

労働統合を目的とした 社会的連帯経済の地域展開に関する一考察 ～ 2つの就労継続支援事業A型調査報告を踏まえて～

A Study of Community Practice by Social and Solidarity Economy for work integration.
～ Based on the reports of two surveys for Continued Employment Schemes Type A ～

柴 田 学

Manabu SHIBATA

1. 研究の背景と目的

経済のグローバル化が進行するなかで、地域社会における雇用・就労の場の創出、とりわけ、労働市場から排除された人々への雇用・就労のあり方は、大きな研究課題の一つである。特に、障害者に関しては、長期にわたって労働市場から排除されてきた（米澤2011）。一方で、改正された「障害者基本法」では、障害者の社会参加の機会確保が基本原則として掲げられている。特に、「保護から就労へ」「就労による自立」という流れが強調されているなかでは、労働による障害者の地域社会への参加の実現について模索していく状況にあるといえよう。

こうした流れのなかで近年、利益を主たる目的とせず、事業活動を通じて社会的課題に取り組む「社会的連帯経済」、とりわけ、労働市場から排除された人々への就労支援分野において活動する「労働統合」を目的とした社会的連帯経済の実践が注目されている。また、労働による障害者の地域社会への参加を促進する新たな地域福祉実践のあり方としても、その関心が高まっている。

福原宏幸によれば、社会的連帯経済とは、

「社会的経済と連帯経済が重なり合い、市場原理と異なる互酬性を基準とした価値規範に支えられた経済システム」（福原2014：30）であるという。社会的経済とは、協同組合や共済、NPOや社会的企業といった組織の民主主義的ガバナンスの次元に着目する経済活動を指す（福原2014、北島2016）。一方で、連帯経済とは、「市民同士の相互的な掛かりあいを基盤にして経済の民主化に貢献する経済活動の集まり」（Laville2012：310）であり、「就労支援の取り組みも含めて近隣サービスの実践の中でもきわめて特徴的な事例を理論的に検討するなかから演繹的に導き出されて」（北島2016：20）いるのが特徴である。また、連帯経済は、地域空間への定着と、（サービス提供における人間関係の次元に関わる）近隣公共圏¹⁾をベースとした「近隣サービス」を実現するものであり（北島2016）、言い換えれば、地域レベルでの実践を想定とした「地域住民の相互扶助的な関係から形成される経済活動」（柴田2017：64）と定義することができる。社会的連帯経済は、こうした二つの経済活動を包括的に捉えた概念である。

社会的連帯経済の一つの形態ある社会的企業の研究では、「労働統合型社会的企業」(Work Integration Social Enterprise)という概念が、欧州の社会的企業研究グループネットワークであるEMES学派により提言されてきた。EMES (Emergence of Social Enterprise in Europe)は、社会的企業の活動内容を社会的排除²⁾の克服に求め、その主要分野として「対人社会サービス」(いわゆる福祉サービス)と「労働統合(Work Integration)」(社会的事業の創出/開発の過程の中で、人々の働く場を提供することを第1の目標とする)の2つからなると説明している(Defourny2001)。

米澤且(2011)は、労働統合型社会的企業の役割を分析する際に、その概念枠組みを①再分配(政府)、②市場交換(市場)、③互酬(コミュニティ)という3つの原理で定めたサードセクター論に求めた。また、社会的企業研究においては「サードセクター=互酬」として同一視する「独立モデル」と、「サードセクター=再分配、市場交換、互酬の混合した存在」とする「媒介モデル」という2つの考え方があり、特に労働統合型社会的企業を理解するためには后者の「媒介モデル」に依拠した「媒介の場」と捉えることを強調している。そして、川本健太郎(2013)は、米澤が指摘する「媒介の場」としての労働統合型社会的企業の3つの原理(再分配、市場交換、互酬性)を踏まえ、多様な主体の参加による財(互酬性)においては、ソーシャルキャピタル(社会関係資本)の創出を強調しており、「労働統合型社会的企業は、障害者を含む、地域の多様な主体の関係調和をはかりながら組織化しマネジメントしていくことが求められる」(川本2013:73)と述べている。社会的連帯経済、特に連帯経済の概念においては、①市場資源(ex:販売からの収入)のみならず、②非市場

資源(ex:公的な資金)、③非貨幣資源(ex:ボランティア、寄付)という異なった「資源」の組み合わせ・活用(資源のハイブリッド化)によって、実践の安定性を担保している(北島2016)³⁾。これら3つの資源は、米澤や川本が指摘する3つの原理と共通したものであると言える。

ところで、障害者における雇用・就労に話を戻せば、2006年に施行された障害者自立支援法(現:障害者総合支援法、以下「支援法」)における就労形事業A型事業所(以下、A型事業所)は、雇用契約を結び、(例外措置はあるが)原則最低賃金以上の支払いをすることとなっている。厚生労働省(2017)の資料によれば、2017年3月現在で66,025名の利用者数であり、2013年度の27,404名の利用者数と比較しても約2.4倍増加しており、事業者数および総費用額も毎年増加している。なお、時給については、「社会起業と地域再生に関する研究グループ」(以下、地域再生研究グループ)における2013年のA型事業所第1回調査では時給換算で約652円、2016年に実施した第2回調査では時給で約761円という結果になっている⁴⁾。

支援法の大きな特徴は、「準市場」(Le Grand 2007=2010:38-39)の導入である。例えば、A型事業所の運営においては、市場による事業活動での収益だけではなく、A型事業所のサービス利用に基づく自立支援給付費を収入として確保している⁵⁾。また、A型事業所によっては、行政からの委託事業費なども貴重な収入源になるなど、「公共調達」による公的資金を活用しながら事業を実施しているところも想定される⁶⁾。

支援法におけるA型事業所は、本研究が対象としている労働統合を目的とした社会的連帯経済の枠組みに非常に近く、日本における労働統合のあり方の一つとして捉えることが

可能であろう。特に、米澤や川本による研究からみても理解できるように、A型事業所は、「準市場」や「公共調達」等の再分配による公的資金を確保しながらも、事業所で生み出されるサービスや商品においては、一般消費者を対象とした事業活動を市場交換の場で展開しているといえる。

一方で、互酬性という原理については何かと問えば、「個人あるいは集団間で、贈与を受けた側が与えた側へ何らかの返礼をすることによって、相互関係が更新・持続されること」（広辞苑第七版）を指す。この互酬性は、組織内の人々やグループにおける相互関係性、組織外における人や組織・地域との相互関係性を示したものであるといえる。

A型事業所の研究については、伊藤修毅（2011）や塩津博康（2016）によるA型事業所の実態調査に基づいた研究において、経営の課題や問題点が指摘されている。しかしながら、A型事業所と地域社会との関係性、地域での事業展開等について扱った先行研究は見当たらないのが現状である。

そこで、本研究では、2013年および2016年に地域再生研究グループ⁷⁾が実施した2つのA型事業所調査、特にA型事業所と地域社会との関わりに焦点を当てた調査結果をもとに、日本における労働統合を目的とした社会的連帯経済の地域展開について試論的考察を述べることにしたい。

2. 研究方法

(1) 調査方法および分析方法

2013年に実施した第1回調査は、WAMNETに掲載しているA型事業所名簿にある全事業所（1,378ヶ所、2012年11月現在 *香川県を除く）に対して、郵送法による全国規模の質問紙調査を実施した。有効回答は552件（回収率は40.1%）であった。

2016年に実施した第2回調査では、第1回調査で回答のあった全国のA型事業所の中から（宛先不明および一部事業終了・休止中が確認できた事業所を除外した）548件を対象とした郵送法による質問紙調査を実施した。有効回答は196件（回収率38.1%）であった。

本研究では、2つの調査のなかでも、A型事業所の地域展開に関連する事項に限定して取り上げる。

第1回調査に関しては、調査項目に関する単純集計による分析を行うとともに、A型事業所が地域に展開している方策に関する項目（自由記述）の内容について質的コーディング（佐藤2008）を参考に分析を行った。分析手順としては、①自由記述のデータを意味内容ごとにコードを割り出し、②割り出したコードをもとに小カテゴリーを生成し、③主要な分析要素を大カテゴリーとして導き出し、④A型事業所における地域展開の現状について、大カテゴリー別に落とし込む作業を行った（後述する表9）。

第2回調査では、単純集計による分析を行ったのち、事業所と地域社会との関係に関する項目（表1・2）と、2013年1月時点からの事業所の変化に関する項目（表3）との相関分析を実施した（後述する表14）。さらに、事業所の変化における①地域関係の変化に関する項目（8変数）と、②組織マネジメント変化に関する項目（9変数）および③利用者変化に関する項目（5変数）との相関関係について、それぞれの合成変数ごとに相関分析を行った結果（表4）、それぞれの項目と有意に相関がみられた（後述する表15）⁸⁾。分析にはSPSS statistics Version22を使用し、Spearmanの順位相関数で算出した。優位確率は1%水準で有意なものを採用している。なお、第2回調査については、橋川ら（2016、2019）や竹内ら（2016）との共同研究による

成果を既に報告しているため、本稿はそれらの内容も踏まえた上での分析となる。

(2) 倫理的配慮

地域再生研究グループとして調査を実施するにあたっては、日本地域福祉学会研究倫理規程(2010)を遵守し実施した。また、得られたデータは研究として使用し、数値化して管理保管した。調査票には事業所名や法人名を公表することは一切ないことを付記するとともに、分析においてもそれら情報が特定できないように、統計的な手法を用いて処理を行った。

3. 第1回調査に関する分析結果

(1) A型事業所と「行政機関」「民間企業」「地域に関連する組織」「ボランティア」との連携の意向

表5は、A型事業所に対して、各種団体・機関と今後つながりを深めていきたいかどうかの意向を聞いた結果を示したものである。つながりを深めたいかという問いに対して、「強くそう思う」と回答したA型事業所は、「都道府県・政令指定都市」に対するものが41.5%、「市区町村」に限定すれば最も多く52.9%、そして「民間企業」が48.0%となっており、行政機関(都道府県や政令指定都市、市区町村)や民間企業に対して「強くそう思

表1 今現在の地域社会との関わりの実態について

選択肢	度数	割合
01 地元の祭りに参加している	66	33.7%
02 地元の会合に出席している	55	28.1%
03 地元の清掃活動等の行事に参加している	49	25.0%
04 地元自治体の自立支援協議会のメンバーになっている	81	41.3%
05 小～高校の福祉教育(学習)のプログラムの受け入れを行っている	65	33.2%
06 中学校のトライアルウィーク(職場体験)の受け入れを行っている	74	37.8%
07 ボランティアの受け入れを行っている	61	31.1%
08 広報誌を発行している	54	27.6%
09 HPやSNSを活用し、情報発信を行っている	88	44.9%
10 地元住民を対象とした行事やイベントを行っている	58	29.6%
11 無効回答	19	9.7%
回答者数	196	

出典：橋川他(2019) p185

表2 今現在の地域社会に対する意識について

選択肢	度数	割合
01 地域の特性を意識している	111	56.6%
02 地域の要援護者の実態を意識している	90	45.9%
03 地域住民が共通して抱える課題を意識している	46	23.5%
04 地域内の社会資源を意識している	109	55.6%
05 相談し合える地域住民との関係性がある	59	30.1%
06 地域住民や地域内の事業者から寄付を募っている	10	5.1%
07 無効回答	23	11.7%
回答者数	196	

出典：橋川他(2019) p185

表4 事業所の変化を構成する3つの合成変数の関係

	組織マネジメント得点	利用者変化得点	地域関係得点
組織マネジメント得点	—	—	—
利用者変化得点	.579**	—	—
地域関係得点	.597**	.697**	—

** : p < .01

出典：橋川他(2019) p187

表3 2013年1月時点からの事業所の変化

	合計	よくあてはまる	あてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	無効回答
利用者（雇用契約に基づく）が増加した	196	40	68	47	39	2
	100.0%	20.4%	34.7%	24.0%	19.9%	1.0%
新規に事業（サービス、商品）を開始（開発）した	196	35	65	34	59	3
	100.0%	17.9%	33.2%	17.3%	30.1%	1.5%
組織 マネジ メント の 変化	196	5	15	51	121	4
	100.0%	2.6%	7.7%	26.0%	61.7%	2.0%
利用者が経営に参画するようになった	196	15	75	72	30	4
	100.0%	7.7%	38.3%	36.7%	15.3%	2.0%
事業所の収支が改善された	196	13	62	66	50	5
	100.0%	6.6%	31.6%	33.7%	25.5%	2.6%
独自事業による事業収入が拡大した	196	23	52	59	57	5
	100.0%	11.7%	26.5%	30.1%	29.1%	2.6%
地元で競合他社が生まれた	196	11	64	81	35	5
	100.0%	5.6%	32.7%	41.3%	17.9%	2.6%
外部に視察に出向く機会が増えた	196	25	134	29	5	3
	100.0%	12.8%	68.4%	14.8%	2.6%	1.5%
職員同士の連携が取れるようになった	196	35	88	50	20	3
	100.0%	17.9%	44.9%	25.5%	10.2%	1.5%
外部からの視察が増えた	196	3	47	84	59	3
	100.0%	1.5%	24.0%	42.9%	30.1%	1.5%
ひとり暮らしをする利用者が増えた	196	46	121	20	8	1
	100.0%	23.5%	61.7%	10.2%	4.1%	0.5%
利用者の賃金が上がった	196	19	95	67	13	2
	100.0%	9.7%	48.5%	34.2%	6.6%	1.0%
利用者の人間関係の幅が広がった	196	12	94	64	21	5
	100.0%	6.1%	48.0%	32.7%	10.7%	2.6%
利用者が仕事以外で外出する機会が増えた	196	6	66	101	21	2
	100.0%	3.1%	33.7%	51.5%	10.7%	1.0%
利用者と地域住民が関わる機会が増えた	196	21	101	59	13	2
	100.0%	10.7%	51.5%	30.1%	6.6%	1.0%
職員が地域社会（機関・団体・住民等）と関わる機会が増えた	196	14	95	75	11	1
	100.0%	7.1%	48.5%	38.3%	5.6%	0.5%
地域社会と関わる意識を持つ職員が増えた	196	8	57	98	28	5
	100.0%	4.1%	29.1%	50.0%	14.3%	2.6%
事業を進めることが地域の課題解決につながった	196	9	66	89	30	2
	100.0%	4.6%	33.7%	45.4%	15.3%	1.0%
事業のことで相談し合える地域住民や地元関係者との関係性が広がった	196	12	49	83	50	2
	100.0%	6.1%	25.0%	42.3%	25.5%	1.0%
地元（自治会や町内会）の行事や会合に呼ばれる機会が増えた	196	0	18	90	82	6
	100.0%	0.0%	9.2%	45.9%	41.8%	3.1%
事業運営等に関わる地域のボランティア数が増えた	196	1	7	45	139	4
	100.0%	0.5%	3.6%	23.0%	70.9%	2.0%
寄付が増えた	196	15	85	52	40	4
	100.0%	7.7%	43.4%	26.5%	20.4%	2.0%
地元の消費者や取引先が増えた	196					
	100.0%					

出典：橋川他（2019）p186

う」傾向が強かった。

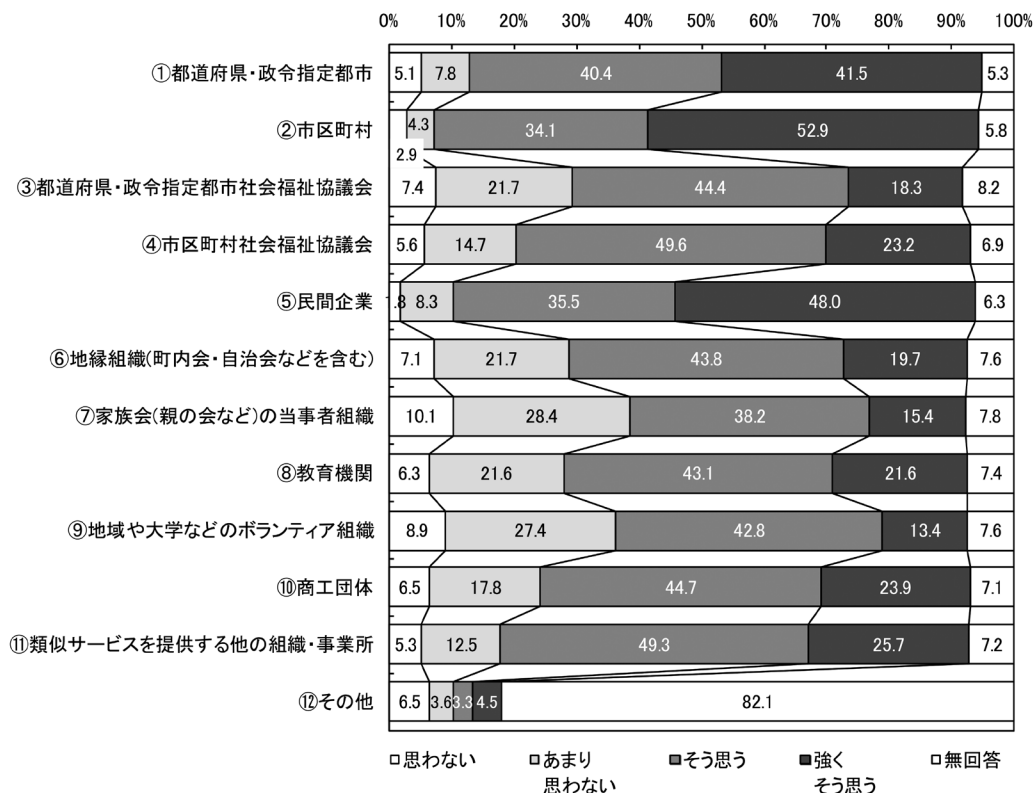
まず、行政機関とのつながりを深めたい理由としては、行政機関との継続的な取引関係や契約関係等による「追加的資源の調達」を意識していることが考えられる。例えば、公共施設内の店舗運営や清掃業務、もしくは公共施設の指定管理等が想定できる。こうした追加的資源の調達は、事業所運営の安定的操業にもつながるものである。なお、本調査で（外郭団体含む）行政機関との継続的な取引関係等の有無を聞いたところ、継続的な取引関係等があるA型事業所は17.2%にとどまり、約8割を越すA型事業所が継続的な取引関係が無いことが明らかになっている（表6）。

次に、民間企業とのつながりを深めたい理由としては、民間企業の下請け業務やA型事

業所で開発した商品の販売等、タイアップや販路の拡大を狙った戦略を意識していることが考えられる。実際にA型事業所の主たる取引先（顧客）について聞いたところ、民間企業が35.1%と最も多く、次いで一般消費者で24.5%という結果であったことから想定できる（表7）。

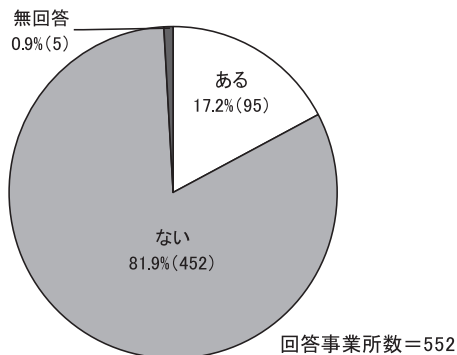
一方で、再度表5を確認すると、行政機関や民間企業と比較して、地縁組織（町内会・自治会などを含む）や社会福祉協議会（都道府県・政令指定都市、市区町村）、家族会等の組織、ボランティア組織等、地域に関連する組織に関しては、つながりを深めたいという部分で「強くそう思う」傾向が低い。特に、家族会等の組織に関しては、「あまり思わない」「思わない」の回答を合わせると

表5 今後つながりを深めていきたい団体・組織等



出典：社会起業と地域再生研究グループ（2015）p29

表6 行政機関（外郭団体含む）との継続的な取引関係の有無

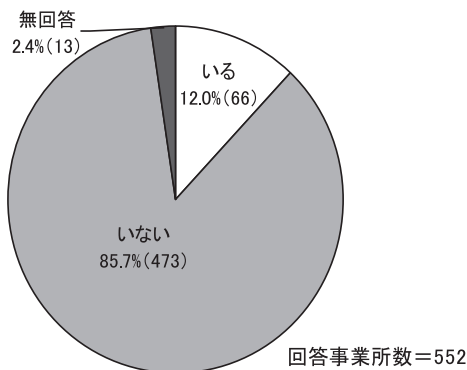


出典：社会起業と地域再生研究グループ（2015）p20

約4割にのぼるのも特徴的である。

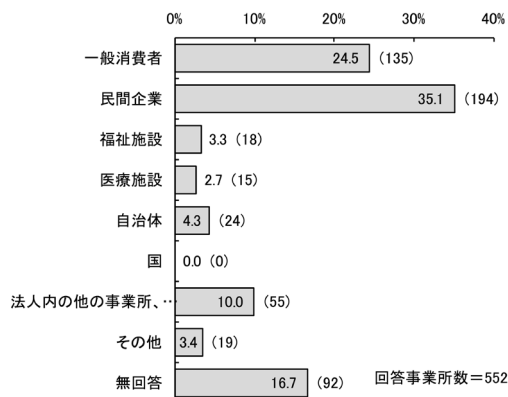
なお、A型事業所におけるボランティア協力者の有無を聞いたところ、85.7%の事業所が「ボランティアとの関わりがない」と回答しており、ボランティアとの結びつきが少ない傾向にあることも明らかになった（表8）。したがって、第1回調査時点では、地域に関連する組織やボランティアが、A型事業所にとって重要な存在であると認識されているとは言い難い結果となった。

表8 ボランティアの有無



出典：社会起業と地域再生研究グループ（2015）p17

表7 主たる取引先



出典：社会起業と地域再生研究グループ（2015）p19

(2) A型事業所における地域展開の現状

地域に展開している方策（自由記述）については、《大カテゴリー》【小カテゴリー】「コード」で示した表9を用いて分析を行う。

1) 《地元企業・住民組織との戦略的な協力関係》

この大カテゴリーは、【A型事業所経営・運営への参加】【地域に密着した運営】【仕事起こし】という小カテゴリーで構成されている。地域組織への配食サービスや商店街での空き店舗を活用した事業所開設等、地域と常に密に関わる運営を意識することはもちろんのこと、地元企業と連携することで商品開発や障害者の仕事を開拓する展開がなされている。また、地域関係者・団体等がA型事業所運営に関わることで、地域内でのステークホルダーを拡大することにもつながり、それが新たな仕事起こしにもつながる可能性がある。

2) 《地域との農福連携》

この大カテゴリーは、【遊休農地の活用】【地産地消での六次産業化】【農業人材不足に対する貢献】という小カテゴリーで構成されている。地域課題の重要なトピックである

表9 A型事業所の地域展開の現状

《大カテゴリー》	【小カテゴリー】	「コード」
《地元企業・住民組織との戦略的な協力関係》	【A型事業所経営・運営への参加】	「事業所の理事・評議員として地域住民が参加」／「周辺施設や農業法人、民間会社、地元自治会と連携したA型事業所運営協議会設置」
	【地域に密着した運営】	「町内会・自治会の理解を得ることでA型事業所運営がスムーズに展開」／「住民組織の会合に食事提供」／「商店街空き店舗に事業所開設」
	【仕事起こし】	「企業や町内会・自治体での仕事開拓」／「地元企業と連携した商品開発・製造・販売」
《地域との農福連携》	【遊休農地の活用】	「事業所として休耕地・休耕田を借りて地域と連携」／「地域の農業委員会への参画を通じて耕作放棄地再生」
	【地産地消での六次産業化】	「農地を活用した農作物の収穫、特産品の加工」／「地産地消の商品開発」／「農家と協力して野菜栽培」／「地場産業を活かした農業での連携（生産面・販売面）」
	【農業人材不足に対する貢献】	「出荷作業をA型で請け負い」／「農業従事者の高齢化による農業後継者問題への対応」
《地域との積極的な交流機会》	【地域行事への参加】	「地域への環境美化活動（ゴミ拾いなど）への参加」／「地域会合への積極的参加」／「公民館等に出向き行事に参加」／「地域の催し（文化祭、学校行事等）への積極的参加」／「盆踊り等への参加で地元地域との良好関係を維持」
	【地域でのイベントを主催】	「地域でのイベント等に積極的に出店」／「年間500回以上の販売会実施」／「地域でのリサイクル活動で交流」／「地域の観光団体と連携」／「チャリティイベントの開催」
《高齢者をターゲットとした事業創出》	【高齢者への生活支援サービス】	「地域高齢者を対象とした食事の宅配」／「高齢者対象のハウスクリーニング」／「高齢者への買い物代行サービス」／「元気な高齢者を対象としたデイサービス（季節のお風呂と食事会、障害者との共同作業など）」／「老老介護世帯へのサポートを意識したカフェサービス」
	【一人暮らし高齢者へのサポート】	「一人暮らし高齢者へのサポートを意識したカフェサービス」／「一人暮らし高齢者からの依頼等の請け負い」

出典：社会起業と地域再生研究グループ（2015）p30～p43の内容をもとに筆者作成

耕作放棄地や休耕田の活用を、A型事業と結びつける農福連携の展開は、2013年当時においても主流になりつつあったといえよう。なお、第1回・第2回調査においても、農業を主たる業種としているA型事業所が一番多かったことから、A型事業所にとってみれば、農業を通じて地域との接点を持ちやすい側面があることが理解できる。また、遊休農地とA型事業を結びつけることで、農業従事者と

して障害者が関わる場を設定したり、新たな商品開発、出荷作業を行うなど、いわゆる生産・加工・販売等の六次産業化を企図した地域展開も想定できる。

3) 《地域との積極的な交流機会》

この大カテゴリーは、【地域行事への参加】【地域でのイベントを主催】という小カテゴリーで構成されている。地域行事に積極的に

参加することは、地域との継続的なコミュニケーションツールになっていることが考えられる。また、地域イベントを主催する側に立つことで、地域への定着を図るとともに、例えば、販売している商品のアピールや顧客開拓につながる可能性がある。

4) 《高齢者をターゲットとした事業創出》

この大カテゴリーは、【高齢者への生活支援サービス】【一人暮らし高齢者へのサポート】という小カテゴリーで構成されている。この2つの小カテゴリーでは、主に幅広い高齢者世帯を想定しているものと、一人暮らし高齢者を想定しているもので事業展開を分けて考えることができよう。A型事業の障害者が、地域の課題解決に貢献するという意味でも、地域にとって重要なアクターとして機能する可能性も考えられる。

(3) 第1回調査から得られた示唆

自由記述では、地域組織や商店街との連携、農業展開における農家との結びつきを意識している組織も明らかになった。

その他、「事業所を運営・展開していくうえでの課題」（自由記述）について聞いた回答のなかには、過疎化に伴う労働力不足に悩んでいるA型事業所もある一方で、うまく地域のニーズをくみ取り、地域のネットワークを有効に活用しながら、障害者の働く場を作る試みが行われ始めていることも伺えた。

第1回の調査結果を踏まえ、A型事業所と地域社会との関わりが、A型事業所経営にどのような影響をもたらしているのか。より具体的な検証を行う必要性が示唆された。

4. 第2回調査に関する分析結果

(1) A型事業のサービスに関わる関係機関や購入者（消費者）との関わりについての分析

第1回調査で得た示唆をもとに実施した第2回調査では、主にA型事業所の経営的側面に着目しながら、サービスに関わる関係機関や購入者（消費者）との関わりについてのどのような関連性が見られるのかについて検討を行っている。

まず、第2回調査では、A型事業所の収入源を聞いている（表10）。事業所収入の割合については、第1回調査を実施した2012年度収入との比較ができるように項目を設定した結果、2012年度が平均で78,511.0千円に対して、2015年度90,632.0千円という結果になり、2012年度よりも約15.4%増加していた。割合としては2012年度・2015年度ともに「給付金収入」が約5割、「事業収入」が約4割であるなど、合わせて9割を占める結果となっており、残り1割を「補助金収入」「寄付金収入」「その他の収入」で占めることになっている。なお「寄付金収入」は2012年度で0.2%、2015年度で0.1%程度となっている。第1回調査では、A型事業所とボランティアとの結びつきが弱いことが把握できたが、これは所謂、A型事業所は、寄付金やボランティアといったような互酬性が伴う資源（互酬的資源）との結びつきが著しく低いことが示唆されるものとなった。なお、この事実は後述する表14・15における相関分析においても顕著である。

また、第1回調査では、A型事業所が行政機関（都道府県や政令指定都市、市区町村）とのつながりを深めたいという傾向があったことから、第2回調査では、事業収入のうちの行政の委託金の額について把握している。事業収入のうち、行政の委託金は2012年度で5,994.5千円、2015年度で6,801.1千円と約

表10 A型事業所の収入の割合について

	2012年度				2015年度			
	金額(千円)		割合(%)		金額(千円)		割合(%)	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
事業収入	44,915.1	78,479.5	40.4	24.6	51,431.5	86,630.5	42.1	23.8
給付費収入	27,394.4	21,945.3	50.1	24.3	34,279.1	24,156.9	52.0	23.1
補助金収入	4,413.4	7,007.7	6.7	9.8	3,519.9	5,313.6	4.3	5.3
寄付金収入	259.4	1,735.4	0.2	0.9	229.5	1,620.1	0.1	0.7
その他の収入	1,528.8	4,663.5	1.7	6.0	1,171.9	3,318.3	1.4	6.2
合計	78,511.0	96,221.2			90,632.0	101,859.6		

事業収入のうち、行政からの委託金の額

	2012年度		2015年度	
	金額(千円)		金額(千円)	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
行政からの委託金	5,994.5	27,318.0	6,801.1	30,589.6

出典：社会起業と地域再生研究グループ（2016）p18

13.5%程度増加していたが、事業収入内の割合で言えば、2012年度が約7.6%，2015年度が約6.9%であるなど、さほど高くはないことが理解できる。なお、A型事業所が展開するサービス等の購入者（消費者）は、「一般消費者（地元住民）」が55.1%と最も多く、約半数以上を占めており、次いで「地元の中小民間事業者」40.8%、「一般消費者（地元以外の人）」35.7%、「地元の福祉施設」30.6%と続いており（表11）、サービス等の購入者（消費者）による消費行動を通しての関わりの方が圧倒的に濃い結果となっている。

一方で、第1回調査では、A型事業所が民間企業とのつながりを深めたい傾向にあることも明らかになったことから、第2回調査ではA型事業所における事業の契約先について把握を行った。事業の契約先については「地元の中小民間事業者」が34.2%と最も多く、以下「市町村自治体」18.9%、「地元の福祉施設」11.2%が続く結果となり（表12）、「地

表11 A型事業所のサービス等の購入者（消費者）について

選択肢	度数	割合
01 一般消費者(地元住民)	108	55.1%
02 一般消費者(地元以外の人)	70	35.7%
03 地元の中小民間事業者	80	40.8%
04 地元外の中小民間事業者	38	19.4%
05 地元の大手民間企業	29	14.8%
06 地元外の大手民間企業	28	14.3%
07 地元の福祉施設	60	30.6%
08 地元外の福祉施設	26	13.3%
09 地元の医療施設	32	16.3%
10 地元外の医療施設	12	6.1%
11 市町村自治体	39	19.9%
12 都道府県自治体	18	9.2%
13 自治会・町内会等地縁組織	29	14.8%
14 その他	11	5.6%
15 無効回答	58	29.6%
回答者数	196	

出典：社会起業と地域再生研究グループ（2016）p18

元」、「地元外」で比較すると全ての項目で「地元」の方が多く占めるという傾向が見られた。また、物品、材料の仕入れ、調達先について

表12 A型事業所における事業の契約先について

選択肢	度数	割合
01 地元の中小民間事業者	67	34.2%
02 地元外の中小民間事業者	19	9.7%
03 地元の大手民間企業	18	9.2%
04 地元外の大手民間企業	14	7.1%
05 地元の福祉施設	22	11.2%
06 地元外の福祉施設	10	5.1%
07 地元の医療施設	19	9.7%
08 地元外の医療施設	5	2.6%
09 市町村自治体	37	18.9%
10 都道府県自治体	17	8.7%
11 自治会・町内会等地縁組織	9	4.6%
12 その他	12	6.1%
13 無効回答	88	44.9%
回答者数	196	

出典：社会起業と地域再生研究グループ（2016）p21

表13 事業所における物品、材料の仕入れ、調達先について

選択肢	度数	割合
01 地元の中小民間事業者	117	59.7%
02 地元外の中小民間事業者	63	32.1%
03 地元の大手民間企業	24	12.2%
04 地元外の大手民間企業	34	17.3%
05 地元の福祉施設	12	6.1%
06 地元外の福祉施設	9	4.6%
07 市町村自治体	3	1.5%
08 都道府県自治体	0	0.0%
09 その他	8	4.1%
10 無効回答	59	30.1%
回答者数	196	

出典：社会起業と地域再生研究グループ（2016）p18

も「地元の中小民間事業者」が59.7%と最も多く、約6割を占めており、次いで「地元外の中小民間事業者」32.1%、「地元外の大手民間企業」17.3%、「地元の大手民間企業」12.2%が続く結果となった（表13）。そして、「地元」、「地元外」で比較するとほとんど「地元」が多くなる傾向にあるが、「大手民間企業」では「地元外」の方が高い傾向が見られた。したがって、事業ベースで捉えれば、A型事業所は地元民間企業、特に地元の中小企業との接点が高いことが理解できる。

なお、後述する表15からは、「地元の消費者や取引先が増えた」という項目が、「新規に事業（サービス、商品）を開始（開発）した」「事業所の収支が改善された」「独自事業による事業収入が拡大した」といった組織マネジメント項目と有意に相関がみられた。したがって、市場交換が事業所運営に大きく影響を及ぼすことは言うまでもない。

(2) A型事業所と地域社会との関わりについての分析

A型事業所と地域社会との関わりについては、主に表14および表15を用いて分析を行う。

表14からは、「地元の会合に出席している」「地域住民が共通して抱える課題を意識している」「相談し合える地域住民との関係性がある」という項目が、「事業を進めることが地域の課題解決につながった」といった項目と有意に相関関係があったことが理解できる。この結果については、橋川らが、「より顔の見える関係づくりに踏み込んだ地域社会との関係が、地域関係の変化と関連が深いこと」（橋川他2019：188）を指摘しているが、第1回調査においても、A型事業所の地域展開の現状分析では《地域との積極的な交流機会》という大カテゴリーを導き出していた事から、第2回調査によって、この地域展開の有効性が示唆されたといえよう。

表15からは、「職員が地域社会（機関・団体・住民等）と関わる機会が増えた」という項目が、「事業所の収支が改善された」「独自事業による事業収入が拡大した」といった組織マネジメントの項目と有意に相関がみられたことが理解できる。また、「職員が地域社会（機関・団体・住民等）と関わる機会が増えた」ことや「事業を進めることが地域の課題解決につながった」ことで、利用者変化項目（人間関係、仕事以外の外出機会、地域住

表14 事業所と地域社会との関係に関する項目と事業所の変化に関する項目との相関

	組織マネジメント変化項目										利用者変化項目					地域関係変化項目						
	利用者(雇用契約)に増加した	新規に事業(サービス)を開始した	利用者が経営に参画するようになった	事業所の収支が改善された	独自事業による収入が拡大した	地元(混合)地社が生まれた	外部に視察に出向く機会が増えた	職員同士の連携が取れるようになった	外部との視察が増えた	ひとり暮らしをする利用者が増えた	利用者の賃金が上がった	利用者の人権関係が広がった	利用者が仕事以外で外出する機会が増えた	利用者と地域住民が関わる機会が増えた	職員が地域社会(他団体・住民等)と関わる機会が増えた	地域社会と関わる機会が増えた	事業を進めることが地域の課題解決につながった	事業のことで相談し合える関係性が生まれた	地元(自治会や町内会)の行事や会合に呼ばれる機会が増えた	事業運営等に関する地域のボランティア数が増えた	寄付が増えた	地元の消費者や取引先が増えた
地元の祭りに参加している	-0.010	0.128	227**	0.123	0.123	0.023	0.132	0.028	.145*	0.044	0.015	.156*	.150*	399**	.212**	.215**	.210**	.195**	.398**	.291**	.190**	.289**
地元の会合に出席している	0.023	.190**	.194**	0.032	-0.038	0.140	0.056	0.099	.156*	.268**	0.025	.192**	0.059	.256**	.192**	.156*	.357**	.375**	.424**	.246**	.156*	0.080
地元の清掃活動等の行事に参加している	0.009	0.013	0.075	0.009	0.114	.142*	0.073	0.033	0.079	0.082	-0.028	0.100	0.115	.316**	0.127	.214**	.205**	.163*	.308**	.271**	0.110	.143*
地元自治体の自立支援協議会のメンバーになっている	0.025	.194**	0.068	0.130	0.101	.249**	-0.013	-0.019	0.118	0.072	0.005	0.131	0.058	.173*	.177*	0.045	.149*	.156*	0.070	-0.067	-0.103	0.028
小～高校の福祉教育(学習)のプログラムの受け入れを行っている	-0.046	0.074	0.140	0.073	0.014	-0.056	-0.002	-0.112	.218**	0.095	-0.124	0.089	0.086	0.140	0.055	-0.028	0.074	-0.013	0.027	-0.054	-0.115	-0.031
中学校のトライアルワーク(職場体験)の受け入れを行っている	-0.101	0.061	0.042	0.020	0.127	-0.027	0.001	-0.130	0.112	-0.004	-0.035	-0.041	0.014	.218**	0.040	0.058	0.066	-0.003	.166*	0.077	0.082	0.017
ボランティアの受け入れを行っている	-0.070	0.111	.160*	0.133	.169*	-0.033	0.091	-0.130	.154*	-0.126	-0.029	0.060	0.085	.170*	0.121	.157*	.187**	.203**	.184*	.303**	.257**	.206**
広報誌を発行している	-0.068	-0.040	0.085	-.166*	-0.090	-0.022	0.000	-0.073	0.106	0.062	-0.074	0.021	0.140	.179*	0.071	0.137	0.110	0.134	.186**	.253**	.384**	-0.007
HPやSNSを活用し、情報発信を行っている	-0.074	0.078	.166*	0.078	0.047	-0.120	0.071	0.006	.187**	0.064	0.084	0.059	0.110	.195**	0.095	0.130	.143*	0.139	0.123	0.074	0.098	0.133
地元住民を対象とした行事やイベントを行っている	-0.053	0.041	.244**	0.096	.222**	-0.071	-0.011	0.019	.210**	0.069	-0.003	0.020	.192**	.355**	.253**	.228**	.169*	.219**	.301**	.281**	.220**	.207**
地域の特性(気候条件、地理的条件、人口動態、産業構造、住民性、住民意識構造)を意識している	0.080	0.124	0.131	.170*	.147*	0.056	0.050	0.065	.155*	0.123	-0.039	.177*	0.089	.240**	.149*	.182*	.290**	.230**	.195**	0.075	-0.015	0.137
地域の要保護者(要介護高齢者、障害者、ニートや引きこもりの方等)の実態を意識している	0.079	.212**	.266**	.145*	.155*	0.028	0.134	0.048	.353**	.200**	.170*	.342**	.248**	.245**	.228**	.217**	.384**	.265**	.234**	0.079	0.038	.204**
地域住民が共通して抱える課題を意識している	0.037	0.132	0.075	0.136	.170*	0.111	.239**	0.030	0.118	0.086	0.031	.175*	0.113	.290**	.259**	.287**	.389**	.363**	.371**	.197**	.155*	.261**
地域内の社会資源(地域の諸機関、団体、専門家等)を意識している	-0.004	0.112	0.047	0.016	0.024	0.013	0.099	-0.030	.174*	0.109	-0.005	.166*	0.120	.226**	.225**	.201**	.161*	.151*	.213**	0.115	-0.034	0.106
相談し合える地域住民との関係性がある	0.067	0.073	.228**	0.089	0.093	0.071	.192**	-0.001	.207**	.242**	0.043	.147*	0.066	.343**	.277**	.271**	.308**	.411**	.404**	.367**	.219**	.210**
地域住民や地域内の事業者から寄付を募っている	0.045	.149*	0.075	0.007	0.028	-0.005	0.032	-0.061	0.072	0.117	0.077	.154*	0.083	.267**	.172*	0.082	0.070	.264**	.193**	.182*	.331**	0.138

** : p<0.01, * : p<0.05

出典：橋川他 (2019) p187

民と関わる機会)と有意に相関がみられた。これは、いわゆる利用者の社会参加を促進する機会を創出したと言っても良いだろう。

表14・15との関連性を考える際に、地域社会の変化に関する項目である「事業を進めることが地域の課題解決につながった」を軸に分析すると、地域社会との関わりの重要性がよりクリアになる。表14では、事業所と地域社会との関係に関する複数項目(「地元の会合に出席している」「相談し合える地域

住民との関係がある」「地域住民が共通して抱える課題を意識している)が、「事業を進めることが地域の課題解決につながった」といった項目と有意に相関がみられたわけだが、一方で、表15では「事業を進めることが地域の課題解決につながった」といった項目が、「事業所の収支が改善された」という組織マネジメント項目と、利用者変化項目(人間関係、仕事以外の外出機会、地域住民と関わる機会)とそれぞれに有意に相関がみ

表15 地域関係の変化と組織マネジメントの変化、利用者の変化の関係

	組織マネジメント変化項目									利用者変化項目				
	利用者(雇 用契約に 基づく)が 増加した	新規に事 業(サービ ス、商品) を開始(開 発)した	利用者が 経営に参 画するよ うになっ た	事業所の 収支が改 善された	独自事業 による事 業収入が 拡大した	地元(競 合他社)が 生まれた	外部に視 察に出向 く機会が 増えた	職員同士 の連携が 取れるよ うになっ た	外部から の視察が 増えた	ひとり暮 らしする 利用者が 増えた	利用者の 賞金が上 がった	利用者の 人間関係 の幅が広 がった	利用者が 仕事以外 で外出す る機会が 増えた	利用者と 地域住民 が関わる 機会が増 えた
職員が地域社会(機関・ 団体・住民等)と関わる 機会が増えた	.249**	.286**	.192**	.403**	.304**	.191**	.355**	.357**	.447**	.278**	.223**	.394**	.441**	.501**
地域社会と関わる意識 を持つ職員が増えた	0.132	.164*	.180*	.244**	.200**	0.126	.370**	.401**	.352**	.157*	.200**	.323**	.393**	.499**
事業を進めることが地 域の課題解決につな がった	.224**	.296**	.171*	.315**	.259**	.163*	.227**	.250**	.406**	.291**	.180*	.435**	.339**	.386**
事業のことで相談し合 える地域住民や地元 関係者との関係性が広 がった	.255**	.300**	.327**	.292**	.238**	0.142	.337**	.216**	.308**	.267**	.178*	.380**	.292**	.402**
地元(自治会や町内会) の行事や会合と呼ばれ る機会が増えた	.232**	.261**	.255**	.190**	.188**	0.134	.327**	.243**	.259**	.230**	0.085	.329**	.307**	.537**
事業運営等に関わる地 域のボランティア数が増 えた	0.098	0.138	.270**	.151*	.194**	0.13	.264**	0.115	.250**	.197**	0.043	.184*	.246**	.337**
寄付が増えた	-0.001	0.113	.198**	0.006	.153*	.151*	0.088	0.091	0.113	0.048	-0.002	0.082	.236**	.216**
地元の消費者や取引先 が増えた	.179*	.428**	.241**	.394**	.460**	.183*	.413**	.196**	.368**	0.068	.209**	.275**	.208**	.344**

** : $p < .01$ * : $p < .05$

出典：橋川他（2019）p188

られた。したがって、A型事業所にとって、地域社会との関係性を作ること、そして関わりを意識することが、地域関係の変化とともに、間接的に組織マネジメントの変化や利用者の変化とも関係していることが示唆された。

5. 考察

(1) 互酬的資源を組織の次元で捉えるか、地域の次元で捉えるか

2つの調査結果の分析から、労働統合を目的とした社会的連帯経済における地域展開を捉える際には、社会的連帯経済を①組織の次元で捉えるのか、②地域の次元で捉えるのかによって差異が生じるのではないかと考える。

例えば、今回の調査では、A型事業所においてボランティアや寄付といった互酬的資源とのつながりは皆無に近いことが明らかになった。社会的企業では、ボランティアの協力や寄付が互酬的資源としての代表的な形であると言われてきた（米澤2011：113-114）にも関わらず、である。

しかし、この点については、社会的連帯経済を組織の次元から再考すると、違った観点から捉え直すことができる。ボランティアという場合、A型事業所という組織に対して継続的に関わる可能性もあれば、イベント等への単発的な関わりもあり得るだろう。また、ボランティアそのものも地域住民であるとも

限らず、全く違うエリアから通う場合もある。何よりも、ボランティア活動の多くは、地域性よりもテーマ性が伴うものである。したがって、A型事業所側が、ボランティアを意図的に組織化しない限りは、継続的な関わりや地域展開の展望も描けないはずである。また、寄付については、A型事業所収入の9割が「給付金収入」と「事業収入」で成立していることから、そもそも「寄付」に依存しない収入構造になっている。昨今、NPO業界においてはファンドレイジングの議論が盛んになっているが、会費や寄付金集めについてはロジックモデル（内閣府2017）が論点になるなど、かなり戦略的な企図がA型事業所の組織になれば、寄付を募るのは困難であろう。何よりも、労働統合を目的とする場合、ボランティアの組織化や寄付を集めることが、その組織の目的とどうマッチングしていくのかが問われなければならない。

一方で、社会的連帯経済を地域の次元から捉える場合、その互酬的資源も、単なるボランティアや寄付という側面を超えた、地域との関係性を意識したものとして再考する必要がある。第2回調査でも明らかになったように、A型事業所は、地域社会との関係性を作ることで、そして関わりを意識することが、地域関係を変化させ、組織マネジメントや利用者の変化とも関連性があることが示唆された。つまり、A型事業所は、ボランティアが寄付といった互酬的資源を組織の次元ではなく、地域との関係性の中で捉えなおすことができれば、その関係性を生かした経済活動（事業活動）の展開も企図することが可能ではないかと考える。

(2) 労働統合を目的とする場合における地域課題やニーズとのマッチング

それでは地域の次元で社会的連帯経済を捉

え直した場合、その目的が労働統合であれば、どのような地域展開が望ましいのであろうか。この場合、互酬的資源が、地域との関係性に影響するという点を加味すれば、その労働統合の取り組みが、地域の抱えている課題やニーズとどうマッチングしていくのかが問われるのではなからうか。それは第1回調査において、A型事業所の地域展開の現状分析で《地域との農福連携》という大カテゴリーが導き出された事とも関連するが、農地の活用や人材難の問題を、障害者の働く場としてマッチングする事で、障害者からすれば労働を通じた社会参加、地域からすれば新たな農業の担い手の確保、遊休農地の解消にもつながることになる。

したがって、単に労働統合のみを考えるのであれば、組織の次元でも成立するかもしれないが、地域の次元での展開を考えるのであれば、労働統合の取り組みが、複合的な地域の課題解決につながるよう設計する必要があると考える。

6. おわりに

本稿では、労働統合を目的とした社会的連帯経済の地域展開についての考察を試みた。しかし、全2回の調査を経て、いくつかの課題が残されている。

一つ目は、事例研究の蓄積である。第1回調査で得た示唆によって、第2回調査はA型事業所と地域社会との関わりに焦点を当ててきたわけだが、一方で、第1回の自由記述の分析で導き出した《地域との農福連携》や《高齢者をターゲットとした事業創出》等の具体性のある内容についての事例収集やその検討をすることができなかった。しかしながら、A型事業所の事例研究については、近年非常に充実してきており、特に農福連携に関連する事例研究は数多く報告されている（橋川

2016, 濱田2015, 福間2020等)。今後は, A型事業所における農福連携に焦点を当てた地域展開の分析など個別具体的なトピックから分析する必要もあるだろう。

二つ目は, A型事業所以外の労働統合に関する分析である。特に社会福祉学分野においては, 生活困窮自立支援法策の中で労働統合がトピックとしてあげられていることが指摘されている(岩満2019)。別の制度背景のある労働統合では, 地域社会との関わり, 地域展開の方法に違いが生じるのか。今後の研究課題としたい⁹⁾。

注

- 1) 近隣公共圏とは「近隣サービスは利用者となる住民の日常的な生活や実践, 個別的な価値観や願いを基盤とする。このような人々の暮らしの多様な現実が考慮されていく場」(北島2016: 21)である。
- 2) とりわけ, 社会的排除という意味合いでは, 労働市場から排除された人々を雇用によって再統合する社会的企業の活動を「労働統合」と位置づけている。
- 3) 連帯経済における資源の特徴づけに関しては, Polányi (1944=2009)による三つの経済行動原理(市場, 再分配, 互酬)に関する議論に基づいており, それは労働統合型社会的企業とも共通した要素であるといえよう。
- 4) 株式会社はたらくよろこびデザイン室(2013)による調査では, 全国の最低賃金の平均749円(2012年度)に60円足りない時給689円, 月給73,931円という結果になっている。この調査ではアンケート結果が地方に偏る傾向にあったが, 地域再生研究グループ第1回調査も同様の傾向であった。
- 5) 第1回調査の自由記述(事業所を運営・展開していくうえでの課題)においては, A型・B型の訓練給付金が同額であることの矛盾を指摘する声が多く上がっていた。
- 6) 準市場は, その運用によっては, 良い成果につながらない場合がある。例えば, 「クリームスキミング」という問題である。クリームスキミングとは, 「楽しんで稼げる部分だけに集中する行為」(川村2015: 15)である。川本健太郎は, 準市場における問題の一つとして「クリームスキミング」問題を取り上げ, 「本来は一般就労が可能な障害者であっても, 福祉的就労に囲い込むことはないのだろうか。B型事業の利用者やA型事業の被雇用者に工賃や給与を払うためには, その事業所が収益を上げる必要がある。そのためには, 生産性の高い障害者が事業所に残った方が望ましい。新規の障害者を入れ替えるコスト(一から作業を教える, 利用者間の関係調整など)よりも, 定員を確保することで給付を得るという経営判断もあり得るだろう。支援のコストが少なく, 生産性の高い利用者を手放さないというクリームスキミングが起こる可能性をはらんだ制度である」と指摘している(川本2015: 56)。こうしたクリームスキミング問題の回避を意識しながら事業設計していく必要がある。
- 7) 筆者はこの研究グループの一員として調査プロジェクトに関わった。第1回では調査設計を, 第2回は質問項目の検討に関わった。
- 8) 測定尺度の信頼性としては, 事業所と地域社会との関係に関する項目について, クロンバック係数の a 値を算出したところ, .767を示した。また, 3つの事業所の変化に関する項目の合成変数の a 値は「組織マネジメントの変化」が.789, 「地域社会の変化」が.816であり, 尺度の内的整合性が高いと判断される値(.70以上)(小塩2011)を上回っている。「利用者の変化」については a 値が.645とやや低かったものの, 内的整合性が認められる値(.50以上)(小塩2011)を上回っていたため, これらすべての変数を分析に用いている。なお, 合成変数の平均値は, 「組織マネジメントの変化」が2.35, 「利用者の変化」が2.52, 「地域社会の変化」が2.14であった。
- 9) 本研究は, 第1回調査はJSPS科研費「23330189」, 第2回調査はJSPS科研費「26285141」の助成を受けている(研究代表者: 牧里毎治)。なお, 地域再生研究グループの一員である橋川健祐先生(金城学院大学)や竹内友章先生(東海大学)には, 第1次調査のフォローから第2次調査の設計・報告まで多大なる御尽力をいただいた。この場を借りてお礼申し上げたい。

参考文献

- Defourny, J. (2001) "Introduction: from third sector to social enterprise", in Borzaga, C. and J.-Defourny. (eds.) *The emergence of social enterprise*, Routledge. (=2004「緒論～サードセクターから社会的企業へ」内山哲朗・石塚秀雄・柳澤敏勝訳『社会的企業—雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社, pp1-40).
- Julian Le Grand (2007) *The Other Invisible Hand*, Princeton University Press. (=2010後房雄訳『準市場—もう一つの見えざる手』法律文化社).
- Laville, Jean-Louis (2007) *L'économie Solidaire: Une perspective internationale* (=2012「連帯経済の問うもの」ジャン＝ルイ・ラヴェル編, 北島健一・鈴木岳・中野佳裕訳『連帯経済—その国際的射程』生活書院, pp309-43.).
- Polányi, K. (2001 [1944]) *The Great Transformation : The Political and Economic Origins of Our Time*, Beacon Press. (=2009野口建彦・栖原学訳『[新訳] 大転換』東洋経済新報社).
- 伊藤修毅 (2011) 「就労継続支援 (A型) の新機能と実態～全国調査結果の分析から」『障害者問題研究』39-3, pp68-67.
- 岩満賢治 (2019) 「社会福祉政策における社会起業」国際公共経済学会第34回研究大会.
- 株式会社はたらくよるこびデザイン室 (2013) 「A型事業所はなにを考え、なにをしているのか?」『コトノネ Vol. 6』株式会社はたらくよるこびデザイン室, pp33-48.
- 小塩真司 (2011) 『SPSSとAmosによる心理・調査データ解析』(第2版), 東京図書.
- 川村暁雄 (2015) 「社会的企業の意義と可能性」牧里毎治監修・川村暁雄・川本健太郎・柴田学・武田文編著『これからの社会的企業に求められるものは何か—カリスマからパートナーシップへ』ミネルヴァ書房, pp.2-21.
- 川本健太郎 (2013) 「就労困難者の社会参加を促進する社会的企業に関する研究—医療福祉実践から障害者就労の場を創出した実践事例の分析を通して—」『ソーシャルワーク研究39-1』相川書房, pp71-78.
- 川本健太郎 (2015) 「社会参加を促進する社会的企業—障害者の労働参加の事例から」牧里毎治監修・川村暁雄・川本健太郎・柴田学・武田文編著『これからの社会的企業に求められるものは何か—カリスマからパートナーシップへ』ミネルヴァ書房, pp46-63.
- 北島健一 (2016) 「連帯経済と社会的経済—アプローチ上の差異に焦点をあてて—」『政策科学 23巻 3号』立命館大学, pp.15-32
- 佐藤郁哉 (2008) 『質的データ解析法～原理・方法・実践』新曜社.
- 塩津博康 (2016) 「就労継続支援A型事業所における効果的な実践方法の検討～成果と関連性の高い実践の要素は何か～」『社会福祉学』第56巻第4号, pp105-116.
- 柴田学・橋川健祐・木下麗子・川本健太郎 (2014) 「労働統合型社会的企業の地域戦略に関する研究～就労継続支援A型事業所における運営実態調査をもとに～」日本社会福祉学会第62回秋季大会
- 柴田学 (2017) 「中山間地域における連帯経済を基盤とした地域振興の意義と課題—コミュニティワークの視点から—」『国際公共経済研究』第28号, pp62-70.
- 社会起業と地域再生に関する研究グループ (2015) 『社会起業と地域再生に関する研究中間まとめ～就労継続支援事業所A型事業所における運営実態に関する基礎調査報告書』.
- 社会起業と地域再生に関する研究グループ (2016) 『就労継続支援事業A型事業所と地域社会との関わりに関する調査報告書』.
- 竹内友章・橋川健祐・川島ゆり子・柴田学・牧里毎治・平尾昌也 (2016) 「就労継続支援事業A型事業所と地域社会との関わりに関する研究—II—」日本地域福祉学会第30回大会.
- 新村出編 (2018) 『広辞苑第7版』岩波書店.
- 内閣府 (2017) 『社会的インパクト評価の普及促進に係る調査最終報告書』(<https://www.npo-homepage.go.jp/uploads/h28-social-impact-sokushin-chousa-11.pdf>,20200519)
- 日本地域福祉学会 (2010) 『日本地域福祉学会研究倫理規程』(http://jracc.jp/file/9_rinri_kitei.pdf,20200515)
- 服部剛※厚生労働省 (2017) 『障害者総合支援法における就労継続支援A型の現状等について』(http://zen-a.net/wordpress/wp-content/uploads/2017/08/20170722_09.pdf,20200519)
- 橋川健祐・竹内友章・川島ゆり子・柴田学・牧里毎治・平尾昌也 (2016) 「就労継続支援事業A

- 型事業所と地域社会との関わりに関する研究—
I—」日本地域福祉学会第30回大会。
- 橋川健祐（2016）「過疎地域の再生における労働
統合型社会的企業の有効性に関する研究～A町
C事業所の事例を通して」『Human Welfare』第
8巻第1号，pp93-106.
- 橋川健祐・竹内友章・川島ゆり子・柴田学・牧里
每治・平尾昌也（2019）「就労継続支援事業A
型事業所と地域社会との関わりに関する研究」
『Human Welfare』第11巻第1号，pp181-192.
- 濱田健司（2015）『農福連携の「里マチ」づくり』
鹿島出版会.
- 福原宏幸（2014）「アクティベーション」岩崎晋
也・岩間伸之・原田正樹編『社会福祉研究のフ
ロントニア』有斐閣，pp28-31.
- 福間隆康（2020）「農業分野における障がい者の
就労継続～岡山県内の就労継続支援A型事業所
を対象とした質的調査～」『高知県立大学紀要
社会福祉学部編』（69），pp45-60.
- 米澤且（2011）『労働統合型社会的企業の可能性』
ミネルヴァ書房.