

# コミュニタリアニズムの「企業の社会的責任」論 フリードマンとの比較から

田 中 敬 幸

## はじめに

21世紀に入り市民権を得た企業の社会的責任（CSR:Corporate Social Responsibility）<sup>1</sup>には、様々な定義や解釈がなされている。そのため、CSRには、明確な定義が与えられていない。その一方で、ミルトン・フリードマン（Milton Friedman）の「企業の社会的責任は、株主利益の最大化である」との定義は、リバタリアニズム（libertarianism）の哲学に基づき、明確な形で主張されてきた。各人の自由を最大限に主張するという、彼の企業の社会的責任論の理論的根拠は明確である。他者の権利を侵害しない限りにおいて、各人の自由が最大限に尊重されるべきである、というのがその理論的な根拠である。

フリードマンの企業の社会的責任論は、しばしば「どのような手段をつかっても株主利益の最大化を推し進めるもの」として扱われる嫌いがある。けれども、フリードマンの主張は、公正な競争を強調しているのである。それ

---

<sup>1</sup> 本稿での企業の社会的責任の表記については、企業の活動をCSRとし、それを支える理論的な背景で用いるときには企業の社会的責任（論）とする。

は、「市場経済において企業が負うべき社会的責任は、公正かつ自由でオープンな競争を行なうというルールを守り、資源を有効活用して利潤追求のための事業活動に専念することだ。これが、企業に課されたただ1つの社会的責任である」<sup>2</sup> といった記述からも明らかである。

他方、企業のCSRへの取組みは、フリードマンの企業の社会的責任論では、説明することが困難になってきている。企業は、公正な競争に基づいた利益の最大化だけでなく、活動するコミュニティ（国や地域）の求める社会的責任に応じているのが実態だからである。

上記のようにCSRには、実際の企業活動に合致した定義付けがなされていないのが現状であろう。また、こうした実態に合ったCSRの哲学的根拠も示されてきていない。そこで本稿では、1980年代に台頭しはじめた、コミュニタリアニズム（communitarianism）の理論がCSRの定義付け及び、その哲学的根拠となり得るのではないだろうか、との問題意識に基づき、企業の社会的責任論のフレームワークを考察していく。

かかる背景のもとに本稿では、以下の2つの問いをたてたい。それは、第1に、コミュニタリアニズムを基に企業の社会的責任論を描き出すとすれば、どのようなフレームワークが考えられるか、第2に、そのフレームワークは、企業によって実践されているCSRの理論的根拠となるのか、という問いである。

第1の問いは、コミュニタリアニズムに基づいた企業の社会的責任論は、明確に示されていないため、この哲学による企業の社会的責任論の展開を探るものである。言い換えれば、CSRの理論的根拠の探求をコミュニタリアニズムに求めるのである。第2の問いは、そのフレームワークが果たして機能するかどうか、すなわち、コミュニタリアニズムがCSRの理論的根拠となり得るのかというものである。

上記の2つの問いに答える形で、本稿の目的は、以下の3つに集約される。

---

<sup>2</sup> Friedman, 1962, p.133, フリードマン, 2008, pp. 248-249.

第1にフリードマンの社会的責任論を整理し、その特徴を導出すること、第2にフリードマンの枠組みとの比較からコミュニタリアニズムの企業の社会的責任論を描き出すこと、第3に、ケースへの適用を通して、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論の有効性を検証することである。

## 第1章 フリードマンの企業の社会的責任論

コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論のフレームワークを勘案するにあたり、まず、フリードマンの企業の社会的責任論を整理していく。その目的は、フリードマンの主張との比較から、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論の枠組みを描き出すことにある。

### 第1節 リバタリアニズムの理論的特徴

フリードマンの企業の社会的責任論を整理する前に、彼の哲学的な根拠となっているリバタリアニズムの特徴について概観しておきたい。

リバタリアニズムは、「自由至上主義」、「完全自由主義」などと訳され、各人の自由を最大限に尊重する立場である。そのため、経済や社会に国家や政府の介入は、最小限にとどめるべきであるとする。また、リバタリアニズムは、自分の身体は、自らが所有しているとの原則など、私的所有権を強調する点も理論的な特徴である。

リバタリアニズムの代表的な論者として、フリードリヒ・ハイエク (Friedrich August von Hayek)、ロバート・ノージック (Robert Nozick)、フリードマンが挙げられる。彼らのように、リバタリアニズムを唱える人々をリバタリアンと呼ぶ。最小限の国家を求めるフリードマンに対し、ノージックは、アナーキズムを主張するなど、リバタリアンの中でも共通の見解があるわけではない。ここでの目的は、各々の主張の違いを明らかにすることではないため、リバタリアニズムに基づいた企業の社会的責任について最も

詳細に言及しているフリードマンを取り上げて論を進めていく。

## 第2節 フリードマンの企業の社会的責任論の特徴

### (1) フリードマンの企業の社会的責任論は、CSRへのアンチテーゼなのか

しばしフリードマンの主張の一部を取り上げてCSRのアンチテーゼとして扱われる嫌があるが、それは本来フリードマンの意図するところではないと言えよう。そうした解釈は、フリードマンの主張の背景にある哲学的根拠を見過ごしているのである。フリードマンの企業の社会的責任論には、当時の2つの「社会的責任」への批判がある。それは、第1に政府の介入、第2に慈善事業についてである。

第1の政府の介入については、1962年に鉄鋼大手のUS スチールが値上げの撤退に至った経緯を例としてあげている<sup>3</sup>。彼は、鉄鋼の価格が社会の利益のために政府から圧力をかけられた際に要求された「社会的責任論」を避難した<sup>4</sup>。

第2の慈善事業については、社会が企業に対して慈善事業に積極的に関わり、それを支援することを要請することが、市場経済での不適切な資本の使い方であるとするのである<sup>5</sup>。

上記の2つの企業の社会的責任論に対する批判の特徴は、個人の自由が奪われてしまい、全体主義に移行することへの懸念であるということに集約される。リバタリアニズムの哲学では、個人の自由が最大限に求められるのである。こうした議論をここであげたのは、フリードマンが意図したのは、市場経済を歪めると考えられた2つの行為に対する批判であったことを示すためであった。どんな手段を使ってでも、株主の利益を最大化させるこ

---

<sup>3</sup> Friedman, 1962, p.134, フリードマン, 2008, p. 250.

<sup>4</sup> またフリードマンは、かかる行為が価格統制につながるものであり、最終的には市場経済を破綻させるものであるとする。Friedman, 1962, p.135,フリードマン, 2008, p. 251.

<sup>5</sup> Friedman, 1962, p.135, フリードマン, 2008, p. 252

とというのは、彼の意図するところではないのである。

## (2) フリードマンの企業の社会的責任論

本稿では、リバタリアニズムを否定するものでもなければ、フリードマンの展開する企業の社会的責任論を批判するものでもないことを明言しておく。コミュニタリアニズムの哲学を基にした企業の社会的責任論を描き出すために、フリードマンの理論を枠組みとして導出するのである。

既に言及したように、フリードマンの企業の社会的責任論を一言で表せば「株主利益の最大化」となる。「利益を得るためなら、どんな手段を使ってもかまわない」、「法律すれすれのグレーな行為を行なってでも利益をあげろ」といった解釈は、フリードマンの主張とは異なることを指摘してきた。以下では、フリードマンの企業の社会的責任論の枠組みを導出すべく、彼の理論を概観したい。

フリードマンは、経済社会に対する政府の介入は、最小限<sup>6</sup>であるべきとしている。また、自由で公正な競争を阻害する独占については、厳しく避難している。市場経済においては、公正かつ自由でオープンな競争を行なうルールを守り利益を最大化することが唯一の責任であるとするのである。社会的責任を果たすよう要請されることは、自由が侵害されるとする。

「企業経営者の使命は株主利益の最大化であり、それ以外の社会的責任を引き受ける傾向が強まるほど、自由社会にとって危険なことではない。これは、自由社会の土台を根本から揺るがす現象であり、社会的責任は自由を破壊するものである。株主の利益を最大化すること以外の社会的責任が仮に経営者にあるとして、それは何なのか。一企業の一介の経営者に何が社会の利益になるのかを決められるのだろうか。また社会の利益に貢献するためなら、会社や株主はど

---

<sup>6</sup> フリードマン(2008)は、『資本主義と自由』の中で、政府が行なうべきでない14政策を示すなど、政府が経済に介入すべきでないとした。

の程度の負担を引き受けるべきだと言えるのだろうか。」<sup>7</sup>

加えてフリードマンは、企業が社会的責任として慈善事業に取り組むべきであるとの議論を以下のように厳しく避難する。

「企業は株主の道具であり、企業の最終的な所有者は株主である。もしも企業が何か寄付をしたら、その行為は、株主が自分の資金の使い道を決める自由を奪うことになる。」<sup>8</sup>

リバタリアニズムに基づいたフリードマンの企業の社会的責任論には、以下の4つの特徴がある。それは、第1に企業は、株主のモノである点、第2に株主利益の最大化が唯一の企業の社会的責任である点、第3に公正かつ自由でオープンな競争を重視する点である。

第1の企業が株主のモノである点については、既にフリードマンの著書から引用したように、明確に主張されている。自己の身体を所有するのは自己であるとリバタリアニズム的な観点から、企業は所有者である株主のモノとなるのである。

第2の株主利益の最大化が唯一の企業の社会的責任である点についても同様に、著書の中で強調されていた。そのうえで、株主利益の最大化以外の社会的責任は、自由社会を根底から覆すと警告している。

第3の公正かつ自由でオープンな競争を重視する点については、リバタリアニズムが自由を最大限に尊重するために、こうした競争を強調するのである。フリードマンは、当時一般的に言われていた「社会的責任」が自由を侵害する行為であると指摘している。また、彼が公正かつ自由でオープンな競争を強調するのは、市場経済を機能させるためには、かかる要素が欠かせないからであった。

以上がフリードマンの企業の社会的責任論の3つの特徴である。

---

<sup>7</sup> Friedman, 1962, pp.133-134, フリードマン, 2008, pp. 249-250.

<sup>8</sup> Friedman, 1962, p.135, フリードマン, 2008, p. 252.

## 第2章 コミュニタリアンの企業の社会的責任論

本章では、これまでの議論を基に、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論の枠組みを描き出すことを試みる。

コミュニタリアニズムは、1980年代からリベラル＝コミュニタリアン論争を契機に台頭することとなった<sup>9</sup>。この論争を整理することは、多くの研究者によって既に行なわれており、さらに本稿の意図するところではない。本稿での議論は、コミュニタリアニズムの観点から整理された企業の社会的責任論を描き出すことを目的とする。

リバタリアニズムに基づいたフリードマンの企業の社会的責任論の枠組みと比較する形で、コミュニタリアニズムに基づく企業の社会的責任論を描き出していきたい。こうした作業にあたり、まずはコミュニタリアニズムの哲学について整理していく。

### 第1節 コミュニタリアニズムの哲学

コミュニタリアニズムは、「共同体主義」と訳され、1980年代から政治哲学の分野において活発に議論され始めた思想である。コミュニタリアニズムの代表的な論者として、サンデル (Michael J. Sandel)、ウォルツァー (Michael Walzer)、エツィオーニ (Amitai Etzioni)、マッキンタイヤ (Alasdair MacIntyre)、テイラー (Charles Margrave Taylor) があげられる。彼らのようにコミュニタリアニズムを唱える人々をコミュニタリアンと呼ぶ<sup>10</sup>。

コミュニタリアンに共通する主張は、以下の2点に集約される。それは、第1に、個人を歴史・伝統・コミュニティから切り離せないものとして捉え

---

<sup>9</sup> リベラル＝コミュニタリアン論争については、Mulhall & Swift (1992) *Liberals and Communitarians* に詳しい。

<sup>10</sup> コミュニタリアンとされる論者の多くは、自らが、コミュニタリアンであることを公に否定している。しかしここでは、議論を明瞭化するために彼らを総称してコミュニタリアンとする。

ること、第2に、コミュニティの美德に価値を置くことである。

第1の個人を歴史・伝統・コミュニティから切り離せないものとして捉えるとは、リバタリアニズムなど<sup>11</sup>の政治哲学の主張では、個人は完全に独立した人格として捉えられていた。他方、コミュニタリアンの主張では、論者によって差異はあるものの、個人を歴史や伝統から切り離せないものとして位置づける。

第2のコミュニティの美德に価値を置くこととは、これまでの中立であるべきとされていた美德や善について積極的に議論する立場をとる。リバタリアニズムなど他の哲学が美德や善に関して議論せずに、中立であるとの立場に対し、コミュニタリアンは道徳の棚上げであると批判するのである。

コミュニタリアニズムもリバタリアニズムと同様に共通する主張があるものの論者によって各々の理論が展開されているが、それらの違いを明らかにすることは、本稿の意図するところではない。

## 第2節 フリードマンの企業の社会的責任論とコミュニタリアニズムの主張

コミュニタリアンの考える企業と社会のあり方は、どのようなものであろうか。ここでは、かかる問題意識のもと、フリードマンの企業の社会的責任論とコミュニタリアンの主張する哲学を比較し、コミュニタリアンの哲学に基づいた企業の社会的責任論を描き出していく。

第1章では、リバタリアニズムに基づいたフリードマンの企業の社会的責任論を4つの特徴に整理した。以下では、この4つの特徴と比較する形でコミュニタリアニズムのCSRを描き出していく。

---

<sup>11</sup> リバタリアニズムの他に、リベラリズムにおいても個人は完全に独立した存在として捉えられているが、ここでは、議論の混乱を避けるために、リバタリアニズムなどとした。



### (1) 企業は株主の所有物

フリードマンの企業の社会的責任論の第1の特徴として、企業が株主の所有物である点を挙げた。企業は株主のモノであるため、企業を他の企業やコミュニティから切り離されたものとして捉えられている。換言すれば、社会から切り離された存在として企業が認識されている。

コミュニタリアニズムの代表的な論者の1人であるテイラー(2009)によれば、自我に囲まれることで、自我を認識できるとする。またサンデル(2009)では、コミュニティの一員として自己を位置づけ、コミュニティから切り離すことのできない「負荷ありし自己(位置づけられた自己)」であるとする。それが故、自己にはコミュニティでの責任が伴うというのである。

上記の議論のように、コミュニタリアニズムの哲学においては、個人をバラバラなものとして定義しない。他方、リバタリアニズムにおいては、コミュニティから切り離され、完全に独立した自己として個人が認識されているのである<sup>12</sup>。

ウォルツァー(2006)は、個人のコミュニティにおけるメンバーシップが権利より先にあることを強調している。企業に置き換えて考えてみると、株主が企業を所有する権利より先に、企業が社会の一員であるとのメンバーシップが優先されることとなろう。

エツィオーニ(2001)は、個人を社会に組み込まれた存在であり、社会のメンバーであるとする。さらに、エツィオーニは、コミュニティの集合として社会を認識している。こうしたことから企業は、法人あるいは1つのコミュニティとして、社会の一部として認識されることになろう。

コミュニタリアニズムにおいては、企業がどのように規定されるかは、明示されていない。「自己を所有するのは自己」とするリバタリアニズムに基づいたフリードマンが企業は、株主の所有物であるとした。同様の論理で考えるとすれば、すなわち、コミュニタリアニズムの自己の概念を企業に当

---

<sup>12</sup> サンデル(2009)は、社会から切り離され独立した自己を「負荷なき自己」として批判している。

てはめて考えるとすれば、企業をコミュニティから切り離すとのできないものとして捉えることになる。そのため企業は、コミュニティである社会の一部と捉えることとなる。換言するなら、企業は、株主という特定のステークホルダーによって所有されているものではなく、コミュニティの一部として存在しているということになる。これがコミュニタリアニズムに基づいて描き出した企業の所有者ということとなる。

## （2）株主利益の最大化が唯一の社会的責任

フリードマンの企業の社会的責任論の第2の特徴として、株主利益の最大化が唯一の社会的責任である点を挙げた。企業の目的は、株主利益を最大化することにあり、そこに社会的な責任があるというのである。

コミュニタリアニズムに基づいた企業の社会的責任においては、株主利益の最大化だけでなく、多様な責任が考えられよう。コミュニタリアニズムでは、美德や善について積極的に議論していく。そして、美德や善については、所属するコミュニティによって異なるという考え方を持つ。そのため、株主利益の最大化という1つの尺度だけでなく、様々な角度から、議論することが求められるのである。たとえば、廃棄物の処理に関して、法律やルール等の定め以上に、コミュニティや将来世代などの利害も考慮し、より厳格な基準を適用することも企業の社会的責任となる。コミュニティの一部として企業自らがその目的を認識するということになるのである。

サンデル（2009）は、ハリケーンの被害に便乗した値上げをおこなった業者などを例に挙げ、正義に反する強欲であると指摘している。コミュニタリアニズムは、美德を重視するため、人々の弱みにつけ込むような正義なき利益に疑問を呈するのである。利益の最大化のみに焦点を当てていたのでは、サンデルの指摘するように、被害にあった人々の立場や助け合いの精神などが見えにくくなってしまふ。テイラー（2009）も同様に、単一の指標によって、質的な区別がなされなくなることを懸念する。ジェレミー・ベンサム（Jeremy Bentham）、ジョン・スチュワート・ミル（John Stuart Mill）に代

表される功利主義は、「最大多数の最大幸福」を唱え、幸福量の増加をはかる。テイラー（2009）は、この点を幸福という1つの善でのみ議論し、善の質的区別を拒否していると指摘している<sup>13</sup>。功利主義の視点では、低次の善も高次の善も存在しないということである。そして、高位善と呼ばれる他の善に優先するような高次の善についても議論すべきであるとする<sup>14</sup>。

功利主義と同様に、フリードマンの主張においても、質的区別はなされていないと言えよう。それは「利益の最大化」という1つの尺度で、企業の社会的責任を論じているからである。

住友化学株式会社は、防虫加工を施した蚊帳をマラリアが蔓延するサステナブル差はラで販売している。この特殊な蚊帳は、マラリアを予防するために不可欠な製品であり、しかも限りなく原価に近い値段で販売されている。フリードマンの言う株主利益の最大化の観点からは、必ずしも蚊帳を販売することが、企業の社会的責任とはならない。しかしながら、マラリアに苦しむ地域において、蚊帳を低価格で販売することは、人権の観点からより高次の善もしくは、優先されるべき善であるといえる。経済的な利益を挙げるだけでなく、マラリアという死に至る病を予防することは経済的な利益以上に社会を豊かにする。

上記の例から、コミュニタリアンの企業の社会的責任論においては、株主利益の最大化という1つの価値だけでなく、地域や状況に応じた「善」が企業によって実現されることが望ましいと考えられる。

### (3) 公正かつ自由でオープンな競争の重視

フリードマンの企業の社会的責任論の第3の特徴として、公正かつ自由でオープンな競争を重視する点を挙げた。企業の社会的責任は、「公正かつオ

---

<sup>13</sup> J. S. ミルは、快楽の質的区別を行なっているが、テイラーの言う質的区別とは、快楽以外の価値あるものを評価する際の区別を指している。

<sup>14</sup> テイラー（1989）によれば、「高位善は、他の前途は比較できないほど重要であるだけでなく、他の善を評価し判断し決定する際に取らざるをえない視点を提供する」としている。Taylor, 1989, p. 63, テイラー, 2009, p. 75.

オープンな競争を行うというルールを守り、資源を有効活用して利潤追求のための事業活動に専念すること」<sup>15</sup>との記述からも明らかである。

コミュニタリアニズムにおいても、公正、自由、オープンといった価値は重視されている。フリードマンの主張と異なる点があるとするれば、その目的にある。フリードマンは、市場のメカニズムが機能することを重視するため、同時に、企業の自由を確保するために競争における公正さを求める。

フリードマンの論点を踏まえたうえで、コミュニタリアニズムに基づいて考えるなら、公正、自由、オープンといった概念が美徳として尊重される価値であるため、これらが尊重されることとなろう。

フリードマンの企業の社会的責任論においては、美徳や善というような価値については、中立であり、基本的には議論していない。リバタリアニズムにおいては、価値や正義については、取得と移転の正義については、厳格に求めるものの、その他の美徳や善と行った価値については、議論しないとのスタンスをとるのである。他方、コミュニタリアニズムは、これまで議論が避けられてきた美徳や善について積極的に議論する。サンデル（2009）は、リバタリアニズム及びリベラリズムを善なき正義として批判する。両者の議論は、手続きの正当性のみを主張し、美徳や善については議論を避けていると指摘するのである。

企業の社会的責任の視点からは、コミュニタリアニズムの主張では、企業活動における美徳や善を議論しながら活動することとなろう。利益の獲得そのものを否定的に捉えるのではなく、どのように利益を得たのかを重視することとなるのである。

### 第3節 コミュニタリアニズムに基づく企業の社会的責任論の枠組み

ここまで、フリードマンの企業の社会的責任論の特徴とコミュニタリアニ

---

<sup>15</sup> Friedman, 1962, p.133, フリードマン, 2008, p. 248.

ズムを比較する形で、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論を検討してきた。本節では、そのコミュニタリアニズムの企業の社会的責任論を今一度整理しておきたい。

### (1) コミュニタリアニズムの企業の社会的責任の枠組み

これまで論じてきた、フリードマンの企業の社会的責任論の枠組みと比較し、思索してきたコミュニタリアンの企業の社会的責任論は以下のようになる。

図表.1 フリードマンの企業の社会的責任論とコミュニタリアンの企業の社会的責任論

フリードマンの 企業の社会的責任論	企業は株主のモノ	株主利益の最大化が唯一の企業の社会的責任	公正かつ自由でオープンな競争を重視 市場経済を機能させるため
コミュニタリアンの 企業の社会的責任論	コミュニティの一部として企業を位置づける。 コミュニティと切り離せない。	企業、または企業の活動するコミュニティによって異なる	公正かつ自由でオープンな競争は、重視。 美徳に重きを置く。

フリードマンの企業の社会的責任においては、企業が社会と完全に切り離された独立した存在として捉えられる。そのため、社会的な問題に関して、企業は関与すべきでないとの立場をとる。

コミュニタリアンは、自己がコミュニティから切り離すことができないとする。企業に関しても同様にコミュニティと切り離せないために、社会が抱える諸問題の解決に企業が積極的に関わることを善とする。コミュニタリアンであれば、企業に事業活動における美徳や善といった価値について議論、またはその実行を含めて社会的責任とすることになる。

フリードマンとの最大の違いは、この点に集約されよう。彼らは、こうし

た価値については議論せずに、市場メカニズムに基づいた公正かつ自由でオープンな競争を求めるのである。それ故、サンデルが例に挙げた、ハリケーンに乗じた値上げでさえも、法律に違反しないのであれば、市場価格として認められることとなる。

これまでの検討を基に、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論を描き出すとすれば、以下のようなものとなるのではないだろうか。それは、「企業は、コミュニティの一部として存在するため、株主利益の最大化だけでなくコミュニティの一員として、美德や善に基づいた責任を自らが認識し、それを実現する」といったものである。「自ら」と企業の主体性を強調するのは、コミュニタリアニズムの哲学が、コミュニティ毎によって異なる美德や価値を尊重するだけでなく、より広い視点からの美德や善の実現を模索するからである。コミュニタリアニズムは、コミュニティのみを重視する哲学ではなく、コミュニティを横断する共通善、あるいは高位善を探求するといった側面を持つのである。仮にコミュニティ毎の美德や善のみに重きを置くとすれば、相対主義的なものになってしまう。すなわち、コミュニタリアニズムは「郷に入っては郷に従え」というアプローチではなく、もっと広く共有される美德や価値についても考慮するのである。

## （2）他の企業の社会的責任論との比較検討

フリードマンの企業の社会的責任論と比較する形で、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論を描き出してきた。ここでは、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論として導出したものが妥当であるのかを確認するため、他のCSR及び企業倫理の定義付けを概観していきたい。

コミュニタリアニズムの代表的な論者の1人であるエツィオーニ（2001）は、著書で新しい黄金律として、以下のことを提唱する。それは、個人が社会に対して個人の自律を尊重し支持して欲しいと願うように社会の道德秩序を尊重し、支持すべきである、というものである。この黄金律は、そのまま企業に当てはめて、考えることで企業の社会的責任として捉えることもで

きよう。仮に企業と置き換えて考えたとしても、前項で導出した「企業は、コミュニティの一部として存在するため、株主利益の最大化だけでなくコミュニティの一員として、美德や善に基づいた責任を自らが認識し、それを実現する」という企業の社会的責任と矛盾するものではない。

また、企業倫理の研究者らのCSR または企業倫理の定義の中には、彼らがコミュニタリアニズムのアプローチを意図的に用いたものでないとしても、かかる哲学が組み込まれているものが散見される。たとえば、ディジョージ (1995) は「企業は、いかに社会に貢献しようとも、その社会の一部にすぎず、社会から独立して存在しているわけではない」とする<sup>16</sup>。また高 (2004) は、「CSRとは、“社会や他者との関係があって、それぞれが自らの存在意義を得る”という考え方なしに存在し得ない<sup>17</sup>」とする。さらに、「CSRとは、一方で事業活動を通じて派生してくる社会的な悪影響や環境上の負荷を可能な限り小さくし、他方で社会や環境に影響を及ぼす好影響をできるだけ大きくしようとする、個別組織の主体的な取組みを指す<sup>18</sup>」とする。

上記の定義を示してきたのは、本稿の提示したコミュニタリアニズムに基づいた企業の社会的責任論がこれまでの研究成果と相反するものではないことを示すためであった。次章では、実際のケースを用いて企業の社会的責任について考察していくことで、現実の問題との関連を示していきたい。

### 第3章 ケースを用いた企業の社会的責任論の考察

本章では、シェル石油社 (以下、シェルとする) と株式会社伊藤園 (以下、伊藤園とする) の2つの異なるケースを扱うこととする。

#### (1) シェルのブレント・スパーのケース

---

<sup>16</sup> DeGeorge, 1989, p.10, ディジョージ, 1995, p. 30.

<sup>17</sup> 高, 2004, p. 22.

<sup>18</sup> 高, 2004, p. 23.

シェルケースは、ブレント・スパー（Brent Spar）と呼ばれる北海における巨大な石油パイプの処分に関するケースである。

1995年にシェルが、掘削装置（リグ）を北大西洋の6000フィートの深さに投棄することを決定した。環境調査を行い、政府の許可を取ったうえでの決定であった。しかし、同社のリグの投棄に反対する活動家グループは、リグに付着した石油と重金属が環境を汚染すると批判した。こうした活動家らの批判によってシェルは、ヨーロッパにおいて、消費者によるガソリン不買運動の対象となってしまった。事態を重く見たシェルは、最終的に活動家らの抗議に応じて、リグを投棄しないことを決定したのであった。

上記のケースでは、シェルは政府の許可を得て、さらに環境に関する調査もおこなった上で、リグの投棄を決めたにも関わらず、最終的には計画の中止を余儀なくされた。フリードマンの枠組みを使って考えると、政府の許可を撮った上でのリグの投棄であれば、企業の社会的責任の観点からも認められることとなろう。

他方、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任論の枠組みを使って考えると、リグの投棄について、反対するグループが存在するため、コミュニティとしての美德や善について議論するであろう。例えば、高位善もしくは共通善として、環境保全という価値を考えた場合、投棄することを中止する決断に至ることもあろう。

このリグ投棄のケースでは、投棄を決断した企業に反対するグループから反対キャンペーンを展開され、さらには広範囲にわたる不買運動にまで発展することとなった。すなわち、こうした人々は、美德や善の観点から法律以上の環境保全を企業に要求したケースであろう。

リグ投棄のケースは、事後的に問題の対応を迫られた企業のケースであった。そこで次のケースでは、主体的な行動によるCSR について双方の枠組みを用いて考察していく。



## (2) 伊藤園の震災対応

伊藤園の東日本大震災時の対応を取り上げて、議論していきたい。

伊藤園では、2011年3月11日の東日本大震災直後から、被災地域の支店社員が中心となって、販売物である飲料製品を各地の避難所に配布した。東北各地の同社の拠点から製品である飲料を集め、3日間で60万本を提供していった。同社社員のこうした行動は「倉庫の飲料は、販売物であるだけでなく緊急時の救援物資でもある」<sup>19</sup>という考えが、普段からの心構えとして全社員に浸透していたからであるとしている。また、伊藤園の2011年の社会・環境報告書では、トップのメッセージとして「こうした行動は、『お客様第一主義』に基づくものである」<sup>20</sup>としている。

上記のケースは、フリードマンの企業の社会的責任論では、どのような説明が可能であろうか。上記のような状況において、株主利益を最大化するのは、飲料を配布することではなく、販売することになってしまうのではないだろうか。先に例で挙げた、ハリケーン後の便乗値上げと同じ論理である。

コミュニタリアンの企業の社会的責任論の枠組みを使って考えてみると、伊藤園の対応は、コミュニティの一部として、美徳ないしは善に基づいた行動であったといえる。同社の「お客様第一主義」は、顧客だけでなく、潜在的な消費者である生活者も含めて考えられていたためにこのような対応が可能であったのである。つまるところ、同社の「お客様」とは、コミュニティに限りなく近い形で、社員の中で共有されていたと考えられる。

こうしたことから、伊藤園のケースに関してもコミュニタリアニズムの企業の社会的責任の枠組みを使って整理することが可能であるといえよう。

---

<sup>19</sup> 伊藤園, 2011, p. 3.

<sup>20</sup> 伊藤園, 2011, p. 3.

## 結びにかえて

本稿は、2つの問いに応える形で展開されてきた。今一度その問いを整理すれば、それは、第1に、コミュニタリアニズムの企業の社会的責任とは、どのようなものであるか、第2に、コミュニタリアニズムに基づく企業の社会的責任は、企業によって実践されているCSRの理論的根拠となるのか、であった。

第1の問いに対しては、「企業は、コミュニティの一部として存在するため、株主利益の最大化だけでなくコミュニティの一員として、美徳や善に基づいた責任を自らが認識し、それを実現する」とのフレームワークを提示した。フリードマンの企業の社会的責任論では説明しきれていない部分を補うためにコミュニタリアニズムの哲学を用いた枠組みを考案してきたのである。第2の問いに対しては、2つのケースの検討を通して、上記のフレームワークの有効性を示してきた。

こうした議論を以てしても、本稿には大別して以下の3つの課題が残されている。それは、第1にコミュニタリアニズムが美徳や善を重視するために、業績が上がらない際の方便に使われてしまう懸念があげられる。

第2に、美徳、善といった概念が必ずしも明文化されていない点がある。コミュニタリアンと呼ばれる論者の多くが、善の明確化は困難であるとし、それを避けている。また、論者によって善をどのように規定するかは様々で統一された見解は存在しない。たとえば、サンデル（2009）は、目的を基にして正義を考えるアリストテレスの目的論的な方法により導きだせるとする。他方、テイラー（2009）は、道徳的な源泉には様々なものがありそれが融合され影響し合ったものであるとする。

第3にコミュニタリアンの中には、市場メカニズムそのものに対して、道徳的な限界があることを言及している点である。ここまでの議論は、市場経済に基づいたコミュニタリアニズムの企業の社会的責任論について、考察してきた。コミュニタリアンとして取り上げた論者の中でも特にサンデルとウ

オルツァーは、市場そのものに道徳的な限界があると指摘していることは、言及しておかなくてはならない。

以上の3つの課題に関しては、今後の研究課題としていきたい。このような課題を抱えながらも本稿では、フリードマンの枠組みではカバーできない領域をコミュニタリアニズムに基づく企業の社会的責任論を描き出すことによって、説明することができたと言えるのではないだろうか。そして、コミュニタリアンの指摘する市場経済の抱える道徳的な限界を克服するものとして、企業の社会的責任論が発展することを願い本稿を終えたい。

## 参考文献

- DeGeorge, Richrd T. (1989) *Business Ethics: third edition*, Macmilan Publishing Co.リチャード・T・ディジョージ (1995) 『ビジネス・エシックスーグローバル経済の倫理的要請―』(永安幸正、山田経三監訳、麗澤大学ビジネス・エシックス研究会訳) 明石書店.
- Etzioni, Amitai (1996) *The New Golden Rule: Community and Morality in a Democratic Society*, Basic Books. アミタイ・エツィオーニ (2001) 『新しい黄金律 - 「善き社会」を実現するためのコミュニタリアン宣言』(永安幸正監訳) 麗澤大学出版会.
- Friedman, Milton (1962) *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press. ミルトン・フリードマン (2008) 『資本主義と自由』(村井章子訳) 日経BP 社.
- 稲別正晴 (1976) 「フリードマンの企業の社会的責任論」『総合研究所報』2(1), pp.23-28.
- 株式会社伊藤園 (2011) 『社会・環境報告書2011』.
- 楠茂樹 (2010) 『ハイエク主義の「企業の社会的責任」論』頸草書房.
- Mulhall, Stephen and Swift, Adam (1992) *Liberals and Communitarians*, Oxford:Blackwell.アダム・スウィフト、スティーヴン・ムホール (2007)

『リベラル・コミュニタリアン論争』（谷澤正嗣訳）勁草書房.

Sandel, Michael J. (2009) *Justice: What's the Right Thing to Do?*, Farrar Straus &

Giroux. マイケル・サンデル（2010）『これからの「正義」の話をしよう——いまを生き延びるための哲学』（鬼澤忍訳）早川書房.

高巖,他（2004）『CSR 企業の社会的責任 事例による企業活動最前線』日本規格協会.

Taylor, C. (1989), *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*,

Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. チャールズ・テイラー（2009）『自我の源泉 - 近代的アイデンティティの形成』（下川潔, 桜井徹, 田中智彦,訳）名古屋大学出版会.

Walzer, Michael (2004), *Politics and Passion: Toward a More Egalitarian Liberalism*, Yale University Press. マイケル・ウォルツァー（2006）『政治と情念—より平等なリベラリズムへ—』（齋藤純一、谷澤正嗣、和田泰一訳）風行社.