

お金の規律を考える

～利己から利他へ～

河口 真理子

要約

東日本大震災を経て、寄付やボランティアなど利他的な行動が目立ち、思いやりや助け合いなど、利他的な価値観に共感する人が増えている。この現象は大震災のショックからの反動だけでなく、「合理的な経済人による」「自己利益最大化」と「成長」を目的とする近代資本主義から、環境や人の幸せ自体を考える持続可能な経済へのシフトを加速化させるものと考えられる。ボランティア参加者の多くは「楽しかった」と答えており、利他的行為が自己利益最大化に相反するとは限らない。

自己利益最大化のためには「利己+利他のベストミックス」の経済行動のほうが合理的と考えてはどうか。それを前提にすると、最近のトレンドが一過性のものでないと分かる。例えば消費の現場においては、途上国の貧困撲滅に寄与するフェアトレード商品やエシカル商品が話題になり、今回震災では寄付付き商品が急増した。金融においても貧困撲滅に寄与するマイクロファイナンスに共感する若者が増え、社会的責任投資やインパクト・インベストメントも市民権を得ている。一方、企業経営においても、マイケル・ポーター氏が2011年年初、企業利益と社会利益両方を生み出す新たな経営の考え方「Shared Value」を提示している。この利他を組み込んだ経済は、低迷する今のグローバル経済を救う一つのきっかけになるのではないか。

目次

1. 震災後の行動変化
2. 自己利益最大化から「利己+利他のベストミックス」へ
3. 利他・倫理的な消費
4. 金融と利他的行為
5. 結びにかえて：新たな資本主義へ

3.11の東日本大震災とそれに続く福島原発事故による未曾有の大災害は、尊い多くの犠牲を伴ったが、これまでの経済・社会のあり方を再考する大きなきっかけを与えてくれた。震災直後から多くの寄付が集まり、多数のボランティアが被災地の支援に動いた。“絆”が2011年を象徴する漢字に選ばれたが、今まであまり意識してこなかった家族や友人、地域、人と人とのつながりの重要性に改めて気づいた人も少なくないだろう。そしてまた、私たちが追求すべきは、実は経済成長ではなく、幸福に生きることができる社会づくりだということが共通認識として静かに広がりつつある。2011年11月に国賓として来日されたブータンの国王夫妻が大歓迎されたのも、ブータンが経済成長ではなく幸福の追求を国の目標とし、Gross National Happiness (GNH) というGDPに代わる新たな指標で国づくりを行っていることに共感する日本人が多かったからだろう。内閣府でも幸福度の調査を始めた。10年前であれば、政府が景気対策の代わりに幸福指数を開発するなど、世論の支持を得ることは難しかっただろう。しかし、震災を経た現在、違和感はないように思える。

こうした意識の変化が続き、個人および社会が追求すべき目標が「経済成長あるいはお金・富を増やすこと (GDP)」でなく「幸福 (GNH)」であるとわれわれが納得すれば、社会の行動様式・ビジネスモデルは変容していく。そしてそれは人々・社会の経済行為の原理が変わることを意味する。その兆しは寄付やボランティアへの関心

の盛り上がりに見える。しかし、こうした意識の変化は震災で突然生まれたのではない。近代経済の成長路線に警鐘を鳴らす動きは、1960年代のレイチェル・カーソン氏の『沈黙の春』、70年代のローマクラブの『成長の限界』などから始まっており、環境派といわれる人たちや宗教団体など、一部の人たちの間ではここ数十年かけて徐々に浸透してきたものである。今回の震災はその動きを一気に加速化させ社会全体で共有させるほどの影響力があるのではないか。本稿では、こうした問題意識のもと、震災後の人々の意識の変化が人々の経済行為のあり方を変容させ、それが消費や投資などの経済活動に新たな視点をもたらしていることを概観する。

1. 震災後の行動変化

1) 寄付の急増

震災は人々の行動や価値観に大きな影響を与えた。それは寄付やボランティアなど、人のための利他的な行動の急増にみられる。寄付については、8割以上の人は何らかの形で寄付をしたとみられる。マネー情報誌『あるじゃん』が2011年4月～5月に自社の情報サイト経由で行ったアンケート¹では、被災地支援のために、83%が募金し、68%が節電したと回答。また、4月下旬にNTTレゾナントのgooリサーチが実施した『震災後の被災地支援および価値観の変化』に関する調査結果²を見ても、80.1%が「募金や寄付をした」、21.6%が「売り上げの一部が被災地支援につながる商品を購入またはサービスを利用」と回

1) (株) オールアバウト プレスリリース「マネー情報誌『あるじゃん』が震災後の行動とお金に関するアンケートを実施」(2011年5月23日) 調査期間 2011.4.22-5.8、調査対象 470人。

http://corp.allabout.co.jp/corporate/press/2011_01/PDF/110523_01.pdf

2) NTTレゾナント (株)「goo リサーチ結果 (No.199)」(2011年5月24日) 調査期間 2011.4.22-4.27、調査対象 1,000人。

<http://research.goo.ne.jp/database/data/001317/>

答。1人当たり寄付総額は2,000円以上が5割近くになり、また1万円以上が2割弱に上った。なお、回答者の5割は前年にはまったく寄付をしておらず、1人当たり寄付総額が2,000円以上の割合は2割にすぎなかった。今回の震災で3割程度の寄付初体験者が誕生し、寄付金額も大幅に底上げされたことが分かる。

3.11前における日本の寄付市場はどうだったのか。日本ファンドレイジング協会の『寄付白書2010』によると、2009年一年間に金銭現物何らかの寄付をした人は36.6%にとどまっている。また同白書によると、09年の個人・法人による寄付総額は1兆395億円（個人5,455億円、法人4,940億円）で対GDP比0.22%である。これを国際比較すると米国が1.87%、英国は0.87%なので、日本の寄付市場の小ささが浮き彫りになる。

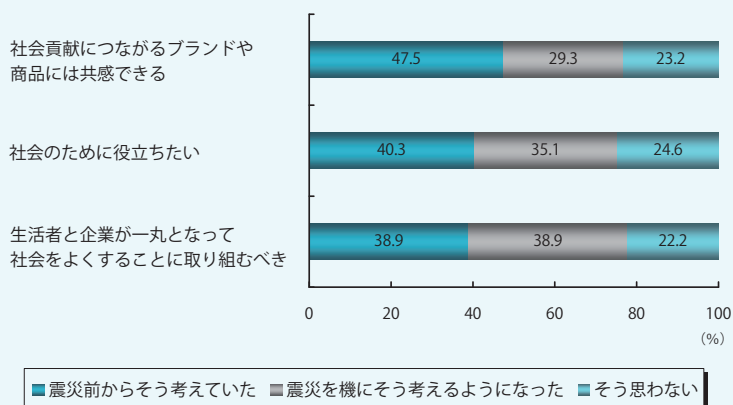
震災はこの寄付行動を明らかに変えたようだ。日本赤十字社に寄せられた寄付は11年12月5日現在262万5,307件で3,019億7,215万9,935円であった。白書によると日本赤十字社に寄せられた09年の寄付総額は87億7,400万円で、震災は年間の寄付額の約35倍の金額を8カ月で集めたことになる。ほかに、主要NPOの状況を見ると、外務省や経団連なども推奨するNPO中間支援組織であるジャパン・プラットフォームへの今回の震災寄付の総額は11年10月末時点で67億164万円

であった。ちなみに同団体への10年度の寄付総額は40億1,431万円。11年度の予算計画では、一般寄付はわずか615万円を想定、政府支援金などを含めても総額23億円の予算規模であった。予算の3倍近い金額の寄付を震災支援で得られたことになる。いかに、今回の震災が日本人の寄付行動に与えたインパクトが大きかったか、明らかだろう。

2) 消費・生活行動

震災が変えたのは寄付行動だけではない。消費行動や考え方も当然変化している。特に消費の意識が変わっている。(株)デルフィスの「第2回エシカル実態調査」³⁾によると、図表1に示したように、震災を機に3割前後の人がそれぞれ、「社会貢献につながるブランドや商品には共感できる」「社会のために役立ちたい」「生活者と企業が一丸となって社会をよくすることに取り組むべき」と考えるようになり、8割弱の人が、いまや

図表1 震災前後の行動変化



(出所) 株式会社デルフィス「第2回エシカル実態調査」を基に大和総研作成

3) (株)デルフィス「第2回エシカル実態調査」(2011年8月8日)調査期間2011.6.27-6.30、対象15歳以上男女1,100人。
<https://sites.google.com/site/ethicaldelphys/news>

こうしたエシカルな意識を持つことが明らかである。ここで「エシカル」とは、デルフィスでは、「人・社会や地球のことを考えた『倫理的に正しい』消費行動やライフスタイルを指します。エコだけでなく、フェアトレード（社会的・経済的に立場の弱い生産者に対し、公正な賃金や労働条件を保証した価格で商品を購入すること）や社会貢献等も含んだ考え方。⁴」と定義している。

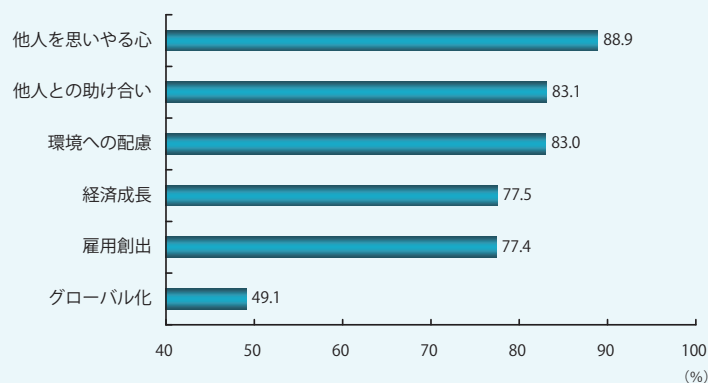
また（株）シタシオンジャパンが2011年10月に公表した「震災後の社会生活に必要な価値観

に関する意識調査」⁵によると、今後の社会生活において重要だと考えることの上位3つは、「他人を思いやる心」「他人との助け合い」「環境への配慮」と利他的な価値観が並び、「経済成長」「雇用創出」「グローバル化」など経済生活に関するものを上回っている（図表2）。

この価値観は図表3に示したように子どもの教育＝将来世代に期待することにおいてもうかがうことができる。

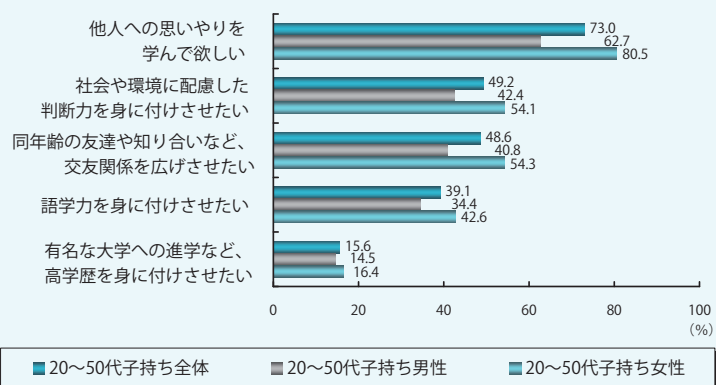
また生活に対する考え方も、短期的志向・身の

図表2 今後大事だと感じる事



(出所) 株式会社シタシオンジャパン「震災後の社会生活に必要な価値観に関する意識調査」(2011年10月26日)を基に大和総研作成

図表3 子どもの教育に求めること

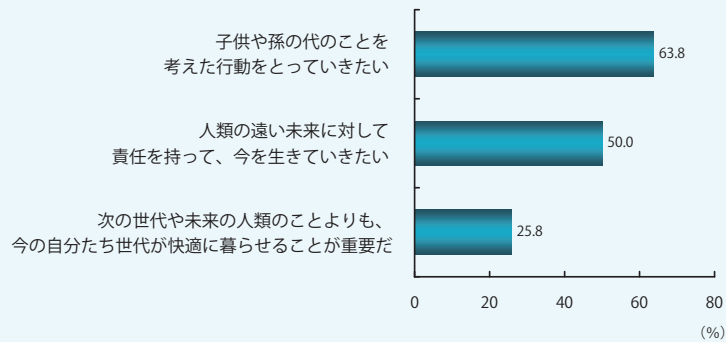


(出所) 株式会社シタシオンジャパン「震災後の社会生活に必要な価値観に関する意識調査」(2011年10月26日)を基に大和総研作成

4) (株) デルフィス「第2回エシカル実態調査」

5) (株) シタシオンジャパン 2011.10.26「調査結果リリース 震災から半年後の全国1万人調査で判明!!」(2011年10月26日)実施期間2011.9.10-9.12、調査対象者20代-60代男女10,000人。

図表4 生活に対する考え方



(出所) 株式会社シタシオンジャパン「震災後の社会生活に必要な価値観に関する意識調査」(2011年10月26日)を基に大和総研作成

回りの視点から、長期的視点に立って社会的な広がりをもって考える、持続可能性を意識した考え方にシフトしている(図表4)。

ボランティアに対する意識も変化している。経済広報センターが震災後の5月に行った調査⁶⁾によると、東日本大震災をきっかけとしてボランティア活動への意識が「高まった」が24%、「ある程度高まった」が43%と全体で3分の2を占めた。またボランティア活動へ参加意向を聞いたところ、「参加したい」19%、「機会があれば参加したい」64%と、8割以上の方がボランティア活動をしたいと考えていることも明らかになった。一方、ボランティア活動を通じて感じたこととして、「時間を有意義に過ごせた」「活動をして楽しかった」「社会のために役に立てた」がそれぞれ91%、90%、87%と上位を占めた。このことは、人々の行動を大きく変える可能性を示唆する。すなわち自分の気持ちはさておいて「他人に

役に立つこと」自体に意義を感じる人はいるが、それが他人のためだけでなく「自分にプラス」と認識されたということは、「情けは人のためならず」=利他的行動は結局自分の幸せになる、という気づきをもたらす。今回のことをきっかけにそう認識する人が増えれば、他人からの強制ではなく、自発的に利他的行動が増えていくと予想される。

2. 自己利益最大化から「利己+利他のベストミックス」へ

1) 利他的行為のメリット

以上のような、寄付行為や寄付付き商品への共感、ボランティア活動への参加などにみられる利他的な行動は、未曾有の大震災の衝撃がもたらした一時的な反作用にすぎないのだろうか？ 確かに、震災直後の社会的な興奮は収まりつつあり、被災地の情報や、ボランティア、寄付などの

6) 経済広報センター「ボランティア活動に関する意識・実態調査報告書」(2011年7月) 調査期間 2011.5.19-5.30、有効回答 1,983人。

ニュースも減っている。しかし、今回の大震災は、今まで静かに世界中で進行しつつあった、社会の価値観を一気に変容させるきっかけになると考える。なぜならば、寄付もボランティア活動も利他的な活動をしてこなかった人は、これら利他的な活動は、自己の利益を犠牲にする行為——つまり自分に痛みを与える行為——と捉え、損だから、あるいは自分にメリットがないはずだから、やらなかったと思われる。しかし今、示してきたような意識調査から明らかになったように、寄付やボランティアはやってみると、相手のために自己を犠牲にすること以上に自分の満足や充実感にもつながる面が小さくないことに気がついてくる。

この価値の転換は大きな意味がある。利他的な行為が、自己犠牲のコストとしか認識されなければ、可能なかぎり最低限まで減らすことが自己利益を最大化することになる。しかし、利他的な行為自体が自己の効用も同時に高めるのであれば、利己と利他の行為のベストミックスが個人の効用の最大化をもたらすことになる。つまり、利他的な経済行為が経済合理性を持つことになる。人々のお金を使う行動に今まであまり考慮されてこなかった「利他」の動機を前提にすれば、既存の経済理論もマーケティングも投資理論も、変わらざるを得ない。この利他の考え方が果たして経済理論に当てはまるのだろうか。

2) 経済行為としての利他的行為

利他的な行為を経済行為として考える上で最大の障壁は、伝統的な新古典派経済理論、あるいは新自由主義における「合理的で利己的な経済人」

の前提である。ここでは経済人は常にその情報は全て完全に把握しており、計算を間違えることもなく、その判断は常に合理的で、自己利益を最大化するべく、利己的に行動すると仮定される。そこから

- ①利他的行為＝自己利益を損なうから合理的ではない。
- ②人々は合理的な選択をするので、利他的な行為＝経済行為ではない。
- ③よって、正常なビジネスであれば利他的な要素を加えるべきではない。
- ④だからボランティアや寄付は経済行動外の「社会貢献」の範疇である。

というロジックが考えられる。

よって、利他的行為を経済理論のなかで整合的に説明するためには、合理的経済人と自己利益最大化という2つの前提を吟味してみる必要がある。

3) 合理的経済人と行動経済学

まず合理的経済人の前提であるが、人々の日常の経済活動を考えると、通常の人には違和感を覚えるだろう。1970年代に生まれた行動経済学⁷では、認知心理学のアプローチから現実の経済行動を分析することで、現実的な行動原理を明らかにし、人間の合理性が限定的である点を強調している。人間の情報は限りがあるし、判断ミスや計算間違いをすることも少なくない。また同じ選択肢でも時間の要素を入れると判断の内容が逆転したり、質問の仕方や前提となる情報を変えると判断は異なってくる。行動経済学では多くのアンケートや実験から、人は特定の情報や状況を過大ある

7) 行動経済学については、友野典男監訳『ダニエル・カーネマン心理と経済を語る』楽工社 2011.3、友野典男『行動経済学』光文社新書 2006.5、依田高典『行動経済学』中公新書 2010.3 を参考にした。

いは過小評価するバイアスが発生することを明らかにしている。例えば、金利が10%の場合、伝統的な経済学では、今100万円受け取るのと、1年後に110万円受け取るのは等価とされる。そこで、今100万円受け取るか、1年後に115万円受け取るか選択を迫られれば、1年後に115万円のほうが合理的な選択となる。しかし、現金に困っている人の場合なら1年待つより現在の100万円を選ぶだろう。これは今の状況を将来より重視する現在志向バイアスである。

他にも、投影バイアス（現在の状況を延長して将来のことを判断する。例えば空腹時に食材を買いに行くと、必要以上に買いすぎる）、区別バイアス（数量的な差を過大評価し、質的な差を過小評価する傾向）などがある。また、たずね方を変えると答えが変わるフレーミング問題も指摘している。例えば「給料の2割を貯金しなさい」といわれて「無理」と答える新入社員は「給料の8割で生活を賄いなさい」といわれるとできる気になったりするのである。さらに、人の満足度は富の絶対水準ではなく、変化に依存することも行動経済学は明らかにした。その背景には人には現状維持バイアスがあった。すなわち、持っているものを失う苦痛は、それを新たに入手する価値より大きく評価されるのである。

つまり、行動経済学では、人は自分が置かれた環境や生態に適した形で、すなわち客観的に合理的とはいえないが、主観的には合理的と本人が思う選択において効用最大化を目指して行動する、としている。

4) 効用最大化と利他的行為

次にこの主観的な効用最大化を前提にすると、利他的行動をどのように位置づけられるだろうか。

利他的行動を正当化する要因には2つ考えられる。まず本当は利己的な目的による利他的な活動が考えられる。互酬性（お互いさま）を前提にすると利他的に振る舞うことが自分のメリットになると考えられる。例えば利他的な行動をすることによって自分の評判を高めることができる。そして利他的に振る舞えば、尊敬され感謝される結果、自分に見返りが期待できるかもしれない。相手が困っているときに助ければ、相手はそれを恩に思い自分が困っているときは助けてくれるかもしれない。あるいはコミュニティによっては、利他的に行動しなければ処罰を受けるリスクがある。よって、ある程度の利他的な行動は、相互扶助のあるコミュニティであれば、自己利益最大化につながる合理性があると考えられる。

もう一つは自己に見返りを求めない純粋な利他の心からの行動である。だれにも知られずに自分の富の一部を他人のために寄付をする（純粋に自分の富が減る）ことは、自分の評判にもつながらず、自己利益最大化の考えとは矛盾する、というのがミクロ経済の常識であろう。しかし、現実には自分の評判のためではなく、陰徳として自発的に利他的行動をする人は少なくない。それはなぜか。比較行動学者の小田亮名古屋工業大学大学院工学研究科准教授の『利他学』⁸によると、最近の脳研究において人間の脳は寄付行為など利他行為を、利己的行為と同様に快と感じる仕組みが解明されつつある。

8) 小田亮『利他学』新潮選書

繰り返しになるが、今まで寄付など利他的な行為は自分にとってマイナス（＝損する行為）という先入観から、利他的な行為を避けてきた人たちも、今回の大震災で、やむにやまれず、寄付行為やボランティアなど利他的行為をしてみて、意外な満足感を得て、その楽しさに目覚めたのではないか。もしそうであれば、寄付や利他的な経済行為を率先して行うことが自分にとってプラスという考え方が市民権を得る可能性が出てくる。

実際に消費や投資の現場では、利他的な行動を前提にした商品サービスはすでに 20 世紀後半、オイルショックとローマクラブが『成長の限界』を世界に問うた時代から存在する。ただし、自己利益最大化が主流の経済原則であったため、宗教家や社会運動家など利他的な志向の一部の消費者／投資家向けのオプション的なマイナーな存在であった。しかし今世紀に入ってから若者を中心に自分のための消費や投資などの経済行為に社会性や倫理を結び付けた「エシカル消費」「ソーシャル・マーケティング」「フェアトレード」「グリーンコンシューマー」「社会的責任投資」や「インパクト・インベストメント」などに共感する層が広がってきている。

3. 利他・倫理的な消費

1) エシカル／ソーシャルな消費者

思想家のジャン・ボードリヤール氏は、大量消費社会の初期段階である 1972 年に『消費社会の神話と構造』を著し、消費について以下のように定義している⁹⁾。

- (1) 消費はもはやモノの機能的な使用や所有ではない

(2) 消費はもはや個人や集団の単なる権威づけの機能ではない。

(3) 消費はコミュニケーションと交換のシステムとして、絶えず発せられ受け取られ再生される記号のコードとして、つまり言語活動として定義される。

かつては、生まれ・血統・宗教上の差異は交換されあうものではなかった。それらは流行上の差異などではなく、本質的なものに触れていたのがあった。それらは「消費」されるものではなかったのだ。ところが、現代における差異は、服装やイデオロギーや性の差異さえも、消費の巨大な連合体の中で互いに交換される。それは、諸記号の社会化された交換である。

このことは、消費社会において、消費者のニーズやウオンツを満たす商品・サービスだけでなく、イデオロギーや価値観も、交換対象の記号となり消費対象となることを意味する。では、交換対象の記号となり得る今の時代の価値観はどのようなのか。電通総研が震災 1 カ月後に行った意識調査¹⁰⁾によると、「『社会に貢献しよう』『もっとよい社会に変えていこう』という姿勢が見える企業を応援したい」と考える人が 65.1%、「これまでの無駄を見直し、『節約できること』『我慢できること』『買わずに済むこと』を考えたい」に賛同する人が 67.6%、「自分にとって本当に大切なことは何かをよく考えたうえで、お金や時間の使い方メリハリをつけたい」は 69.2%となっている。すなわち 3 分の 2 の人が自分の生活に倫理的な規律を求めており、「自分のためだけに、安くて良いものを、買えるだけ買いたい」とは考えていな

9) ジャン・ボードリヤール著 今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店 p.121

10) 電通総研「『震災一ヶ月後の生活者意識』調査概要」(2011年4月27日) 20-69歳男女 2,000人対象、調査期間 2011.4-11～12

いのだ。そして先述したデルフィスの第2回エシカル実態調査によると、エシカルは「今の時代に合っている」とした回答は79.4%、「今後、より一層増えていく」も66.8%の賛同を得ている。

2) フェアトレード／エシカル商品

このような価値観の人たちは、具体的にどのような消費行動をするのだろうか。先述したデルフィスの調査結果によると、同社が2009年12月から10年1月にかけて行った第1回調査との比較で、今回は「寄付型の商品を購入する」が20.3%から32.2%へと5割強増加し、「フェアトレードの商品を購入する」が23.8%から30.2%へ3割弱増加した。

まさに今の時代の価値観を象徴的に示しているのがこうした消費行動と考えられる。エシカル商品やフェアトレード商品とは、サプライチェーンの上流、主に途上国において原料の採取、栽培や加工製造時において、強制労働・児童労働などで労働を搾取したり、工場やプランテーションのために強制退去させたり、鉱山の採掘現場や加工工場などで環境破壊をしないなど、倫理的・環境的な配慮がなされている商品である。また原材料や製品を現地の農民や生産者の生存を脅かさない適正な価格で取引しているという配慮のある商品を指す。現在エシカル商品やフェアトレード商品の製造販売を手がける社会的起業家は、多くの若者の支持と関心を集めている¹¹⁾。

主なフェアトレード商品にはチョコレートや

コーヒーなどの農産物や途上国で製造された雑貨や衣料品などがある。通常先進国側のバイヤーが直接生産者とつながり、教育や衛生管理などコミュニティ開発を支援しながら農産物の価格や工賃などを適正（フェア）な価格で取引している。

「エシカル商品」とは、フェアトレードと比較すると新しい言葉だが、フェアトレードやエコ商品なども包括した考え方といえる。The co-operative Bankが公表した報告書¹²⁾では、英国のエシカル消費の2007年の市場規模は前年比15%増の355億ユーロ（5兆8,823億円¹³⁾と推計している。この数字は不買運動や、後述するSRI投資など金融商品も含まれるのでかなり大きな市場規模となっている。なお、最近注目されるエシカルの意味が分かりやすい商品カテゴリーにジュエリーがある。レオナルド・ディカプリオ主演の映画「ブラッド・ダイヤモンド」はダイヤモンド採掘現場における人権蹂躪といえる過酷な強制労働の実態を描いているが、ダイヤモンドのみならず金など貴金属の鉱山現場の労働はきわめて過酷なうえ児童労働が多いという指摘もある。原料採掘現場や加工現場で人権配慮がされている金属や石を使ったジュエリーをエシカルジュエリーとカテゴライズされている。人権蹂躪や環境破壊というダーティーな事実のうえに美しいジュエリーが存在するというのは、身に着ける側としても躊躇するものであり、エシカルというコンセプトは共感を得やすいと思われる。

11) 大和証券グループではネットを通じたマイクロ投資会社ミュージックセキュリティーズとの共催で、2010年秋から開催している一般向け公開講座ソーシャルビジネスカレッジでも、エシカルジュエリーの製造販売を手がける「HASUNA」、バングラデシュでバッグの製造を行う「マザーハウス」の社長講演を行っている。議事録・レポートは以下を参照のこと

<http://www.daiwa-grp.jp/csr/citizen/support/college/>

12) The co-operative Bank “The Ethical Consumerism Report 2008”

13) 2007年12月時点の為替レート（1ユーロ＝約165.7円）で試算。

3) コーズ・リレーテッド・マーケティング

一方、震災後増えた商品やサービスに、被災地や被災地支援のNPO団体などに売り上げの一部を寄付する、寄付付き商品やサービスがある。また企業の側からも社会貢献として自社の資金を単発で寄付して終わるだけでなく、こうした寄付付き商品を提供することで、継続的に消費者を巻き込んだ社会貢献活動が行えるし、消費者に対してアピールできるというメリットがある。こうした寄付付きマーケティングをコース・リレーテッド・マーケティングと称する。

フェアトレードやエシカル商品はその商品のサプライチェーンのプロセスの中に倫理や環境配慮を組み込むが、コース・リレーテッド・マーケティングは既存の普通の商品やサービスに寄付プログラムを付加したものである。理論上はサプライチェーンをまたがりビジネスプロセスに配慮を組み込むフェアトレードやエシカル商品の方が、社会的波及効果と社会的な付加価値は大きいと考えられるが、サプライチェーンを広くまたがるビジネスプロセスを構築するには時間がかかるし、大規模・大量に実施するのは難しい。一方、コース・リレーテッド商品は、時間をかけずに、かつ大規模に実施できる。消費者からすると、社会貢献をしている企業を応援したいし、その額や使途が明示されれば安心感がある。また、常にファンドレイジングに頭を痛めているNPOや支援を受ける側からすると、寄付付き商品が継続的に販売される限り支援が継続していくというのも歓迎される。

大量消費社会が「記号を消費する」社会とすれば、今の時代の記号は利他性、他人とのつなが

り・絆・ヒトが生きるための本質的なニーズ、といえるのではないか。言い換えると、消費者がモノを購入する場合、価格や品質は重要な購入動機だが、エシカルな配慮や寄付付きなど、自分への効用だけでなく、他人や社会にもメリットがある、あるいは損害を与えない商品がアピールする時代になってきたということではないか。

4. 金融と利他的行為

1) 開発援助+金融の仕組み

投資の世界においても、消費で起きていることと同様のことが起きている。インターネットを通じて様々な社会的企業に小口の出資を募るプラットフォームを運営するミュージックセキュリティーズ(株)は、2011年4月から、しょうゆ醸造、酒造、お菓子製造、水産加工など被災地の企業支援のための「セキュリティ被災地応援ファンド」の募集を開始した。これらのファンドの特徴は、出資の半額が寄付で半額が投資となること。途中で転売できないので、出資者は企業の再建を長期にわたって資金的に支援することになる。出資に応じて支援対象企業が再建されると、配当や製品が送られる特典があるものの、半額は寄付である。にもかかわらず11月までに、28のファンドに対し延べで12,000人から4億2,000万円の資金を調達することができた¹⁴。寄付という一方通行の支援の形も震災直後の緊急支援では不可欠だが、長期的な復興支援となると、一方通行の寄付だけでは、お金を出す側も続かないし、受け取る側にモラルハザードが生じるリスクがある。本当の支援は被災者の自立を促すこと、主体的にビジネスを継続するための支援であり、その

14) ミュージックセキュリティーズ「セキュリティレポート 2011 年秋冬号」vol.6

ためにはリターンが期待される出資や融資が望ましい。ただし、通常の融資や出資とは異なり、長期的に支援するという忍耐強さと、社会的リターンも同様に重視する「patient capital」の姿勢が求められる。被災地応援ファンドに集まった4億2,000万円はまさに patient capital といえるが、途上国の開発援助においても同様の考え方からマイクロファイナンスへの関心が高まっている。

マイクロファイナンスは、グラミン銀行のモハメド・ユヌス博士が2006年ノーベル平和賞を受賞したことで一気に広まったが、農村の貧困層の自立をサポートするための小口無担保融資の仕組みである。きめ細かな融資サポートを行うことで貧困層は融資対象にならないという一般の金融の常識を覆し、貸倒率も通常の融資と同レベルにとどまるなど、収益を生むビジネスとして注目されている。マイクロファイナンスが世界的な関心を集めたのは、貧困撲滅という社会的課題解決に金融が有効であることを世界に示し、かつビジネスとしても収益性が決して低くなかったことである。援助は援助、ビジネスはビジネスという二分法ではなく、ビジネスの論理と社会的課題が矛盾なくつながり、援助としてもビジネスとしてもきわめて効果的・効率的なことを証明した。現在、世界のマイクロファイナンス市場は650億ドル（融資残高）、利用者数は9,200万人といわれる¹⁵⁾。しかし、途上国で基本的な金融サービスを受けられない貧困層は27億人ともいわれており、貧困撲滅対策として、マイクロファイナンス市場は今後拡大が予測されている。

マイクロファイナンスと同様に、社会的課題解

決のために金融の仕組みを活用するものにベンチャー・フィランソロピーがある。これは財団の助成プログラムにベンチャーキャピタルの手法を導入したもので、1990年代に米国で広がり今世紀に入って欧州で注目されるようになった。ベンチャーキャピタルの経営者が、その手法を使ってベンチャー・フィランソロピーを始めるケースも少なくない。財団の助成プログラムに関して、ビジネスと同様に目的（社会的なインパクト）とその手段を明確化し、計画的に実施してその結果をモニターし報告するというPDCAを回すことで、助成や援助プログラムの効果と効率を高めることができる。従来の財団助成とは異なるベンチャー・フィランソロピーの特色として、①長期間におよぶ資金援助（patient capital）、②支援対象組織のキャパシティビルディングも併せて行う、③支援組織の活動の社会的インパクトを重視、④資金を出すだけでなく支援組織の運営委員会に人を派遣するなど深くコミットする、⑤人的投資の重視——が挙げられる。こうした取り組みを行った結果、効果的な支援が行われることで、欧州でも急速に拡大しており、最近の市場規模は累計で10億ユーロに上るといわれる¹⁶⁾。

一例をとると、2003年に設立された英国の主要ベンチャー・フィランソロピーのImpetus¹⁷⁾の場合、支援した人数は03年の17,788人から09年には252,354人へ14倍に拡大し、支援した組織の収入合計は261万ポンドから3,850万ポンドへと、こちらも14.7倍となっている。さらにImpetusは2011年から13年の3年間で、支援ポートフォリオを3倍にする計画である。

15) 世界のマイクロファイナンスに関する、非営利の情報プロバイダー MIX Market の資料より。

16) European Venture Philanthropy Association の調査による。

17) Impetus プレゼンテーション資料より。

2) 社会的責任投資、インパクト・インベ トメント

なお、金融に社会的視点を組み込んだ伝統的な手法に S R I (Socially Responsible Investment、社会的責任投資)がある。S R Iはエコファンド、S R I ファンドなど公募型投資信託に代表されるが、投資の際に財務的な情報に加えて環境対応や労働問題など非財務的な社会的情報を加味した投資手法である。この歴史は古く 1920 年代に米国の教会において、教会の資金を運用する際にたばこやアルコールなど教義から外れた事業に投資できない、という倫理的な動機から始まった。60 年代に入り公民権運動や反戦運動など社会運動が高まる中で、再度 S R I が注目された。株主の力を通じて企業に対し、枯葉剤の製造中止や黒人の取締役採用などの人道・人権的な対応を働きかける、いわゆるエンゲージメントという手法である。いずれも、宗教上の理由や社会運動家の立場から投資を活用したものなので、リターンを追求する伝統的な投資手法の世界からは異端とみなされてきた。その認識が変化するのが 90 年代後半からである。環境マネジメントシステム ISO 14000 が発行し、環境に配慮した経営はコストアップで非効率な経営ではなく、エネルギーや原材料コストの削減、企業イメージ向上、土壌汚染・不法投棄などのリスクを低減させ、省エネや環境配慮型ビジネスや技術の開発につながるなど、企業価値向上に寄与すると理解されるようになった。さらに 2000 年ごろから、日本では食中毒事件、海外ではエンロン事件など企業の不祥事が多発し、企業倫理・コンプライアンスが企業リスクになり得

ることが明らかになった。また N P O が途上国の下請け工場での児童労働などを告発すれば、企業のレピュテーションリスクになりかねない。すなわち、環境や労働・人権・ガバナンスの問題 (Environment、Social、Governance の頭文字 E S G をとって E S G 課題と言われる) が企業価値に大きなインパクトを与えるようになってきたのだ。よって、より良い企業価値評価をするためには、財務情報に合わせて E S G 課題を考慮し、包括的 (ホリスティック) に企業を評価すべき、という考え方に賛同する投資家が増えてきた。

そして名称も社会的責任投資の「社会」をとり、「責任投資」あるいは「E S G 投資」と称されることが増え、主に欧米の公的年金、最近では B R I C s 市場においてもそのマーケットは広がりつつある。

その大きなきっかけとなったものが 2006 年に策定された、国連責任投資原則 (U N P R I : United Nations Principles for Responsible Investment¹⁸⁾) である。これは、投資家が E S G 要因に着目した責任投資を行うことで、パフォーマンス向上と社会的な影響の両方が期待できるという発想から、責任投資を積極的に行うというイニシアチブである。この原則に賛同、署名する投資家は 06 年 5 月の 73 から 11 年 7 月には 920 と、リーマン・ショックなどの金融危機にもかかわらず着実に増えている。

なお、S R I の市場規模は 09 年時点で、米国の S R I 市場は 3.1 兆米ドル¹⁹⁾、欧州は 5 兆ユーロ²⁰⁾ に上った。そして最近では、投資家のリターン追求と同時に貧困撲滅や直接に社会的課題解決

18) <http://www.unpri.org/>

19) Social Investment Forum Foundation “2010 Report on Socially responsible Investing Trends in the United States”

20) Eurosif “European SRI Study 2010” より。

につながる投資——インパクト・インベストメントという手法も、主にクリントン財団など欧米の大手財団や年金基金を中心に広がりつつある。

一方日本では、S R I市場は1兆円に満たないが、最近、S R Iを押し上げる要因として期待されるのが、日本労働組合総連合会（連合）が、10年12月に策定した「ワーカーズキャピタル責任投資ガイドライン²¹⁾」である。ガイドライン策定の背景を、連合では「年金基金などワーカーズキャピタルの運用を通じて、直接・間接に企業や社会に実質的な影響を与え得ることを考えれば、労働者（労働組合）はワーカーズキャピタルの所有者として、社会や環境に悪影響を及ぼす企業行動に加担する投資を排除し、公正な市場を確立する社会的責任を認識する必要があります。（下線筆者）」としている。そして「産業別労働組合、企業別労働組合が責任投資の考え方や手法、および年金基金の運用等についての知識を共有し、連合ガイドラインに基づいた責任投資を実行するサポートとして、『労働組合のための「ワーカーズキャピタル責任投資ガイドライン」ハンドブック』を発行し、（2011年8月）、「世界最大の年金基金である年金積立金管理運用独立行政法人（G P I F）など公的年金制度の積立金の運用機関に対しても、責任投資を求めていきます。」（下線筆者）」とその方針を述べている。震災などの影響で、進捗のスピードは決して速くないが、今まで投資とは無縁だと考えてきた労働組合・労働者が、年金基金や労働組合の資金の運用に、投資の社会的影響に着目し、労働者の立場から責任投資に積極的に関与していくことの影響度合いは決して小さくない。

さらに11年11月、環境省が事務局となり、

銀行、保険、証券、運用機関などの金融機関が自主的に策定した「持続可能な社会の形成に向けた金融行動原則（21世紀金融行動原則）」が公表された²²⁾。これは金融本来の資源配分機能に着目し、持続可能な社会構築のために金融が果たすべき責任を認識し、金融機関自らが持続可能な金融行動を積極的にやっていくことを宣言するものである。署名開始1カ月後の12月14日現在で、63の金融機関が署名している。

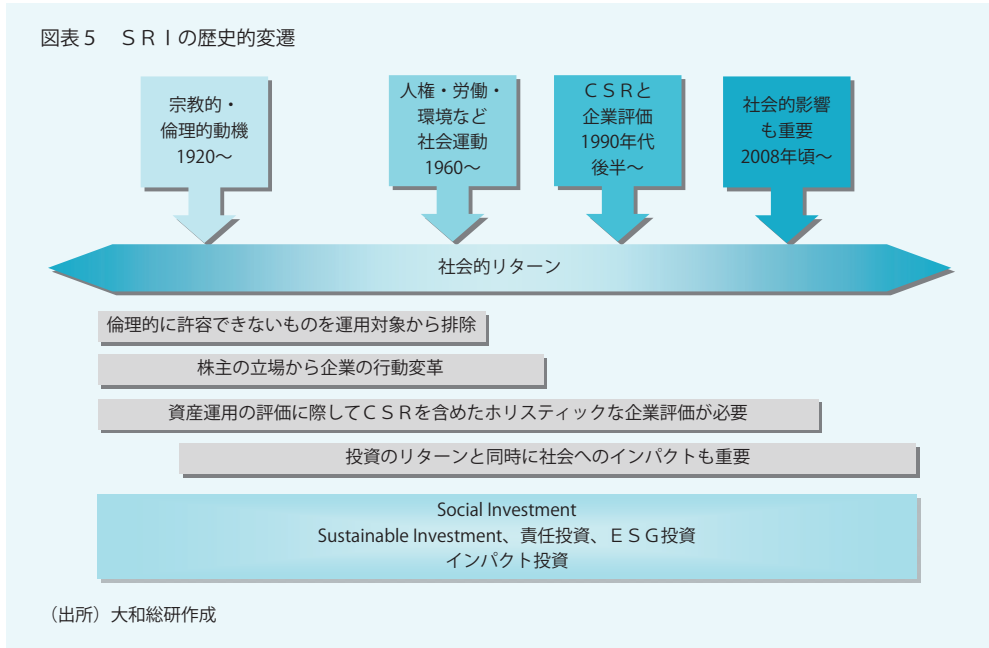
以上みてきたように、歴史的な経緯とともにS R Iに参入した投資家には様々な動機や視点があり、現在のS R I投資家層を形成している（図表5参照）。なお、最近では社会的な効果（リターン）も金銭的なリターンと同様に計測し、投資判断に役立てる目的で、S R O I（Social Return on Investment）という指標を開発する動きも見られる。

3) 利他的な金融

以上、示したように、金融に社会的配慮や利他的な要素を組み入れたいという動きは、個人、開発援助の現場や財団など社会貢献団体、公的年金基金などの投資家、そして金融機関自身からも生まれてきている。そして、これらの新たな金融スキームは決して利益を犠牲にした社会貢献活動ではなく、適正なリターンとともに社会への良い影響力が与えられるwin-winなスキームということも広まりつつある。そしてこれらのスキームへの参加者自体が楽しみながらこうしたスキームを推進しているという「おまけ」も付いている。資金を供給する側の金融機関がそれぞれの投資・融資の判断に利他性・社会的影響度を考慮するように

21) http://www.jtuc-rengo.or.jp/kurashi/sekinin_toushi/index.html

22) <http://www.env.go.jp/press/press.php?serial=14426>



なれば、一層事業会社をはじめ資金の需要サイドは当然利他性を考慮したビジネスを加速度的に積極化させ、利他ビジネス拡大のサイクルが生まれることになる。

5. 結びにかえて：新たな資本主義へ

本稿では、利他的行為が広がりつつあるという前提で、利他性のある消費や金融スキームの現状を概観した。経済活動において利他的行為が当然となると、企業経営のあり方・資本主義の中身も変わらざるを得ない。紙面の都合上、本稿では深く立ち入らないが、経営学者のマイケル・ポーター氏は“Harvard Business Review” January-February 2011 に掲載された論文 ‘Creating Shared Value’ で、CSRに代わる新たな経営の考え方を説いている。

「Shared Value」とは、生み出された利益をどうやって分けるか (share するか) ではなく、企業の競争力を強化しつつその企業が操業する地域社会の経済と社会的な状況を発展させ、経済的・社

会的利益を生み出し成長させるのかという方法論である。具体的にはその地域社会のニーズと経済の関係性を認識して発展させることから生まれる。地域の環境を保護する商品や、途上国に安定した雇用と安全衛生サービスを生み出す工場など、本当に社会発展に資する製品やサービスを提供することで、企業は新たなイノベーションを生み出し、自社の競争力を強化し、そして社会の発展に寄与する。一方、本論で紹介したような利他的な消費や投資行動をとるステークホルダーが今後マジョリティーとなれば、企業も自己利益だけでなく社会利益を生み出すビジネスを展開できなければ、生き残れないことになる。従来は、他のステークホルダーから横取りするような利益 (例えば、途上国で児童労働させて労務コストを圧縮した結果の利益など) でも、投資家からは利益の質を問われることはなかった。しかし、企業が自己利益と同時に社会的利益を生み出す存在となれば、消費者はその製品の社会的価値を含めた品質を問うし、投資家は利益の質を考慮するようになる。

同様の主張は、シンクタンク・ソフィアバンク代表の田坂広志氏の「ボランタリー経済」「共感経済」²³という新たな考え方や、東大名誉教授の財政学者 神野直彦氏の『「分かち合い」の経済学』²⁴、などにも見られる。最近注目を浴びている B O P ビジネスや、増えている社会的起業家は、まさに社会と経済両面の発展につながるビジネス領域であり、かつそうしたビジネスに有効な新たなガバナンスの仕組みといえるかもしれない。

一方、リーマン・ショック以降の世界経済の変調に対し、ノーベル経済学者のジョセフ・スティグリッツ氏は、アメリカ・世界経済への処方箋として、アメリカ型の市場至上主義経済から、長期的な視点、コミュニティとの信頼の重要性、環境制約の認識と持続可能性の視点、倫理と透明性の回復などを通じて新たな経済の仕組みの構築を訴えている²⁵。同様に、元米国労働長官ロバート・ライシュ氏は、米国において市場至上主義が富裕層に富を集中させ健全な中間層を消滅させた結果、経済が衰退し社会不安が増大するとして、健全な中間層を再生させるために再分配を中心とし中間層のための新たなニューディール政策を提案している²⁶。ギリシャに始まった欧州通貨・財政危機でも今の通貨制度、資本主義制度の問題点が露呈されているが、市場の競争を通じて自己利益を最大化するという 20 世紀型資本主義の行き詰まりの打開には、景気対策だけでは無理であり、質的構造的変化が必要と考える専門家が増えている。

2008 年フォーブス誌の世界有力企業ランキン

グで 1 位となった金融グループ H S B C の前会長で現英国貿易相のグリーン卿は、著書『グッド・バリュー』²⁷の中で、グローバル時代の持続可能なビジネスの行動原理として、①インテグリティ（誠実さ）という価値観、②同僚や顧客を利益確保の手段ではなく、目的として扱うこと、③最大のもので得ようとするのではなく、最大のもので捧げようという野心、④人は自分のコミットメントを生活の異なる領域（家庭、仕事、友人関係、社会グループ）に分散してバランスをとる義務および責任がある、⑤優位支配的な立場に立つためではなく、社会の共通の営みに貢献するリーダーシップ、⑥グローバルな市場において自分たちがしていることは人間の福利にどう貢献しているか、それをする具体的な理由は何か、という 2 つの問いに答えること。以上の 6 つを挙げている。利他とビジネスのバランス、他者とのつながりがポイントである。

なお、世論調査会社のギャラップ社の 150 カ国 50 年にわたる調査結果²⁸から、人の幸福を決定する 5 つの要素として、①仕事（無償労働含む）、②人間関係、③経済・資産、④身体、⑤地域社会——が抽出されているが、これはグリーン前 H S B C 会長の原則とほぼ重なっている。

ここまで書いて頭に浮かんだのが、大乘仏教で説く慈悲の心である。瀧樹『大智度論』などの伝統的な解釈によると、慈悲は抜苦与楽、生きとし生けるものの苦しみを抜いて楽を与えることである。これは慈悲喜捨の四つの利他の姿勢を指す。

23) 田坂広志『Invisible Capitalism 目に見えない資本主義』東洋経済新報社 2009.8

24) 神野直彦『「分かち合い」の経済学』岩波新書 2010.4

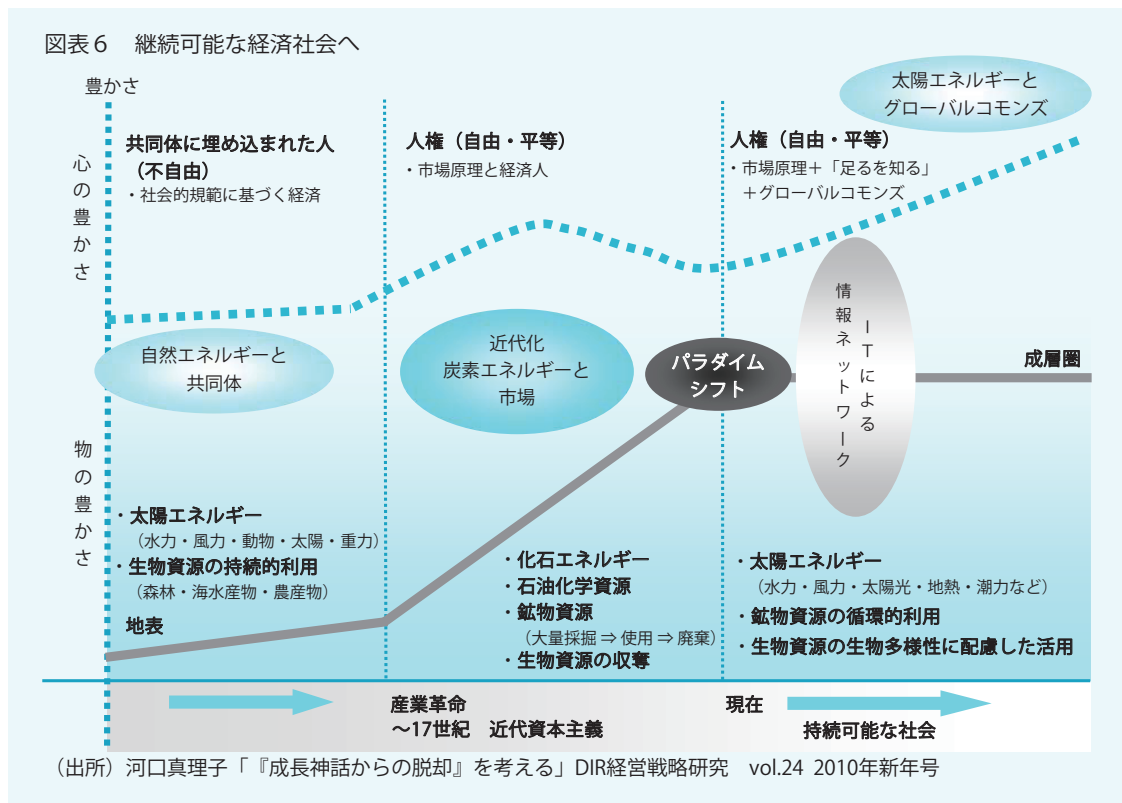
25) ジュセフ・E・スティグリッツ著 榎井浩一・峯村利哉訳『フリーフォール』徳間書店 2010.2

26) ロバート・B・ライシュ著 雨宮寛・今井章子訳『余震』東洋経済新報社 2011.7

27) スティーブン・K・グリーン著 山田晴信監訳『グッド・バリュー』金融財政事情研究会 2010.8

28) トム・ラス／ジム・ハーター著 森川里美訳『幸福の習慣』ディスカヴァー・トゥエンティワン 2011.10

29) 龍谷大学 人間・科学・宗教 オープン・リサーチ・センター センター長・鍋島直樹教授コメントより。



慈（マイトリー）はいかなる障害をも越えてつながる友愛、絆。悲（カルナー）は相手の悲しみをいっしょにそばで悲しむ同体の心情、こだます心。喜（ムディタ）は相手の喜びをそばでいっしょに喜ぶ心情。捨（ウペクシャ）は執着や打算を捨て、相手と自分との心がつながること。中でも最上の功德ある利他行為を随喜（ずいき）という。それは相手が善行を修めるのを見て、自分のことのように喜ぶことである。布施などして相手の幸せを自分のことのように喜ぶ人は、相手の何倍もの功德があるということを意味する²⁹。

2010年に書いた拙論「『成長神話からの脱却』を考える」において、環境制約ゆえに地球規模での物質的な成長が望めなくなった今、物質的には横ばいでも心の豊かさを成長させることで質的な発展が図れるという考え方を提示した（図表6）。

そしてその心の豊かさを成長させる適切な手法がこの経済行為、ビジネス行為において「利他」という視点を入れることではないか。そして、それは空想物語ではなく、その芽は現実の経済生活の中から生まれてきている。これを短期的視点でかり取ってしまうか、長期的に育てていくか、が今われわれに問われているのではないか。

[著者] 河口 真理子 (かわぐち まりこ)



環境・CSR調査部長
担当は、CSR / SRI全般