

Title	ソーシャル・ベンチャーの成功要因–外部環境と組織マネジメントの観点から考察–
Sub Title	
Author	田原, 慎介(Tahara, Shinsuke) 浅川, 和宏
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2008
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2008年度経営学 第2338号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002008-2338

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.

論文要旨

所属ゼミ	浅川 研究会	学籍番号	80730665	氏名	田原 慎介
(論文題名)					
ソーシャル・ベンチャーの成功要因 —外部環境と組織マネジメントの観点から考察—					
(内容の要旨)					
<p>現在、行政サービスでも、民間企業のサービスでも対応できないような社会的課題（環境問題・育児・福祉・教育など）が都市部、地方を問わず多く顕在化している。このような課題に対して、①社会性、②事業性、③革新性を意識して行うビジネスを「ソーシャル・ビジネス」とし、このビジネスを本業として行い、ソーシャル・アントレプレナー（社会起業家）が先頭に立って立ち上げた組織を、本研究では『ソーシャル・ベンチャー』と定義する。</p> <p>本研究では、都市部と地方のソーシャル・ベンチャーで何が成功要因になるのかということについて、外部環境要因と組織マネジメント要因の観点から分析を行った。ここで、「成功」とはパフォーマンス〔①社会貢献度、②売上（過去3カ年における増加率）〕で評価する。都市部と地方の境界は人口密度により明確にした。</p> <p>分析方法論は、<i>inductive</i> をベースとし、適宜、経営学における一般理論を用いる <i>abductive</i> なアプローチを取り、仮説を構築することである。</p> <p>方法論は、アンケート調査（対象：117件、回収数：57件）、インタビュー調査、文献調査である。事前にパイロット調査や専門家のチェックを実施し、content validity を高めた。定量分析の分析方法としては、記述統計、t検定、主成分分析、信頼性分析、重回帰分析を行い、理論的飽和に達した時点で分析を終了。インタビュー調査、文献調査といった定性分析に関しては、質問の replication を行い理論的飽和に達した時点で調査を終了した。定量分析と定性分析の結果、導き出された仮説は、以下のとおりである。</p> <p>仮説1：ソーシャル・ベンチャーのパフォーマンス〔売上〕は、外部環境要因が影響を及ぼす。</p> <p>仮説2：ソーシャル・ベンチャーのパフォーマンス〔社会貢献度〕は、組織マネジメント要因が影響を及ぼす。</p> <p>仮説3：都市部と地方のソーシャル・ベンチャーでは、成功要因が異なる。</p> <p>仮説4：都市部ソーシャル・ベンチャーの成功は、組織マネジメント要因によるところが大きい。</p> <p>仮説5：地方ソーシャル・ベンチャーの成功は、外部環境要因によるところが大きい。</p> <p>仮説6：都市部ソーシャル・ベンチャーの成功要因は、外部環境要因：①若手の応募、②大企業のバックアップ（サポート）、③パブリックサポート、④ソーシャル・キャピタル、⑤相談者・パートナーの存在、組織マネジメント要因：①利益計画・予算管理、②トップの力・想い、③社会的課題を把握する力、④サービスの革新性、⑤世の中へのアピール（信頼）、である。</p> <p>仮説7：地方ソーシャル・ベンチャーの成功要因は、外部環境要因：①人材応募、②資金調達の苦労、③助成金の多さ、④プライベートサポート、⑤大中企業の存在、⑥人のつながり、組織マネジメント要因：①経営の安定性、②資金調達の悩み、③新卒採用、④大胆な発想、⑤生活者のニーズ、⑥トップの力・想い、⑦資源のオープン化、である。</p> <p>以上をまとめると、都市部のポイントは、パブリックサポート、大企業のバックアップ、世の中へのアピール（信頼性）が重要であり、地方のポイントは人のつながりがポイントになる。つまり、それぞれの地域におけるサポートが重要なのである。現時点では、組織の規模、社会的課題の内容から、地域密着性が重油王であると考え、この点に関して本研究は、地域における成功要因を明らかにしたということに関して、十分貢献した論文であると言える。</p>					