

ビジネスを利用した社会的課題の解決における ステイクホルダーの参加動機と行動変容 —— NPO 法人北海道グリーンファンドを事例として ——

大 室 悦 賀

目 次

1. 解題
 2. 先行研究と概念枠組み
 3. アンケートおよびインタビュー調査分析結果
 - (1) 事例概要
 - (2) アンケート調査結果
 4. ディスカッション
 - (1) 出資動機
 - (2) 行動変容の有無
 - (3) 行動変容のメカニズム
 - (4) 仮設の提示
 5. おわりに
- 参考文献
資料

キーワード：ソーシャル・ビジネス、トライアングレーション、アクターネットワーク論、経験の社会学、ステイクホルダー

1. 解 題

(1) 問題の背景と研究の意義

近年、環境問題、少子高齢化、地域社会の崩壊など様々な社会的課題が顕在化している。従来これらの課題解決を担ってきた政府／行政は、財政赤字やシステム的な限界（公平性による画一供給・民主主義による小規模ニーズへの不対応）により、現代の社会的課題の解決に十分対応できなくなって

いる。そのような状況で、ソーシャル・ビジネス（ビジネスを利用した社会的課題の解決）が脚光を浴びるようになり、経済産業省でもソーシャル・ビジネス研究会をスタートさせ、支援に乗り出している。

しかしながら、ソーシャル・ビジネスの研究はほとんど進んでおらず、基本的な特徴や基本原理を明らかにする程度にとどまっている。特に環境問題などの社会的課題を根本的に解決するためには個人の理解や意識、習慣などを含む制度変化を必要とするが、それらの研究はほとんど存在しない¹⁾。このソーシャル・ビジネスは、NPO やソーシャル・ベンチャー（社会的課題の解決を目的とした株式会社）のみならず、一般企業の社会的事業を含む概念で、このような捉え方をする国は日本のみである。ゆえに海外での研究蓄積も無いに等しい状況である（大室、2011）。

先に述べたように社会的課題を根本的に解決するため、ステイクホルダーの行動変容を明らかにすることは、ソーシャル・ビジネスの有効性を明らかにするとともに、一般企業における価値創造型企業や価値の共有などの議論に新たな視点を提案できると考える。また、社会的課題にビジネスを利用する意味が初めて議論されることになり、社会運動家から嫌われがちな「市場」の新たな利用方法を提示できるものと考えている。

(2) 本研究の目的と方法

本研究は、ステイクホルダーがなぜ社会的課題を解決することを目的としたソーシャル・ビジネスに参加するのか、そして参加によってなぜ行動が変容するのか、その変容メカニズムがどのようなものなのか、を明らかにし、定量分析の仮説を提示することにある。

研究の手法は定性的研究と定量的研究を組み合わせる。第1に行動変容のダイナミックな動きを明らかにするために定性的な研究手法を活用する。第2に信頼性・追試可能性を追求するために、定性的な研究で明らかになったポイントから、記述的統計を実施し、定量的な研究を実施するための仮説を導出する。定性的な研究手法を導入する理由は、ダイナミックなプロセスを研究する場合にそのプロセスを丹念に分析する必要があり、そのためには定性的調査が適しているとされているからである（沼上、1999；Yin, 1994）。今回利用する定性的調査手法は、面接調査、参与観察、非接触調査（書籍・論文、インタビュー記事、講演録）である。本稿ではこのようにインタビュー調査をベースとした定性的研究とアンケート調査による定量的調査を利用するトライアングレーション（三角測量）を活用する²⁾。

近年の組織論研究においては因果的かつ解釈主義的であるリアリティが求められているため（沼上、2003）、先行研究によって因果的な制御を可能にする視点を抽出し、その後その分析視点からアンケート調査および事例検討を実施する。

アンケート調査は、出資者の関心や出資理由、行動変容の有無、行動変容の理由を概念枠組みに沿っ

て分析する。インタビュー調査は分厚い記述³⁾を実施するために利用する。

(3) 調査の概要

本調査の目的はNPO法人北海道グリーンファンドが建設にかかわった市民風車への出資が、その後の行動に変化を与えるかどうかを明らかにすることである。併せてどのような要因が行動変容に影響を与えているのかを明らかにする。本稿の分析に北海道グリーンファンドの事例を用いる理由は、ソーシャル・ビジネスの中でもっとも有名な事例の一つであることと、市民風車に多くの人が参加していることからアンケートに馴染むと考えたからである。しかしながら、北海道グリーンファンドという単一事例の研究にあって方法論的に問題が生じる可能性はあるが、多数の行為主体に関する記述を伴うので、方法論的に問題は生じないと考えられる(Yin, 1994)。

対象とする出資者は2005年に建設された石狩市の「かぜるちゃん」・「かりんぷう」の出資者を対象とした。その理由は、インタビュー調査およびアンケート調査時点で出資後4年以上が経過しているので、変化の有無があらわれている可能性が高いことが予想されることと、この時に市民風車のビジネスモデルとして確立した、つまり支配的設計⁴⁾が成立したビジネスモデルであることから、北海道のみならず全国から出資が集まると想定できた、この2つの理由からである。

手法としては、インタビュー調査を行い、行動変容の有無とその要因を探ることと、インタビュー調査によって確認した内容をアンケート調査によって統計的に確認することである。

a インタビュー調査の概要

調査手法は、出資者のうち北海道在住者を抽出しアンケート調査を実施し、回答いただいた出資者の中からインタビューに答えてくれる人を募った。このような手法を使った理由は出資者の個人情報を入手することが困難であったことと、市民風車の立地地域に近いことから有用な情報が得られると考えたからである。

- ・抽出調査（北海道在住者 119 名）

郵送によるアンケート調査（2008/6/25～7/10）回答者：67 名 回答率：56.3%

- ・インタビュー調査：13 名 2008/8/5～11/1

b アンケート調査の概要

- ・全数調査（596 人）

郵送によるアンケート調査（2009/2/24～3/31）回答者：330 名 回答率：55.36%

2. 先行研究と分析枠組み

実際の事例分析およびアンケート調査にあたって、分析枠組みから先行研究を分析し、そこから分析する枠組みを抽出した。抽出に当たっては、北海道グリーンファンドがイノベーションを創出するプロセスをエスノグラフィー（民族誌）によって分析した際に発見した企業家とステイクホルダーの相互関係および企業家およびステイクホルダーと組織・ビジネスモデル・商品・制度の相互関係が必要であること（大室、2009）を理由とする。

(1) 分析視点の提示

本稿は、ビジネスを利用した社会的課題の解決への参加がステイクホルダーの行動変容につながり、ビジネスが普及し、制度変化が起こるという一連のダイナミックな事例を分析対象としている（大室、2011）。そこにはステイクホルダーと企業、企業家、商品、ビジネスモデルなどとの相互関係が重要な役割を担っている。

本稿ではステイクホルダーと企業家などの人間や、組織・ビジネスモデル・制度の相互関係を分析枠組みとして、それらの相互関係の経験がどのように行動変容に繋がっているかという視点から考察していく。この分析において組織などの人間以外の存在とステイクホルダーの相互関係を考慮する理由は、ステイクホルダーが経営者や従業員のみならず、風車、市民出資、組織形態に反応し、相互関係をスタートさせているからである。

(2) 先行研究の課題

a 消費者行動変容アプローチ

1980年代から環境配慮行動に関する社会心理学的研究が多く散見されるようになった。この中では環境配慮行動を実施していなかった人が環境配慮行動を実施するようになることを「行動変容」という表現で扱われている。このような行動変容は説得的コミュニケーションの主体となるチェンジェーメントの存在から説明される。この説得に当たって重要となるのが、態度とされている。土田（1992）によれば態度は人々が過去に学習した行動結果に基づき、ある対象や行動に対して感情的に評価され記憶として構造化され、この構造化されたものが態度であるとしている。一方で態度の変容が行動につながらない場合が指摘されている。ここで説得的なコミュニケーションの媒介が焦点となっている。

ここで本稿の目的と類似する NPO の活動と行動変容を扱っている杉浦（2003）の議論を検討しておこう。彼は「環境配慮行動は、誰、あるいはどんな社会にとっての価値（利益）であるのかについての推測が情報の送り手と受け手のコミュニケーションに影響を及ぼす。」と指摘する。つまり、

説得者が環境配慮行動における利益の所在（利他性・利己性）を受け手にどのように伝えるか、また受け手が説得による利益の所在をどのように受け止めるかが重要になる。環境配慮行動の普及段階においては、環境配慮行動による利益が自分とは無関係にとらえられるか、あるいは環境配慮行動を採用しても、その利益が自分に結びつくとは評価できない消費者がマジョリティになるとされている。

一方で行動変容は、チェンジエージェントと消費者との利益が共有されるものか、が判断されると指摘する。具体的な事例としては、市外電話を利用すると環境保全活動に供される基金に積み立てられる事業を展開するエコロジーダイヤルと、リサイクル運動を展開する中部環境リサイクル市民運動の会を利用している。前者は、個人の経済性（電話代が安い、特別な費用が掛からない）と環境保全への貢献の最終的な利益が結びつきにくい。後者は近隣でリサイクルできる仕組みを作ったことで、利益を享受できる市民はそれを利用することができるかとされている。ここでの議論は利益に還元されており、利益に一致しなければ行動変容が起きないと解されている。杉浦もこの点を理解しており、彼は社会的ネットワークによる行動への規範的影響を指摘し、社会的ネットワークによって行動変容を説明しようとしている。

しかしながら、上記のエコロジーダイヤルは、最終的な利益に結びつかないと切り捨てられているが、本稿は逆に結びつかない行動が結果として結びつき、さらに他の分野の社会的課題への関心がもたれるような現象を説明しようとしている。ここで見たように、社会心理学的なアプローチにはコミュニケーションの媒介が必要であるという指摘は、ビジネスがその媒体になると考えられ参考になるが、杉浦（2003）では事例として扱っておきながら、ビジネスアプローチを使った環境配慮行動への変容は議論されず、環境配慮行動に無関心な人たちへのアプローチも「いつの間にかネットワークに取り込まれ……」という記述は見受けられるが、なぜ取り込まれるのかということを議論していない。

b 企業家行動変容アプローチ

一方で企業研究の中で企業家の行動変容を扱っているものに松島（2006）がある。松島は従来のイノベーションの議論が企業の行為能力に還元されることに疑問をもち、技術やものと人間の双方を含む異種混合ネットワークを分析の中心としたアクターネットワークセオリー⁵⁾を利用した議論を展開する。松島は企業家の行為能力が翻訳（アクターが他のアクターを取り込む方法）を通じて変容し、新たな行為能力を取り込み、それがイノベーションの源泉になっていると指摘している。

ただし松島は単にアクターネットワークセオリーを用いて分析するのではなく、従来の翻訳概念がアクターの変容をブラックボックス化していたと批判し、翻訳概念の拡張を主張する。具体的には3つの点を指摘している。第1は翻訳戦略が過去のネットワークから委任されたものであるとともに、その翻訳が成功するにせよ失敗するにせよネットワークの安定化や計画の頓挫といった単線的な帰結

ではなく、さらなる翻訳に接合される。第2には動員されるアクターの可変性であって、アクターはあらかじめ用意された資源のセットではなく、翻訳プロセスの中で様々に姿を変え、その時々役割を与えられることになる。このようにアクターは固定的な側面ではなく、可変的な側面をとらえる方法として、翻訳概念を拡張させる必要がある。第3は翻訳者の行為能力の変容で、翻訳者は自らの翻訳によるネットワークの変容を通じて、新たな行為能力を獲得していくと考えている。

単純化すると企業家の行為能力は人々やビジネスモデル等との出会いを通じて行為能力が変容するということである。このような視点は先の杉浦の社会的ネットワークによる規範的影響という外部からの働きかけを利用しているが、松島は能動的に取り込む過程によって変容を説明しようとしている点が評価できる。

しかしながら、アクターネットワークセオリーでは人間と非人間が同等に扱われ、アクターが他のアクターの特性や意図を都合のよいように読み替えてそれらを動員するが、その読み替えがどのように行われるかを明らかにしていない(青山、2008)。つまりどのような方向に変化するかということ を明らかにできていない。松島もそれを経験的に過去と未来からのネットワークに依存すると述べるにとどまっている。

一方で松島の議論は分析ツールとしては有効と思われるので、このようなアクターネットワークの視点を生かしながらも、ビジネスを通じた行動変容がどのように発生するのかを明らかにしたい。

c 行動変容にかかわる社会学的アプローチ

最後に行動変容のメカニズムに関する社会学のアプローチを検討しておこう。社会学において行為に関するメカニズムの解明は中心的な課題である。ゆえに長い歴史を持って、様々な議論がある。そこで、ここではアクターネットワークセオリーに依拠しながら、アクターネットワークセオリーの欠落する部分を埋める経験をベースにした社会学を検討しておこう。

経験の社会学はDubet(1994)に提唱されたもので、経験をベースにおいた概念である。この理論の特徴は行為者が完全に社会化されているわけではないことと行為者たちの主観性を前提として、ゆえに行為が個人によって異質なものとなり、その異質さは行為が3つの行動原理から成り立っていることを指摘している。その3つとは第1に統合システムで、長い間「共同体」と呼んできたもの、第2に競争システムで、単一あるいは複数の市場であること、第3に文化システムである。そして、個人の行為が異なる理由は、過去の経験に依存して3つの行動原理のバランスが異なるからである。具体的には市場原理の中にどっぷりつかっている人は、競争システムに極端に依存し、統合システムや文化システムの割合が極端に少なく、社会に配慮した行動がとりにくい。これは企業も同様で、企業理念が重要となる所以である。しかしながら、経験の社会学には、アクターネットワークセオリーのオリジナルな視点の非人間との相互関係という視点が欠落している。

d 自然再生や環境ビジネスアプローチ

一方で、これに関連してアクターネットワークセオリーを使って自然再生や環境ビジネス、特に本稿と同じ風力発電事業を分析する丸山（2005）の議論がある。丸山は「よそ者」論をベースに、これらの議論では説明できないダイナミックな環境創造型「つながり」を分析するためにアクターネットワークセオリーを活用している。具体的には「アクターネットワークセオリーを援用することによって、創出された価値を1つの「シナリオ」としてとらえつつ、翻訳の有効性をアクター量、あるいは多様性などで評価可能になると同時に、1つのアクターワールドと他のアクターワールドとの顕在的／潜在的関係を予測することもできる」と述べている。

丸山は分析の中で通常の風車電力事業と市民風車事業の違いについてアクターネットワークセオリーを利用・分析し、後者の方が「価値の多様性や多義性を活用し、全体として多様なアクターが主観的な満足を得るという方向性が提示されている。……結果的には1つの取り組みにおいてより多様な価値が整合的に組み込まれるような仕組みが実現している。」と述べている。

丸山の議論は、多様な価値は整合的に組み込まれる仕組みが実現しているという指摘について異論のないところであるが、この考え方では価値共有あるいは個人価値の実現という視点から多様なステイクホルダーが参加できることが重要という指摘にとどまり、どのようなメカニズムで参加したのか、そして本稿の目的である行動変容について分析できるツールを備えていない。

(3) 分析枠組み

本稿の分析枠組みのポイントは、2つある。第1には人間以外の組織やビジネスモデルなども相互関係の対象として組み込むこと、第2にはダイナミックな行動変容を Dubet（1994）の「経験」をベース分析するという点である。この2点を詳しく提示しておこう。

第1のポイントは、本アンケート調査を実施するにあたって、北海道在住者を対象としたインタビュー調査を実施した際に、風車、風車への記名、NPO という組織形態、市民風車というものに対する反応の声が多く聞かれたので、分析枠組みとして活用する必要があると考えた。従来のネットワーク論は基本的に人間同士の相互関係を対象としているが、先に紹介したアクターネットワークセオリーは人間／非人間の相互関係を分析対象として、特にものに対する翻訳（解釈）に特徴をもつ分析ツールである。しかしながら、この理論は自由に解釈できてしまう欠点をもつが、松島（2006）の「過去のネットワークからの委任」つまり経験によって解釈の方向性が決定され、制御された理論となる。一方で、松島（2006）も企業家の自己変容はブラックボックス化しているという課題が残されている。

そこで2つの目の分析ポイントが必要となる。この自己変容をどのようなツールでダイナミックに分析できるかということである。それが Dubet（1994）の経験の社会学である。この理論の特徴

は、「行為」ではなく「経験」という表現を利用しているところにある。その理由は、行為というものは単純なものではなく、行為者は完全に社会化されておらず、統合システム、競争システム、文化システムという3つから成りたつ異質な存在と考え、その構成割合は個人の経験に依存し、経験を加算するたびにその構成が変化し、解釈も行動も変化すると考えている。ただし、その3つの行為原理のいずれかに中心があるのではなく、あくまでもI（私）に中心をもち、I（私）がワーク（3つの論理を結び付ける活動）することによって解釈や行動が変化すると考えられている。

3つの行動原理を確認しておこう。統合システムは社会学の中で共同体の論理とされてきたもので、社会的属性とされるものである。それは個人が属する共同体のアイデンティティの影響を受けているということである。競争システムとは社会を競争的な交換システムととらえ、各自が利己的な利害を追求するように行為する。一般的には市場を利用した利己的行為ととらえる。文化とは価値という言葉で定義され、伝統や功利性に還元できない主体が構成する個人のアイデンティティというべきものである。本稿ではこのような2つの論理を併用しながらアンケートおよびインタビュー調査を分析する。

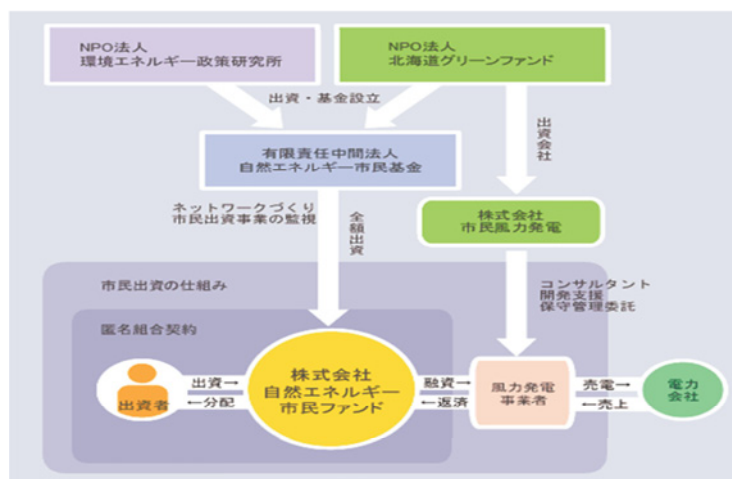
3. アンケートおよびインタビュー調査分析結果

ここではまずアンケート調査の概要を明示し、出資動機と行動変容の状況について確認していこう。なお、インタビュー調査の結果は補完的に利用する。

(1) 事例概要

NPO法人北海道グリーンファンドは、反原発運動を展開してきた生活クラブ生活協同組合北海道

図表1 北海道グリーンファンド 市民風力発電所事業スキーム図



出典：北海道グリーンファンドホームページ

がその手法に限界を感じ、社会運動のオルタナティブを求めて設立された。北海道グリーンファンドは自然エネルギーの普及を目的とし、日本で初めて市民出資（匿名組合制度の利用）の手法を使って風車（市民風車）を全国に建設するビジネスを展開し、現在 22 本の市民風車を運営している。市民風車事業は、北海道グリーンファンドが市民風車の事業主体を担い、子会社である㈱市民風力発電が市民風力発電施設の計画・施工・管理をおこない、㈱自然エネルギー市民ファンドが資金調達をおこなうという役割分担からなる組織を構成している。北海道以外の地域（秋田、青森、千葉、茨城、輪島等）は、各地域の NPO が市民風車事業主体となり、北海道グリーンファンドグループがこれらの NPO を支えるという構造になっている。これを図示したものが図表 1 である。

本稿の調査対象とした風車の所在地は図表 2 のように石狩市で建設された第 4・5 号機である。このビジネスモデルは東日本を中心に全国に広がっていると同時に、太陽光発電等の他の発電システムにも同様のビジネスモデルを活用するようになってきている。

図表 2 対象市民風車の所在地

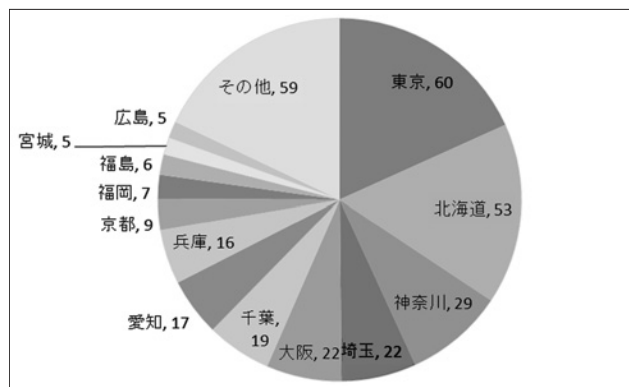


(2) アンケート調査結果

a 出資者の基本属性

まず出資者の基本情報を確認しておこう。出資者の居住地は、地元北海道の他に東京を中心とした関東地域と大阪、兵庫を中心とした大都市圏に集中していた。これは後述する出資の動機や情報の入手先の関係からカタログハウスの影響が多く出ている結果である。

図表 3 都道府県別出資者数



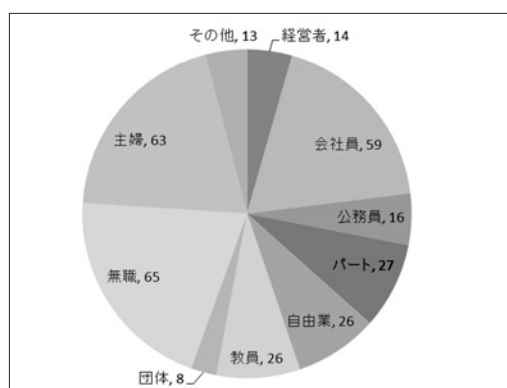
また、出資者のいない県は、岩手、群馬、石川、和歌山、宮崎、熊本、大分の 7 県のみとなっており、全国から出資されたことがわかる。出資者の年齢は、平均年齢 55.6 歳で、最少 27 歳、最大 84 歳、中点 57 歳となっている。また、男女比は、男性 41.3%、女性 58.7%である。

出資額は、50 万円一口で募集をかけている。1,000 万円超が 3 人、500

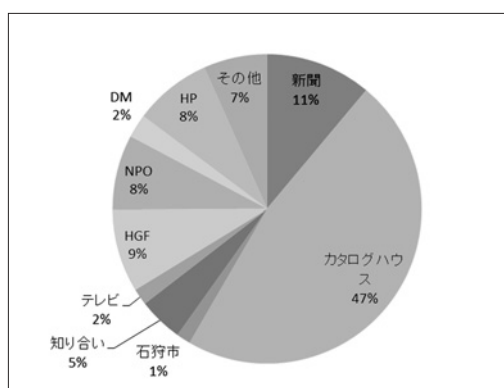
万円～1,000万円未満が3人、100万円～500万円未満が141人、50万円～100万円未満が185人という結果になった（未記載が1名）。

次に出資者の職業と情報入手媒体について確認しておこう。図表4のように無職、主婦が全体の38%を占め、続いて職業をもつ経営者等が49%という状況になっている。次に情報入手媒体について見てみると、図表5のようにカタログハウスが47%で約半数がカタログハウスユーザーとなっている。その他には新聞（北海道新聞他）（11%）、北海道グリーンファンド（9%）、NPO（8%）が続いている。情報の入手先としては新聞やテレビなどのメディアは強くでない状況が伺える。

図表4 職業別出資者数



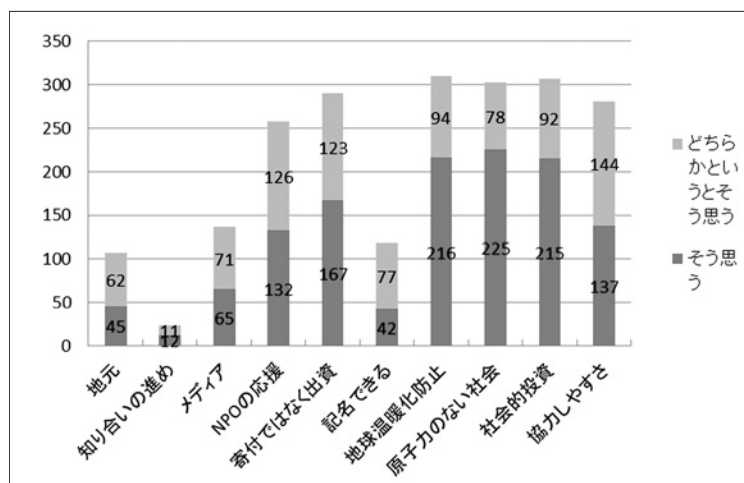
図表5 媒体別情報入手先数



b 出資動機・出資理由・行動変容

次になぜ市民風車に出資しようと思ったのかという出資動機を確認していこう。

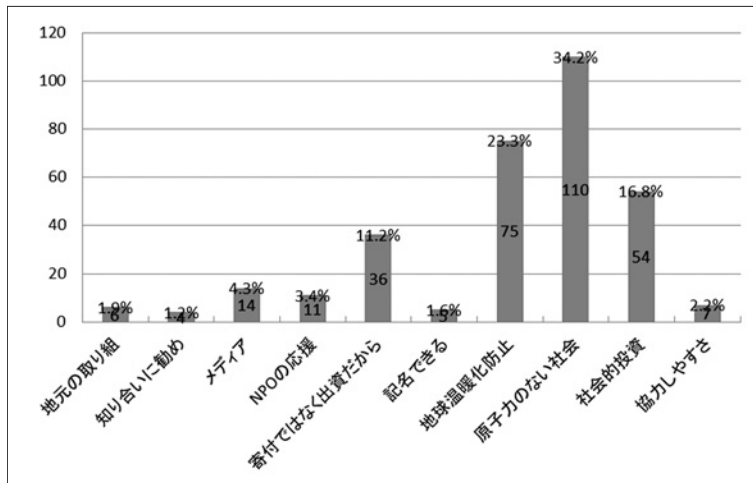
図表6 関心を持った理由



図表6のように、その関心は多様で、多くの人が関心をもった項目としては、「地球温暖化防止」、「社会的投資」、「原子力のない社会」、「協力のしやすさ」、「寄付ではなく出資」、「NPOの応援」をあげている。このように環境問題に関心のある人から、NPOの応援まで多様な側面と同時

に複数の項目に関心を寄せていることがわかる。ここからは多様な参加動機、つまり個人の指向によって関心の入り口が異なっており、分析視点からみると個人の視点や行動原理の構成が異なっていることが想定される。

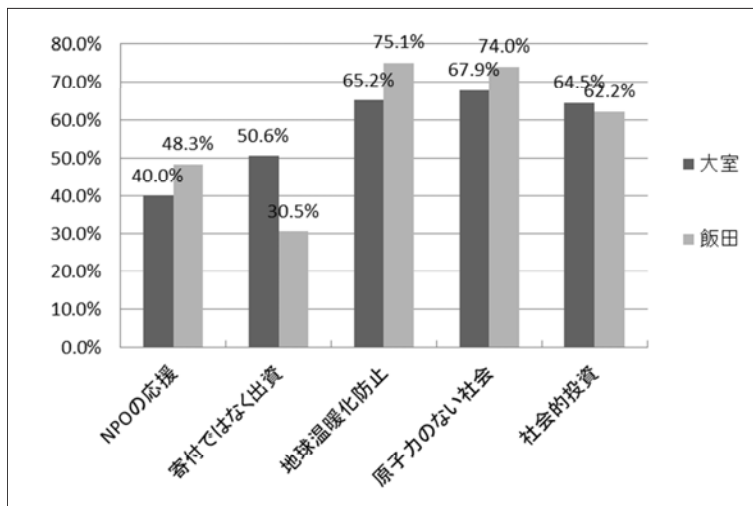
図表 7 関心の中でもっとも大きな理由



しかし、決定的な理由は図表 7 のように、「地球温暖化防止」、「原子力のない社会」、「社会的投資」が三大要素となっており、「寄付ではなく出資」を含めた上位 4 つが投資を利用した社会的課題の解決というところに集約される。ここからも必ずしも環境問題という側面や社会的課題にかかわる動機のみならず、

投資という商品进行评估している側面も確認できる。このような社会的課題への投資は SRI (Socially Responsible Investment) といわれ、今回の出資もその一種でもある。このように社会性のみならず経済性という側面からも関心を寄せている。

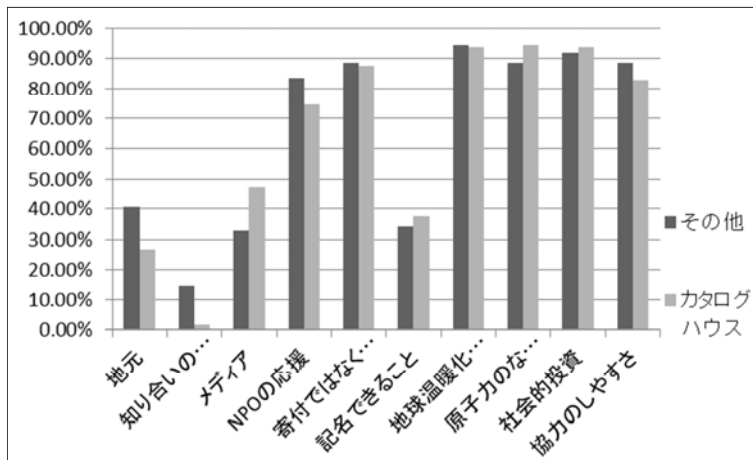
図表 8 関心の度合い比較



この関心の度合いを本稿同様に調査した飯田他 (2004) と比較したもの⁶⁾が図表 8 である。これをみると「NPO の応援」、「地球温暖化防止」、「原子力のない社会」などが減少し、「寄付ではなく出資」が大幅に増加し、「社会的投資」が増加している。従来の出資者と比較して、ここでも環境問題のみならず寄付

ではなく出資や社会的投資への関心に意識が向くように変化していると見ることができる。このように初期の出資者と比較しても、投資の市場性や社会的投資に関心が寄せられていることがわかる。また、飯田の調査において、本調査では質問項目にしなかった「配当に期待」に関心を寄せる人は25%程度となっており、そこからビジネスモデルが確立し多様な価値観を持った人が出資していることがわかる。

図表9 情報入手先別関心度合

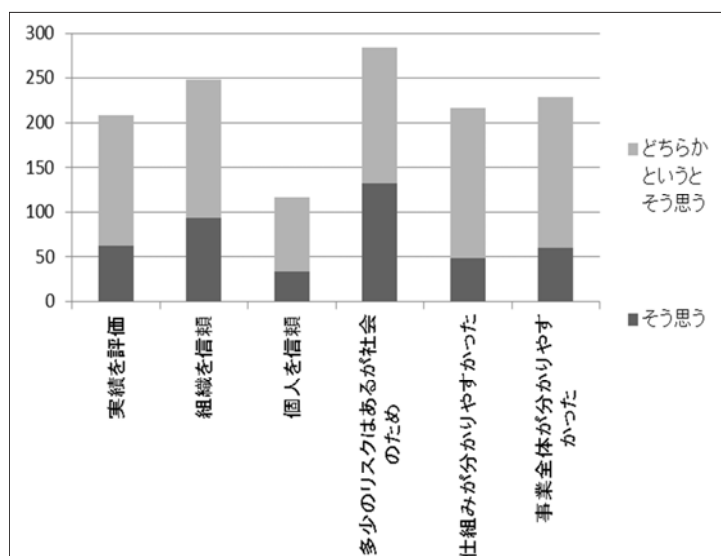


今回の調査は、カタログハウスからの出資が多く、バイアスがかかる可能性がある。それを回避するためカタログハウスからの出資者とその他の出資者を分けて関心度合いを確認しておこう。図表9で情報入手先の約半数を占めるカタログハウスからの出資者とその他の出資者の関心をを持った理由を割合で比較

してみると「メディア」と「知り合いのすすめ」、「地元の取り組み」に違いが出ている。カタログハウスからの出資者は「原子力ない社会」、「地球温暖化防止」、「社会的投資」、「寄付ではなく出資」という視点から出資を決めていることがわかる。両者の違いはカタログハウス以外の出資者たちが同じような傾向を示すが、「地球温暖化防止」が少なく「記名できること」が突出して多い。他の3つはカタログハウスからの出資者に比較して少ない。

次に出資を決めた理由を見ておこう。出資を決めた理由は「多少のリスクはあるが社会のために」という理由が最も多かった。さらに事業全体や実績の評価といった事業内容に加え、「組織を信頼」が2番目に多く、関心とは別に出資を決める際には、事業を展開する上で当然ながら事業や組織の信頼性にも関心を寄せていることがわかる。本事例の市民風車に出資するという行為は、最終的に多少のリスクを取りながら市場原理の中で意思決定されているのがよくわかる。その他の理由として「カタログハウスへの信頼」、「著名人の名前があった」などの機関や個人への信頼、「金融機関以外でお金を活用したかった」や「NPOへの不信感」などの既存の企業やNPOへの不信などが挙げられていた。つまり、ここでは組織形態に反応して出資を決めた人々もいた。

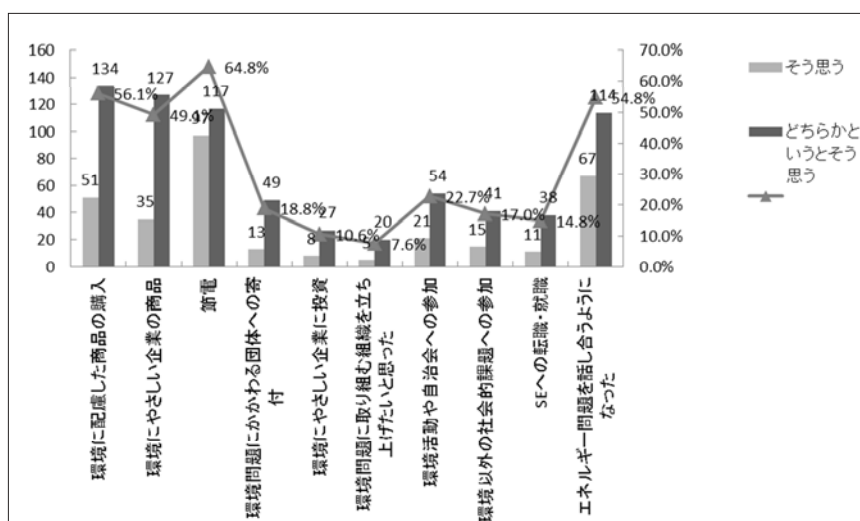
図表 10 出資を決めた理由



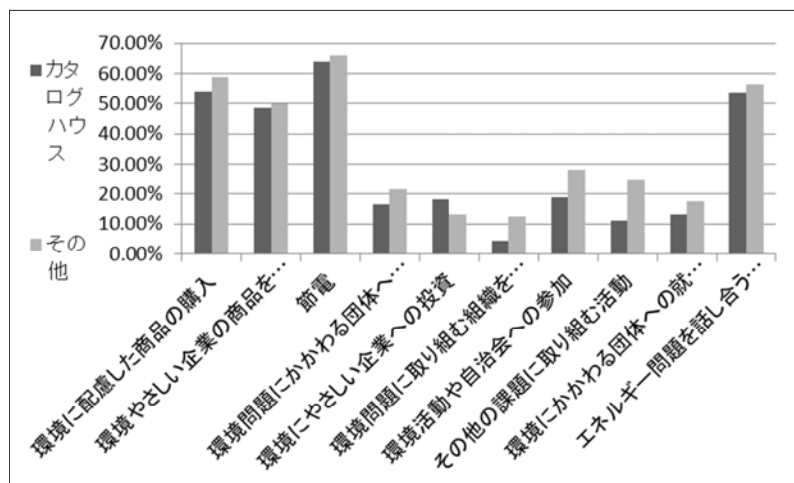
最後に、出資者の出資後の行動変容について確認していこう。出資前後で環境配慮行動をとらなかった人は存在せず、出資後行動変容なしの人が51名のみで、すべてカタログハウス経由で出資のあった人々である。市民風車の出資によって行動変容が起こったと感じている出資者は279名（出資以前は配慮行動無し4名）であった。具体的行動は、図11のように、こまめに節電する（64.8%）、環境

に配慮した商品の購入（56.1%）、エネルギー問題を話し合うようになった（54.8%）、環境にやさしい企業の商品の購入（49.9%）の行動変容が顕著に見られた。その他にも環境活動や自治会への参加（22.7%）、環境問題にかかわる団体への寄付（18.8%）、環境以外の社会的課題への参加（17.0%）の項目に20%前後の人がかかわるようになっていた。このように総じて行動が変化していると感じている人が多数を占めた。

図表 11 出資後行動変容



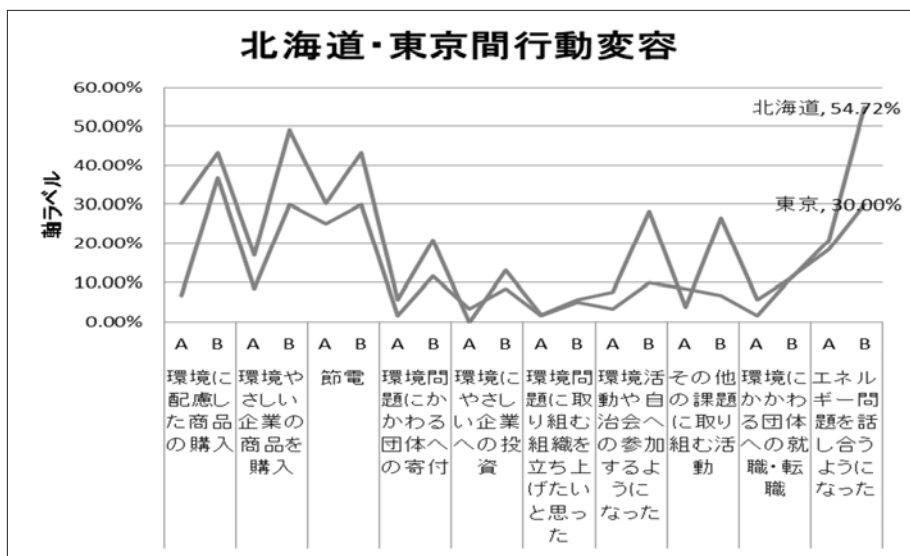
図表 12 情報入手先別行動変容



再度カタログハウスからの出資者とその他の出資者の出資後の行動変容を図表 12 で確認していこう。カタログハウスのユーザーはすべての人が以前から環境配慮行動をとっている、環境意識が高いと考えられる。ゆえに、その他の人々は多様な媒体から、図表

6 のように多様な関心を見出して出資している、出資後行動変容する人の割合が増加したと考えられる。特に、その他の情報入手先の出資者は「環境問題に取り組む組織を立ち上げたいと思う」、「環境活動や自治会の活動に参加するようになった」、「その他の課題に取り組む活動」という直接的な活動に参加するような行動変容が顕著に表れる。さらに回答者がほぼ同数でカタログハウスのユーザーが少ない北海道居住者と東京都居住者を比べてみるとその傾向は顕著にみられる（北海道居住者 55 人のうち、44 人がカタログハウスとは無関係の情報をきっかけとしている）。それを図表 13 で確

図表 13 北海道・東京居住者行動変容比較



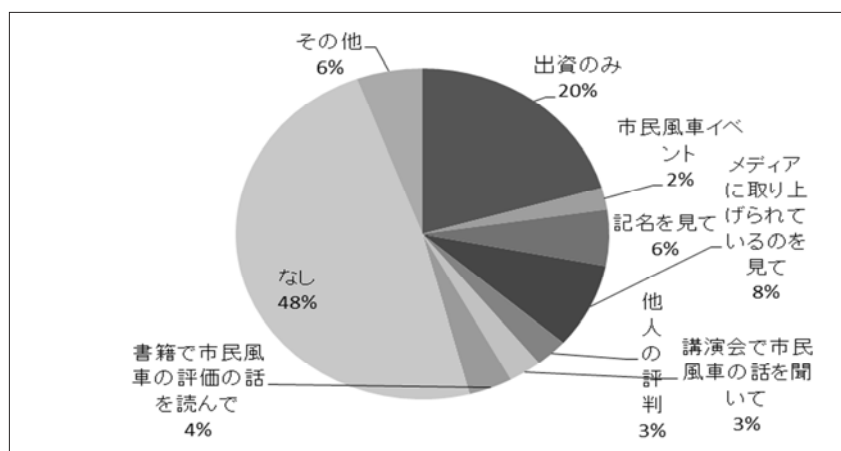
認すると、北海道居住者が東京居住者に比べて全体的に行動変容の割合が大きく、特に「環境活動や自治会への活動に参加する」と「環境問題にかかわる団体への就職・転職」に大きな違いが出てきている。

ではなぜこのような行動変容につながったのか。その理由を確認しておこう。もっとも多いのが「特にきっかけはない」、2番目に多いのが「出資のみ」ということであった。その他の131人は2次的にメディア等に触れた結果、行動変容が起きていることがわかる。さらに図表15のように一般的に環境意識が低いといわれる北海道の出資者に限ってみると状況が大きく変化する。それはきっかけがないと答えた人が10%に減少し、出資、あるいはメディアや評判などをきっかけとして行動が変容していると答えている。

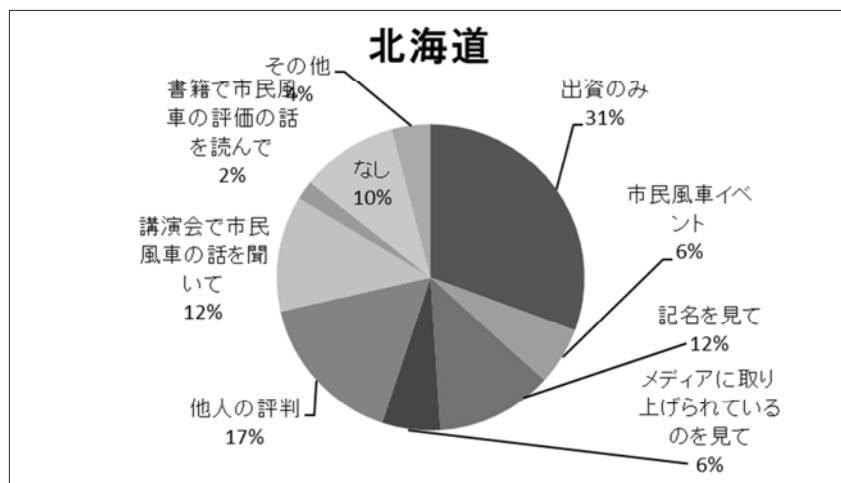
さらにインタビュー調査で確認したところ、「壊れたり止まったりしているのを新聞などで見たり、報告書をもらったとき環境問題への意識はより強まった」、「寄付はその場で終わってしまう感覚があるが、出資はリスクを伴うので関心が持続することによって、いつのまにか環境問題が気になるようになった」、「市民風車はシンボリック的存在で、出資したことで参加できる満足感が、省エネを考えさせるようになった」「出資によって社会に貢献した満足感から、町内会の活動に関わるようになった」といった意見が確認できた。このような結果は風車が身近にあるため、地元でメディアが取り上げたり、講演会等が開催されたりしていることなどで、確認できる機会が多いからと考えられる。このような現象は杉浦（2003）でも同様のことが指摘されている。よって、行動変容についてはメディアを含めた他者の評価が後押ししていることがわかった。

また、出資であるとか、投資といった項目が増加している理由は、インタビュー調査によれば、「仕事が忙しくなかなか環境問題や社会貢献できないが、出資であれば貢献できる」という回答が多

図表 14 行動変容のきっかけ（全国）



図表 15 行動変容のきっかけ（北海道）



かった。このような個人の状況によって参加できる手段をつくっていくことが、多くの人々を社会的課題に参加させることになっていくと考えられる。

4. ディスカッション

ここでは上記のアンケート結果について、経験を構成する3つの行動原理の視点から紐解いていこう。Dubet（1994、日本語版 P87）によれば、経験とは体験の1つのあり方、行為者が自分の主観性を発見しながらも本当には自らのものにならないほど十分な強さで感情的状態によって侵害されることをいう。経験とは認知的活動であり、現実を構築する1つのやり方、特に現実を「証明」したり、実験したりすることである。一方で個人は完全に社会化されない社会的構築物である。ゆえに、行動は同質化されず、多様なパターンをもった異質な個人をつくる。先にふれたように、その異質さは次の3つの行動原理（統合システム、競争システム、文化システム）からなり、個人の行動が異なるのは過去の経験に依存して3つの行動原理のバランスが異なるからである。本稿ではこのような視点から出資行動と行動変容が説明できるかを確認しておこう。

(1) 出資動機

本稿では出資動機を「出資の関心」と「出資を決めた理由」という2つの視点からアンケート調査を確認した。まず「出資の関心」については、環境問題にアプローチする風車事業への関心は3つの点で多様であることが確認できる。

第1には以前の調査と比較して、直接環境問題とは関係ないSRIの項目が伸びているという側面である。これは社会性のみならず、経済性の側面からも出資者を集めているということも言える。こ

のような傾向を「出資を決めた理由」で見ると、「原子力のない社会」と「地球温暖化防止」が上位を占め、次に先に指摘した SRI が次にくる。この結果から確認できるのは環境問題を解決したいと考えている人が大勢を占める一方で、環境問題に限らず社会に貢献する投資だからという視点が重要になってきている。

第 2 には同じ社会投資でも「寄付ではなく出資だから」という理由で出資した人は、インタビュー調査によると社会的投資などとは、少しモチベーションが異なっている。その理由は「以前から社会的課題の解決に関心があり、社会的課題に貢献する組織を応援しようと思ったが、NPO という形態がどうも信用ならない、あるいは寄付だと継続的にかかわることができない」という理由を挙げる。つまり組織形態や制度を解釈し判断していることがわかる。

第 3 には先に触れたように出資動機には「配当がよいから」という理由のみで出資している人もおり、ソーシャル・ビジネスを展開する上では社会性のみならず経済性も重要な視点であることがわかる。また出資を決めた理由にもあるように組織や個人を信頼したり、事業そのものを評価するという視点が確認できる。

経験の社会学の視点からアンケート結果を解釈してみると、競争システムを重視する人々は「配当がよいから」や「寄付ではなく出資」という視点から、文化システムを重視する人々は「原子力のない社会」、「地球温暖化防止が」や「NPO の応援」という視点から、SRI は競争システムと文化システムの両方を重視する人々、統合システムを重視する人々は「地元の活動」だからという視点を重視すると解釈ができる。

相互関係という視点では、企業や従業員との相互関係のみならず、NPO の形態、出資や事業といったビジネスモデル、継続的な関係などから関係がもたれ、社会的課題の解決というネットワークに組み込まれていることがわかる。

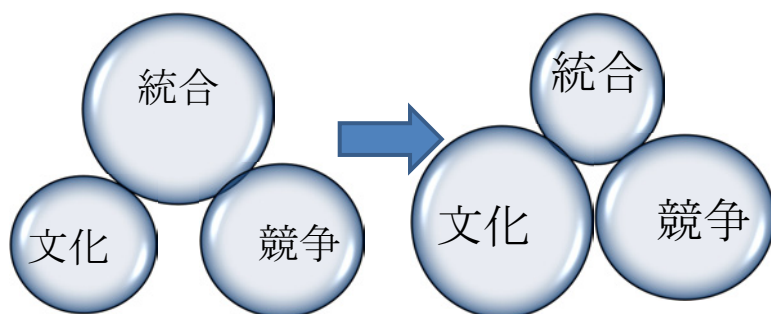
(2) 行動変容の有無

行動変容に関しては、個人の認識において、ほとんどすべての人に変化が生じている。特に「環境に配慮した商品の購入」、「環境にやさしい企業の商品を購入」、「エネルギー問題を話し合うようになった」の項目は大半の人が取り組むようになっている。少数ではあるが、先に述べたように北海道の地域においては「環境活動や自治会に参加するようになった」、「その他の課題の解決に取り組むようになった」、「環境問題にかかわる団体への就職・転職をしようと思った」という直接的な行動変容や他分野への行動が強く出ている人もいる。また、経済的な側面から出資した人も、いつの間にか行動変容するという結果がでている。少なくとも何らかのきっかけで出資した人は、風力発電事業と継続的にかかわることで、松浦（2003）の指摘するように行動変容の土壌が出来上がっていったと考えられる。

ではこのような行動変容がなぜ起きたのだろうか。なぜ行動変容が起きたのか確認したところ、全体として約半分の人がきっかけはないと答えているが、その他の半分は出資、メディア、他人の評価などから改めて自分の行動を顧みて変化している。さらに先にもふれたように、この傾向はメディアの取り上げる回数が多いことや実物が近くにあることから北海道の居住する出資者に強い傾向がある。この結果からは出資という経験、加えて他者の評価が行動変容を後押ししているとみることができる。

上記を経験の社会学から分析してみると、出資以前の行動原理のバランスが、継続的なかわりや他の人々からの評価などという経験を通じて変化していることがわかる。具体的には、図表 16 のように北海道の人々は全体として環境に配慮しない人が多いといわれるように行動が統合システムに大きく影響されていたとすると、出資を通じて文化システムを取り入れて環境配慮行動をとるようになり、配当しか興味なかった人々が継続的にかかわることによって自然エネルギーに興味を持ち環境配慮行動をとるようになり（インタビュー A 氏）、競争システムの割合が減少し文化システムの割合が増加していると考えられる。

図表 16 行動原理のバランスの変化



(3) 行動変容のメカニズム

最後にこれらの結果を踏まえ、冒頭で示した概念枠組みを使い行動変容のメカニズムを検討していこう。

a 関心およびネットワークへの取り込み

本事例では、それぞれのステイクホルダーがそれぞれの関心に基づいて、市民風車事業に出資したということを明らかにした。ここでのポイントは関心を持った理由が多様であるということである。これは人との関係のみならず、風車、組織形態やビジネスモデルとの多様な側面に関心を持ったからである。

一方で、出資に至った理由は事業や組織の評価とともに社会的に重要であるからが多数である。こ

こでも経済性と社会性という両方の側面を有することでネットワークに取り込まれていると解することができる。ここで言えることはソーシャル・ビジネスが多様な行動原理の組み合わせをもつ人々に反応できるようなビジネススタイルであることと、ビジネスである以上経済性を担保する必要がある、ということである。

また、環境問題に強く関心をもつカタログハウスのユーザーが参加した風車が初めて出資予定数を確保できたという本事例からいえることは、海のもとも山のものとも分からない事業を展開する場合には、カタログハウスのユーザーのように社会指向の強いユーザー（社会指向型ステイクホルダー）を探し、ネットワークに取り込む戦略を立てる必要があるということである。

b 経験の蓄積による行動原理のバランス変化と認識や解釈の変化

これは先に行動変容で述べたように、出資をすることによって環境問題に継続的にかかわることとなり、その中で様々な経験を蓄積し、3つの行動原理のバランスが変化（多くの場合には文化システムの比重が増加する）している。

この結果、認識や解釈も変化する。たとえば、配当がよかったから出資したと答えたB氏は出資以降「風力発電政策やバードストライク（風力発電施設に野鳥が衝突して死亡すること）の問題が気になり始めた」（インタビューB氏）といったように認識が変化し、環境配慮行動をとるようになった。つまり、単に行動が変容するのみならず、経験の蓄積が認識や解釈の変化を生み、それが行動変容に繋がっていることがわかる。

上記の議論から、出資者は人々やビジネスモデル等との相互関係を通じて、ネットワークに取り込まれ、一定期間の経過ののち3つの行動原理のバランスが変化しており、そこから認識や解釈が変化し、行為が変化すると解される。これを図示すると図表17のようになる。ただし、このように線形で進むのではなく、非線形あるいは逆戻りする場合も想定される。

図表 17 行動変容のプロセス

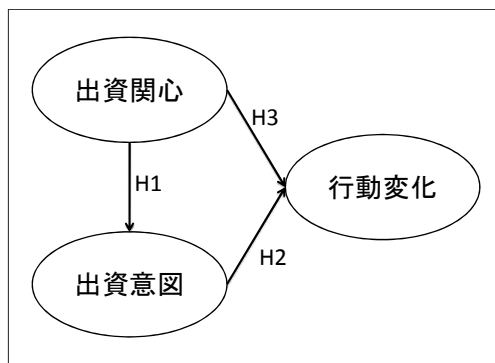


(4) 仮説の提示

ここまでは記述統計で分析を行い、分析で得た結果を図表17のように行動変容のプロセスとしてまとめた。次の目的が行動変容プロセスを一般化することであり、定量分析を実施することであった。そこで定量分析を実施するための仮説を導出し、本論を締めくくる。

ここまで、様々な関心や意図を持った出資が結果として環境配慮行動をとるように出資者の行動変容を確認し、合わせて行動変容のメカニズムやプロセスを明らかにした。この結果から以下のような仮説モデルと仮説が導出できる。これは全体のマクロ的な変化を定量的に証明することを意図しており、今後はこの仮説モデルに行動変容メカニズムの証明を加える。

a 仮説モデル



b 作業仮説

H1：出資する際の関心は、出資する際の意図へ正の影響を与える。

H2：出資する際の意図は、出資後の行動変化へ正の影響を与える。

H3：出資する際の関心は、出資後の行動変化へ正の影響を与える。

5. おわりに

本稿では出資による行動変容を前提として、その経験概念からそのメカニズムを明らかにし、定量分析のための仮説を提示した。今後は仮説モデルをベースに定量分析を進め、今回明らかにした行動変容プロセスを定量的に明らかにしていきたい。

また、このモデルをベースにソーシャル・ビジネスを分析してみると、ソーシャル・ビジネスは誰もが経験したことのある市場での商品やサービスの購買行動あるいは出資行動を利用して、社会的課題の解決に貢献させることはもちろん、全く関心の無かった人々を社会的課題の解決にかかわろうとさせるツールとなっていることがわかる。ゆえになぜ社会的課題の解決にビジネスを活用するのかという問いかけに対して、「人々の経験の最大公約数の「市場」を利用して、社会的課題の根本的解決を図る」ことと、解される。このようにこのモデルの一般化がソーシャル・ビジネスの本質を証明することにもなると考える。

謝辞

本研究の一部は、公益財団法人住友財団「環境助成研究（2007）」および日本学術振興会「科学研究費補助金基盤研究(c)（課題番号 22530439、研究代表者：大室悦賀）」の支援を受けている。また、共分散構造分析は千葉商科大学大平修司准教授のご協力による。またソーシャル・イノベーション研究会（代表谷本寛治）の皆様には多くのご指摘をいただいた。ここに記して謝意を表したい。

注

- 1) ソーシャル・イノベーションの議論の中でマクロな視点からの制度変化を扱った Hamalainen (2007) の議論は存在するが、本稿のようなミクロな視点の積み上げとしての議論は存在しない。
- 2) 佐藤 (2002) を参照されたい。
- 3) 佐藤 (2002、296-300) によれば、現地の文化や社会生活の文脈に根差した意味の解釈という意味あいに加えて、「たまたまかけのような証拠の提示」という意味で用いられる。
- 4) Utterback (1994) によれば、イノベーションを動学的にとらえると発展段階では流動、遷移、特殊化段階に区別遷移する。この時市場が製品イノベーションを受け入れた段階を支配的設計と考えている。
- 5) アクターネットワークセオリーは 1980 年代後半ごろから Latour らによって開発された理論である。現在ではイノベーション研究、特に情報システムのイノベーションの分析理論として活用されている。たとえば Tantnall, A (2011) *Actor-Network Theory and Technology Innovation: Advancements and New Concepts*, Hershey などがある。ただし、理論といってもダイナミックなプロセスを記述するための理論である。
- 6) 共通する調査項目のみを比較している。

参考文献

- 青山征彦 (2008) 「アクターネットワーク理論が可視/不可視にするもの：エージェンシーをめぐる」『駿河台大学論叢』(35), pp. 175-185.
- Dubet, F (1994) *Sociologie de l'expérience*, Editions du Seuil (山下雅之監訳『経験の社会学』新泉社、2011 年).
- Hamalainen, T (2007), "Social Innovation, structural adjustment and economic performance", Hamalainen, T. J and Heiskala, R (eds), *Social Innovation, Institutional change and economic performance*, Edward Elgar Publishing, Inc.
- 広瀬幸雄 (1995) 『環境と消費の社会心理学』名古屋大学出版会
- 飯田哲也・丸山康司・鈴木亨・長谷川公一 (2004) 『市民主体型のエネルギー政策に関する研究』
http://www.isep.or.jp/library/040802_coop_report.pdf
- Latour, B (1987), *Science in Action*, Harvard University Press.
- 松島登 (2006) 「企業家による翻訳戦略：アクターネットワーク理論における翻訳概念の拡張」土橋臣吾・上野直樹編『科学技術実践のフィールドワーク——ハイブリッドのデザイン』、せりか書房
- 丸山康司 (2005) 「環境創造における社会のダイナミズム——風力発電事業へのアクターネットワーク理論の適用」『環境社会学研究』(11), pp. 131-144.
- 丸山康司 (2004) 「環境問題と社会的持続可能性——市民風車事業における社会的ネットワーク——」『家

- 計経済研究』63, pp. 32-40.
- 西城戸誠・丸山康司（2006）「「市民風車」に誰が出資したのか？——市民風車出資者の比較調査——」『京都教育大学』No. 108, pp. 115-135.
- 沼上幹（2003）「組織現象における因果的連関・信念・反証的学習：組織の分権化を題材として」『組織科学』Vol. 37, No. 2, pp. 4-16.
- 沼上幹（1999）『液晶ディスプレイの技術革新史——行為連鎖システムとしての技術』白桃書房
- 大室悦賀（2011）『ソーシャル・ビジネス：地域の課題をビジネスで解決する』中央経済社
- 大室悦賀（2009）「ソーシャルイノベーション：北海道グリーンファンドを事例として」京都産業大学『京都マネジメントレビュー』no. 16, pp. 13-40.
- 佐藤郁也（2002）『フィールドワークの技法』新曜社
- 杉浦淳吉（2003）『環境配慮の社会心理学』ナカニシヤ出版
- 谷本寛治（2009）「ソーシャル・ビジネスとソーシャル・イノベーション」一橋大学イノベーション研究センター『一橋ビジネスレビュー』東洋経済新報社
- 谷本寛治編（2006）『ソーシャル・エンタープライズ：社会的企業の台頭』中央経済社
- 土田昭司（1992）「社会的態度研究の展望」、『社会心理学研究』7, pp. 147-162.
- Utterback, J.M (1994), *Mastering the Dynamics of Innovation: How Companies can seize Opportunities in the face of Technology Change*, Harvard Business School Press.
- Yin, R.K. (1994) *Case Study Research 2nd ed*, Sage Publications, Inc.（近藤公彦訳（1996）『ケース・スタディの方法：第2版』千倉書房）

資料：アンケート用紙

[illegible]

問 4 : 市民風車への出資に関心をもった理由の中で、一番の誘引には1つだけ右端の欄に <u>マル</u> をつけてください。									
1	地元の取り組みだから								
2	知り合いに勧められたから								
3	テレビ、新聞、雑誌で紹介されていたから								
4	市民（NPO）の活動を応援したいから								
5	寄付ではなく、出資だったから								
6	風車に記名できるから								
7	地球温暖化を少しでも食い止めたいと思ったから								
8	原子力エネルギーに依存しない社会を作りたいから								
9	社会に役立つ目的に投資したいから								
10	他の環境活動よりも協力しやすいと思ったから								
11	その他（								）
問 5 : 最終的に出資を決めた理由は何ですか									
それぞれについて、もっとも近いところにマルをつけてください									
						そう思う	どちらかという そう思う	どちらかという そう思わない	そう思わない
1	これまでの市民風車事業の実績を評価して					1-----	2-----	3-----	4-----
2	事業を実施・計画した組織を信頼して					1-----	2-----	3-----	4-----
3	事業を実施・計画してきた個人を信頼して					1-----	2-----	3-----	4-----
4	多少のリスクはあるが社会のために必要だから					1-----	2-----	3-----	4-----
5	出資・配当の仕組みがわかりやすかったから					1-----	2-----	3-----	4-----
6	市民風車事業全体がわかりやすいから					1-----	2-----	3-----	4-----
7	その他（具体的に：								）
問 6 : 市民風車事業への出資をきっかけとして、あなたの行動に変化がありましたか？									
それぞれについて、もっとも近いところにマルをつけてください									
						なった	どちらかという なった	どちらかという なっていない	なっていない
1	リサイクル・リユース・リデュースの環境に配慮した商品を買うようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
2	環境にやさしい活動をしている企業の製品を積極的に買うようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
3	家の中の電気製品はスイッチをこまめに消して電気を節約するようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
4	環境問題に取り組んでいる団体に、寄付をするようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
5	環境にやさしい活動を積極的に展開する企業の株式や投資信託を購入するようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
6	環境問題に取り組むため、必要となる組織（NPO・株式会社）を立ち上げたいと思うようになった。					1-----	2-----	3-----	4-----
7	環境問題に取り組む組織や自治会の活動に参加するようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
8	環境以外の社会的課題（格差問題など）に取り組む活動に参加するようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
9	社会的課題の解決に積極的な企業やNPOに就職・転職したいと思うようになった					1-----	2-----	3-----	4-----
10	エネルギー問題を身近な人と話し合うようになった					1-----	2-----	3-----	4-----

問7	投資をする以前から下記のようなことをやっていたという方は、あてはまるすべての項目欄にマルをつけてください				
1	リサイクル・リユース・リデュースの環境に配慮した商品を買うようになった				
2	環境にやさしい活動をしている企業の製品を積極的に買うようになった				
3	家の中の電気製品はスイッチをこまめに消して電気を節約するようになった				
4	環境問題に取り組んでいる団体に、寄付をするようになった				
5	環境にやさしい活動を積極的に展開する企業の株式や投資信託を購入するようになった				
6	環境問題に取り組むため、必要となる組織（NPO・株式会社）を立ち上げたいと思うようになった。				
7	環境問題に取り組む組織や自治会の活動に参加するようになった				
8	環境以外の社会的課題（格差問題など）に取り組む活動に参加するようになった				
9	社会的課題の解決に積極的な企業やNPOに就職・転職したいと思うようになった				
10	エネルギー問題を身近な人と話し合うようになった				
問8	：上記の変化をもたらした直接のきっかけは何ですか 当てはまるものすべてにマルをつけてください				
1	出資のみ				
2	市民風車事業主のイベントへの参加（イベント名：				）
3	風車に自分や家族の名前が記載されているのを見て				
4	市民風車がメディアに取り上げているのを見て（メディア名：				）
5	他の人から市民風車の評判を聞いて（具体的に：				）
6	講演会で市民風車の話を聞いて（講演会名：				）
7	書籍で市民風車の評価の話を読んで（書籍名：				）
8	以前からやっていたので特に変化は無い				
9	その他（具体的に：				）

Behavior modification and participating motivation of stakeholder in solving social problems using business

— The case of Hokkaido Green Fund —

Nobuyoshi OHMURO

A Table of Contents

1. Review of subject
2. Conceptual framework and previous studies
3. Research results of questionnaires and interviews
 - (1) Case summary
 - (2) Structural Equation analysis
 - (3) Survey Results
4. Discussion
 - (1) Investment incentive
 - (2) Behavior modification
 - (3) The mechanism of Behavior modification
5. Conclusion
- Reference
- Material

Keywords : Social business, Triangulation, Actor network theory, Sociology of experience, Stakeholder