

企業の社会的責任と芸術

菅 家 正 瑞

Abstract

We are now investigating the problem, “ Why must corporations do philanthropy, especially corporate mécénat ? ” To get the answer, we have published several papers such as, “ Corporate citizenship management and corporate mécénat ” and “ What relationship are there between corporations and arts. ” These papers, however, are not perfect to gain our goal. We must explore study our task more.

There are more important facts about corporate mécénat and corporate social responsibility. Because we can find significant relationship between social corporate responsibility and arts, we should try to find out essential factors between these two problems. R. Eells, one of the leading scholars on corporate social responsibility, discusses relationships between corporate social responsibility and arts. We want to get a clue to solve the problem of our task.

Keywords: corporate social responsibility, arts, mécénat, philanthropy, Corporate Citizenship Management.

1 . 序

我々は現在、「企業は何故メセナをするのか?」というテーマを追求している。我々は既に、不十分ではあるが、「企業はなぜ社会貢献をするのか?」という問題には一つの解答を示している⁽¹⁾。しかし、現在の問題に対する答えはまだ解明していない。その一つの手がかりとして、「企業は芸術とどの

ような関係にあるのか？」⁽²⁾という論文を發表し、その中で、問題解決の糸口を示したにすぎない。我々は既に表明したように、この困難で複雑な課題を解明するため、イールズ(R. Eells)の著書『企業と芸術』⁽³⁾の検討を介して解決しようとしている。

企業と芸術との関連を考えると、我々は「企業の社会的責任」(corporate social responsibility)について言及しないわけにはいかないであろう⁽⁴⁾。なぜなら、企業の社会的責任の概念は多様であるとしても、それは企業の社会貢献活動(corporate philanthropy)⁽⁵⁾を必ずと言って良いほど包含しており、社会貢献活動の内容の一つとして多く行われているのが、企業の文化・芸術に関する支援、いわゆる「企業メセナ」(corporate mécénat)であるからである。そこで我々は、本稿において、企業の社会的責任という問題に関して、それを肯定する立場の代表者と目されるイールズの見解を明らかにし、それと芸術との関連に関する彼の主張を見ることとする⁽⁶⁾。

注

- (1) 拙稿、「市民化管理と企業メセナ」、『経営と経済』第88巻第2号 長崎大学経済学会 2008, 123頁 以下 参照。
- (2) 拙稿、「企業は芸術とどのような関係にあるのか?」、『経営と経済』第88巻第3号 長崎大学経済学会, 2008, 271頁 以下 参照。
- (3) Richard Eells, “*The Corporation and The Arts*,” The Macmillan Company NewYork 1967 .
- (4) 企業の社会的責任に関する我々の見解については、次の文献を参照されたい。
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。
- (5) 企業の社会貢献については、次の文献を参照されたい。
拙著、『環境管理の成立』, 千倉書房, 平成8年, 第7章 環境志向の市民化管理, 243頁以下。
- (6) イールズの上掲書への参照と引用については、本文中に()で示すこととする。

2．大企業の責任

(1) 企業の権力

イールズによれば、企業と芸術の関係について語るならば、企業の「社会的責任に注意の焦点が当てられるべきである(*op.cit.* , p.167.)」なぜならば、一般的な仮定として、「企業が大きくなればなるほど、芸術の実践家と保護者への社会的責任は大きくなる(*op.cit.* , p.167.)」からである。「しかし、芸術への社会的責任は現代企業の一般的な『社会的責任』の副次的機能である(*op.cit.* , p.167.)」という仮定もしばしばなされる。すなわち、企業の芸術への支援は企業規模と関連するとしても、規模は企業の社会的責任の中心的事項ではない、と一般的には考えられているからである。そこで、企業規模の問題が社会的責任における問題の一つを形成することになる。しかもそれは、権力問題と密接に関連するのである。⁽¹⁾ (*cf.* , *op.cit.* , p.167.)

彼はまず、企業規模と社会的責任との関連について考察する。その場合、彼は大企業の社会的責任を「社会全体における他の経済的権力との文脈において(*op.cit.* , p.168.)」見ることが必要であることを強調する。なぜならば、「規模は、必ずしも注目に値する『社会的責任』を持つ望ましい企業の特徴を持つとは限らない(*op.cit.* , p.170.)」からである。⁽²⁾

イールズによれば、企業と芸術との関連については、まず大企業の責任を検討しなければならない。なぜならば、大企業の「経済的権力は、社会の企業責任についてのどのような評価においても疑いもなく中心的に考察される(*op.cit.* , p.168.)」からである。しかし、経済的権力に言及する場合に忘れてならないのは、さらに二つの重要な権力が存在していることである。その一つは「大きな政府」(big government)であり、もう一つは「中小企業の複雑性」(the complex of small-and mediumsized business units)である。⁽³⁾

政府の権力

連邦政府は巨大な経済的権力を持つから、その権力も強力である。そこに州や地方の政府が加われば公的部門における公的権力は、私的部門における経済的衝撃を遙かに凌駕する衝撃を与えるのは言うまでもない。⁽⁴⁾ (cf. *op.cit.*, pp.168-169.)

中小企業の権力

彼は、社会的責任を論じる場合、中小企業の権力も加えるべきである、と主張する。アメリカの中小企業はその経済的強みの源泉であるからである。⁽⁵⁾

法的規定による中小企業は、まるで大企業のように見える芸術家も存在するであろう。小さな地域社会（community）では、「小企業」でも大企業と見られるかもしれないのである。⁽⁶⁾ (cf. , *op.cit.* , p.169.)

このように、彼は企業の社会的責任と企業規模との関連性に言及したが、企業規模は相対的なもので上述したように社会的文脈の問題なのである。(cf. , *op.cit.* , p.170.) 彼が大企業と考えるのは、フォーチュン誌名簿 (*Fortune's directory*) に載っているような多数の株主によってではなく、経営者によって支配されている「内部支配的」(endocratic) 企業を指している。このような企業では、社会的責任の問題は経済的責任とは別に、所有経営者とは異なる専門経営者 (professional management) によって判断される。このような企業では、社会的責任は所有経営者とは違った基準と評価を持ち、それらの企業は国民経済における富の大部分を支配している。したがって、大企業も「専門経営者」を持つ企業と、それ以外の大企業に分けて考察されなければならないことになる。(cf. , *op.cit.* , pp.170-171.)

(2) 責任の「意味」と「内容」

その前に我々は「責任」の意味とその「内容」を考察する必要がある、とイールズは注意を喚起する。それらは、社会的責任を議論するための基礎的

概念であるからである。

責任の意味

イールズは、まず、強制的義務としての責任の考察から出発する。それらは、株主、顧客、被用者、取引業者に対し強要できる、法的で契約的義務としての責任である。しかし、これらの責任は、企業活動にとって基本的なものであり、責任ある法人として当然の行為であるから、社会的責任の範疇には入らない。あえて言えば、これら4つの集団の潜在的メンバーの要求を予測する責任があることだけである。これらの集団に対して社会的責任を試すことはできるが、これは単なる論理的な問題であり必要性の問題ではない。無関心にこれらを対象とする「企業政策」⁽⁶⁾には、それによって発生する「責任」の問題が横たわっている。例えば、醜悪な都市、水と大気の汚染、などの文化への脅威となるものである。企業はこれらを解決するべきであるという市民の感情が成長し、市民の義務の一部となり、倫理的規範となった。この倫理的規範を無視することは、企業の社会的責任の失敗になる、とイールズは警告する。⁽⁷⁾(cf., *op.cit.*, p.174-177.)

責任の内容

それでは、社会的責任の名の下で、企業は「公衆」(public)が期待する要求に全て応えなければならないのであろうか。そうではない。「企業の社会的責任はあらゆる公衆の期待に反応する要求ではない(*op.cit.*, p.175.)。」「しかし、だからといって、「企業の社会的責任は企業への公衆の要求に単に消極的に適応することだ、と定義することはできない(*op.cit.*, p.174.)。」思慮深い企業指導者は、批判を招かないために、公衆の期待を無視せず理由ある反応を示す。頑固な反抗は、長期的収益性という目標の失敗を招くだけであり、あらゆる公衆の要求に無差別に応じることは高く付くだけである。したがって、企業経営者は、「社会的責任を受け入れるに当たっては、企業の短期的にも長期的にも有利な均衡をとる判断を基

礎にして活動しなければならない(*op.cit.*, pp.175-176.)。』しかし、彼等は、利害の均衡をとる過程で、真っ正面から決定的問題に遭遇させられる。簡潔に言えば、それは長期的収益性に反するとしても、受け入れざるを得ない責任の存在である。ここに、企業の社会的責任における一つのジレンマ(dilemma)がある、と彼は指摘する。(cf., *op.cit.*, pp.174-176.)

責任の拡大

さて、公衆は、高い基準に基礎づけられて成果をあげる新しい企業イメージに慣れさせられてきた、とイールズは考える。その原因として彼が指摘するのは、生産性、革新、サービスの創造的拡大によって、死活的標準が鋭く上昇した結果である。大企業の指導者による公衆問題への活発な参加によって、公衆の期待はさらに高まる。これが意味するのは、今まで以上に企業への公共的あるいは社会的責任が要求される、ということである。

「今日、社会的責任は、自由国家の目標を達成する共通の努力に貢献し、市民化された社会の構造の基本的部分として、生命力ある社会的制度として - 良き成果をもって - その指導者が彼等の企業を考えることの一つである(*op.cit.*, p.177.)。」(cf., *op.cit.*, p.177.)

このように、イールズは企業の社会的責任の意味を述べるのであるが、ここで我々が注意しておかねばならないのは、社会的責任は企業の基本的経済活動から派生してきた問題である、ということである。したがって、我々が彼の見解を理解するに当たっては、両者の間には密接な関係があることを忘れてはならないのである。

社会的責任と企業生態学

そのような観点の一つとして、次のような「企業生態学」(corporate ecology)に関する問題がある。イールズはこの企業生態学の視点から問題にアプローチする。企業生態学とは、「一般的な人間条件に企業が適応することに関する科学である(*op.cit.*, p.186.)。」企業生態学のアプローチが意味するのは、純粋な企業者的方法を超える冒険的で大きな仕事を仮定

する計算された意志である。また、それは、成果の評価に用いられたある種の基準を意味している。悪化する公衆の問題は、遅かれ早かれ収益性に影響する社会的変数(social variables)である。現実の企業は、公衆の要請からこれらの変数を感じ取り、被害に先回りするように努力し、社会的に責任ある企業はもう一步先に進もうとする。これらの企業行動は公衆から利益を得ようとする熱意によって動機づけられている、と彼は主張するのである。(cf. , *op.cit.* , p.178.)

要するに企業生態学とは、企業を一つの生命体とみなし、生命体が環境変化にうまく対応し生存を確保しているように、企業もまた環境適応的システム⁽⁸⁾であり「継続事業体」(going concern)としてその環境にいかに対応し、企業の最高目標である持続的発展を達成するための、一つのアプローチを支援する科学である、と解される。

注

- (1) 企業と企業権力との関係については、次の文献を参照されたい。

J.K.Weitzig, *Gesellschaftsorientierte Unternehmenspolitik und Unternehmensverfassung*, Berlin/New York 1979. S.18ff.

拙著、『環境管理の成立』、第6章 環境志向の労務管理、213頁以下。

J.K.Galbraith, *American Capitalism, The Concept of Countervailing Power*, Boston 1952, p.115ff., 藤瀬五郎(訳)、『アメリカの資本主義』、時事通信社、昭和30年、142頁以下。

拙著、『企業管理論の構造』、第6章 企業の社会的責任と企業管理、163頁以下。

- (2) 実態調査を基に、企業規模と権力あるいは社会貢献との関係にイールズと同じような見解を提示したものとして、次の文献がある。

Frank Maass, Reinhold Clemens, *Corporate Citizenship*, Deutscher Universitäts-Verlag 2002.

拙著、『環境管理の成立』、第7章 環境志向の市民化管理、243頁以下。

- (3) 中小企業の定義については、次を参照せよ。

Eells, *op.cit.* , p.169.

- (4) 公的部門における経済的権力に関する概略については、次を参照せよ。

Eells, *op.cit.*, pp.168-169.

- (5) 中小企業の権力については、次を参照せよ。

Eells, *op.cit.*, p.169.

- (6) 「企業政策」に関しては、次の文献を参照されたい。

拙著、『企業政策論の展開』、千倉書房、昭和63年。

Eells, *op.cit.*, p.169.

- (7) 私見によれば、これらは「生産管理」における環境に対する責任であって、厳密な意味での「社会的」責任ではない。この問題については、次の文献を参照のこと。

拙著、『環境管理の成立』、第5章 環境管理と「環境志向の生産管理」、187頁以下。

- (8) 環境適応的システムとしての企業については、次の文献を参照されたい。

拙著、『環境管理の成立』、第1章 環境管理の成立、2頁以下。

拙著、『企業管理論の構造』、第6章 企業の社会的責任と企業管理、159頁以下。

3. 企業責任と公共財

(1) 公共財に対する企業の立場

公衆の要求は、公共財(public goods)に密接に関連している。したがって、社会的責任の問題は、私的企業の公共財に対する関連という問題を含んでいる。これに対するイールズの見解はどのようなものなのであろうか？

「企業の社会的責任を要求する公衆問題は、でっちあげられるべきではない(*op.cit.*, p.178.)。」と言うのが彼の答えである。それにもかかわらず、公衆はいろんな側面から解決のために圧力をかけるが、企業は、そのような問題も無視せずに、利害の対立に率直に直面すべきである、とも言うのである。(cf., *op.cit.*, pp.178-179.)

最も保守的な立場は、企業経営者は公共財を直接提供してはならない、というものである。これには二つの理由が挙げられる。第一の理由は、企業経営者の責任は、株主や企業に直接事業関係がある人々にあり、公衆ではない、

というものである。公衆の利害は、政府や十分ではないが市場によって守られていると考えられている。第二の理由は、公共財は競争的システムにおいては自己利益の追求を通して最良に促進される、ということである。ここでは、公共の利害は私的部門の利益追求という個人的な努力の一部であり、それが無い場合には、政府が限界的に活動することがその義務である、と考えられている。この立場では、企業と公衆の間には利害の対立は存在せず、企業はいかなる社会的責任も持たないと主張される。この立場は、その修正をめぐって論争されている。長期的に見れば、公衆の要求を無視することは収益性を達成できないし、また企業はその自己利益によって行動するが、それは結果として自動的に公衆の利益をもたらさず、と論議されている。しかし、公衆と企業利害に関するこの議論はいくつかの理由で非難されている。収益的活動は、長期的にも競争的条件の下でも公衆の利益を十分に満たさない。それ以上に、自己利益を求める企業は、公衆の利益を無視して公共財をうまく利用するだろう、と。(cf. , *op.cit.* , pp.179-180.)

結論的に言えるのは、自己利益のみでは、長期的であれ短期的であれ公共財を含む収益性計算では企業に動機を与えない、ということである。利潤動機は公共財から最適な企業利得をもたらさないし、私的努力は、最適なレベルの公共財をもたらすために、政府によって補助されなければならないのである。最も極端な見解は、この目的のために政府の活動は不可欠であり、企業活動は信用できない、というものである。(cf. , *op.cit.* , p.180.)

この議論は撤回できないが、同時に、私的で公共的活動は、公共財を有利にする我々のシステムでは継続的にあてにならない、という事実が残る。この組み合わせられた努力は、このシステムに生得的である。経営者の社会的責任への注目が成長するのは、社会的で法的な理論の要求に沿ってはいないと思われるが、その解答は、もっと良い理論を得ることであり、経営者が退却することではない。(cf. , *op.cit.* , pp.179-180.)

このように、社会は私的活動のみをあてにすることができないのは明らか

である。また、政府の活動だけをあてにすることもできない。企業が公衆の利害の後見人であることは期待できないし、それに彼等の動機に重荷がかかるだけである。他方で、動機は常に企業の経済である、と仮定することは正しくない。今日の取締役会制度は、激変した企業環境の中に思考の到達点を要求する。社会的責任はこれ以上のものを含み、建設的な社会的制度として経営者にその潜在力の自覚を要求する。企業は、創造的思考と活動、創造的革新に対して、多くの部屋を持っている。同様に、創意と自発的努力は経営者レベルで要求される。(cf. , *op.cit.* , p.180.)

公共財の問題と社会的責任に関して、イールズが主張したいことは、企業経営者のこの問題に対する態度である、と解される。公共財と社会的責任という複雑な問題を解決するためには、高い分析能力、創造的思考と創造的革新、創意と自発能力が要求される。注意しなければならないのは、実はこれらの能力は同じく芸術家にも必要である、ということである。社会的責任の問題は、あらためて経営者と芸術家に関する密接な関係を我々に思い起こさせるのである。

4 . 社会的責任の内容

(1) 二つの社会的責任

イールズは企業の社会的責任として、具体的にどのような内容を考えているのであろうか。

その責任内容は、今までの叙述から推論できるように、企業の長期的持続と成長の目標から、多様な社会における主導的制度としての地位を維持する意図から引き出されたものである。それらの社会的責任は、次のような二つの中心的事項から考慮される。社会的責任活動に振り当てられた地域社会とそれとは別の集団、 究明された相互利害と利益に結びつくこれらの活動の実態。(cf. , *op. cit.* , pp.181-182.)

第一の範疇

彼は、これら二つの集団の範疇は特別に重要であることを強調する。第一の集団は、直接的な事業関連を持つ集団と事業の繋がりから直接的に起きるものと、直接的繋がりを超えたある種の責任である。それらは、例えば、株主、顧客、被用者、取引業者、である。これらの集団で注意しなければならないのは、これら集団との企業関係への注意は必要であるが、アメリカ社会では企業の地位に関する長期的観点よりも短期的結果への考慮が必要であることである。(cf. , *op.cit.* , pp.181-182.)

第二の範疇

第二の集団は、公的・私的部門において特殊な機能を持つ、企業環境における生き生きとした要素を構成する社会集団と組織である。例えば、地域社会、協会、組織、そして企業と何らかの関連性を持ち、企業の業務における重要な方法に関して衝突する集団である。この範疇では、企業の長期的目標の達成に影響する社会的変数(social variables)は沢山存在し、かつ複雑である。この捉えにくい領域で、企業は社会的責任の行動基準を設けることで、それらの集団と活動のリストを再定義しようとする。これらの組織と仕事との関係は、「企業の長期的発展に影響する別の種類の社会的変数を含んでいる。教育的、慈善的、科学的、専門職的、文化的組織との企業関係は、企業の目的の達成に影響する何らかの社会的変数を指しているから、これらの関係は長い間大切に取られてきた。これらの変数は、実際、企業の社会的責任の内容への第一の糸口である(*op. cit.* , p. 183.)。」(cf. , *op.cit.* , pp.182-183.)

それでは、イールズが述べている社会的責任の変数とはいかなるものなのであろうか。

(2) 社会的責任の変数

イールズによれば、企業目的の達成に影響する社会的変数は沢山存在し、

それらは企業が統制できない因果的要素を含んでいる。企業の活動にも統制できない沢山の社会的結果があり、他方では、合理的政策によってある程度管理し得る何らかの変数がある。社会から企業へのインパクトは、企業に関係があるそれらへ利益になるように作られた企業行動の原則によって、重要な外部へ影響を及ぼすことができる。追求される利益は、一般的には長期的利益であり、具体的には、企業の継続、成長、長期的収益性であり、他に事業企業に寄せられた公衆の期待に時宜を得たように反応する、企業の公的な承認と受け入れである。(cf. , *op.cit.* , pp.183-184.)

企業の社会的責任に対する公衆の希望は、企業への多くの需要と企業生態における原因と結果の計算の間で選択される、と言うことを意味する。企業と社会の二重の利益には、企業は全く影響できないか、ほんの少しだけしかできない。沢山できるとしても、有限な資源を他に有効に利用するというコスト計算がある。これらの納得できるバランスは、何らかの体系的試みによって、それらの変数を調査するだけでも作り出される。

(cf. , *op.cit.* , p.184.)

(3) 社会的責任の境界

イールズは、「企業の社会的責任には境界(boundary)がない(*op.cit.* , p.184.)。」、と言う。と言っても実は実質的には境界は存在し、それを決めるのは企業自身である。境界は、企業活動とその利害関係者との関係から引かれるものと、企業自身の目的から設定されるものの二つがある。(cf. , *op.cit.* , p.184.)

企業の事業目的に関しては、利益目的企業(a corporation-for-profit)は、株主、金融業者、被用者、取引業者に直接的な主要義務を持っている。その際、企業に向けられた何らかの公的な期待を、企業は評価しなければならない。この評価は、企業活動の自律性を保持するために必要であるから、これは企業自身の経営者責任である。権威保持と企業活動との均衡がとれた経営

者責任は、企業の社会的責任に関する政策と、下位レベルへの権限と責任の委譲の中に、その自律性が意味されている。企業の社会的責任の範囲と内容を定義する経営者の権威は、企業内の経営者に与えられた責任ではない。それは、自律性が決定的な社会的変数である自由で多様な社会における重要な問題の一つなのである。(cf. , *op.cit.* , p.185.)

したがって、彼は、これらの責任は一企業で一方向的に決められないし、どのような事情があろうとも外部の利害者集団との交渉によっても決められない、ということを理解すべきである、と主張する。結局、企業の社会的責任は、実行できる厳格な義務と、実行できないが熱望される理想的規範との中間的範囲の中にある。社会的責任は、広く捉えられた市場メカニズムによって、長期的に実行できる可能性がある。社会的責任の実体とは前からなかった約束である、と仮定できる。契約的特徴を持つ以前からの約束は責任ある義務であり、これらの外部的義務は必ずしも交渉の結果でもなく義務的でもないが、社会的責任の輝きを持つであろう。外部の義務は誤解されてはならない。それらの実体は、直ちに企業とビジネスマンを結びつけないし、倫理的原則から引き出すこともできない。企業活動は様々な異なる条件と状況に遭遇する。それらに適合する企業では、その内部で社会的責任を定義することが必要な自律性とその相対物を持つのである。(cf. , *op.cit.* , pp.185-186.)

イールズは、このような責任内容は外部的交渉からも精神的探求からも引き出せないから、定義の仕事は基本的に企業生態学の一つである、と主張する。企業の社会的責任の内容に関する決定は、企業生態学を精練化するという仮定の下で、必要欠くべからざる多数の部外者との協働を排除しない。重要なのは、一方で責任の極端さを避け、他方で道徳的陳腐さと倫理的抽象さを入念に検討することなのである。(cf. , *op.cit.* , p.186-187.)

我々が、イールズの以上の主張から確認できることは、企業の社会的責任は、企業が自律性を持つとしても、企業独自の判断でその内容を全面的に決

できないこと、決定と実行に当たっては沢山の外部者との協働が必要なこと、その内容は社会的道徳と倫理にそうものであること、である。これらは、次の社会的責任の限界に関係するであろう。

(4) 社会的責任の限界

何事にも限界(limitation)があるように、企業の社会的責任にも限界がある。イールズによれば、企業の社会的責任の限界は、我々の社会における動態に内在する。現代の科学、技術、政策の変化の速さは、なされた企業の社会的責任の定義を留保する必要性をもたらす。ここに、注意すべき二つの問題がある。一つは、すぐに時代錯誤になる公的な責任の言明であり、もう一つは、確実に明日現れる別な物を回避する、と言うことである。例えば、企業贈与は基礎的な社会貢献として正当化されるであろう。しかし、長期的観点から見れば固定的社会的責任として疑わしさ以上のものであり、その正当性が問題となるであろう。「それ自身動態的な大企業の社会的責任は、いつでもどこでも、固定された義務の十戒(Decalogue)に似ることはできない(*op.cit.* , p.187.)」のである。(cf. , *op.cit.* , p.187.)

5 . 企業政策と社会的責任

以上の考察によって、イールズは現在の経営者が関わっている主要な実質的領域のリストを提示する。それは提案的なものにすぎないが、その狙いは、企業 - 芸術関連の重要性を過大評価するかもしれない人々に十分に考慮してもらうことである。重要なのは、企業の直接的な事業責任とそれらの関連を維持しなければならない集団と、直接的な関連はほとんどなく、事業目的との論理的結びつきさえもない社会的責任との間を区別することである。(cf. , *op.cit.* , p.187.)

(1) 社会的責任の実体

完全な利他主義的社会政策のような企業の利益に関係がない活動は、社会的責任というお題目の下で論理的にしか繋がらない種類の活動に過ぎない、とイールズは無意味な社会的責任を批判する。「しかし、収益性も公共財もこれら両者を含む共通目的の領域があることは、企業経営者によって一般的に認められている(*op. cit.* , p.188.)。」民主主義の政治が利害の妥協を要求するように、中心的な社会的制度としての企業は、両者の目的を同時に追求する人々によって支配されており、度々妥協が求められるとしても、これは共通目的の原則を損なわない。民主主義における政治は、利害の妥協を要求するからである。(cf. , *op. cit.* , p.188.)

教育⁽¹⁾

これらの理由から、企業の社会的責任の実質的領域は、公的な政策者の注意を引くものと同じである事がしばしば明らかになる。そこで、支配力を監視し均衡させるために、公的権威と私的権威の間を区別する明確な線が必要である。しかし、それは、利害領域の間の厳格で確実な線によって両者の支配が明確に示されている訳ではない。例えば、教育がそうであり、それは近代国家では重要な公的責任であるが、今日それは普遍的な責任であり、企業は一つの制度としてそこから逃れられないのである。教育に対する企業支援は増大し、寄付だけでなく教育的プログラムを通して、技術的訓練を超え人間的あるいは科学的領域にまで到達している。(cf. , *op. cit.* , pp.188-189.)

長期間企業が繁栄する自由社会を強化することに、教育の潜在的価値が関係する。しかし、企業が作る製品の消費に教育が独占的に奉仕するのではない。高度な文化社会は、芸術と科学の均衡が取れていることで特徴づけられる。真に市民化された社会で、企業は、生活の中心的流れに密接に関連していく。そして、教育に対するこの大きな見解によれば、企業 - 芸

術関連は企業政策に関連して偶然ではなく専用の場所を取る。(*cf.* , *op.cit.* , p.189.)

科学と技術

科学と技術は、社会的責任に関連する企業政策形成者の注意を次第に引く、理論的で応用された知識の特殊な領域である。科学と技術の発展は、工学的目的のために知識の果実が必要な企業の中心的関心事である。「基本的問題は、企業の社会的責任が関連しないとしても、・・・企業行動によって主として得られるそのような知識であるかどうか、である (*op.cit.* , p.190.)。」「知識の有利さを確実にし、社会における風土的で反知識的な反啓蒙主義に反対し、原始的な迷信を打破するような公的な政策を援護する責任が、企業にはある、とイーローズは主張する。(*cf.* , *op.cit.* , pp.189-190.)

民主主義

「民主主義の防御と改善は、企業の社会的責任のまた異なる中心領域である (*op.cit.* , p.190.)。」「政治的活動の権利は我々のシステムにはめ込まれている。したがって、企業は、法あるいは倫理において、民主主義の目的を達成する手段と党派的方法を制限される限界はなく、この側面に関して選ばれた地盤(ground)で、企業的に開放的に立ち上がる権利は否定され得ない。他方で、残っている権利に問題がある。基本的に私的な繁栄権(property rights)に関して企業は活動しない、という真実である。現代企業は、部分的には所有者の分割と統制によって、部分的には年金や投資基金の急増によって、株主の伝統的権利を薄め崩壊させる組織的工夫であると攻撃された。これらは、公的政策の問題と同様に企業統治(corporate governance)という基本問題を生じさせる。民主主義の基本問題は、同じく企業政策活動に含まれるように、ここに含まれる。(*cf.* , *op.cit.* , pp.190-191.)

(2) 社会的責任と芸術

このようにテーマはあまりにも複雑である。今議論に重要なのは二つの道である。それらは、芸術家とその保護者は、増大する芸術の利害のため、経営者の時間とエネルギーを企業外部に懸ける局面を良く観察すること、政府レベルで企業活動が芸術のために期待されるならば、企業の注意を求める公的政策の全体範囲を忘れないこと、である。これらを芸術側から見れば、企業の注意に対して競争しなければならないこと、これらの幾つかと結びつくのが賢明であること、を意味する。(cf. , *op.cit.* , p.191.)

企業の社会的責任として重要性が増しているのは、自然と資源の保護という領域である。⁽²⁾「企業経営者は生存のために、協働活動の緊急な必要性に直面している(*op.cit.* , p.191.)」公的政策の必要性は決してより明確にはならず、政策形成には企業の注意を要求する。芸術における創造的人々から見れば、高い文化的果実を手にする全ての人々は、この生態的危機に直面して、それを脇に押しやることに苦しんでいることであろう。⁽³⁾(cf. , *op.cit.* , p.191.)

しかし、人間の環境適合に関する決定的な答えは、芸術には横たわっていない。そこから、芸術、企業、政府に対する協働領域が提案される。芸術を成果あるものにする準備は、高い美的感覚を呼び起こし、あらゆる芸術の認識に対する高い感覚の教育を生み出す。企業の社会的責任に対して最も保守的な企業は、責任の存在を否定し収益性を唯一の目標とするのは、未だに一つの真実である。しかし、イールズは、これは事業指導者が取り得ない教義的立場(a doctrinaire position)である、と主張する。「特に巨大な産業企業の経営者は、彼等の外部関係を特に社会的責任として確実に見る何物かに伝わる企業生態学 - 明確であれ不明確であれ - に結局は基礎付けられるという事実により直視しなければならない(*op.cit.* , p.192.)」(cf. , *op.cit.* , p.192.)

注

- (1) 教育問題についてのイールズの詳しい見解については、以下を参照のこと。

Eells, *op.cit.*, pp.188-189.

- (2) 環境保護の問題に関しては、次の文献を参照されたい。

拙著、『環境管理の成立』、第1章～第3章。

- (3) これは、芸術と社会的責任のジレンマの一つである。

6 . 結

以上の考察からイールズはその結論として、次のように述べている。

企業を、外部の集団との関係を維持すべきであるか、あるいは一般的に外部関係の実態で見るか、そしてこれらの外部関係が双務的にあるいは片務的に決められたと考えるか、いずれにせよ、伝統的なものとは違う領域が増大すれば、明確な企業政策が必要である。企業の伝統的業務活動の「健康な」(sound)領域は、社会的接触の全体的装いという新しいものによって侵害された。しかし、収益性と生産性の要求だけでは、これらの新しい経営者活動を計算するためには十分な刺激ではない。企業関係者は高い標準を持っている、という事実直面させられる。今日の業務成果は、古典的経済学という陰気な科学の「経済人」(economic man)とは合わない基準で測定される。良き業務成果の測定は、ちょうど良き市民活動のように、倫理的で美的規範の両者を導入している。「倫理的規範と同じように美的規範は今や公的政策を支配する；同じくそれらが企業政策を支配することを疑う理由はない(*op.cit.*, p.193.)。」(cf. , *op.cit.* , pp.192-193.)

企業の社会的責任についての対話は、企業生命にあまり関係がないつまらない争いである。最も制度的な業務指導者にとってジレンマはない。つまり、よきビジネスマン(a good business man)と良き市民の間に選択の必要性はない。明確でない利潤を即座に支払う、あらゆる政策提言の重要性を誤る強硬な経営者は、山猫企業(wildcatting company)や名声を求める小企業では

良いかもしれないが、大きな制度的企業の指導者では不適切である。企業の展望(spectrum)における最端の企業の社会的責任は、反対側の最端のそれから区別されなければならない。「良き市民」(a good corporate citizen)で何が得られるかは相対的問題である。規模は唯一の基準ではなく、様々な要素が入り込む。生存のみが良き市民の鍵ではない。本物の利他主義ではなく、賢いフィランソロピーとして、他の関係へのさらなる要素は同じく重要である。企業 - 芸術関係を将来評価する時、社会的責任のこの局面を密接に見ることは、我々にとって重要である。(cf. , *op. cit.* , p.193-194.)

以上が、芸術と企業との関わりにおいて社会的責任を語るイールズの主張の概要である。

我々の目的は、企業の社会的責任について詳細に論じることではない。なぜ、企業は社会的責任を要請されるのか、その内容は如何なるものであるのか、特に芸術に関してどのような関連を持っているのか、が我々の関心事である。この問題に関して断言はまだ出来ないとしても、幾つかの興味ある問題が浮かび上がった。

企業は現代の代表的な社会的制度として、「市民社会」の一員として見られること。

したがって、その概念がどのように定義されようと、企業は市民社会に対して何らかの社会的責任を持っていること。

社会的責任は絶対的な企業規模とは関係なく、何らかの利害関係者(stakeholder)との関連とその影響力によって生じること。

企業政策を決定する経営者は、芸術家と同じような能力を必要とされていること。

社会的責任は、企業活動と何らかのジレンマに陥る可能性があること。

その場合、経営者は何らかの価値判断に迫られること。

社会的責任を通して、芸術は企業と密接な関係があること、などである。

我々は、さらにイールズの見解を検討すること介して、企業における「メセナ」活動の必要性、意義と本質を明らかにするであろう。