

趙 雪蓮「ポランニー経済思想からみた CSR の展開に関する基礎的研究 ― 企業と社会の関係を中心に」

大阪産業大学大学院経営・流通学研究科博士論文（営博第 12 号）、2013 年 3 月。

○ 博士学位論文の要旨

本論文は、企業を取り巻く様々な構成員（ステークホルダー）との関わりの中で、企業が果たすべく役割及び責任を大括みに企業の社会的責任（CSR）と捉え、今日では、公的主体とのコラボレーションの中で社会的課題の解決にあたっても、その果たすべき役割があることを明らかにしている。その際、企業の本業と結びつくことによって経済的価値と社会的価値が同時に創出され、社会的責任が持続可能なものになることを理論的かつ実証的に明らかにする中で、ポランニーの経済思想の考え方をメルクマールにして CSR の展開を考察している。

第 1 章では、CSR も理論的根拠としてカール・ポランニーの埋め込み理論を提示し、市場システム（市場の主体は企業）が社会的システムに埋め込まれることにより、社会が企業の暴走を阻止するよう機能することになる。すなわち、企業は環境内的存在であり、自然・社会環境との相互関係の中で存在し、社会的存在としての企業の役割を表す概念が CSR である。本章では、時代の変遷の中で CSR の概念がどのように変化しているかを、キャロルが提示するピラミッドモデルと照合しつつ、説明を加え、CSR の責任領域が拡大し、CSR が企業活動の根幹に位置し、自らの持続性を実現すると同時に、持続可能な社会を築くための行動原理であり、企業の競争力の強化にとって不可欠な要素であることを明らかにした。すなわち、今日の企業は、本業と結びついた経済的価値と社会的価値の同時の実現を図ることが命題となっている。こうして、現代の企業は、自らを取り巻く経営環境を分析・予測し、CSR に対応できるような新たな経営戦略を確立することが求められている。ゆえに、CSR は企業経営における重要な経営戦略の一環であり、企業の持続可能な成長にとって不可欠な要素になってきたことを示している。

第 2 章では、ポーターの経営戦略の理論に依拠しつつ、CSR を経営戦略の重要な要素と捉え、議論を展開する。今日の情報化、グローバル化、地球環境問題を軸とした現代社会の特徴が今日のビジネス環境であり、そのなかで企業は革新的な競争戦略の展開が求められている。すなわち、持続的競争優位の確立が企業の中心的経営課題となっている。当初のポーターの経営戦略の理論は、網羅的かつ包括的な戦略の捉え方である 3 つの基本戦略を提示したが、今日のように厳しく、短期間に変化する市場環境に対して柔軟に適用しにくい面があった。環境認識が狭く、定量化できる経済的環境に分析の重点があり、自然および社会環境といった要素に対する配慮が欠けていた。その後、ポーターは自然および社会環境の変化を取り込んだ競争戦略の重要性を認識し、従来の CSR を受動的 CSR と捉え、今日の CSR を戦略的 CSR と捉え、議論を展開した。現代企業において、競争優位を確立するためには、社会問題を 3 つのカテゴリーに分類し、そこから自社が貢献しうる社会問題、すなわち最大の競争優位につながりやすい社会問題を見つけ出し、経済的要請と社会的要請の双方を満足させる解決の道筋を見出すプロセスこそ戦略的 CSR の本質であることを明らかにした。しかし、ポーターの理論はあくまでも企業成長志向を優先する考

え方に立脚する議論であり、ポランニーが危惧する市場システムが社会システムよりも湯煎する考え方が発展途上国に持ち込まれる恐れがあると論文提出者は主張する。ところで、近年は、グローバル化の進展により、企業活動も海外に展開し、とくに途上国への進出を急伸させていることから、CSR と経営戦略が重なる分野も拡大し、グローバルな社会的問題の解決にも企業の果たすべき役割に対する期待も高まっている。企業はグローバルネットワーク網を活かして、社会的課題に寄与できるうえ、企業にとってのイノベーションの創出の機会となっている。ここに、ソーシャル・イノベーションとしての CSR に向けた新たな展開が可能となる。

第 3 章では、こうしたソーシャル・イノベーションの担い手であるソーシャル・エンタープライズによる社会的課題の解決という意味でのソーシャル・ビジネスを通して、社会変革をもたらす側面を詳細に考察している。かくして、戦略的 CSR はあくまでもソーシャル・イノベーションの実現を補完するものであり、現代企業はソーシャル・イノベーションに資する責任ある行動を戦略的に展開しなければならない。ここに、ポランニーが主張する市場システムが社会システムに埋め込まれた存在として機能する姿を見ることができると論文提出者は主張する。

第 4 章では、ソーシャル・イノベーションを実現する具体的なビジネスモデルの一つである BOP ビジネスを取り上げている。BOP ビジネスの本質は、社会的・国際的課題の解決に向け、多くの人が共感しうる BOP ビジネスを通して、未踏の市場を開拓することであり、それを首尾よく果たすには、現地および母国の政府、国際援助機関、NPO、企業および市民団体などとの協力・連携が不可欠であるということは、論文提出者が行った若干のインタビュー調査において確認され、明らかにされている。

結論では、本論文の論点・主張を整理するとともに戦略的 CSR の限界を指摘し、それを補完すべく CSR の延長線上に出現した新たなビジネスモデルを展開するソーシャル・エンタープライズの存在、そしてソーシャル・エンタープライズが生成するソーシャル・イノベーションを具現化した BOP ビジネスの展開において各種のステークホルダーの相互協力関係が不可欠であることを改めて強調し、ポランニーが主張するように、企業の活動が社会システムの中に埋め込まれる中で展開され、CSR の原点である企業と社会との絆を強化しようとする方向に展開していると結論付けている。

○博士論文審査の要旨

論文提出者は、23 年度において学位請求論文を提出し、審査を受けた結果、先行研究の検討の不足から生じる論旨の不明確さ、事例研究を一層深堀することなど、種々の課題を提示されたことを受け、これらの課題を克服すべく努力を行い、24 年度に改めて論文を提出することになった。今回提出された論文は、前回各審査委員から指摘された問題点を改善し、より充実した内容になっていると評価される。そのうえで、本論文の評価されるべき長所として、以下の特徴をあげることができる。

- (1) 論文提出者は、CSR を企業と社会との良好な関係を維持するために企業の経営過程に社会的公正や倫理性、環境や人権への配慮を取り込み、あらゆるステークホルダーの要求

に対して、アカウンタビリティを果たしていくことであると定義し、企業は一定の社会的ルールに基づく社会的システムの中で存続しうる組織体であると捉え、カール・ポランニーが主張する市場システムは社会システムに埋め込まれるべきであるという考え方をメルクマールとして企業の CSR の展開を考察した点はユニークであるといえる。

- (2) 本論文は、企業と社会の関係が時代の変遷の中で変容するのに伴って、企業と社会をつなぐ重要な概念である CSR が対象とする領域も格段に拡大するが、その際、企業の行動が、ポランニーが主張するように社会システムに埋め込まれた存在として機能しつつあることを、論文提出者が自ら行ったインタビュー調査を含め、様々な BOP ビジネスの事例を取り上げ、証明しようとする努力は高く評価される。

(審査委員会の所見)

本論文は、企業の社会的責任とは何か、という問いに対して必ずしも十分な解を提示しているとは言えないかもしれない。しかし、問そのものが大きな命題であり、また永遠の研究テーマになるのかもしれない。この問いの解を求めるのは今後の課題とし、本論文の内容そのものは博士学位論文に十分に値するものと評価できる。

以上の審査結果に基づき、論文提出者は博士（経営学）の学位を受けるに十分な資格を持つと判定する。