

SFC ディスカッションペーパー
SFC-DP 2012-001

社会問題の解決と企業の役割：
ソーシャル・ビジネスとCSR

岡部光明

慶應義塾大学名誉教授

okabe@kvp.biglobe.ne.jp

2012年6月

社会問題の解決と企業の役割：ソーシャル・ビジネスとCSR*

岡部光明

【概要】 人間社会の様々な問題を解決する社会制度を理解する場合、伝統的に二分法（企業と政府）という枠組みが用いられてきた。しかし近年、地球規模での環境問題あるいは貧困問題の深刻化にみられるように、問題の増大と複雑化に伴って新しい対応方法が種々提案されてきている。本稿ではまず、その一例としてノーベル平和賞受賞者ユヌス氏によって提案された「ソーシャル・ビジネス」という制度の概略を紹介するとともにそれを評価する。次いで、近年広がりを見せている「企業の社会的責任」（CSR、corporate social responsibility）という考え方による対応とその限界について、理論的な考察をするとともに、CSRに関してごく最近公刊された世銀エコノミストらによる経済学的視点からの展望論文の概要を紹介する。その結果、CSRは公共財あるいは公共サービスの供給において一定の意義がある一方、理論的ならびに実証的にみると限界もある、と理解する必要があることを指摘した。

はじめに

人間社会における最も基本的な課題は、生活に必要な財やサービスを充足することである。そのためには、市場メカニズムの活用が不可欠であり、それによって十分に対応できないことがらには政府が対応する、という理解がなされてきた。これは、社会問題の解決に関する古典的な二分法（企業と政府）をもとにした社会像である。しかし近年、地球規模での環境問題あるいは貧困問題の深刻化にみられるように、問題の増大と複雑化に伴って二分法による対応では不十分な面が顕著になっている。このため、新しい対応方法が種々提案される一方、企業についても従来以上の責任があるとする「企業の社会的責任」（CSR、corporate

* 本稿は、慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科におけるセミナー（2012年6月6日）で発表した内容を拡充したものである。発表の機会を与えて下さった渡邊頼純教授ならびに高木信太郎氏（博士課程在籍中）に感謝したい。また、この2氏をはじめ、後藤純一教授、香川敏幸名誉教授、セミナー参加者からも有益なコメントをいただいた。謝意を表したい。本稿は明治学院大学『国際学研究』第42号（2012年11月刊行）に掲載される予定である。

social responsibility) 論の考え方が近年世界的に広がっている。

本稿では先ず、制度面での新しい対応方法として注目されている、ノーベル平和賞受賞者 ユヌス氏によって提案された「ソーシャル・ビジネス」という制度を取り上げ、その概略を紹介するとともに、評価する。次いで、CSR（企業の社会的責任）という考え方による対応とその限界について、理論的な考察をするとともに、CSR に関してごく最近（2012 年）公刊された世銀エコノミストらによる経済学的視点からの展望論文の概要を紹介する。それらをもとに、CSR の意義と限界を指摘する。

1. 「ソーシャル・ビジネス」という新制度の提案

2006 年度ノーベル平和賞の受賞者であるムハマド・ユヌス氏（バングラデシュ）は、貧しい人々の経済的自立を助けるマイクロクレジット（小額無担保融資）という金融サービスを発案し（Morduch 1999）、それをバングラデシュ全土に広めることによって貧困を劇的に軽減した功績によって広く知られている。このように世界的に注目されているユヌス氏が、今度は最近の著書（ユヌス 2010）において「人間にとって最も緊急性の高い課題を解決することを可能にする新しい資本主義」（原書の副題）の形態を提案した。それが「ソーシャル・ビジネス」という仕組みである。本書は、前著（ユヌス 2008）の内容を拡充するものであり、理念や仕組みをより多面的に説明するとともに、同氏が現に取り組みつつある数多くのソーシャル・ビジネスの創造例を臨場感を持って報告したものである。

そもそもソーシャル・ビジネスとはどんな仕組みなのか、従来のビジネス（会社）と何が異なり何が類似しているのか、慈善団体など既存の非営利組織とどう異なるのか、ソーシャル・ビジネスは将来に大きな可能性を持つのか。ここでは、先ずこれらの点を中心に本書の概要を紹介し、次いでこの構想に対する評者の評価を述べることにしたい。¹

ソーシャル・ビジネスの理念と実例

ソーシャル・ビジネスはどのような理念を基礎としているのか、そして具体的にどんな仕組みなのか。ユヌス（2010）における記述を筆者なりに整理すると表 1 のようになる。

第 1 に、人間の行動動機に関する従来の（経済学などにおける）前提には大きな誤りがあり、その是正が基本的に重要であると指摘している。すなわち、従来、人間は利己的な存在であると前提され、従ってそうした人間の集合体である企業（会社）も私的利潤の追求を前提に行動している、と理解されてきた。そして、これが社会の生産活動を効率的に行ううえで有用な仕組みであることは著者も認めている。

¹ 以下の記述は、筆者が以前に書いた書評（岡部 2011）に全面的に依存したうえ、議論を拡張したものである。

表1 従来の企業とソーシャル・ビジネスの対比

	従来の企業	ソーシャル・ビジネス
人間の行動前提	・人間は利己的な存在。	・人間は利己的であると同時に利他心（同情心、慈悲）を併せ持つ。
企業の行動前提	・利潤の追求。	・個人的利益を追求する会社（営利企業）、他者の利益に専念する会社（ソーシャル・ビジネス）の二種類が必要。
達成すべき社会目標	・効率的な生産。	・人類が苦しんできた社会・経済・環境の問題（飢饉、ホームレス、病気、公害、教育不足等）の解決。
企業の構造と行動 (相違点)	・利益を得ようとする人が企業に資金を提供。	・多くの人が資金だけでなく、創造力、人脈、技術、人生経験を提供。
(類似点)	・企業の所有者（株主）に配当金の支払あり。	・企業の所有者（出資者）への配当金支払はない（他者の役に立つという喜びが報酬）。
	・投資活動は予想利益の多寡を基準に決定。	・投資活動は予想利益を基準にせず社会的目標の達成によって決定。
	・経営が悪化すれば株主は直ちに持株を売却するので経営は近視眼的になりやすい。	・経営が一時的に悪化しても所有者は株式を手放さないので長期的視点に立った経営が可能。
	・資本主義制度の中で運営。	・同左。とくに(1)株式を発行して資金を調達、(2)慈善団体のように寄付金には依存しない、(3)営利企業と同様、経費を穴埋めできるだけの収益を確保する。
	・自らのアイデアを実行に移す野心的な起業家の存在を前提。	・同左。
実例	・世界中の圧倒的多数の企業。	・2007年にグラミン・ダノン（ヨーグルト製造会社）をバングラデシュに創設。以後、飲料水、衣料品、医療などに関する会社を仏、独、米の大手企業と合併で相次いで設立。

(注) ユヌス (2010) の記述を踏まえて筆者が作成。

(出所) 岡部 (2011)。

しかし、こうした経済学の標準的な理解ないし社会観に対して著者は根本的な疑念を抱いている。著者によれば、人間は利己的であると同時に利他心（同情心、慈悲）を併せ持つ存在である。従って、会社組織にとってもこれら二つの行動動機に対応した二つの制度が必要である、という提案につながる。これが本書の核心である。すなわち、一つは従来型の個人的利益ないし利潤最大化を追求する会社（営利企業）である。そしてもう一つは、他者の利益に専念する会社（ソーシャル・ビジネス）であり、資本主義社会において後者を新しく制度的に導入することが是非必要である、という主張である。

こうした新制度としてのソーシャル・ビジネスは、その達成すべき目標として人類が苦しんできた社会・経済・環境の諸問題（飢饉、ホームレス、病気、公害、教育不足等）を掲げるものであり、これらの地球的諸問題を直接解決できる、と主張している。つまりソーシャル・ビジネスは「ビジネスの持つ創造性や活力と、慈善の持つ理想主義や利他精神とを組み合わせたもの」（ユヌス 2010 : 179 ページ）であり、「社会問題を解決する上で個人が持つ政府にない能力（知恵、才能、創造力）」（同 58 ページ）を活用する仕組みである、と性格づけている。そのうえで、こうした「第三の事業形態」（同 188 ページ）は「消費者、労働者、起業家にとって新たな選択肢を与え、市場の幅を広げるもの」（同 45 ページ）であり「現代資本主義の未完成の穴を埋める最善の方法」（同 189 ページ）と評価している。

第2に、ソーシャル・ビジネスと称される会社は、その目的を確実に達成するため、構造面で従来の会社にはない幾つの特徴を持たせる必要があることを強調している。具体的に

は、まず企業の所有者（株主ないし出資者）に対して配当金の支払を禁止することである。これは、ソーシャル・ビジネスの活動に伴う利益はその将来の活動のために使う必要があるという考え方に基づく。また、ソーシャル・ビジネスへの出資者は元来利他的な目的でその保有者になっているわけであるから、出資者への配当支払いがなくとも出資を募ることができる、という判断がその背景にある。つまり出資者にとっては、配当の受領ではなく他者の役に立つという喜びが報酬になる、というわけである。いま一つの制約は、ソーシャル・ビジネスが事業投資活動を行う場合、それに伴う予想利益を基準とはせず社会的目標を達成するかどうかによって投資を決定する必要がある、という制約を課すことである。

このような2つの制約を付けるとしても、ソーシャル・ビジネスはビジネスとして成り立つだけでなく、むしろその活動目的をより効果的に達成する所以である、と主張している。なぜなら、従来の営利企業の場合には、経営が悪化すれば株主は直ちに持株を売却するので経営が近視眼的になりやすいのに対して、ソーシャル・ビジネスの場合には、経営が一時的に悪化しても所有者は株式を手放さないので長期的視点に立った経営が可能であるからである、と説明している。

第3に、上記の特徴を持つソーシャル・ビジネスは、現在の資本主義制度の中で運営されるべきものであり（上記第2の点と幾分矛盾する印象を与えるが）ビジネスとしての厳しさが強く要請されることを強調している。とくに（1）資金調達に株式発行によって行うこと（慈善団体のように寄付金には依存しない）、（2）持続可能性のある経営を行うこと（営利企業と同様、経費を穴埋めできるだけの収益を確保すること）、（3）自らのアイデアを実行に移す野心的な起業家によって設立される必要があること、などの重要性を指摘している。そして、ソーシャル・ビジネスを非営利組織として位置づけて運営すれば税制上優遇を受けられるので寄付金が集まりやすいのではないか、という見解には反対している。なぜなら、非営利組織の資格を得るには、法律上、規制上厳しい審査が要求されるのでそれが運営の過重負担になること、などを理由に挙げている。

これらに関連して幾つかの類似概念の比較検討がなされており、ソーシャル・ビジネスはそれらのいずれとも異なる新しい概念であることを強調している。すなわち財団（foundation）、慈善団体（charity）は共に寄付に依存する組織体であり、また協同組合（cooperative）は組合員によって所有され組合員の利益を目的とした組織体であると指摘、これらはいずれも、市場の中で持続可能な運営方法を採用する組織であるソーシャル・ビジネスとは基本的性格を異にすると峻別している。一方、近年強調されるようになった企業の社会的責任（CSR）という企業活動も、経済的利益と社会的利益の二つを同時に追求する（前者が後者に優越する）点に問題があるのでやはりソーシャル・ビジネスが別途必要だとしている。

第4に、今後の課題として（1）政府がソーシャル・ビジネスを明確に定義し、その株主

の責任や義務を明確に規定した専用の法律を制定すること、(2) 世界的なインフラストラクチャー（ソーシャル・ビジネスの株式だけを扱う売買市場）を構築すること、の必要性を挙げている。

第5に、著者が実際に創設したソーシャル・ビジネスにつき、その経緯、苦勞、喜び、同調者の急速かつ世界的な広がりなどが、多くの実例とともに紙幅を費やして情熱を持って語られている（ユヌス 2010：2章、4章、6章、8章）。その第1号は2007年にフランスのダノン社と合弁でバングラデシュに立ち上げたグラミン・ダノン（ヨーグルト製造会社）であり、その後、飲料水、衣料品、医療などに関しても仏、独、米の大手企業と合弁で相次いで設立してきたことや、そこから得られたヒントも述べられている。

ソーシャル・ビジネスの評価

本書の説明は簡潔であり、論理も明快である。また、人道的な諸問題を何とかして解決する方策を編み出し、それを広げて行こうという熱意にあふれている。そして、最近の社会科学（とりわけ経済学）の方向に対する反省と今後進むべき方向に大きな示唆を与えるものといえる。ここでは3つの点に注意を払っておきたい。

第1は、従来の人間社会の捉え方である二分法（岡部 2009：図表3（1）、岡部 2012：資料43）に新しい制度的提案を追加していることである。すなわち、従来の経済理論は、人間性の本質に背馳する前提を含んでいたうえ、そこで前提されている社会システムは社会の諸問題の解決にとって十分な成果を挙げられなくなっている。このため、市場、政府に加え、第三部門として広義のコミュニティを加えたかたちで社会を理解する必要性が大きくなっており（岡部 2009：図表3（2）、岡部 2012：資料45）、まさにその一つの形態としてソーシャル・ビジネスが提案されていることである。この点からみると、ソーシャル・ビジネスという制度の創設は、たいへん意義深い提案といえる。

第2は、ソーシャル・ビジネスという用語は、近年かなり異なる意味合いで用いられる場合が少ないが、本書で提案されているシステムは、他の諸提案に比べ経済学的に合理性が高いことである。したがって、社会問題を解決するうえで実効性が高いシステムとして提案されているということができ、この点がその他一般にいわれている「ソーシャル・ビジネス」よりも優れていると評価できる。

すなわち、ソーシャル・ビジネスは、営利企業でないものの、企業（ビジネス）としての厳しさがまず強く要請されている²。そして、その資金調達においては、善意の寄付金へ依

² 一般用語としてソーシャル・ビジネスが語られる場合、その資金源は寄付金あるいは借入（融資）に依存すると前提される場合が多い。例えば「社会問題の解決狙うソーシャルビジネス」（日本経済新聞、2012年4月25日夕刊）を参照。しかし、ユヌス（2010）提案におけるソーシャル・ビジネスでは、本文で述べたとおりこの点が決定的に異なる。

存することを前提しないだけでなく、定期的な元利返済が経営に大きな負担となる借り入れに依存するのでもなく、出資者がリスクを負担する株式発行による調達を基本としている。金融論の用語でいえば、資金調達を借入 (debt) によるか、エクイティ (equity) によるか、という選択問題 (岡部 1999 : 46-48 ページ) において後者を選択するものであり、それによって経営の自由度を確保することを提案しているわけである。

第 3 は、社会問題の解決を図ろうとする場合、それを企業の社会的責任 (CSR) というかたちで対応するよりも、何か新しい制度の導入によるべきだとしていることである。もし CSR で対応しようとするれば、それは企業が経済的利益と社会的利益の二つを同時に追求する (前者が後者に優越する) 点に問題があると著者ユヌス氏は指摘、その矛盾を解決する方法としてソーシャル・ビジネスという制度が別途必要だとしている。これは、理論的に鋭い指摘である。なぜなら、二つの目標 (経済の効率性維持、社会問題の解決) を一つの手段ないし制度 (営利企業) で同時に達成することは論理的に無理があり、二つの目標を達成するにはやはり二つの手段 (営利企業とソーシャル・ビジネスの併存) による必要がある、というのが政策論の基本論理 (後述するティンバーゲンの原理) から導かれる方向だからである。

2. CSR をどう理解すべきか

次に、社会問題を解決する一つの新しい方向として近年注目を集めている「企業の社会的責任 (CSR)」論を取り上げよう。以下では、まず一般的にいわれている CSR 論を批判的に検討する。次いで、経済政策論ないし社会体制論の基本原則に照らした場合、CSR はどのように位置づけられるかを考察する³。

一般的な企業の社会的責任 (CSR) 論

CSR は近年国内外で盛んに議論されている。CSR の定義は一様でないが、一般的には「企業がその経営に際して社会面ないし環境面での諸問題をも取り込み、かつそれを企業の利害関係者との間における自発的な相互作用を図るかたちで企業経営を行うこと」とされる (Kitzmuller and Shimshack 2012 : 53 ページ)。つまり (1) それは外部から観察できる何らかの行動としてあらわれること、そして (2) その行動が法定義務を超えた水準のものになること、この二つの要素が含まれることになる。

世上なされる CSR 論においては、やや疑問を感じる視点も散見されるので、ここでは著者なりに議論を整理しておきたい。CSR を考える場合、そのポイントは、企業の社会的責任とはそもそも何か (どの範囲のことが含まれるのか)、そして企業はそれをどのようにして果たしてゆくことができるか、である。

³ 以下の記述は、岡部 (2007 : 336~338 ページ) の議論を再説しつつ拡充したものである。

まず、CSR とは何かに関してよくみられる考え方には二つのタイプがある。一つは、企業は利潤追及だけでなく、それ以外の各種目標（例えば環境問題への取組み、メセナと称される芸術文化支援の活動、法律遵守、社会的倫理の尊重等）をも同時に達成する必要がある、という考え方である。そしてもう一つは、企業は利潤追求を経営目標にするのではなく、公共的意図を持って経営を行なうべきである、として経営原則そのものを改める必要があるとする考え方である。

つまり、上記二つは両極端であるが、一般に議論される CSR の度合いと内容は多種多様であり、またそれらに該当するとして列挙される項目を選ぶ動機も様々である。確かに、これらの項目自体は、たいてい社会として必要かつ望ましいことがらである点はほとんど疑問の余地がない。しかし、これら一連のリスト項目の達成を企業（法人営利企業）の役割として利潤追求と同次元で期待することが、果たして社会全体として適切かどうか、その点は注意深い議論と判断が必要と思われる。

企業の最も基本的な役割は、社会が必要とする製品やサービスを開発し、それを効率的に生産して提供する一方、株主の利益や従業員の生活と生き甲斐など多様なステークホルダーの利益を効果的に増進することにある、といえる。したがって、それらに直接関連する活動こそが本来の CSR であり、それを通して企業は社会に貢献すべきである、と考えるのが妥当ではなかろうか。

CSR の意義と限界：理論的考察

社会問題を解決するという課題を経済政策論の考え方（岡部 2006：54-56 ページ）を応用して考えてみよう。すると、企業（法人営利企業）という主体が幾つかの政策目標を達成する能力を持つとしても、企業を活用するだけでそれらすべての目標を同時かつ的確に達成することは不可能であり、複数の目標を達成するには別の主体（例えば NPO/NGO、あるいはソーシャル・ビジネス）を導入し、後者にその役割を割当てるのが効率的であることが理論的に主張できる。すなわち、ティンバーゲンの原理の応用である。ティンバーゲンの原理とは「政府が n 個の独立した政策目標を同時に達成するには、政府は n 個の独立した政策手段を保持している必要がある」という理論上の要請を指す⁴。

そして、もうひとつ追加的に考察を行う必要がある。すなわち、新たな実施主体を追加的

⁴ 例えば、狩猟に際して、銃 1 丁をもってうさぎ 2 匹を仕留めようとしても同時に 2 匹仕留めることはできない（精々 1 匹を仕留めるにとどまるか、あるいは「2 兎を追う者は 1 兎をも得ず」の諺どおり 2 匹とも逃がしてしまうか、のいずれかになる）。つまり 2 匹を確実に仕留めるには銃（＝独立して利用できる手段）が 2 丁必要になる。また数学において、未知数を 2 つ含む方程式が 1 本あっても、未知数 2 つの値を解くことはできない。この場合には、独立した方程式を 1 本追加し、方程式を 2 本とすることによって初めて 2 つの未知数を解くことができる。このように、ティンバーゲンの原理は単に経済政策論の原理にとどまらない非常に一般性の高い命題である。

に導入するにしても、企業はその最も本来的な役割を演じることこそが肝要であり、そうした対応（ある種の「分業」といってよい）を通してこそ社会全体として最も確実に各種目標が達成できることになる点である。これは、政策論におけるマンデルの定理を応用すれば理解できる。マンデルの定理とは「各政策手段は、それが相対的に最も効果を発揮する政策目標に割当られるべきである」という命題である（政策割当ての原理、あるいは経済政策における比較優位の原理ともいわれる）。この定理は、ティンバーゲンの原理とともに経済政策における基本的命題とされるものである。

つまり企業は、消費者が求める財やサービスを市場経済のなかで最も効率的に開発・提供することができる組織体である一方、NPO/NGO、ソーシャル・ビジネス、あるいは政府は、そうしたことよりも各種社会問題の解決ないし公共財の供給において機能面で優位性を持っている。このため、前者と後者は、それぞれ最も比較優位を持つ領域の活動に専念する（特化する）ことが合理的となるわけである。

CSR の意義と限界を示す仮説例

ここでは、企業行動に関する一つの具体的な仮説例を挙げよう。そしてそれは、上記の理論的考察をもとにすればどう評価できるか（CSR と言えるのかどうか）を考えよう。いま企業の本社があり、この会社では、勤務時間になってから毎朝、従業員の多くが当番制をとって最寄りの施設（駅、公園など）周辺の清掃をすることを日課にしているとしよう。この場合、この企業は優れた CSR 活動を行っているというべきであろうか。

確かに、毎朝清掃をするのは心やさしい行為である。そして清掃が行われれば、その施設を使う者（一般市民）は気持ちよくそれを利用できるのでありがたいことである。ただし、従業員が、勤務時間外のボランティア活動としてではなく勤務時間内にこうした清掃を行うことにしているのであれば、その評価には注意が必要である。

なぜなら、その場合には企業がそうした清掃コストを負担している（従業員が本業の仕事に割くべき時間が清掃時間分だけ削減されている）からである。従業員は、清掃をするのではなく、その時間を企業の本来的な仕事（たとえば新製品開発会議への参加、製品販売や部品調達のための対外交渉など）に割くことが当然できたはずであるから、清掃を行った時間は企業にとって明らかにコスト（機会費用）である。したがって、企業としてはそのコストを吸収する必要があるため、意識するかしないかを問わず何らかの対応（製品価格の上昇、新製品発売の遅延など）がなされることになる。それは結局、消費者ないし社会全体の負担になる。つまり、社会が必要とする財やサービスをできるだけ迅速かつ効率に供給するという民間企業の最も基本的な役割を妨げる結果をもたらすことになっている。したがって、企業はこうした清掃活動にその保有資源を振り向けるのではなく、そうした活動は別の主体（例えばボランティアグループ、NPO、あるいは地方公共団体）が担当する方が、上記二つ

の政策原理に合致した対応になる。したがって、この清掃は、それ自体は望ましいことであるものの、社会全体としてみた場合には CSR と位置づけるべきでないといえる。

企業組織のインテグリティ強化

上記のとおり、経済政策論の二つの原理を踏まえて考えると、CSR はかなり限定されたものとして位置づけるのが妥当である。そして CSR としてふさわしい活動には様々な程度のものであるが、そのうち最も根本的な CSR は、企業が自己責任を基礎とする経営を誠実 (integrity) なやり方で行なうこと (平田 2005) にほかならない、といえるのではなからうか。実は、企業にとってはこれだけでも非常に重い責任であり、従来それを果たせていなかった企業も少なくない。

例えば、公企業に対する民間企業の談合、政府に対する企業の贈賄収賄事件、薬害エイズ問題、総会屋への不正利益供与、証券会社の損失補填、銀行の不良債権の隠ぺいと飛ばし、自動車会社のリコール隠し、輸入牛肉偽造による公金の搾取、建築事務所による耐震強度偽装、巨額の損失隠蔽など、近年日本ではあらゆる業界にわたって多種多様な不祥事が明るみにでた。これらの問題が生じないように企業経営者が努力することが CSR の本質である、と筆者は考えたい。

経営者は、その時間やエネルギーを先ずこれらの点にこそ集中させるべきである。そうした努力をすれば、結果として企業の長期的利益と長期的にみた株価を増大させることになる。それらの行動とは距離のある各種の一般的な社会目標 (あるいは公共サービスの供給) を達成するうえでは、例えば NPO/NGO、あるいはソーシャル・ビジネスの方がふさわしい。そして、政府にはそうした新しい主体が円滑に設立して活動でき、そしてその成果が評価されるための各種制度を整備する義務がある、と考えるべきである。

3. CSR に関する近年の経済学的研究：世銀エコノミストらによる展望論文

CSR に関する研究は、様々な研究領域の研究者によってなされてきている。その全体的な動向を把握するのは容易でないが、ごく最近、幸いにも世銀エコノミストらによる展望論文 (Kitzmuller and Shimshack 2012) が最も有力な国際的研究論文雑誌の一つに発表された。企業の CSR には様々な側面 (例えば環境保全のための green energy ないし ecological goods の開発、さらには各種公共財の供給など) がある。この論文では、CSR に関する比較的最近の論文 150 本以上を概観することによって、なぜ CSR がみられるのか、CSR は企業ないし経済にとってどう影響しているのか、といった問題に対して理論面および実証面での研究結果を取りまとめている。論点は多岐にわたるが、主な研究結果として次のようなことが述べられている。

研究者の大半は中間的見解

第1に、社会が直面する様々な問題（公共財や公共サービスの供給を含む）を解決するに際しては、従来から二つの対照的な見解があったことである。すなわち一方で、企業と政府という二つの主体が活動することによって対応すべきだと考える古典的な二分法（dichotomy）があった⁵。この主張によれば、企業は利益最大化を目標として行動すべきであり、各種の公共財や公共サービスの供給は政府が対応すればよい、ということになる。これに対して、経営学者や社会学者の多くは、たとえ企業の株主価値を低下させる事態をもたらすとしても、企業は全てのステークホルダー（利害関係者）の利益を考慮して行動すべきである、という見解を示している。

そして現在の多数意見は、濃淡の差はあれ中間的な見方（a nuanced middle ground）に収斂している、というのが展望論文の結論である。つまり、大多数の研究者は（1）CSRには社会的妥当性がある、（2）但しCSRとされる全ての場合にそれが妥当するとは限らない、という考え方をしている、とされている。

企業は戦略的にCSR活動をするという面も存在

第2に、企業のCSR活動は、利潤最大化行動と必ずしも矛盾するものではない（利潤最大化行動の一環と見ることもできる）というのが経済学の観点から得られた洞察である、とされている。企業がそもそもCSR活動をする動機は何か。そこには多様な要因が考えられる（株主あるいは広義ステークホルダーの動機如何で様々なケースがある）。

しかし、経済学的研究によれば、企業のCSR活動は、企業のイメージ向上、企業価値（株価）の上昇など企業にとって利する面があることと深く関連している、という研究結果が多いと総括している。この場合、企業が事前的にそれを意図していなくとも、事後的にはそのような結果をもたらす（あるいはそれを期待している）ケースが少なくない、とされている。この場合、CSRは市場の圧力を動機とする（market-driven）活動ということになり、「戦略的（strategic）CSR」と称される。ただ、CSRをこのような側面だけから捉える見方には、経済学の領域以外の研究者から異論もあろう。

CSR活動のコスト面の考慮と社会問題解決にとってふさわしい主体

第3に、企業がCSR活動を通して公共財の供給、あるいは社会的目標に貢献する場合、それは企業にとって当然、広い意味でコストを伴うことが多くの（とくに経済学からの）研究の結果であること（Kitzmuller and Shimshack 2012：78 ページ）が強調されている。そし

⁵ その代表例として自由主義経済学者ミルトン・フリードマンの主張（Friedman 1970）が挙げられている。

て数多くの実証研究によれば、そうしたコストは結局消費者が負担している、というのが一致した結論として得られている、としている。このため、公共財の供給は、企業が CSR というかたちで行うのが望ましい場合があれば、そうでなくそれは次善策にとどまる（政府が行うのが望ましい）場合もある（そのいずれであるかは諸条件に依存する）と結論づけている。

4. 結語

以上みたとおり、企業の CSR 活動は、企業が各種の社会問題の解決に関与して行く側面を強く持つ活動であるが、それをどのような視点（経済学、経営学、社会学、ボランティア論など）から理解するかによって、その評価は相当大きく分かれるものになる。ここに CSR 論の難しさがある一方、研究上の大きな希望がある。多面的な接近方法を援用するとともに、それらの研究成果を持ち寄ることによって企業の CSR 活動の立体的な理解が進み、その結果、企業の望ましい活動と社会問題の解決に貢献してゆくことが期待される。

[引用文献]

- 岡部光明（1999）『現代金融の基礎理論—資金仲介・決済・市場情報—』日本評論社。
- 岡部光明（2006）「総合政策学の確立に向けて（2）：理論的基礎・研究手法・今後の課題」、大江守之・岡部光明・梅垣理郎（編）『総合政策学—問題発見・解決の方法と実践—』第2章、慶應大学出版会。
- 岡部光明（2007）『日本企業とM&A—変貌する金融システムとその評価—』東洋経済新報社。
- 岡部光明（2009）「経済学の新展開、限界、および今後の課題」明治学院大学『国際学研究』36号。
<http://gakkai.sfc.keio.ac.jp/publication/dp_list2009.html>
- 岡部光明（2011）「書評：ムハマド・ユヌス著『ソーシャル・ビジネス革命—世界の課題を解決する新たな経済システム—』千葉敏生訳、早川書房、2010年」*Keio SFC Journal*, vol.11, no.2, 2011。
- 岡部光明（2012）『現代経済学を超えて—私の経歴と考え方の発展—』（明治学院大学最終講義）慶應義塾大学出版会。
- 平田雅彦（2005）『企業倫理とは何か—石田梅岩に学ぶCSRの精神—』PHP新書、PHP研究所。
- ユヌス、ムハマド（2008）『貧困のない世界を創る—ソーシャル・ビジネスと新しい資本主義—』猪熊弘子訳、早川書房。
- ユヌス、ムハマド（2010）『ソーシャル・ビジネス革命—世界の課題を解決する新たな経済システム—』千葉敏生訳、早川書房。（原題 *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*）
- Friedman, Milton (1970) "The social responsibility of business is to increase its profits," *New York Times*, September 13:32-33, 122-126.
- Kitzmuller, M., and J. Shimshack (2012) "Economic perspective on corporate social responsibility," *Journal of Economic Literature*, 50(1), pp.51-84. (世銀エコノミストらの論文)
- Morduch, Jonathan (1999) "The microfinance promise," *Journal of Economic Literature* 37(4), pp. 1569-1614.