

ソーシャル、エコロジカル、サステナブル・アントレプレナーシップ の概念整理 —地域再生可能エネルギー事業を想定して

政策研究科博士課程 手嶋 進

要旨

地域コミュニティが、主導もしくは便益を享受するような小規模分散型の再生可能エネルギー事業（地域再エネ事業）は、気候変動対策だけでなく地域経済にも寄与すると考えられる。そのような事業の創出と普及には、アントレプレナーシップが持つ成長、イノベーション、機会獲得などの特徴的要素の発揮が期待される。そこに求められるアントレプレナーシップは、利潤追求だけでなく社会・環境への貢献をも目的とした概念である。本稿では、再エネ関連事業の事例研究に用いられてきた「ソーシャル・アントレプレナーシップ」、「エコロジカル・アントレプレナーシップ（エコプレナーシップ）」、「サステナブル・アントレプレナーシップ」の概念を整理する。さらに、これらの概念の地域再エネ事業への適用を、価値創造・アントレプレナー・アントレプレナーシップ組織・市場指向性・イノベーションの側面から考察する。

Key Word：再生可能エネルギー事業／ソーシャル・アントレプレナーシップ／サステナブル・アントレプレナーシップ／エコプレプレナーシップ

1. はじめに

本稿の目的は、地域コミュニティが所有または運営する再生可能エネルギー（以下、再エネ）事業を分析する際に用いることができるアントレプレナーシップの概念を整理することである。地域における再エネ事業は、それに関わる人たちに様々な便益をもたらす。Walker (2008) は、事業に関わる人たちにとってのインセンティブとして、地域収入の拡大、事業の地域による受容や承認獲得の容易性、規模やロケーションなど地域に適した事業計画の実現、安定価格でのエネルギー供給、環境や倫理へのコミットメント、小規模な単位で需給を合わせることによる送電線などの系統設備への負荷低減を掲げている。

しかし、様々な便益がある再エネ利用も利潤追求のみを目的とした事業として行われると、自然環境や地域経済への配慮を欠いたやり方や過大な規模で実施される可能性がある¹。その結果、山林の大規模伐採などによる自然破壊や、地域事業者が関与できずに大企業のみへ富の集中が起こり得る。固定価格買取制度（FIT）が開始された2012年度から2020年度までに、日本における再エネの一次エネルギー供給量（水力を除く）は約2.6倍、発電量は3.9倍に増加した²。2021年4月時点で日本を含む125カ国がカーボンニュートラルに

- 1 太陽光発電や風力発電では、規模の小さい設備は規模の大きい設備よりも出力単位あたりの投資額が大きくなる傾向があるため、事業者は利潤追求のために設備規模を大きくしがちである。設備規模別のコスト詳細は、経済産業省第73回調達価格等算定委員会資料1（太陽光発電について）、資料2（風力発電について）にある。経済産業省ウェブサイト, <https://www.meti.go.jp/shingikai/santeii/073.html> (2022年4月18日閲覧)。
- 2 経済産業省資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」の時系列表（令和4年4月15日公表）によると、一次エネルギー国内供給量のうち「再生可能（水力除く）」は2012年度455 PJ、2020年度1,196 PJである。また、発電量のうち「太陽光」・「風力」・「地熱」・「バイオマス」の合計は2012年度309億kWh、2020年度1,199億kWhである。https://www.enecho.meti.go.jp/statistics/total_energy/index.html (2022年4月18日閲覧)。

コミットしており（経済産業省, 2021: 35）、世界的潮流となった脱炭素の動きが再エネ導入をさらに加速させると予想される。持続可能な再エネ利用を進めるためには、利潤だけでなく環境価値や地域社会への価値を創出する事業を追求することが求められる。利潤追求以外の使命を持ったアントレプレナーシップ研究は、地域に資する再エネ事業の普及に役立つと考えられる。

そこで本稿では、地域における再エネ事業の事例分析の視座として、どのようなアントレプレナーシップの概念が有効かを考察する。次章で、本稿で扱う利潤追求以外の目的を持つアントレプレナーシップを示し、地球環境の改善や地域コミュニティの便益を目的とする地域再エネ事業を定義する。第3章では、それぞれのアントレプレナーシップ研究の背景や概要を説明する。第4章では各アントレプレナーシップ概念を5つの下位概念に分けて比較し、地域再エネ事業の分析枠組みとしてどのアントレプレナーシップが適しているかを考察し、第5章で結論を述べる。

2. 地域再エネ事業とアントレプレナーシップ

本稿で扱う概念を明確にするために、まず再エネとアントレプレナーシップを関連づけた先行研究をあげて、利潤追求以外の使命を持ち合わせたアントレプレナーシップを提示し、次に地域再エネ事業を定義する。

2-1. 再エネ事業とアントレプレナーシップ論

日本のエネルギーは、化石燃料やウラン燃料を使用する大規模集中型エネルギーシステムによって供給されることが前提とされてきた。一方で、再エネは薄く広く分散して賦存する。したがって、再エネによるエネルギー供給を普及させるには、既存のエネルギー利用の考え方や制度・ルールを変更するような活動が必要となる。さらに、次節で説明する地域コミュニティに根ざした再エネ創出事業は小規模となる傾向にあり、資金・人材・技術などの自己のリソースが不十分な環境下での挑戦が求められる。このような事業では、事業環境やリソースの制約があるなかで、機会を追

求するというアントレプレナーシップの特性が活かされる。

再エネに関連する事例を、アントレプレナーシップの視点から分析した研究は3つある。1つ目は「ソーシャル・アントレプレナーシップ」の概念を用いた研究である。van der Horst (2008) は英国の再エネ事業におけるソーシャル・エンタープライズの役割について論じ、宮永 (2017) は地域分散型・地域主導型エネルギーシステムを特に組織主体について社会的企業（ソーシャル・エンタープライズ）の視座から考察している。Becker, Kunze and Vancea (2017) は、ソーシャル・アントレプレナーシップが持つ目的、組織と所有、地域密着性の視点で、再エネによるコミュニティ・エネルギー事例を分析している。谷本・大室・太平・土肥・古村 (2013) は、ソーシャル・イノベーションの創出と普及の研究において、風力発電事例をソーシャル・アントレプレナーシップとして詳しく考察している。

2つ目は、自然環境の改善や悪化防止を目的とするアントレプレナーシップの分野である。研究者によって「エコプレナーシップ」、「エコ・アントレプレナーシップ」、「グリーン・アントレプレナーシップ」、「環境（environment）アントレプレナーシップ」などの用語を使用する（Schaper, 2010）。「エコプレナーシップ」はエコロジカルとアントレプレナーシップの合成語で、環境の視点からのアントレプレナーシップを意味している（Schaltegger, 2010）。Gregori, Holtzmann and Wdowiak (2021) は、オーストリアの環境アントレプレナーにインタビューをして、そのアイデンティティや活動の意義をどう捉えているかを分析している。インタビュー対象となった26人のアントレプレナーのうち、4人が太陽光発電などエネルギーに関する事業者である。York, O'Neil and Sarasvathy (2016) は、環境アントレプレナーシップの事例として、再エネ関連事業を営む25社を対象にした定性分析により、アントレプレナーのアイデンティティやステークホルダーを検討している。Walley, Taylor and Greig (2010) は、グリーン・アントレプレナーの分類を検証するために再エネ関連の事例を使用している。以下、この分野のアントレプレナーシップを代表して「エコプレ

ナーシップ」の概念を用いる。

3つ目は、持続可能な開発とアントレプレナーシップの概念が重なる分野にある「サステナブル・アントレプレナーシップ」である。Hockers and Wüstenhagen (2010) は、スタートアップ企業と既存の企業の取り組みをサステナブル・アントレプレナーシップの視点から比較研究しており、その先行研究レビューのなかで掲げた14編の論文うち4編が再エネ関連の事例を扱っていると指摘している。Belz and Binder (2017) は、サステナブル・アントレプレナーシップにおける機会の獲得や利用のプロセスを明らかにするために、ドイツのバイオガス事業を含む事例を検討している。Shadabi and Herbes (2017) は、ドイツ企業で働く従業員が作ったエネルギー協同組合 (employee energy cooperatives) による太陽光発電事業への影響について考察している。

再エネ関連の事例研究に用いられている「ソーシャル・アントレプレナーシップ」、「エコプレナーシップ」、「サステナブル・アントレプレナーシップ」(これらを総称して「3種類のアントレプレナーシップ」と呼ぶ)は、いずれも経済的利潤以外の目的を持つ点で共通の特徴を有している。しかし、これらの背景や概念は異なる。学術研究では異なる領域として扱われ、いずれか1つの概念のみで論じられることが多い。

しかし、複数のアントレプレナーシップを比較した論文もある。Thompson, Kiefer and York (2011) は、3種類のアントレプレナーシップ概念をそれぞれ並列的に比較して論じた。この研究では、アントレプレナーシップを知覚 (alertness)、モチベーション (motivation)、機会の利用形態 (modes of opportunity exploitation) の3つの切り口で論じて、3種類のアントレプレナーシップを対立した疑念ではなく共通した大きな枠組みとして捉える。これまであまり論じられなかった3種類のアントレプレナーシップ比較を行い、それらの共通点に光を当てたことにこの研究の貢献がある。しかし、概念の相違点については、ある特定の事例に用いることを想定した場合、十分に説明されているとは言えない。Schaltegger and Wagner (2011) では、3種類のアントレプレナーシップに加えて、サステナビリティ開発に関わる

市場参加者を細分化し、それぞれの相対的位置を効果の範囲 (ニッチ市場か大きな市場シェアを有するか) と環境・社会課題解決目標の重要度の二軸で表現している。Schaltegger and Wagner (2011) の整理は、二次元で表現することで概念の位置付けに一覧性を与えた点では有益だが、各概念は単純化され、それぞれの境界線が曖昧になっている。

2-2. 地域再エネ事業

再エネによる電気や熱を創出する事業は、利潤追求を優先していたとすると、大規模な設備投資が必要となる。太陽光発電所建設のために山林を開拓したり、木質バイオマス発電のために遠く離れた域外から強引に燃料を買い集めたとすると、新たな環境負荷をかけることになる。さらに、地域固有の再エネ資源を利用しながら、その地域に便益がもたらされない事業は地域社会に受容されない。しかし、自然への負荷や地域貢献に配慮した形で、再エネ創出事業が各地域に分散して普及したとすれば、地球温暖化対策だけでなく、地域収入の向上や災害時のエネルギー供給にも貢献する。世界風力エネルギー協会 (WWEA, 2011) は、①地域のステークホルダーが事業プロジェクトの過半数または全てを所有する、②地域のステークホルダーによるコミュニティ組織がプロジェクトの意思決定を握る、③社会的、経済的便益が地域コミュニティに還元されるという要件のうち、少なくとも2つを満たすものを「コミュニティパワー」と呼んでいる。

Walker and Devine-Wright (2008) によると、コミュニティでの再エネプロジェクトは、便益が地域にもたらされるだけでなく、事業プロセスへの関与が地域の再エネ理解を助けると指摘する。事業にはステークホルダーとの良好な関係性が必要である。エネルギー施設の建設には地域住民の理解が必要であるし、バイオマスを利用する場合は燃料調達や副産物の処理で地元の事業者等でサプライチェーンを構築しなければならない。また、再エネ設備は初期投資が大きいと、市民ファンドなど多くの人から資金を集めることも多く、その場合は出資者からの信用が重要となる。このような、「地域コミュニティが主導もしくは便益

を享受するような小規模分散型の再生可能エネルギーを創出する事業」の意味で「地域再エネ事業」を使用する。

Thompson, Kiefer and York (2011) や Schaltegger and Wagner (2011) では、地域再エネ事業のような特定の事業を想定した説明にはなっておらず、事例分析に適用しづらい。そこで、地域再エネ事業を分析する場合に、どのアントレプレナーシップの視点を適用すべきかを明らかにするため、次章以降で3種類のアントレプレナーシップの背景と概要、地域再エネ事業との適合度を考察する。なお、本稿では、「アントレプレナーシップ」を事業遂行のプロセスや行為を示すのに対し、特定の使命を持ってアントレプレナーシップを主導する個人を「アントレプレナー」、事業を営む企業や集団を「エンタープライズ」と呼ぶことにする³。

3. 3種類のアントレプレナーシップ

以下では3種類のアントレプレナーシップの概念が生まれた背景や特徴を述べる。

3-1. ソーシャル・アントレプレナーシップ

3種類のアントレプレナーシップのなかでは、一般の雑誌や新聞の記事などにおいて、ソーシャル・アントレプレナーシップが最も使用されている用語である⁴。ソーシャル・アントレプレナーシップは、地域によって異なった概念として発展してきた。ここでは今日のソーシャル・アントレプレナーシップ研究に大きな影響を与えている米

国、欧州、英国における背景と特徴を述べた後に日本での状況について記す。

3-1-1. 米国におけるソーシャル・アントレプレナーシップ

米国で「ソーシャル・アントレプレナーシップ」の概念が生まれたのは1980年代であり、この用語がよく使用されるようになるのは1990年代初頭である (Dees and Battle Anderson, 2006)。Dees and Battle Anderson (2006) は、ソーシャル・アントレプレナーシップ研究には視点や力点の置き方が異なる大きな2つの流れがあり、それぞれを「ソーシャル・エンタープライズ学派 (the “Social Enterprise” School)」と「ソーシャル・イノベーション学派 (the “Social Innovation” School)」と呼んでいる。しかし、前者について、Dees and Battle Anderson (2006) はもっと広い意味を持つ用語として使うことが望ましいと論文の脚注で記している。本稿では、Defourny and Nyssens (2012) にならい、前者を「稼得所得学派 (The Earned Income School of Thought)」と呼ぶことにする⁵。

稼得所得学派は、主に非営利組織が社会的事業を行うために収入を得ることを想定している (Dees and Battle Anderson, 2006)。1980年代の米国では、レーガン政権の誕生以降、連邦政府の規模縮小や公共サービスの民間部門への外部化を進めるに伴い、非営利組織への公的支援が縮小されていった (塚本, 2008)。当時、非営利組織に特化したコンサルティング企業New Venturesを経営していたSkloot (1983) は、非営利組織は生き残りのために財政の安定化と収入源の多様化を図

3 「エンタープライズ (enterprise)」には任務やプロジェクト (“an undertaking, task, or project”) に加えて商業的・産業的の事業や企業・会社 (“a commercial or industrial undertaking; a firm, a company, a business”) という意味がある (Oxford English Dictionary, 3rd ed., Online version)。Peredo and McLean (2006) のように「ソーシャル・エンタープライズ」を「ソーシャル・アントレプレナーシップ」と同様に行為について使う研究者もいる。

4 Google Trends (<https://trends.google.co.jp/trends/>) で2004年1月から2022年3月までの世界での検索数をみると、“social entrepreneurship” は “ecopreneurship”、“environment entrepreneurship”、“sustainable entrepreneurship” よりも10倍以上検索されている。

5 本稿では「ソーシャル・エンタープライズ」を、どの学派の考えかによらず、ソーシャル・アントレプレナーシップの事業を営む集団や企業のことを意味する用語として使用する。「稼得所得」の訳は米澤 (2017: 113) に従った。また、“Social Innovation School” は「社会イノベーション学派」(米澤, 2017: 113) や「ソーシャル・イノベーション・スクール」(塚本, 2008: 26) など定訳がないため「ソーシャル・イノベーション学派」とする。

らなければならないと唱え、従来の主活動とは異なるが組織のリソースを生かした所得をどのようにすれば得られるかを助言した。その一方で、営利企業による社会サービス分野への進出が行われ、やがて非営利組織を支援する活動に傾注していく経営者も現れた。この学派は、当初、非営利組織に重きをおいていたが、単なる利潤追求だけを目的としない営利企業によるアプローチも徐々に拡大した。その結果、稼得所得によって社会的課題に対応していく動きが非営利組織以外にも拡大した (Dees and Battle Anderson, 2006)。これにともない、社会活動支援団体によるソーシャル・エンタープライズの定義においても、当初はその対象を非営利組織に限定していたが、徐々にその限定は無くなっていった⁶。

ソーシャル・イノベーション学派は、イノベーションによって価値創造を行うシュムペーターが唱えるアントレプレナーの考え方に基づく。ソーシャル・アントレプレナーは社会的価値の創造パターンを改革し、あるいは革新的に変更して、社会にとってより高い効用を生む領域に資源を配置する個人である (Dees and Battle Anderson, 2006)。この学派のソーシャル・アントレプレナーシップにとっては所得よりも結果がより重要であり、社会全体に与える影響が強調される (Defourny and Nyssens, 2012)。Dees (1998) はソーシャル・アントレプレナーの理想型としての定義を「私的価値だけでなく社会的価値を創出し、維持する使命を受け入れ、その使命を遂行するために新しい機会を認識し、執拗に追い求め、イノベーション、受容、学習を継続するプロセスに取り組み、今あるリソースに制約されることなく大胆に行動し、成果と支援者に対する説明責任を積極的に示すことによって社会セクターにおいて変革エージェントの役割を担う」人だと述べる。

3-1-2. 欧州におけるソーシャル・アントレプレナーシップ

欧州においてソーシャル・エンタープライズ概念が最初にもたらされたのは1980年代後半のイタリアにおける協同組合に似た取り組みだと考えられ、1991年には経済活動も可能とする「社会協同組合」という新たな法的枠組みが作られた (Defourny and Nyssens, 2012: 9)。そこでは、必ずしも「ソーシャル・エンタープライズ」という名称が用いられたわけではないが、他の欧州諸国もこの動きに触発され、増加傾向にあった営利を目的としない組織に新しい法的位置づけを与えるようになった (Defourny and Nyssens, 2012: 9)。1990年代半ばには労働者を包摂する公的プログラムが多く導入されたのにもない、労働市場から排除された人々が仕事に就いて社会に受け入れられることを目的にする労働統合型ソーシャル・エンタープライズ (Work Integration Social Enterprises: WISE) が増加した。その結果、ソーシャル・エンタープライズといえば雇用創出を連想するようにまでなった (Defourny and Nyssens, 2012: 10)。

その背景として、1970年代末からの経済成長の鈍化と失業の増大があげられる。失業者や退職者に手厚い補助金を給付してきた国では、公共支出が増大して財政赤字に陥り、雇用助成金の見直しや社会サービスを制限することで対処した (Borzaga and Defourny, 2001: 352)。経済成長の鈍化が長期にわたると、国は社会政策権限の地方自治体への移譲、料金制の導入、サービスの民営化などによる福祉制度改革に着手した。それにもなって、民間事業者が提供する社会サービスへの需要が拡大していった (Borzaga and Defourny, 2001: 353)。

1996年からの4年間に当時のEU全15カ国か

6 例えば、社会的活動を支援する全国組織であるSocial Enterprise Alliance (1998年設立) によるソーシャル・エンタープライズの定義は、1990年代には「慈善的使命を支えるために収入をもたらすことを目的とする非営利組織によるあらゆる稼得所得事業や戦略」と明確に非営利組織に限定されていた (Kerlin, 2006; Defourny and Nyssens, 2012: 7) が、やがて広範囲な定義へと変化していく。2016年の定義では、「非営利または政府のプログラムの社会的使命と、事業の市場主導型アプローチを組み合わせた組織はたはイニシアチブ」 (Social Enterprise Alliance, 2016) と、政府のプログラムが加わり、2021年には「市場主導型アプローチを通じて基本的な満たされていないニーズに対応するか社会や環境の問題を解決する組織」 (Social Enterprise Alliance, 2021) とされ、もはや非営利組織に制限していない定義となっている。

ら研究者が集まったEMES European Research Networkでは、欧州各国のソーシャル・エンタープライズ概念と状況が整理された(Defourny and Nyssens, 2006)。EMESによるソーシャル・エンタープライズの定義は、「資本投資家の重要な利潤が制限される条件下において、市民グループが主導するコミュニティへの便益提供を明確な目的とする組織」であり、その自主性と進行中の社会経済的活動において、経済的リスクをとることを重視する(Defourny and Nyssens, 2006)。EMESは、国によって状況は多様であるものの、ソーシャル・エンタープライズとして各国で共通に認識される基準として経済的・アントレプレナー的側面から「継続的な財の生産・サービスの供給活動」、「高度の自律性」、「相当レベルの経済的リスク」、「最小限の有給労働者」の4つをあげている。さらに、社会的側面からも「コミュニティに効用をもたらす明示的な目的」、「市民グループが設立した活動」、「資本所有に基づかない意思決定権」、「活動により影響を受ける人々による参加」、「制限された利潤分配」の5つをあげている(Defourny, 2001: 16-18)。これらの基準は、研究者が、ソーシャル・エンタープライズの大枠の中で、特定の組織がどの位置付けとなるかを示すのに役立つ道具のような「理念型」であり、規範的基準を構成するものではない(Defourny and Nyssens, 2006)。

3-1-3. 英国におけるソーシャル・アントレプレナーシップ

英国政府によるソーシャル・エンタープライズの定義は、ブレア政権下の2002年に貿易産業省が発行した*Social Enterprise: A strategy for success*にある「主として社会的目的を持ち、剰余金は原則として所有者や株主による利潤最大化の欲求のためではなく、事業またはコミュニティの社会的目的のために再投資される事業」である

(Department of Trade and Industry, 2002: 13)。第二次世界大戦後に社会進展のシンボルとして見られてきた福祉国家は、1997年ごろになると、柔軟性を欠き、動きが遅く、官僚的、非人間的で人々を無力化させるという非難を浴びるようになり、イノベーションとアントレプレナーシップによる新しい福祉の形態が必要とされるようになった(Leadbeater, 1997: 9)。1997年に大勝した新しい労働党(New Labour)が掲げる地域活性化や労働者の雇用改善などの優先度が高い政策に貢献するため、政府はソーシャル・エンタープライズを政策の手段として支援するようになった(Teasdale, 2010: 9-10)。ソーシャル・エンタープライズが正式に定義されるまでの数年間は、協同組合、コミュニティ・エンタープライズ(コミュニティのために富を創出し、利潤は個人ではなくコミュニティのために再投資される事業体)、ソーシャル・ビジネス(社会または環境目的のために市場ベースの事業を主目的として行い、利潤分配制限や資産譲渡の制限はない事業体)など異なる立場の人々たちによるロビーイングが盛んに行われた。その結果として、ソーシャル・エンタープライズの対象が広範囲となった(Teasdale, 2010: 11-12)⁷。

*A Guide to Legal Forms for Social Enterprise*によると、ソーシャル・エンタープライズに定まった法的形態はなく、単純なレベルとしては利潤の大半を大義あることに寄付する個人事業主もありうるとされ、有限責任会社、コミュニティ利益会社(Community Interest Company: CIC)、産業・共済組合法上の協同組合(Industrial and Provident Societyのうちco-operative)の形態をとることが多いと述べている。さらに、アソシエーション(ボランティア集団やスポーツクラブ等の利潤獲得以外の目的で合意した人々の集団)や信託などの法人登記をしない形態もありうるとされている(Department for Business, Innovation and Skills,

7 ソーシャル・エンタープライズ概念は政策に伴って拡大していった。当初国によるソーシャル・エンタープライズ支援は協同組合の活動の影響を受け、そこにコミュニティ・エンタープライズが合流し、国家統制的な社会民主主義でも新自由主義でもない「第3の道(the third way)」の政策に近づき、次にソーシャル・ビジネスが加わり、さらに稼得所得の考えとボランティア組織が取り入れられて公共サービス提供の方策とされるようになった(Teasdale, 2010: 15)。

2011)。

3-1-4. 日本におけるソーシャル・アントレプレナーシップ

日本では、雑誌や新聞等においては、「ソーシャル・アントレプレナーシップ」や「ソーシャル・エンタープライズ」よりも、「社会的企業」や「ソーシャルビジネス」という用語のほうが多く使われる。「社会的企業」という用語はCiNiiの雑誌検索や新聞記事検索を行っても2004年まではほとんど使用が確認されず、2009年ごろにかけて多く使用されるようになってきた(米澤, 2017: 143-145)。しかし、社会的企業という用語が使用されなくても、1970年代にはワーカーズ・コレクティブや労働者協同組合、市民事業と呼ばれるような「社会的使命を有し、実質的に利益を配分しない、あるいは、民主的参加を旨とする事業組織」が存在した(藤井, 2013: 20-21)。塚本・土屋(2008)は、この2000年以降の社会的企業の台頭の背景として、1998年に制度化されたNPO法人が社会的な起業の受け皿になったこと、世界的な潮流となってきたNPOの商業化、地方分権化と民営化の進行にともなう地域行政からのニーズの増加、協同組合における自らの認識の変化、CSR(企業の社会的責任)への関心の高まりがあると指摘している。

日本におけるソーシャル・エンタープライズ研究には、大きく米国と欧州の2つの潮流がある。藤井(2013)は、米国のビジネススクールの影響を受け、幅広い事業を対象にしつつ、営利企業形態の社会的企業を重要視している議論を「企業サイド・アプローチ」と名付けた(p.39)。このアプローチの特徴として、ソーシャル・アントレプレナーとソーシャル・イノベーションに焦点が置かれており、米国のソーシャル・イノベーション学派の影響を受けていると指摘している。その代表的研究者である谷本(2002)はソーシャル・エンタープライズの特徴として①社会性(社会的課題への取り組みを行なっている)、②事業性(多様なニーズに対応した事業として取り組まれている)、③革新性(社会サービス提供の仕組みが新しく、影響力あるソーシャル・イノベーションを生み出す)の3つを掲げている。一方、1990年代

後半以降に、欧州のEMESや英国のアプローチを中心とした研究が、主に協同組合や社会政策の研究者によって日本に紹介されてきた(藤井, 2013: 41)。藤井・原田・大高(2013)や米澤(2017)は、非営利組織や協同組合などのサードセクターにおける社会的排除問題の解決、とりわけ労働統合型社会的企業(WISE)による活動について研究している。

3-2. エコプレナーシップ

1970年代になると、環境やサステナビリティは経済活動の妨げではなく、新しい事業機会の基礎になりうるという議論が行われるようになった。1980年代後半にはその議論はさらに拡大し、1990年代初頭には、より明示的に環境に取り組むアントレプレナーシップが考察されるようになった(Schaper, 2010)。Dean and McMullen(2007)は「環境アントレプレナーシップを、環境に関連した市場の失敗に存在する経済的機会を発見し、評価し、最大限利用するプロセスと定義」するとし、より広い概念であるサステナブル・アントレプレナーシップの下位集合としている。ソーシャル・アントレプレナーシップについての出版物はニュース雑誌が過半数であるのに対して、エコプレナーシップについては研究論文誌がほとんどである(Hockerts, 2006)。また、活動家自身が自らをソーシャル・アントレプレナーと呼ぶことがあるのに対して、エコプレナーと呼ぶ人はほとんどおらず、その用語は主に研究者の間でのみ使われている(Hockerts, 2006)。

Gerlach(2003)は、概念の視点とイノベーションの扱い方でエコプレナーシップ研究を3つに分類する。1つ目はエコプレナーシップを戦略事項として、競争優位をもたらす活動と捉え、環境課題を主たる事業目的とするものである。2つ目はどのようにして環境の事業機会を捉えるかという認知的アプローチをとるものである。3つ目は社会・歴史的視点から環境経済学とアントレプレナーシップの根源を分析するアプローチで、エコプレナーシップを社会を変える得る手段とみなすものである。

エコプレナーシップの研究の多くは、エコロジカル目的を持ったビジネス・ベンチャーに重きを

おいている (Gerlach, 2003; Hockerts, 2006)。ただし、環境改善目的と利潤獲得目的の比重はアントレプレナーによって異なる。自然環境保護などの利他的目標を経済的利潤よりも優先させる人もいれば、その両方を等しく扱う人、事業継続の副次的要素とみなす人と多様である (Schaper, 2010)。

3-3. サステナブル・アントレプレナーシップ

サステナブル・アントレプレナーシップは、サステナブル・デベロップメント (持続可能な開発) とアントレプレナーシップの接する領域にあたり、1990年代から徐々に現れるようになった (Raufflet, Brès, Baba and Filion, 2017)。2000年ごろまではサステナブル・アントレプレナーとエコプレナーはともに環境に (ときには社会にも) 影響を与える活動をする人たちのことを指す言葉として使われていたが、この2つはやがて区別されるようになっていった (Raufflet, Brès, Baba and Filion, 2017)。

持続可能な開発の定義として、1983年の国連総会において独立的な委員会として創設された環境と開発に関する世界委員会 (通称、ブルントラント委員会) の報告書での記述が頻繁に用いられ、そこには持続可能な開発とは、「将来の世代に必要なニーズを満たす能力を損なうことなく、現在のニーズを満たす開発」と書かれている (WCED, 1987)。この定義は世代間の公平性を考慮すべきことは理解できるが、その抽象的な表現では具体的にどのような行動をとればいいかが分かりづらい。よりわかりやすい説明として、サステナビリティ (持続可能性) を考える際の3つの対象分野を示したトリプル・ボトムラインの概念がある。トリプル・ボトムラインとは、1997年にエルキントンが提唱した持続可能なビジネスを評価する枠組みで、経済、環境、社会の3分野の業績で捉える (Elkington, 1997: 70)。

Muñoz and Cohen (2018) は、サステナブル・アントレプレナーの研究には、サステナビリティの要素をアントレプレナー分野に持ち込んだものと、アントレプレナーの要素をサステナビリティ分野に持ち込んだものの2つの流れがあると指摘している。 *Business Strategy and the Environment*, *Journal of Cleaner Production*,

Organization and Environment, *Business and Society*などの複数領域に跨ったテーマを扱ういわゆるハイブリッドジャーナルでは、主に欧州の研究者の論文によってこれら2つの共通領域を見つける動きが見られると唱えられている。これらの論文は、社会・政治的、生態学的な基盤と持続可能な社会での影響ある活動が反映されていて、新しい環境産業に関する戦略、組織、市場を扱う米国のアントレプレナーシップ研究とは異なる特徴がある (Muñoz and Cohen, 2018)。

Schaltegger and Wagner (2011) はサステナブル・アントレプレナーシップを「画期的な環境や社会に有益な市場や制度的イノベーションという手段で経済的、社会的価値を創造する革新的、市場指向的、個性的な形態であると説明できる」とし、既存組織内でアントレプレナー的に活動する人 (「イントラプレナー」と呼ばれる) にも当てはまるとする。

4. 3種類のアントレプレナーシップの概念対比と地域再エネ事業への適用

地域再エネ事業の創出・継続・発展に求められる要件を想定し、事例研究の際に適用できるアントレプレナーシップ概念はどのような特徴を持つのだろうか。3種類のアントレプレナーシップの概念を比較することによって、どのアントレプレナーシップの概念が地域再エネ事業の事例分析に有効かを考察する。

4-1. 概念比較の枠組み

ソーシャル・アントレプレナーシップ、エコプレナーシップ、サステナブル・アントレプレナーシップのそれぞれの概念は異なる要素を含んでいる。地域再エネ事業が持つ特徴に近いアントレプレナーシップを探求するために、3種類のアントレプレナーシップ概念を比較する。ここではソーシャル・アントレプレナーシップを複数概念のクラスターとして説明するChoi and Majumdar (2014) の枠組みを、ソーシャル・アントレプレナーシップだけでなくエコプレナーシップとサステナブル・アントレプレナーシップにも拡張して議論

表1. 3種類のアントレプレナーシップの下位概念比較

	ソーシャル・アントレプレナーシップ	エコプレナーシップ	サステナブル・アントレプレナーシップ
価値創造	経済価値を維持しつつ社会価値を創出。特にEUでは労働問題を重視、SIは社会変革を重視。	経済価値と環境価値の創出。	経済・社会・環境価値の同時追求。世代間の公正に配慮。
アントレプレナー（個人）	SIはアントレプレナー個人の特徴を強調。それ以外は個人、組織両方に注目。	個人の特徴を強調。	個人、組織の両方に注目。
アントレプレナーシップ組織	法的構造：EIは非営利組織が主。SI・UKは制約なし。EUは一定の制約あり。利潤分配：UK・EUは利潤分配の制約あり。	法的構造：営利組織が主。利潤分配：制約なし。	法的構造：営利組織のみ、営利組織・非営利組織両方の考えあり。利潤分配：制約なし。
市場指向性	SIとEUは事業内容と使命達成が連動。EIとUKは補助金に頼らず収入を得ることを重視、事業内容は問わない。	事業内容は使命達成と連動。補助金も活用。	事業内容は使命達成と連動。補助金も活用。
イノベーション	重要。SIは特に社会的変革となる結果を重視する。	重要。技術イノベーションが強調されることがある。	重要。漸進的プロセスが強調されることがある。

注：ソーシャル・アントレプレナーシップのなかで、SIはソーシャル・イノベーション学派、EIは稼得所得学派、EUはEMESアプローチ、UKは英国アプローチを表す。

する⁸。この研究では、下位概念をそれぞれ説明することでソーシャル・アントレプレナーシップの特徴を明らかにしている。これと同じ下位概念を用いることで、エコプレナーシップとサステナブル・アントレプレナーシップの特徴も明らかにすることができる。表1は「価値創造」、「アントレプレナー」、「アントレプレナーシップ組織」、「市場指向性」、「イノベーション」の下位概念ごとに3種類のアントレプレナーシップの特徴を比較した要約である。それぞれの下位概念ごとに次節で説明する。

4-2. 3種類のアントレプレナーシップ下位概念の比較

5つの下位概念ごとに3種類のアントレプレナーシップを比較し、地域再エネ事業の特徴を当

てはめて考察する。

4-2-1. 価値創造

アントレプレナーが何を使命とし、どのような価値を生み出すかは、3種類のアントレプレナーシップを区分する重要な要素である。文字通りソーシャル・アントレプレナーシップは社会的使命を、エコプレナーシップは環境的使命を、サステナブル・アントレプレナーシップは持続可能な使命を担い、それぞれの領域における課題解決や状況の改善を目指している。ただし、ソーシャル・アントレプレナーシップで取り組む社会的課題のなかに地球環境課題も含まれる場合がある。英国政府によるソーシャル・エンタープライズの説明では、「社会および財務の2つ、ときとして環境」という3番目のボトムラインにコミットメントす

8 Choi and Majumdar (2014) はソーシャル・アントレプレナーシップの概念について一致が見られず本質的に論争となる可能性が高いことをGallie (1956) の理論 (the theory of essentially contested concepts) を用いて説明した。Gallieが示した論争が絶えることがない性質を持つ概念の7つの基準のうち、「内部複雑性」がソーシャル・アントレプレナーシップにも存在することを示し、このような論争的な概念を議論する際にはソーシャル・アントレプレナーシップの下位概念である「社会的価値の創造」、「ソーシャル・アントレプレナー」、「ソーシャル・アントレプレナーシップ組織」、「市場指向性」、「ソーシャル・イノベーション」の5つをクラスターとして扱ことを提案した。

る」とある (Department of Trade and Industry, 2002: 13)。そのため、サステナブル・アントレプレナーシップを、包括的な用語としてのソーシャル・アントレプレナーシップに含まれると考える研究者もいる (Belz and Binder, 2017)。サステナブル・アントレプレナーシップが現世代内だけでなく世代間の公正を追求するのに対し、ソーシャル・アントレプレナーシップは主に現世代内の公正に注目する。また、同じソーシャル・アントレプレナーシップであっても、対象とする社会課題は、欧州においては政策に連動して、社会的弱者の労働市場からの排除やそれに伴う貧困問題に比重が置かれることが多い。その一方、米国ではこれらの問題に特化することなく、社会的保護やソーシャルパートナー間での自由なやりとりを保障する福祉国家の機能を代替するような活動となる (Bacq and Janssen, 2011)。

これら3種類のアントレプレナーシップの違いは単に価値創造の対象領域だけではなく、創造する価値によって目指す影響度の大きさにも違いがある。ソーシャル・アントレプレナーシップ、なかでもソーシャル・イノベーション学派では、社会変革をもたらすような大きな結果を生み出す意図を持つ。社会的な課題に取り組むアントレプレナーを支援する組織であるAshokaを設立したDrayton (2006) は、ソーシャル・アントレプレナーを決定的に特徴づける性質として、社会全体のあり方が変わるまで手を緩めることがないと指摘している。また、創出する価値の質的な違いもある。Thompson, Kiefer and York (2011) は、利他主義的なモチベーションはソーシャル・アントレプレナーシップの特徴であり、サステナブル・アントレプレナーシップとは異なると指摘している。ソーシャル・アントレプレナーシップにとって社会課題解決の重要度が他の目的よりも大きいことがうかがえる。

Schaltegger and Wagner (2011) はサステナブル・アントレプレナーシップの理想的な相対的位置付けとして、企業としてのサステナビリティ・ゴールの優先度がエコプレナーシップよりも高く、市場・社会への影響度は伝統的なソーシャル・アントレプレナーシップより高い位置にあると説明する。この研究が意図する伝統的なソ-

シャル・アントレプレナーとは、主に非営利組織を意図しており、大きな社会的影響を与えることが特徴である米国のソーシャル・イノベーション学派は含まれていないと考えられる。サステナブル・アントレプレナーシップは、最終的には社会全体に影響を与える意図があっても、その過程では漸進的な社会プロセスをとり、社会的貢献は事業が進行している間に決定されていく傾向にある (Kletzt and Cornuel, 2017)。また、サステナブル・アントレプレナーシップがソーシャル・アントレプレナーシップと異なるのは、社会的効用、経済的に継続可能な組織、環境悪化の改善の3つを同時に追求している点にある (Thompson, Kiefer and York, 2011)。そのため、経済的に自立しているサステナブル・アントレプレナーシップは社会的事業をソーシャル・アントレプレナーシップよりも効率よく運営することができ、その事業モデルを拡大させたり、複製展開したりする条件を作りやすいと説明する研究者もいる (Kletzt and Cornuel, 2017)。

4-2-2. アントレプレナー

3種類のアントレプレナーシップのいずれにおいても、アントレプレナー個人は機会を捉え、限られたリソースでリスクをとり、目的遂行に重要な役割を果たす。特にソーシャル・イノベーション学派はソーシャル・アントレプレナー個人の役割を重要視する (Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)。この学派の研究者や実務家は、ソーシャル・アントレプレナーを定義することで、ソーシャル・アントレプレナーシップを説明する。Bornstein (2007) はソーシャル・アントレプレナーを変革の勢力 (transformative forces) としてとらえ、重要な問題に取り組むための新しいアイデアを抱いてビジョンの実現を執拗に追求する人々、否定されても容易には受け入れることなく自分のアイデアを可能な限り広めることを諦めない人たちだと指摘している (p.1-2)。

エコプレナーシップにおいてもエコプレナー個人の特徴が強調されることが多い。Isaak (2010) は、エコプレナーシップの中でも、産業セクターをサステナブル・デベロップメントの模範へと向かわせるような社会変革を意図して起業時から製

品やプロセスに環境指向を取り入れた事業のことを「グリーン・グリーン・ビジネス」と呼んでいる。さらに、その理念型に近いアントレプレナーとしてBen and Jerry'sのBen Cohen、Jerry Greenfield、The Body ShopのAnita Roddickを例としてあげている⁹。これらの個人はカウンター・カルチャー的(Isaak, 2010)で、社会を変革しようとするソーシャル・イノベーション学派のソーシャル・アントレプレナーと重なる。しかし、エコプレナーシップの研究者の多くは、エコプレナーシップを定義する際に、環境事業の創設者や既存組織内で事業を推進する環境イントラプレナー個人に限定せず、エコプレナーのように行動する組織やエコプレナーと環境イントラプレナーを育む組織も含めることが多い(Gerlach, 2003)。そのため、エコプレナーシップ研究ではアントレプレナー個人以外のネットワークや環境に注目すべきである。

ソーシャル・イノベーション学派以外のソーシャル・アントレプレナーシップにおけるアプローチは、個人ではなくエンタープライズを観察対象とする(Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)。欧州のEMESにおいては、その定義からして事業を創出するのは個人ではなく市民グループである。Hoogendoorn, Pennings, and Thurik (2010)はEMESアプローチにとって組織のガバナンスは重要な項目であり、マルチステークホルダーの関与、民主的経営、メンバー参加型の特性がその基本であると述べている。EMESアプローチでは、ガバナンスの主体も自律性を持った人々のグループであり、具体的には受益者、従業員、ボランティア、行政、寄付者など異なるステークホルダーから構成される。国によっては、これらマルチステークホルダーによるガバナンスが法律で規定されている(Defourny and Nyssens, 2012: 20-21)。意思決定権は多くの場合、一人一票の原則が適用され、資本の所有比率による意思決定権は用いられない。ソーシャル・イノベーション学派においてはステークホルダーの関与は、提携やネットワークによることが好まれ、同じ社会的目的を達成するためにアイデアや専門知識が組織

間を移動する点がEMESと異なる(Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)。英国では、EMESほどガバナンスは議論にはならず、後述する組織の法的構造によってステークホルダーが直接関与するかどうかが異なる。サステナブル・アントレプレナーシップにおいても、複数のステークホルダーとの関係が重要視される。

4-2-3. アントレプレナーシップ組織

3種類のアントレプレナーシップによって、営利組織か非営利組織かといった法的構造や利潤分配に関する制約の有無に差異がある。まず、法的構造については、ソーシャル・アントレプレナーシップの稼得所得学派は主に非営利組織を対象とするが、ソーシャル・イノベーション学派や英国におけるアプローチは法的構造に関して制約はない(Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)。Porter and Kramer (2011)は利潤を稼ぐソーシャル・アントレプレナーを前提にして、しばしば成長や維持が困難である純粋な社会プログラムよりもソーシャル・エンタープライズのほうがはるかに共通価値を高めることができると指摘する。EMESアプローチにおいては、組織の自律性が重要であるため、一定の法的制約があり、アソシエーション、協同組合、共済団体、財団のような形態をとる場合が多い(Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)。サステナブル・アントレプレナーシップでは、研究者によってその対象範囲が異なる。Belz and Binder (2017)のように営利組織のみを対象とする研究もあれば、営利と非営利の両方を対象にする研究もある。Thompson, Kiefer and York (2011)は、サステナブル・アントレプレナーシップが考察すべき社会的、経済的、環境的に持続可能な社会への移行機会を求めるのは、経済的利潤をあげる組織または非営利組織のどちらでもいいが、その組織は経済的に自立できなければならないと述べる。エコプレナーシップは主に営利組織が対象であり(Thompson, Kiefer and York, 2011)、特に新しい製品・サービスによるスタートアップ企業を指す場合が多い(Parrish,

9 Isaak (2010)は、これに対して既存の企業が倫理的な観点ではなく費用、イノベーション、マーケティングの観点で利点があると考えて環境に注力するようになった企業を「グリーン・ビジネス」と呼んで区別する。

2008: 26)。

利潤分配に関しては、英国と欧州のソーシャル・エンタープライズでは制約がある。英国では政府の定義に「剰余金は原則として所有者や株主による利潤最大化の欲求のためではなく、事業またはコミュニティの社会的目的のために再投資される」と明記されている (Department of Trade and Industry, 2002: 13)。ただし、組合員への分配をする労働者協同組合も含まれるため、利潤分配がいったい禁止されているとは言えない (Teasdale, 2010: 12)¹⁰。欧州では、EMESのソーシャル・エンタープライズの9つの基準のひとつに利潤分配の制限があり、これにより利潤最大化の行動が抑制される効果がある。米国の稼得所得学派のうちソーシャル・エンタープライズの対象を非営利団体のみとする人にとっては、剰余金の大半が社会的目的に使用されることを前提と考える。

4-2-4. 市場指向性

どのアントレプレナーシップも商業的活動によって効率性と効果を高める要素があるが、その内容は2つの意味がある (Choi and Majumdar, 2014)。1つは、組織の継続性と自立性を確実にしていくために何らかの商業活動によって、稼得所得を生み出すことである。もう1つは、アントレプレナーシップの使命に直結する商業活動を行うことで財やサービスを効果的で効率的に供給することである。米国の稼得所得学派と英国のソーシャル・アントレプレナーシップでは、事業内容は必ずしも使命達成と連動していなくてもよい (Hoogendoorn, Pennings, and Thurik, 2010)¹¹。一

方、ソーシャル・アントレプレナーシップのソーシャル・イノベーション学派とEMESアプローチ、エコプレナーシップ、サステナブル・アントレプレナーシップは、事業内容が使命と連動することが多い。Yunus (2006) が創設したグラミン銀行は、貧しい人たちへの融資によって社会を変えるという使命達成自体を事業にしたソーシャル・アントレプレナーシップの例である。

4-2-5. イノベーション

3種類のアントレプレナーシップにおいて、取り組みの対象となる社会や環境の課題はいずれもこれまで容易には解決されてこなかったものであり、課題解決の目的達成のためには新しいやり方を追求するイノベーションが必要となる。なかでも、ソーシャル・イノベーション学派にとって、イノベーションは明らかにソーシャル・アントレプレナーシップを特徴づける要素である。シュムペーター (1977) はアントレプレナーが新結合 (イノベーション) の遂行を自らの機能として遂行する人とし、非連続的な革新を想定した。ソーシャル・イノベーション学派では、シュムペーター的な根本的な変革が前提条件となり、新規の解決策やアプローチが求められる (Dees and Battle Anderson, 2006; Hoogendoorn, Pennings and Thurik, 2009)。サステナブル・アントレプレナーシップも同様に破壊的創造と関係づけられ、サステナブル・アントレプレナーが時として変革のエージェントとして語られることがある (Raufflet, Brès, Baba and Filion, 2017)。しかし、サステナブル・アントレプレナーシップにおいては、社会的貢献が漸進的な社会プロセスにおいて決定され

10 協同組合を当初はソーシャル・エンタープライズの定義から外す案もあったが、協同組合運動による強力なロビーイングの結果、「原則として」という文言が入れられ、結局含まれることになった (Teasdale, 2010: 12)。

11 英国のDepartment of Trade and Industry (2002) には「ソーシャル・エンタープライズは、まず何よりもビジネスである。その意味は何らかの形で商取引に携わることであるが、その取引は第一義的に社会的目的を支持するためのものである」と書かれている (p.13)。政府による市場トレンド調査では「商取引活動から得ている収入の割合が少なくとも50%」であることをソーシャル・エンタープライズとみなす条件としている (Department for Digital, Culture Media & Sport and Department for Business, Energy & Industrial Strategy, 2017: p.20)。また、ソーシャル・エンタープライズのネットワーク組織であるSocial Enterprise UKによる定義には、「独立したビジネスで、半分以上の収入を商取引を通じて得ている (か、そうなるように努力している)」という条件を含めている (Social Enterprise UK website, <https://www.socialenterprise.org.uk/what-is-it-all-about/>, Accessed on 26 September 2021)。

ていく傾向があることも指摘されている (Kletz and Cornuel, 2017)。サステナブル・アントレプレナーシップはソーシャル・イノベーションに加えて、環境課題にも同時に挑戦する意味を含むため、Scott, Dawson and Thompson (2017) は各課題への挑戦を個別に行うのではないエコ・ソシオ・イノベーション (eco-socio innovation) と呼ばれる統合された概念を提示する。Boons and Lüdeke-Freund (2013) は、サステナブル・イノベーションのビジネスモデルのレビュー論文で、先行研究を技術イノベーション、組織イノベーション、社会イノベーションに分類している。この分類に従うと、ソーシャル・アントレプレナーシップでは社会レベルでのイノベーションが注目されるが、複数のステークホルダーとの関係性が重要視されるサステナブル・アントレプレナーシップでは取引先、顧客、地域住民など異なるアクター間のプロセスから生まれる組織内および組織間でのイノベーションも重要となる。また、サステナブル・アントレプレナーシップとエコプレナーシップではクリーン技術など環境改善に寄与する技術イノベーションも事業遂行に重要な役割を果たすと考えられる。

4-3. 3種類のアントレプレナーシップ概念の地域再エネ事業への適用性

地域再エネ事業の事例を分析する際に、3種類のアントレプレナーシップ概念のうちどれが現象をよりよく説明できるかを5つの下位概念ごとに考察する。概念の適用にあたり、特定非営利活動法人北海道グリーンファンド¹²、おひさま進歩エネルギー株式会社 (長野県飯田市)¹³、特定非営利活動法人上田市民エネルギー (長野県上田市)¹⁴、ほうとくエネルギー株式会社 (神奈川県小田原市)¹⁵の4つの事例を用いる。環境省のウェブサイトや複数の書籍等で地域再エネ事業の先進事例として頻繁に紹介されている事例から、発電方法 (風力か太陽光か)、行政の関与度、事業主体 (非営利法人か営利法人か) が異なるものを選択した。

地域再エネ事業により創造される価値として、温室効果ガス削減の面で気候変動対策に寄与する環境価値がある。さらに、再エネ電力等の地域外への販売による地域内への資金流入という経済効果や、雇用創出や地域のエネルギー自治、災害時のエネルギー源となるなど社会的価値もある。北海道グリーンファンドは地球環境の保全に貢献する目標を持ち、原子力発電のオルターナティブとして風力や太陽光による市民が参加する発電所作りを目指している (北海道グリーンファンド, 1999: 8-13)。飯田市とおひさま進歩エネルギーが

-
- 12 NPO法人北海道グリーンファンドは1999年に生活クラブ生活協同組合・北海道のメンバーが中心になり設立し、2001年に北海道浜頓別町に市民風車を建設した後、青森県や秋田県など東日本に複数の風力発電設備を建設した。浜頓別の風車は、北海道グリーンファンドの株式出資と市民による匿名組合出資により株式会社浜頓別市民風力発電が特別事業会社となって事業運営を行なっている (北海道グリーンファンドウェブサイト, <http://www.h-greenfund.jp/citizn/hamakaze.html>, 2022年3月17日閲覧)。
- 13 飯田市は1997年から住宅用太陽光発電の融資斡旋と利子補給を開始するなど環境対策に力を注いできており、2004年には市民出資と市役所の支援によりNPO法人南信州おひさま進歩を母体とするおひさま進歩エネルギー株式会社 (当時は有限会社) が事業主体となり、全市的な市民共同発電事業が開始された (白井, 2018)。後に市民が出資する屋根上太陽光発電事業が、この地域に多く集中して展開されただけでなく、このモデルを参考にした同様の事業が全国に広がっていった。
- 14 NPO法人上田市民エネルギーは上田市への移住者4名を中心に2011年に設立され、個人宅の屋根に設置される自己使用分の太陽光パネルに追加して民事信託の方法で集めた資金で追加のパネルを設置する「相乗りくん」事業を展開している。 (白井, 2018: 90-102)。
- 15 小田原市は2011年に環境省「地域主導型再生可能エネルギー事業化検討業務」の7都市のひとつとして選ばれたことをきっかけに「小田原再生可能エネルギー事業化検討協議会」が発足し、太陽光発電と小水力発電の事業化が検討された。2012年に多数の地元企業が出資して、ほうとくエネルギー株式会社が設立され、公共施設の屋根を借りた太陽光発電事業と、市民ファンドによる984kWのソーラー発電所事業を開始した (白井, 2018: 103-117)。

共同で太陽光発電設備を公共施設等の屋根上に設置した事業では、二酸化炭素排出削減の目的に加えて、非常時電源の確保という防災目的、保育園児や住民に対する環境教育の目的も併せ持った（白井, 2018: 56-76）。上田市民エネルギーは民家の屋根に太陽光パネルを設置する事業のほか、建物の断熱ワークショップや持続可能なまちづくりに関わる活動を行うなど、地球環境課題と地域の人口減少や産業などの社会課題解決にも取り組んでいる¹⁶。ほうとくエネルギーの経営理念には、「将来世代によりよい環境を残す」ことと「地域社会に貢献する」ことが含まれている¹⁷。これらの事例は、経済性を維持しつつも、環境問題・社会課題を同時に追求している点でサステナブル・アントレプレナーシップの概念を体現している。

アントレプレナー個人の役割は事業推進の原動力として重要である。しかし、地域再エネ事業では、ソーシャル・イノベーション学派のように英雄的な個人の行動だけでは説明できない。再エネという地域資源を扱う性格上、事業が地域ステークホルダーとの関係性で作られる。北海道グリーンファンドでは、NPO組織設立をリードした鈴木・杉山の役割は大きい。環境エネルギー政策研究所（ISEP）理事長の飯田らとともに立ち上げた市民風車研究会に集まった会計士、弁護士、風力発電事業者などのステークホルダーの参画がなければ実現しなかったであろう（谷本・大室・大平・土井・古村, 2013: 108-111）。飯田市の太陽光発電事業では、おひさま進歩エネルギー株式会社の創業者の意志だけでなく、行政の協力が大きく寄与し、さらに国の補助事業申請のための検討会議に参加した地域金融機関や電力会社、地球温暖化対策やエネルギー問題に取り組む非営利団体などの支援や、公民館という場を通じた住民による自治組織が重要であった（諸富, 2015）。また、おひさま進歩エネルギーは、事業立ち上げ段階で北海道グリーンファンドやISEPの協力も得てい

る。上田市民エネルギーの事例では、理事長の藤川を中心に合計4人がNPOを設立した。4人はそれぞれ地域にネットワークを形成しており、事業形成に役立っている（白井, 2018: 96）。ほうとくエネルギーの事例では、小田原で不動産を営む志澤と廃棄物の会社を営む鈴木が中心となったが、主に地元企業24社（のちの増資時に38社に増加）が出資するなど、地域の企業が協力している（白井, 2018: 104）。このように特定のアントレプレナー個人ではなくステークホルダーが多く関わって事業を進めている。また、マルチステークホルダーへの配慮は、EMESアプローチのような法的な制約によるものではなく、地域社会における通念やステークホルダーの協力なくしては事業を円滑に遂行できないという事業特性を表している。Veleva (2021)は8社のサステナブル・アントレプレナーシップ事例から、アントレプレナーたちがサプライヤー・顧客・戦略パートナーなどとのインフォーマルなエコシステムの一部を成し、そのようなネットワークが戦略的優位を与え、サステナブルな使命を維持するのにも役立つネットワーク・ファシリテーターとしての役割があると指摘している。

地域再エネ事業に見られるアントレプレナー組織は多様である。ほうとくエネルギーは株式会社であるが、上田市民エネルギーはNPO法人である。日本で初めて、市民出資の手法を風力発電事業に用いた北海道グリーンファンドはNPOであるが、実際の事業運営は株式会社を設立して対応している（谷本・大室・大平・土井・古村, 2013: 99-122）。飯田市における太陽光発電事業を行なっているおひさま進歩エネルギーは株式会社だが、その母体はNPO法人である。他にも株式会社とNPO法人の組み合わせで事業展開する事例が多数存在するが、これはステークホルダーからの信頼獲得と事業運営の柔軟性の両方を併せ持つことが理由のひとつと考えられる¹⁸。多様な法的構

16 上田市民エネルギーウェブサイト、<http://eneshift.org/about-us/>、(2022年8月7日閲覧)。

17 ほうとくエネルギーウェブサイト、<https://www.houtoku-energy.com/company/>、(2022年8月7日閲覧)。

18 谷本・大室・大平・土井・古村 (2013: 115)によると、北海道グリーンファンドが関わる風力発電への出資者のインタビューで、NPOよりも配当を出す株式会社のほうがしっかり経営をしていると信頼する人もいれば、株式会社がやることに不信感を持っている人もいて、NPOが関与したことが功を奏した場合もあると推測している。

造と利潤分配の自由度が高い特徴において、ソーシャル・アントレプレナーシップのソーシャル・イノベーション学派、エコプレナーシップ、サステナブル・アントレプレナーシップの概念が合致する。ただし、地域再エネ事業はステークホルダーからの信頼獲得が重要であるため、利潤分配を制限するソーシャル・アントレプレナーシップのEMESや英国アプローチの組織ガバナンスの考え方は、事業主体を営利組織とした場合でもどのような組織運営をするかの検討で参考になると考えられる。

市場指向性については、地域再エネ事業の場合、電気や熱といったエネルギーが事業のアウトプットとなり、それらを市場で販売することが主たる収益となる。再エネの創出や再エネ知識を活かしたコンサルティング事業は、アントレプレナーシップの使命に直結する活動である。再エネは国や自治体の政策に影響を受けやすく、FITや補助金等の支援策も存在する。公的支援に頼らずに自らで収入を得ることにこだわる稼得所得学派と異なり、事業を維持するためには補助金や国などの支援を利用することも厭わない事業者が多い。おひさま進歩エネルギー、上田市民エネルギー、ほうとくエネルギーのいずれも地方自治体の支援を受けている（白井, 2018）。北海道グリーンファンドは、青森県での市民風車の事業でNEDO（独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構）の補助金を得ている。市場指向性の観点からは、ソーシャル・アントレプレナーシップのソーシャル・イノベーション学派とEMESアプローチ、エコプレナーシップ、サステナブル・アントレプレナーシップの概念が地域再エネ事業の実態に合致する。

地域再エネ事業におけるイノベーションの特徴として、イノベーションによる受益者の範囲が広いことがあげられる。事業者、出資者、地域のサービス提供者など事業に関連する人々が対象であり、地球環境という特定できない対象者も含まれる。北海道グリーンファンドが始めた市民ファン

ドの仕組み（匿名組合契約、金銭信託）は、おひさま進歩エネルギー（匿名組合契約）、上田市民エネルギー（民事信託）などに受け継がれていった（諸富, 2015; 白井, 2018）。いずれも出資者への収益分配はするものの、単なる経済的リターンを意図した投資ではない。アントレプレナーへの信頼や事業の社会経済的意義への共感を広く資金とともに集める手法として、また、事業が他地域へ普及する手法としてのイノベーションが見られる。飯田市の太陽光発電の普及に関するイノベーションとしては、おひさま進歩エネルギーが始めた「おひさま0円システム」があげられる。これは住宅所有者が初期費用なしで太陽光発電設備を導入できるしくみである。また、飯田市では行政も公共施設の屋根を20年にわたって貸与したり、国のFITに先駆けて固定価格で電気を買取り取りして画期的な取り組みを実行した（諸富, 2015: 22-30）。上田市民エネルギーでは、住宅所有者が設置する太陽光発電設備に追加して市民出資で設置するパネルを追加する「相乗りくん」という手法をとった（白井, 2018: 99）。小田原市では、ほうとくエネルギーが作った電気を湘南電力株式会社¹⁹が売るといふ、電気の地産地消を実現する小田原箱根エネルギーコンソーシアムのスキームが創出された（白井, 2018: 113-114）。これら事例のいずれも最終的なビジョンはエネルギーにおける自治や民主主義といった社会変革をもたらすような大きな目標であり、ソーシャル・イノベーション学派のイノベーションに通ずる。しかし、その具体的手法においては小規模なプロジェクトを継続的に重ねていく方法がとられており、サステナブル・アントレプレナーシップの段階的なイノベーションに近い。ステークホルダー間のプロセスから生まれるイノベーションという点でもサステナブル・アントレプレナーシップの特徴を表している。また、地域再エネ事業ではエネルギー効率の高い設備を見極めて導入することが事業成立の可否を決める要因となることが多く、環境分野の技術イノベーションが重要である点でエコプレ

19 湘南電力は、2014年に株式会社エナリスが99%、株式会社湘南ベルマーレが1%出資して作った電力小売事業者で、収益の一部を湘南ベルマーレに還元する。エナリスは2017年に株式の一部を、ほうとくエネルギーを含む地元企業5社に譲渡し、持株比率は19%になった。

ナーシップが持つ特徴と合致する。

5. 結論

3種類のアントレプレナーシップを、価値創造、アントレプレナー、アントレプレナーシップ組織、市場指向性、イノベーションの下位概念ごとに比較してきた。その結果、地域再エネ事業の事例分析を目的にした場合は、サステナブル・アントレプレナーシップが最も現実の事象を説明できた。環境価値、社会価値、経済価値の3分野を同時に創出する使命を担い、組織の法的形態には制限がなく、使命そのものを事業内容とするなど、地域再エネ事業が持つ特徴が、サステナブル・アントレプレナーシップの概念と多く重なるからである。ただし、他のアントレプレナーシップ研究を排除するというわけではない。ソーシャル・アントレプレナーシップのEMESや英国のアプローチが持つ組織ガバナンスの考え方、ソーシャル・イノベーション学派の社会変革イノベーション、エコプレナーシップの環境技術イノベーションなどの研究も取り入れることで地域再エネ事業の理解が深まると考えられる。

3種類のアントレプレナーシップの概念を対比させ、地域再エネ事業の特徴に照らしてみたことで、この事業分野の事例分析の視点を提示することができたと考える。しかし、本稿は、3種類のアントレプレナーシップの下位概念ごとの特徴を示すにとどまっており、各概念が地域再エネ事業の具体的事例をどう説明できるかについては深く検証できていない。アントレプレナーシップ研究が、地域再エネ事業の普及にどう影響を与えるかを明らかにするためには、多くの事例研究が待たれるところである。

参考文献

Bacq, S. and Janssen, F. (2011) 'The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria', *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol.23 No. 5-6, pp.373-403.

Becker, S., Kunze, C. and Vancea, M.(2017) 'Community

energy and social entrepreneurship: Addressing purpose, organization and embeddedness of renewable energy projects', *Journal of Cleaner Production*, Vol. 147, pp. 25-36.

Belz, F. M. and Binder, J. K. (2017) 'Sustainable Entrepreneurship: A Convergent Process Model', *Business Strategy and the Environment*, 26, pp.1-17

Boons, F. and Lüdeke-Freund, F. (2013) 'Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda', *Journal of Cleaner Production*, Vol. 45, pp.9-19

Bornstein, D. (2007), *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Updated Edition, New York: Oxford University Press. (井上英之監訳、有賀裕子訳『世界を変える人たち - 社会起業家たちの勇気とアイデアの力』ダイヤモンド社、2007年)

Borzaga, C. and Defourny, J. (2001) 'Conclusion - Social enterprise in Europe: a diversity of initiatives and prospects' in Borzaga, C. and Defourny, J. (Ed.) (2001) *The Emergence of Social Enterprise*, pp.350-369, London and New York: Routledge. (内山哲朗、石塚秀雄、柳沢敏勝訳『社会的企業 雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社、2004年)

Choi, N. and Majumdar, S. (2014) 'Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research', *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, pp.363-376.

Dean, T. and McMullen, J. S. (2007) 'Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environment degradation through entrepreneurial action', *Journal of Business Venturing*, Vol.22, pp.50-76.

Dees, J.G. (1998) 'The Meaning of "Social Entrepreneurship"', https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Dees_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf, Accessed on 26 August 2021.

Dees, J.G. and Battle Anderson, B. (2006) 'Framing

- a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought' in *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA Occasional Paper Series Volume 1. Number 3), pp.39-66.
- Defourny, J. (2001) 'Introduction - From third sector to social enterprise' in Borzaga, C. and Defourny, J. (Ed.) (2001) *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge, pp.1-28. (内山哲朗、石塚秀雄、柳沢敏勝訳『社会的企業 雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社、2004年)
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2006) 'Defining social enterprise' in Nyssens, M. (Ed.), *Social Enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*, pp.3-26, London and New York: Routledge.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2012) 'The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective', EMES European Research Network, No. 12/3, https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf, Accessed on 22 August 2021.
- Department for Business, Innovation and Skills (2011) *A Guide to Legal Forms for Social Enterprise*, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf, Accessed on 24 August 2021.
- Department for Digital, Culture Media & Sport and Department for Business, Energy & Industrial Strategy (2017), *Social Enterprise: Market Trends 2017*.
- Department of Trade and Industry (2002) *Social Enterprise: a strategy for success*, https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/ukgwa/20040117075404mp_/http://www.dti.gov.uk/socialenterprise/documenta.pdf, Accessed on 26 September 2021.
- Drayton, W. (2006) 'The Citizen Sector Transformed' in Nicholls, A. (Ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, pp.45-55, New York: Oxford University Press.
- Elkington, J. (1997) *Cannibals with forks: the triple bottom line of sustainability*, Oxford: Capstone Publishing.
- Gallie, W. B. (1956) 'Essentially Contested Concepts', *Proceedings of the Aristotelian Society*, New Series, Vol. 56.
- Gerlach, A. (2003) 'Sustainable entrepreneurship and innovation', Centre for Sustainability Management, University of Lueneburg, Conference Proceedings of Conference Corporate Social Responsibility and Environmental Management 2003 in Leeds, UK.
- Gregori, P., Holtzmann, P. and Wdowiak, M. (2021), 'For the sake of nature: Identity work and meaningful experiences in environmental entrepreneurship', *Journal of Business Research*, Vol. 122, pp. 488-501.
- Hockerts, K. (2006) 'Introduction to Part IV - Ecopreneurship: Unique Research Field or Just "More of the Same"?' in Mair, J., Robinson, J. and Hockerts, K. (Ed.), *Social Entrepreneurship*, pp.209-213, Hampshire and New York: Palgrave Macmillan.
- Hockerts, K. and Wüstenhagen, R. (2010) 'Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship', *Journal of Business Venturing*, Vol.25, pp.481-492.
- Hoogendoorn, B, Pennings, H.P.G, and Thurik, A.R. (2010) 'What do We Know about Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research', *ERIM report series research in management*, Erasmus Research Institute of Management. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/16558>
- Isaak, R. (2010) 'The Making of the Ecopreneur' in Schaper, M. (Ed.), *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship 2nd ed.*, pp.43-57, Farnham: Gower Publishing;

- Burlington: Ashgate Publishing.
- Kerlin, J. A. (2006) 'Social Enterprise in the United States and Abroad: Learning from Our Differences' in *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA Occasional Paper Series Volume 1. Number 3), pp.105-125.
- Kletz, P. and Cornuel, E. (2017) 'Sustainable entrepreneurship and eternal beginnings', in Nicolopoulou, K., Karatas-Ozkan, M., Janssen, F. and Jermier, J. (Ed.), *Sustainable Entrepreneurship and Social Innovation*, pp.13-24, Oxon and New York: Routledge.
- Leadbeater, C. (1997), *The rise of the social entrepreneur*, DEMOS.
- Muñoz, P. and Cohen, B. (2018) 'Sustainable Entrepreneurship Research: Taking Stock and Looking Ahead', *Business Strategy and Environment*, Vol.27, Issue 3, pp.300-322.
- Parrish, B. D. (2008) 'Sustainability-Driven Entrepreneurship: A Literature Review', SRI Papers, Sustainability Research Institute, School of Earth and Environment, The University of Leeds, http://www.see.leeds.ac.uk/fileadmin/Documents/research/sri/workingpapers/SRIPs-09_01.pdf, Accessed on 17 October 2021.
- Peredo, A.M. and McLean, M. (2006) 'Social entrepreneurship: A critical review of the concept', *Journal of World Business*, Vol. 41, pp.56-65.
- Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2011) 'Creating Shared Value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth', *Harvard Business Review*, January-February, pp.2-17. (「共通価値の戦略 - 経済的価値と社会的価値を同時実現する」『ダイヤモンド・ハーバード・ビジネスレビュー』2011年6月号)。
- Raufflet, E., Brès, L., Baba, S. and Fillion, L. J. (2017) 'Sustainable development and entrepreneurship Mapping definitions, determinants, actors and processes', in Nicolopoulou, K., Karatas-Ozkan, M., Janssen, F. and Jermier, J. (Ed.), *Sustainable Entrepreneurship and Social Innovation*, pp.289-305, Oxon and New York: Routledge.
- Schaltegger, S. (2010) 'A Framework and Typology of Ecopreneurship: Leading Bioneers and Environmental Managers to Ecopreneurship' in Schaper, M. (Ed.), *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship 2nd ed.*, pp.75-94, Farnham: Gower Publishing; Burlington: Ashgate Publishing.
- Schaltegger, S. and Wagner, M. (2011) 'Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions', *Business Strategy and the Environment*, Vol.20, pp.222-237.
- Schaper, M. (2010) 'Understanding the Green Entrepreneur' in Schaper, M. (Ed.), *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship 2nd ed.*, pp.7-20, Farnham: Gower Publishing; Burlington: Ashgate Publishing.
- Scott, J. M., Dawson, P. and Thompson, J. L. (2017) 'Eco-socio innovation: Underpinning sustainable entrepreneurship and social innovation' in Nicolopoulou, K., Karatas-Ozkan, M., Janssen, F. and Jermier, J. (Ed.), *Sustainable Entrepreneurship and Social Innovation*, pp.40-56, Oxon and New York: Routledge.
- Shadabi, A. and Herbes, C. (2017) 'Employee energy cooperatives: employee entrepreneurial activities towards a more sustainable future' in Nicolopoulou, K., Karatas-Ozkan, M., Janssen, F. and Jermier, J. (Ed.), *Sustainable Entrepreneurship and Social Innovation*, pp.338-351, Oxon and New York: Routledge.
- Skloot, E. (1983) 'Should not-for-profits go into business?', *Harvard Business Review*, 61 (1), pp.20-26.
- Social Enterprise Alliance (2016), website as of 16 October 2016, retrieved from Internet Archive, <https://web.archive.org/web/20161016033910/https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>, Accessed on 6 September 2021.
- Social Enterprise Alliance (2021), website, <https://>

- socialenterprise.us/about/social-enterprise/, Accessed on 6 September 2021.
- Teasdale, S. (2010), *What's in a name? The construction of social enterprise*, Third Sector Research Centre Working Paper 46.
- Thompson, N., Kiefer, K. and York, J. G. (2011), 'Distinctions not Dichotomies: Exploring Social, Sustainable, and Environmental Entrepreneurship', in Lumpkin, G.T. and Katz, J. A. (Ed.), *Social and Sustainable Entrepreneurship*, (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth series) Volume 13, Bingley UK: Emerald Group Publishing, pp.205-233.
- van der Horst, D. (2008), 'Social enterprise and renewable energy: Emerging initiatives and communities of practice', *Social Enterprise Journal*, Volume 4, No.3., pp.171-185.
- Veleva, V. (2021), 'The role of entrepreneurs in advancing sustainable lifestyles: Challenges, impacts, and future opportunities', *Journal of Cleaner Production*, Volume 283, 124658.
- Walker, G. (2008), 'What are the barriers and incentives for community-owned means of energy production and use?', *Energy Policy*, 36, pp.4401-4405
- Walker, G. and Devine-Wright, P. (2008), 'Community renewable energy: What should it mean?', *Energy Policy*, 36, pp.497-500.
- Walley, L., Taylor, D. and Greig, K. (2010) 'Beyond the Visionary Champion: Testing a Typology of Green Entrepreneurs' in Schaper, M. (Ed.), *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship 2nd ed.*, pp.59-74, Farnham: Gower Publishing; Burlington: Ashgate Publishing.
- WCED: World Commission on Environment and Development (Ed.) (1987) *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.
- WWEA(The World Wind Energy Association) (2011), <https://wwindea.org/communitypowerdefinition/>, Accessed on 13 February 2022.
- York, J. G., O'Neil, I., and Sarasvathy, S. D. (2016), 'Exploring Environmental Entrepreneurship: Identity Coupling, Venture Goals, and Stakeholder Incentives', *Journal of Management Studies*, Volume 53, Issue 5, pp. 695-737.
- Yunus, M. (2006), 'Social Business Entrepreneurs Are the Solution', in Nicholls, A. ed., *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford: Oxford University Press.
- 経済産業省 (2021) 『令和2年度エネルギーに関する年次報告(エネルギー白書2021)』
- シユムペーター, J.A.(1977), 塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一(訳)『経済発展の理論 企業者利潤・資本・信用・利子および経営の回転に関する一研究』
- 白井信雄 (2018) 『再生可能エネルギーによる地域づくり ～ 自立・共生社会への転換の道行き』環境新聞社。
- 谷本寛治 (2002) 「社会的企業家精神と新しい社会経済システム ソーシャル・エンタープライズの可能性」下河辺淳(監修)・根本博(編著)『ボランティア経済と企業 日本企業の再生はなるか?』、197-239 ページ、日本評論社。
- 谷本寛治、大室悦賀、大平修司、土肥将敦、古村公久 (2013) 『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』、NTT 出版。
- 塚本一郎 (2008) 「アメリカにおけるソーシャル・エンタープライズ研究の動向」塚本一郎・山岸秀雄(編)『ソーシャル・エンタープライズ 社会貢献をビジネスにする』、17-32 ページ、丸善。
- 塚本一郎・土屋一步 (2008) 「日本におけるソーシャル・エンタープライズ研究の動向」塚本一郎・山岸秀雄(編)『ソーシャル・エンタープライズ 社会貢献をビジネスにする』、59-83 ページ、丸善。
- 藤井敦史 (2013) 「社会的企業概念はどのように捉えられてきたか」藤井敦史・原田晃樹・大高研道(編著)『闘う社会的企業 - コミュニティ・エンパワーメントの担い手』、20-55 ページ、勁草書房。
- 藤井敦史・原田晃樹・大高研道(編著) (2013) 『闘

う社会的企業 — コミュニティ・エンパワ
メントの担い手』勁草書房。

北海道グリーンファンド（監修）（1999）『グリーン
電力』コモンズ。

宮永健太郎（2017）「地域分散型・地域主導型エネ
ルギーシステムとその担い手—社会的企業
（social enterprise）論からの考察—」、『経済論
叢』, 190（4）, 89-107 ページ。

諸富徹（2015）『「エネルギー自治」で地域再生！
飯田モデルに学ぶ』（岩波ブックレット）岩波
書店。

米澤旦（2017）『社会的企業への新しい見方—社会
政策のなかのサードセクター』（MINERVA 人
文・社会科学叢書 218）ミネルヴァ書房。