

ビジネス・エシックス， ステイクホルダー・マネジメント そして CSR

宮 坂 純 一

- 1 はじめに
- 2 ビジネス・エシックスとステイクホルダー・マネジメント
- 3 ステイクホルダー・マネジメントと CSR
——ビジネス・エシックスからみた CSR——
 - 3-1 社会的責任の意味
 - 3-2 責任主体としていかなる存在が前提にされているのか
- 4 ビジネス・エシックスの経営学への貢献

1 はじめに

ビジネス・エシックスは応用倫理学として成立した。その応用倫理学としてのビジネス・エシックスはそれがひとつの学問として市民権を獲得するプロセスにおいていくつかの問題提起をおこない、経営学にも少なからざる影響を与えている。本稿の理解でいえば、そのような問題提起を代表している「企業はモラル主体である」との発想を経営学的に摂取し読み替えて展開されたのがステイクホルダー・マネジメントであり、その意味で、ステイクホルダー・マネジメントは（経営学の一部としての）ビジネス・エシックスである。

ビジネス・エシックスは既存の研究成果から多くのことを学んできたが、同時にそれらの学問とは「一線を画する」学問でもある。ビジネス・エシックスの「新しさ」をどこに見いだすことができるのか。このことを究明する場合には幾つかの作業が必要になってくるであろうが、なかでも1970年代に展開された社会的責任論、あるいは1990年代後半以降、特に、21世紀前後から活発に議論されるようになった CSR (Corporate Social Responsibility) とビジネス・エシックスはどのような関係にあるのか——これが、特に、重要な検討事項になってこよう。

本稿の課題は、ビジネス・エシックスとステイクホルダー・マネジメントの相互関連の解明、ビジネス・エシックスの視点から、社会的責任論あるいは CSR の内容を検証すること、等を通して、ビジネス・エシックスの学問的性格を、現時点で、整理することにある。

2 ビジネス・エシックスとステイクホルダー・マネジメント

ビジネス・エシックスは、R. DeGeorgeによれば、1985年頃、ビジネスにおけるエシックス（倫理のビジネスへの適用）、会社の社会的責任論、哲学、という3つの既存の学問を源泉として、特に、哲学（者）の触媒としての働きを得て、成立したものである⁽¹⁾。

ビジネス・エシックスが、その学問的性格から見ると、応用倫理学の一部門としてのビジネス「倫理学」として出発したことはたしかであり、R. DeGeorgeの認識に従えば、1つの「統一した」学問分野として確立している。だが事態はそれほど簡単なものではなく、それはいわば「表面的な」ものである、と言わざるを得ない事態が歴然として存在している。それは、ビジネス・エシックスはビジネス倫理学なのかそれともビジネス倫理学なのか、というその学問の性格づけの対立に象徴的に示されている。

応用倫理学の一部門としてのビジネス倫理学の「最大の」の貢献は企業活動の暗黙の前提とされてきた価値観に疑義を提示したことにある。端的に言えば、功利主義を前提にした企業社会は「フェアなのか」という疑問である。その為に意識的にあるいは暗黙的に「哲学的アプローチ」が標榜され、功利主義に代わってさまざまな倫理規範が提示され、それに基づいて新しい企業像や「あるべき」行動が提起された。たとえば、企業目的をカント主義の立場から再構築する試みがなされたり、個人主義やリベラリズム主義に代わってコミュニタリアニズムの意義が強調されたり、社会契約論が再評価されたり、等々はその著名な事例であり、大きな問題提起であった。それぞれが依拠する倫理理論は必ずしも同一ではないが、いずれも企業社会を支える価値観が転換期にあること（バリュー・シフト）を明示している、という点では共通している。

この対極に位置するのがビジネス倫理学である。これも「一枚岩」ではなく、後で述べるように多様な流れがあるが、その最も「素朴な」ものは、ホワイトカラーの犯罪、インサイダー取引、等々の、特に、企業内で発生した不祥事をとりあげその再発防止を考え「助言」するというアプローチである。他にも「（倫理を企業目的達成の手段とみなす）手段的「ビジネス・エシックス」、倫理はペイする、との発想に立った「ハウ・トゥ」もの、あるいはより洗練化された形である「戦略論的」アプローチがこれに相当するし、社会的責任論やその他の経営学的な研究も含まれる。

言葉を換えていうならば、そのような「対立」はマネジメントという学問分野（特に、実践科学を標榜する経営学）でトレーニングを積んできたビジネス・エシックス学者と倫理学（哲学）という学問分野でトレーニングを積んできたビジネス・エシックス学者との間に（ビジネス・エシックスをめぐる解釈が異なるという）「溝」が存在し続けてきたことに起因している。そのことが表面化したのが「What's the matter」論争であった。

(1) この経緯については、宮坂純一『現代企業のモラル行動』、千倉書房、1995年参照。

「What's the matter」論争は、トロント大学の経営学者 A. Stark が *Harvard Business Review* に発表した論文 (What's the matter with business ethics?) を契機として展開された論争である。彼によると、既存のアカデミックなビジネス・エシックスは近視眼的 (myopia) でありつぎの3点で誤り (mistake) を犯している。余りにも一般的でありすぎる (too general) こと、余りにも理論的すぎる (too theoretical) こと、余りにも非実践的である (too impractical) こと。その為に、経営の実践にはほとんど役立たない「仮説」が提示され、倫理と利益の対立という「深刻な」ジレンマに陥っている経営者たちを「混乱」させている、と。⁽²⁾

この論文に対して、R. Duska は、「著名なジャーナルが真面目な専門家そして文献に対する無責任なそして非現実的な非難」に満ちた「論文を掲載した」ことは「不幸である」、と述べている。⁽³⁾ これに対して、B. Menkus は、Stark 論文は時宜に適った問題提起だ、と評価している。⁽⁴⁾

一方で、R. DeGeorge の1987年当時の「学界展望」によれば、ビジネス・エシックスは1980年代の中頃にピークを迎え、それ以降は過去に指摘された諸問題が繰り返し「形を変えて」提示されいるだけであり、「停滞期」に入ってしまった。⁽⁵⁾

このようなビジネス・エシックスに対する立場の相違が規範的アプローチと実証主義的アプローチに分けて整理され図式的に明確に示されたことがある。それは、(マネジメント学者である) Linda K. Trevino と (哲学博士で経営学博士候補でもある) Gary K. Weaver が1991年の経営学会でおこなった報告であり、これにはビジネス・エシックス学会も大いに関心を寄せ、学会誌 *Business Ethics Quarterly* (1994年4巻2号) に再録されている。⁽⁶⁾

Trevino & Weaver によれば、規範的アプローチと実証主義的アプローチにはそれぞれ独自のアプローチがあり、たとえば、次のような5つの点で特徴づけられる (表1-1参照)。規範的アプローチと実証主義的アプローチの第1の相違点は、それぞれの拠っている学問的基盤 (「アカデミック・ホーム」) にある。第2の相違は言語 (language) に関わるものであり、特定のタームが規範的アプローチと実証主義的アプローチのなかで異なって解釈されることがある。第3は人間存在についての仮説の相違であり、第4に、理論の目的やスコープそして応用で相違し、第5に、それぞれの理論の基盤とその評価について異なっている。

Trevino & Weaver によれば、ビジネス・エシックス学界では、現在に至るまで、上記の2つのアプローチが統合され「1つの」ビジネス・エシックスとして成立することは可能なのか、

(2) Stark, A., "What's the Matter with Business Ethics", *Harvard Business Review*, 71-3, 1993.

(3) Duska, R., "Letter to the Editor", *Harvard Business Review*, 71-6, 1993.

(4) Menkus, B., "Letter to the Editor", *Harvard Business Review*, 71-6, 1993.

(5) DeGeorge, R., "The Status of Business Ethics: Past and Future", *Journal of Business Ethics*, 6-3, 1987. これは、『産業と経済』(奈良産業大学)第7巻第2号(1992年)に、DeGeorgeの許可を得て、翻訳掲載されている。

(6) Trevino, L. & Weaver, G., "Business ETHICS/BUSINESS Ethics: One Field or Two", *Business Ethics Quarterly*, 4-2, 1994, pp. 113-121.

表1-1 規範的アプローチと実証主義的アプローチの比較

	規範的アプローチ	実証主義的アプローチ
アカデミック・ホーム	哲学, 神学, リベラルアーツ	マネジメント, 社会科学
言語(倫理的行動・行為の定義)	評価的(善か悪か, 公正か, 公平か)	記述的(正しいないしは間違っただ倫理的選択・決定がおこなわれた)
モラル主体としての人間についての基本的仮説	自律性, 責任	ヨリ決定論的, 相関的存在
理論の目的, スコープ, 応用	指令・診断, 抽象的, 分析・批判	説明・予測, 具体的・計測的, 実践可能か
理論の基盤, 評価基準	ビジネス実践について内省。モラル判断の理性的批判	ビジネス実践の実証主義的研究。ビジネス上の問題を説明・予測・解決できるか

という問題をめぐって様々な見解が提示され続けてきた。それらの主張はつぎの3つの立場に整理される。パラレル, 共生, 統合, がそれである。

パラレル学派

これは規範的立場からの研究と実証主義的立場からの研究の分離・独立を主張する立場であり、概念的にも実践的にもいかなるタイプの統合も否定している。この立場は古くは M. Weber や D. Hume に代表されてきたが、今日でも社会科学者のなかでおおきな位置を占めている。

上記の立場とは異なり、2つのアプローチをなんらかの意味で関連づけている立場がある。但しこの立場は、その関連付けの仕方によって、2つのタイプに細分化される。

共生学派

規範的研究と実証主義的研究の「プラグマティックな」協働関係を認めるのがこの立場であり、それぞれのアプローチの理論上の相違を前提にしたうえで、それぞれのアプローチが相互に交通しあいお互いにとって重大な含意を提示することが相互に有益な結果をもたらすことになることを積極的に認めている。R. Freeman & D. Gilbert の業績 (Freeman, R. and Gilbert, D., *Corporate strategy and the Search for Ethics*, Prentice-Hall, 1988.) は共生の代表的な事例である。これは「全体としてのアプローチは依然として規範的であり哲学的」であるが、そこでは経営戦略とビジネス・エシックスがリンクさせられている。

統合学派

2つのアプローチの関連づけの最高の形態は統合である。このような現象はさまざまな分野で幾つかの形態で生じているが、3タイプに類型化できる。第1に、ある分野が他の分野の概念を借りてその理論化の基本的フレームワークを構築する、概念輸入、第2に、経験論と規範論の双方を組み込んで全体としてのフレームワークが構築される、理論上の相互依存関係、第

3に、規範的なものと実証主義的なものの区別が方法論上耐え難いものとして否定される、理論統一。

これらの「統合」形態のなかで「現実的な」ものは「概念輸入を介したハイブリジゼーション」である。これは、「ビジネス・エシックスの研究とはビジネスという文脈のなかでのモラルリティの研究である」との立場に立てば、第1に、ビジネス・エシックスを研究する組織論者はモラル概念の規範的性格を知り処理しなければならないこと、第2に、ビジネス・エシックスを研究しようとする哲学者はこのモラル主体であるビジネスが位置するビジネス上の文脈の妥当性を知らなければならないことを意味している。

今後2つのアプローチは「統一」されていくのか、また「統一」されるとすればどのように「統一」されていくのか、あるいは逆に「マネジメント・セオリー・ジャングル」のように「アプローチ・ジャングル」状態が続いていくのかは、いまだ「不透明である」が、ある程度の方向性がみえはじめている。但し同時にそこには「落とし穴」もあり、「誤って」統合された場合に、「危険」が生じることが懸念されている。

このような危険性を痛切に認識しているのが（自らの立場を「共生」として位置づけている）T. Donaldson（本来は哲学プロパーで現在はジョージタウン・ビジネススクールの教授）である。

Donaldsonによれば、ビジネス・エシックス学界では、一方で、「規範的研究と実証主義的研究の2つの世界の間」の明白な相違あるには相互不信を否定することは誰にもできないものとして観念されているが、また他方で「ビジネス・エシックスの一元論、言葉を換えて言えば、規範的要素と経験主義的要素を結合した統合された方法論」が待たれており、多くのビジネス・エシックス学者はそのような統合について論じたいという衝動に常につきまといわれている。そして彼自身は、「統合への誘惑を断固として拒否しなければなら⁽⁷⁾ない」と明言している。

ピッツバーグ・ビジネススクールの管理論教授であり社会的責任論の研究者としても著名な W. Frederick の見解も傾注に値する。彼は、上記のような「区別」「対立」を「バーチャルな」ものだと明確に断定し片づけている。Frederickによれば、⁽⁸⁾「価値」と「事実」の対立、「規範的」と「実証主義的」の対立、等々は現実ではあるが、論争者たちによって議論のためにもちこまれた公式のなかにしか存在しないものであり、その意味で、「バーチャル・リアリティ」の世界である。

ただしこのことは、Frederick が個々のアプローチの相違を認めていない、ということの意味するものではない。ビジネス・エシックスの研究者が「異なる教育をうけ」「異なる文献を利用し」自己の「研究と結論を異なる特徴や知的伝統に依拠させて正当化している」「2つの異なる専門集団」から構成されていることは、彼にとっても、事実 (true) であり、そしてその結果として、2

(7) Donaldson, T., "When Integration Fails", *Business Ethics Quarterly*, 4-2, 1994, p. 157.

(8) Frederick, W., "The Virtual Reality of Fact vs. Value: A Symposium Commentary", *Business Ethics Quarterly*, 4-2, 1994, pp. 171-173.

つの集団の間になんらかの相違が生じていることも事実である。ただそれは「我々の社会の制度的構造内部に深くしみ込んだ伝統や知的・哲学的慣習」の反映なのである。

したがって、Frederick に従えば、「論争」において「対立」しているとされたものは学問の世界ではめずらしいことではなく、「社会文化的」な「相違」以外のなにものでもないものであり、それらを「統合」できるか、それは「危険な企て」なのか、等々と論じることは無意味なものとなる。

ただあえていえば、学問とはすべて、それぞれの概念が現実の模写でバーチャルあるという意味では、バーチャルなものなのであり、その本来的に「バーチャル」であるまさに（Frederick の言葉でいえば）「社会文化的なリアリティ」としてのそしてそれぞれの学問の「制度上の歴史」の反映であるところの「区別」「対立」、それがビジネス・エシックスという新しい学問の成立・確立の過程において問題になったのではないであろうか。

とすれば、Frederick は、変則的ではあるが、「共生」の立場に立つ、と位置づけられる。

Donaldson の立場によれば、「基本的な理論のレベルでは、同一の統合された原理を用いて、実証主義的な因果関係を理解し規範的行動を評価することはできない」ことになる。但しこの立場は、応用倫理学としてのビジネス・エシックスが規範的見方と実証主義的見方の双方を要求することを認めるものである。Donaldson は、「実証主義的なものと規範的なものにビジネス・エシックスを研究するという点で平等な意義を与えるがそれぞれにその正しい場所を知ることをもとめる、概念」を⁽⁹⁾探求してきたのであり、彼が自らを「共生」として位置づけたのはこのためであった。これは、「規範的方法論に浸かった我々に実証主義的方法論を深く習得することを要求するし、実証主義的バックグラウンドを有する人々には逆の⁽¹⁰⁾ことを要求」という意味で、極めて困難な途であるが、ビジネス・エシックスから規範的性格が「消失」しないためには、このことが必要なのである。

そして、Donaldson はそれを⁽¹¹⁾T. Dunfee の協力を得て、自己の立場を明確に打ち出した。それが、ステイクホルダー・セオリーに立脚した、「統合」社会契約論的ビジネス・エシックスである。これは、経営学的には、「ステイクホルダー・マネジメント」としての性格を有するアプローチであり、見方によっては、共生というよりもむしろ規範論をベースとした一種の「統合」である。⁽¹²⁾

本稿で念頭に置いているステイクホルダー・マネジメントは Donaldson たちの契約論的な発

(9) Donaldson, *op. cit.*, p. 167.

(10) *Ibid.*

(11) Donaldson, T. and Dunfee, T. W., *Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics*, Harvard Business School Press, 1999.

(12) 「統合社会契約論」をめぐっては、Donaldson たちと Frederick の間に論争がある。これに関しては、宮坂純一「統合社会契約論について考える（上）」奈良産業大学『産業と経済』第18巻第2号（2003年）、同「統合社会契約論について考える（下）」奈良産業大学『産業と経済』第18巻第3号（2003年）参照。

想を活かして展開されるマネジメントの「ひとつの」あり方であり、そこには、これまでの経営学的な学問的成果（企業自体説的経営者支配論）が継承されている。その概略を提示すると、つぎのようになる。

1) ビジネス・エシックスの立場に立つと、企業をモラル主体と見なすことができる。倫理学本来の発想では、道德規範が適用される対象はあくまでも個人であり、モラル主体として責任を問われるのは個人だけである。しかしビジネス・エシックスの発想に基づくならば、そのような発想だけでは不十分である。

2) 企業をモラル主体とみなすことができるならば、そのようなモラル主体性の内容を、具体的なレベルで、いかに把握すればよいのか、という問題が浮上してくる。これは企業のモラル上の義務（責任）を明示することによって解決される。

3) 企業のモラル上の義務（責任）はステイクホルダー概念の導入（ステイクホルダー・セオリーからの問題提起）によってより具体的に明示される。

4) ステイクホルダー・セオリーの基本概念はステイクホルダーである。これはかつて利害関係者として知られていたものに相当するものである。今日ではそれに新たな意味が与えられ、「受け身的な存在」ではなく「当事者としての存在」を強調するコトバとして使われている。そのステイクホルダーとは、広義には、ある特定の会社の活動によって利益を得たり害を受けたりあるいはその権利が妨害されたり尊敬されたりするグループや個人を指しているが、より狭義には、その会社の存続と成功に不可欠なグループを意味している。この理論を提唱しその普及に努めている R. Freeman によれば、所有者、従業員、顧客、供給者、地域共同体、そしてマネジメント、が代表的なステイクホルダーである。

5) ステイクホルダー・セオリーによれば、企業の目的はステイクホルダーの利害を調整する媒介項として役立つことである。これは（「企業の目的は株主のウェルフェアを最大化することである。なぜならば、そのような極大化が最大の善をもたらすからでありあるいはそれが所有権のためになるからである」、と主張する）株主理論（ストックホルダー・セオリー）との「対比」を意識した、いままでの解釈とは全く異なる、企業目的論である。モラル主体としての企業の「自由」は当該社会で広く承認されている倫理規範に制約される。

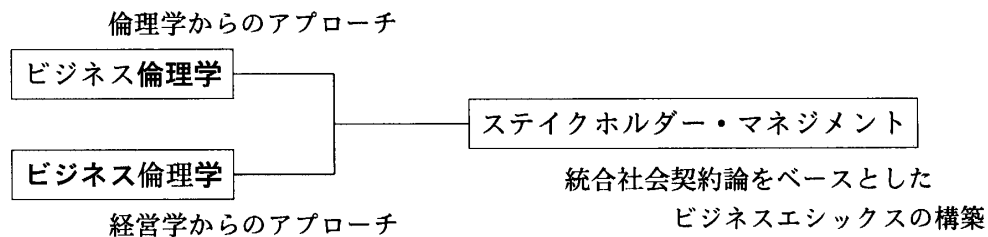
6) 企業はモラル主体である。但し自然人ではない会社が「現実には」責任をとれないので、経営者が「代理人」として責任をとることになる。経営者は、株主（オーナー）の「代理人」ではなく、会社自体の「代理人」として、各種のステイクホルダーの利害の調整を委ねられている。この意味で、経営者は「特殊な」ステイクホルダーであり、経営者は、株主ではなく、会社自体に対して受託責任を負っている。

7) 現代企業はステイクホルダー企業としてステイクホルダー社会と「契約」を結び、それに加えて、個々のステイクホルダーとも「契約」を締結して、事業を展開している。そのような契約は守るべき義務（権利）から構成されている。

8) ステイクホルダー企業をめぐる「権利と義務」を会社自体からみて再構成して適切に位置づけるならば、企業活動の在り方を判断する基準を「独自の様式で」提示できる。この場合、ステイクホルダーに対する企業の義務（ステイクホルダーの権利）を抽出するにあたって依拠する「枠組み」は統合社会契約論によって与えられる。

9) 統合社会契約論は、一方で、マクロ社会契約の「限界」を補うものとしてマイクロ社会契約（契約の当事者が属するコミュニティに固有な特殊な規範）を重要視するが、他方で、ハイパー規範とプライオリティ・ルールという「歯止め」が作用して、現実的な倫理的に義務的な規範が決定されることを主張するアプローチであり、その裏付けを得て「確定」された義務は、具体的には、企業の倫理綱領（行動規範）のなかで示される。

10) ステイクホルダー・マネジメントは、さまざまな道德規範の存在 → それら規範のステイクホルダーの権利・義務への具象化・転化 → 経営者によるステイクホルダーの権利・義務の実現 → その結果としての、個々の企業内における信頼関係の確立・維持・再生産 → モラル主体としての企業の成立、という一連のメカニズムである。



これは現在のビジネス・エシックスのひとつの到達点を示している。それは、規範的な観点から見れば、「統合社会契約論」的ビジネス・エシックスであり、経営学的には、ステイクホルダー・マネジメントとして、社会的責任論や「企業と社会」論がそうであったように、経営学としての一領域を構成するものである。

3 ステイクホルダー・マネジメントと CSR

——ビジネス・エシックスからみた CSR——

21世紀前後に積極的に展開されはじめてきた社会科学的な概念のひとつに「企業の社会的責任」(CSR: Corporate Social Responsibility)がある。一方、ビジネス・エシックス的なステイクホルダー・マネジメントの前提に「個人ではなく組織体としての企業自体が責任を問われる」という発想があり、その場合の責任にはいわゆる「社会的」責任が含まれることを考えると、ステイクホルダー・マネジメントはたしかに「企業の社会的責任」(CSR)でもある。これらはどのような関係にあるのであろうか。

この問題は複雑であり、それには1970年代に展開された「社会的責任論」と現在のCSRの異同という課題も絡んでくる。というのは、1970年代の社会的責任論は経営者の「啓発された

利己心」に支えられたものであり、そこには「組織体としての企業が責任を問われる」という考え方がなかったからである。したがって、もし近年の CSR に1970年代と同じような観念が貫かれているとすれば、それは、ビジネス・エシックス的な発想を活かしたステイクホルダー・マネジメントとは「似て非なる」ものである、ということになるだけではなく、CSRは「社会的責任論」の「単なる名称変更」にすぎないものなのか、という疑問がうまれてくるであろう。現在の CSR はこの疑問に応えられるのか。

ビジネス・エシックスの立場で言えば、社会的責任は「責任主体としての企業の社会に対する責任」を意味する。ここには、1) 社会的責任といわれる場合の「社会的」は何を意味しているのか、2) 責任主体としていかなる存在が前提にされて社会的責任が論じられているのか、という2つの論点がある。以下の行では、これらの2つの問題の整理を通して、上記の課題を考えることにする。

3-1 社会的責任の意味

企業の社会的責任とは、誰が、いかなる存在に対して、いかなることを果たすことなのか。これに関してはさまざまな考え方がある。事実、社会的責任の意味の多様性は1970年代から認識され論じられてきた問題であり、経営学者である土屋守章は、1974年に、「社会的責任が論じられるほど、企業の具体的責任はぼやけてくる」という経済学者の批判に困惑し、『『企業の社会的責任』という言葉ほど、なにを意味しているかわからず、なんとでも勝手な意味を込めて使える言葉は、ほかにあまりないかもしれない⁽¹³⁾』、とその心境を素直に吐露していた。

経済学者の「企業の社会的責任」観は、その妥当性はともかく、1970年代前半に生まれた(GMにより社会的責任をもたせる運動として知られる⁽¹⁴⁾)「キャンペーンGM」に対するM. Friedmanの反応に典型的に示されていた。「企業の社会的責任はより多くの利潤を追求することである⁽¹⁵⁾」。簡潔に言えば、これが社会的責任否定論者として有名なFriedmanの見解であり、田島司郎はそのFriedmanの論旨をつぎのように整理している。「およそ、いかなる責任も、個人が負うものであり、擬制的法人である企業は社会的責任を負えない。企業経営者は、個

(13) 土屋守章『企業の社会的責任』税務経理協会、1980年、131-132ページ。

(14) 土屋守章『企業の社会的責任』、29ページ。

(15) M. Friedmanの主張については、*Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962 (邦訳『資本主義と自由』マクロウヒル好学社、昭和50年)；“The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *New York Times Magazine*, September 13, 1970, pp. 122-126 がよく引用される。そこには、つぎのようなことが述べられている。「1つのそして唯一のビジネスの社会的責任がある。ビジネスがゲームの規則のなかにとどまるかぎり、そこでの資源を利用し利潤を高めるようにデザインされた活動に従事すること、すなわち、騙したり詐欺をはたらかずにオープンなそして自由な競争に従事すること」。「自由企業・私的所有制度のもとでの…経営者の責任は…社会の基本的なルール(すなわち、法律に具体化されたルールと倫理的慣習に具体化されているルール)に従事しただけ多くの利潤をあげること…である」。

人＝市民としては種々の責任はもちうるが、経営者としては、その機能上、雇主の代理人である以上、雇い主＝株主の利益に奉仕する責任以外のものは負えない。それにもかかわらず、経営者が、みずからの社会的責任の名によって、インフレ防止、環境保全、貧乏追放、人種問題などにとりくむならば、これは、本来、株主、従業員、顧客に帰すべき金を勝手に流用することになる。⁽¹⁶⁾」

Friedman の所説から、少なくとも1970年代には、社会的責任はあくまでも個人が問われるものであり、法人としての企業には「無縁」のものである、との認識があったことがわかる。端的に言えば、1970年代の企業の反社会的行為の糾弾というケースでは、株主に雇われた経営者の社会的責任が問われたのであり、それ以上でもそれ以下でもなかった。⁽¹⁷⁾このような「社会的責任」観が一般化していたとするならば、社会的責任の名の下に、企業として、具体的に、何を、どこまで、どのようにすればよいのか、が「理解」できず、その結果、1970年代に企業に社会的責任を求める契機となった「公害、欠陥商品、事故・災害といういわゆる三悪」⁽¹⁸⁾が企業として直接に対応する課題ではなく政府の取り組むべき課題（企業に対する罰則規定の制度化）へと転化し、それに伴って企業の社会的責任という考え方がいつのまにか「風化」し（罰金を支払えば責任が免除され）、また、事の善悪は別として、メセナやフィランソロピーが企業の社会的責任を象徴する事柄（免罪符としての社会的責任）⁽¹⁹⁾となり、しかもそのメセナやフィランソロピーも景気と連動して不景気になると「下火」になってしまったのは、ある意味では、当然の「流れ」であった。その意味で、社会的責任論は「ブーム」だったのであり、現象的には「消え去った」⁽²⁰⁾のである。

そのような現実の理論的総括の事例を藻利重隆の見解に見いだすことができる。藻利重隆は経営者の責任を社会的責任と企業的責任そして自己責任に区分し、経営者の社会的責任と企業的責任（企業の利益に対する責任——引用者）の関連についてつぎのように述べている。経営者の社会的責任は「要するに企業の国民経済の繁栄に対する貢献以外にはありえない」が、「経営者の責任は本質的には企業的責任につくされるべきものであり」、したがって、「経営者の社会的責任はつねに企業的責任に包摂されてのみ存続しうるにすぎないはずのものであり」、ここに「社会的責任の企業的限界」⁽²¹⁾がある、と。

(16) 田島司郎稿「社会的責任「否定」論」（中谷哲郎・川端久夫・原田実編『経営理念と企業責任』ミネルヴァ書房、1979年所収）、123ページ。

(17) 経済的機能を果たすことが社会的責任を果たすことになる、というFriedmanの見解は、彼が、社会的責任を、社会に対する責任として把握していたことを示している。

(18) 中村一彦『企業の社会的責任——法学的考察——』同文館、1977年、124-125ページ。

(19) 杉下正『企業経営の社会的責任』高文堂出版社、1988年、48ページ。

(20) この背後には、社会的責任という概念が抽象的であり、社会科学の研究対象には馴染まない、という考え方があった。

(21) 藻利重隆『現代株式会社と経営者』千倉書房、1984年、181ページ。

このような立場はいわば手段的責任論（経営者は「職務責任を果たすために、その手段として『社会的責任』を考慮する」という論理⁽²²⁾）につながるものである。これは資本主義企業の本性を考えるとナチュラルに受け入れられる考え方であり、「理論的に意義を認められるのはこの型の理論のみである⁽²³⁾」として大方の支持を得ることになったとしても不思議なことではなかった。

しかし一方で、アメリカではその1970年代頃からイシュー・マネジメントや「企業と社会」論が台頭し、日本でもその「企業と社会」論の研究成果に学ぶという形で、企業の社会的責任に具体的な内容を与え、それが単なる「タテマエ」や「規範」に終わらないようにするための知的営みは続いていたのであった。そしてその「流れ」に「最終的な」解答を与えたのがビジネス・エシックスである。

アメリカの研究動向に着目してその成果を積極的に摂取したひとりに高田馨がいる。氏は、1974年の『経営者の社会的責任』において、「社会的」の意味を、狭義、広義、最広義に分けている。狭義の解釈は社会的を非経済的ないしは非金銭的の同一視する考え方である。広義の解釈は、社会的責任を経済的責任と区別し峻別するのではなく、社会的責任には経済的責任と狭義の社会的責任が含まれるとする、人間の主体性尊重の責任としての社会的責任である。高田によれば、上記の社会的責任は社会的責任の「内容」に関するものであり、「社会的」には、もうひとつ、「対象」に関する意味も含まれている。これは「広義社会的責任を誰に対して負うか」という視点から見た社会的責任であり、「社会的」の最広義の解釈である。

経営者が広義社会的責任を負うべき相手は、高田によれば、経営者をとりまく種々の主体（経営者の環境主体）であり、経営者という主体とそれをとりまく複数の環境主体の間関係が「社会的」ということばで表現されている。高田説の特徴（斬新さ）は、アメリカで展開されはじめた「企業と社会（Business and Society）」の論旨を取りいれて、経営者の環境主体が歴史的に変化することを受け入れていることにある。『『社会的』のなかには、経営者が責任を負うべき相手が「伝統的・原初的な」「株主、所有者」から「株主、所有者以外の」「利害関係者集団」（interests groups）「にまで拡大していることも含意されている」と。高田は、社会的責任の「社会的」の意味を、実質的には、経営者の利害関係者集団に対する責任として捉えている⁽²⁴⁾。

そのような理解はアメリカの動向に関心を寄せていた櫻井克彦や森本三男にも形を変えて引き継がれているが、同時にそこに内包されていた矛盾がより鮮明に表れていった。櫻井克彦は、1976年の『現代企業の社会的責任』において「社会的」の意味についてつぎのような解釈を示

(22) 中谷哲郎稿「社会的責任論の基礎」（中谷哲郎・川端久夫・原田実編『経営理念と企業責任』ミネルヴァ書房、1979年所収）、123ページ。

(23) 同上。

(24) 高田馨『経営者の社会的責任』千倉書房、1974年。

している。「社会的責任は、所有者以外のものを意味するところの公共ないしは社会に対する責任として……狭義の「社会的」の概念が社会的責任に関して生まれる」が、所有と支配の分離を通じた「企業による私益追求が必ずしもそのまま所有者の利益の追求を意味しない事態をもたら」し、「ここに、所有者に対する企業の責任が改めて問題となり、社会的責任として株主に対する責任が出現」し、「広義の『社会的責任』なる概念が……意味をもつに至る」。「責任対象としての社会は環境」であり、「環境主体は具体的には、株主、従業員、消費者、等のごときいわゆるインタレスト・グループを意味する」。

櫻井克彦は一方で「社会的なる概念は……企業が公共に対して果たすべき責任の内容あるいは性格とも関連する」として、3点を指摘している。第1に社会的なる用語は、狭義には、株主の利益もしくは伝統的な利潤概念と対比される「社会の利益」ないし「公共の利益」を、そして広義には、「企業環境構成主体すべての利益もしくは構成主体の期待ないし価値」を指すが、現代企業にあっては後者の広義の社会的概念が妥当する。第2に社会的なる概念は、狭義には、「経済的」なる概念と対立する概念であるとともに、広義には「経済的ならびに非経済的」の両概念を含んでいるが、現実的には、社会的を広義の意味に解することがより適切である。社会的なる語は第3に、狭義には「法律的」と対比される「道徳的」の意味をもっている。企業の社会的責任は経済的責任と非経済的責任とに区別されうるとともに、それはまた、法律的責任と非法律的・道徳的責任とに区分しうるのであり、社会的の第3の意味はここにある。⁽²⁵⁾

このような説明は、たしかに「上手く」整理されているかのように見えるが、その社会的責任の内容は何なのか、という観点から検討すると、具体的な内容が「不明」であり理解しにくいものとなっている。このことはある意味では当然である。というのは、社会的の意味をその内容の観点から考えると、その内容に多様な事柄を含ませることが可能であるからである。それ故に、いかなる「区分方法」を採用するかが重要になってくるが、それに関しては「定説」がないのが現状である。⁽²⁶⁾たとえば、日本の各種の文献のなかで引用されることが多いアプローチの代表的なものとしてA. Carollの企業の「社会業績モデル」を取り上げて、その内容を見⁽²⁷⁾てみよう。

Carollは、「企業の社会的責任は、社会がある時点に諸組織について抱く経済的、法的、倫理的、及び裁量の期待を内包する」として、どこまで企業が責任を負えるのかという観点から、責任の基本的な内容をつぎのように整理している。

(25) 櫻井克彦『現代企業の社会的責任』千倉書房、1976年、11-14ページ。

(26) 社会的責任の内容が、経済的責任と企業市民的責任（遵法的責任、道義的責任、貢献的責任）に分類されることもある（大久保渡『企業文化と環境』泉文堂、1999年、19ページ）。定説がないという現状認識については、森本三男『企業社会責任の経営学的研究』白桃書房、1994年参照。

(27) Caroll, A., *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2nd Edition, 1993, p. 99.

(1) 経済的責任 (economic responsibilities)。企業の第1で最初の責任は企業が社会における経済的制度であることに由来するものであり、企業は、社会が必要とする財・サービスを生産し、それを販売して利益を獲得する責任を負っている。

(2) 法的責任 (legal responsibilities)。社会は法や規制のような基本的ルールを設定し、企業が法的要請の枠内で経済的使命を遂行することを期待する。

(3) 倫理的責任 (ethical responsibilities)。企業には、経済的責任や法的責任を超えて、社会構成員によって期待される行動が存在する。これが、法文化されていなかったりほとんど定義されていないために企業にとって最も対応が困難なものとなる、倫理的な責任である。

(4) 裁量的責任 (discretionary responsibilities)。企業は、倫理的責任と比べると明確ではないが、ある種の社会的役割を担ってもらいたいとの社会的期待 (societal expectations) に応えなければならないことがある。これは、企業フィランソロピー、麻薬常用者の社会復帰支援などに代表される、純粋に自発的なものであり、意欲的責任 (volitional responsibilities) と言われることがある。

Caroll の以上の4種の責任はわかりやすいが、反対意見も述べられている。たとえば、高田馨は、社会的責任に経済的責任を含めることには賛成しているが、法的責任は強制的責任であり他律性の支配であり、社会的責任の本質 (自発性と自律性) に反するために、社会的責任には含まれないと論じている。そして倫理的責任に関しては、それは社会的責任のなかに含まれるが、単なる一要素ではなく、「広義社会的責任を経営者が認識し実行するときの道德規準・⁽²⁸⁾ 価値基準を明示するところに」「その本領」を見いだしている。

社会的責任の本質は、発生学的に言えば、自発性に求められることになるとしても、それを、法的責任との対比で、自発性に求めることに関しては、今日の段階から考えると「疑義」が提示される。1970-80年代の「社会的責任」は企業の自発性として「片づける」ことができたかもしれないが、今日の CSR (少なくともビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメント) は企業の社会的責任を当該企業の自発性に帰着できるような性格の問題として理解していないのである。この意味は後述する。

これらの事例は、社会的責任の内容を、「経済的」に倣って「〜〜的」という形容詞で説明することに限界があることを示している。端的に言えば、社会的責任を、経済的責任を中核に置いてそれ以外の責任を付け加えていくという、いわば「積み上げ方式」で把握する、「社会的責任論」は、非現実的であり実態から「遊離」した発想である。高田馨がいみじくも述べているように、価値基準を軸に据えて、社会的責任の具体的内容を考える方がより生産的であり、その内容もより明確になってくるように思われる。ここに、ビジネス・エシックスの発

(28) 高田馨『経営の倫理と責任』千倉書房、1989年、20-21ページ。

想が重要視されるひとつの所以がある。

社会的責任の「社会的」の意味は現代のビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメントではどのように解釈されるのか。

現代の（ビジネス・エシックスの発想に基づく）ステイクホルダー・マネジメントは、企業にはステイクホルダーズに対する責任があることを明示している。これは社会に対する責任と同義である。繰り返すことになるが、社会に対する責任はステイクホルダーズに対する責任であり、現代企業の社会的責任は実質的にはステイクホルダーズに対する責任を意味している。そして同時に、そのような理解に立つと、社会的責任の内容が具体的に規定されることになる。というのは、ステイクホルダーズに対する責任とは、具体的な内容に即していえば、ステイクホルダーの権利を尊重することであり、そのことが企業に義務づけられているからである。したがって、ステイクホルダーに対する義務として、あるいはステイクホルダーの権利として観念されているもの——それらの義務ないしは権利が社会的責任の内容となってくる。これには、当然だが、これまでの発想のもとでいわゆる経済的な責任として「分類」されていたものだけでなく、それ以外の「多様な性格の」義務（権利）が含まれることであろう。

ここで、疑問が提起されるかもしれない。そのような認識はいつ頃生まれたのか、あるいは、誰に、いかなる形で、どの程度共有されているのか、と。これは、基本的には、第1に、ステイクホルダー概念の登場と重なってくる。それ故に、キャンペーンGMの時代には見られなかったことはたしかであり、少なくとも1970年代にはアメリカにも日本にもなかったと思われる。ステイクホルダー概念は、周知のごとく、Freemanの著作（Freeman, R., *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, 1984）を契機として知られるようになった。ただしそれに対しては「研究者の世界」のなかの話であり、大方の人々には関係がない事柄である、との「異論」もでてこよう。しかしながらつぎのような資料がある。それは、Walker Informationが1999年に実施した世界の経営者を対象とした「ステイクホルダー認知度調査」である。その資料によれば、ヨーロッパでは60%、アジアでは50%、アメリカでは80%強、南アフリカでは100%弱、平均すると63%の経営者が、ステイクホルダーというタームをビジネス組織と関連させて理解していた。とすれば、現在では（21世紀に入った時点では）、ステイクホルダーというコトバはかなり受け入れられている、と言えるであろう。⁽²⁹⁾

(29) McAlister, D.T., Ferrell, O. and Feezell, L., *Business and Society: A Strategic Approach to Social Responsibility*, Houghton Mifflin Company, 2nd Edition, 2005, p. 40. ちなみに、Freemanはストックホルダー企業観を前提とした社会的責任概念に対してつぎのような厳しい認識を示していた。「社会的責任という考え方はgoodな社会を創り出すことに役だたなかった。（アカデミックな学者や実務家によって等しく資本主義のミッシング・リングとして長い間みなされてきた）CSR概念はその約束をはたさなかったのだ。更に言えば、企業とgoodな生活についての実りある議論の障害となってしまったのである。…我々はここにその（CSR概念——宮坂）終焉を要求する。」（Freeman, R. & Liedtka, J., "Corporate Social Responsibility: A Critical Approach", *Business Horizons*,

但し、注意しておかなければならないのは、ステイクホルダーという概念（コトバ）が使われているとしても、そのことによって必ずしも「社会的」の意味がビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメントと同じように使われていることにはならないということである。というのは、ビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメントには（「統合」）社会契約論の発想が取り入れられているからであり、ステイクホルダーの権利（義務）という考え方は契約論的アプローチの産物である。ここで「義務」という発想が全面にでてくる。繰り返すことになるが、そのような（法律に裏付けられた権利だけでなく社会慣習としての権利をも含む）ステイクホルダーの権利を尊重すること（企業にとっては義務へと転化すること）が社会的責任の内容なのである。このことを明示したのが近年では T. Donaldson & T. Dunfee である。彼らの *Ties that Bind* はその到達点のひとつである。

そして、この立場から言えば、高田馨の前述の（社会的責任の本質を、法律の遵守（強制）との対比で、自発性に求める）見解は「逆の」視点に立っている。というのは、道徳に従うことは意志の自律であり、⁽³⁰⁾ その意味で自発性であるが、社会との契約で、法律に裏付けられた権利だけでなく社会慣習としてのステイクホルダーの権利も尊重することが企業にとって義務へと転化することになれば、企業は「自主」という名の下でそのような義務を果たすことが期待され要請され「強制」⁽³¹⁾ されるからである。これが今日の（契約論的ビジネス・エシックスから見た）社会的責任（CSR）の在り方である。

この点、現在の経営者たちはどのような見解を持しているのであろうか。これに関しては経団連の見解が参考になる。経団連は2004年2月に「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的考え方」⁽³²⁾ という声明を出している。そこでは、企業の立場からいえば「ナチュラルで」あろうが、「企業の競争力の源泉」としてあるいは「戦略」の一環として位置づけられると同時に、その多様性に触れて、CSRは「企業の自主性、主体性が最大限に発揮される分野」であることが強調され、CSRの「規格化や法制化に反対」の立場が明確に打ち出されている。そしてそのような見解は「(社) 海外事業活動関連協議会（CBCC）」によってより詳細に展開されている。CBCCは日系企業が進出先社会から「良き企業市民」として受け入れられることを支援するために1988年に設立されていた「対米投資関連協議会」を経団連のイニシアチブのもとで1989年に発展解消して設立された CSR 推進組織⁽³³⁾ である。

経団連の「趣旨」は、別の箇所でも述べられているように、CSRは「上からの」官主導ではなく

July-August, 1991, p. 92.)。Freeman は、基本的には、「手段的責任論」説に与している。

(30) 新田孝彦『入門講義倫理学の視座』世界思想社、2000年、161-162ページ。

(31) 『大辞林 第二版』（三省堂）では、「自発性」は「他からの影響・教示などによるのではなく、自分から進んで事を行おうとすること」、そして「自主性」は「自分の判断で行動する態度」と解説されている。

(32) <http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/017.html> 2005/03/27

(33) <http://www.keidanren.or.jp/CBCC/index.html> 2005/03/27

民間の自主的な取り組みによって進められるべきものである、ということにある。このような立場はCSRの「強制」に反対しその本質を「自発性」に求めることとどのように関連してくるのであろうか。それらは、「同義」なのであろうか、あるいは、更に踏み込んで言えば、CSRをかけたように「単なる戦略の一環」と位置づけていると見なし「収益優先主義」が、そこには、表れている、との「読み込み」が可能なのであろうか。

すでに周知のごとく、経団連は1991年9月14日に「企業行動憲章」を制定しその後改訂版を公表し、傘下企業に「独自の」行動基準の制定を呼びかけてきた⁽³⁴⁾。行動基準（倫理綱領）は、後でも触れることになるが、その企業が自覚しているか否かにかかわらず、客観的には企業が社会からモラル的責任を問われることを表明したモノである。それ故に、綱領のなかで「明示された」事柄は、世界的レベルの規格であろうとも法令であろうとも（たとえ強制として受けとめたとしても）あるいは当該企業独自の自主的な社会規範であろうとも、その企業にとってはそれらのすべてが「義務」へと転化している「規範」である。それらを遵守できない企業はいずれ社会的存在として「認知」されなくなるであろう。その意味で言えば、倫理綱領として示されたCSRは、動機はともかく公表された以上、「しても良いし、しなくても良い」（やるかやらないかは自分の判断だが、自発的なものでなければいけない）という代物ではなく、実行しなければならない性格の「責任」なのである。

経団連が、一方で、「行動憲章」を制定し、他方で、CSRの「規格化」に、個々の会社が自社の判断でそれを取り入れることに対しても「難色」を示し、「全面的に」反対しているのであれば、それは「自己矛盾」である。その場合は、いまだに「営利第一主義の行動原則」を持ち続けている「収益優先主義」である、との批判が妥当するであろう⁽³⁵⁾。

しかしながら、CBCCがBSR（Business for Social Responsibility）（後述）と提携していることを考えると、「別の」解釈も生まれてくる。CSRの「規格化や法制化に反対」していることは現時点での文言上の立場であり、経団連は、明示的ではないが「ホンネ」としては、CSRの「規格化や法制化」が世界的な流れとなった場合には、それを受け入れるか否かは個々の企業の自主的な判断であり、それを「拒否」して「社会的に淘汰」されるという事態に至れば、それはその企業の「自己責任」である、と主張しているのではないのか、と。

経団連の立場は「曖昧」である。

契約論的ビジネス・エシックスからみた「社会的責任」の意味を整理すると以下のようなろう。

第1に、社会的の意味は「社会に対する責任」であり、より具体的に言えば、ステイクホルダーズに対する責任を意味している。

第2に、責任の内容は、ステイクホルダーズの権利を尊重し護ること、そしてそのことが企業に義務づけられていることにある。これは、社会的責任の内容を、経済的、法的、倫理的、等々の形容詞をつけて説明しないことを意味している。

現在さまざまな機会を介して見聞きするCSRの「社会的」には、上記の点でいえば、どの

(34) <http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/charter.html> 2005/03/27

(35) 丸山恵也『批判経営学』新日本出版社、2005年、48ページ。

ような意味が込められているのであろうか。

欧米の現状を知るためには、BSR と CSR Europe において CSR がどのように定義されているのかを検討することが参考になる。というのは、欧米でも現在多くの組織が CSR に関心を持ち CSR 推進機関として幅広く活動を展開しているが、そのなかでも特に BSR と CSR Europe が著名な組織として認知され大きな影響を与えているからである。まず、BSR のウェブで⁽³⁶⁾ 開示されている CSR 定義を見てみよう。そこでは、CSR と類似するタームとして、ビジネス・エシックス、企業市民、コーポレート・アカウンタビリティ、サステイナビリティが挙げられ、それらはしばしば「混同」されて使われることがある、との現状認識が示され、その後つぎのように定義されている。「倫理的価値を尊び、人間、コミュニティそして自然環境を尊敬するやり方で、営利的な (commercial) 成功を達成すること」。そして補足的に、「CSR とは、社会がビジネスに対して抱いている法的、倫理的、商売上の (commercial) そしてその他の期待に本気で取り組み address, すべての主要なステイクホルダーの要求を公平にバランスをとるように意思決定することを意味している」、と述べられている。

また CSR Europe のウェブには、CSR とは「会社がより良い社会とよりクリーンな環境に貢献すべく自発的に意思決定する場合に拠り所にする概念」であり、「会社が、株主とステイクホルダーに対して価値を生み出すべく社会および環境に対するインパクトを管理し改善する、方法」を指している、と定義されている。と同時に、「CSR は会社のコア活動であり、社会へのトータルなインパクトに対する責任に関わるものである。CSR は自由意思の付け足し (optional add on) ではないし、フィランソロピー行為でもない」との定義が援用されている。

これらの定義からは CSR に具体的にどのような内容が込められているのか、いまひとつ明確ではないが、少なくとも、ステイクホルダーという概念が使われていることにビジネス・エシックスの影響を見いだすことができるであろう。そのような影響は、「社会的」が「社会に対する」という意味で、たとえば、BSR では社会の期待に応えるという形で、使われていることに表れている。とすれば、それは、社会的責任がその実体としてはステイクホルダーに対する責任を意味していることを示している。しかし同時に、法的、倫理的、商売上等々という「修飾語」が使われていることから判断すると、商売上以外のものの総体が「社会的」の内容として理解されているとも考えられ、そこには「混乱」がある。また CSR Europe のウェブに注目すると、そこで援用されている定義から、今日の社会的責任は単なる自発的な寄付行為にとどまるものではなく、企業にとって社会的な (社会に対する) 「義務」へと転化していることをも読みとることができる。一方で、ステイクホルダーの権利については直接には論じられていないが、ステイクホルダーの要求 (claim) という表現が使われていることを考慮すると、実質的には触れられていると考えることができる。これはある意味では当然である。というの

(36) <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809> 2005/02/27

(37) <http://www.csreurope.org/aboutus/FAQ/> 2005/02/27

は、欧米では、CSR とビジネス・エシックスがとりあえずは分けて論じられているからであり、倫理綱領のなかでステイクホルダーの権利について言及されている、というのが一般的である。⁽³⁸⁾

Caroll は、権利というコトバを使わず立体的に2つの側面で社会的責任の意味と内容を提示している。すなわち、彼は、上記のように、責任のタイプを、経済的、法的、倫理的、裁量的責任に分け、企業が、所有者、消費者、従業員、コミュニティ、等々のステイクホルダーに対して、それぞれの責任ごとに、どのような内容の責任を有しているか、という問題意識に立っている。⁽³⁹⁾ それ故に、Caroll の場合、社会的責任はステイクホルダーに対する責任を意味している、と考えられる。

更にいえば、ビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメントには独特の観点が貫かれている。それは社会的責任の主体に関わる問題である。すでに若干触れたことではあるが、これまでの社会的責任論では、それを肯定するにせよ否定するにせよ、経営者の社会的責任、正確に言えば、株主の利益を代表する経営者の責任を念頭に置いて論じられてきた。Friedman、藻利重隆あるいは土屋守章、彼らは、社会的責任に対する評価・立場はそれぞれ違うが、経営者を株主のエージェントとして位置づけその責任について論じているという点では、同じ視点を共有していたのである。しかし、今日の少なくともビジネス・エシックスの発想に基づくステイクホルダー・マネジメントはそれとは異なる立場に立っている。このことについては、項を改めて検討することにする。

3-2 責任主体としていかなる存在が前提にされているのか

今日のビジネス・エシックス的なステイクホルダー・マネジメントの前提には、冒頭で述べたように、「個人ではなく組織体としての企業自体が責任を問われる」という発想がある。このような認識は1970年代の多くの「社会的責任」論者には欠けていた。そのことは中谷哲郎の所説に象徴的に示されている。

1970年代には、すでに触れてきたように、さまざまな社会的責任論が展開されたが、「企業の社会的責任」と「経営者の社会的責任」が必ずしも意識的に明確に区別されていたわけではなかった。その中で、中谷哲郎は「企業の社会的責任」と「経営者の社会的責任」を意識的に明確に区別するべきであると主張していた「希有な」研究者の一人である。しかしその中谷の立場は、責任は人間に固有のものであり、「社会的責任」は経営者の社会的責任として捉えな

(38) ビジネス・エシックスが CSR の展開に大きな役割を果たしたことは、後述のごとく、Frederick の CSR³ が物語っている。

(39) Caroll, A., *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2nd Edition, 1993, p. 99.

(40) 中谷哲郎、前掲稿、88ページ。

なければならない, というものである。そこには, 企業自体に責任を問うことができる, という発想を見いだすことはできない。

あらためていうまでもないが, 企業に責任を問えるという立場に立ったとしても, 最終的には人間が責任を取ることになる。但し, 誰が, どのような形で, 責任を取るのかには, 幾つかのタイプがあり, 企業ごとに異なるであろう。したがって, 現実に責任をとるのが経営者であることもあり, しかもこれが「通常の」形態かもしれないことを考えると, 現象的には同じように見えるが, 個人だけにしか責任主体を認めないことと, 組織自体をも責任主体として考えることは「大きく」異なる相違⁽⁴¹⁾である。

それでは, そのような認識は「企業と社会」論を先駆的に研究してきた, たとえば, 高田馨, 櫻井克彦, 森本三男, あるいは, Frederick や Caroll にあったのであろうか。ステイクホルダーという概念が使われていないということ「割り引いた」としても, 北米という地域で展開されたことにも原因しているのか定かではないがモラル・エージェンシー論争に言及していないことを考えると, 少なからざる日本の研究者にはそのようなことに対する「自覚」が少なくとも明示的には欠けているように感じられる。以下詳細に検討することにした。

この問題は, 研究者が「責任主体は企業である」という認識を有しているか否かをどのようにして判別できるのであろうか, という形に集約される。モラル・エージェンシー論争を知っているか, それに言及しているか。このことは有益な指標である。この点, アメリカでは, 多くの研究者が知っている可能性が高いと思われる。ただし, 知っているだけでは不十分であり, それを「肯定的に」見ているならば, そのような認識がある, と判断できるであろう。

しかし, そのようなことを「表明」している研究者は「稀」であり, その為に, 「間接的に」判断する材料が必要になってくる。そのようなものがあるのであろうか, あるとすれば, それは何か。

第1に, 社会的責任を社会に対する責任として捉えていること, 第2に, その社会がステイクホルダー社会である, との認識があること。この場合, 単にステイクホルダーというコトバを使っているだけではダメであり, ステイクホルダーをシェアホルダー(ストックホルダー)と「対立」する概念であると認識していること, 更には, 株主もステイクホルダーとして位置

(41) DeGeorgeによれば, 企業にモラル責任を問うということは, その内部のものによって集団責任が追及され明確にされるということである。この場合, 企業に外部からみてモラル責任があるとされるなかで, 企業の内部の誰がそれに対して責任をもつのか, が現実的には問題となるが, すべての状況にあてはまる「モラル責任の1つの意味」は存在しない。企業に責任が問われ企業がその責任を果たすということは, 結局, それぞれの状況に応じて行動するという責任を意味している。これに関しては, DeGeorge, R., "Can Corporations Have Moral Responsibility", in Beaucamp, T. and Bowie, N. (eds.), *Ethical Theory and Business, 2nd Edition*, Prentice Hall, 1983, pp. 62-24 参照。

づけていることが必要である。そして第3に、現代企業をステイクホルダー企業として位置づけていること。上記のなかでは、最後の認識が決定的なことである。他にも、企業そのものが責任主体として見なされていることを「象徴」している概念がある（構築される）かもしれないが、現状では、その概念に「企業が責任主体であること」が「的確に」表れているように思われる。

Friedman は、社会的責任を、社会に対する責任として把握していたが、彼は、ストックホルダー企業論の持ち主であった。Friedman は企業自体に責任を問えるとは考えていなかった。

ステイクホルダー企業観に立つかそれともストックホルダー企業観に立つか、この違いは大きい。というのは、ステイクホルダー企業として認識すると、ステイクホルダーズのことを念頭に置いて社会的責任あり方を問うという発想が生まれてくるのに対して、ストックホルダー企業と見なす場合には、株主の利益を護るために社会的責任が「利用」されるあるいは「無視」「拒絶」されるという事態（株主主権主義）が生じても不思議ではないからである。「企業はステイクホルダーズの権利を「公平に」認めるべきである、という考え方」(=「企業はステイクホルダー企業であること」)を肯定的に受け容れてはじめて、企業自体に責任を問えるという立場が生まれてくる。

端的に言えば、企業をステイクホルダー企業として位置づけることは企業をモラル主体として見なすことと同義なのである。何故なのか。それはつぎのような論拠で説明されるであろう。ステイクホルダー企業とは多様なステイクホルダーズとさまざまな契約で結ばれた存在である。その企業にとっては、それらの契約（義務と権利）を果たすことが社会的な存在であることの証明であり、企業として社会的な使命を果たすことに通じる。そして、そのことは、企業がモラル主体であることを示していることになる。なぜならば、そこには、株主だけでなく、ステイクホルダーズの利益を社会契約に基づいて考慮し履行することが、企業としての責任である、という含意があり、そのことによって経営者個人ではなく企業として（制度的に）社会に対する責任を果たしていることになるからである。ステイクホルダー・マネジメントはその現象形態である。

上記のような観点に立って、社会的責任論者の見解を跡づける。まず取り上げるのは Frederick である。彼に注目した理由は以下の行論で明らかになる。

Frederick は、1986年の論文において、「企業社会関係 (business-and-society relations)」に関する研究状況を3つの波に分けて整理している。第1の波は現代の問題意識に沿って「企業(42)の社会的責任」(corporate social responsibility: CSR¹)の研究が行われた時期であり、それは

(42) Frederick, W.C., "Toward CSR³: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs", *California Management Review*, 28-2, 1986. 彼によれば、20世紀の初頭に社会的責任論が登場した。これについては Davis, K. and Frederick, W.C., *Business and Society. Management, Public Policy, Ethics*, 5th, 1984, pp. 27-28 に詳しい。

1950年代にはじまり1970代中頃まで続いた。H. Boween の著作 (1953年) がその指標である。⁽⁴³⁾ 第2の波は「企業の社会的反応」(corporate social responsiveness: CSR²) に焦点を合わせて研究が始まった時期であり、年代的には第1期と若干重なるが、1970年代から1980年代の後半まで続いている。そして Frederick は「企業社会関係」研究の新たな方向を展望する。それが第3の波としての「企業の社会的正しさ」(corporate social rectitude: CSR³) である。

Frederick が社会的責任研究の歴史をあえて3つの段階に区分し、責任 (responsibility) に代えて、反応 (responsiveness) そして正しさ (rectitude) というタームを使った「理由」はどこにあるのであろうか。彼はこれに関してつぎのように述べている。「われわれは、単なる責任や反応ではなくそれ以上のものを求めている。われわれが企業に望むことは、道徳的に正しく行動 (act with rectitude) し、その政策やプランに人類の最も基本的な道徳原理を体現した倫理文化を持ち込むことである」⁽⁴⁴⁾ と。これはなにを意味しているのか。高田馨は、それを、「社会責任論の価値前提が批判され……新しい価値前提によって新しい社会的責任論が生まれ」たこと、具体的には、「価値前提論に「倫理」・「道徳」の概念が導入され、経営規範のなかに「経営倫理」という概念が導入されたこと」⁽⁴⁵⁾ に見いだしている。本稿の意図に沿って言い換えれば、このことは、第2波以降価値前提が変化し、企業社会に新たな価値観が導入されたこと (バリュー・シフト) を示している。ただし、同時に、このことは、そのような道徳が適用される主体は誰なのか、が問われたことを意味している。個人としての経営者なのか、企業そのものなのか。

Frederick は、CSR³ 提案に対して、すなわち、「倫理文化」の導入に対して、多くの反対が提起されることを予想していた。これは、彼のなかに、当時、ビジネス・エシックスが矛盾語法 (oxymoron) であり、ターム的に矛盾している、との観念が流布していたことが、彼の提案の障害になるであろう、との認識があったためである。⁽⁴⁶⁾ ということは、Frederick がビジネス・エシックスの問題提起の意味を十分に認識していたことを「傍証」していることになろう。事実、彼は、その論文において、A CSR³ Corporation ……という表現で、会社を主語として、「道徳的に正しい」⁽⁴⁷⁾ 行動の在り方を列挙しているのであり、このことから判断すると、彼は、1980年代後半には、企業自体がモラル主体でありモラル責任を問うことができる、と考えていた、と推察できる。このような「判断」は、幾つかの資料によって、確認される。というのは、間接的な資料としては、たとえば、Frederick を編著のひとりとして定期的に改訂版が出版されている *Business and Society* があるが、その1984年の第5版頃から、「ステイクホルダー」と

(43) これについては、Davis and Frederick, *op. cit.*, p. 27. 参照。

(44) Frederick, "Toward CSR 3", p. 136.

(45) 高田馨『経営の倫理と責任』11ページ。

(46) Frederick, "Toward CSR³" p. 138

(47) Frederick, "Toward CSR³" p. 136

いうタームが使われはじめ、第8版(1996年)では、ステイクホルダー企業観の提唱者である J. Post が共編者となり、ステイクホルダー概念が「駆使」されているからである。また直接的な資料としては、CSRの「新しい」段階(CSR⁴)を展望している Frederick の論文がある。彼はその1つの論文において、1990年代の「社会的責任論」を社会的責任の拡大バージョンをして把握し、それを事実上「企業のステイクホルダー・セオリー」と同一視している。⁽⁴⁸⁾

Frederick の理解に従えば、欧米において展開されている CSR では、主流としては、ステイクホルダー・セオリーが据えられている。そのことは、大多数の CSR 論者において、責任主体として企業が位置づけられている、との判断を「可能」にするものである。

Caroll は、1993年の著作で「組織倫理」(organization's ethics) というタームを用いている。⁽⁴⁹⁾これが「個人の倫理」との対照で使われているコトバであることを考えると、企業がモラル主体となることを示唆している、と思われる。

J. Weiss は、会社外の社会的ステイクホルダーに対する会社の責任を「ステイクホルダー・モデル」と「経済的ストックホルダーに対する会社の責任」(ストックホルダー・モデル)を対比させ、前者の動機に、進歩主義と理想主義を当てている。このことは、彼が企業をモラル主体として見なしていることを示している。⁽⁵⁰⁾

日本の研究者に眼を転じると、櫻井克彦は、1976年の『現代企業の社会的責任』では、インタレスト・グループという語彙を使い、1991年の『現代の企業と社会』では、利害関係者に stakeholder と interest groups の2つの語彙を当てているし、⁽⁵¹⁾2002年の論文「企業社会責任と経営学研究」では、⁽⁵²⁾ステイクホルダーというタームを採用している。但し、本文を読む限り、「企業と経営者の社会的責任……」という文言には出会うが、ステイクホルダー企業観に与していると「断定」できる表現も見あらず、企業を責任主体として明確に位置づけているかどうか「不明」である。

と同時に、高田馨に関して言えば、Frederick, Carroll 等々の所説を検討するだけでなく、道徳規準そのものをも検討しているので、企業を責任主体として位置づける「流れ」があることを承知していたと推察できるのであるが、これに関して高田馨自身がどのような見解を持してい

(48) Frederick, W.C., "Creatures, Corporations, Communities, Chaos, Complex", *Business and Society*, 37-4, 1998, p. 361. その少し前に発表された論文に Frederick, W.C., "Moving to CSR⁴: What to Pack for the Trip", *Business and Society*, 37-1, 1998 がある。これらはそれまでの論文とはかなり性格を異にするものであり、今後の検討が必要である。

(49) Carroll, A., *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2nd Edition, 1993, p. 98.

(50) Weiss, J., *Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach*, 3rd edition, 2003, pp. 90-91.

(51) 櫻井克彦『現代企業の社会的責任』, 97ページ。

(52) 櫻井克彦「企業社会責任と経営学研究」『経済科学』第49巻第4号, 2002年。

たのかについては「読み取ることはできない」。

この点、森本三男は『企業社会責任の経営学的研究』（1994年）で、「CSRとは、企業が自己に対する環境主体の諸期待に応えることを自発的に自己の責任とし、それによって、制度としての自己の存在を万全にすることで」あり、「CSRの主体は、いうまでもなく企業である」⁽⁵³⁾と述べている。そして、2004年には、その立場を「ステイクホルダー・アプローチ」⁽⁵⁴⁾として再確認している。

また経営学を専攻する研究者のなかには、特に、ガバナンス論を研究対象にしている論者のなかには、株主主権を認めず会社自体論を展開している「流れ」がある。このような観点は、本稿の文脈でいえば、「責任主体を会社自体と見なすこと」につながる立場であるが、それらの研究者にそのような自覚があるかどうかは「不明」である。

日本では、以上のように、どのくらいの数の研究者が、どの程度、企業を責任主体として明確に位置づけているか、という課題に対して、それに確実に応えられる「資料」が手元に少なすぎるために、明確な「回答」を提示することは困難である。また近年 CSR 関連の書物が数多く出版されている。これらに関しては、CSR（企業社会的責任）がテーマとして取り上げられている以上、当然のこととして、責任主体が企業であることが暗黙の前提になっている、との見解が提示されるかもしれない。しかしながらそのような認識は必ずしも妥当しないのではないだろうか。というのは、「いまだに倫理の問題になると、個々人の良心の問題だという極めて抽象的な言葉のみで対処するという体質が、日本の企業のみならず……日本の社会すべてに蔓延している」⁽⁵⁵⁾という観察があるように、古い（自然人としての個人中心の）倫理観が「生き延びている」からである。ただし一方では、一般的にあって、欧米の文献に接したものであれば「間接的に」ビジネス・エシックスの影響を受けることになるために、今日では企業の社会的責任を単に経営者の良心云々という個人的なレベルで論じることが難しくなっている状況も「確実に」生まれているように思われる。

このことは、見方を換えて、企業が、企業は組織として責任を問われる、ということを経営しているか否かを、何によって、判断するのか、を検討するとより明確に見えてくる。この点に関していえば、形式的には、ある企業が倫理綱領を制定していれば、その企業は組織として責任を問われることを自覚していると判断できるであろう。

倫理綱領が制定されていれば、そこには、モラル主体としての企業が存在している。何故かと言えば、倫理綱領の制定は意思決定構造に関わる事柄であるからである。但し、その意味を

(53) 森本三男『企業社会責任の経営学的研究』、31-32ページ。

(54) 森本三男「企業社会的責任の論拠とステイクホルダー・アプローチ」『創価経営論集』第28巻第1・2・3合併号、2004年。

(55) 大津誠『経営学概論 アメリカ経営学と日本の経営』創成社、2005年、138ページ。大久保渡、前掲書、22ページには、1980年代後半以降に「問われる経営者のモラル」という表現がある。

企業が正しく認識しているかとなると、それは「別の事柄」である。

「社会経済生産性本部」が2004-2005年に実施した調査⁽⁵⁶⁾によれば、最近になって、社訓や社是を見直し、それとは別に行動規範を制定する企業が増えてきている。社訓や社是が経営者の個人的な信念・信条を公にしたものであること（経営理念）を考えると、このことは、本稿の文脈では、企業がモラル主体であることへと体質改善が進めていることを示していることになるのだが……。

イギリスでは、1986年に創設された企業倫理協会（The Institute of Business Ethics: IBE）（<http://www.ibe.org.uk/> 2005/03/11）が倫理綱領の制定を奨励し積極的な推進活動を展開している。たとえば、S. Webley（リサーチ・ディレクター）が執筆した、*Code of Business Ethics, Developing a Code of Business Ethics, Applying Code of Business Ethics*, 等々の倫理綱領に関する『手引き書』の相次ぐ公刊は、その活動の一端を良く示している。また、2000年に設立された GoodCorporation Ltd（<http://www.goodcorporation.com/> 2005/03/11）は、IBEによって開発された「コア原則」に基づいて2001年に倫理綱領の「ひな型」を作成し、それを基本として倫理綱領を制定し然るべき要件を満たした企業を Good 企業として認証している。この組織は私企業（company）であるが、労働組合やNPOにも支持され、現在では、イギリスだけでなく、ヨーロッパ各地で次第にその存在が「大きく」なっている。その GoodCorporation は、CSR について、各種のステイクホルダーズを公平に扱うことが「企業の責任（corporate responsibility）」である、と、明確に企業を主体として位置づけている⁽⁵⁷⁾。

一方、アメリカでは、1991年に、「連邦量刑ガイドライン」（Federal Sentencing Guidelines）（1987年⁽⁵⁸⁾成立）が改正され、新たに「組織の量刑」を明記した章が付け加えられた。これは、連邦レベルの企業犯罪に対する裁判所の量刑の基準を明確化し公平感を与えるために作成されたガイドラインである。この特徴の1つとして、企業の不正にかかわる罰金が企業倫理遵守の取組みの程度によって軽減される規定が盛り込まれていることを挙げることができる。簡単に言えば、倫理綱領を作成し倫理の内部制度化を推進している企業の場合には、もし不祥事が生じたとしても、それは「組織ぐるみの犯行ではない」と判断されて、減刑される可能性がある、ということ。このことは、アメリカでは、1990年代に入って企業が責任主体であるという「実体」が法律によってあらためて「裏付けられた」ことを意味している⁽⁵⁹⁾。

(56) <http://www.jpc-sed.or.jp/teigen/index.html> 2005/04/09

(57) <http://www.goodcorporation.com/en/default.asp> 2005/03/11

(58) 連邦量刑ガイドラインについては、たとえば、代表的なテキストである Beauchamp, T. L. and Bowie, N. E. (eds.), *Ethical Theory and Business*, 7th Edition, Prentice-Hall, 2004 に掲載されている。またわが国でも数多く紹介されているが、小坂重吉「連邦量刑ガイドラインの概要とコンプライアンス効果〔上〕」『商事法務』No. 1537（1999年）、同「連邦量刑ガイドラインの概要とコンプライアンス効果〔下〕」『商事法務』No. 1538（1999年）参照。

(59) 但し、このことは、同時に、不祥事が生じた場合、倫理綱領の存在によって、その不祥事が個人の責任に帰せられてしまう「危険性」を示している。倫理綱領に「内在する」危険性（副作用）については、ヴェジリント他日本技術士会環境部会編訳『環境と科学技術者の倫理』丸善、2000年に収められている「倫理規定は何のためにあるのか」に詳しく紹介されている。

今日では、周知のように、ひとつの国レベルあるいは国際的なレベルでさまざまな機関が多様な手法を駆使して企業評価をおこなっている⁽⁶⁰⁾。

今日では企業を評価するモノサシが大きく変化してきている。そのような事例を簡単に整理してみるとつぎのようなものがすでによく知られている。

グローバル・レポーティング・イニシアティブ (GRI) ガイドライン

1997年に、シリーズ(「環境に責任をもつ経済のための連合」と国連環境計画との合同事業として、アメリカにおいて、グローバル・レポーティング・イニシアティブ (GRI) が発足した。そのGRIが1999年から「実践を通して学ぶ」という編集方針で公開し始めたのが「持続可能性報告のガイドライン」である。このガイドラインは、組織が活動内容や製品・サービスの経済・環境・社会的側面について報告するために自発的に活用するものであり、報告組織が持続可能な社会に向けてどのように貢献しているかを明確にし、組織自身やステイクホルダーもそのことを容易に理解できるようにすることを目的として発行されている。これは行動規範・行動方針ではないが、それを制定するための「参考資料」として利用することができる (<http://www.globalreporting.org/>)。

SA8000

1969年に投資アナリストであったマーリン (A. Tepper, Marlin) によって創設された非営利組織 CEP (経済優先を考える会) が、「企業活動の社会的および環境問題に関する実績を正確に公平無私に分析し、消費者、投資家、経営者、従業員そして活動家が政治的にだけでなく良心に従って経済的に発言できる機会を拡大すること」(<http://www.cepnyc.org/>) を使命として、ニューヨークとロンドンに本部を置き、世界各地にある提携機関と協力して、国際的規模で活動を展開してきた。その活動のなかから提携関係機関として、1997年に、ソーシャル・アカウンタビリティ・インターナショナル: SAI が生まれた(「経済優先を考える会」認証機関) (<http://www.cepaa.org/>) はその前身である)。その SAI が提唱しているのが SA8000 である。

これは企業評価の新しい流れを切り開いたものとして有名である。SAI は企業に単に国内法や国際法に従うだけでなく独自の基準を設定しそれらを遵守することを求めている。SA8000 は ISO シリーズと同じように国際規格である。ただしそれは ISO と異なりはじめからグローバル規格として出発したことに特徴があるだけでなく、労働者の権利の擁護に焦点を絞ったパフォーマンス基準であることが SA8000 の存在を独自のものとしている。

社会貢献度調査

CEP の提携機関は日本にも存在し、朝日新聞文化財団によって、企業の「社会貢献度調査」が毎年実施されている。その評価項目は年度によって多少異なっているが、以下のものが基本的な評価項目となっている。1) 働きやすさ, 2) ファミリー重視, 3) 女性の活躍, 4) 公平さ, 5) 雇用の国際化, 6) 地域参加, 7) 地球にやさしい, 8) 学術と文化, 9) 福祉と援助, 10) 軍事関与の有無, 11) 情報公開。

この「社会貢献度調査」で注目すべきことは2000年度から新指標として「企業倫理」が加わったことである。倫理規定, 規定・方針の範囲, 浸透努力, 実施態勢, 実効性管理, についてアンケー

(60) この詳細に関しては、宮坂純一『企業は倫理的になれるのか』晃洋書房、2003年参照。

ト調査が実施された。

AA1000

企業に対して「達成すべき基準」を直接的に提示するのではなく、企業が自発的に倫理的な行動を実践するような環境づくりを目指してさまざまな資料を提供している組織も大きな存在となってきた。1996年にイギリスにおいて生まれた「ソーシャル・アンド・エシカル・アカウンタビリティ・インスティテュート：ISEA」はそのような組織を代表するものであり、今日では「アカウンタビリティ AccountAbility」という名前で国際的に影響力を及ぼすまでに成長している。

アカウンタビリティは、「何故に持続的な発達に対する説明責任を企業に求めるべきか」を問う時代は過ぎ去り、現在は「企業はどのように持続的な発達に対する説明責任を果たすことができるのか」が問われている時代である、との認識のもとで多数多様な専門家を構成メンバーとして設立された国際的な非営利組織である。この組織によって1999年に企業に倫理的な説明責任を自覚させるために立ち上げられ公表されたのがAA1000である。それは企業や組織がステイクホルダーと関わりを持つことを通して学習することによってアカウンタビリティとパフォーマンスを向上させていくための「規格：アカウンタビリティ・スタンダード」である。

消費者ボイコット

企業の不祥事が明らかになると、不買運動がおこなわれることがある。これは通常一定期間に限定されたものであるが、企業にとっては、自社の商品が消費者に拒否されるということは致命的なことである。その意味で、消費者ボイコットは究極の企業評価である。今日ではそのような消費者ボイコットは少ないが、それに類した動きはすでに生まれている。

CEPの活動は、Shopping for Better Worldの刊行を通して、独自の企業評価を公表したことによって、世界的に有名になった。これに類する動きは日本にもあり、日本の「グリーンコンシューマー・ネットワーク」(<http://www.mmjp.or.jp/gcom/>)が全国のスーパー・生協・コンビニを調査し、その結果を『地球にやさしい買い物ガイド』として出版し公開している。

これらの企業評価が行われていることの意義は、多くのひとが認識していないかもしれないが、極めて大きく重大である。というのは、企業行動が評価されているということは経営者個人ではなくまさしく企業自体が評価されていることを意味しているからである。端的に言えば、企業自体が責任を問われている。そしてその評価指標が多様化し、法的な違反行為だけでなく、倫理的な観点からも評価されてくるようになっていくなれば、企業はまさにモラル的責任を問われている。現代企業は、人々が認識しているか否かに関わりなく、事実上、モラル主体として観念されているのである。

これらの現実、1970年代のように、社会的責任は経営者の「単なる自覚の強調」⁽⁶¹⁾にすぎないとか、あるいは、社会的責任は「経営者の『人として』の倫理性に訴えるもの」⁽⁶²⁾である、と批判されないためにも、企業は倫理的な存在であることを単に期待されているだけでなく、実体としても、倫理的であることを求められていることを意味している。そしてそのことは、別

(61) 中村、前掲書、124ページ。

(62) 中谷、前掲書、94ページ。

の機会⁽⁶³⁾で述べたように、可能なのである。

4 ビジネス・エシックスの経営学への貢献

ビジネス・エシックスとはなにか。それは、(経営学を専攻している)筆者の理解では、「企業活動を支える価値前提が変化し、功利性原理だけでなく別の道徳規準の導入が必要になってきたことを踏まえて、企業はモラル主体である、との立場に立ち、〈ステイクホルダーズの利害の調整・確保〉という視点から企業行動を追跡・分析・検証・評価し、また必要に応じて、社会的存在としての企業(ステイクホルダー企業)に相応しい企業活動の在り方を提示する」⁽⁶⁴⁾学問である。

資本主義社会の根底に横たわりわれわれの行動を規制してきたのは「功利主義的自由主義」であった。これは、功利主義と自由主義(市場主義)と民主主義(多数決民主主義)の3点セットであり、⁽⁶⁵⁾「他者危害の原則」に集約される。

この他者危害の原則が、基本的には、企業の在り方も規定してきたのであり、たとえば、「企業版：他者危害の原則」はつぎのように公式化できる。

- 1) 社会から存在を認められている法人としての企業は、
- 2) 自己決定の原則のもとで、
- 3) たとえ、現行の慣行が自社独特の基準であり、社会的に通用しないことがわかっていても
- 4) 他の存在に危害を及ぼさない限りにおいて、
- 5) 自由に、
- 6) ヒト、モノ、カネ、等々の会社の財産を利用して、
- 7) 企業目的(利潤の追求)ないしは組織目的(組織としての存続)を達成することができる。

これまでの企業観、すなわち、「利潤の追求は、結局は、社会全体の豊かさにつながるので、儲けている企業は good 企業である」は、この原則に支えられてきたモノであり、原則の見直しとともに、企業観の変容が求められるのは当然のことである。そのような見直しは以下の諸点で進んでいる。

- 1) 他の存在とは誰か。地域社会、自然環境は、それに含まれるのか。
- 2) 危害とは何か、その内容は? 潜在的な危害は考慮しなくとも良いのか、未来世代の権利は無視できるのか。

(63) 宮坂『企業は倫理的になれるのか』, 2003年参照。

(64) ビジネス・エシックスの解釈は、ビジネスをどのように理解するかによって、異なる。本稿では、企業という場で展開されるビジネスを想定している。それ故に、ビジネス・エシックスは内容的には「企業倫理学」ないしは「経営倫理学」として読み替えられることになる。

(65) これに関しては、加藤尚武『現代倫理学入門』講談社学術文庫, 1997年を参照。また社会変革が生じた19世紀及びその延長上にある20世紀の「理論的支柱」となり「倫理観を与えたのが功利主義の哲学思想ならびにその倫理思想であった」(関矢新助『権力と倫理思想』法律文化社, 1993年, 238ページ)と言われている。

- 3) 自由の程度。法令だけを守れば良いのか。
- 4) 利潤の追求は、その結果として、本当に社会全体の豊かさにつながるのか。公害問題はなぜ生まれたのか、市場の失敗で片づけられるのか。
- 5) 社会的存在としての企業の意味は？ 社会は企業に何を期待しているのか。

本稿の文脈に沿って言い換えると、それは意思決定前提としての価値前提が市民社会ないしは時代の流れとずれてはいないのかを考える資料となるものであり、モラル主体である企業自体を代表する経営者が社会（ステイクホルダーズ）に対する責任（社会的責任）を認識し実行するときの価値基準（道徳規準）を明示することに意義がある。

このことは経営学のなかでどのような位置を占めているのか、それにはいかなる存在価値があるのか。われわれは、そのひとつの事例を、プロフェッション教育の完成、ないしは経営学教育の「仕上げ」⁽⁶⁶⁾のなかに見いだすことができる。

経営学を専門的に学ぶ経営学部（大学院）は、基本的には、ビジネス分野の専門家を養成する「場」である。いかなる資質を備えたならば、そのひとは専門家と言われる存在となるのであろうか。たしかに専門家も多種多彩であり、さまざまなタイプの専門家が育ちそして巣立っている。しかし彼らには共通する課題が課せられてきた。それは専門職として生きていくことである。専門家（職）（「プロフェッション」）とは、伝統的には、神学、法学、医学、に関わる職業を意味し、具体的には、聖職者、弁護士、医師、そして教師、がそのようなプロフェッションとして認知されてきた。彼らに共通することは単に専門的な知識の多さだけではなく「無私な精神」を有することである。無知なクライアントを守ることが社会的使命として課せられてきたのであった。そしてこのことが、20世紀に入って、特に今日では、企業の専門経営者にも要求されるようになってきた。

われわれの社会にはさまざまな規範（倫理）が存在している。そのような規範には時代の流れに左右されない「安定した」ものもあるし、逆に時代の変化とともに「姿を消し」たりまったく新しい価値観が広がっていくこともある。そしてこのことは決して会社に関係なことではなく会社の「掟」にも重大な影響を及ぼす。経営は価値観の変動のなかでおこなわれているものなのである。したがって、企業と社会の契約が変わり、企業に新しい役割（モラル感覚）が要求されているにもかかわらず、もし経営学教育が暗黙のうちに「是」として承認されてきた既存の規範を前提に展開され続けるならば、そこから産みだされた人材は「時代遅れ」となるだけではなく社会的に「有害な」存在へと転化し、その結果、経営学そのものが社会的に認知されない、言葉を換えていえば、学問的正統性を欠いた「存在」となってしまうであろう。

経営学教育が学問的正統性を獲得するためには「なにか」が必要である。その「欠けている

(66) このことは、宮坂純一『ビジネス倫理学の展開』、晃洋書房、1999年で論じたことがある。

なにか」を提供するのがビジネス・エシックスである。経営は常にその存在のあり方を社会的に問われ続けている。したがって、経営学教育が当然のこととして前提にしてきた「枠組み」(⇒意志決定の前提となる価値観)が崩れ見直しが必要になっているのであれば、それを「再考」し「求められているもの」を指摘し提供することが必要になってくる。その役割を果たすのがビジネス・エシックスなのであり、そのことによってプロフェッション教育(専門家の養成)に欠けているものを補うことが可能になってくる。つまり、専門家を「真の意味で」専門家に「鍛え上げる」ために必要な学問——それがビジネス・エシックスである。

と同時に、現代は組織の時代であり、われわれの多くは自己の人生の大半を組織の一員として過ごすことになる。組織人として生きていくなかで、組織のあり方を自問自答する局面が今後増えていくことであろう。その時にビジネス・エシックスは必須の「ツール」である。更に言えば、企業中心社会と化した企業社会のなかで生活していかなければならない「普通の」市民にとっても、企業がより良い方向に変わらなければ自分の生活の「質」が低下するために、ビジネス・エシックスの知識が必要になってきている。