

表 1 大学における主な社会起業家教育プログラム

国	大学	プログラム
米国	Harvard University Harvard Business School (HBS)	Initiative on Social Enterprise
	Duke University Fuqua School of Business	Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE)
	Stanford University Stanford Graduate School of Business	Center for Social Innovation (CSI)
	Columbia University Columbia Business School	Research Initiative on Social Entrepreneurship (RISE)
	Seattle University	The Center for Nonprofit and Social Enterprise Management
	New York University	Stewart Satter Program in Social Entrepreneurship
	イギリス	University of Cambridge
	Oxford University	Skoll Centre for Social Entrepreneurship
フランス	INSEAD	INSEAD Social Innovation Centre
デンマーク	Roskilde University	The Center for Social Entrepreneurship MAコース
イタリア	University of Bologna	Masters in International Studies in Philanthropy and Social Entrepreneurship
カナダ	University of Alberta	Canadian Centre for Social Entrepreneurship Social Innovation through Entrepreneurial Activity
フィリピン	The Asian Institute of Management	The Program for Social and Development Entrepreneurship
インド	Tata Institute for Social Sciences	Masters in Social Entrepreneurship

(筆者作表)

図 1 非営利・ボランタリーセクターの4機能

	Demand-side orientation	Supply-side orientation
Instrumental rationale	<p>② <u>Service delivery</u></p> <p>政府・市場の失敗により生まれるサービスニーズの提供</p>	<p>① <u>Social entrepreneurship</u></p> <p>ビジネスと慈善事業を結びつけた社会的企業の創出</p>
Expressive rationale	<p>③ <u>Civic and political engagement</u></p> <p>市民運動、アドボカシー、さらにコミュニティ内での <u>Social Capital</u> の形成</p>	<p>④ <u>Value and faith</u></p> <p>活動を通じてボランティア、寄付者が価値・信念を表出</p>

“On Being Nonprofit: A Conceptual and Policy Primer” 25ページより引用
By Peter Frumkin Harvard University Press, 2002

表 2 EMES 社会的企業の定義

<p>社会的企業の定義</p> <p>二つの要素、経済的なものと社会的なものから構成される。</p> <p>A：経済的な 4 基準</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 財、サービスの継続的提供 2. 公的補助に頼るとしても自律性を持ち、政府・営利企業などは不介入 3. 資源の保障はなく、構成員がリスクを負って対処 4. 無給のボランティアと有給スタッフ <p>B：社会的な 5 基準</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 明示的にコミュニティのためになる目的 2. 市民グループを巻き込んだイニシアティブ 3. 資本シェア（株式シェア）ではない一人一票のような意思決定方式 4. 顧客、ステークホルダーなど多様な集団の参加 5. 利益最大化ではない利益配分禁止あるいは制限
--

出典：Borzaga & Defourny (2001)

表 3 米国・ヨーロッパにおける社会的企業の概観比較

	United States	Europe
Emphasis	Revenue Generation	Social Benefit
Common Organizational Type	Nonprofit (501(c)(3))	Association/Cooperative
Focus	All Nonprofit Activities	Human Services
Types of Social Enterprise	Many	Few
Recipient Involvement	Limited	Common
Strategic Development	<i>Foundations</i>	<i>Government/EU</i>
University Research	Business and Social Science	Social Science
Context	<i>Market Economy</i>	<i>Social Economy</i>
Legal Framework	<i>Lacking</i>	<i>Underdeveloped but Improving</i>

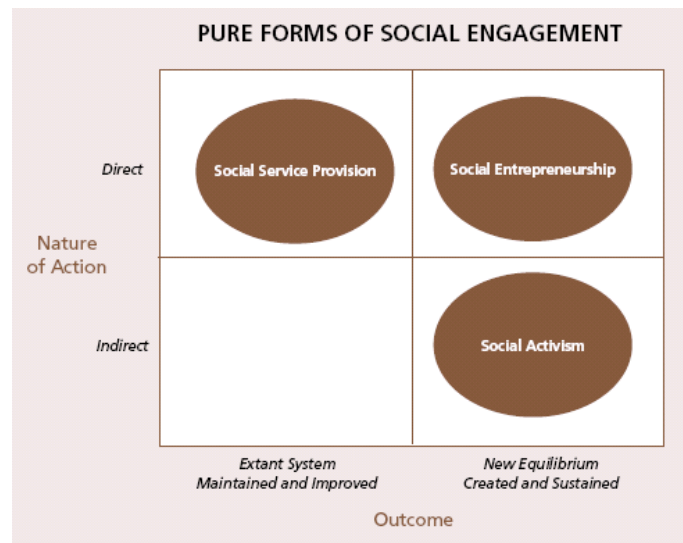
出典：Kerlin (2006)

表 4 J. Gregory Dees 社会起業家の定義

- * 社会的価値を創出し維持すべきミッションを取り入れる（単に個人的な価値ではない）
- * ミッションに役立つ新しい機会を認識し絶えず追求する
- * 継続的な改革、調整、学習の過程に自ら参加する
- * 現在手持ちの資源に制約されること無く大胆に活動する
- * 支持者に対する（説明）責任への高い意識や創出した成果を公開する

出典：Dees et al. (1998)

図 2 社会活動の純粹形態



出典：Martin & Osberg (2007)

図3 Bottom of Pyramid の具体的事例



KickStart

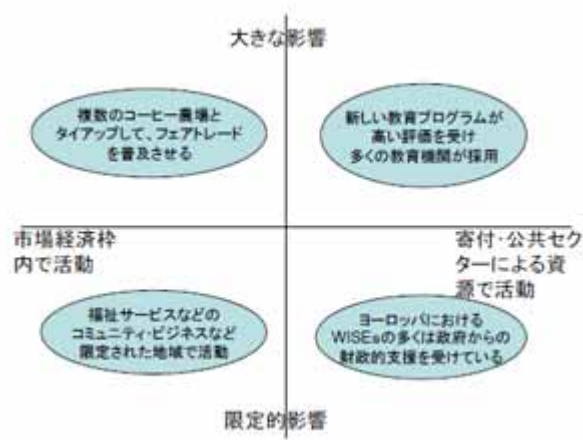


LifeStraw



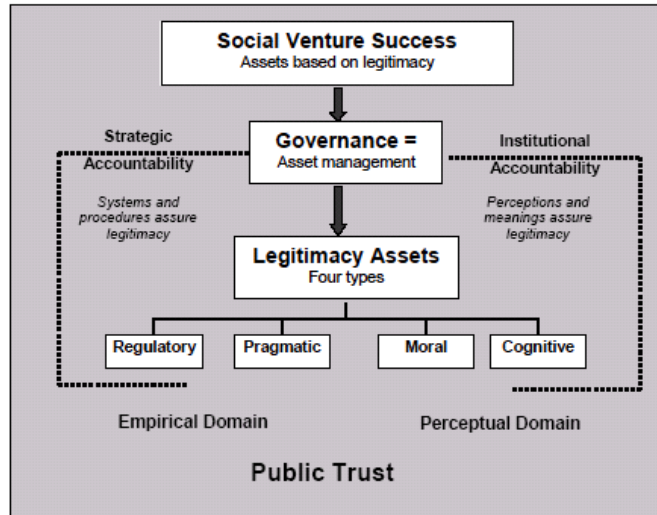
Insecticide Treated Bed Nets

図4 社会イノベーションの類型



(筆者作図)

図5 社会的企業の正当性と説明責任



出典：Nicholls (2005)

図6 ビジネス起業家と社会起業家の境界

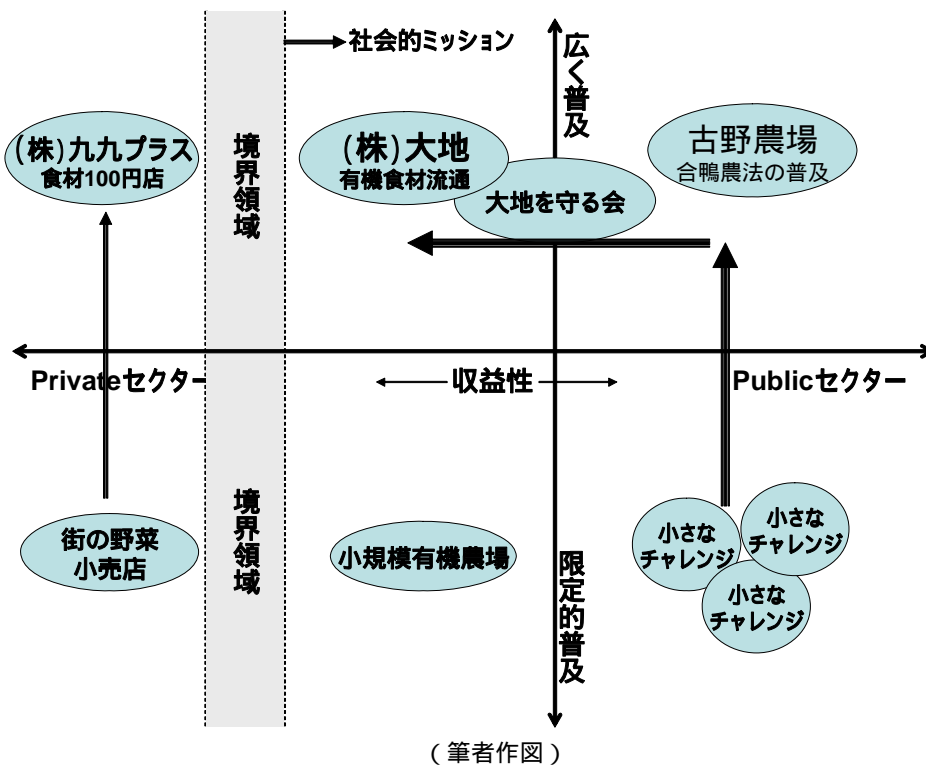
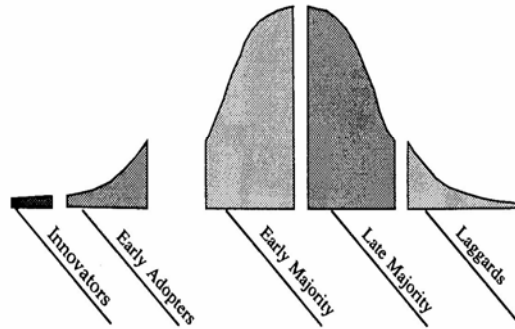


図 7 Moore の Chasm

The Revised Technology Adoption Life Cycle



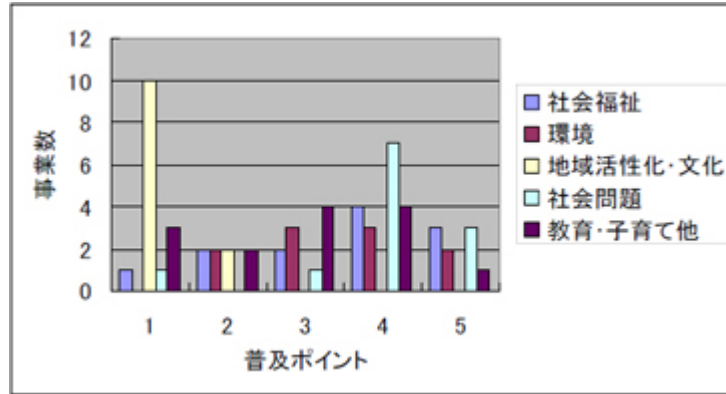
出典：Moore (1991)

表 5 分析対象事例の事業分野別件数

事業分野	事例数	(%)
1 社会福祉	12	20.0%
2 環境	10	16.7%
3 教育	9	15.0%
4 子育て	2	3.3%
5 地域活性化	9	15.0%
6 文化	3	5.0%
7 社会問題	12	20.0%
8 その他	3	5.0%
合計	60	100.0%

(筆者作表)

図8 事業分野別普及レベル評価点



(筆者作図)

表6 動機と機会の評価基準

<p>動機 : Founder's Motivation :</p> <p>1 = 問題の当事者である、あるいは強烈な実体経験をもつ</p> <p>2 = 問題への強い思想性をもつ</p> <p>3 = 社会への貢献意思を元を選択した事業である</p> <p>機会 : Type of Opportunity : 起業機会の考え方 (1ポイントから5ポイントの5段階)</p> <p>< 収益見込みがないと起業しない > = 1 ポイント</p> <p>< 収益見込みに拘らず、資金が調達できなくても自己資金で起業 > = 5 ポイント</p>
--

(筆者作表)

表7 社会起業家の動機と機会

		Opportunity					Total
		5	4	3	2	1	
Motivation	1	8	3	1	1	0	13
	2	6	7	6	5	2	26
	3	2	2	2	4	11	21
	Total	16	12	9	10	13	60

(筆者作表)

表8 社会起業家の動機と機会(割合)

		Opportunity					Total
		5	4	3	2	1	
Motivation	1	61.5%	23.1%	7.7%	7.7%	0.0%	100.0%
	2	23.1%	26.9%	23.1%	19.2%	7.7%	100.0%
	3	9.5%	9.5%	9.5%	19.0%	52.4%	100.0%
	Total	26.7%	20.0%	15.0%	16.7%	21.7%	100.0%

(筆者作表)

表9 社会イノベーションの支援対策

	イノベータ・ステップ	アントレプレナー・ステップ	ディフージョン・ステップ
市場指向型	自費・周囲からの投資で資金調達	民間財団などからの助成金確保	社会ミッションを優先するVCやVP投資
	大学などでの起業家教育・事業戦略構築教育	ビジネススキルアップ支援を行うボランティアのコンサルタントチーム形成・英国CICのような法的根拠による営利企業との差別化	法的根拠に基づく投資収益配分ルールなど社会的ミッションの明示化と税制上の優遇措置
公共財指向型	自費・周囲からの寄付で資金調達	民間財団などからの助成金および広い範囲からの寄付	大掛かりな助成金を賄える財団がサポート
	大学などでの社会問題を意識化する教育・世界の社会起業家との交流	官民パートナーシップ構築のための独立中間組織形成	社会的ミッションを明示した大規模財団への寄付税制の法制化
共通	大学など教育機関に社会起業家センターを設置（科学技術ベンチャーに対するインキュベーションセンターのような施設重視ではない、相談支援窓口）	社会起業家向け助成財団への寄付税制の法制化	ボランティア・コンサルタントネットワーク組織の構築

VC：ベンチャーキャピタル

VP：ベンチャーフィランソロピー（ビジネス成功者が社会ミッションの高い事業に投資）

（筆者作表）