

社会的企業に対する融資における社会関係資本の作用

加藤善昌

要旨

本稿は、社会的企業に対する融資における社会関係資本の作用について考察したものである。社会的企業の事業において社会関係資本が重要であることは、既存研究で指摘されてきた。だが、それは融資においても同様である。本稿では、社会的企業と金融機関の関係性についていくつかの例をあげながら、地域コミュニティや SNS といった社会関係資本の醸造や形成に貢献する要素の影響を述べる。そして、研究や政策展開における今後の課題についても言及する。

キーワード：社会的企業, 社会関係資本, 金融機関, 地域コミュニティ, SNS

JEL コード：L31, G34, Z13

1. はじめに

「社会的企業 (Social Enterprises, あるいは Social Business)」をめぐる日本の環境は、21 世紀以降大きく変わった¹。1990 年代は「社会的企業」という言葉も日本ではほとんど浸透していなかったが、「コーポレート・ガバナンス」の変化とともに、2000 年代になり頻繁に取り上げられるようになった²。さらに、社会におけるトレンドのひとつとして人々の注目を浴びることも 2010 年代になって増えた。日本経済新聞社は「日経ソーシャルビジネスコンテスト」という企画を毎年開催しており、SDGs (持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals) をテーマとした事業案を毎年募集している。また、芸能人や文化人も社会的意義の高い事業に注目するようになり、社会的企業やその中心人物 (社会的起業家：Social Entrepreneurship) との関係を、Twitter や Facebook などの SNS で報告するようになった。

しかし、「社会的企業」をめぐる日本の環境に課題はある。まず、日本では「社会的企業」としての明確な定義はない。日本では、「社会的企業」は法律によって明確に法人として制定されていない。また、近年は全般的に ESG を重視しようとする傾向もあるが、社会問題の解決を事業の根幹的な目的とする「社会的企業」と、営利企業による CSR の追求との差

¹「社会的企業」の詳細については加藤 (2015) を参照。また筆者は、加藤 (2015) において社会的企業のステークホルダーとしての投資家の重要性を指摘しながらも、その後考察したことはなかった。本稿はこの点も背景としている。

²加護野他 (2009) を参照。

異はより一層みえにくくなってきている。また、より深刻な課題として、収益などの経済的側面の不安定性があげられる。事業を始めて、そのあとも継続して経営できている社会的企業はごくわずかである。

ところで、社会的企業では「マルチステークホルダー・ガバナンス」と呼ばれるガバナンスが強調されることが多い。これは、より多くのステークホルダーたちを社会的企業の事業に包摂すべきであるという見解を示す。そして、そのステークホルダーとしては特に、地域住民や消費者といったものがあげられることが多い。

しかし、社会的企業の経済面における第一のステークホルダーである投資家について触れた議論はほとんどない³。社会的企業の経済的な不安定性を考慮すると、社会的企業と金融機関との関係はより積極的に議論されるべきテーマであるだろう。

本稿では、社会的企業のステークホルダーとしての金融機関の可能性について考察する。その際、重要になってくるのは、社会的企業の周辺に存在する社会関係資本である。社会関係資本は社会的企業のための人的資本や物的資本の蓄積において、大きく影響を及ぼすものであることは、既存研究において指摘されてきた。しかし、人的資本や物的資本だけでなく、金融面における資本の蓄積においても重要な役割を担っていると考えられる。本稿では次の2章でその例をいくつか紹介し、3章ではまとめとして、今後の研究と政策上の課題について述べる。

2. 社会関係資本・社会的企業・融資

社会関係資本は一般的に、人々の間で形成される信用や規範として説明されることが多い⁴。もともとは経済学以外の分野において用いられてきた概念であり、著名な研究としては、コミュニティにおける人々の活動に注目した Putnam (1997) や、教育による人的資本の形成を分析した Coleman (1990) 、また、人々の間のネットワークやその強さに注目した Granovetter (2006) があげられることが多い。さらに、経済学では 2000 年代前後から用いられるようになり、分析手法の発展ともあわせて頻繁に研究されている分析対象のひとつである⁵。

さて、社会的企業 (Social Enterprises) についてイタリアの研究では、社会関係資本と関連付けて説明されることが多い。例えば Borzaga, et al. (2000) では、社会的企業における

³例えば、SRI (社会的責任投資 : Social Responsible Investment) の議論は、社会的企業 (Social Enterprises) と分けて議論されることが多い。

⁴これらの包括的なサーベイとしては山村 (2004) を参照。

⁵例えば、蓄積の過程を分析したうえで地域の犯罪率との関係を述べた Glaeser, et al. (2000) や、教育による非認知能力の形成における補助的作用について分析した Algan, et al. (2013) があげられる。また、計量手法上の問題点を指摘した著名な研究としては Durlauf (2002) や Durlauf and Brock (2007) があげられる。さらに、Putnam を参考にしながらイタリアを対象とした研究として、人々の主観的健康と社会関係資本の関係を実証分析した Fiorillo and Sabatini (2015) があげられる。

物的・人的資本の形成や収集に対して、地域コミュニティの社会関係資本が重要な役割を果たすと述べられている。また、地域社会における社会関係資本の醸造に対しても社会的企業は大きな役割を果たすとされている。つまり、社会的企業と社会関係資本の間には同時決定的な関係があると考えられる。

他方、社会的企業についての課題のひとつとして、先述のように融資の不安定性があげられる。特に日本では生産性において営利企業よりも低く、さらに、狭義の非営利組織ほど法人として補助金や減税制度が確定していない社会的企業は、財政面において脆弱な立場にある。イタリアでは社会的企業について「社会的協同組合」として法で制定され、さらに財政面における支援策も豊富であるが、日本ではそのような制度はまだ制定されていないのが現状である⁶。

しかし、社会的企業を金融的な面から補助する、あるいは、零細的な事業に対する金融機関として社会的企業を発展させる方法としても、社会関係資本の活用と醸造があげられる。その例として、NPOバンクやコミュニティ財団があげられる⁷。NPOバンクとは、NPO法人やソーシャル・ビジネスに対する融資を行う金融機関であり、2017年の時点で全国に15団体ほど存在している。木村（2017）ではNPO法人やソーシャル・ビジネスに対する貸倒れ率を抑制させる方法として、モニタリングが有効であることが述べられている。さらに、地域を対象としたコミュニティ・ビジネスほど、これらは円滑に行うことができる。つまり、NPOバンクと融資先、そして、ステークホルダー間の社会関係資本が、融資を確かなものにするために重要な役割を果たすのである。例えば、10年間で貸し倒れが存在しない愛知県のNPOバンク momo といわれる金融機関では、現地調査やヒアリングを積極的に行い、通常の金融機関以上に融資先と信用関係を形成しようとしている。

次に、コミュニティ財団である。これは、地域を対象としたコミュニティ・ビジネスに対する融資を行う金融機関である。米国では20世紀初頭から存在していたが、日本で設立されたのは1991年の大阪コミュニティ財団が最初である。その後、2008年の公益法人制度の改定により2009年に京都創造地域基金が創立され、現在では全国において数多くのコミュニティ財団が設立されている。そして、コミュニティ財団の強みは、地域の金融機関や中間支援団体と連携を組み合わせながら融資を行うことができる点である。例えば、愛知県のあいちコミュニティ財団では、中部地方の都市銀行だけでなく先述のNPOバンク momo と連携しながら地元のNPO法人やソーシャル・ビジネスに対して融資を行っている。

最後に、SNSを通じた社会的企業への融資、あるいは、社会的企業による融資である。SNSを用いたソーシャル・ビジネスへの融資、もしくは、金融業のソーシャル・ビジネスとして、クラウド・ファンディングがあげられる⁸。日本では、クラウド・ファンディング

⁶イタリアにおける社会的企業に対する金融的支援の状況については Ventri and Rago (2018) を参照。

⁷これらの詳細については木村（2017）を参照。

⁸クラウド・ファンディングの詳細については Mollik (2014) を参照。

を通じた融資額は 2014 年から 2018 年にかけて、197 億円から 2045 億円と約 10 倍に至るまで大きくなった。さらに、昔はオール・オア・ナッシングのみだった融資形態も徐々に増え、近年では非常に多くのプロジェクトが寄付を募っている。

ただし、クラウド・ファンディングが成功するかどうかは SNS の使い方に依存する面が大きく、さらにその使い方にも考慮が必要である。例えば、Twitter は拡散力では最も大きいですが、確実な融資のための広告としては Facebook の方が効果的である。だが、SNS での宣伝は情報戦略次第では逆に融資を失敗させるリスクも高める。そのため、例えば大阪の株式会社 NFL という企業の本業はタキシードの製作であるが、近年は大阪を対象としたプロジェクトのためのクラウド・ファンディングも行っている。そして、SNS 対策のために一つの部署をたちあげている⁹。また、地域住民による融資を確実なものにするため、地域イベントへの参加や融資先のモニタリングも積極的に行っている¹⁰。このように、クラウド・ファンディングを活用させるためには、SNS の扱いとその他の社会関係資本に配慮する必要がある。

3. むすび

社会的企業に対する社会の潮流は約 20 年で大きく変わり、現在も変わりつつある。本稿では部分的であるものの、社会的企業に対する融資とその際における社会関係資本の作用について、いくつかの例とともに考察してみた。今後の展望としては、以下の点が重要であると思われる。

まず、研究面ではデータの収集が第一の課題である。社会的企業を対象としたデータは、日本では依然として多くない。さらに、社会的企業の財務状況や金融機関との関係、また、地域住民などのステークホルダーとの関係性についてはほとんどデータが収集されていない。経営者や労働者といった企業内部のステークホルダーだけでなく、企業外部のステークホルダーを対象とした分析が今後重要であるだろう。

次に、政策上の課題である。まず、法人形態としての制定である。「社会的企業」はいまだに、非営利組織と営利企業の間体として抽象的な存在のままである。「社会的企業」の制度整備として、まずは、日本の社会経済や市場に適した法人形態の制定が第一に必要である。次に、地域コミュニティの金融機関や地方自治体との連携である。既存の金融機関によるクラウド・ファンディングへの信用性は、現時点では決して高くない¹¹。そのため、地域経済の活性化と関連して近年取り上げられることの多いふるさと納税との連携も含め、今

⁹株式会社 NFL の HP も参照。

¹⁰SNS は広い範囲におけるネットワークは形成しやすいが、地域の社会関係資本の醸造を阻害することもある（例えば Sarracino and Sabatini (2015) や Geraci, et al. (2018) など。）

¹¹家森他 (2017) を参照。

一度考慮する必要がある¹²。さらに、NFLのように、インターネット上の個人情報の扱いも社会的企業にとってきわめて重要な課題である。

4. 参考文献

- Algan, Y., Cahuc, P. and Shleifer, A. (2013) “Teaching Practices and Social Capital”, *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 5, No. 3, pp. 189-210.
- Borzaga, C., Depedri, S. and Tortia, E. (2009) “The Role of Cooperative and Social Enterprises: A Multifaceted Approach for an Economic Pluralism”, *Euricse Working Paper*, No. 000/09.
- Coleman, J. (1988) “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology*, Vol. 94, Supplement, pp. 95-120.
- Durlauf, S. (2002), "On the Empirics of Social Capital", *Economic Journal*, Vol. 112, No. 483, pp. 459-479.
- Durlauf, S. and Brock, W. (2007), "Identification of Binary Choice Models with Social Interactions", *Journal of Econometrics*, Vol. 140, No. 1, pp. 52-75.
- Fiorillo, D. and Sabatini, F. (2015) “Structural Social Capital and Health in Italy”, *Economics and Human Biology*, Vol.17, No. C, pp. 129-142.
- Geraci, A., Nardotto, M. and Reggiani, T., Sabatini, F. (2018) “Broadband Internet and Social Capital”, *IZA Discussion Paper*, No. 11855.
- Glaeser, E. L., Laibson, D. and Sacerdote, B. (2002) “An Economic Approach to Social Capital”, *Economic Journal*, Vol. 112, No. 483, pp. F437-F458.
- Granovetter, M. (1985) “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, Issue 3, pp. 481-510.
- Mollik, E. (2014) “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, pp. 1-16.
- Putnam, R. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, A Touchstone Book: New York. (柴内康文訳 (2006) 『孤独なボウリング - 米国コミュニティの崩壊と再生』, 柏書房.)
- Sarracino, F. and Sabatini, F. (2015) “Keeping Up with the E-Joneses: Do Online Social Networks Raise Social Comparisons?”, *MPRA Paper*, No. 65874.
- Venturi, P and Rago, S. (2018) “Financial Tools for Social Enterprises”, *AICCON Working Paper*.

¹²例えば保田 (2018) では、ふるさと納税が地域のコミュニティ・ビジネスに対して大きな影響を及ぼすことが述べられている。よって、ふるさと納税も社会的企業と地域経済の連携において重要な役割を持つと考えてよいだろう

株式会社 NFL ホームページ, <http://nfl.co.jp/>, 2019年6月10日午後4時49分閲覧.

加護野忠男, 砂川伸幸, 吉村典久 (2010) 『コーポレート・ガバナンスの経営学：会社統治の新しいパラダイム』, 有斐閣.

加藤善昌 (2015) 「『社会的企業』のステークホルダー」, 『六甲台論集』, 第60巻, pp. 15-27.

木村真樹 (2017) 『はじめよう、お金の地産地消 - 地域の課題を「お金と人のエコシステム」で解決する - 』, 英治出版.

保田隆明 (2017) 「ふるさと納税による地方の事業者育成支援効果」, 『国民経済雑誌』, 第216巻, 第6号, pp. 59-70.

山村英司 (2004) 「新しい地域開発学に向けて - 共同体的慣習と経済的効率性 - 」, 『経済学論集』, 第39巻, 第1号, pp. 299-366.

家森信善, 小川光, 津布久将 (2017) 「地方自治体職員から見た地方創世の現状と課題 - 産業振興行政担当者に対する意識調査の概要 - 」, 『経済経営研究年報』, 第66号, pp. 67-158.

付記

研究について助言をいただいている鈴木純准教授、永合位行教授（いずれも神戸大学）に感謝する。もちろん、本稿における誤謬はすべて筆者に帰す。

また、本研究は JSPS 科研費（課題番号 H1702505）の助成を受けたものである。

※英語タイトルは「Effects of Social Capital at Financial Support for Social Enterprises」
でお願いします。