

Title	社会的企業の定式化
Sub Title	A microeconomic formulation of social enterprises
Author	塩澤, 修平(Shiozawa, Shuhei)
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	2013
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.106, No.3 (2013. 10) ,p.357(35)- 368(46)
JaLC DOI	10.14991/001.20131001-0035
Abstract	一般に社会的企業とは(i)社会性, (ii)事業性(継続性), (iii)革新性(新しい社会的価値)という要件を満たすものとされるが, その行動のひとつの側面を取り上げて, 理論モデルとして定式化する。ここで社会的企業を, 質を考慮した差別化された財を生産して, 市場全体の消費者余剰を最大化するように価格と供給量を設定するものとし, 最適な質および量が導出される。質を考慮する革新性は必ずしも「高品質」の財の供給を意味しないこと, 市場均衡条件を課さない場合には一般に消費者余剰は大きくなるが, 均衡よりも低く価格が設定されるため, 超過需要が生じ, 質を高めると消費者余剰は大きくなるが, 価格が上昇し需要の充足率が低下することが示される。 In general, social enterprises are entities considered to fulfill three prerequisites: (i) social nature, (ii) business feasibility (sustainability), and (iii) innovative nature (new social values). This study considers one of the aspects of these behaviors and formulates it as a theoretical model. This model considers social enterprises as entities that produce differentiated goods according to quality and establish prices and supply volumes to maximize consumer surpluses in the overall market, deriving the most appropriate quality and quantity. However, an innovative nature which considers quality does not necessarily imply the supply of goods with "high quality." The model indicates that in cases where market equilibrium conditions are not imposed, when prices are set lower than equilibrium while consumer surpluses increase, excess demand appears; if quality is increased, consumer surpluses increase, but prices also increase and demand fill rates decrease.
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-20131001-0035

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

社会的企業の定式化

A Microeconomic Formulation of Social Enterprises

塩澤 修平(Shuhei Shiozawa)

一般に社会的企業とは(i)社会性, (ii)事業性(継続性), (iii)革新性(新しい社会的価値)という要件を満たすものとされるが, その行動のひとつの側面を取り上げて, 理論モデルとして定式化する。ここで社会的企業を, 質を考慮した差別化された財を生産して, 市場全体の消費者余剰を最大化するように価格と供給量を設定するものとし, 最適な質および量が導出される。質を考慮する革新性は必ずしも「高品質」の財の供給を意味しないこと, 市場均衡条件を課さない場合には一般に消費者余剰は大きくなるが, 均衡よりも低く価格が設定されるため, 超過需要が生じ, 質を高めると消費者余剰は大きくなるが, 価格が上昇し需要の充足率が低下することが示される。

Abstract

In general, social enterprises are entities considered to fulfill three prerequisites: (i) social nature, (ii) business feasibility (sustainability), and (iii) innovative nature (new social values). This study considers one of the aspects of these behaviors and formulates it as a theoretical model. This model considers social enterprises as entities that produce differentiated goods according to quality and establish prices and supply volumes to maximize consumer surpluses in the overall market, deriving the most appropriate quality and quantity. However, an innovative nature which considers quality does not necessarily imply the supply of goods with “high quality.” The model indicates that in cases where market equilibrium conditions are not imposed, when prices are set lower than equilibrium while consumer surpluses increase, excess demand appears; if quality is increased, consumer surpluses increase, but prices also increase and demand fill rates decrease.

社会的企業の定式化*

塩 澤 修 平

要 旨

一般に社会的企業とは (i) 社会性, (ii) 事業性 (継続性), (iii) 革新性 (新しい社会的価値) という要件を満たすものとされるが, その行動のひとつの側面を取り上げて, 理論モデルとして定式化する。ここで社会的企業を, 質を考慮した差別化された財を生産して, 市場全体の消費者余剰を最大化するように価格と供給量を設定するものとし, 最適な質および量が導出される。質を考慮する革新性は必ずしも「高品質」の財の供給を意味しないこと, 市場均衡条件を課さない場合には一般に消費者余剰は大きくなるが, 均衡よりも低く価格が設定されるため, 超過需要が生じ, 質を高めると消費者余剰は大きくなるが, 価格が上昇し需要の充足率が低下することが示される。

キーワード

社会的企業, 消費者余剰, 財の質, 新しい社会的価値, 需要充足率

1. 序

営利企業とは異なる社会的企業のミクロ経済学的定式化を試みる。社会的企業の定義は, それを用いる組織体などによって異なっているが, 一般に社会問題の解決を目的として収益事業に取り組む事業体のことを指す。通常は, ボランティアや慈善事業とは異なり, 市場において無償ではなく有償で財・サービスを提供する。

Shiozawa [2012] は, ある社会的目的達成のためにどのような組織形態が望ましいかを, 営利企業の社会貢献活動, NPO, および公的部門について比較分析を行っている。また Shiozawa [2013] は営利企業による社会貢献活動を, 「見識ある自己利益」として, 通常の「投資」活動とともに利得獲得の手段として捉え, 社会貢献活動の機会費用が高まると社会貢献活動への支出が低下することが示されている。

こうした利潤最大化を目的としたうえで社会貢献活動を行っていると考えられる営利企業と異な

* 本稿執筆にあたり, 匿名の評者より有益なコメントを頂いた。もちろん, あり得る誤りはすべて筆者のみに帰される。なお本稿は 2013 年度慶應義塾学事振興資金の援助を受けた研究の一部である。

り、社会的企業の基本要件は、(i) 社会性、(ii) 事業性（継続性）、(iii) 革新性（新しい社会的価値）といわれている。社会性は、目的が利潤最大化以外の、この企業の直接的な便益とは異なる、社会的な意義をもつものであることを意味する。事業性（継続性）は、この企業が外部からの補助金などに依存せずに、自立して活動が続けられることを意味している。革新性は、これまでにない新しい社会的価値の創造に寄与することを意味する。

Defoumy and Nyssens [2010], [2012] は社会的企業における意思決定のしくみ、利害関係者の関与、ガバナンス構造などについて、社会学的な方法論を用いた国際比較実証研究を行っている⁽¹⁾。ここでは社会的企業の目的として、たとえば社会的に排除されているような集団の雇用の確保といった、制度的な環境に顕著な影響を与えるようなものも挙げられている。このように、社会的企業の概念は多様な特質をもち、さまざまな観点ならびに手法により調査や分析がなされている。

本稿では、こうした特質をもつ社会的企業の行動のひとつの側面を取り上げて、理論モデルとして定式化することを試み、営利企業と比較し、その含意を考察する。ここで社会的企業は、差別化された財を生産し、有償で消費者に供給する主体と考える。供給する財の質を考慮して、事業性の基礎となる利潤 0 制約のもとで、市場全体の消費者余剰を最大化するように価格と供給量を設定するものとする。その設定の際に、市場が均衡するという条件を課す場合と、それを課さない場合の双方を考察する。それぞれにおいて最適な質および量が導出される。また、質を考慮した新しい社会的価値の創造は必ずしも「高品質」の財の供給を意味しないことが示される。市場が均衡するという条件を課さない場合には一般に消費者余剰は大きくなるが、低価格が設定されるため、超過需要が生じる。その場合には、質を高めるほど消費者余剰は大きくなるが、需要の充足率は低下することが示される。

2. モデル

2-1 基本的仮定

ある、差別化された財を供給する企業を考える。財の数量を y ，質を単一のパラメータ α で表す。

定義 1. $\alpha = 1$ の場合を標準的な質、 $\alpha > 1$ を高品質、 $\alpha < 1$ を低品質な財と呼ぶ。

この財に対して消費者が支払ってもよいと思う最大額を示す限界評価を、数量 y と質 α の関数

$$w(y, \alpha) \tag{1}$$

(1) ベルギーの Science Policy Office から援助を受けている国際的かつ学際的研究プロジェクトである “International comparative social enterprise models” (ICSEM) の一環である。

によって表す。この財に対する需要量を、価格 p および質 α の関数

$$w^{-1}(p, \alpha) \quad (2)$$

によって表す。同じ水準の質 α に対しては、 w と w^{-1} は逆需要関数と需要関数の関係であるので

$$w^{-1}\{w(y, \alpha), \alpha\} = y \quad (3)$$

である。

この財を生産する費用は数量 y と質 α に依存し、費用関数を

$$C(y, \alpha) \quad (4)$$

によって表す。

この企業が設定する価格 p と供給量 y および質 α が

$$p = w(y, \alpha) \quad (5)$$

あるいは

$$y = w^{-1}(p, \alpha) \quad (5')$$

であるならば、需要量と供給量が一致し財は過不足なく取引されることになる。(5) 式は市場均衡条件である。価格設定 p と数量 y および質 α が

$$p < w(y, \alpha) \quad (6)$$

あるいは

$$y < w^{-1}(p, \alpha) \quad (6')$$

であれば超過需要が生じ、何らかの形で財が割り当てられなければならない。

一般的に企業の目的関数を、数量 y と質 α の関数

$$\phi(y, \alpha) \quad (7)$$

によって表す。通常の営利企業のように利潤最大化が目的と考えられる場合には、価格 p を限界評価 $w(y, \alpha)$ に等しく設定して

$$\phi(y, \alpha) = w(y, \alpha)y - C(y, \alpha) \quad (8)$$

となる。

これに対して社会的企業の基本要件のひとつである社会性は、個別企業の直接的な便益とは異なる、社会的な意義をもつものであることを意味するので、ここでは社会的余剰を考える。

他の基本要件である事業性は利潤が非負であることを意味するが、ここではとくに利潤が 0、すなわち以下の条件を満たすものとする。

$$py = C(y, \alpha) \quad (9)$$

固定費用がなければ、利潤が 0 であることは生産者余剰が 0 であることを意味する。生産者余剰が 0 である場合には、消費者余剰が社会的余剰となる。消費者余剰は、消費者による限界評価関数の積分値から消費者の支払額を引いた値であるが、利潤 0 制約である (9) 式から、企業に対する支払額は総費用に等しい。したがって社会的企業の目的関数は以下のように表される。

$$\phi(y, \alpha) = \int_0^y w(y, \alpha) dy - C(y, \alpha) \quad (10)$$

また革新性は新しい社会的価値の創造を意味するので、質を考慮した財を供給するものとする。

定義 2. 営利企業とは、標準的な質の財を供給することにより目的関数 (8) を最大化する企業であり、社会的企業とは、利潤 0 制約 (9) のもとで、質を考慮した財を供給することにより社会性をもつ目的関数 (10) を最大化する企業である。

限界評価関数、需要関数および費用関数を以下の仮定により特定化し、営利企業と社会的企業の比較分析を行う。

仮定 1.
$$\frac{\partial w}{\partial y} \equiv -\beta < 0, \frac{\partial w}{\partial \alpha} \equiv b > 0, w(0, \alpha) = b\alpha$$

この仮定は、限界評価関数が

$$w(y, \alpha) = b\alpha - \beta y \quad (11)$$

あるいは需要関数が

$$w^{-1}(p, \alpha) = \frac{b\alpha - p}{\beta} \quad (11')$$

という形で特定化されることを意味している。

仮定 2.

$$\frac{\partial C}{\partial y} > 0, \frac{\partial^2 C}{\partial y^2} > 0, \frac{\partial^3 C}{\partial y^3} = 0, \frac{\partial C}{\partial \alpha} > 0, \frac{\partial^2 C}{\partial \alpha^2} > 0, \frac{\partial^3 C}{\partial \alpha^3} = 0, \frac{\partial^2 C}{\partial y \partial \alpha} > 0, C(0, \alpha) = 0$$

この仮定は、 $C(1, 1) \equiv m$ とおくと、費用関数 $C(y, \alpha)$ が

$$C(y, \alpha) = m\alpha^2 y^2 \quad (12)$$

という形で特定化されることを意味している。

2-2 営利企業

標準的な質の財を供給する営利企業の行動は

$$\max. w(y, 1)y - C(y, 1) \quad (13)$$

と定式化される。

仮定 1 および 2 のもとで標準的な質の場合、問題 (13) は

$$\max. (b - \beta y)y - my^2 \quad (14)$$

となり、1 階の条件は

$$b - 2\beta y - 2my = 0 \quad (15)$$

すなわち、限界収入と限界費用が等しいという通常の条件であり、したがって営利企業の最適供給量は

$$y_p = \frac{b}{2(\beta + m)} \quad (16)$$

となる。価格は、その供給量における限界評価 (1) に等しい水準

$$p_p = \frac{b(\beta + 2m)}{2(\beta + m)} \quad (17)$$

であり、市場均衡条件 (5) を満たすように決定される。消費者余剰は

$$\phi_p = \frac{b^2\beta}{8(\beta + m)^2} \quad (18)$$

となる。

2-3 社会的企業——市場均衡条件が課されている場合——

市場均衡条件 (5) および利潤 0 制約 (9) のもとで、目的関数 (10) の最大化行動をとる社会的企業の問題は

$$\begin{aligned} \max. & \int_0^y w(y, \alpha)dy - C(y, \alpha) \\ \text{s.t.} & w(y, \alpha)y - C(y, \alpha) = 0 \end{aligned} \quad (19)$$

となる。

仮定 1 および 2 のもとで、市場均衡条件 (5) および利潤 0 制約 (9) は

$$py = w(y, \alpha)y = (b\alpha - \beta y)y = m\alpha^2 y^2 = C(y, \alpha) \quad (20)$$

すなわち価格、限界評価および平均費用が一致するという条件となるので、それを満たす供給量 y_{s1} は質 α の関数として

$$y_{s1}(\alpha) = \frac{b\alpha}{\beta + m\alpha^2} \quad (21)$$

となる。価格は、そのときの平均費用に等しい水準の

$$p_{s1}(\alpha) = AC\{y_{s1}(\alpha), \alpha\} = \frac{mb\alpha^3}{\beta + m\alpha^2} \quad (22)$$

となる。

この企業が利潤 0 制約 (9) のもとで標準的な質の財を供給するならば、その数量は

$$y_{s1}(1) = \frac{b}{\beta + m} \quad (23)$$

価格は、そのときの平均費用に等しい水準の

$$p_{s1}(1) = AC\{y_{s1}(1), 1\} = \frac{mb}{\beta + m} \quad (24)$$

消費者余剰は

$$\phi\{y_{s1}(1), 1\} = \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} \quad (25)$$

となる。

標準的な財を供給する場合の社会的企業と営利企業を比較すると、

$$y_p = \frac{b}{2(\beta + m)} < \frac{b}{\beta + m} = y_{s1}(1) \quad (26)$$

$$\phi_p = \frac{\beta b^2}{8(\beta + m)^2} < \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} = \phi\{y_{s1}(1), 1\} \quad (27)$$

社会的企業の方が供給量は多く、価格は低く、消費者余剰は営利企業の 4 倍となっている。

革新性に基づき、社会的企業が供給する財の質を考慮する場合を考える。仮定 1, 2 および利潤 0 制約 (9) のもとで目的関数 (10) は

$$\phi(y, \alpha) = \int_0^y w(y, \alpha) dy - C(y, \alpha) = \frac{\beta y^2}{2} \quad (28)$$

となるので、利潤 0 制約を満たす数量である (21) より、目的関数 (28) を最大化する最適な質の水準は、1 階の条件

$$\frac{\partial \beta y^2 / 2}{\partial \alpha} = \frac{b^2 \alpha \beta (m\alpha^2 + \beta)^2 - 2(m\alpha^2 + \beta) \alpha^3 m b^2 \beta}{(m\alpha^2 + \beta)^4} = 0 \quad (29)$$

から

$$\alpha^* = \left(\frac{\beta}{m} \right)^{1/2} \quad (30)$$

となる。すなわち

$$\begin{aligned}\beta > m &\Rightarrow \alpha^* > 1 \\ \beta = m &\Rightarrow \alpha^* = 1 \\ \beta < m &\Rightarrow \alpha^* < 1\end{aligned}\tag{31}$$

質が標準である場合の、1 単位当りの平均費用 $m = C(1, 1)$ が、量を 1 単位増加させたときの限界評価の減少率 $\beta = -\frac{\partial w}{\partial y}$ よりも小さければ、社会的企業の供給する財の質は標準値よりも高くなり、逆の場合には低くなる。

最適な水準 (30) の質をもつ財について、最適な供給量は

$$y_{s1}(\alpha^*) = \frac{b}{2m^{1/2}\beta^{1/2}}\tag{32}$$

価格は

$$p_{s1}(\alpha^*) = \frac{b\beta}{2m^{1/2}\beta^{1/2}}\tag{33}$$

であり、そのときの社会的余剰の水準は

$$\phi\{y_{s1}(\alpha^*), \alpha^*\} = \frac{b^2}{8m}\tag{34}$$

となる。これらを営利企業の場合と比べると、 $m \neq \beta$ ならば、一般に

$$(m + \beta)^2 - (2m^{1/2}\beta^{1/2})^2 = (m - \beta)^2 > 0\tag{35}$$

したがって

$$m + \beta > 2m^{1/2}\beta^{1/2}\tag{36}$$

であるので

$$y_p = \frac{b}{2(m + \beta)} < y_{s1}(1) = \frac{b}{m + \beta} < \frac{b}{2m^{1/2}\beta^{1/2}} = y_{s1}(\alpha^*)\tag{37}$$

となる。また

$$\frac{b^2}{8m} - \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} = \frac{b^2(\beta - m)^2}{8m(\beta + m)^2} > 0\tag{38}$$

したがって

$$\frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} < \frac{b^2}{8m}\tag{39}$$

であるので

$$\phi_p = \frac{\beta b^2}{8(\beta + m)^2} < \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} = \phi\{y_{s1}(1), 1\} < \frac{b^2}{8m} = \phi\{y_{s1}(\alpha^*), \alpha^*\}\tag{40}$$

となる。

これらより以下の命題が導かれる。

命題 1. 仮定 1, 2 および市場均衡条件のもとで, 新しい社会的価値の創造を意図して質を考慮するとき, 営利企業が供給する場合よりも数量は大きく, 消費者余剰も大きい。財に対する限界評価の変化率 β が, 標準的な質のときの数量単位当りの平均費用 m よりも大きければ, すなわち限界評価関数の傾きの絶対値が平均費用関数の傾きよりも大きければ, 社会的企業の供給する財は高品質であり, 逆の場合は低品質である。

この命題は, $m > \beta$ の場合, 社会的企業が質を考慮するとかえって低品質の財が供給されることを示している。しかし, 消費者余剰はその場合にも標準的な質の財を供給する営利企業によるものよりも大きい。このことは, 消費者にとってのある種の無駄を省いて費用を下げることの方が, 消費者の便益を増加させ得ることを示唆している。たとえば, 過剰な包装や利用度の低い機能を省いたコンピュータや通信機器を低価格で供給する方が, 多くの消費者にとっては有益な場合である。こうしたことにより, あるひとつの価値観を形成する場合があります得ることを示唆している。すなわち, 「低品質」の財であっても, さまざまな無駄を省いた「簡素な生活」に繋がることもあり, それも新しい社会的価値であるといえよう。

2-4 社会的企業 ——市場均衡条件が課されていない場合——

市場均衡条件 (5), すなわち価格と限界評価が一致するという条件を課せずに, 仮定 1, 2 および利潤 0 制約 (9) のもとで目的関数最大化行動をとる場合の行動は

$$\max. \int_0^y w dy - C(y, \alpha) = \frac{1}{2} \{ b\alpha + (b\alpha - \beta y) \} y - m\alpha^2 y^2 \quad (41)$$

となる。数量 y に関する 1 階の条件は

$$b\alpha - \beta y - 2m\alpha^2 y = 0 \quad (42)$$

すなわち, 限界評価 $b\alpha - \beta y$ と限界費用 $2m\alpha^2 y$ が一致するという条件であり, したがって最適な数量 y は質 α の関数として

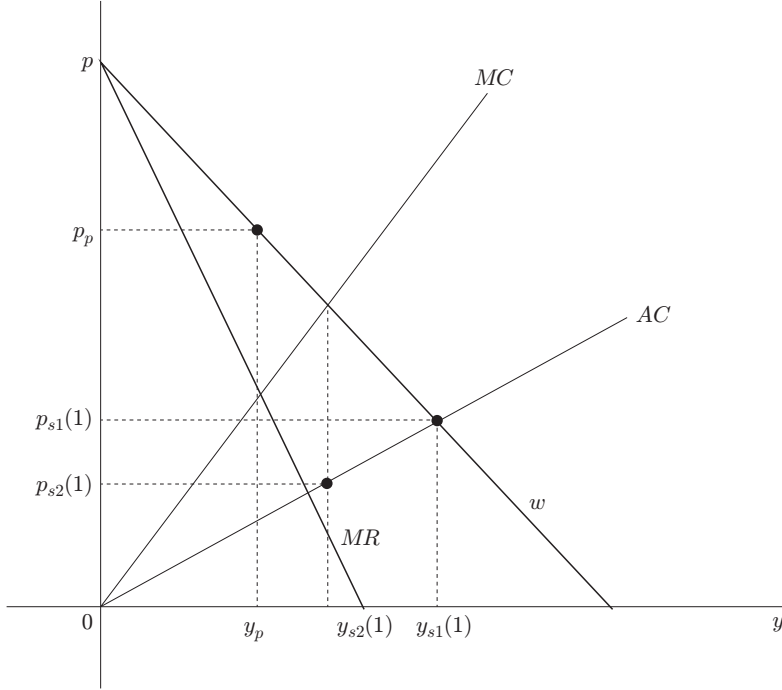
$$y_{s2}(\alpha) = \frac{b\alpha}{\beta + 2m\alpha^2} \quad (43)$$

となる。利潤 0 制約 (9) から, 価格はそのときの平均費用に等しく設定されるので

$$p_{s2}(\alpha) = \frac{mb\alpha^3}{\beta + 2m\alpha^2} \quad (44)$$

となる。

図 1



消費者余剰は

$$\phi\{y_{s2}(\alpha), \alpha\} = \frac{b^2 \alpha^2}{2(\beta + 2m\alpha^2)} \quad (45)$$

となる。

標準的な質の財を供給する場合、供給量は

$$y_{s2}(1) = \frac{b}{\beta + 2m} < \frac{b}{\beta + m} = y_{s1}(1) \quad (46)$$

価格は

$$p_{s2}(1) = \frac{mb}{\beta + 2m} < \frac{mb}{\beta + m} = AC\{y_{s1}(1), 1\} \quad (47)$$

消費者余剰は

$$\frac{b^2}{2(\beta + 2m)} - \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} = \frac{b^2 m^2}{2(\beta + 2m)(\beta + m)^2} > 0$$

したがって

$$\phi\{y_{s2}(1), 1\} = \frac{b^2}{2(\beta + 2m)} > \frac{\beta b^2}{2(\beta + m)^2} = \phi\{y_{s1}(1), 1\} \quad (48)$$

であるので、市場均衡条件 (5) が課せられている場合よりも消費者余剰は大きくなる。

ただし、価格が限界評価よりも低く設定されているため、超過需要が生じる。すなわち、低価格で財を購入できる消費者と、購入できない消費者が混在することになる。

消費者余剰 (45) を質 α に関して偏微分すると

$$\frac{\partial b^2 \alpha^2 / 2(\beta + 2m\alpha^2)}{\partial \alpha} = \frac{4b^2 \alpha \beta}{4(\beta + 2m\alpha^2)^2} > 0 \quad (49)$$

となり、社会的企業にとってはつねに質を高めようとする誘因をもつと考えられる。

質を高めていった場合、(44) より

$$\frac{\partial p_{s2}(\alpha)}{\partial \alpha} = \frac{3mb\alpha^2\beta + 2m^2b\alpha^4}{(\beta + 2m\alpha^2)^2} > 0 \quad (50)$$

となるので、価格はつねに上昇する。

ただし供給量は当初増加するが、その後は供給量が減少していく。供給量 $y_{s2}(\alpha)$ を質 α に関して偏微分すると

$$\frac{\partial y_{s2}(\alpha)}{\partial \alpha} = \frac{b\beta - 2mb\alpha^2}{(\beta + 2m\alpha^2)^2} \quad (51)$$

となり $\alpha = \left(\frac{\beta}{2m}\right)^{1/2}$ のときに供給量 $y_{s2}(\alpha)$ は最大化される。

市場均衡条件 (5) が課されていない場合、一般に需要量と供給量が一致しないので、以下の概念を定義する。

定義 3. 設定された価格 p と供給される財の数量 y および質 α が与えられたとき、需要量と供給量

の比率 $e \equiv \frac{y}{w^{-1}(p, \alpha)}$ を需要の充足率と呼ぶ。

市場均衡条件 (5) が満たされていれば需要の充足率は当然 1 である。

仮定 1 および 2 のもとで、(43) の数量を供給し、平均費用に対応する価格 (44) を設定した場合の需要の充足率は

$$e = \frac{\beta}{\beta + m\alpha^2} \quad (52)$$

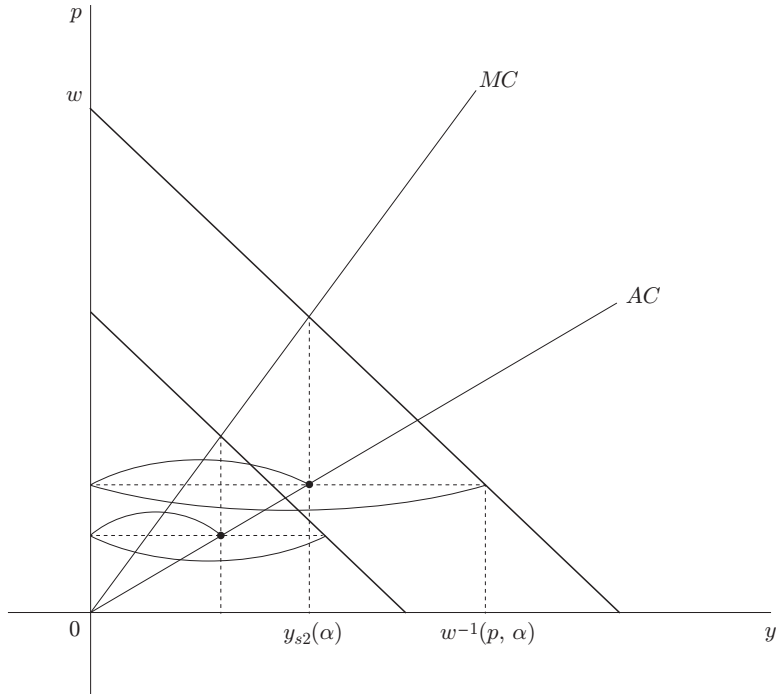
となる。これを質 α で偏微分すると

$$\frac{\partial e}{\partial \alpha} = \frac{-2m\alpha\beta}{(\beta + m\alpha^2)^2} < 0 \quad (53)$$

であるので、質を上げると需要の充足率は下がる。これらの議論から以下の命題が導かれる。

命題 2. 標準的な質の財を供給する場合、市場均衡条件を課されない社会的企業は、課されている社会的企業よりも供給量は少なく、価格は低く、消費者余剰は大きい。質を高めると消費者余剰は増加するが需要の充足率は低下する。

図 2



財の質を高めることにより、それを享受できる消費者の余剰は増加するが、それを享受できない人の割合は高まることになる。このことは目的関数が市場全体の消費者余剰とされていることによる。

3. 結語

きわめて限定的なモデルではあるが、社会的企業を差別化された財の供給主体としてそのミクロ経済学的定式化を試みた。社会的企業の目的関数を消費者余剰と考え、市場均衡条件が課されている場合は、当然のことながら営利企業と比べて供給量は多く、価格は低く、消費者余剰は大きい。

財の質に関しては、それに対する限界評価と費用構造に依存するが、社会的企業によって必ずしも高品質の財が供給されるわけではなく、場合によっては営利企業よりも低品質の財が供給される。しかしその場合でも、営利企業はもちろんのこと、社会的企業が標準的な財を供給する場合よりも消費者余剰は大きい。このことは、さまざまな無駄を省くという側面があると考えられ、たとえば簡素な生活という新しい社会的価値にも繋がるといえる。しかしそのために社会的企業は、質を高めるための費用構造だけでなく、消費者による評価についても適切に情報をもたなくてはならない。そうでなければ、多くの消費者にとっては不要な機能やサービスがついた財が高価格で供給されることになる。

市場均衡条件が課されない場合は、課される場合よりも供給量は少ないが、消費者余剰は大きくなる。ただし、価格が限界評価よりも低く設定されているため、当然に超過需要が発生し、対価を支払う意思があっても財を得られない消費者が存在する。これは目的関数が市場全体の消費者余剰で考えられているため、消費者間での分配問題は考慮されていないことによる。こうした状況で供給する財の質を高めると消費者余剰は増加するが、価格は上昇し需要の充足率は低下することが示される。現実問題として、保育サービスなどは低価格でそれを享受できる消費者と、他方で待機児童の存在という形で現れている。もし市場均衡条件が課されれば、対価を支払う意思があってもサービスを受けられないという意味での待機児童の問題は解消されても、高価格のため多くの消費者が現実にはサービスを受けられないという事態になると考えられる。これについては、消費者間での分配問題をも考慮した目的関数の設定を検討する必要がある。

新しい社会的価値の創造に関しては、現時点だけでなく、将来時点も考慮した動学的な拡張も求められる。さらに既存の財の質を変えることだけでなく、新たな財の創出ということをモデル化する方向も考えられる。それらは今後の課題としたい。

(経済学部教授)

参 考 文 献

- Defoumy, J. and Nyssens, M., 2010, "Conceptions social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: convergences and divergences", *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol.1, No.1.
- , 2012, "The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective", EMES Working Paper, No.12-03.
- Shiozawa, S. 2012, "Philanthropy, NPO, Public Sector and Social Benefit", *Nonprofit Review*, Vol.12, No.1.
- , 2013, "Enlightened self interest and philanthropic activities by private firms", *Scottish Journal of Arts, Social Sciences and Scientific Studies*, Vol.11, No.1.