企業はなぜメセナをするのか？

── その基礎的考察 ──

菅　家　正　瑞

Abstract

We have now a difficult problem to be solved, and have been thinking about it since last year. We might be able to solve the problem this year. We have to clarify the question, which is a neccessary condition to solve the problem. The question is " Why do corporations philanthropy which is contributional activities of corporations to community and society ? "

This paper is one step to solve the problem. We will think about basic issues and a concept of corporate mécénat in this paper. We will try to clarify significant factors of corporate mécénat. (e.g. arts, corporate social responsibility, education, and corporate doners). Based on these fundamental considerations, we will make a next new paper which explains reasons for corporate mécénat and answers the question, " Why do corporation do mécénat ? "

Keywords: corporate mécénat, corporate philanthropy, corporate doners, cultures and arts.

１．序

われわれは今，「企業はなぜメセナをするのか？」という問題の山道を歩んでいる。どうやら頂上は，まだ遠くではあるが雲の切れ間に見えてきたようである。この道のりは決して平坦で楽なものでもなく，目的地も近くではなかった。しかし，われわれにはイールズ（R. Eells）という強力な案内人がついていた。彼が開いた小径は途中で途切れてはいたが，頂上への未開の

道のりは，途切れた小径の延長線をたどることによって開くことができると思われる。

本稿の目的は，上述の展望の下で，イールズの所論(注1)の検討を介して，「企業はなぜメセナをするのか？」という問題設定に対する回答を示すことにある(注2)。しかし，われわれは今のところ明確な回答を示すには至ってはおらず，自ずからその回答は暗示的にならざるをえない。暗示的ではあっても，われわれは問題設定の回答にかなり近づいたと言うことができる。したがって，明確に整理された回答を示すことが，われわれの次の課題を形成することになるであろう(注3)。

注

(1) Richard Eells, "*The Corporation and The Arts,*" The Macmillan Company New York 1967.

(2) イールズの上掲書への参照と引用は，本文中に（ ）で示すこととする。

(3) 本文において，「われわれ」とは著者を指し，「我々」とはイールズを指していることに注意されたい。

2．企業贈与と企業フィランソロピー

われわれの理解によれば，「企業メセナ」（corporate mécénat）は「企業フィランソロピー」（corporate philanthropy）の一部を構成する(注1)。したがって，企業メセナについて検討するためには，まず企業フィランソロピーについて検討することを要する。イールズは，企業メセナを「企業贈与」（corporate giving）の一種として捉え，「芸術に対する企業の支援は，財務的支援だけの企業－芸術関係と同一視されること」は誤りであるが，「この財務的支援がすぐさま多くの人々の心の中に飛び込んでいくのは真実である。」と評価する。そしてイールズは，アメリカが「ハイ・カルチャー」（high culture)(注2)国家に移行するために，この企業贈与の最近の傾向と

企業支援の潜在性には，その正当性がある，と主張する。科学と技術について企業支援は順調に進んできたが，芸術と人間性（humanity）の支援についてはまだ遅れている，と言われている。そこで彼は，芸術の財務的助力によって企業から何が適切に期待できるのか，という問題を設定し，企業贈与の発展，公的政策の現在の状況，特に企業の寄付政策に強く関連する租税政策について，フィランソロピーの全体像の中でその役割を見ようとする。（cf., *op.cit.,* p.195.）

そこでまず，われわれは，イールズの記述に沿いながら企業贈与に関する発展を見てみよう。

(1) 企業フィランソロピーと企業贈与

イールズの調査によれば，企業贈与はこの30年間の短期間で実体ある比率に増大した。それは，納税可能な企業所得の約１％，あるいは年間約50億ドルで，アメリカにおけるあらゆる贈与の約８％を構成している。それらは，贈与の伝統的領域である，健康と福祉，最近は教育への貢献を示している。しかし，現在は，芸術への支援を含んだ市民的・文化的支援目的が識別できる傾向にある。このような発展にもかかわらず，イールズは同じく企業贈与に関する基本的考えすなわち哲学が過去に欠如してたように，企業管理の一部における何らかのためらいの存在を指摘する。すなわち，企業管理は，確固とした信念なしに，単に連邦政府によって認められた課税可能所得の５％という限界のぎりぎりまで贈与額を近づけるようにしていたのである。しかし，「その短かな歴史にも関わらず，企業贈与は我々の社会システムにおいて深い根を持っている。」のである。（cf., *op.cit.,* p.196.）

その根は多様であり複雑であるが，法律に関連する限りは，企業による適切な分別により，「広範囲の寄付力（donative power）にはもはやどんな障害も存在しない。」と彼は理解する。しかし，企業の経営者は意思決定者であると同時に企業は地域社会の市民（corporate citizens of community）で

もあるから，管理の責任から逃れることはできない。「寄付活動は，常に企業の長期的目標に関連する鮮明な政策に基礎づけされなければならない」。すなわち，彼等は寄付政策の明確化に直面せざるを得ないのである。その中心問題は特に芸術であることを彼は暗示する。しかし，企業贈与をその始まりから見ないで，芸術や他の企業支援について合理性を得ることは不可能である。イールズは，企業の寄付政策の発展上それは重要な分岐点に到達していると認識しているから，なおさらそうである。企業支援に対する公的・私的な圧力が強化されて，「今や企業取締役会は，完全なテーマへのより包括的でより良い意味あるアプローチを取る必要性に直面している」。それらの要請に対して，いまこそ健全な運営原則に至る哲学的な基礎を完全に再検討する時が再度やって来た，と彼は捉えるのである。（cf., *op.cit.,* p.197.）

(2) 企業贈与の発展

それでは，アメリカにおける企業贈与の歴史はどのようになっているのであろうか。イールズによれば，50年前，企業贈与は主として個人的フィランソロピーに限定されていた。株主の数が増大し所有と経営の分離が進み専門経営者が支配するようになった結果，古い個人的フィランソロピー的贈与を置き換える工夫がなされた。法律家であるヒューズ（C. E. Hughes）は，企業貢献は企業自身の確固とした基礎付けを継続するために適切である，と見た。これは，企業贈与の新しい哲学の先駆けとなる原則である，とイールズは評価する。しかし，第１次大戦後は，大恐慌の後の繁栄した数年間でも企業贈与は減少した。慈善贈与の免税は1917年に認められたが，企業税の免除は私的部門を救済するために必要なのは明らかであった。（cf., *op.cit.,* pp. 197-198.）

企業贈与に新たな時代を招いたのは，1935年の連邦収入法（The Federal Revenue Act of 1935）である。有名な５％条項は，慈善的・教育的組織に貢献する企業の控除を許している。この法律は，企業に実質的な経済的機会

を与えた。連邦政府は企業貢献金額の課税を見合わせようとし，企業所得税率は1964年に50%下げられ，1965年には48%に下げられた。それでも，５%条項の下では貢献企業には経済的有利さが得られた。被支援者の立場からは，５%条項は日にちを省いた。1935年の初期時代では企業貢献は小さく，例えば1936年ではたったの３千万ドルにすぎず，増大率も低かった。ピークは1953年の4,950万ドルで，1962年では課税対象所得の1.2%に当たる5,950千万ドルが貢献にあてられた。明らかに５%条項は全体の社会構造を結果として弱くしたが，生き生きとした私的部門における制度への刺激となった。それは頭の痛い政策を作り出し，「あらゆる指標は，企業贈与は新しい方向へ，市民的で文化的な領域へと進んでいることを示している」。（cf., *op.cit.,* pp. 199-200.）

(3) 企業フィランソロピーへの影響

それでは，企業贈与は，アメリカの企業フィランソロピーにいかなる影響を与えたであろうか？この問題について，イールズは段階的な考察を行っている。

その第一段階では，企業はアメリカのフィランソロピーの主要な石柱とはなっていない。アメリカにおけるフィランソロピー的贈与の大部分は，個人的な行為として生前にあるいは遺産として行われていたからである。1965年においても，企業による贈与は下表のように僅か10%にも満たない。（cf., *op.cit.,* p.200.）

表１：1965年におけるフィランソロピー的な提供者（*op.cit.,* p.200.）

個人	$8,662百万	76.6%
基金	1,125	10.0
遺贈	780	6.9
企業	733	6.5
	$11,300百万	100.0%

しかし，この表で注意しなければならないのは，幾つかの基金は企業贈与から設立されていることを見逃していること，非現金的援助という企業支援を把握できないこと，である。また，企業フィランソロピーの被援助者は通常の受取人ではない，ということも注意されなければならない。同年における贈与の分配に関する見積りは，下表のように示されている。（cf.，*op.cit.,* pp.200-201.）

表２：1965年におけるフィランソロピーの受取人（*op.cit.,* p.201.）

宗教	49%
教育	17
福祉	13
健康	11
基金	4
市民，文化など	4
その他	2
	100%

これらの事実から，イールズは，アメリカにおけるフィランソロピーの全体像における事業企業の役割を評価できるかどうかを自問自答する。

回答は，「『フィランソロピー』という言葉の曖昧さと，主要な社会的制度としての現代企業の地位の変化によって，複雑になる。」（*op.cit.,* p.201.）ということである。厳密に言えばフィランソロピーとは，「人類愛」（the love of mankind）のための贈与であり，事業目的のためではない。そこで問題になるのは，企業はフィランソロピー活動者には数えられるべきでないのか，である。イールズは，フィランソロピーに関して，アメリカでのその目的は極めて多様なので,我々は二つの全く異なることについて述べてきたようだ，と反芻する。しかし，たとえそうだとしても重要な共通分母がある。すなわち，贈与は，圧倒的に我々の多様な社会の私的部門を強化することに向けら

れている，ということである。そして，彼はアメリカのフィランソロピーを次のように評価する。「全体として，この自主的な財務的援助は，我々の自由社会にその際だつ特徴を刻印し，高く評価される，不可欠の私的制度に対して，中心的な基礎固めを提示する。」，と。また続けて言う。「何十年も前に最も緊急な注意を叫んだ基本的要求の幾つかは満足せしめられ，我々は今日，緊急に見える他の物を満足させることに向かっている。」，と。（cf., *op.cit.,* pp.201-202.）

しかし，彼は次のようにも考える。この観点は全体としての社会に対しては立派かもしれないが，事業企業の企業管理者にとってはそうではない。もし，企業管理者に必要なフィランソロピーがあるとしたら，それは何であるべきなのであろうか。（cf., *op.cit.,* p.202.）

この問題は，まさにわれわれがその答えを求めて来たそのものに他ならない。

３．企業の寄付政策の変化

(1) 教育と文化への強化

さて，国家産業会議（The National Industrial Conference Board）のサンプル調査によれば，最近の支援の分野が次第に伝統的な健康と福祉から教育的で文化的な領域に分けられて来ている，ということが示されている。表３はその傾向を表している。（cf., *op.cit.,* p.202.）

表３：1965年における企業貢献のドル（*op.cit.,* p.203.）

健康と福祉	41.5%
教育	38.4
文化（文化センター，活動芸術，交響楽団，小劇場，図書館，博物館，その他）	2.8
市民運動（市と地域社会の改善，良好な政府）	5.8

その他（宗教活動，経済的教育に専念する集団）	9.2
未確認（受取人不明のため）	2.3
	100.0%

この表からイールズが決定的に示すのは，企業の支援が文化的組織と活動に対する支援へと移動し強化されていることである。1962年から始まったこの調査の過去の結果から読み取れるのは，①1962年に教育への企業贈与予算は健康と福祉の予算を凌駕したこと，②市民と文化目的に配分された基金の数字が以前より突出していること，③文化的で市民的な貢献は高い点数を示していること，④この部門で為された芸術は1962年にあらゆるプロジェクトの約３分の２と計算されたこと，である。そこでイールズは次のように述べる。「このように，企業贈与の文化的で市民的なプロジェクトへの移動は，まだ強い傾向ではないが，重要な一つである。」（*op.cit.,* p.203.），と。（cf., *op.cit.,* p.203.）

比較的短い歴史から大ざっぱな結論を導くのには問題があるが，イールズは，このような沢山の貢献実績は単なる圧力への反応であり，先例という限界があまりにも多い，という印象を免れ得ない，と述べる。最近，ロックヘラー基金（The Rockefeller Brothers Fund）による芸術に対する企業支援に関する特別研究は，芸術支援に対して企業の一部に嫌悪感があったことを明らかにした。それは，先例が無かったからである。しかし，今日，我々はいたる所で，芸術支援として芸術パトロンとしての企業を見る。また，経営者も，芸術の支援のために，彼等の時間，能力，影響を貸している。このような歴史と現状から，イールズは，「企業贈与の発展しうる理論と未来の政策のガイドラインの必要性は，今日の経験で明らかである。」（*op.cit.,* p.204.）と述べ，それらの基礎として，企業の寄付力の法的根拠の詳細な分析が求められている，と結論する。そこで，次に法的根拠に係る彼の見解を眺めてみよう。（cf., *op.cit.,* pp.203-204.）

(2) 寄付力の法的基盤

イールズによれば，企業の寄付力に関する法的問題に関して，答えられなければならない最初の問題は，財務的助成が企業の力の中に生ずるか否か，経営者が資金を与える力を持っているか否かである。その力の度合いは，企業にそれを認め法的存在を与える州の法律に依存する。この件に関し，19世紀の自由放任経済を先例とする最も保守的な立場は，「事業会社は与える物は何もない」というものである。この立場では，企業フィランソロピーは言葉の矛盾以外の何物でもない。共通法（the common law）の規則によれば，企業は配当以外の如何なる支出に対しても利潤を得なければならず，したがってフィランソロピーは完全に排除される。（cf., *op.cit.,* pp.204-205.）

しかし，過去十年間に，我々は反対方向への突出した法的傾向を経験した，とイールズは指摘する。それは，主として州の法令に見られる，企業の寄付力について好意的に取り扱う強い法的手続きである。今や，古い共通法の規則は修正され，大抵の州は企業にある種の贈与をすることを権威付けている。この法令は「容認された」（permissive）立法と呼ばれ，その特徴は寄付力について重要な2つの事実を持つことである。それらの事実とは，①州の創造物として企業は創造者によって与えられた力しか持たない，②授与された力は準政府的力の性質を持ち，企業の統治機関の判断にしたがって私的部門において行使できる，というものである。また，企業寄付力の立法的アプローチは連邦でも示され，議会は寄付力を国立銀行に認め，1939年以来慈善的貢献の控除を課税対象収入の５％まで認めた。これらの法令の下で企業の寄付問題に関する幾つかの争いが見られたが，ニュージャージー州におけるプリンストン大学への企業貢献はよく知られたケースである(注３)。容認的立法と共通法の応用のこの組合せは，アメリカでは「事業会社は人類を愛して良い」ことが今や明らかであることを確認させた，とイールズは解釈する。では，この画期的傾向はどのように説明され得るのであろうか。（cf., *op.cit.,* pp.

205-206.）

(3) 市民社会の発展

イールズは，この傾向をアメリカにおける市民社会の発展に求める。彼によれば，以前は裕福な家庭や個人によって支援されていた活動に対し，企業が支援する必要性が高まっているのは疑いないのである。アメリカ社会において，慈善的，教育的，科学的，市民的そして芸術的な組織と活動への要請が増大してきた。その結果，我々は，公的部門ではなく私的部門において，私的支援の源泉を充満させ，広いスケールで資源を拡大する必要性に直面させられているのである。現代の市民社会は，公的部門の権力と責任を不当に巨大化させることなく，物質的なものと同様に精神的内容におけるより高い目的へと急速に動いている。そして，この富と力の私的蓄積を最適に利用する方法を探しているのである。「より深く重要なことは，企業環境を強化する何らかの基金運用の前線にいるという命令を，企業が認めることなのである」。（cf., *op.cit.,* pp.206-207.）

企業経営者にとって，この新しい傾向をどのように受け止め，どのように対処するのであろうか。すぐにわれわれの念頭に浮かぶのは「企業の社会的責任」（corporate sociale responsibility）という範疇であろう(注4)。確かに，イールズが述べているように，多くの経営者は企業の社会的責任を強調し，弱々しくではあるが新しい傾向を合理化することを試みる。それは，このような責任は存在しないことを意味するのではなく，むしろ企業贈与に対するビジネスの分別と法律に対する本物の基礎が，これは企業の義務ではなく正当化できる力と注意深い考慮であることを示しているのである。（cf., *op.cit.,* p.207.）

このような経営者に対するイールズの見解からわれわれが理解しうることは，企業贈与は，強まる外部の圧力に対応せざるを得ない外在的要請に対する消極的対応ではなく，企業環境への配慮を注意深く考え企業が市民社会に

おいて繁栄していくために必要な活動として捉えようとしていることである。すなわち，企業の内在的要請として企業贈与を捉えている，ということである。

イールズは，以上の見解を総括して以下のように述べている。

「法的な神聖さへの傾向は，企業の寄付力に対するビジネス・リーダーを祝福すると同じように，憲法的進歩のより大きな絵画の言葉で最良に説明される。現代政府は，公的と私的の両者，以前の政府がすることを尋ねられなかったことをしなければならない；彼等は今や，これらの拡張された要求に沿う力を与えられなければならない。その結果，公的政府では，この圧力は活動を大きく増大させ，そして力の故に，国家の資本では，時々，これらの力の使用を抑制しないで。しかしあらゆる場合，集中化は記録されるべきである。同じ事は私的部門でも真実である。両ケースにおいて，力の集中化に対する反応は，全体として，時計を戻す無益な弁解であった。そのかわり，人が認めなければならないことは，回避し得ない集中化された力は良い判断と説明をもって実行され，時間をかける必要性がある。企業の寄付力の成長は，適正に，必要でさえあるものとして，企業役員会の治める力の部分は，このようにビジネスの進化を動かした傾向に密接に関連する。健康，福祉，教育，そして文化的組織を企業の助力で企業的に支援する立法と法的手続きは今，生き生きとした多元社会を維持する US において決定的努力を反映しているように見える－ビジネスの私的部門と同様に非ビジネスにおける生き生きとした自律的組織の社会を」。（*op.cit.,* pp.207-208.）

注

(1) 拙著『環境管理の成立』千倉書房 2006年，276-277頁　参照。

(2) ハイ・カルチャー（high culture）とは，フリー百科事典『ウィキペデア（Wikipedia）』によれば，学問，文学，美術，音楽など人類が生んだ文化のうち，高い達成度を示していると考えられたものを指す。

(3) 水道・ガス関連の機器メーカーであるＡ．Ｐ．スミス社がプリンストン大学に1,500ドル

を寄付したのに対し，株主から違法であると提訴され，1953年に裁判所はこれを合法であるという判決を言い渡した。この判決を受けて企業のフィランソロピー活動に対する寄付が合法化され，以後のフィランソロピー活動の範囲がほとんど自由に拡げられた，と言われている。

長坂寿久『企業フィランソロピーの時代　良き企業市民への道』日本貿易振興会 平成３年，64頁。

(4) イールズの社会的責任に関する見解については，以下を参照のこと。

Eells, *op.cit.,* p.167ff.

拙稿 「企業の社会的責任と芸術」『経営と経済』第88巻第４号 長崎大学経済学会 2009年，35頁以下。

４．企業－芸術関連の将来

イールズは企業－芸術関連の将来についても述べている。彼のこの著書が出版されたのは1967年であるから，彼の将来の予測の評価は，この問題の現状を見れば容易に判断できるであろう。まず，彼の予測についての見解を見てみよう。

(1) 社会的責任としての芸術支援

未来では企業と芸術関連はどのようになるのであろうか。芸術への企業支援は増大すると言われているが，イールズは「疑いもなくそうなる」し「疑いもなくそうなるべきである」（*op.cit.,* p.213.）と断言する。このような推測を可能にすることを一般的に保証し，企業が文化的制度を支援する傾向を示す十分な証拠があるからである。また，企業と芸術の双方には，健全な政策としてこのような傾向を受け入れる素地もあるからである。しかし，芸術が必要な成長を主に企業支援に頼ることができるかあるいは頼るべきか，については疑わしい。また，企業がこの成長は主として企業の責任であるという結論に一般的になると予想するには，如何なる理由もない。事実が示すの

は，両者の関連は企業の寄付活動に基礎づけられており，とても僅かなものとして残るだろう，と言うことである。では，イールズは企業による芸術支援について悲観的な予測を持っているのであろうか。実はそうではない。彼が強調し芸術の将来を託するのは，両者の相互作用のより有望で興奮させる別の方向にある企業の社会的責任の問題である。（cf., *op.cit.,* p.213.）

イールズは，これら二つの制度間の相互作用は明確に記述でき，その将来の構想は「現代企業の社会的責任(注1)」の観点から投影される，と述べる。そして，この責任は存在し，地域社会に対する義務である，とも言う。しかし，社会的責任の議論は一面的であり，議論の結果は芸術家と芸術に対して否定的である，と認識している。そこで彼は，相互作用には相互の責任があり，相互の特異な能力を互いに尊敬することに基礎づけられて，両者が活動する必要があることを強調するのである。（cf., *op.cit.,* pp.213-214.）

ここでイールズは，企業と芸術の相互作用にとって基礎を形成する，純粋に寄付的であり企業責任を伴う困難性の存在を指摘する。その一つは，企業の利己的・利潤志向的な特徴と経済におけるビジネス単位としての芸術家から生ずるものである。すなわち，両者は共にビジネス的な相互関係として利用し利用される。しかし，そのようなビジネス関係は，非ビジネス的関係から離れている必要がある，と彼は注意を促す。確かに，企業－芸術関係でも，ビジネス的考慮が必要であり，それは否定できないだろう。他方で，寄付行為は無責任で為されてはならず，そこには何らかの正当性が必要である。正当化は合理的な経営的考慮を要求する。また，反対意見には入念な思考が有効である。それは，「企業贈与は経済的に健全であり，同時に完全に利他的であり，企業のあらゆる社会的責任は社会の方向に走り，決して異なる道ではない」（*op.cit.,* p.215.）ということである。（cf., *op.cit.,* pp.214-215.）

さらに，ここで問題になるのは，株主との関係である。株主は，企業贈与それ自体を良いこととは考えず，企業の終わりと考えるかもしれない。イールズは，現代企業はこのような考えを忘れる強い傾向がある，と指摘する。

しかし，彼は，「企業は偉大な社会的制度になったが，それは，株主のこれらの基本的な経済的利益を，生活を『より高く』するために無視したからではなく，収益性という最後の目的が他の社会的に価値がある目的と一致したからなのである。」（*op.cit.,* p.215.）と主張する。したがって，企業－芸術関連を考察する場合，我々は常に相互の経済的利益を心に留め置かなければならないのである。しかし，彼は，経済的自己利益を強調し中心テーマにするのは誤りである，とも言う。かといって，企業を芸術の救助者と考えるのも誤りである。結果として，「ビジネス社会で企業がやっていけるためには，企業－芸術関連は継続的に芸術家と経営者の共通する目的の上に基礎付けられなければならない。」（*op.cit.,* p.216.）ことになるのである。（cf., *op.cit.,* pp.215-216.）

それでは，両者の共通目的とは如何なるものなのであろうか。

(2) 企業と芸術の目的の一致

共通の目的は，現代人と現代文化を深く感動させる何らかの現代の問題を深く調べることから現れる，とイールズは言う。表面的には両者の世界は離れているように見えるが，共通の目標は特殊な問題に現れる。両者の目的，範囲，教育方法を調べ始めれば，両者は対話ができるし，しなければならないことが直ぐに明らかになる，と言うのである。例えば，長い上昇傾向にある経済成長は，国民の生態的・文化的目標の追求に関連する。これらの目標間には，あらゆる分野のリーダーが最も注意深い関心を持つべき密接で親密な関係がある，と彼は考えるのである。また，我々の自由社会は開放的なので，物質的生活標準と同じく，芸術，科学など文化が繁栄する生活への道が開かれてきた。さらに彼が強調するのは，「革新と創造性」（innovation and creativity）を持つ人的資源への積極的な勇気づけと楽観主義であった。それでは，創造性を継続的に刺激する必要にして十分条件は持続するのであろうか？イールズが指摘するのは，芸術家とビジネスマンの重要性である。

（cf., *op.cit.,* pp.216-217.）

イールズが主張する他の目的共通性は，我々の全体的エコ・システムである。具体的に言えば，急速な技術的変化の結果として現れる条件下での，自然環境への社会としての我々の適応の問題である。「我々の環境における自然と人工美の何らかの規範（canons）への人間の尊敬に，我々の生存が係っていることが次第に明らかになった。」（*op.cit.,* p.217.）のである。芸術はこの問題に関連しないわけはなく，芸術家は今や文明の生存計画に不可欠の部分になる，と彼は主張するのである。また，「豊かな社会」（affluent society）の出現も両者に関連する，と言う。豊かな社会の出現は，生存と文化的繁栄の両者に関連する時間，仕事，レジャーの問題を発生させ，企業はこれらの問題に深く関与している。我々がレジャー時間の問題解決の糸口を掴み，雇用と生産の新たな意味を求めるように，芸術には新しい意義が必要となる。芸術のアマとプロの間を定義するのはずっと困難になり，芸術的生産の目的は不明確になる。幾つかの企業は洗練された公衆にアピールする企業イメージを創造するためにデザイナーや建築家を雇用し，芸術家は屋根裏部屋から芸術を売る店に移動する。両制度は経済力の相互作用であるこれらの変化に影響される，と彼は述べる。そして，次のように解説する。（cf., *op.cit.,* pp.217-218.）

こうして，芸術は企業の取締役会の議題となり，美的価値が決定的要因になる様々な問題に対して公共的立場に立たされる。このような美的事柄について両者は妥協しなければならず，互いに理解しなければならず，共通の言葉を学ばなければならない。両者は，今日，遭遇すべきなのだ。両者には問題解決の手続きに共通的な地盤（ground）があり，共通の目標を持つ現実的事柄がまだ存在する。経済的企業は，非人間的な力を駆使して活動し，今日，企業は宇宙時代の科学と技術を結びつけた。ビジネスと公共政策はもはや国内問題ではなく，明確に国際的領域に現れている。民主的資本主義の企業は現代社会における革命的力であり，国の防御者ではなくなった。芸術が

変化の酵母であるにもかかわらず，共通するステロタイプは逆の印象をもたらしてしまう。我々の時代は，粉砕された価値の時代ではなく，固定された文明の標準と標識がまだ解決されない時代である。芸術家は，管理者的に取り扱われ，本物の芸術家は，あらゆる力を使ってこのような取扱に抵抗する。芸術家と企業は，哲学者と科学者と並んで，我々の時代の中心的疑問者であり，全体主義に反対する共通の目的を持っている。と同時に，彼等には重い責任が要求される。芸術家とビジネスマンは，全体主義の国家と権威主義の人間性と戦うべきなのである，と。（cf., *op.cit.,* pp.218-221.）

(3) 芸術への反感

何事においてもそうだが，イールズは，芸術と企業の関係にはプラスとマイナスの両面がある，と言う。追求すべき共通の目的があると同時に，基本的な敵対関係がある，と言うのである。当然ながら，この敵対関係は，企業と芸術家の相互作用を概観する時に，見逃されても回避されてもならないであろう。彼によれば，企業世界の物質主義は，芸術と人間性の理想主義に対抗し，「二つの文化」（two cultures）の論争に関係する。この論争には隠された真実があり，一種の弁証法がある。したがって，反感は必ずしも破壊的でなく，論争から偉大な価値を持つジン・テーゼ（a synthesis）が立ち上がるであろう。ほとんど疑われない敵意が存在し，それは両側にある。芸術家は企業世界を疑い，それを反知的で反美的意図のせいにし，ビジネスの世界では，時に美に対する軽蔑の空気があり，芸術を「危険な急進主義」（dangerous radicalism）と同一視さえもする。また，ビジネスマンは，芸術への支援を必ずしも最高の動機として信じている訳ではない。攻撃と反攻撃は，無知と偏見から生まれるのがしばしばである。それに，地域社会には芸術と芸術家が必要であり何らかの義務がある，ということは企業社会では一般的には認められていない。したがって，企業社会は芸術への反撃の先兵になる可能性があり，それは芸術に対する敵対と異ならない。しかし，イールズは，

ビジネスを犯人にすることは間違っている，と断言する。（cf.，*op.cit.,* pp. 221-223.）

イールズは，もっと激しく攻撃する別の社会的勢力が存在することを指摘する。それは宗教である。宗教的倫理は，宗教的ドグマに関係なくその独自の法則を追求することを命令するからである。芸術と宗教の対立は，必ずしもいつも明らかでありあるいは現実であるとは限らないが，いかなる場合でも，芸術とビジネスの対立と密接に類似しているわけではない。しかし，彼は，注目に値する類似があることを指摘する。美の判断における倫理的様式は，厳格な倫理的あるいは宗教的なものを超えた基準を持っているから，この基準に到達するように，芸術とビジネスはパートナーになるのである。これとは別に，芸術家と経営者の結びつきを示す指標はまだあるが，基礎的な敵対関係はまだ残っている。彼は，官僚化された産業の合理主義に対する，芸術における非合理主義の反抗を見る。また，官僚化された「機械」と技術的社会の「人間性疎外」（dehumanization）に反抗する，劇場の不合理の叫びを聴く。芸術家が実務家によって「非合理的」な夢見る人として放逐される時，我々は彼等の激怒を目の当たりにする。芸術家の表現が揃わないことは，能率的な組織の命令系統と対照的である。関係者は無視しがちであり，非合理性と疎外，疎遠，混乱の芸術家的表現に，我慢できない。このように，味方や友人としてよりも反対者として芸術と企業を取り扱う沢山の理由がある。反対者の利害も，実りある結果のために新しい洞察を生み出すために破滅するかもしれない。敵対主義もプラスの結果をもたらすのがあるが，敵対主義は悪いときに起きるものである。そこで，彼は，いかにしてプラスとマイナスの関係を伴うこの困難性が解決されなければならないか？，を問う。（cf., *op.cit.,* pp.223-225.）

(4) 芸術と教育

イールズは，企業－芸術関連において，敵対主義より最も重要な現代の問

題は「教育」（education）である，と考えている。そして，教育の偉大な目標について，我々が語っているのは真実である，と主張する。ビジネスと文化的制度は，教育過程において統合的な役割を担い，芸術と企業はこの共通する地盤において遭遇する。ビジネスと教育が共通の問題を持っているのは，決して新しいことではない。彼によれば，教育機関は若者にビジネス・キャリアを用意するだけでなく，企業時代における「知識産業」の専門的訓練センターである。教育方法には，人間性と芸術における知識の最前線となることも含む。また，道具の使用，文明，企業の教育支援についても教え込む。現代企業が偉大な教育的力であるのも事実である。プラトン（Plato）のモデルでは，あらゆる社会的制度の正当性は教育における市民の役割に強く依存する。このモデルは，教育的文脈において将来の企業と芸術の相互作用を確かめるための有用な出発点である。その際，彼は，「経済人」（economic man）モデルの企業はもはや考えることはできない，としてこれを否定する。（cf., *op.cit.,* pp.225-227.）

イールズは，企業と教育の関係について概略次のように述べている。企業政策(注2)は，地域社会の全てが持っている価値目標に反映する。現代企業は，今日の社会的要求により主要な社会的制度に含まれ，偉大な企業リーダーの能力は，ビジネス制度の教育的潜在性への洞察を含み，現代企業は教育者としての正当性を探している。企業を教育者と考える方法は，消費者を「教育する」広告者としての企業から，専門的知識を持つ人力の供給まで沢山ある。企業の教育的活動は，投資大衆を拡大し，「人民資本主義」（people's capitalism）の美徳と企業安全化の能力に気づき，さらに進んで「健全な」経済的教育の必要性を強調する。古い「直接的利得」ルールは退却させられ，その代わりに，ビジネス複合体の直接的要素として地域社会を信頼し権力が行使されるそれらの制度の間で，企業をはっきりと位置づける寄付力について新しい合理性を持っている。企業は地域社会における教育的目的に繋がることで，主要な社会的制度として現れる。教育の目的と範囲の中で，現代企

業は特に教育者としてその権利と義務を地域社会に志向させる。先に確かめられた教育における芸術の場所は，芸術は文明を促進しもはや疑いもなく生活の一部となっている。教育は芸術を含み，一般的に専任の役割りと承認が与えられ，企業による教育は大きな課題が与えられる。疑いもなく，教育は，ビジネスと芸術の両者に対して極めて実りある活動へと他の活動を引き込むであろう。（cf., *op.cit.,* pp.227-228.）

ここで，彼は，教育，芸術，企業の関連に関する論争を紹介し，「企業－芸術－教育複合体」（the corporate-arts-educational complex）の成立と展開について述べる。それらの論争から，彼は次のように結論する。

芸術は，教育された人が携わるべきであり，素人でも参加できる文化としての芸術とは異なった準備が必要だと思われる。大学は両者を分けるであろう。企業政策としては，立場をあまり教条主義的に採るのは賢くないだろう。教育の支援を決めた企業は，リベラルな教育における芸術の居場所を厳しく考えるべきである。教育に関与するビジネスマンは，企業－芸術－教育複合体における調和の精神を告げる機会を与える。調和の問題は，教育のあらゆるレベルで，沢山の自生的・成文的な公約の全てにおいて起きる。企業の役割は，教育的制度の受託者として，ビジネスマンの仕事を考慮することで終わると考えてはならない。ビジネスマンは，初等・中等教育に責任を持った納税者であり投票者である。音楽教育における状況は問題である。形成的芸術家と音楽教師は，教育の危機的レベルに残された人間性のルネッサンスとインスピレーションのための運動に参加するであろう，と。（cf., *op.cit.,* p. 234.）

同じく，イールズは，企業支援を受けている音楽家，教育者，文化センター間の努力をより良く結合することが必要である，とも主張する。さらに，企業支援による財務的問題は良好であるが，もっと良いのはこれらのセンターと教育者間を結びつけるよう企業が勇気づけることである，と企業の役割を強調する。ただ，これについては，企業－芸術－教育の深く広い研究が必要

であることを指摘する。このような企業政策における指導哲学は，これまで提示されなかったもので，暗示的で形成化され得ないものである。これに関して，彼は，二人の専門家の言葉を引用している。一つはユーリック（R. Ulich）の創造性に関する文章であり，もう一つはリード（Sir H. Read）の弁証法に関する文章である。それらの見解を総括して，彼は次のように結論的に述べる。教育に関する企業政策の規範は，上に暗示された指導に志向するであろう。芸術，ビジネス，教育の共通目標を探求することは，明日のアメリカのメイン・ストリートを歩むことである，と。（cf., *op.cit.,* pp.235-236.）

注

(1) イールズの企業の社会的責任に関する見解については，以下を参照のこと。
Eells, *op.cit.,* chapter Ⅶ The Dialogue and Dilemma of Sosial Responsibility, p.167ff.
拙稿「企業の社会的責任と芸術」『経営と経済』第88巻第４号 長崎大学経済学会 2009年３月，35頁以下。

(2) 「企業政策」とは，企業のトップ・マネジメントが行なうべき意思決定のことを言う。これについて詳しくは，次を参照のこと。
拙著『企業政策論の展開』千倉書房　昭和63年。

５．芸術と企業

(1) 芸術と美

イールズによれば，芸術は知識の道であり，それは知識へのユニークな小径として，教育の必要欠くべからざる部分である。教育では，芸術と企業の両制度が遭遇し，両者は知識の発展，吸収，移動に関係し，企業と芸術を結びつける関連にとって，強力な実状を作る。（cf., *op.cit.,* p.236.）

芸術は知識を作ることであり，それらは「別の種類」（in another order）の知識に属する，とイールズは考える。だから，知ることと考えることは，

芸術の作品を生産することではない。芸術にはもっと何かが必要なのである。「どんな種類であれ，することと作ることにはすべて芸術がある」。（*op.cit.,* p.237.）「ファイン・アート」（the fine arts）(注1)では，知識，知性，発明を応用することの目的は，「美を作ること」（the making of beauty）である。芸術において真実と知識を作ることが芸術家のビジネスであることは，作成に役立つ。作成者は注目の中心となり，「作る存在」（making being）としての職人の活動は注目に値する。作ることの知られざる歴史についての体系的分析は，芸術と現代産業企業との間の関係を特別な光の中で明示するであろう。（cf., *op.cit.,* pp.237-238.）

ところで，芸術の実践で架橋できない裂け目は，ファイン・アートと実用的芸術の分離である，とイールズは指摘する。そして，これは歴史的真実であると同時に企業政策と芸術家の良き格言であり，有用さと美の基準に見事に奉仕する，と言う。そして，美について次のように述べる。物の美は「人工物の美」（the beauty of artifacts）であり，必ずしもファイン・アートによって作られた物の美的特徴ではない。しかし，全ては作成者の産物であり，芸術の美しい作品と同じく，美は我々のために作られた物にもあり，それを知覚することは，芸術の美を理解することであり，それを作ることではない。産業的生産の世界で美が見出される限り，芸術の哲学が企業の哲学と相容れない，と言うことはない。芸術家と産業人は，ここで共通の地盤の上に立つのである。このような推定は完全に受け入れられないとしても，美学と芸術の哲学の両者が芸術家と産業人の共通の地盤であるのは，逃れられないように思われる。実用品として作られた物は美の範疇に受け入れられ，美学者はそれに反対して教義的に美の基準線を引くべきではない。美の基準は固定的でないし，美しい物作りの人々についての我々の範疇でもない。

さらにイールズは，考察を美の問題から芸術と企業に関する問題に発展させ，次のように述べる。真実性と生産性は芸術家を企業経営者の世界に入り込ませるのは明らかである。両者は，芸術と企業の双方に対する関係を良く

考えるだろう。多くの人々は豊かな時代に何を生産するのか？我々の時代と種類が異なる商品が生産的である新しい文明化の可能性の代わりに，どのようにするのか？特殊な真実を先取りする道を彼等に与えるべきであろう。すなわち美しい物を作ること，を。我々が利用し残った世界で，豊かな時代を動かす課題に向かうように，我々は芸術と人間性が提供するより高い文明化のスタイルを持つ必要がある。しかし，企業経営者はあまり訓練されていないので，豊かな時代の芸術家と完全には抵抗できない。適応の課題は，芸術の世界ではもっと異なる。問題は，豊かな時代において，彼の近くにやって来た作る人に深遠な変化を見ることを助け，新しい領域に生産を移動することを望むようにするだろう。芸術家の時代は，彼等が気づくよりももっと近いだろう。宗教は19世紀において力強かった。世紀の変わり目には科学が来た。30年代には教育者が来た。文明化で芽生えた力は多分芸術家であろう。（cf., *op.cit.,* pp.239-241.）

(2) 企業とハイ・カルチャー

イールズによれば，「芸術，科学，哲学，文学，学問の状態に反映されるように，『ハイ・カルチャー』は我々の国家的目標のひとつである」。（*op.cit.,* p.241.）そして，アメリカはこれらの分野において遅れていたので努力し，その際何が企業の役割なのか，を自問自答し，「企業は，社会的制度として生き残るためには，それを維持しそれに仕える文明化の本流の近くにいなければならない。」（*op.cit.,* p.241.），と答える。さらに問う。高い文化に向かって国を動かす政策と調和しながら，立場を確保し活動することは企業の機能ではないのか？，と。企業経営者が全く無関心であるならば，それは問題であるが，それは事実ではなく，巨大企業のリーダーは無関心ではあり得ない。通常，指導的企業におけるリーダーは，基本的に幾つかのハイ・カルチャー領域に個人的関心を持っている。収益性は企業の唯一の正当な目的であるという地盤の上で，企業は人によって動かされ，人はものすごく複

雑な一組の動機を持っている。しかし，経営者の動機から利潤動機が滑り落ちるのは不可能である，と利潤動機と経営者の関心事について基本的関連を述べている。（cf., *op.cit.,* pp.241-242.）

ハイ・カルチャーと企業との関連について，イールズはさらに考察する。国家的努力に企業を巻き込む時，それは人の偶然性に基礎付けはできない。それはちょうど，科学の進歩に対する企業の利害に見られるように，主要な社会的制度としての企業に対するハイ・カルチャーの意味に地盤化されている。伝統的に，アメリカの文化は抽象的思考と生活の美的側面を重視しない特徴を持ってきた。この新しい努力に対して目立つのは，企業と政府の共同活動である。その結果，企業の抽象的思考における利害は注目に値する。ハイ・カルチャーの科学的領域では，国は周囲の力によって到達した。純粋科学は尊敬され，基礎研究はその価値を提供した。その結果，「今や，科学的抽象化は『実践的』であると受け取られるのが一般的である」。（cf., *op.cit.,* p.242.）企業では，現代化された今日の生産過程は，企業にハイ・カルチャーの意味の新しい自覚をもたらしたが，この自覚は科学と技術に留まらない。しかし，文化の局面では事態はゆっくりと進んでいるようであり，芸術と非科学局面のハイ・カルチャーへの企業の関心は，まだ外回りしているようである，と彼は認識する。企業と芸術の関連は，企業の寄付力として取り扱われるのが多く，彼によれば，これはまだ成熟していない見方である。しかし，寄付力は企業とハイ・カルチャーの相互作用で試されるべき企業力である。我々が，①ハイ・カルチャーの多様なジャンルの実践家（practitioner）と保管者（custodian）として，知性の三つの課題を考慮し，②この課題における企業の役割を精査するならば，これはより明確になる，と彼は指摘するのである。（cf., *op.cit.,* pp.242-243.）

イールズはさらに考察を深める。企業はハイ・カルチャーの実践家と保管者の両者と提携することが必要である。ハイ・カルチャーの三つの課題とは，①発見と創造，②保護と解釈，③維持と拡大，である。現代企業は，この三

つの課題のそれぞれの局面に巻き込まれるが，機会と責任の両者を持ち，実践家と保管者への責任を持っている。場合によっては責任は間接的であり，直接の実践家と保管者への支援が必要である。異なる場合では，企業は直接的で活動的な部分を採ることができるし，また採るべきである。利害ある地域社会のメンバーとして，彼等は利害の幾つかを積極的に採るだろう。集団的実体としての企業は，企業政策に関連する会議と経営者の活動が引き受けられなければならない責任を持つからである。（cf., *op.cit.,* pp.243-244.）

(3) 企業政策と芸術

上述の考察を受けて，イールズはいよいよ企業と芸術の関連についての検討に入る。企業の機会は重要である。創造と発見は緊急性が小さい課題であるが，ここでも企業政策の問題が起きる。しかし，創造と発見の中心は企業の手中にはないのが特徴的である。好みによって，創造者と発見者は活動を守るために隔離された地域に住んでいる。明日の科学と技術から，どこで人はこれから発展するアイデアを見つけるのであろうか？彼等を落胆させない企業政策を実施し彼等に良い反対給付を用意するなら，これらの人々は探し出され,能力の探求は技術や工学的問題への科学の応用に閉じこめられない。基礎的で純粋な科学は彼等を育成するための基本的領域だけではなく，ビジネスの将来のリーダーは沢山の科目分野から引き出されなければならないことが，次第次第に認められて来ている。このように，創造心は，沢山の種類の学問分野であるいは全ての学問の回りで育てられるであろう。我々は，あまりにも適合的にあるいはあまりにも無理解に，発見者と創造者を芽生えさせる障壁を低くすることを試みた。未発見の知識の領域は，あまりにも沢山ある。発見者は，あらゆる方向に知識のフロンテアを前進させる意志があり，またそれが出来る。芸術では少なからずそうだ。我々は，学ぶ方法の新しい道の発見が必要であるが，発見に対する障壁がある。20世紀が幕が閉じたとしても，抑圧と検閲は仮面をかぶって行われている。我々は自由人であると

しても，異なる慣習と法律によって未だに縛られている。若い潜在的な発見者と創造的精神は，これらの制限によって抑制されている。彼等はそれらに反抗し，反抗は企業との結合を必要とする。「企業政策は，すべてがそこから利益を得るハイ・カルチャーに向かう我々の国家的運動に立ちはだかっている障壁に無関心ではあり得ない」。（*op.cit.,* p.246.）障壁の幾つかは，未熟であった時代の習慣と先入観に根ざしている。今日における異なる種類の危険な障壁は，マス・メディアである。印刷による娯楽の御用商人（purveyors）は，読者の標準が需要の平均レベルを少しでも超えることを恐れている。レベルの低下は，御用商人による一種の自己検閲を含む。創造的領域は始めから制限され，潜在的創造者と発見者に到達するかも知れない刺激は切断されてしまう。（cf., *op.cit.,* pp.244-246.）

我々の大量生産経済において，創造性を禁ずるかすかな力が働いている，とイールズは警告する。その原因は何であるのか，対応策はあるのか，幾人かの関係者は尋ねる。このような質問に対し明らかに敵対的反応がある。その反応が示すのは，長期的に考える経営者は無視しないという傾向である。彼等は新しい方向の創造性を示すから，コミュニケーションの専門家は提案する。大企業では，ビジネスに対してどのように応用するのかを，誰が知っているのか？利益損失だけでも，芸術の傾向は企業に広く新しい地形を開拓し，古い領域は閉鎖される。これは技術における真実であるが，芸術においてはあまり知られていない。多くの経営者は，少し遅れても退職には繋がらないから，科学の基礎的研究への必要性に直面しないし，企業－芸術関連の重要性への受容力はない。しかし，競争はある。創造性に満ちあふれた企業における芸術の創造性は，次の10年間で驚くべき市場を確実に導くであろう。芸術の世界からのビジネスの世界の解放は，歴史的に企業の多くの領域で効果的であったという事実を見逃してはならない。この解放は，哲学的理由で芸術側では守られ熱望された。多くの論者は芸術の必要性を訴える。「芸術は社会的集団の利害から極めて自由なので，芸術は地域社会に貢献する」。

（*op.cit.,* p.248.），と。（cf., *op.cit.,* pp.246-248.）

この観念にあらゆる芸術家が同意するとは限らない。実践的問題としての芸術について芸術家自身が関わることは，一般的に関係者が気乗りしない理由のひとつである。だからといって，芸術家が問題に関わらない理由とはならない。関係者には生産の合理化の追求が期待され，この合理主義は今や政治経済学にまで及び，文化マトリックスまで伸びる。人は政治資本の関係者に期待し，私的部門は同じくビジョンの計画を拡げなければならない。（cf., *op.cit.,* p.248.）

ハイ・カルチャーに向かいそれを維持する社会では，私的独立は極めて貴重な資源である。それは多分，何かをハイ・カルチャーに作る発見と創造の必要性である。我々の時代は，それらを豊かに作り続けなければならない。芸術ではこれらの継続的貢献は自由に流れなければならない。「我々は，過去の発見と創造を拒否しては完全に生きることは出来ない」。（*op.cit.,* p.248.）この点で，関係者，特に企業経営者はジレンマに直面する。私人としての芸術への関心と，企業の成員としての意思決定のジレンマ。企業はハイ・カルチャーの集団やエリートのために文化の一般原則を支援すべきである，ということに賛同すれば，文化の希薄化を招きレベルの低下をもたらす，というジレンマ。この立場は経済に適合しないとうい弱点を持つので，中立性を厳格に守るという立場がある。芸術家は上手に適正に問題の世界から離れるが，関係者はそうはいかない。今日ハイ・カルチャーは経済の世界に生きているので，離れる選択はできない。「現代企業は既に深くこれらの『文化』の一つとして科学に含まれており，今や人間性は彼等の要求をマークしている」。（*op.cit.,* p.249.）（cf., *op.cit.,* pp.248-249.）

企業と芸術の将来についての考察を，イールズは次のように締めくくる。

「これらの二つの文化における自由放任は，もはや不可能である－それは既にそうであったならば。政府と私的部門における巨大な集合体の企業政策の両者は，両者の領域に不可逆的に動いた。簡単に言えば，組織化された社

会は今や，大規模に科学と芸術の促進について何かをすることに動いた。科学，芸術そして人間性の国家的基礎はここに留まるべきである。それらは，それらの領域における準公的で私的な連帯の広いネット・ワークとの協働において働くであろう。私的で自発的な活動はあらゆる所で公的活動の相関が必要である。企業は，公的－私的協働のこの多元的原則を強固にするため呼び出されるであろう，国粋主義の危険を避け，草の根での全ての努力に活力を与えるという両者のために。特に芸術において，文化政策の中央の，連邦の命令を最小化し，地方の自律性，主導性，そして科学と芸術における発見者と創造者への統制の普及を最大化するために，熟考された試みがなされるであろう」。（cf., *op.cit.,* pp.249-250.）

注

(1) ファイン・アートとは，美術あるいは絵画，彫刻，工芸，建築などの造形芸術を言う。小稲義男（編）『新英和大辞典 第５版』研究社 1980年，782頁。

６．結

以上のイールズの見解は, 企業メセナを研究対象とするわれわれにとって, 沢山の示唆に富むものである。それらの中で特に重要と思われる点を取りだし，われわれの見解を述べることとする。

イールズの見解において，われわれが特に注意し重視しなければならないのは，企業と芸術との関係を「企業とその環境」との関連で考察していることである。企業は「環境適応的オープンシステム(注1)」として理解されるから，このような考察は不可避である。例えば，彼は，企業贈与を外部圧力による消極的対応すなわち環境順応ではなく，企業環境へ注意深く配慮し企業が市民社会で繁栄していくための積極的な環境適合として捉えている。すなわち，企業贈与は外在的な要請ではあるが，現代企業にとってはそれは市民

社会で繁栄していくための内在的要請として捉えられるのである。したがって，企業メセナも，企業の主観的判断によって行われるものではなく，環境適応に必要な企業の客観的で合理的な活動として理解されなければならないであろう(注2)。

次に注目すべき見解は，企業贈与および企業寄付が「企業の社会的責任」という範疇において捉えれられていることである。企業の社会的責任の概念は多様であり，現在の所，明確な一義的概念は存在しないと言って良いであろう。もちろん，われわれも社会的責任の概念を持ってはいるが，それは企業の商品生産という経済的責任と労務管理の一部をも含んだ曖昧な概念である。イールズの概念は，企業経営者の企業贈与に対する正当化と合理化の試みとして述べられているにすぎないと解される。イールズ自身も述べているように，企業メセナをも含む企業寄付は商品生産という企業の生得的機能とは基本的に切り離されて行われるものである。したがって，社会的責任という不明確な概念にこれらの問題を包み込むのは，企業メセナの本質を見失う可能性があり，彼の見解は果たして妥当であるかどうかの検討が必要である(注3)。

さらにわれわれは，イールズにおいては，企業メセナが「豊かな市民社会」との関連で考察されていることを指摘することができる。これは重要な見解である。彼は，現代の市民社会は物質的な内容と精神的により高い目標に向かって急速に動いている，と捉えている。市民社会を構成する個々の市民の目的は多様であるが，共通する大きなひとつが「豊かな生活」の実現であることは否定できないであろう。われわれは，個人的には量的にも質的にも異なる現象として現れるかも知れないが，生活の豊かさを求めて日々努力し活動していると解すことができる。豊かな生活を実現するには，何よりもまず経済的豊かさが必要であろう。しかし，それのみでは真の豊かさが実現できるとは言えないであろう。同時に，精神的豊かさが絶対的に必要である。人間は，精神を持った物的存在であるからである。物質的な豊かさから同

時に精神的な豊かさへ，この傾向について，われわれはシュテーガー（U. Steger）と同様に「ゴッセンの法則」で説明できるであろう(注4)。企業メセナは，まさにわれわれ人類の高度な知的活動である芸術・文化（特にハイ・カルチャー）に企業が何らかの貢献をすることにより，われわれの精神的豊かさの実現に貢献する活動である，と捉えることが出来るであろう。

最後に指摘しておきたいのは，企業と芸術および教育との関連への言及である。教育は様々な知識を学習者に伝え，彼らの能力を開発し成長させ，社会の要因としてその発展に貢献せしめられる重要な活動である。芸術は知識の創造であり，それらの知識は教育によって社会に伝達され蓄積される。教育を受けた者は企業の成員として，企業の維持と発展に貢献し豊かな社会の創造に寄与する。イールズが述べるように，企業と芸術は教育過程において統合的役割を演じ,共通する利害を持って教育過程の中で遭遇するのである。企業は地域社会における教育的目的と繋がることで，主要な社会的制度として現れ，教育者としてその権利と義務を地域社会に向ける。芸術は文明を促進し市民生活の一部を構成し，教育の中に取り入れられ固有の役割が与えられる。教育は，企業と芸術の両者に対して極めて実りある活動を提供するのは疑いない。教育は，企業メセナにとってその基礎を形成するのである。

われわれの次の課題は，イールズの所論の検討によって得られた認識をさらに精緻化し，企業メセナの企業的必要性を企業管理の体系の中に位置づけることである。

注

(1) 「環境適応的オープン・システム」としての企業については，次を参照のこと。
拙著『前掲書』，2-3頁。

(2) 「環境順応」と「環境適合」については，以下を参照のこと。
拙著『前掲書』，2頁。

(3) 「企業の社会的責任」に関するわれわれの見解については，次を参照のこと。
拙著『前掲書』，276-277頁。

拙著『企業管理論の構造』千倉書房 平成３年，第６章 企業の社会的責任と企業管理，159頁以下。

(4) シュテーガーは，先進国における自然環境保護の高まりを「ゴッセンの法則」（Gossenschen Gesetzen）で説明している。

Vgl., Ulrich Steger, *Umwelt Management.* 2. Aufl., Frankfult am Main 1993, S.74.

拙著『環境管理の成立』，73頁参照。