

<原著>

## 英国における社会的企業のアウトカム評価に関する一考察

八木橋 慶 一

### A Study of the Outcome Evaluation on Social Enterprise in Britain

Keiichi YAGIHASHI

The aim of this paper is to examine how we can evaluate social enterprise activity, and what kind of evaluation method we can use. The reason for taking up the English case is that social enterprise is thriving despite the recession, and that the central government actively provides assistance for their activities, such as legislating of the new corporate status for them.

Social enterprise is 'businesses with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or in the community'. One of the main fields of their business is job assistance for disadvantaged people, such as NEET (young people Not in Education, Employment or Training), long-term unemployed, disabled people and ex-offenders. Social enterprise is also very active in social service. They have an important role of delivering service for the disadvantaged people who have difficulties living their daily lives in the community. Therefore, this paper demonstrates how we can evaluate the outcome of social enterprise activity to tackle social problems. This paper firstly focuses on Social Return on Investment (SROI), secondly it examines the perspective of intermediate organisations on outcome evaluation, and finally it clarifies both the difficulty and the possibility on the evaluation of social enterprise.

Key words : Social Enterprise, Social Impact, Social Return

社会的企業、ソーシャル・インパクト、ソーシャル・リターン

#### 1. はじめに

本論文は、近年注目を集めている「社会的企業」について、その活動評価をどのように行うべきか、またその評価方法をめぐってどのような議論があるのかを検証することを目的とする。

社会的企業はわが国にとどまらず、欧州や

アメリカなどでも注目を浴びている存在である。本論ではこの中でも英国の社会的企業に焦点を絞って紹介するものである。英国を事例として取り上げる理由は、社会的企業の活動が盛んであり、彼らの活動支援に取り組む中間支援組織も充実し、政府も社会的企業に新設の独自法人格を付与するなど積極的に後押しをしているためである [山本, 2012,

81]。英国経済全体への貢献も、社会的企業数がおよそ6万2000社、総売上は270億ポンド、GDPには84億ポンド寄与し、100万人以上の雇用を創出しており、無視できない規模となっている [Johnson, 2011]。しかし英国を取り上げるのは、データがそろっているからだけでなく、本論のテーマである「評価」について、中間支援組織だけでなく政府側の意図にも特徴があると考えているからである。

さて、その肝心の社会的企業であるが、本論で取り上げる英国では「主として社会的目的を伴うビジネスのことであり、[事業で生み出された] 剰余金を株主や所有者の利益最大化のために活用するよりはむしろ、主にその社会的目的のためにビジネスあるいはコミュニティにおいて再投資する」組織とされる [Cabinet Office, 2006, 10]。その社会的目的の具体例については、「環境、福祉、教育、まちづくり、途上国の貧困などの社会問題」の解決があげられる [山本, 2012, 53]。英国など欧州の研究者は、社会的企業には十分な教育を受けていない若者や障がい者、ホームレス、元受刑者などをそれぞれの環境や能力に応じたかたちで労働市場に統合する機能があり、この非就労の問題が社会的企業の取り組む分野の代表例とも指摘している [Defourny and Nyssens, 2006; 八木橋, 2011]。

また、ソーシャルケア分野など保健や福祉も社会的企業の主要な活動領域とされる。生活課題を抱えたコミュニティの人々へのサービス提供においても重要な役割を果たしているのであり、コミュニティにおける福祉の一端を担っている存在とも言える。本研究では、このような社会問題の解決に取り組む社会的企業の活動評価の手法の原理を考察することにより、社会問題の解決というアウトカム(成

果)<sup>1)</sup>はどのように評価することが可能であるのかを考察することとする。

## 2. ソーシャル・インパクトとは

社会的企業の評価を考える際にまず考えなければならないのは、何を評価するのかという点であろう。一般の営利企業であれば、売上高や純利益などで企業の業績を評価することになるが、「社会的」とわざわざ銘打った以上、社会的企業が通常の企業評価とは異なる点も評価する必要があるはずである。企業にとって経済的価値が最重要であることは論を俟たないが、社会的企業であればその名の通り「社会性」を考えなければならない。

ここから通常の企業評価とは異なる評価基準、測定が問題となる。社会的企業の持つ「社会的価値」とは何であり、どのように測定するのか、ということである。これがアウトカム評価にもつながることになる。一般企業の活動もCSR(企業の社会的責任)のように社会的な価値がないわけではないが、企業評価として最優先されるわけではない。上記のように社会的目的を持って活動する社会的企業にこそ、「企業」評価のポイントとして扱われるべきものであろう。

では「社会的価値」とは何であろうか。ムルガンは、ビジネスにおける価値、つまり経済的価値は比較的意見の一致を得やすいが、社会問題の場合は社会的「諸」価値と呼ぶほど複雑である点を指摘している [Mulgan, 2010, 40]。たとえば治安の問題は、犯罪などの治安悪化の背景にある社会構造にメスを入れるのか、犯罪者個人に厳罰を科す方向で対処するのかで施策が変わってくる。前者であれば、貧困や社会的排除といった社会問題と犯罪の関係性を解明し、その負の連鎖を断ち切る施策が重要となる。たとえば、貧困地域

における雇用創出や教育・職業訓練の充実などが戦略として考えられる。一方、後者の立場であれば犯罪は個人の問題であり、違反者への厳罰はもとより警察などの治安機関によるパトロール、監視カメラの設置なども考えられる。

価値、とりわけ社会的価値は、「具体的なものではなく、需要と供給の相互作用から生じ、時間、人、場所、状況で変化する」ものということになる。したがって、ムルガンは社会的価値の測定は非常に困難を伴うものであり、一つの手法のみで測定することに注意を促している。しかし、外部の利害関係者への説明責任、組織内部で意思決定のあり方、ソーシャル・インパクトの幅広いアセスメントは必要であり、この点から評価測定を行うことは促している [ibid., 42]。

社会的企業は自らの考える社会的価値の実現、増加を目的とするわけであるから、その結果によって生じる社会への影響を一つの評価基準にできる。上記のソーシャル・インパクトへのアセスメントは、社会的企業の「社会性」の評価に直結しているものであろう。問題は、「時間、人、場所や状況で変化する」相互作用の帰結という社会的価値の実現によって創出されるソーシャル・インパクトが何なのか、ということである。

一般企業が経済的価値を実現することによって生み出す経済的なインパクトは、比較的同定しやすい。収益の増加、被用者の賃上

げといった待遇改善などが考えられる。また経済社会全体で見れば雇用の創出といった効果も確認できるであろう。一般の企業とは異なるとしても、社会的企業の活動を具体的に評価したいのであれば、彼らのもたらすインパクトを確認する作業は不可欠となる。

ここで重要となるのは、社会的企業が自らの活動の目的は何であるのか、つまりその活動を行うことでどのようなインパクトを社会に与えているのかを確認することである。社会的企業の自己認識と活動の実態である。英国における社会的企業の代表的な中間支援組織ソーシャル・エンタープライズ UK (SEUK) が発刊した『英国の反撃 (Fightback Britain)』が示唆に富むデータを提出している。以下、その内容を簡単に触れておく<sup>2)</sup>。

英国では、地方自治体内の一定規模の小地域を地理的基準として、所得、雇用、健康、教育・技能訓練、住宅や各種サービスへの障害、犯罪、生活環境の7分野の貧困度を組み合わせてコミュニティの貧困の深刻さを政府が測定している。この指標が複合的デプリベーション指数 (Index of Multiple Deprivation, IMD) と呼ばれるものである [たとえば、八木橋, 2010]。SEUK は、この指標を用いた英国内の全コミュニティの五分位階級別の結果から、社会的企業の主要な活動地域を割り出している [SEUK, 2011, 22]。社会的企業の39%が最貧困のコミュニティ (第 I 五分位階級) に存在し、社会起業家が

図表 1 貧困度別の社会的企業の活動地域

階級	第 I	第 II	第 III	第 IV	第 V
社会的企業の比率	39%	24%	17%	11%	9%
社会的企業の創業の比率	32%	27%	10%	13%	10%
中小企業の比率	13%	13%	18%	24%	23%



出所：SEUK (2011) *Fightback Britain*, p. 23.

新たな社会的企業を設立する場合も32%が同じ階級であった（図表1）。英国では、社会的企業がどのような場所で自分たちの活動のインパクトを残そうとしているかが明瞭に表れていると言える。

同様に、社会的企業自身が何を活動目的としているかについての調査も行い、25の主たる活動目的のうち上位10目的を提示している[ibid., 22-23]。その上位10目的とは、以下の通りである（複数回答）。

- ①コミュニティの改善（25%）
- ②雇用創出（24%）
- ③困難な立場の人々の支援（23%）
- ④健康や福祉の改善（22%）
- ⑤教育やリテラシーの向上（19%）
- ⑥社会的排除への取り組み（18%）
- ⑦環境保護（16%）
- ⑧金融面での排除への取り組み（13%）
- ⑨困難な立場の子どもや若者の支援（10%）
- ⑩手ごろな価格の住宅の提供（10%）

第Ⅰ五分位階級と第Ⅴ五分位階級間には当然差異があり、雇用創出は第Ⅰ階級では30%の社会的企業で活動目的のトップを占めていたのに対して、第Ⅴ階級では13%で第6位であった。いずれにせよ、社会的企業自身の考える目的のトップはコミュニティの改善であり、貧困地域であればそれは雇用、健康、社会的包摂、教育と多岐にわたる社会的課題への取り組みと同義なのである。

これらのデータから判断すると、社会的企業にとってのソーシャル・インパクトとは、自らの主たる活動場所であるコミュニティの改善ということになる。そのための具体的な行動として、事業活動によって生じた利益のコミュニティへの再投資、スタッフのコミュニティから積極的に採用、あるいは労働市場

で不利な立場にある人々（たとえば障がい者、長期失業者、元受刑者など）の雇用、社会的企業の提供するサービスの受益者の意思決定過程への参画といったものがあげられる。これらの活動をどの程度行っているかという自己認識も、SEUK のデータからは判明している。利益の再投資は「大いに」「ある程度」行っているものの合計で82%、スタッフの雇用も合計81%、意思決定への参画は74%であった。不利な立場の人々の雇用は合計で56%にとどまるが、第Ⅰ五分位階級では「大いに」取り組んでいる社会的企業は31%（全体では25%）に上昇している[ibid., 24-25]。社会的企業がコミュニティにソーシャル・インパクトを与えている、あるいは与えようとしている点は、彼らの自己認識からも確認できるのである。

### 3. インパクト測定の手法：社会的投資収益率（Social Return on Investment, SROI）

前節で触れた社会的価値やソーシャル・インパクトは、たしかに重要なデータであるが、あくまで社会的企業側の自己認識である。第三者にとってわかりやすい数字が出ているわけではない。社会へのインパクト、とりわけアウトカムは、客観的な指標から数値化された方が第三者には活動の素晴らしさを説かれるよりも理解しやすいであろう。この点について、多くの中間支援組織や研究グループが社会的企業の活動の評価指標を開発している。本論はそれらの手法の妥当性を逐一検証することを目的としているわけではないため詳細は触れない。本論では上記のSROIに焦点を絞ることとする。なお、これらの手法の簡潔な紹介については、多くの先行研究が存在するため、それらを参照されたい[たとえ



ば、Mulgan, 2010; 塚本, 2011; Ridley-Duff et al., 2011]。

本節で取り上げる SROI は、社会性を伴う事業活動に費用対効果の視点を取り入れたものである。1990年代後半にアメリカのチャリティ財団で開発されたものである。その後、英国の非営利シンクタンクが修正モデルを提示、2009年には英国政府が社会的な事業の評価指標としてガイドブックを公表し、社会的企業への導入を後押ししたという経緯がある。つまり英国では、非営利の民間セクターが提唱する評価指標という範疇を超えた性質があると言える。

その社会的な事業活動だが、問題に取り組む際には一定の費用をかけることになる。そして、一定期間後には事業の成果は出てくる。その活動の成果について、どれだけ社会に有益であったかを事業活動にかかった費用と成果から社会的な影響を数値化するというものが SROI なのである。たとえば、長期失業者へ職業訓練サービスなどの支援を提供し、就労へつなげることを狙う事業を考えてみる。対象者が実際に就労すると、その人物は賃金を獲得することになり、その人が受給していた社会保障関係の給付は削減あるいは廃止となる。また就職したことによって生活環境の改善も果たされれば、健康状態の改善にもつながり、医療費の削減も十分に考えられる。これらを「貨幣化された社会的価値」と想定するのである。そしてそれまでに投入された事業費は、この貨幣化された社会的価値を生み出すのに必要な費用とされる [山口他, 2012, 2]。

つまり、投入した資金に対してどれだけ社会的な価値が効率的に「リターン」できたかを測るために、貨幣化された社会的価値を投資された費用で割って「社会的な」収益率を弾き出すのである。その比率が SROI という

ことになる。

$$\text{SROI} = \text{貨幣化された社会的価値} \div \text{投入資金}$$

SROI の狙いは、社会的企業や非営利組織などによる社会性を伴った事業のアウトカムを貨幣化によって可視化しようということにある。かりにこの比率が 3 : 1 であれば、1 ポンドの投入資金に対して当該事業は 3 ポンドの社会的価値を創出したということになる。もちろん、貨幣化・定量化の前提として、事業により生じる社会的価値をステークホルダー（利害関係者）ごとに明確にする必要は説いている [Cabinet Office, 2009a]。

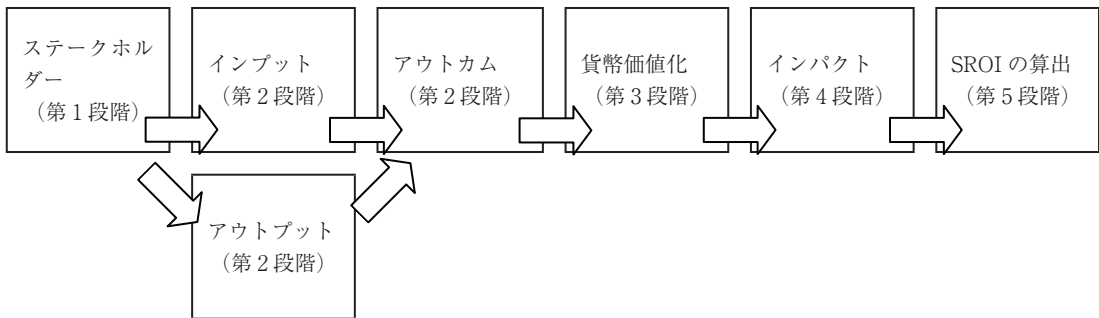
具体的な算出プロセスは、上述の政府発行のガイドブックに従って簡潔にまとめると、以下のような流れとなる。

まずソーシャル・リターンの7原則を確認しておく [Cabinet Office, 2009b, 7]。①利害関係者の参加②何が変化しているのかの理解③アウトカムとして重要なものを評価④重要なものだけを評価対象にすること⑤過剰な主張をしないこと⑥透明性の確保⑦結果の検証、である。この7原則を踏まえて、次の手順でソーシャル・リターンを分析する。

- 第1段階：分析範囲の確定と利害関係者の特定
- 第2段階：アウトカムのマッピング
- 第3段階：アウトカムの確認と貨幣価値化
- 第4段階：インパクトの確定
- 第5段階：SROI の算出
- 第6段階：SROI の結果の報告、活用

英国政府の発行した SROI のガイドブックに従って簡単に紹介すると次のような内容になる [Cabinet Office, 2009a]。第1段階は、社会的企業が自分たちの活動におけるステー

図表2 SROIの分析プロセスの概念図



注) 第1段階から第4段階までをインパクトマップと呼ぶ

出所：中小企業総合研究機構（2011）『ソーシャル・ビジネスの事業構造と評価に関する調査研究』，125ページより（一部加筆）

クホルダーが誰なのかを確定し、関与の方法を決定する段階である。ステークホルダーは、たとえば従業員、地域コミュニティのメンバー、事業の参加者、地方自治体などである。第2段階は、自分たちの活動に投入するインプット、そこから生じたアウトプットを分析し、どのようなアウトカムが生じるかを描く段階である。ステークホルダーのためにはアウトカムを説明する必要があるからである。第3段階では、アウトカムが実際にどのようなものかを確定させ、そしてそのアウトカムを貨幣価値に置き換える段階である。そのためにはアウトカム指標を作成し、必要なデータ収集にあたることになる。具体的には、ステークホルダーへの聞き取り調査があげられる。貨幣価値化の例だが、ステークホルダーを「精神障がい者」とした場合、アウトカムは「メンタルヘルスの改善」、指標の例は「メンタルヘルス・サービスの活用の水準」、そして「カウンセリングの費用」が貨幣価値化されるものとなる。

第4段階は、自分たちの活動が社会に与えた影響を確定させる段階である。自分たちの事業活動がなくとも生じた可能性のあるアウ

トカムの総量や他組織などの貢献で生じたアウトカムの比率などがどれくらいかを分析評価し、自分たちのアウトカムが実際にはどれくらいであったかを特定することである。見かけ上のアウトカムから自分たちの活動で実際に生じたアウトカムを判別するのである。ここで弾き出された数値がインパクトとなる。そして第5段階では、上記の式を用いて、つまりインパクト（貨幣化された社会的価値）を投入資金で割ってSROIを算出することになる。最後に第6段階は、算出したSROIを公表し、関係者への情報開示、また彼ら自身の今後の活動に生かすという段階である。

SROIの重要なポイントは、ソーシャル・リターンやインパクトというものについて、事業の当事者評価だけでなく、事業費を「投資」する側（政府、財団、金融機関など）やさまざまな利害関係者といった第三者にアウトカムを数値化（貨幣化）して見せる点である。事業の効率性の向上や組織の経営改善にもつながるものである。マネジメントツールとしての有用性が指摘されることになる〔塚本, 2011, 134〕。

たとえ社会的な事業への投資ということ

であっても、ファンド側は数値化できるアウトカムを求めるであろう。また、事業への補助金支出について一層の効率化を求められている現在の政府にとって、とりわけ2008年の不況以降は大幅な公共支出削減が続く英国では、資金が効率的に「社会的価値」の創出につながることを望んでいることは間違いない。事実、地方自治体協会（Local Government Association）の関係機関から『SROIとコミュニティ・エンパワメント』というSROIを用いて自治体のコミュニティ・エンパワメント事業を評価するためのガイドブックが出版されている[LGID, 2010]。この文書では、若者の政治意識を高めて政治参加を促す自治体の事業について、架空のケースを用いてSROIを算出し、アウトカムの貨幣化をわかりやすく解説している<sup>3)</sup>。SROIは、行政側にとっても自らの活動の説明責任を果たすために利用できる有益な評価指標として一定の期待を受けていると言える。

#### 4. 中間支援組織の見解

社会的企業のサポート役である中間支援組織側は、このSROI重視の流れをどのように受け止めているのであろうか。本論では、修正モデルを開発したシンクタンクや政府の2009年発行のガイドブック作成にかかわったSROIネットワーク（SROI Network）など推進側と判断できる組織ではなく、他の組織に焦点を当てることとする。SROIに対する多様な見解を紹介するためである。

前出のmulganは、ロンドンにある非営利の中間支援組織であるヤング財団（Young Foundation）の元所長である。その彼自身、SROIについては、計算の数値の選択が独断的であるために「大まかな予測には役立つが

きめ細かな決定には役立たない」と指摘していた。また、商業における割引率と同じように社会的価値にも割引率を適用している点についても、その妥当性に疑義を呈していた[Mulgan, 40-41]。

同じくヤング財団のS. タッカー現所長も、SROIについて「あまりに野心的」と語り、問題点として①計算に時間がかかりすぎる点、②計算に専門性が求められる点、③誤差が大きすぎる点、④価値判断の難しさ、⑤最終的な数字の問題、⑥妥当性のない比較を促しかねない点、⑦最終的な数値に誰も関心を払わない点、などを挙げていた。したがって、社会的企業の評価では定性的な評価が重要であると指摘していた[Tucker, 2012]。

さらに、『英国の反撃』を刊行しているSEUKにおいても、C. ジョーンズ政策戦略課長は、「社会的企業の多様性を考慮するとSROIだけで評価することは困難であり、ケースごとに判断している」と語っている<sup>4)</sup>。これらの団体の姿勢から判断できることは、社会的企業の評価は個々の企業の活動や事業の内容を第一に考えるべきであり、SROIによって評価指標の標準化が容易に達成できるという過剰な期待に注意を促すものであった。

そのほか、ロンドン地域で社会的企業のサポートを行っているソーシャル・エンタープライズ・ロンドン（Social Enterprise London, SEL）においても、ブライトン大学と共同で独自の評価手法を開発している[McLoughlin et al., 2009]。彼らは、SROIがソーシャル・インパクトを貨幣化する点は社会的企業にとっても魅力的であることを認めつつ、一方であらゆるインパクトが貨幣化されるわけでもないとする。とりわけ、ソーシャル・インパクトの測定や自分たちの活動の報告システムが整備されていない組織では、SROIの利用は難しいと捉えていた[ibid.,

158]。

そこで彼らが開発したのは、SIMPLE (Social Impact for Local Economies) というツールであった。これは、社会的企業の経営者側が、①自らのインパクトを概念化し、②測定するインパクトの特定と優先順位付けを行い、③インパクトの測定を展開し、④インパクトの報告を行い、⑤組織内にその測定結果を埋め込む、という流れで評価作業を行うというツールである。SEL とブライトン大学がトレーニング・コースを提供するというものである [ibid., 160-173]。つまり、社会的企業側が自らの活動を総合的に評価し、外部に説明できるに能力向上を目指すシステムということである。ただし、SROI を否定するのではなく、貨幣化という点では利用可能な SROI とは相補的な関係が築けると主張している [ibid., 174]。

このように、複数の中間支援組織が SROI についてある種の使いにくさを認めており、ケースごとの判断や独自ツールの利用を行うといった柔軟な対応をしているのである。とはいえ、外部への説明責任を果たす際に [Mulgan, 2010, 42]、SROI の特徴である社会的価値の貨幣化という手法が社会的企業の活動に一定の説得力を持たせることは間違い無い。とりわけ、社会的企業に事業委託を行っている政府など公共セクター側にとって、アウトカム評価の数値化は厳しい財政状況では至上命題である。また SIMPLE ツールも SROI との両立は否定していない。とするならば、定性的な調査と組み合わせ、外部（とりわけ資金提供側）への説明責任を果たすツールとして扱うという限定的な活用が現実的なアプローチと考えられるであろう<sup>5)</sup>。

## 5. おわりに

本論では、社会的企業のアウトカム評価について、英国政府推奨と言ってよい SROI にいささか厳しい評価となったことは否めない。しかし、社会的企業は第2節でも見たように本来的にローカルな存在であり、また社会的に恵まれない立場の人々へのサービス提供を重視する存在である。この点を考えると、社会的価値の貨幣化だけでは活動実態を把握しづらいであろう。何度も触れたように、社会的価値やソーシャル・インパクトが多様であるということは、アウトカムも多角的に検討できるはずである。

しかし、投資に対するリターンの数値化を求めるファンド側の要請に応える必要はある。まして自らを「企業」と呼び、事業の手法は「ビジネス」と明言しているのである。SROI はこのジレンマを一挙に解決するものではないが、社会的企業の存在理由を考慮すれば、一定の条件下での活用は依然として求められていると考える。

とはいえ、社会性とビジネスの両立という社会的企業の抱えるジレンマは残されたままである。アウトカム評価をめぐる議論は、社会的企業とは結局何であるのか、という疑問に引き戻す。この問題をどのように考えるかは今後の検討課題である。

## 注

- 1) 「アウトカム」とは、「投入された費用がサービスに変換され利用されることより、生み出される効果・成果」のことである [日本福祉大学福祉政策評価センター「アウトカム評価システム」を参照。  
<http://www.nihonfukushi-u.jp/spec/autokamu/index.html> (2012年12月12



日アクセス)]]。つまり、施策や事業の成果の内容面や本質面に着目した性質のものである。

- 2) なお、このSEUKの調査での「社会的企業」とは、①自らを社会的企業と認識していること、②収入の26%以上が事業収益であること、という条件を満たしているところである。調査結果は、オンラインもしくは電話で調査に協力した865社からの回答に基づいたものである [SEUK, 2011, 11]。
- 3) LGIDが取り上げた事業例は、「若者市長」というプロジェクトである。地域の若者(11-18歳)が立候補者し、その選挙の第1位の者が「市長」、第2位が「副市長」、第3位から第5位の3名と地域代表などの22名を加えた合計25名がアドバイザーとなるというものである。地域に児童・若年関連の事業(たとえばスポーツ施設の建設)の是非を討論してもらい、その結論をカウンシル(地方議会)が尊重するという仕組みである。地域の意思決定過程に若者自身が参加することで、若者の政治意識向上を狙ったものである。詳細は、大村 [2010] を参照されたい。
- 4) 2012年9月12日にSEUK本部にて行ったヒアリング調査より。
- 5) わが国でも、SROIと定性調査を組み合わせた社会的企業やソーシャルビジネスの事業評価手法の開発に関する提言はすでに存在している。MURC [2012] を参照されたい。

※本研究は、科学研究費補助金(基盤研究C)「英国の都市ホームレス問題における社会的企業の評価枠組みの研究」(研究代表者;

山本恵子)の成果の一部である。

## 【引用文献】

- Cabinet Office, Social Enterprise Action Plan : Scaling new heights, 2006.
- Cabinet Office, A Guide to Social Return on Investment, 2009a.
- Cabinet Office, Social Return on Investment- an introduction, 2009b.
- Defourny, J. and M. Nyssens, “Defining socialenterprise”, in Nyssens, M. (ed.), Social Enterprise : At the crossroads of markets, public polices and civil society, 3-26, Routledge, 2006.
- Johnson, N., Regeneration and Social Enterprises in the UK (講演録), 2011年11月13日, 於関西学院大学梅田キャンパス, 2011.
- Local Government Improvement and Development (LGID), Social Return on Investment in community empowerment : a worked hypothetical example, 2010.
- McLoughlin, J., J. Kaminski, B. Sodagar, S. Khan, R. Harris, G. Arnaudo and S. McBrearty, “A strategic approach to social impact measure of social enterprises : The SIMPLE methodology”, in Social Enterprise Journal, Vol. 5, No. 2, 154-178, 2009.
- 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(MURC), ソーシャルビジネス・レポート①議論進む「ソーシャルビジネス」の評価フレーム(MURC政策研究レポート), 2012.
- Mulgan, G., “Measuring Social Value”, in Stanford Social Innovation Review : Summer 2010, 38-43, 2010.

- 大村和正：英国「若者市長」とローカル・ガバナンス（シリーズ：ネイバーフッド・ガバナンスと地域再生―日英の脈絡・第4回），賃金と社会保障，第1522号，37-43，旬報社，2010.
- Ridley-Duff, R., and M. Bull, Understanding Social Enterprise : Theory and Practice, SAGE, 2011.
- Social Enterprise UK, Fightback Britain : Findings from the State of Social Enterprise Survey 2011, 2011.
- 塚本一郎：ソーシャルビジネスの事業評価：SROIを中心に，ソーシャル・ビジネスの事業構造と評価に関する調査研究―ビジネスモデルの視点から―，129-138，中小企業総合研究機構，2011.
- Tucker, S., Social Innovation and Social Enterprise（講演録），2012年2月18日，於関西学院大学梅田キャンパス，2012.
- 八木橋慶一：英国における貧困の測定指数（シリーズ：ネイバーフッド・ガバナンスと地域再生―日英の脈絡・第2回），賃金と社会保障，第1516号，18-24，旬報社，2010.
- 八木橋慶一：英国地域再生と社会的企業―労働党政権期における挑戦とその意義―，人間福祉学研究，第4巻第1号，関西学院大学人間福祉学部研究会，29-42，2011.
- 山口高弘・武田佳奈・伊藤利江子：ソーシャルイノベーションの加速に向けたSROIとSIB活用のおすすめ，NRIパブリックマネジメントレビュー，第103号，1-7，2012.
- 山本隆：社会的企業の台頭，神野直彦・牧里毎治編，社会起業入門―社会を変えるという仕事―，53-121，ミネルヴァ書房，2012.