

## 目 次

はじめに

## 第I部 理論編

<b>1章 福祉国家, 福祉多元主義, NPM</b> .....	3
1 福祉国家	3
2 福祉多元主義	6
3 ニューパブリック・マネジメント(NPM)	8
まとめ	
<b>2章 社会的経済, サードセクター, 非営利セクター</b> ...	12
1 社会的経済	12
2 サードセクター	14
3 非営利組織	15
まとめ	
<b>3章 欧米の社会的企業</b> .....	20
1 社会的企業の基本的枠組み	20
「社会的目的」と「社会化」の追求	社会的企業の多様な定義と分類
2 社会的企業のもつ社会性	25
3 社会的企業とマルチ・ステークホルダー・ガバナンス	27
4 労働統合型社会的企業	29
5 制度の同形性(isomorphism) ——多様性から同一化へ	32
まとめ	
<b>4章 日本の社会的企業</b> .....	36
1 日本におけるソーシャルビジネス	36

経済産業省によるソーシャルビジネスの定義    ソーシャルビジネスの現状    ソーシャルビジネスの事業展開    ソーシャルビジネス育成の環境整備    海外の研究者からみた評価

- 2 協同組合    40  
     協同組合の様々な事業    協同労働

まとめ

## 5章 社会的企業の事業戦略 ..... 45

- 1 社会的企業の戦略的経営    45
- 2 ソーシャル・マーケティング    48
- 3 ソーシャル・イノベーション    51
- 4 社会的企業の事業展開    55  
     社会的企業のビジネスプラン    資金調達    資金計画  
     初期・中期段階での事業展開    初期段階での事業活動と予想されるニーズ    中期段階での事業活動と予想されるニーズ
- 5 中間支援組織    60  
     中間支援組織とは    中間支援組織の充実策    イギリスの中間支援組織

まとめ

## 6章 社会的企業とソーシャル・キャピタル ..... 68

- 1 ソーシャル・キャピタル    68
- 2 ソーシャル・キャピタルの機能と構造    68  
     マクロとミクロのソーシャル・キャピタル    ソーシャル・キャピタルの構造
- 3 マクロのソーシャル・キャピタルと社会的企業    71
- 4 ミクロのソーシャル・キャピタルと社会的企業    73
- 5 社会的企業におけるソーシャル・キャピタルの課題    74

まとめ

---

 第Ⅱ部 国際比較編
 

---

7章	アメリカの社会的企業	81
1	社会的企業のルーツ	81
2	社会的企業の発展の背景と定義	82
3	社会的企業の現状	85
	市場規模と成長率	資金調達
		現状と財源
		人材
4	事例	87
	組織とバリューチェーン「アショカ」	アウトカム評価とファイナンス「アキュメンファンド」
	まとめ	
8章	イギリスの社会的企業	93
1	社会的企業の定義	93
2	社会的企業の規模と範囲	95
3	政府との関係	99
	中央政府	地方での関係
		アウトソーシング
		共済組織
	と協同組合	ローカリズム
4	財務上の問題	110
	まとめ	
9章	イタリアの社会的企業	115
1	社会的協同組合の発展	115
2	B型社会的協同組合	118
3	2006年155号法の主要内容とその適用範囲	120
4	2006年155号法の主要条項	121
5	サードセクター組織に対して新法がもつ意味	123
	まとめ	
10章	スウェーデンの社会的企業	130
1	社会的企業の発展の経緯	130
2	社会的企業の定義	131

- 3 社会的企業の現状 132
- 4 公私関係——公的支援からみて 133  
公的支援 設立後に受け取った公的補助金 問題点と成長  
分析局による提案
- 5 福祉ガバナンス——福祉社会における位置づけ 135
- まとめ

## 11章 韓国の社会的企業 ..... 138

- 1 社会的企業の概要 138  
社会的企業育成法の施行 社会的企業の現状 社会的企業  
の支援制度
- 2 社会的企業の歴史と定義づけ 140  
社会的企業育成法成立まで 社会的企業育成法施行 社会  
的企業から社会的経済へ
- まとめ

---

## 第Ⅲ部 事例編

---

## 12章 ソーシャル・ビジネス ..... 153

- I ビッグイシューのビジネスモデル ..... 153
- 1 法人形態の選択 154
- 2 利益確保とビジネスプランの必要性 155
- まとめ
- II ビッグイシューの現場より ..... 161  
——ビッグイシューのビジネスモデルと社会的包摂
- 1 ミッション・ステートメント 161
- 2 「ホームレス」とは 161
- 3 ホームレスと貧困問題 163
- 4 ビッグイシューのビジネスモデルと社会的包摂 164
- III 「しゃらく旅倶楽部」 ..... 167  
——現場からみたソーシャル・ビジネスの実際
- 1 「しゃらく旅倶楽部」ミッション 167

2	事業理念と経営目標	168
3	サービス内からみる環境分析（外部分析、内部分析）	169
4	市場規模の予測（人口構造の変化・ポジショニング）	171
5	利益計画と事業戦略	171
6	運営・管理（誰がどんな体制で運営するのか）	174
7	事業成果の評価（アウトカム評価）：スケールアウト	175

まとめ

#### IV ソーシャル・ビジネスと地方行政機関…………… 177

—京都府のソーシャル・ビジネス振興戦略

1	京都府のソーシャル・ビジネス支援戦略	178
2	京都府内で事業を展開する社会起業家	180
	—地域産品開発「かもめのお焼き」と放置竹林対策 NPO 法人かもめ(加茂女) クリエイティヴハウス「京町家 遊子庵」 生き方を支援する Small Farmers college（週末有 機農業学校）	
3	行政機関のソーシャル・ビジネス支援の評価	182

まとめ

### 13章 神奈川におけるワーカーズ・コレクティブの 実践—日本における新たな協同組合運動の素描…………… 185

1	協同組合と社会的企業	185
2	ワーカーズ・コレクティブとは	188
3	ワーカーズ・コレクティブの広がり	192
4	ワーカーズ・コレクティブの多様な参加	194
5	ワーカーズ・コレクティブの可能性とこれから	196

まとめ

---

## 第IV部 実務編

---

### 14章 ソーシャル・マーケティング…………… 201

1	ソーシャル・マーケティングとは	201
	ソーシャル・マーケティングの定義	ソーシャル・マーケ

ティングの2つの潮流

- 2 マーケティング3.0時代におけるソーシャル・マーケティングの可能性 204  
 マーケティングの定義にみるソーシャル・マーケティングの影響力  
 マーケティング3.0時代における社会的企業の位置づけ  
 民間企業と社会的企業によるコラボレーションの重要性
- 3 ソーシャル・マーケティングの事例 207  
 民間企業(営利組織)によるソーシャル・マーケティングの事例  
 社会的企業(非営利組織)によるソーシャル・マーケティング  
 民間企業と社会的企業のコラボレーションによるソーシャル・マーケティング

まとめ

## 15章 ソーシャル・ファイナンス ..... 212

- 1 ソーシャル・ファイナンスとは 212  
 ソーシャル・ファイナンスの定義 ソーシャル・ファイナンス機関の特徴  
 主なソーシャル・ファイナンス機関
- 2 日本におけるソーシャル・ファイナンスや“志”金循環に取り組む組織 217  
 地域密着型の民間金融機関 “志”金循環プラットフォーム型組織  
 国際協力系投資組織
- 3 事例：近畿ろうきんの「共生型の金融」への模索と実践 223  
 「共生の金融」の出發 共生事業のメニュー 共生事業への視座

まとめ

## 16章 社会的企業の評価 ..... 230

- 1 なぜ評価なのか 230  
 なぜ評価をするのか 評価の様々な方法 何を評価するのか
- 2 日本におけるNPO評価手法の事例 233  
 市民による事業評価検討グループみえ エクセレントNPOの評価基準
- 3 SROIの試み——イギリスの脈絡から 238  
 直線論理モデルと非直線論理モデル SROIの試み

4	社会的価値を評価する——非金銭的価値の追求	241
	社会的価値とは 非金銭的価値を追求するユア・バリュー！ (Your Value！)	

まとめ

おわりに	247
------	-----

あとがき

索引