

「新しい公共」の担い手としての企業

2010年4月9日 小城 武彦

- NPOは、新しい公共の大切な担い手。
では、社会に既に多数存在する企業(株式会社)の役割は何か。
非営利事業としてのCSR活動を行うことでしか「新しい公共」を担えないのか。
- 企業とは何か。
社会の一員である以上、社会に貢献するために存在。社会と共生すべき存在。
- 企業経営の目的とは何か。
社会への貢献(=経営理念)を継続的に果たしていくこと。(丸善:「知を鑑す」)
- 利益とは何か。
経営理念を持続的に実践するための「手段」。決して「目的」ではない。
経営理念の実践度合いに関する社会からの「評価」。
(経営理念に反するビジネスは、どんなに儲かっても行うべきではない。)
- 公共性=企業の本業に、本来内包されるもの。
事業遂行上のコストとしての「CSR活動」に求めるべきではない。
- 企業の従業員の多くは、本業の「公共性」に共感して仕事をしている。
- これらは、今後の資本主義「観」、企業「観」にかかわるもの。
なぜならば、資本主義経済は、上記以外の考え方を広く許容するため。
例 我々が経験した資本主義の暴走(理念の忘却と貨幣価値への過度の傾斜)
- 多くの先達も警鐘
例 マックス・ウェーバー「プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神」
渋沢栄一「論語と算盤」
- 「新しい公共」を標榜する社会では、企業が果すべき役割、企業を見る視座・評価方法を変えていくことが必要なのではないか。
- 「新しい公共」に相応しい資本主義「観」、企業「観」が必要なのではないか。
- 企業が、その本業の「公共性」(経営理念)を社会に対して宣明し、社会がそれに共感するとともに、その実践を尊ぶ時代へと、大きく舵を切ることが必要なのではないか。
- これは、営利活動の軽視を意味するものではない。公共性と営利活動を二項対立でとらえる呪縛から、脱すべき時がきているのではないか。
- 新しい公共円卓会議は、このような観点に立ち、経済界に対し、「企業も新しい公共の重要な担い手」とのメッセージを発信すべきではないか。