

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 21 日現在

機関番号：31106

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2015

課題番号：25870657

研究課題名(和文) 貧困撲滅に関するビジネスアプローチの明暗境界線の研究

研究課題名(英文) Research on the dark/light boundary line of business approach to poverty alleviation

研究代表者

NGUYEN CHI-NGHIA (NGUYEN, CHI NGHIA)

青森中央学院大学・経営法学部・講師

研究者番号：80588616

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、社会的課題の解決に対する満足を社会的満足の概念として提唱し、明暗境界線の分析の枠組みを構築した。具体的に、個人的満足と社会的満足の達成を目指す事業、社会的弱者が問題解決に取り組む事業は「明」、個人的満足の追求ができるが、社会的満足の達成ができない事業及び社会的弱者の個人レベルの満足及び社会的満足以反した事業は「暗」に分類される。社会的課題の課題を解決できる方向(社会的満足)で利潤追求をしていくのは条件付き(グレーゾーン)の「明」として定義される。

研究成果の概要(英文)：The research suggested the concept of "social satisfaction", which means the judgment asserted consciously by the community regarding whether or not something meets a want that is also asserted consciously by the entire community. This judgment is often based on whether it reaches social goals or not. The conceptual framework of dark/light boundary line was constructed as follows. Businesses aiming to achieve both individual satisfaction and social satisfaction are LIGHT, while those that only bring about individual satisfaction without social one and those activities contrary to the achievement of both of those satisfaction are classified as DARK. Moreover, businesses those going to the pursuit of profit in the direction that can probably solve social issues (social satisfaction) is defined as conditioned LIGHT. As a result, the boundary line was redefined as the boundary zone or gray zone.

研究分野：経営学

キーワード：経営学的アプローチによる貧困削減研究 純粋かつ効果的な貧困削減アプローチ 貧困ビジネス 明暗境界線 形成要因

1. 研究開始当初の背景

貧困削減の経営学的アプローチでは、貧困の捉え方や研究方法についてさまざまな考え方が混在し、必ずしも統一した見解が存在しているわけではない。貧困者を生産者や消費者として捉えている既存の理論は、貧困削減の効果について多くの論点を抱え、また、研究者の間に激しい論争を引き起こしているにもかかわらず、日本国内だけではなく、多くの企業は積極的に発展途上国の農村地域、スラム街等に活動範囲を拡張させ、貧困層を商品やサービスを購入する巨大市場として開拓しようとしている(Nguyen, 2009)。

本研究のパイロット調査では、このような貧困者をターゲットとするビジネスアプローチが社会貢献という経営理論の下で顧客としての貧困層に必要なものを供給するというアプローチがあって、単に貧困労働者を搾取したり、貧困消費者に商品やサービスを売り込んだりして、なるべく多くの収益を得ようとするアプローチもあることが明らかにされた。

他方、研究代表者がこれまで研究代表を務める研究活動スタート支援「開発のための経営学の理論構築—貧困者のアプローチを中心に—」(平成 22~23 年度)の研究過程から、貧困者が内発的に起業し、ビジネスを通じて多面的に自らの貧困課題を解決し、貧困の悪循環を打開していくことも大変効果的な貧困撲滅のアプローチの一つであることも指摘した(A)。また、貧困者の自らの課題に発揮されるのだけではなく、その主体的な行動が貧困者のコミュニティのなかで普及され、より多くの貧困者の課題を解決し、社会的変化を引き起こしていくことの効果が、研究代表者が研究分担者として参画し、推進している基盤研究(B)「農村地域における社会企業活動の国際比較—アジア諸国を中心に—」(平成 22 年~24 年度、大滝精一・東北大学大学院経済学研究科教授・研究代表者)の中でも明らかにされた(A)。

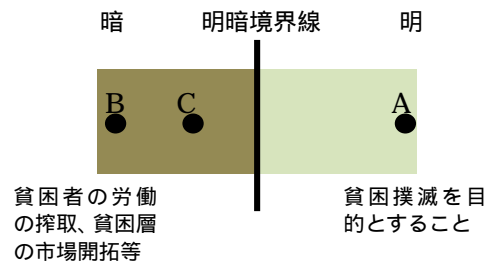
研究代表者は、これらの貧困削減と名乗るビジネスが全く同じものではなく、むしろ、これらのビジネスの間に見える明暗境界線が存在することを仮定した。この明暗境界線は、本研究の貧困撲滅という視点では、貧困撲滅を前提にビジネスを営んでいくという純粋な貧困撲滅アプローチ(明、A)を、単に利潤極大化や市場開拓を目的に貧困層をターゲットとするビジネス(暗、B)と区別するものである。本研究の仮説としては、この明暗境界線におけるビジネスのポジションは、貧困問題の認知方法、解決案の創造や効果の評価基準なども全く異なるわけではなく、むしろ共通する部分もあって、また、異なる部分もある。そして、その位置づけによって、根本的に貧困課題を解決できるかどうかということも左右される。

2. 研究の目的

本研究の目的は、これまでの研究の延長線上で、主に次の3点を明らかにすることにある。

第1は、この明暗境界線の形成要因を解明することである。言い換えれば、明暗を区別するために基準となる要因を考察することである。これまでの調査結果を踏まえて、本研究は、それはビジネスの目的や経営倫理だけではなく、貧困問題の捉え方や解決案の創造・応用等にも帰するという仮説を立てた。パイロット調査では、純粋な貧困撲滅か単なる市場開拓かという明確な位置づけのほかに、先に貧困課題の解決に取り組み、その後、貧困層を開拓していくアプローチも見られた(C)。例えば、ある食品メーカーは発展途上国の栄養失調の問題解決を目指して、貧困者にたんぱく質を多く含む栄養改善の食品から利益を求めずに、提供しているが、実の狙いは、貧困者が栄養を改善し、貧困を脱出して、経済的な蓄積ができてから、既存の商品の顧客になってもらうことにある。

他方、純粋に解決案を創造・提供しているにもかかわらず、貧困課題の解決の方向ではなく、受益者は予想せざる目的にその解決案を悪用したりするケースもある。例えば、発展途上国の子供へお教育機会の提供を目的として開発された低コストパソコンは受益者に不健全なサイトへのアクセスに使われたこともある。これらの貧困削減のアプローチのダイナミックスを背景に、どのようなことが貧困撲滅の判断基準とするかを考察していく。



第2は、単に明暗を区別するものではなく、この明暗境界線はいかに貧困層をターゲットとするアプローチを貧困課題の完全な解決に誘導していけるのか、という論点を明らかにする。従来の経営学的アプローチでは、顧客満足を追及することが一般的なモデルであるが、貧困課題の完全な解決のケース(例えば、上記の低コストパソコンの事例)で考えると、あくまでも限界がある(Nguyen, 2009)。問題はそのソリューションというものを貧困者が理解して、確実に課題を解決するというところまで持っていくということをするためには、企業なり企業以外のサポーターはなにができるかということを十分議論することが不可欠である。また、価値創造の論点で考えると、その顧客満足という個人

価値をいかに社会的価値の創造（貧困課題の完全な解決）の方向で達成すべきなのかということが大変重要な論点である。

第3は、理論を少し違う事例・コンテキストに転換・応用する時に、ということが起こりそうなのか、という分野を拡大しながら理論上の一般化を目指す。貧困は展途上国において多く見られる問題であるが、東日本大震災や日本国内の社会的課題とは構造的に似ていると思われる。現在、震災復興や社会的課題の解決と名乗るビジネスが多く見られるが、その中で被災者が製作した復興商品の販売収益のうち、被災者がもらえる割合が僅かであるが、残りのほとんどがその団体の利益になるケース、いわば復興支援を金儲けのチャンスとして利用しているビジネスが、申請者の調査で多く見られる。また、ホームレスや社会的弱者を顧客として稼ぐ、いわば食い物にする貧困ビジネスも日本国内では少なくない。貧困撲滅の視点で考察された明暗境界線にかかわる論点を、これらのケースで論じ、どういう類似性や相違点があるのかということをも明らかにしていく。そういう比較から震災復興のスピードを速める方法や復興支援を利用する悪ビジネスモデルを防止することに多くの知見が得られるものと思われる。

3. 研究の方法

平成25年度は、パイロット調査と先行研究のサーベイの結果として、本研究は、経営目的、貧困問題の捉え方と解決案の創造・応用がその明暗を区別する要因という仮説を立てた。そして、意図的に本研究に相応しい事例(purposeful sampling)を選定し、定性的な一次データ、二次データとStake(2006)の多元的ケース分析の手法を用いて、それらの要素を分析することを通じて、その仮説を検証し、結論を導出した。また、その形成要因の適用範囲を明らかにすると共に、これらの要因に基づいて、課題解決を目指すビジネスの枠組みを論じていた。

明暗境界線の形成要因を解明した後、いかに貧困層をターゲットとするビジネスアプローチ、特に利潤追求を目的とするもの、を貧困や社会的課題の完全な解決に誘導していけるのか、または、これらのビジネスがいかに構築された課題解決のメカニズムや枠組みを貧困課題の解決にいかせるのかを分析した。

平成26年度は、ケースの比較を通じて、理論上の一般化を図った。貧困課題の完全な解決に挑む取り組みと、ただ貧困者を食い物とするアプローチは展途上国の貧困問題のケースで見られるものではなく、これらのビジネスは、東日本大震災の被災者や日本国内の社会的課題の当事者をターゲットとする、または、巻き込むビジネスと似ていることは、申請者のパイロット調査で明らかにされた。貧困削減のケースで考察された理論を

震災復興や社会的課題の解決に転換・応用する時に、ということが起こりそうなのかという分野を拡大しながら、これらの理論の適用範囲を明らかにした。

研究代表者は、現在、研究活動のほかに、自ら直接的に社会的課題の解決と復興プロジェクトを立ち上げ、推進しているため、参与観察者よりも、むしろ実践者としてフィールドや復興の現場をよく理解している。活動現場で得られた情報、また、震災復興や社会的課題のケースでの検証結果に基づいて、理論を修正し、さらに発展させることができた。

平成27年度は、研究成果の公表、社会還元と実践上の取り組みに対する助言をした。得られた研究成果は日本国内の学会にて公表し、研究年報などに論文を投稿し、研究の独創性と貢献を発信した。

特に、本研究の研究成果は、研究代表者が現在参画したり、自ら立ち上げ、推進したりしている東日本震災復興プロジェクトで、いかに効果的かつ完全に社会的課題を解決できるのかということに対して貢献することができた。

4. 研究成果

貧困ビジネスは政治上の課題として認識されており、また、規制条例を制定している自治体もあるが、その条例はまだ特定の社会的課題の当事者だけ（例えば、生活保護受給者を搾取する囲い屋）を対象として、社会的課題の当事者を食い物とするあらゆる貧困ビジネスを包括的に規制することがまだできないのが現状である（林田、2013年）。その中、本研究は、調査を踏まえて、純粋に社会的課題の解決を目指すビジネスと貧困ビジネスとの区別は難題であるが、区別要因として挙げられるのはミッションの確認（何のために活動しているのか、何をしないのか）、利益の使い方（利益が使用不明になっているのか）、ビジネスのターゲットである社会的課題の当事者の満足度であることを指摘した。

本研究は、明暗境界線に関するいくつかの形成要因を導出した上で、その理論的な分析枠組みの構築に関して多くの示唆を与えてくれると思われる社会問題の社会的構成(social construction of social problems)の理論を参考し、改めて事例で検証・分析を行った。その結果、ビジネスアプローチのターゲットとなる社会的課題の当事者の満足(individual satisfaction)が社会的課題の解決に対する満足（本研究では社会的満足、social satisfactionと呼ぶ）のなかで追及されるかどうかという分析の枠組みを構築できた。

また、本研究は社会的課題の当事者の個人的満足と社会的満足に関する分析の枠組みを新しい事例（展途上国支援事業、社会的弱者の自立組織や復興支援ビジネス）に転換して、その適用範囲を更に明らかにすることができた。その結果、本研究は貧困撲滅を前

提にビジネスを営んでいくという純粋な貧困削減アプローチ（明）を、単に利潤極大化や市場開拓を目的に貧困層をターゲットとするビジネス（暗）と区別する要因に関しては、次のような結論を導出することができた。個人的満足と社会的満足の達成を目指す事業、社会的弱者が自発的に社会的課題の解決に取り組む事業は「明」、個人的満足の追求ができるが、社会的満足の達成ができない事業及び社会的弱者の個人レベルの満足及び社会的満足以反した事業は「暗」に分類される。社会的課題の課題を解決できる方向（社会的満足）で利潤追求をしていくのは条件付き（グレーゾーン）の「明」として定義される。そのような意味で、最初に本研究が仮説として立てた境界は線ではなくゾーン（領域）として捉えなおすことができる。

社会的課題を定義した利害関係者の満足をいかに達成できるのかという論点、また、社会的満足が社会的課題を捉える貧困ビジネスの発生を防止し、純粋かつ効果的な貧困削減アプローチに方向づける機能、メカニズムに関する動学的考察が今後の研究課題である。

参考文献

- ・林田力、2013年「貧困ビジネスと東京都」Amazon Kindle
- ・Nguyen Chi Nghia、2009年「経営学における新たな貧困削減の原動力 - 貧困者の内発性への注目とその研究の展望へのインプリケーション -」『実践経営』第46号、17-25頁。
- ・Stake, R. E. (2006). Multiple Case Study Analysis. New York: Guilford Press

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕(計 2 件)

[1] Nguyen Chi Nghia, 2016 “A study on local socio-economic development by means of Bau Da wine product development strategies in Binh Dinh Prefecture – Vietnam” 青森中央学院大学研究紀要 25 巻 13 - 23 頁（査読有）

[2] Nguyen Chi Nghia, 2014 「重要性を増すソーシャルビジネスの真相と社会的課題の解決への示唆」青森中央学院大学編『点描～変わりゆく現代社会』、ぎょうせい、133-155 頁（査読なし）

〔学会発表〕(計 1 件)

[1] Nguyen Chi Nghia 「社会的課題を捉えるビジネスアプローチに関する明暗境界線の一考察」実践経営学会東北支部会（第16回）2015年7月25日、仙台市・ハーネル仙台（宮城県・仙台市）

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕
出願状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織
(1)研究代表者 ()

研究者番号：
(1)研究代表者
NGUYEN CHI・NGHIA
青森中央学院大学・経営法学部・講師
研究者番号：80588616

(2)研究分担者 ()

研究者番号：

(3)連携研究者 ()

研究者番号：