

イノベーションと企業の社会的責任

高 橋 蔦 美

目 次

はじめに

1. イノベーションの経済的意味
 - (1) 歴史的な概念としてのイノベーション
 - (2) シュムペターの企業家概念の現代的意義
2. イノベーションの社会的意味
 - (1) 社会的責任についての実証主義的アプローチ
 - (2) ステークホルダー・マネジメントと企業の社会的責任
3. イノベーションと環境責任

はじめに

イノベーションは企業の存続と発展のための生命線であると言われ、特に我が国のように天然資源に恵まれない国においては、イノベーションこそは最重要課題であると考えられている。P. F. ドラッカーによれば、現代社会において企業は支配的な経済的・社会的制度であるがゆえに、企業の目的は社会の中にこそ求められるべきであって、それは「顧客の創造」あるいは「市場の創造」であるとされる¹⁾。すなわち、企業が成熟化段階に達すると必然的に十分な利益の確保が望めなくなるから、株主、従業員、消費者、取引業者、金融機関、政府、地域住民など多くの利害関係者に対して社会的責任を果たすことが出来なくなる。そこで更なる利益を確保するためには「顧客の創造」あるいは「市場の創造」が何よりも重要であり、それは神や自然力や経済的諸力によってもたらされるものではなく、企業家自身が創出するものである。すなわち、企業家による革新的行為が人々の要求を有効需要に転化する場合にのみ、顧客すなわち市場が創出されることになる²⁾。かくして顧客を創造するのは企業家行動そのものであり、それを実現するところの「マーケティング」と「イノベーション」が現代企業行動の二大機能であると位置づ

1) P. F. ドラッカー著 野田一夫・村上恒夫訳『創造する経営者』ドラッカー全集4 ダイアモンド社 1972・9～302頁(1964)

2) 中西寅雄・鍋島達編著『現代における経営の理念と特質』日本生産性本部 1988・48頁

けられる。

本小論においては、イノベーションの概念を歴史的に回顧するとともに、現代企業の社会的責任としてのイノベーションとは何かについて、主としてステークホルダー・マネジメントの立場から、更に環境責任との関わりにおいて考察するものである。

1. イノベーションの経済的意味

(1) 歴史的な概念としてのイノベーション

J. A. シュムペターは、1912年に公刊された「経済発展の理論」の中で、「企業家とは、いわば経済における歴史の転換手の役割を果たすものであり、新結合の導入によって均衡のとれた循環の流れ(circular flow)を破壊し、その結果、経済をより高次元の活動レベルに引き上げる。また、古いものを破壊して新しいものを創造するのであり、このような企業家のみが正当な利益を獲得する」として、企業家の不可欠の機能として“イノベーション”を捉えている。新結合の内容は、①新しい生産物または生産物の新しい品質の創出と実現、②新しい生産方法の導入、③産業の新しい組織の創出、④新しい販売市場の開拓、⑤新しい買い付け先、である。こうした“新結合”が遂行できる人、すなわち、イノベーションの担い手が企業家なのである。

イノベーションとは、端的に言って、「新しいアイデアの企業化に成功することによって、その企業に新たな利益源泉をもたらすこと」³⁾である。つまり、

- A. 企業を所有したり、命令を与えたりする人物が必ずしも企業家ではない。イノベーターと管理者とは区別される。
- B. 資本のリスクを負う人が必ずしも企業家ではない。それは投資家である。
- C. 創造的人物が必ずしも企業家ではない。発明家と企業家は異なる。
- D. 企業家とは、アイデアを創造することによってイノベーションを行うのではなく、アイデアの価値を認識し、それを活用することによってイノベーションを行うのである⁴⁾。

アイデアの発生・発明そのものは必ずしもイノベーションにとって不可欠の条件ではなく、アイデアの企業化という事実が経済的意味を持つのである⁵⁾。この企業化のプロセスにおいて当然創造力が必要とされる。従来、イノベーションが専ら技術者主導で行われてきたため、イノベーションとは主として技術革新のことであると理解されてきた。しかしながら、シュムペターも指摘しているとおり、イノベーションとは製品や生産物の品質に関する革新を意味するばかりでなく、生産工程の革新、組織革新、販売革新、流通ルートの革新、その他諸制度の革新等もイノベーションの中に含まれている。プロダクト・イノベーションと共にプロセス・イノベーショ

3) 占部都美著『新訂・経営管理論』白桃書房 1993・205頁

4) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Inc., 1982, p. 16.

5) 占部, 前掲書 204頁

ンも成り立つのである。要するに、イノベーションとは、「新しい製品や生産方法、その他を成功裏に導入すること」⁶⁾によって、新たな利益が創出されることを意味している。イノベーションこそが長期的に生産性を上昇させ、持続的成長を可能にする唯一の方法であると考えられる。かくしてシュムペターも経済発展の原動力としての企業家のイノベーションの役割を強調しているのである。

ところで、シュムペターの主張するイノベーションとは、あくまで物的福祉の拡大に関わる意味でのイノベーションであり、また成功した企業家は、計り知れない利益を獲得する（創業者利潤）と主張する限りでは、紛れもなく個人企業家を想定しており、その限りでは19世紀的な古典的概念と言わざるを得ない。シュムペターの眼は、19世紀的な産業経済、いわゆる自由主義経済に向けられており、企業の長期的な経済成長（long-run economic growth）を一気にもたらすようなイノベーションを強調し、それによって全ての定常状態つまり古典的な意味での均衡状態を打破するための経済のダイナミズムを求めたと思われる。

（2） シュムペターの企業家概念の現代的意義

従来伝統的経済学においては、資本所有と企業家の役割は切り離せないと論じられてきたが、シュムペターは、企業家というものが資本主義経済プロセスのまさに中心に位置する限り、経済プロセスにおける企業家の機能を独立に分析することが必要であると主張している⁷⁾。企業家の機能とは単に企業を運営することではなく、企業を創出することによって発現されるものである。企業家とはリーダーシップという社会現象の特殊なケースであり、経済の分野におけるリーダーの機能に他ならない。ひとつの国民経済をそっくり新しい軌道に乗せるため、また彼らの経済経験の蓄積を新しく作り替えるため、こうした個人による経済的リーダーシップが要求されるのである⁸⁾。

資本主義社会では、客観的な機会や条件が企業家の活動を通じて機能することは明白な事実であり、これを分析することは、資本主義時代における経済的变化を研究するための非常に重要な方法のひとつである。企業家を定義づける特徴とは、新しいことを行ったり、既に行われてきたことを新しい方法で行うこと、すなわち革新（イノベーション）である。企業を革新と同じものと見なす定義は非常に抽象的なものである⁹⁾。

従来、伝統的経済学の中に登場する「経済人」は具体的な個人を指すのではなくて、経済学の方法論上のひとつの枠組であると考えられている。つまり、経済人とは利潤極大化や費用最小化の目的を達成するために、合理的な意思決定を行う人間の側面を抽出した仮説にすぎない。同様に、企業家とは極めて抽象的な概念であって、シュムペターの「経済発展の理論」の中で提示

6) 後藤見著『イノベーションと日本経済』岩波新書 2000・22頁

7) J. A. シュムペター著 清成忠男編訳『企業家とは何か』東洋経済新報社 1998・3-26頁

8) 同上書 33頁

9) 同上書 92頁

されるところの方法論上の枠組であると考えられる。そして革新（イノベーション）という用役に対する賃金が企業家利潤（＝革新利潤）なのである。たとえ時代が変わろうとも、経済主体としての「企業家」の本質は不変である。現代においては、企業家を経営者と置き換えてみれば、革新利潤とは、経営者の企業家的職能、つまりイノベーター的職能に関連する利潤であると考えられよう¹⁰⁾。かくしてイノベーションとは、企業の利潤追求行動という、本来経済システムに内在する要因によってもたらされるところの、極めて経済的な現象であると言える¹¹⁾。そのように考えるとイノベーションとはまさに時代を超越した概念であり、単に個人企業家によるイノベーションのみならず、組織活動を通じて実現される現代企業の戦略的イノベーションも包摂され、更にはナショナル・イノベーションという概念さえ登場することになる。

2. イノベーションの社会的意味

以上われわれは、イノベーションを経済的意味での社会的責任を中心に考察した。一般的にイノベーションとは科学技術の問題であって、客観的・合理的に取り扱われるものと理解されがちである。ところが現実にはイノベーションはすぐれて社会的なプロセスである¹²⁾。すなわち、イノベーションの担い手は人であり、しかも現代においては特にイノベーションが単独で行われることは稀であって、個人のアイデアであってもシステムによって企業化される。つまり、何らかの組織を通じて協働作業によってイノベーションは実現される。更にイノベーションの成果の受益者は広汎な層にわたる社会の人々である。企業は経済的制度であるとともに社会的制度でもある。企業が社会的な存在である限り、イノベーションも社会プロセスと切り離して考えることは出来ないであろう。歴史・文化・思想・制度といった諸要因がイノベーションと深い関わりをもっている。イノベーションは社会に大きな変革をもたらすと同時に、逆に社会的諸制度の影響を受けながらイノベーションは進展する。イノベーションと社会制度は共進化（co-evolution）、つまり、相互に作用し影響を与えながら進化するものである¹³⁾。したがって、現実にはイノベーションは、単なる企業の経済的責任を超えた、より広い意味での社会的責任の範疇で論じられなければならないであろう。

(1) 社会的責任についての実証主義的アプローチ

社会的責任という概念が登場し議論されるようになった背景には、企業が大規模化し、様々な社会的影響力を行使する存在となったという現実が考えられる。20世紀において大企業は、それ自体が巨大な権力を持つ存在となり、市場に対する支配力が増大したのみならず、社会の隅々に

10) 中西・鍋島、前掲書 157頁

11) 後藤、前掲書 26頁

12) 一橋大学イノベーション研究センター編『イノベーション・マネジメント入門』日本経済新聞社 2001・14頁

13) 同上書 13頁

至るまで企業活動の影響力が浸透し、政治的・社会的・組織的な諸問題を惹き起こすようになった。この時期に及んでもなお企業が利潤の追求という経済的側面のみはその機能を限定し、社会の他の諸側面への影響を顧みないとすれば、当然企業の社会的責任が問われることになる。企業の規模が拡大し複雑化するにつれて、様々な問題が発生し、マーケット・メカニズムがうまく機能しなくなると、企業は自発的な社会的責任を果たすべきだとする考え方が広く受け入れられるようになった。

企業の自発的な社会的責任という考え方については、従来、賛否両論が存在し、その殆んどは賛成派であるが、反対派の急先鋒は自由主義的経済学者、M. フリードマンである。

フリードマンの見解¹⁴⁾によれば、まず自由人とは自分の運命には自分自身が責任をとるといふ信念に依って立つものである。国家はこうした自由人の集合体であり、多数の自由な個人が、全て経済的動機、あるいは自由な判断に基づいて意思決定を行い自由に行動する。かくして個人の自由な経済活動の相互依存関係が、自由に放任された分業と交換によって成立する。そして自由の信奉者が取り組むべき問題は、この広く行き渡った相互依存を個人の自由と調和させることである¹⁵⁾。法人企業はそれを所有している株主の用具である¹⁶⁾。企業の行動は専ら市場価格機構を通じて導かれ、財の生産と分配が価格機構によって自動的に調整されることが可能となる。もし企業が寄付行為等を行ったとすれば、個々の株主が自分の資金をどのように処分すべきかを自分自身で決定する自由を妨げることになってしまう。したがって経営者が株主のために出来る限りの利益を上げるという以外の社会的責任を引き受けることほど、自由社会の基盤そのものを徹底的に掘り崩すおそれのある風潮はない。「社会的責任」という考え方は、自由経済の本質についての根本的な誤解を表している¹⁷⁾。株主は企業の所有者であり、利潤は株主に帰属する。その他のステークホルダーの各々は企業との契約関係を持っており、その見返りとして従業員は給与を受け取り、地域社会は税金として、また供給業者は製品納入の報酬を需給関係に応じて支払を受け取り、残りが利潤として株主に帰属する¹⁸⁾。地域社会に対する社会的責任は企業がなすべきものではなく、税金を受け取った政府機関がなすべきことである。フリードマンの主張によれば、企業の自発的な社会的責任は有り得ないことになる¹⁹⁾。

フリードマン流の自由私企業体制を中心とする競争的資本主義において企業家の意識に上るものは、専ら投下した貨幣資本に対する見返りとしての利潤の最大化という目標である²⁰⁾。企業への資本投下は経済的な各種の変化に伴う不確実性 (uncertainty) ないし危険 (risk) の中で行

14) M. フリードマン著 熊谷尚夫・西山千明・白井孝昌共訳『資本主義と自由』マグロウヒル好学社 1975 (1962)

15) 同上書 14頁

16) 同上書 153頁

17) 同上書 151頁

18) 十川廣国著『企業の再活性化とイノベーション』中央経済社 1997・194頁

19) 同上書 195頁

20) フリードマン、前掲書 151頁

われる。このような不確実性ないし危険を負担する報酬として利潤が発生するという考え方、いわゆる投資家利潤説は、伝統的な支配的学説であったと思われる。こうした不確実性ないし危険を負担する者は資本の所有者すなわち株主である。自由私企業制交換経済（＝競争的資本主義）の主役は資本家（＝株主）であって、「法人企業はそれを所有している株主の道具」²¹⁾にすぎないのである。経営者は株主から資本を委託された存在、ここではプリンシパルとエージェントの関係として把握されている。その意味では、経営者は最大利潤のみを目指して他を顧みない存在とみなされている。かくしてフリードマンの実証主義的アプローチからすれば、当然、企業の自発的な社会的責任は存在しないことになる。

そもそも伝統的経済学においては、企業は市場メカニズムとの関連で取り扱われてきた。そこに登場する人間は、いわゆる経済人であり、企業もひとりの経済人と想定されている。市場においては多数の経済人の原子論的競争が行われる。企業は所有者（＝資本家）の私利利潤追求のための手段にすぎない。同じことがフリードマンの実証主義経済学についても言えるのである。A・スミスの提起したマーケット・メカニズムの発想の背景には、「部分が集まって、そこに自ずから調和のある全体が成り立つ」という法則性の世界を見ようとする機械論的思考がうかがわれる。機械論的思考においては、合理的・目的論的・分析的アプローチがとられ、現象の背後にある歴史的・社会的・文化的・制度的諸要因は一切排除され、ステイティックな抽象的な世界のみが想定される。この方法をとる限り、現実が完全に説明されることは有り得ないと思われる。

(2) ステークホルダー・マネジメントと企業の社会的責任

企業は環境との関わりを持たない自己完結的・閉鎖的な存在ではなく、広く環境（政治的環境、経済的環境、社会的環境、組織的環境、その他の環境）の中に存在するところの、現代社会における支配的な代表的制度であるという認識（いわゆるオープン・システムとしての企業観）は広汎に行き渡っているところである。そしてこの社会化された制度としての企業は、もはや単なる株主のための手段ではなくて、客観的な存在となっている。かくして、制度としての企業が現代社会で生活する人々に及ぼす影響は甚大であり、且つ広範囲に及ぶ。そして企業をめぐる何らかの利害関係者集団が登場し、それぞれ固有の利害に基づいて企業と関わりを持つことになる。例えば、出資者にとっては、投資資本価値の維持増大と資本報酬（利益配当）の増大を、債権者にとっては、貸付資本の回収と利子支払の確実性を、従業員にとっては雇用の安定ならびに賃金給料、労働時間その他の労働条件の適正ないし改善向上を、消費者にとっては、提供される財貨サービスの品質の優良と価格の低廉を、取引先にとっては、その取引関係の安定性・公正性と受取対価の適正と確実性を、競争企業（同業者等）にとっては、競争の公正さを、地域社会にとっては、その地域住民の一般的福祉の増進を、それぞれ固有の基本的利害とし、この利害に基づいて、企業に対する要請を持ち、企業と交渉関係を持つのである。国及び地方公共団体は、一面に

21) 同上書 153頁

において、当該地域社会の公共福祉の利害代表者として、社会公共の一般福祉の維持増進に固有の利害を持つとともに、他面徴税者として租税収入の適正な確保を企業に対して要請し、これと交渉関係を持つ²²⁾。

このように企業を環境との関わりで認識しようとする考え方、すなわち、企業は自己完結的・閉鎖的な体系（クローズド・システム）ではなくて、社会の中で環境と関わりながら存在する開放体系（オープン・システム）として認識しようとする考え方の萌芽は、既にC. I. バーナードの組織理論（「経営者の役割」1938年）の中に観察される。

「一応組織を二人以上の人々の協働的活動の体系一触知しえない非人格的なものであり、主として関係の問題である一と定義するのであるが、意味の混同が生じない場合には、表現の便宜上、しばしば組織を人間の集団と考える通常の慣習に従い、かかる人々をその『構成員』と呼ぶこととしよう。しかし、この書物では通常、理解をいっそうはっきりさせ、一貫した概念的枠組を保つために、『構成員』を『貢献者』という語に置きかえ、組織を構成する活動を『貢献』に置きかえるが、まだ熟さない語法であるかもしれない。ところで、『貢献者』には、普通われわれが組織の『構成員』と呼ぶ人々を含むが、貢献者のほうがより広い意味を持つ言葉であり、そこには他の人々も含まれること、したがって『貢献』は『構成員であること』や『構成員としての活動』よりも、より広義の用語であることが注意されなければならない²³⁾」として組織外部も貢献者として考えられている。すなわち、バーナードにおいては、組織存続のプロセスは、組織の内・外から提供される貢献と誘因の交換のプロセスとして説明される。かくしてバーナードの考え方は、ステークホルダー・マネジメントの原型と考えられる。ステークホルダーとは、経営者の行動に影響を与えたり、あるいは経営者の行動によって影響を与えられる個人またはグループを指す²⁴⁾。ステークホルダーは孤立して行動するのでもなければ、企業と単独で関わるものでもない。むしろステークホルダーの諸集団は相互に異なる立場をとりながら、企業の存続発展のために、協力せざるを得ない関係にある²⁵⁾。現代において企業が持続的発展を遂げるためには、企業と関わりを持つステークホルダーの多様で錯綜する利害をいかに充足するかということが、ますます大きな課題となってきた。最終的には、企業に関わるステークホルダーの利害関係の調整または妥協ということが必然的な帰結となる。諸々の企業活動の調整の役目を果たすのは経営者である。かくしてステークホルダーを考慮に入れることによって、企業概念そのものが新しい意味合いを持つことになる²⁶⁾。

既に述べたように、企業は経済的的制度であると同時に社会的制度としての一面も併せ持ってい

22) 中西・鍋島、前掲書 57-58頁

23) C. I. バーナード著 山本安次郎・田杉競・飯野春樹訳『新訳 経営者の役割』ダイヤモンド社 1995 (1938)・78頁

24) R. Edward Freeman *et al.*, *A Logic for Strategy*, Ballinger Publishing Company, 1988, p. 106.

25) *Ibid.*, p. 111.

26) *Ibid.*, p. 107.

る。確かに、社会に対する財やサービスの生産と分配、あるいは従業員の雇用の維持といった問題は本来的な企業の任務であり、大きな社会的責任である。したがって、まずは企業が経済的的制度として存続し続けることが第一義的に重要であることは明白である。しかし、現代企業をめぐる多様なステークホルダーの存在と利害を考慮する時、もはや、企業は株主以外のステークホルダーを顧みない自己完結的・閉鎖経済的体系として利潤動機のみで行動することは許されない。このように考えると、伝統的経済学、あるいは実証主義経済学で用いられる機械論的アプローチは現実を説明するにはほとんど役に立たないと言える。現実をよりよく説明するためには、企業を経済的制度和社会的制度との有機的な結合体として捉えなおす必要があるだろう。機械論的思考が「部分が集まって、そこには自ずから調和のある全体が成り立つ」という法則性の世界を見ようとするのに対して、有機体思考とは「部分的な要素は、全体としての有機体を離れては、部分としての意味を持たない」ということであり、企業は自らを自己完結的な存在として意識すると同時に、社会有機体の分枝体として自らを意識するものである。このように考えれば、「現代企業における利潤性は、社会性を内含した利潤性であり、その社会性もまた利潤性を前提とし内含した社会性である。企業は社会性を強調することによって、かえって利潤性を増大し、利潤性を伸展することによって、かえって社会性を充実することができるであろう」²⁷⁾ということになる。要するに、現代企業に問われるべき社会的責任とは、究極的には、社会性と利潤性の均衡の実現ということに他ならない。

3. イノベーションと環境責任

環境問題を考えるにあたって、まず意識してかからなければならないのは、環境責任とか環境倫理という問題である。哲学者ハンス・ヨナス（1903-1993）の唱えた「現代世代は未来世代への責任がある」という、いわゆる世代間倫理は環境倫理学を考える上での中心的原理となっている。それは「環境破壊や資源枯渇の問題の加害者は現代世代であり、その被害者は未来世代である」という考え方である。

環境問題というのは、企業が惹き起こす産業公害から地球温暖化といった地球規模での環境問題にいたるまで、広汎かつ複雑多岐にわたっており、必ずしも企業のみが唯一の元凶であると断定するわけにはいかないが、産業革命による工業化の進展に伴う無責任な経済開発が現在の環境破壊をもたらした主たる要因であることは否定できないであろう。

かくして、ハンス・ヨナスが主張するように、環境破壊や資源枯渇の問題の加害者は現代世代であり、その被害者は遙か先の未来世代なのである。遠い将来の環境破壊がどのようなものであるか予見できないからといって、これを現代世代とは無関係なものとして放置することは許されない。

アナン国連事務総長によれば、ヨハネスブルクの環境開発サミット（2002年）で採択された

27) 中西・鍋島, 前掲書 55頁

「実施文書」に生命を吹き込む思想があるとすれば、それは「責任」であるという。人類家族の一員としての相互責任であり、地球に対する、なにかなく次世代の安全と福祉に対する責任である。そして、開発か環境かの選択が問題なのではなくて、環境を分別をもって管理できない開発は短命に終わるだろうということである。環境問題とは、まさに人類全体の問題であり「未来責任」という問題である。この「未来責任原則」こそ、現代のすべての企業経営者の意識の中で共有されなければならない基本的な理念であると思われる。

更に、C. I. バーナードの責任概念を検討してみると、経営者の責任について次のような見解を述べている。「人をこんな具合に変化させ啓発するものは、単に世間的な経験だけでなく、なおそれ以上のことは、結果に対する責任を負いながら決定し行為する習慣であるということが示唆されたのである。この示唆を私はためらうことなく受け入れた。事実、観察と経験に鑑みれば、アリストテレス (Aristoteles) が認識した行動家と理論家との乖離は、責任という制約を受けて決定し行動する習慣の有無に起因するところ頗る大であるということが明らかである」²⁸⁾ 企業家を定義づける特徴とは、新しいことを行ったり、すでに行われてきたことを新しい方法で行うこと、すなわちイノベーションの実現である。現代における企業家、すなわち経営者に求められる社会的責任、つまりイノベーションにまつわる社会的責任とは、端的に言って「社会的結果に対する責任」なのである。

28) C. I. バーナード著 関口操監修、遠藤蕙美・関口和雄訳『組織と管理』慶応通信 1972 (1948)・49頁