

# 社会的責任の生かし方こそが経営の営みになる。

今日、企業の社会に対する責任とか、社会的責任経営とかが話題に上るとき、一般にはどんなものをイメージして話されているであろうか？  
今より世の中が世知辛くなかったころには「メセナ」が大流行であった。企業のスポンサーによる、コンサート、展覧会、美術館、スポーツ施設等々。それまでこうしたことに見向きもしなかった企業までもが、我も我もと「メセナ」を競った。その後の経緯は言うに及ばない。社会が「不況感」に満たされている今日、そのほとんどが名残さえ留めていない。

「メセナ」を基本ミッションに加えている一部の企業以外は、ゆとりがなくなればこうした「余分」なことはやらなくなってしまう。

我が国では(実は我が国に限らないのであるが)こうした問題を論じるときに、「ノーブレス・オブリージュ」というフランス語が引き合いに出される。「高貴なるものの使命」とでも訳せば適当であろうか。富者が貧者を養うべきというキリスト教的博愛精神と、強者が弱者を守るべきという騎士道の精神の結合なのであろうか、西欧とくにフランスの貴族階級で一般的になっていた「慣習的規範」であった。

「高貴なるものの使命」とは確かに美しい響きをもつ。しかし、ここでいう「高貴」さとは何であろうか？ 企業の社会的責任を論じるとき、いかなる点をもって企業を「高貴なるもの」としているのであろうか？ 元来、血統で規定されていた貴族社会の「高貴」さは、本質的に「豊かさ」「成功」などのように変動の可能性をばらむものではない。これに対し、企業の成功、不成功が極めて流動的であることは言うまでもない。「高貴なるもの」が「高貴さ」ゆえに、そうでないものに恩恵を与えるたぐいのものではないのであろう。

かつてもてはやされた「メセナ」とともに、経営環境などの状況が悪くなれば継続のできない企業行動を社会的責任のよりどころとすることはあまりにも心もとない。

産業革命以降、人類社会は空前の物質的繁栄を築き上げてきた。科学技術の発展、民主的社会制度の浸透、情報のグローバル化、人口の増加が、「所得の不断の成長」を実現してきた。しかし、**資金的コストさえ合えば、資源と環境を無尽蔵に「生産、流通、消費のサイクル」に投入できる状況は過去のものとなりつつある。**

もちろん世間では「地球環境にやさしい」社会行動や企業経営が求められ、これに多くの企業が努力を傾注していることは言うまでもない。こうした歴史的局面は企業の社会的責任の在り方、とらえ方にも本質的な視座の転換を迫るのではなかろうか。「生産、流通、消費のサイクル」に投入できる資源と環境が限られてくるようになれば、企業活動(とくに本業に属する領域)が、どれほど透視的にとらえられるか、経済システムにとって有益であるかどうか、などの視点から、企業の社会的価値と果たしうる責任が評価されるべきである。

## 細谷 辰之

(ほそや たつゆき)

フランス国立ポンゼシヨセ工科大学

国際経営大学院教授

1982年、日本大学法学部卒業。同大学大学院法学研究科博士前期課程修了、同博士後期課程中退、パリ第一大学大学院留学。89年にフランス国立ポンゼシヨセ工科大学国際経営大学院助手兼講師。同主任研究員、助教授、学長補佐教授を経て、97年に同東京校副学長。2001年に名古屋大学大学院経済学研究科教授。2002年に名古屋大学医学部付属病院医療管理部教授を併任。2004年から現職。

