

## 欧米との比較にみる日本企業の社会性の一考察

栗屋 仁美\*

### 1. 問題の所在

社会における企業の役割や責任についての議論は古くて新しい議論である。昨今では、企業の経済性や安定性に加え、社会性も企業評価のひとつになっている。企業の社会性を表すものとして、CSR (Corporate Social Responsibility) 活動が用いられることが多い。特に2003年以降、企業もCSR活動を重視し、情報開示に励んでいる。

CSRに含有される概念として、企業の社会貢献活動のフィランソロピーがある。企業はフィランソロピー活動をしないわけにはいかないと認識はしている。しかし企業本来の目的である利潤の最大化とのトレードオフの関係を憂慮し、率先して行うには躊躇している。いわゆるバブル時代の冠コンサートに代表されるメセナ活動のみがフィランソロピーと捉えられ、莫大な費用の垂れ流しと誤認されている面も過去にはあった。そこで株主に対する責任と社会からの要望に対する企業市民としての役割の間で、フィランソロピーを戦略的に行うことについての議論もわきあがっている。企業の社会貢献について議論する際に、企業市民の概念も持ち出されるが、それは米国の概念である。企業が「市民」として社会に貢献するというマインドが日本で普遍的に可能であろうか。林 (1993) によれば、まずもって「社会」という言葉自体が歴史の浅い言葉である。明治以前の日本で「社会」の概念や語彙は存在せず、「Society」の訳語に苦心していた。「社会」という言葉が昔からあった言葉ではないことに加え、国家、企業、学校、家族(家)といったような何らかの帰属意識が自覚される集団に対する認識は極めて明確であるが、不特定多数の集団とでもいうべき「社会」については理解しがたい面がある。また、曖昧な表現ではあるが「和」を重んじる文化であるとも言われている。

以上のような日本文化を鑑みるに、企業市民の概念が浸透している米国より取り入れたフィランソロピーは日本においてどのような位置づけになるのであろうか。

これらの問題意識より、本稿では日本における企業の社会性を言及する緒として、フィランソロピーに議論を集中する。まずは、フィランソロピーについて定義をする。次にフィランソロピーは欧米から取り入れられたものであることより、欧米と日本のフィランソロピーの歴史を確認する。続いて、現在欧米において、いかにフィランソロピー活動が展開されているのかを言及する。そのうえで、日本企業のフィランソロピーを中心とする社会性について議論する。

---

\*総合生活デザイン学科

## 2. フィランソロピーの概観

フィラソロピー (philanthropy) とは、博愛、慈善、慈善活動、博愛行為、慈善事業と辞書では訳されている。語源は、ギリシャ語のphilein (愛する) とanthropos (人間) の合成語であるラテン語のphilanthropia (人間愛・同胞愛) に由来する<sup>1)</sup>。

丹下 (2005) によると一般に日本でフィランソロピーとは「企業のフィランソロピー」を指す。米国では企業に対しても人に対しても同語を使用するので、企業の社会貢献のことを「コーポレート・フィランソロピー」と表現する。多様な見方があるが、例を挙げれば慈善や援助、公共の補完、利益の一部の還元、見返りを期待しない、本来事業から一線を画すもの、利益追求しない、などがある。研究者、論者によって用い方は異なる。活動範囲も広く、主体である企業の判断でフィランソロピーか否か決まる。

フィランソロピーの研究は学際的であり、専門其々でアプローチも相違する。その定義は様々であり、内容は多岐に渡る。目的、対象、手段、前提による条件付けも必要であろう。本稿ではフィランソロピーを、「社会・地域・国際社会に対する社会貢献活動 (含むメセナ)」(以下フィランソロピー) と定義し、議論を進める。

フィランソロピーは企業の社会的責任、企業の社会貢献などと混在して使用されることもあるが、貢献であって責任ではない。企業の意思に任される。企業市民としての役割、グローバル化対策、利益の一部の還元、レピュテーション向上、地域との連携等に目的は分類できる。その目的も単線ではなく複線的であり、横断的でもある。経営理念に基づいた確固たる信念で取り組む企業もあろうし、建前と本音を使い分けながら社会とのバランスを保つためのツールに使う企業もあろう。フィランソロピーの対象は、目的や手法によって異なる。困窮している人に対して手を差し伸べる救済、行政の手の行き届かない側面の補完、地域や社会に対して恩返しなど多々考え方はあるが、その企業が接する社会、地域、国際に対しての活動、行為である。

企業の関与する社会、地域、国際、人、インフラ、モノ、環境、制度などすべてが対象である。

フィランソロピー活動の種類をみても。益本 (1990) によると、同活動は企業や従業員により行われるものであり、地域社会等への寄付活動、ボランティア活動、慈善事業等広く含む。また地域社会等から得た利益の一部を社会に還元する活動のことをさす。具体的には、現金もしくは現物による寄付、従業員の寄付活動に企業側も同額もしくは2倍までの寄付をするマッチングギフト、無償の労働奉仕を意味するボランティア活動、安定した活動を続ける目的で設立する財団と財団活動である。

日本経済団体連合会 (2004) では「寄付金・社会貢献を目的とした自主プログラム」としている。具体的には、「社会福祉」、「健康・医学」、「スポーツ」、「学術・研究」、「教育・社会教育」、「文化・芸術」、「環境」、「史跡・伝統文化保存」、「地域社会の活動」、「国際交流・協力」、「災害被災地支援」、「防災まちづくり支援」、「人権」、「NPOの基礎形成」、「政治寄付」があげられている。

## 3. フィランソロピーの歴史

### (1) 海外の歴史

フィランソロピーの歴史的動きについての重要項目を表1<sup>2)</sup>にまとめた。米国の動きを見てみよう。飯田 (1996) によるとフィランソロピーの言葉が辞書に登場したのは1628年になってからであり、米国

で一般的に使用されるようになったのは19世紀の半ば頃である。これは1861年の南北戦争時に企業がはじめてフィランソロピーに関わりを持つようになったからである。辞書に登場する少し前にメイフラワー号が米国に到着しているが、国づくりの過程で行政より以前にコミュニティが存在した米国は、1776年にアメリカ独立宣言が交付された頃より特に「市民」の概念が形成された。1911年にフィランソロピーの先駆けであるカーネギー財団、1913年にロックフェラー財団が設立され、資本家が社会に適宜必要あるものに剰余金を使うということが公然とされた。翌年の1914年には第一次世界大戦が起こり、ヨーロッパ戦線で負傷した兵士を救助するために、企業からの寄附金が不可欠であったのである。1940年の第二次世界大戦では愛国心の高まりから寄附が増加している。企業が社会のためにコストをもつのは株主に対する責任逃れではないかという議論も多々あったようだ。しかし著名な1953年のA・P・スミス裁判<sup>3)</sup>が、米国における企業のフィランソロピー活動を法的に認め、社会における企業の「市民」としての役割を明らかにしたのである。この潮流を受け、企業の慈善目的の寄付に対する特別税控除額が認可された。1960年代には、企業の寄付金額は10年で倍増するほどとなる。具体的には税引き前利益の約1%相当を寄付している。またこの頃ステイクホルダー概念や社会的責任概念が拡大したといわれている。1960年代よりFriedmanが企業の社会責任、特に貢献についての諸議論を批判している。しかし1980年代にレーガン大統領がレーガノミクス政策をとり、「小さな政府」を目指したため、企業の寄付が必須となった。国家として貧富の差や教育環境の悪化という社会的背景もその要因のひとつである。企業が寄付しやすいように課税控除額も5%から10%に拡大するという策もとっている。そのような米国も1980年代に入ると企業寄付が停滞した。なぜならM&Aや敵対的企業買収の増加により、「株主に対する長期的な利益」という考え方に基づく行動が難しくなったからである(松岡 1992)。しかし、企業業績が悪化しても、M&Dが盛んに行なわれても、フィランソロピーは継続された。その理由は、企業内にフィランソロピーの合意が成立している伝統があること、企業財団を活用し活動を「制度化」していること、フィランソロピーを利益の還元ではなく長期的利益と捉える「効用論」が徹底していること、の3点と出口(1993)は分析している。

ヨーロッパはどうであろうか。過去にさかのばればヨーロッパでは14世紀から16世紀にかけて教会や貴族を中心とした慈善活動や寄付活動が活発であった。特に英国ではノブレス・オブリジェと呼ばれ、貴族社会の伝統とする見方もある。チャリティと呼ばれるイギリス公益・慈善事業の歴史は古く、1601年制定の公益ユース法(信託法)に起源を持ち、公益信託として発展してきている。1853年に公益信託法が制定された際に、公益信託の指導・監督機関として、チャリティ委員会が設置された。第二次世界大戦後は「揺りかごから墓場まで(From the cradle to the grave)」という政治スローガンで、行政主導による社会保障制度の充実が図られたようである。平行してチャリティ制度の確立も進み、1960年にはチャリティ法が制定された(三井トラスト・ホールディングス 2005)。1979年にサッチャー政権が誕生してからは、福祉の引き締め対策が図られ、企業のフィランソロピー活動が求められるようになった。

仏国は行政主体の農業国家である。文化・芸術への関心度の高い仏国は1969年にフランス財団が国によって設立され、企業は同財団に寄付することがフィランソロピーであり、いわゆるメセナ活動と仏語でいう。企業財団としては1984年にフランスカルチェ現代美術財団が設立されている。

表1 フィランソロピーをめぐる歴史年表

【 日 本 】

【 海 外 】

社会的変化	出来事	西暦	歴史的出来事	米国	英国・仏国
		14C～ 6C初			教会や貴族を中心とした慈善活動、寄付活動の活発化
		1601			英国「貧窮者救済のエリザベス法令」及び「公益ユース条例（慈善慣行に関する寄付金損金控除制度）」制定
		1620	メイフラワー号が米国に到着		
		1630		辞書に初めて「フィランソロピー」登場	
		1776	アメリカ独立宣言交付	「市民」概念形成はじまる	
		1789	フランス革命勃発		
		18世紀後半	英国で産業革命		英国「公益信託法」及び「チャリティ委員会」設立
			アダム・スミス「国富論」		
		1861	～65南北戦争	企業がはじめてフィランソロピーにかかわりを持つ	
		1877		英国から慈善団体協会運動が伝わる	
		1886		法廷：スタンウェイ（従業員のための教会、学校などのコミュニティ作り）株主の訴え却下	
民法施行	公益法人制度化	1898			
		1911		近代的なフィランソロピーへの取り組みが芽生える／カーネギー財団設立	
		1913		ロックフェラー財団設立	
		1914	第一次世界大戦	赤十字ヨーロッパ戦線での負傷者救済	

欧米との比較にみる日本企業の社会性の一考察

社会的変化	出来事	西暦	歴史的出来事	米国	英国・仏国
		1917		連邦所得税法：慈善的寄付に所得控除が認められる	
	三井報恩会設立	1934		慈善的寄付は社会税法とは認められないとの判決	
		1936		税制改革・フォード財団設立	
		1940	第二次世界大戦	愛国心の高まりから寄付増	
		1953		A. P. スミス裁判：「企業市民」の考え方が社会的に認知。寄付行為は株主の利益を損なわない。争点：フィランソロピーという行為ではなく「株式会社」が取り組むのは可能か	
高度経済成長	経済白書「もはや戦後ではない」	1956		企業の慈善目的の寄付に対する特別税控除額が認可	
【1回目社会的責任論】	経済同友会第9回全国大会「経営者の社会責任の自覚とその実践」	1960年代	1965-1975 ベトナム戦争	寄付金額は10年間で倍増，税引き前利益1%，ステイクホルダー概念が登場，社会的責任概念が拡大	英国：チャリティ法によりチャリティの登録制度実施 英国労働党内閣による福祉国家政策による福祉国家政策
	GNP 2位	1967			
石油ショック		1970	Friedman企業の社会責任についての諸議論を批判		
		1971		CED（経済開発委員会）「企業の社会責任」発表	
【2回目社会的責任論】	公害問題深刻化	1970年代初頭			
	トヨタ財団設立	1973			
		1976		「ミネタ5%クラブ」結成	
		1976			英国ABSA（芸術助成民間協議会）

社会的変化	出来事	西暦	歴史的出来事	米国	英国・仏国
		1979			仏国ADMICAL(商工業メセナ協議会)設立／(英)サッチャー政権誕生(ひきしめ政策)福祉制度に大なた
国際化		1980年代		経営悪化レーガン大統領レーガノミクス政策	
		1981		企業の公益寄付金の課税控除額を5%から10%に拡大	
				1980年代伸び率25%	
		1984			仏国カルチェ現代美術財団設立
		1980年代後半		企業寄付停滞：M&Aや敵対的企業買収の増加により「株主に対する長期的な利益」という考え方に基づく行動が難しい	
	為替レート円高化	1985	ブラザ合意		
		1986			英国パーセントクラブ設立
GNP 1位		1987			仏国メセナ寄付を税金非課税対象(売上×0.2%)に追加
企業不祥事	フィランソロピー元年・メセナ元年・「1%クラブ」発足・海外の公益財団への寄附金非課税「海外貢献税制」創設	1990			
<b>【3回目社会的責任論】</b>	長期不況				
	「経団連行動企業憲章」「良き企業市民として積極的に社会貢献活動を行う」	1996			
		2000			英国Getting Britain Giving(寄付税制の改革：寄付制度の整理と簡略化)
CSR元年		2003			
		2004		寄付総額過去最高	

出所：筆者作成<sup>4)</sup>

## (2) 日本の歴史

日本でも武士道や商家にフィランソロピーの精神が取り入れられていたようではある。本稿では第二次世界大戦後の動きに特化して論じる。

日本企業でフィランソロピー活動が盛んになったのは1980年代といわれているが、それ以前より企業の社会性は培われていた。企業は1950年代の高度経済成長時には体力の強化に努めつつ、大量生産、大量消費に走った。その結果1960年代には大きな公害問題が発生した。よって企業は利潤をがむしゃらに追求するだけでは持続しないことを学び、法令遵守の意識が芽生える。1970年代の石油ショックでは、地球に限りあることを認識し、企業独自の行動基準等を設けるに至る。1980年代は1985年のプラザ合意を契機に円高に背中を押され、多数の日本企業が海外、特に米国に進出する。そこで「企業市民」の概念に遭遇するのである。事業を営み拡大するため、現地に溶け込むべく各企業がフィランソロピー活動に努めたのである。同年代は国際化の時代であった。1990年代は企業不祥事が明るみに始まり、また1997年に京都議定書が議決されたことなども影響し、企業は倫理や環境を意識し始める。2000年代はCSRが盛んになり、企業に社会性が求められる時代となる。

以上のような企業を取り巻く社会的背景の中、フィランソロピー活動は「模索期」、「導入期」、「育成期」、「発展期」と展開すると丹下（2005）は分類している。日本経済の活発化と比例して起こった貿易摩擦の波紋に揺れながら、在米日系企業がコミュニティと相互に影響しあい、利益を分かち合えるような関係を築こうと努力し始めたのが1980年代の後半である。この時代をフィランソロピー活動の「模索期」と呼ぶ。1985年プラザ合意による為替レート円高化の影響もあり、1985年に在米日系企業は250社だったものが、1990年には1600社と6倍強に増加している。これだけの企業が同時期にコーポレート・フィランソロピーや地域との交流関係を表すコミュニティリレーションズ概念に出会い、社会貢献活動の意識が高まっていったのである。米国企業には社会貢献活動の担当役員、担当部署や窓口専門員などすでに配置されており、企業としてフィランソロピーをどのようにしていくか、人、物、金、情報提供などの視点からノウハウを蓄積しており、良き企業市民として地域との融和を図っていく姿に日本企業は感化されたのである<sup>5)</sup>。また当時の好調な企業業績も追い風となった。所謂バブル経済の余韻が残る1990年代の前半は、米国からの影響と、重視される企業イメージの向上を意図し、フィランソロピーの活用を試みた。これが外圧による「導入期」である。失われた10年といわれる1990年代の後半は、企業不祥事などのマイナス要因が浮き彫りになり、企業のあり方を問われた時代である。予算に余裕の無くなった行政の波紋を受け、高齢化対策や地方の活性化に企業も視点を移さざるをえなくなった。経済低迷期に企業がいかにフィランソロピー活動を展開していくか、皆が考慮し工夫し始めた「育成期」である。2000年代に入り斜陽だった日本経済も少し上向きになりつつある。丹下（2005）はこの時代を「発展期」としている。CSRに対する興味関心が高まり、伴ってフィランソロピーも注目されたことにより「発展期」と名づけたと推測する。丹下（2005）の分類は以上である。2007年の現在、2000年代の後半を「創造期」と筆者は呼称する。企業の社会性が大いに求められる昨今、巷にはモノが溢れ、価値観は多様化し、自己責任の名で各自がリスクに対面する時代となっている。株主利益と社会から企業の社会性を問う声との狭間で、企業は何をすべきか「創造」している。フィランソロピー活動の考え方や手法の転換、コア事業との戦略的關係性など、各企業のオリジナリティを生かしアピールできる方策を造りつつある。今後の動向も期待される。

表2 戦後から現代までフィランソロピーを取り巻く動き

年代	1950年代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代				
与件	高度経済成長	公害	石油ショック	国際化	企業不祥事	社会性				
活動 視点				フィランソロピー	環境・経倫理		C S R 社会的責任			
					模索期 現地化要因(日本 経済摩擦の激化・ 在米日系企業の経 験)	導入期 外来的要因(米国 からの影響・企業 イメージの重視・ 感性社会の到来)	育成期 内在的要因(人間 性尊重・高齢化対 策・地方の活性化)	発展期 グローバル要因 (公共財の増大 (地球環境)・社 会資本のグロー バル化)	創造期 モノの飽和要因 (企業の優位性 の道及、価値観 多様化)	
					企業行動基準					
					法令順守					
	企業体力の強化									
活動 領域	積極倫理									
	予防倫理									

出所：筆者作成<sup>6)</sup>

#### 4. 欧米のフィランソロピー

日本のフィランソロピーが米国の影響を受けたことは歴史からも読み取れる。その米国と、英国、仏国の現状に言及する。

##### (1) 米国におけるフィランソロピー

国の成立の背景が要因となり、政府の前にコミュニティがあったという意識が強く「企業市民」の概念が非常に大きな国である。アメリカ人は「地域社会（コミュニティ）は国家や政府以上に大切なもの」であることより、企業は「利益を地域社会に還元し、地域が発展する事で企業も発展する」と考えている。基本となるといわれるキリスト教には「富める者が貧しい者を助ける」の精神が存在する。よって地域社会に貢献しない企業や経営者、従業員は「よき市民」ではないとされている（益本 1990）。

米国における「フィランソロピー」の定義を確認したい。言葉の定義は必ずしも統一されておらず、20世紀初頭以降においては主に財団法人による民間非営利セクターないしは民間非営利団体に対する助成活動を意味している。1960年代後半から1970年代以降、企業や企業財団による社会貢献活動が新たな展開を見せるにつれ、「企業のフィランソロピー」が注目されるようになったようである（服部 1991）。飯田（1996）によるとフィランソロピーに類似する言葉は多々あるが、現在の米国では、英国で教会を中心に行なわれてきたチャリティ（Charity）が「貧しく、困窮している人々に対して救いの手を差し伸べること」を意味するのに対して、フィランソロピーは「福利、幸福、文化を促進することによって、コミュニティ全員全員の質の向上に幅広く関与すること」と理解されているようである。また、企業が、短期的視野で利益追求にはしるのではなく、広く社会や公共のために、自発的な支援（資金寄付、活動の提供等）を行う事を指すという論もある。その根底には、企業は立地地域において、良き企業市民（good corporate citizen/corporate citizenship）として社会に貢献する責任をもつという基本理念が流れている認識があるからである。フィランソロピーはチャリティと比較し、もう一歩踏み込んだ積極的な相互扶助の精神に基づいており、民間がイニシアチブをとって社会問題の解決に取り組む、広範囲の公益活動と捉えることができる。また、米国では、企業はフィランソロピー活動によって、直接的には利益を得られずとも、結果的には、“啓発された自己利益”（enlightened self-interest）につながるという

考え方も存在している（牛尾 1996）。

米国で市民活動意識に裏づけされたフィランソロピー活動の盛んな要因をさぐってみる。益本（1990）はアメリカ社会の荒廃の深刻化や、企業の寄付に対する税制上の優遇措置の強化の二点が要因であるとしている。また、雨宮（2002）は米国の歴史的背景に伴う次の5つが要因であるとしている。①政府ができる前にコミュニティが存在したため、国が行うことを民間が先に行っていたという事実があること、②17世紀初めにメイフラワー号でやってきた英国人ピルグリム・ファーザーズはブリズム植民地を作ったが、もともと政治的、宗教的迫害を受けたピューリタンであり、反政府の姿勢が強かったことが、その後も影響していること、③新大陸にやってきた者にとっての宗教の自由、政治への参加の自由、集会の自由は、当然ながら非政府的、言い換えれば民間非営利団体を作って活動する基礎となっていること、④深い信仰心から富める者は地域の恵まれない人たちを支援するというスチュワードシップ（個人としての社会的、宗教的責務）の考えにもとづくこと（これらは例えば、カーネギー財団、ロックフェラー財団の設立趣旨に表されている）、⑤多くの移民の受け入れに対して、政府が全面的に対応することは不可能であること、である。また1980年代に入って行なわれたロナルド・レーガン大統領の政策によるとの論稿も多い。レーガンは1981年の経済再建租税法で、企業の公益寄付金の課税控除枠をこれまでの5%から10%に拡大した。よってレーガン政権の狙い通り、企業からの寄付金は増加したのである（小山 1999）。

企業のフィランソロピー活動による効果はいかがであろうか。岩田（1999）は次の5つの効果を指摘する。①新マーケティング説である。これは企業イメージ向上、低コスト・高品質と同次元に位置づけるケースもある。②反企業運動防止説である。マイノリティ運動、消費者運動、環境保護運動の一撃を受けたところが多い。③人材投資説である。地域社会へ人材を送り込み、社会のニーズを探ることに活用できる。④社会責任説である。企業の社会における存在が大きくなったことによる。⑤長期投資説である。企業利益に直接つながらないかもしれないが、長期的、間接的には企業にとり有益なことになる。企業も地域社会の質的向上の為に貢献することによって良い企業環境を作り出すことは、企業にとって“啓蒙された自己利益”となると企業側は考えている。

日本におけるフィランソロピー活動は、寄付だけではなく、人員の派遣、施設の開放など多義を含むが、米国のフィランソロピーは経済的援助、つまり寄付の考え方が一般的である。前項でも記述したが、1980年代以降しばらく企業寄付は停滞していた。しかしその水準が1970年代までのレベルに後退したということはない。なぜなら、企業のフィランソロピーに対する取り組み方が制度化・多様化し、それらが広く企業に浸透したからである（小山 1999）。

2004年における米国の寄付総額は2,485億ドル（26兆8,849億円）で過去最高の数字であり、6,128億円の日本の40倍以上である。寄付大国である同国は企業による寄付金額は120億ドルであり、寄付総額の4.8%である。個人寄付が1,879億ドルであり総額の83.6%、財団支出は288億ドルであり総額の11.6%である。日本は企業寄付が87.7%、個人寄付4.1%、財団支出8.1%と企業依存度が高い<sup>7)</sup>。米国は「寄付をする」文化が個人単位で醸成されている。米国の2004年度の寄付総額やタイプ（個人、財団、遺贈や相続財産、企業）別総額は、いずれも全年より4～9%上昇しており、フィランソロピー活動が活発化していることを示している<sup>8)</sup>。

## (2) 英国におけるフィランソロピー

英国の公益・慈善事業の主体はチャリティと呼ばれる。教会が救貧活動として行なってきた活動が基

盤となっている。独立した政府機関であるチャリティ委員会より「チャリティ」資格を取得した団体に対する寄付は、税の優遇を受けることができる。英国のチャリティの数は2005年6月末現在で167,022団体であり、日本で寄付者が優遇される非営利団体の8倍にあたる<sup>9)</sup>。英国における企業のフィランソロピー活動はチャリティがメインである。チャリティとは公益団体への寄付のことであり、次の4つを目的とする。貧困救済、教育振興、宗教の普及、コミュニティに貢献する福祉推進等である（谷本1990）。

第二次世界大戦後、英国政府は「揺りかごから墓場まで（From the Cradle to the Grave）」という政治スローガンで社会保障制度の充実を図った。伝統的に政府が公共の福祉に対して大きな責任を負ってきたといえる。ところが、1970年代から急激に失業率が高くなり、1979年に労働党に代わって政権を担当した保守党（サッチャー政権）は財政再建のため「小さな政府」を目指して、福祉国家の路線を修正したことが英国におけるフィランソロピーの大きな転換期となる。福祉、文化等の分野への政府の助成を削減する一方で、民間活力の導入を促進するために寄付に対する様々な優遇税制制度を講じたのである。この結果、企業に対するフィランソロピー活動への期待も高まり、フィランソロピーの先進国である米国への調査団の派遣なども行なわれるようになった<sup>10)</sup>。

ブレア政権になってからはは欧州大陸型福祉国家でもなく、サッチャー流の自由市場主義でもない「第三の道」<sup>11)</sup>を模索していた。

寄付活動をメインしている企業のフィランソロピー活動の今後の方向性が興味深い。

### (3) 仏国におけるフィランソロピー

益本（1990）によると、仏国は一般市民の福祉等については国家の責任領域と考えられており、米国や英国に比べて盛んであるとはいえない。また企業寄付に対する概念がまちまちであり、マーケティングや広報活動に分類されている。「bonnes oeuvres」は社会活動や宗教活動、「mecenat」は文化芸術の援助、「sponsoring」はスポーツの後援である。ため、企業財団の設立や活動は行われなかったのが大きな特色である。ただ、1969年に政府の主導によるフランス財団が設立された。民間企業では1984年にカルチュ現代美術財団が設立され、政府も税制の非課税措置により民間メセナを支援するなどメセナ活動が重視されている。フランス財団は現在では完全な民間機関となっている。芸術振興のウエイトが高い国である。

## 5. 日本のフィランソロピー

### (1) フィランソロピーの範囲

日本におけるフィランソロピーについて議論したい。まず定義であるが米国の「philanthropy」の訳語であり、必ずしも統一されていない。文化支援活動を「メセナ」、メセナを含めた社会貢献活動全体を「フィランソロピー」とメセナと比較しつつ定義するものもある（関本 1992）。フィランソロピー（Philanthropy）、メセナ（mecenat）、グッド・コーポレート・シチズンシップ（Good Corporate Citizenship）これらの用語は、いずれも企業の社会貢献活動を含意する点で一致すると大きく捉える論もある（岩田 1999）。利益や営利を目的としない、もしくは直接目的としない、見返りを求めないなどと明示する論も多い<sup>12)</sup>。また「公益」や「公共」の語彙を含み、行政との役割分担に言及する論もある<sup>13)</sup>。

## (2) フィランソロピーの評価機関

フィランソロピー活動の評価について定性的・定量的両面より確認する。

### (i) 朝日新聞文化財団と朝日新聞社

フィランソロピーの数値化は難しく、単純な評価ができないことはやむをえない。その中で、朝日新聞文化財団が1990年より2003年度まで13回に渡り「企業の社会貢献度調査」<sup>14)</sup>を行っていた。同調査は第5回目より「賞」を創設し、社会貢献、社会的責任を点数化し表彰したものである。過去の大賞受賞企業は日本アイ・ビー・エム、松下電器産業、イトーヨーカ堂、ソニー、アサヒビール、リコー、富士ゼロックス、NEC、資生堂と錚々たる企業が並ぶ。最終年度の2003年度の大賞は資生堂であった。理念・領域・活動主体を明確に示して社会貢献活動を推進しており、毎年経常利益の3%を社会貢献活動に、約1%をメセナ活動に継続的に充てていることが評価されていた。学術支援活動、芸術・文化活動主催事業、福祉分野の活動など範囲も幅広い。その他の受賞企業は、障害者雇用賞がデンソー、消費者志向賞がトヨタ自動車、社会との共生賞が三菱地所、環境保護賞がキャノン、企業倫理賞がテルモ、情報開示賞が富士ゼロックスである。

その後、2004年より朝日新聞社のオリジナル事業として、より良き企業市民のあり方を考え、企業の社会貢献活動をたたえる「朝日企業市民賞」を創設している。1回目の2004年は海外で難民の視力を検査して各自に適した眼鏡を寄贈した株式会社富士メガネ（札幌市）、NPOと連携し、学生のための実習プログラムを運営した日産自動車株式会社、給与からの拠出金を社員の社会貢献に役立てる制度を確立した富士ゼロックス株式会社、子どもたちに科学の楽しさを伝える実験教室を各地で展開したアジレント・テクノロジー株式会社、障害者が自立して働く職場環境づくりへの取り組みに着手したダイキン工業株式会社が受賞している。2回目の2005年度は、ホテルの保護活動を通じた地域一体の環境づくりを行った朝日酒造、難病治療中の子どもと家族を財団法人・NPOと連携して支援したアメリカンファミリー生命保険、IT技術を活用した重度障害者の在宅勤務制度の推進を行った沖電気工業、スマトラ沖地震で援助物資の無償輸送を世界的に展開した日本郵船が受賞している。3回目の2006年度は製造委託先を対象に独自の取引行動規範を設け推進したイオン、マレーシアでのゾウの保護活動と熱帯雨林保全の取り組みを行ったサラヤ、防虫蚊帳を開発・製造し、アフリカでマラリア予防に貢献した住友化学、盲導犬育成事業の支援と視覚障害者への積極的対応を行ったそごうと西武百貨店である。受賞した企業の自社の理念や専門性を生かして、社会的責任を果たそうという独自の取り組みが評価された。3回目には全国から177件の応募があり、その内容は、環境保護や地域・教育・文化支援、社会福祉、国際貢献など幅広い分野にわたっている。

### (ii) 社団法人日本フィランソロピー協会

社団法人日本フィランソロピー協会<sup>15)</sup>も本業を通じた企業の社会貢献活動を顕彰する「企業フィランソロピー大賞」と呼称した表彰活動を、2003年より行っている。第1回目の2003年に受賞した企業は以下の通りである。大賞は地元北海道産の木100%活用による、健康100年住宅づくりを通じた、地域循環自立型産業の実践を行った株式会社木の城たいせつ、コミュニティ・フィランソロピー賞は元商店街を再活性化させた株式会社アモール・トワ、企業市民賞は拡大教科書製作支援サービスを行った富士ゼロックス株式会社、リレーションシップ・バンキング賞は脱担保主義を掲げて「産・官・学・金」の中核として地域再生に尽力している西武信用金庫である。第2回目の2004年の受賞企業は以下の通りである。大賞「本の学校」を中心とした出版文化研究、読書推進環

境整備、出版業界人研修等の運営を行った株式会社今井書店グループ、地域エコロジー賞はガソリンスタンドにおけるごみ・廃食油の分別回収、バイオディーゼル燃料の普及活動を行った油藤商事株式会社、企業顕彰事業、コミュニティ・フィランソロピー賞はインキュベーション施設、文化財団などによる地域企業、地域文化の育成を行った多摩中央信用金庫、社会共生賞は「障害者と社会をジョイントする」という経営方針に則した心身障害者の多数雇用を実践している日本理化学工業株式会社、企業市民賞は遊休施設を核とした包括的なインキュベーションオフィス運営を行っている富士電機ホールディングス株式会社である。3回目の2005年度受賞企業は以下の通りである。大賞は環境問題や社会問題に徹底的に配慮した、カタログを通じての商品販売を行った株式会社カタログハウス、地域共生賞は料理に使用する木の葉活用事業による、高齢者を働き手とする地域再生を行った株式会社いろどり、コミュニティ・フィランソロピー賞は金融機関としての特性を活かした、地域密着型の中小企業支援活動を継続している大阪市信用金庫、奨励賞は中国における砂漠化防止プロジェクト―緑と地域住民の緑化共生システムへーの試みを行ったトヨタ自動車株式会社のバイオ緑化事業部である。地球共生賞は「田舎の小さな町工場にも国際貢献の道がある」と、6年かけて、世界に埋まる2億5000万個の地雷を、安全かつ効率的に除去できる油圧式シャベルを開発し世界5カ国で毎年1万発の除去に取り組んでいる山梨日立建機株式会社である。

朝日新聞文化財団と朝日新聞社が大手企業を中心に表彰したのと比較し、フィランソロピー協会は企業規模に関係なく、地域に密着した活動や草の根的な活動を継続的に行っている企業にも着目している。フィランソロピー活動は企業の経済性規模に関係なく、実際に行われており、社会的にも評価されているといえる。

### (iii) 日本経済新聞社「企業評価システム・プリズム」

信頼性の高い調査として実績を積み重ねている、日本経済新聞社の実施する多角的評価システム「プリズム」をみてみよう。「プリズム」は決算書その他の財務数値だけでなく、企業の社会性・環境対応などの定性項目を主としたアンケート調査を行い、定量的に評価したものである。「社会性・柔軟性」、「収益、成長力」、「開発・研究」、「若さ」の4つの評価因子を用いており、それぞれの影響力は24.4%、31.0%、6.4%、0.01%、誤差38.2%である。フィランソロピーは「社会性・柔軟性」内に21指標あるなかの「社会貢献」に相当する。よって、「企業評価システム・プリズム」の結果がフィランソロピーの評価に適合するとはいえないが、傾向を探ることはできよう。総合得点による優良企業上位10社は、1位よりキャノン、武田薬品工業、アドテスト、オムロン、TDK、トヨタ、HOYA、ホンダ、第一三共、デンソーであった。「柔軟性・社会性」の評価のみによるトップ10は、1位よりソニー（総合順位49位）、東芝（総合順位25位）、日立（総合順位66位）、富士写真フイルム（総合順位80位）、三井住友海上保険（総合順位59位）、ミレアホールディングス（総合順位83位）、三菱電機（総合順位50位）、キリンビール（総合順位66位）、松下電器産業（総合順位32位）、凸版印刷（総合順位61位）、東京ガス（総合順位73位）である<sup>16)</sup>。

詳細な分析は本稿では行わないが、優良企業上位に位置する企業は、必ずしも「柔軟性・社会性」が優れて高い企業ではないと雑駁ではあるがいえよう。

### (iv) News Week 世界企業ランキング

News Week世界企業ランキングは「財務力」と「社会的責任」より定量評価している。「財務力」は「収益性」、「成長性」、「安全性」を3つの観点より評価している。「社会的責任」は①「企業統治＝コーポレートガバナンス」（取締役会の独立性、法令遵守体制、倫理規定等）、②「従業員」

(従業員の機会均等, 健康と安全, 雇用安定, 従業員の権利尊重, 教育・訓練, 女性取締役の比率等), ③「社会」(途上国での人権保護, 公正な調達, 顧客や取引先との関係, 社会貢献活動等), ④「環境(環境問題への取り組みと成果)」の評価である。フィランソロピーは「社会」の「社会貢献活動等」に相当する。プリズム同様フィランソロピーの評価に適合するとはいえないが, 傾向を探る一助とする。総合得点による日本企業の上位10位は, 1位より花王, キヤノン, 大日本印刷, 商船三井, 武田薬品工業, 川崎汽船, 日本郵船, 富士通, アサヒビール, デンソーであった。「社会的責任」の評価のみによるトップ10(日本企業のみ)は, 東芝(総合順位26位), NEC(総合順位31位), 富士通(総合順位8位), 大日本印刷(総合順位3位), 中部電力(総合順位43位), ソニー(総合順位61位), 松下電器産業(総合順位25位), 日本郵船(総合順位7位), 三井物産(総合順位38位), 花王(総合順位1位)である<sup>17)</sup>。

総合得点の上位企業の中には, 大日本印刷(総合順位3位), 日本郵船(総合順位7位), 花王(総合順位1位)と「社会的責任」の評価の上位に位置する企業もある。

### (3) フィランソロピーの趨勢

社会性も盛り込んだ企業の定量評価を試みたNews Week世界企業ランキングと日本経済新聞社「企業評価システム・プリズム」では, 総合評価への社会性の影響が等しくはない。比較のための数値の算出の方法や, 重点を置く割合などの相違によると推測される。フィランソロピーのような定量化の難しい企業の社会性の側面を企業評価に絶対的に関連付ける手法の開発が期待される。その際, 経済性と社会性のバランスが最大の論点になろう。

米国型フィランソロピーの影響を大きく受けている日本としては, 米国の潮流を鑑みるに, 経済的要素を目的としないとはいいがたい。しかし, 日本文化独特の「隠匿」思想により, よい行いは吹聴しないという向きがあった。伊吹(2001)によるとフィランソロピー元年と呼ばれた1990年以降, フィランソロピーは「事業活動によって得られた利益の一部を社会に還元する」という「慈善」ではなく「社会」への投資と位置づけるべきという考え方もある。CSR元年と呼ばれる2003年以降, 「社会」だけでなく「企業」に対する投資ともいえよう。フィランソロピーを論ずるに「投資」や「戦略的」の語彙が使われるようになったのは1990年代からであり, 歴史的に短い。日本政策銀行(旧日本開発銀行)の「調査」(「企業の社会貢献《フィランソロピー》の方向と課題」)が1991年8月に発行されているが, そこに「戦略」の言葉はない。このことから, 現在はフィランソロピーの概念が変化しつつある過渡期であるといえる。

## 6. まとめと今後の課題

以上, 欧米との比較により, フィランソロピーの語源から, 現在までの歴史, 取り巻く社会的環境や要因など背景を解明した。総括すれば以下のことがいえる。

欧米のフィランソロピー概念構築の歴史は古く, 一朝一夕にできあがったものではないということ, また日本においてフィランソロピーは欧米, 特に米国への進出により開眼されたものであるということ, フィランソロピーを含む企業の社会的な面の, 定量的, 定性的評価は困難であること, 今後の見通しとしては, フィランソロピー活動をしなない, という方向ではないということである。社会性が求められている現状を踏まえ, 企業利益を損なわないフィランソロピー活動を創造している過程である。

フィランソロピー活動の定量的評価は困難であるが、日本における活動状況は、欧米とりわけ米国との比較において活発なものではない。しかしながら、世界的な趨勢を見る限りCSRの活動の高まりとともにフィランソロピー活動への関心も増加しつつあり、近い将来には日本企業の経営戦略上、不可欠な要素となることが予想される。

本稿では、社会における企業の役割や責任を分析し明らかにするための緒として、貢献の領域であるフィランソロピーという事象をとりあげ分析した。これは企業の社会性を表す一部でしかない。また欧米の企業と日本企業との、企業構造の相違など考慮すれば、欧米の模倣による企業の社会性は成立し得ないであろう。たとえば、株主に対する考え方にしても、欧米と日本企業は異なる。日本企業が日本の風土とこれまでの歴史をふまえ、欧米で旺盛な企業の社会性をいかに日本型に変革していくか、今後も観察は必須である。

また、もっと広い視野にたち、企業存在自体についての深い探索が必要であることも承知している。

## 【注】

- 1) 牛尾奈緒美 (1996) p.159
- 2) 今田 忠 (1993), 出口正之 (1993), 土肥寿員 (1993), 岩田若子 (1999), 水尾順一 (2000) 益本仁雄 (1990) を参考にして筆者作成
- 3) 出口 (1993, p.167) によればA・P・スミス裁判とは、ミシン会社である同社がプリンストン大学に1500ドル寄付した行為の妥当性について、ニュージャージーの裁判所が従来の「直接利益原理」を覆し、企業も「良き市民性」を発揮する義務があり、企業寄付は企業の社会的責任を果たしていくことで企業の長期的利益につながるから妥当であるという判決を行なったもの。判決では、企業の役員が「謹厳な義務」を執行する権利があるということが主張された。
- 4) 益本仁雄 (1990), 今田 忠 (1993), 出口正之 (1993), 土肥寿員 (1993), 丹下博文 (2005), 岩田若子 (1999), 水尾順一 (2000) を参考に作成
- 5) 日本経済団体連合会 (1996) 『社会貢献白書』 pp.1-2
- 6) 水尾 (2000) p.134, 丹下 (2005) p.149 の表を基に筆者加筆・作成
- 7) 三井トラスト・ホールディングス (2005)
- 8) シーズ＝市民活動を支える制度を作る会HP  
[http://www.npweb.jp/news/news\\_info.php?article\\_id=2180](http://www.npweb.jp/news/news_info.php?article_id=2180)
- 9) 三井トラスト・ホールディングス (2005)
- 10) 日本開発銀行 (1991)
- 11) Anthony Giddens (1999)
- 12) 次のような定義が見られる。今田 忠 (1993, p.114) は企業が「短期的な利益追求活動を離れて広く社会・公共のために、主として金銭的な支援を行うこと」、飯田史彦 (1996, p.2) は「企業による社会貢献活動なかでも営利を直接目的としないフィランソロピー」、水尾順一 (2000, p.129) は「企業が社会的存在として果たすべき責務の中で他者からの強制ではなく、自発的に取り組むもので、営利を目的とせず、本来業務とは別に事業活動外で行われるものである。したがって、その行為者は、企業だけでなく、その中で働く個人、そしてそれらをサポートする制度的なものも対象とされる。しかも、その行為には反対給付としての見返りを期待すべきものではなく、積極的に社会に寄与する

行動である。」としている。

- 13) 塩澤修平 (1993), 今田 忠 (1993), 川野辺裕幸 (1994), 本間正明 (1997) など
- 14) 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献度調査」委員会 (2003) pp. 3-16
- 15) 1960年 (昭和35年) にジャーナリスト・学者・評論家を中心に自由で民主的な社会づくりのための研究会発足。1962年 (昭和37年) には内閣総理大臣より公益法人としての認可を受けている社団法人。  
<http://www.philanthropy.or.jp/index.html>
- 16) 日本経済新聞朝刊2006年3月20日に掲載されたデータ
- 17) Newsweekニューズウイーク日本版 2006.6.21号 (2006) p.50

## 【引用文献】

- Anthony Giddens (1999) “*The Third Way*” (佐和隆光訳『第三の道』日本経済新聞社)
- 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献度調査」委員会 (2003), 『有力企業の社会貢献度2003』, 財団法人朝日新聞文化財団, pp.3-16
- 飯田史彦 (1996) 「日本企業のフィランソロピー戦略(上): 戦略的社会貢献の基本原則と諸問題」, 『商学論集』巻号64(2), p.3, p.8, pp.12-17
- 今田 忠 (1993) 「日本の企業フィランソロピー」, 『開花するフィランソロピー』, TBSブリタニカ
- 岩田若子 (1999) 「米国企業における社会貢献活動の歴史と現代」, 『慶応商学論集』5巻1号 慶應義塾大学大学院, p.27
- 牛尾奈緒美 (1996) 「企業フィランソロピーに関する一考察」, 『三田商学研究慶応義塾大学商学会』, 69巻2号 p.159
- 川野辺裕幸 (1994) 「フィランソロピーをめぐる問題と政府の役割」, 『行動科学研究』45巻
- 小山巖也 (1999) 「戦略的フィランソロピーと企業の社会的応答性の構造」, 『山梨学院大学商学論集山梨学院大学商学研究会 巻号24』, pp.113-116
- 塩澤修平 (1993) 「企業戦略としてのフィランソロピー」, 『三田学会雑誌』85巻4号, pp.137-139
- 関本桂三 (1992) 「企業の地域社会への貢献」, 『社会科学研究年報 巻号22』, p.83
- 谷本寛治 (2004) 『CSR経営企業の社会的責任とステイクホルダー』, 中央経済社, p.5
- 丹下博文 (2005) 『企業経営の社会性研究』, 中央経済社, pp.8-10, p.108, p.154, pp.136-149
- 出口正之 (1993) 「アメリカの企業フィランソロピー」, 『開花するフィランソロピー』, TBSブリタニカ, pp.182-183
- 土肥寿員 (1993) 「ヨーロッパの企業フィランソロピー」, 『開花するフィランソロピー』, TBSブリタニカ
- 日本開発銀行 (1991) 「企業の社会貢献 (フィランソロピー) の方向と課題」, 『調査』第153号, pp.73-74
- 日本経済団体連合会 (1996) 『社会貢献白書』, pp.1-2
- Newsweekニューズウイーク日本版 (2006) 2006.6. 21号
- 服部正中 (1991) 「企業の社会貢献とファウンデーション」, 『亜細亜大学経営論集』27巻, pp.205-206
- 本間正明 (1997) 『フィランソロピーの社会経済学』東洋経済新報社
- 益本仁雄 (1990) 「欧米における企業の社会貢献・文化的活動と日本企業のあり方」, 『慶応経営論集』

粟屋仁美

8巻3号, pp.57-59, pp.64-68, p.72

松岡紀雄 (1992) 『企業市民の時代』 日本経済新聞社 pp.20-87, pp.172-173

水尾順一 (2000) 「企業社会責任と社会貢献活動」, 『マーケティング倫理』, 中央経済社, p.134

三井トラスト・ホールディングス (2005) 『調査レポート』 2005秋 No.51 pp.31-35

(受理 平成19年10月10日)

## Abstract

### Consideration in Society of Corporation Through Comparison with Europe / America

Hitomi AWAYA\*

In this notes and discussion, the philanthropy is discussed in order to consider the society of the corporation in Japan. The definition of the philanthropy is “Social contribution activity to the society, the region, and the international society”.

The following can be said by comparing philanthropies of Europe / America and Japan. The history of the philanthropy of Europe / America is old. The philanthropy in Japan is enlightened by its advancement to the United States. As outlook for the future, it is in the process of creating the philanthropy that doesn't ruin corporate profits.

What is required is the social role of corporations which is unique to Japan.

(Received October 10, 2007)

---

\*Department of Comprehensive Human Life Studies