

費用の視点における CSR 概念

— 動的 CSR, 静的 CSR —

比治山大学短期大学部 栗屋仁美

I 問題の所在と目的

経営学における CSR 研究は、企業経営の倫理・道德等の規範的な側面や CSR に要する費用と利潤との二律背反が論点とされ、その解釈は論者によって異なる。実務レベルの企業経営においても、CSR の重要性が認識される一方で、利潤と相反する概念として積極的に受容されない面もある。このように CSR の解釈は混沌としているが、その要因の一つに社会的費用と私的費用の区分や、時間軸を考慮した費用概念の議論が CSR 研究においてなされていないことがあげられる。

こうしたCSR研究の蓄積を踏まえた上で、筆者は経済学的な費用や時間の概念の視点より CSR に接近し、新たなCSR概念を構築する研究を進めている。その結果、CSR概念とは社会的費用の私的費用化であることを導出した。本報告は社会的費用の私的費用化としてのCSR概念が、動的CSR、静的CSRの二種類に分類できることを、Porter & Kramer¹の戦略的CSR論を援用し提起することを目的とする。特に動的CSR概念は、新たな市場の形成やビジネス・チャンスを内包していることに言及する。

II 本報告の前提となる CSR 概念

資本主義社会において企業の目的は利潤²の最大化であり、企業の利潤の追求が社会の利益（経済的な豊かさ）³の実現に貢献する社会の制度設計がなされている。それには、ステークホルダーに資源が適正に配分されることが前提条件となる。つまり市場理論では、企業が収入を獲得するために必要な費用を、交換対象であるステークホルダーに適正に支払うことが所与とされている。

¹ Porter, M.E., and Kramer, M.R. (2006) “Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, pp.78-92, [村井 裕訳 『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー, January, 2008』ダイヤモンド社 pp.36-52]

² 本報告における利潤とは、株主利潤を意味し残余利潤と同義である。つまり、将来キャッシュ・フローの現在価値であり、株主価値や企業価値でもある。

³ 社会の利益には、精神面や文化面等、経済的豊かさ以外の要素もある。本報告は経済的豊かさに限定して論じる。

しかし、市場は時に失敗しフェアな交換が行われぬ。その場合、市場の均衡は第三者の負担する社会的費用により保たれるが、社会的費用は企業に不適正な超過利潤として存在することになる。企業の追求する利潤を適正なものにするためには、不適正な超過利潤を消滅させることが肝要である。本報告ではそのための企業の活動が、資本主義社会における CSR と捉えている。これは企業が収入を得るために必要な費用を適正にステークホルダーに支払うことである。つまり、市場理論において費用の視点より CSR に接近すれば、企業が CSR としてなすべきことは社会的費用の私的費用化であると言える。

以上のことより本報告では、企業が適正な利潤を実現するために社会的費用を私的費用として取り込むことを CSR と解釈し、議論を進める。

Ⅲ 社会規範の変化に呼応する CSR（社会的費用の私的費用化）

企業が負担すべき費用と社会が負担すべき社会的費用との境界は、市場機能により区分される。市場には財・サービス市場と生産要素市場があり、生産要素市場は自然環境市場、労働市場、金融資本市場に分類される。市場は社会の価値観に基づき、交換に関する社会規範を形成する。社会規範には明文化された法制度と、社会の価値観に依拠した不文律とがある。

本報告では市場別に社会的費用の私的費用化を促進する法制度の変化の考察を試みている。その結果、いずれの市場の法制度も生産主体の企業よりは消費者、環境、従業員と、ステークホルダーを重視する傾向がみられ、社会的費用の私的費用化は促進されている。特に企業活動による環境への影響に関しては顕著であり、自然環境市場だけではなく、財・サービス市場でも、企業が環境に配慮することを推進する法律が多数確認できた。

このような考察により、社会規範は社会の価値観により変化し、現在の社会の価値観は社会的費用を私的費用化することを CSR として求める趨勢にあることが確認された。社会的費用の私的費用化が法律として制定されれば、企業はその費用を負担せざるをえない。他方、法制度化されてはいないが、社会的費用の私的費用化が不文律となっている社会の価値観に対する企業の行動は、社会の期待に対する企業の姿勢を社会に示すことになる。すなわち社会規範は企業に何らかの圧力を与え、社会的費用の私的費用化を推進し、企業の負担すべき費用のフレームワークを再構築する。したがって企業は、社会の価値観の変容を敏感に察知し、将来の費用負担への備えが必要となる。

Ⅳ ビジネス創出に寄与する CSR 概念

ここで注意したいのは、社会的費用の私的費用化は、企業が将来にわたり獲得すべき収入のために必要とされる費用であり、企業の利潤と二律背反するものではないことである。Porter & Kramer は CSR を受動的 CSR、戦略的 CSR に分類し、CSR が長期的な企業競争力に寄与する概念であると述べる。

本報告で提起する CSR には、法令を遵守することで市場交換を適正に行う静態的な面と、

自社の強みを活かし他社との差異性を有し、将来を見据えて市場を創造する動的な面がある。前者を本報告では静態的 CSR、後者を動的 CSR と称呼する。

静態的 CSR とは、過去に社会的費用であったものを、現在の私的費用として適正に費用化する CSR である。具体的には、企業が主に法律で制定された社会規範に則り、市場で等価交換を行うことである。これにより企業は市場参加の資格を有し、利潤最大化の条件を整えることになる。

動的 CSR とは、現在の社会的費用を将来の利潤のために私的費用化する CSR である。換言すれば、社会的費用に内在するビジネス・チャンスに企業が着眼し、先行投資を行うことである。動的な CSR を遂行するポイントは3つある。それは本業の徹底、他社との差異性、社会動向の察知である。資本主義社会制度において企業の担う分業は、自らの事業を行い、利潤を最大化することである。よって企業が本業に徹することは何より優先事項である。その上で他社と差異性のあることを取り込んだ企業は、適正な利潤の獲得の可能性を有する。そのためには将来企業に必要とされる費用が何であるかの情報を、社会の動向より適切に素早く察知することが重要である。情報獲得の手段としては、法律で制定されていない不文律の社会規範に含有されている社会の期待に着目することが効果的である。

V まとめ

本報告では CSR 遂行の手法として、静態的 CSR と動的 CSR を提起した。CSR の遂行は、企業が収入を得るために必要な費用であるにもかかわらず、社会に負担させている費用を企業自らが内部化することであり、将来の企業の利潤を実現する活動である。また動的 CSR は、新たなビジネスや市場を創出する活動でもあることを導出した。しかしながら、企業が法制度化されていない社会的費用を私的費用化したことで経営破綻したのでは本末転倒である。あくまでも経営行動の基本は利潤の最大化であることを企業は認識した上で、社会の期待する CSR を選択することになる。

本報告は費用の視点より CSR に接近した理論研究である。今後の課題としては、動的 CSR とビジネス創出のより詳細な考察があげられる。取引コスト理論を含有し確認していきたいと考えている。