドの有り様が困難や帰結へとつながるのか、その実情を把握しつつ、理論的・実証的に検討することが、社会的企業研究および非営利組織研究の深化のためには重要である。

（よねざわ・あきら 明治学院大学社会学部専任講師）

参考文献

- Alter, K. (2007) *Social Enterprise Typologies*, Virtue Ventures LLC. <http://www.4lenses.org/setypology> (2013年8月13日最終アクセス).
- Amin, A. (2009) “Extraordinarily Ordinary: Working in the Social Economy”, *Journal of Social Enterprise* 5 (1), 30-49.
- Branden, T., W. van de Donk and K. Putters (2005) “Griffins or Chameleons?: Hybridity as a Permanent and Inevitable Characteristic of the Third Sector”, *International Journal of Public Administration* 28 (9-10), 749-65.
- Cooney, K. (2006) “The Institutional and Technical Structuring of Nonprofit Ventures: Case Study of a U.S. Hybrid Organization Caught Between Two Fields.” *Voluntas*, 17 (2), 137-55.
- Cooney, K. (2011) “An Exploratory Study of Social Purpose Business Models in the United States”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40 (1), 185-196.
- Cooney, K. (2012) “Mission Control: Examining the Institutionalization of New Legal Forms of Social Enterprises in Different Strategic Action Field”, B.Gidron and G.Hasenfeld eds., *Social Enterprises: An Organizational Perspective*, Palgrave Macmillan, 198-221.
- Dart, R. (2004) “The Legitimacy of Social Enterprise”, *Nonprofit Management and Leadership*, 14 (4), 411-24.
- Dees, J.G. (1998) “Enterprising Nonprofits.” *Harvard business review* 76 (1), 54-67.
- Dees, J. G., J. Emerson and P. Economy (2002), *Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit*, J. Wiley.
- Defourny, J. (2001) “Introduction: from Third Sector to Social enterprise” C. Borzaga, and J. Defourny eds., *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, 1-28. (=2004, 内山哲朗・石塚秀雄・柳沢敏勝訳『社会的

(8) EMES Research network (n.d.) を参照。

- 企業——雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社, 7-40).
- Defourny, J. and M. Nyssens (2006) "Defining Social Enterprise", Nyssens, M. ed. *Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge, 3-26.
- Defourny, J. and M. Nyssens (2012) "The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective", EMES Working Paper.
- DiMaggio P. J. and H. K. Anheier (1990) "The Sociology of Nonprofit Organization and Sectors", *Annual Review of Sociology*, 16, 137-59.
- EMES Research network (n.d.) The "International Comparative Social Enterprise Models" (ICSEM) Project, http://iap-socent.be/sites/default/files/ICSEM%20final%20130326-LO_1.pdf (2013年8月13日最終アクセス).
- Evers, A., and J. L. Laville (2004) "Defining Third Sector in Europe" A. Evers and J. L. Laville eds., *Third Sector in Europe*, (=内山哲朗・柳沢敏勝訳『欧州サードセクター——歴史・理論・政策』日本経済評論社, 15-58).
- Evers, A. and J. L. Laville (2004) "Social Services by Social Enterprises: on the Possible Contributions of Hybrid Organizations and a Civil Society". A. Evers and J. L. Laville eds., *Third Sector in Europe*, (=内山哲朗・柳沢敏勝訳『欧州サードセクター——歴史・理論・政策』日本経済評論社, 325-52).
- 藤井敦史 (2010) 「社会的企業とは何か——二つの理論的潮流をめぐって」原田晃樹・藤井敦史・松井真理子編『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, 103-23.
- Gidron, B. and Y. Hasenfeld (2012) "Introduction", B. Gidron and G. Hasenfeld eds., *Social Enterprises: An Organizational Perspective*, Palgrave Macmillan, 1-15.
- Galaskiewicz, J. and S. N. Barringer (2012) "Social Enterprises and Social Categories", B. Gidron and G. Hasenfeld eds., *Social Enterprises: An Organizational Perspective*, Palgrave Macmillan, 47-70.
- Kerlin, J. (2006) "Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences", *Voluntas*, 17 (3), 247-63.
- Kerlin, J. ed. (2009) *Social Enterprise: a Global Comparison*, Tufts University Press.
- Kramer, R. M. (2004) "Alternative Paradigms for the Mixed Economy: Will Sector Matter?", A. Evers and J. L. Laville, eds., *Third Sector in Europe*, Edward Elgar, 219-236. (=2007, 内山哲朗・柳沢敏勝訳『欧州サードセクター——歴史・理論・政策』日本経済評論社, 299-324).
- Nicholls, A. ed. (2006) *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press.
- Nicholls, A. and A. Cho (2006) "Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field", Nicholls, A. (ed.), *Social Entrepreneurship: New Paradigms of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, 99-118.
- Nyssens, M. ed. (2006) *Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge.
- 労働政策研究・研修機構編 (2011) 『「若者統合型社会的企業」の可能性と課題』労働政策研究研修機構.
- Sakurai, M. and S. Hashimoto (2009) "Exploring the Distinctive Feature of Social Enterprise in Japan," *EMES Conferences Selected Papers Series*.
- Suchman, M. C. (1995) "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches." *Academy of Management Review* 20 (3), 571-610.
- Teasdale, S. (2011) "What's in a Name? Making Sense of Social Enterprise Discourses", *Public Policy and Administration*, 27 (2), 99-119.
- Tsukamoto, I. and M. Nishimura (2009) "Japan", J. A. Kerlin ed. *Social Enterprise: Global Comparison*, Tufts University Press, 163-83.
- Young, D. R. (2012) "The State of Theory and Research on Social Enterprises", B. Gidron and G. Hasenfeld eds., *Social Enterprises: An Organizational Perspective*, Palgrave Macmillan, 19-46.