

日本における社会的企業の革新性に関する分析 ：新規開業企業を対象として

古澤 慎一 (新潟大学) ※

木南 莉莉 (新潟大学)

木南 章 (東京大学)

要旨

二重のミッションを遂行する社会的企業は、社会の包括的な成長と発展に貢献する可能性を秘めている。2000年代以降、日本の社会的企業は成長を遂げ、付加価値と経済の雇用に関して一定の規模を達成している。しかし、革新的な製品やサービスを創造しながら社会問題を解決し、事業の持続可能な開発を実現することは困難である。

一方、既存の起業研究には、起業家の起業動機、および制度的および社会的要因に焦点を当てた様々な実証分析がある。しかしながら、社会的企業と一般的企業との間の比較の観点から、新規開業企業の革新性に影響を与える要因に焦点を当てた研究はほとんどない。

本研究の目的は、定量的分析手法を用いて、日本における新規開業企業の革新性に影響を与える要因を明らかにすることである。同時に、社会的企業と一般的企業との間の比較分析に基づいて、社会的企業に特有の要因を明らかにする。

具体的には、先行研究のサーベイを通じて、仮説を設定した上で、2013年の新規開業企業の実態調査の企業レベルのマイクロデータ（日本政策金融公庫総合研究所）に、確証的な多変量解析手法を適用する。最後に、以上の分析結果に基づいて、日本における社会的企業の発展に資する実践的および政策的含意を導く。

キーワード：革新性、新規開業企業、社会的企業、一般的企業、日本

JEL codes：O35、L26、L31

Analysis on the Innovativeness of Social Enterprises in Japan : Focusing on the Start-ups

Shinichi Furuzawa (Niigata University) ※

Lily Kiminami (Niigata University)

Akira Kiminami (The University of Tokyo)

Abstract

Social enterprise which executes dual-mission have potential to contribute the inclusive growth and development of the society. Since the 2000s, social enterprises in Japan have achieved growth and reached a certain scale in terms of value added and employment of the economy. However, realizing the sustainable development of the business is difficult while creating highly innovative products and services as well as solving social problems.

On the other hand, there are various empirical researches about the entrepreneurship and start-ups that are focusing on the entrepreneurial motivations of entrepreneurs, and institutional and social factors. However, there is few researches focusing on factors affecting the innovativeness of star-ups from the viewpoint of comparative perspective between social enterprises and commercial enterprises.

The purpose of this study is to clarify socio-economic factors affecting the innovativeness of start-ups in Japan by using the multi-method approach. It simultaneously clarifies specific factors for the social enterprises based on the comparative analysis between social enterprises and commercial enterprises.

Specifically, quantitative analytical method is used in this research. Firstly, exploratory and confirmatory multi-variate analyses are applied to the micro-data at enterprise level based on the *Survey on Actual Conditions of Start-ups in 2013* (conducted by the Japan Finance Corporation, Comprehensive Research Institute). Finally, based on the analytical results, some practical and policy implications will be drawn for the development of the social enterprises in Japan.

Keywords: Innovativeness, Start-up, Social Enterprise, Commercial Enterprise, Japan

JEL code: O35, L26, L31

日本における社会的企業の革新性に関する分析 ：新規開業企業を対象として

古澤 慎一 (新潟大学) ※
木南 莉莉 (新潟大学)
木南 章 (東京大学)

1. はじめに

二重のミッションを遂行する社会的企業は、社会の包括的な成長と発展に貢献する可能性を秘めている。社会的企業は、社会問題の解決を目的として、ビジネスの手法を用いて、収益事業に取り組む事業体であり、ソーシャル・ビジネスとも呼ばれている。社会的企業の定義は、各国・地域のコンテキストや制度的な条件の違いを反映して、様々な定義および基準 (Defourny and Nyssens 2006)¹が存在しているが、共通する枠組みとして経済性と社会性の二重のミッションを有する点、営利企業(FPO: For-Profit Organization)と非営利組織(NPO: Non-Profit Organization)の両方の特性を持つ混合組織(Hybrid Organization)である点を挙げることができる。

ところで、日本では、2000年代以降に社会的企業は成長を遂げ、付加価値と経済の雇用に関して一定の規模を達成している。しかし、革新的な製品やサービスを創造しながら社会問題を解決し、事業の持続可能な開発を実現することは困難である²。

一方、既存の起業研究には、起業家の起業動機、および制度的および社会的要因に焦点を当てた様々な実証分析がある。しかしながら、社会的企業と一般的企業との間の比較の観点から、新規開業企業の革新性に影響を与える要因に焦点を当てた研究はほとんどない。

本研究の目的は、定量的分析手法を用いて、日本における新規開業企業の革新性に影響を与える要因を明らかにすることである。同時に、社会的企業と一般的企業との間の比較分析に基づいて、社会的企業に特有の要因を明らかにする。具体的には、先行研究のサーベイを通じて、仮説を設定した上で、2013年の新規開業企業の実態調査の企業レベルのマイクロデータ (日本政策金融公庫総合研究所) に、確証的な多変量解析手法を適用する。最後に、以上の分析結果に基づいて、日本における社会的企業の発展に資する実践的および政策的含意を導く。

2. 先行研究のサーベイと仮説の設定

2.1 先行研究のサーベイ

以下では、社会的企業の革新性に影響を及ぼす要因として、社会的起業家の人的資本、特性及び起業動機に関する研究、組織特性や社会的ネットワークに関する研究に着目して、サーベイを行う。

社会的起業家と一般起業家における人的資本が及ぼす影響の違いの研究によれば、教育水準が高いほど社会的起業家になる確率が高いことが示されている (Estrin 2016)。また、社会的企業の発展には、大学教育環境が影響しているという結果が示されている (Munro and Belanger 2017)。したがって、人的資本の水準が企業の革新性に対して何らかの影響を及ぼしていると考えられる。また、社会的起業家の個人特性や起業動機の実証研究をレビューした Stephan and Drencheva (2017)は、社会的起業家と一般起業家の両方とも内生的

¹ このうち、最も包括的かつ明確な基準を提示したのが、EMES (ヨーロッパ社会的企業研究ネットワーク) の研究成果である。そこでは、社会的企業の定義 (理念型) として、経済的基準 (財・サービスの経済的な生産・販売、自律性、財務リスクへのマネジメント、有償労働力の四つ) および社会的基準 (コミュニティの利益、市民のイニシアティブ、資本の所有権に基づかない意思決定、参加、利益分配の制限の五つ) を挙げている。

² 日本における社会的企業の活動規模は、企業数が20.5万社、付加価値額が16.0兆円、有給職員数が577.6万人である。経済全体に占める付加価値額の割合は3.3%、従業者数の割合は13.2%を占めている (三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 2015)。2000年代以降、日本の社会的企業は革新性の高い事例が増えているとされているが (Kaneko 2013)、事業自体は赤字が多く、多くの企業が補助金や寄付金、他の事業収入を含めた企業全体の収支として黒字を確保している (日本政策金融公庫 2014b)。社会的企業の製品やサービスという理由だけで購入・利用する消費者は1割にも満たない (日本政策金融公庫 2014a)。

動機に基づいて起業していると指摘している³。ただし、多くの研究において社会的起業家は社会性や利他生の志向が強いことが明らかにされている。

社会的企業は既存企業が参入していない事業領域に参入するものである。また、経済的価値次元に加えて、社会的価値次元を生み出し、事業として展開する戦略であると言える。社会的インパクトの拡大を目指して、外部の多様なステークホルダーと連携することで、組織のダイナミック・ケイパビリティを高めている。したがって、ニッチ戦略志向（Porter のプライスリーダーシップ、差別化、ニッチの三戦略のうちの一つ）、及び共有価値創造（CSV: Creating Shared Value）の戦略を採用することが多いと考える（Porter and Kremer 2011）。

社会的企業の組織特性やネットワークに関しては多くの実証分析がある（Bacq et al. 2011; Tan and Yoo 2015; Ferri 2014; Van Ryzin et al. 2009; 松永 2012; Stevens et al. 2014）。Bacq et al.(2011)は、エージェンシー理論とスチュワードシップ理論⁴では、社会的企業は後者に基づくガバナンスが実施されている場合に、組織ケイパビリティが高く、社会的・経済的価値を多く生み出すことを明らかにしている。そこでは、社会構造的要因として、参加型の経営理念、信頼志向、長期的志向、成果向上、集団主義と権限移譲の文化を重視しているとされる。また、Tan and Yoo(2015)は、因子分析と回帰分析を通じて、シンガポールの既存NPOにおける社会的事業の実施の有無に影響する組織的条件として、高い集団有効性（collective efficacy）と組織の革新力が検出されたものの、資源制約やリスク志向は影響しないことを明らかにしている。したがって、社会的企業ではスチュワードシップの想定する自己実現や内発的モチベーションを重視する考えに沿ったマネジメント（たとえば、内的労働市場マネジメントについては、福利厚生や勤務形態の柔軟さ）が行われているほど、革新性が高いものと思われる。

社会的企業と一般的企業のスタートアップ段階における外部ネットワークの利用について研究した結果によれば、社会的企業ではより多様な外部ネットワークを有し、無形資源へのアクセスが重要であることが明らかにされている（Folmer et al. 2018）。

2. 2 仮説

以上の整理にもとづいて、本研究では以下の2つの仮説を設定し、統計的な検証を試みる。

H1: 革新性の高い社会的企業は、革新性の高い一般的企業と同水準の社会的属性（人的資本）、内発的動機、経営者能力を有する。

H2: 革新性の高い社会的企業は、事業戦略、内部労働市場マネジメント、外部ネットワークに関して革新性の高い一般的企業とは異なる特殊要因を有する。

3. 分析方法と分析結果

3. 1 分析方法とデータ

分析に用いるデータは、「新規開業実態調査（2013）」（日本政策金融公庫総合研究所）である。調査対象は、融資時点で開業後1年以内の企業（開業前の企業を含む）6,854社、回収数は1,618社（回収率23.8%）である。同調査は、事業の概要、経営者本人について、家族と収入状況、開業の経緯、開業準備、経営方針と取り組み、開業後の経営状況などから構成され、総質問項目数は51からなる。本研究においてこの調査票の個票データを用いる理由としては、社会的企業と革新性の有無を識別するための質問があることに加えて、一般の起業との比較が可能である点を挙げる。

ここでは、「社会的企業」については、「問2（4）開業された事業はソーシャル（コミュニティ）ビジネスに該当すると思いますか。ソーシャル（コミュニティ）ビジネスとは、社会や地域の課題解決を主な目的として事業を行っている企業をいいます。」に対して、「思う」とした424社（約16%）を社会的企業とした。

³ 社会的起業家の個人特性を分析した研究としては、例えばOmorede (2014)、Yangui and Jarbouï (2013)、Sastre-Castillo et al (2015)、Christopoulos and Vogl (2015) がある。

⁴ スチュワードシップ理論（Davis et al. 1997）では、スチュワード（自己実現する人間）としての人間モデルを想定し、集団の利益に奉仕し、価値に対するコミットメントからなる経営理論である。

社会的企業の組織形態には、民間の営利企業、非営利団体、協同組合、財団など様々なものが存在する。このうち、本研究では、個人経営（58.8%）、株式会社（37.1%）、NPO 法人（0.9%）、その他の形態（3.2%）が含まれるが、サンプルは、主に個人経営と株式会社の二つから成る。

「革新性」については、「問2（2）既存の同業者と比べて、事業内容（商品、サービスの内容、対象とする市場など）に新しい点がありますか。」に対して、「大いにある」とした企業（一般企業143社、社会的企業120社）を革新性が高い企業とした。本研究では、新しい財・サービスの生産を実現しているか、新たな顧客を対象としているか、という点に着目して、革新性の有無を分類している。したがって、主にプロダクトとマーケティング・イノベーションに影響を与える諸要因を分析していると言える⁵。イノベーションとは、単なる技術開発ではなく、価値の創出を伴うものであり、革新性が高い企業は、新たな価値を生み出しているものと言える。

分析に用いる変数は表1に示したとおりである。被説明変数は革新性の程度を用いるが、序数データであるため、推計には順序ロジットモデルを用いる。

説明変数のうち、コントロール変数として、社会経済的属性（起業家の年齢、性別、教育水準、事業運営の経験、組織形態）を使用する。次に、起業家レベルの変数は、起業家の起業動機・選好・事業戦略に関する変数と経営能力に関する変数の2つに分ける。前者は、起業家の意識・態度に関するものであり容易に変化させることは出来ないが、後者は訓練機会の提供や政策・介入により変化しやすいものと考えられる。なお、起業動機については、主成分分析を用いて分析した結果、①外発-内発的動機、②経営者志向の動機の2つが抽出されたため、両者を変数として用いる（表2を参照）。

内部労働市場のマネジメントに関する変数としては、従業員の働く意欲や働きやすさを高める取り組みを用いる。そして、外部ネットワークに関する変数としては、経営相談の相手先を用いることにする。

表1. 変数一覧

	変数名	内容	平均値
被説明変数	革新性	同業者と比べて、事業内容に新しい点があるか否か (1-3)	1.79
社会経済属性	年齢	実数	41.7
	性別	男性=1、女性=0	0.85
	教育	中学・高校卒=0、短大卒=1、大学卒=2、大学院卒=3	1.08
	事業運営経験	事業運営の経験あり=1、なし=0	0.07
	組織形態	株式会社=1、株式会社以外=0	0.37
起業家の起業動機・選好・事業戦略	動機1（外発-内発的）	主成分分析の得点	-0.01
	動機2（経営者志向）	同上	0.01
	環境変化への適応	市場環境の変化への適応 (0-3)	2.37
	顧客開拓志向	既存顧客よりも新規顧客を重視する程度 (0-3)	1.40
	製品開発志向	経営の効率性よりも新製品開発を重視する程度 (0-3)	1.68
	リスク選好	ローリスクローリターンよりもハイリスクハイリターンを重視する程度 (0-3)	0.74
	ニッチ戦略	ニッチ市場を重視する程度 (0-3)	1.92
	時間選好	投資決定において短期的な見通しを重視する程度 (0-3)	1.43

注：経営能力、内部労働市場のマネジメント、外部ネットワークに関する変数は2値回答データを使用した。

経営能力：「問14 経営者として自分自身で優れていると思われるものを、次の中から三つまでお答えください。」に対する回答である。

内部市場のマネジメント：「問36 現在、常勤役員・正社員（家族従業員を除く）を雇用している方におたずねします。常勤役員・正社員の働く意欲や働きやすさを高めるために取り組んでいることはありますか。当てはまるものをすべてお答えください。」に対する回答である。

外部ネットワーク：「問49 現在、経営の相談をする方はいらっしゃいますか。当てはまるものをすべてお答えください。」に対する回答である。

⁵ イノベーション（革新）とは、経済活動の中で生産手段や資源、労働力などをそれまでとは異なる仕方でも結合することである（Schumpeter 1934）。イノベーションは、さらに①プロダクト、②プロセス、③マーケティング、④新しい原材料・供給源の獲得、⑤組織の5つのタイプに分けることができる。

表2. 起業動機に関する主成分分析の結果

	主成分1	主成分2
1. 収入を増やしたかった	0.293	0.521
2. 自由に仕事をしたかった	0.538	-0.352
3. 事業経営という仕事に興味があった	0.064	0.564
4. 自分の技術やアイデアを事業化したかった	-0.342	0.091
5. 仕事の経験・知識や資格を生かしたかった	-0.397	-0.223
6. 趣味や特技をいかしたかった	-0.037	-0.130
7. 社会の役に立つ仕事をしたかった	-0.438	-0.063
8. 年齢や性別に関係なく仕事をしたかった	-0.055	-0.338
9. 時間や気持ちにゆとりが欲しかった	0.375	-0.294
10. 適当な勤め先がなかった	-0.002	-0.082
11. その他 ()	-0.093	-0.028
累積寄与率	13.2%	25.5%
主成分の解釈	外発的-内発的	経営者志向

注: 「問24 事業を始めようと思った動機は何ですか。当てはまるものを三つまで重要な順にお答えください。」という質問に対して、1位: 3点、2位: 2点、3位: 1点として得点化したデータを用いた。

3.2 分析結果

表3は推計結果をまとめたものである。以下では、全変数モデルと変数選択モデルの二つの結果のうち、変数選択モデルの推計結果を見ていく。なお、各変数が有意な場合には社会的企業と一般企業に共通して影響する要因であると解釈する。また、社会的企業の交差項ダミーが有意な場合には、社会的企業特有の要因があると解釈する。

次に、社会経済属性では年齢(-)および教育(+++)、起業家の起業動機では動機1(外発的-内発的、-)が有意であった。そして、経営者能力では決断力(++)、行動力(+++)、企画力(+++)、資金調達力(+)が有意であり、社会企業の交差項ダミーでは「事業に関する経験・知識・技術」(+)が有意であった。したがって、「H1: 革新性の高い社会的企業は、革新性の高い一般的企業と同水準の社会的属性(人的資本)、内発的動機、経営者能力を有する。」は検証された。

そして、事業戦略では、環境変化への適応(+++)、製品開発志向(+++)、リスク選好(+)が有意で共通している。一方、顧客開拓志向は全体でプラス(+++)であるものの、交差項ダミーではマイナス(-)となっている。また、ニッチ戦略も交差項ダミー(+)であった。内部労働市場のマネジメントでは、仕事の成果や能力に応じた賃金の提示(++)が共通で有意であったが、交差項ダミーでは休暇を取得しやすい雰囲気づくり(-)、法定外の福利厚生充実(++)、在宅勤務制度の導入(++)が有意であった。さらに、外部ネットワーク(開業時に受けたアドバイス)では、民間の創業支援機関(-)が共通して有意であったが、交差項ダミーでは公的な創業支援機関(-)、日本政策金融公庫(++)、その他(-)が有意であった。また、異なる業種の事業経営者は全体でプラス(+++)であったものの、交差項ダミーではマイナス(-)となった。したがって、「H2: 革新性の高い社会的企業は、事業戦略、内部労働市場マネジメント、外部ネットワークに関して革新性の高い一般的企業とは異なる特殊要因を有する。」は検証された。

4. 結論

本研究では、日本における新規開業企業の社会的企業の革新性に影響する要因の分析を行った。その結果、革新性の高い社会的企業は、革新性の高い一般的企業と共通点があるとともに、特有な要因があることが明らかとなった。このことは、社会的起業家および社会的企業のターゲティングを行いつつ、政策やサポート体制を構築すること(OECD 2013)が有効であることを示していると言える。

なお、社会的企業は社会的課題の解決を目的とした事業を行なうため、事業の非経済的効果を含む社会的インパクトを捉えた上で、革新性を評価する必要があると言える。この点については今後の研究課題とする。

表3.推計結果

		全変数				変数選択			
		変数		交差項ダミー (社会的企業)		変数		交差項ダミー (社会的企業)	
		係数	t 値	係数	t 値	係数	t 値	係数	t 値
社会経済属性	年齢	-0.007	-0.928	-0.014	-1.048	-0.011	-2.066 **		
	性別	0.167	0.893	0.001	0.004				
	教育	0.247	3.554 ***	-0.155	-1.068	0.213	3.618 ***		
	事業運営経験	0.117	0.419	0.290	0.641				
	組織形態	-0.009	-0.063	-0.183	-0.641				
起業家の起 業動機・選 好・事業戦 略	動機1 (外発的-内発的)	-0.197	-3.640 ***	0.027	0.252	-0.190	-4.205 ***		
	動機2 (経営者志向)	0.041	0.742	-0.065	-0.567				
	環境変化への適応	0.278	2.931 ***	0.047	0.231	0.293	3.572 ***		
	顧客開拓志向	0.208	3.113 ***	-0.269	-1.947 *	0.207	3.162 ***	-0.269	-2.049 **
	製品開発志向	0.304	4.289 ***	0.026	0.166	0.308	4.996 ***		
	リスク選好	0.141	1.852 *	-0.267	-1.784 *	0.136	1.833 *	-0.212	-1.490
	ニッチ戦略	-0.071	-1.020	0.298	2.020 **	-0.076	-1.120	0.240	1.773 *
	時間選好	-0.048	-0.728	0.048	0.369				
経営能力	決断力	0.283	1.946 *	-0.066	-0.226	0.249	2.095 **		
	リーダーシップ	-0.056	-0.295	0.319	0.893				
	行動力	0.312	2.306 **	0.164	0.598	0.347	3.151 ***		
	マネジメント能力	0.050	0.226	-0.149	-0.387				
	企画力	0.631	3.244 ***	0.358	1.017	0.756	4.866 ***		
	豊富な人脈	-0.041	-0.280	0.527	1.725 *	-0.057	-0.409	0.423	1.574
	環境適応力	0.026	0.174	0.351	1.117				
	PR能力	0.554	1.955 *	0.390	0.699	0.560	2.390 **		
	資金調達力	0.772	1.564	-0.487	-0.601	0.667	1.768 *		
	堅実さ	-0.043	-0.314	0.159	0.544				
	事業に関する経験・知識・技術	-0.062	-0.462	0.537	1.947 *	-0.050	-0.399	0.422	1.746 *
	経理・法務などの知識	-0.148	-0.520	-0.170	-0.291				
	その他	-0.546	-0.700	1.083	0.952				
内部労働市 場のマネジ メント	同業他社より高い賃金の提示	0.094	0.387	0.217	0.447				
	仕事の成果や能力に応じた賃金の提示	0.364	1.888 **	-0.304	-0.900	0.278	1.984 **		
	休暇を取得しやすい雰囲気づくり	0.210	0.967	-0.474	-1.177	0.258	1.282	-0.660	-1.958 *
	柔軟な労働時間の設定	-0.177	-0.943	-0.178	-0.495	-0.215	-1.417		
	法定外の福利厚生の充実	0.001	0.004	1.398	2.189 **	0.053	0.156	1.245	2.085 **
	在宅勤務制度の導入	-0.462	-0.493	3.333	2.173 **	-0.502	-0.544	3.205	2.106 **
	社内での意見交換の場の設定	-0.059	-0.294	0.188	0.526				
	仕事に関する権限移譲の促進	0.380	1.551	-0.264	-0.647	0.271	1.464		
	資格取得の支援	-0.073	-0.271	-0.043	-0.099				
	その他	0.499	0.567	-1.302	-0.822				
	とくにない	-0.040	-0.111	0.391	0.480				
外部ネット ワーク	同じ業種の事業経営者	-0.090	-0.691	-0.216	-0.804				
	異なる業種の事業経営者	0.544	3.441 ***	-1.259	-4.092 ***	0.534	3.438 ***	-1.207	-4.144 ***
	経営コンサルタント	-0.047	-0.183	0.403	0.857				
	税理士、会計士	0.094	0.694	0.121	0.444	0.168	1.527		
	商工会議所・商工会	-0.132	-0.665	0.169	0.434				
	公的な創業支援機関	0.885	1.110	-2.224	-1.959 *	0.892	1.122	-2.190	-1.986 **
	民間の創業支援機関	-1.410	-1.378	0.802	0.629	-0.986	-1.661 *		
	民間の金融機関	-0.096	-0.296	0.399	0.632				
	日本政策金融公庫	-0.008	-0.021	1.483	2.407 **	-0.050	-0.137	1.404	2.446 **
	友人・知人	0.151	1.123	0.340	1.278	0.173	1.320	0.373	1.470
	家族	0.096	0.634	-0.219	-0.704				
	その他	0.630	1.029	-1.922	-1.879 *	0.628	1.051	-1.737	-1.749 *
	なし	0.078	0.291	-0.741	-1.309	0.130	0.526	-0.719	-1.430
	社会的企業ダミー	0.924	0.876			0.680	1.756 *		
	I2	-1.111	-2.317			-1.260	-3.370		
	23	1.351	2.854			1.191	3.272		
	34	4.172	8.577			3.980	10.468		
	AIC	3189.517				3096.357			
	LR	346.681				325.840			
	PrCh2	0				0			
	サンプル数	1452				1452			

注：「*」、「**」、「***」は両側検定でそれぞれ10%、5%、1%で統計的に有意差があることを示す。

謝辞

〔二次分析〕に当たり、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターSSJ データアーカイブから〔「新規開業実態調査, 2013」(日本政策金融公庫総合研究所)〕の個票データの提供を受けました。記して感謝申し上げます。

参考文献

- Bacq, S., Hartog, C. and Hoogendoorn, B.(2013) “A quantitative comparison of social and commercial entrepreneurship: Toward a more nuanced understanding of social entrepreneurship organizations in context” *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(1):40-68.
- Christopoulos, D. and Vogl, S. (2015) “The motivation of social entrepreneurs: The roles, agendas and relations of altruistic economic actors” *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(1):1-30.
- Davis, J.H., Schoorman, F.D. and Donaldson, L. (1997) “Toward a stewardship theory of management” *Academy of Management Review*, 22(1):20-47.
- Defourny, J. and Nyssens, M.(2006) “Defining social enterprise” In: Nyssens, M(ed.) *Social Enterprise: At the cross roads of market, public policies and civil society*, pp.3-26.
- Estrin, S., Mickiewicz, T. & Stephan, U.(2016) “Human Capital in Social and Commercial Entrepreneurship” *Journal of Business Venturing*, 34:449-467
- Ferri, E. (2014) Social Entrepreneurship and Institutional Context: A Quantitative Analysis, *Doctoral Thesis (International Doctorate in Entrepreneurship and Management, Department of Business, University of Barcelona)*
- Folmer, E. and Nederveen, C. and Schutjens, V. (2018) “Network importance and use: commercial versus social enterprises” *Social Enterprise Journal*, 14(4):470-490.
- 松永佳甫(2012)「社会的企業の定量分析」『新しい公共と市民社会の定量分析』大阪大学出版会、pp.113-141.
- 三菱UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 (2015)『我が国における社会的企業の活動 規模に関する調査 報告書 (内閣府委託調査)』
- Munro, M.M. and Belanger, C. (2017) “Analyzing external environment factors affecting social enterprise development” *Social Enterprise Journal*, 13(1):38-52.
- 日本政策金融公庫総合研究所 (2014a) 「「ソーシャルビジネス・コミュニティビジネスに関するアンケート」の結果について」 (http://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/sme_findings140912.pdf)
- 日本政策金融公庫総合研究所 (2014b) 「ソーシャルビジネスの経営実態～「社会的問題と事業との関わりに関するアンケート」から～」 (http://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/sme_findings141118.pdf)
- Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011) “The big Idea: Creating shared value(How to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth)”, *Harvard Business Review*, 2011, Jan-Feb, pp.2-17.
- Ryzin, G.G.V., Grossman, S., DiPadova-Stocks, L. and Bergrud, E. (2009) “Portrait of the social entrepreneur: Statistical evidence from a US Panel” *Voluntas*, 20(2):129-140.
- OECD (2013) Policy Brief on Social Entrepreneurship: Entrepreneurial activities in Europe, OECD/European Union.
- Omoredede, A. (2014) “Exploration of motivational drivers towards social entrepreneurship” *Social Enterprise Journal*, 10(3):239-267.
- Sastre-Castillo, M.A., Peris-Ortiz, M. and Valle, I.D. (2015) "What is different about the profile of the social entrepreneur?" *Nonprofit Management & Leadership*, 25(4):349-369.
- Schumpeter, J.E.(1934) *Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Transaction Publishers.
- Stephan, U. and Drencheva, A. (2017) “The person in social entrepreneurship: A systematic review of research on the social entrepreneurial personality” In G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger, & T. Karcisky (Eds.), *The Wiley Handbook of Entrepreneurship*. Chichester: John Wiley.
- Stevens, R., Moray, N. and Bruneel, J. (2014) “The social and economic mission of social enterprises: Dimensions, measurement, validation, and relation” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5):1051-1082.
- Tan, W.L. and Yoo, S.J. (2015) “Social entrepreneurship intentions of nonprofit organizations” *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(1):103-125.
- Yangui, N. and Jarbou, A. (2013) “Social entrepreneurship and motivation to start up a business” *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 2(6): 525-545.