

立教大学学術推進特別重点資金（立教 S F R）
大学院生研究
2003年度研究成果報告書

研究科名	立教大学大学院		ビジネスデザイン研究科	ビジネスデザイン専攻
指導教員	所属・職名		氏名	
	経済学研究科		林 倬史 印	
自然・人文の別	自然	・ <input type="checkbox"/> 人文	個人・共同の別	<input type="checkbox"/> 個人 ・ 共同 名
研究課題	多国籍企業における企業倫理と競争優位に関する一考察 ～企業文化の視点から～			
研究代表者	在籍研究科・専攻・学年		氏名	
	ビジネスデザイン研究科・ ビジネスデザイン専攻・2年		田口 眞久 印	
研究組織	在籍研究科・専攻・学年		氏名	
	ビジネスデザイン研究科・ ビジネスデザイン専攻・2年		田口 眞久	
研究期間	2003 年度			
研究経費	200 千円			

研究の概要 (200～300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究は、「企業業績」と「企業文化」との間の相関関係をデータに基づき検証した先行研究を踏まえつつ、企業が持つ「企業文化」の視点から、「企業倫理」と市場における企業の「競争優位」との関連性を捉えようとするものである。また、企業向けアンケート調査の分析結果に基づいて、「企業業績」と「企業文化」との間の相関関係を再確認した上で、「企業倫理」の実践状況を明らかにし、企業が維持・存続および成長し続けることを目的として、今後どのような戦略を取り、「企業倫理」を実践し、「競争優位」を獲得し、「企業業績」を高めて行くべきかについて、興味深い提言を行っている。

キーワード (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[企業倫理] [競争優位] [企業文化]

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)**背景**

1980年代後半の「汚職事件」、1990年代の「総会屋への利益供与事件」、そして近年では、大手銀行による「巨額の損失事件」、大手証券会社による「とぼし」、大手食品会社による「食中毒事件」や「不正表示」などに代表される一連の企業不祥事が生じている。

この傾向は、全世界的なものであり、米国におけるワールド・コム「経営破綻」、アーサーアンダーセンによる不正監査も一因となったエンロンの「倒産」を例示することができる。米国は、上記の企業不祥事を真摯に受け止め、昨年、「不正な会計処理の防止」と「罰則の強化」および「監査業務とコンサルティング業務の兼任の禁止による耐監査正の強化」を図ることを目的として、「サーベンス・オックスレー法」を制定している。

このような時流の中、企業は法令遵守に基づいた健全なる経営、いわゆる「コンプライアンス経営」を行い、経営品質を向上することが求められている。

意義

企業は、その「経営理念」や「企業文化」および「企業倫理」を持ち、収益を得ることを主たる目的として活動するが、人とともに社会を構成する社会的存在であり、「社会的責任」を負い、「企業市民」として活動し、「利害関係者を重視すること」も同時に求められている。また、企業は市場における競争の中で、その維持・存続のために、「経営理念」に基づく「経営戦略」を選択・実施するが、この戦略は普遍的なものではなく、時代とともに変化するものといえる。高度経済成長の時代においては、「企業業績」が高い場合は、その「経営理念」や「企業文化」および「企業倫理」の重要性は概して顧みられなかった。しかしながら、市場がグローバル化し、その競争が激化し、ひとつの「企業不祥事」により、企業イメージをダウンするばかりか、最悪の場合には、一夜にして全世界で事業活動を行うグローバル企業が倒産してしまう今日においては、「企業文化」とりわけ「企業倫理」に関する議論の重要性が増してきているものといえる。「企業文化」と「企業業績」の関連性に関する先行研究を参照し、「企業倫理」と「企業業績」の関連性にまで研究を進め、さらに「企業倫理」の実践により、「競争優位」を図り、「企業業績」を高めていくことの必要性にまで論を進めるといふ意味において、本研究の意義は大きいものと思われる。

企業倫理と競争優位

企業が「競争優位」を獲得し、その維持・存続および成長していくためには、「経営理念」を反映した「倫理綱領」の策定、その周知徹底および実践を通じて、「企業倫理」を実践し、さらに、倫理的に行動するという価値観の体系を作り上げ、それを「企業文化」として定着させていくことが重要であるといえよう。その際、「倫理綱領」が時代に即したものであるかを検証し、必要に応じて更新し、また、モニタリング等により、その実践状況を把握し、その改善を継続的に行っていくべきであるといえる。つまり、企業は「競争優位」を獲得し、「企業業績」を向上させることを目的として、自社の「倫理綱領」の見直しを図り、その実践を通じて、「企業倫理」を実践し、倫理的に行動する「企業文化」を醸成していくことが必要だといえよう。なお、昨今では、中小企業研究センターの調査結果によれば、中小企業においても高い「企業倫理」に基づいて企業活動を行うべく、その実践への対応を見せる企業も出てきているようであり、今後の展開が期待される。

企業倫理に関するアンケート調査

国内の優良企業を対象として、以下のとおり、アンケート調査を実施した。

1. アンケート実施時期：昨年8月下旬～9月下旬
2. アンケート回収数：128社 / 回収率 42%
(アンケート送付数：307社)
3. 業種：製造業 97社(76%) / サービス業 31社(24%)

研究成果の概要 つづき**アンケート調査および本研究から得られた結論**

「企業業績」と「企業文化」および「経営理念」との間の相関関係は検証できたが、「企業業績」と「企業倫理」の実践との間に相関関係を見出すことができず、また、「倫理規定」等の配布も想定していた程、進められていなかったようである。

アンケート調査結果から、回答企業が「企業倫理」を「競争戦略」上、重要視しており、経営に影響を与えるもの」として認めていることが読み取れる。しかしながら、「倫理方針」または「倫理規定」を作成するものの、それを全社員に配布している企業が76%という結果が出ている点については、理解に苦しむところである。ただし、「企業倫理」の実践の重要性は理解しているものの、実際の行動にはなかなか反映されていないのではないかと考えると論理的な整合性が取れそうである。つまり、「企業倫理」が叫ばれてはいるが、実際問題としては、まだ、途についたばかりなのではなかろうか。この点について、現時点で検証するすべをもたないが、今後の研究に期待するところである。いずれにしても、「企業倫理」の実践は、回答企業も認識しているように、企業が「競争優位」を獲得し、その維持・存続および成長を遂げるための重要な要素であることに、間違いはなさそうである。

本研究結果に基づく提言

ここでは、企業の進むべき方向性およびその方法につき、提言を行うこととする。

企業は、そもそも、営利を追求し、自らの維持・存続を図る存在であるが、自らの利益のみ追求しては、結局は社会からの信頼を失い、維持・存続することができなくなってしまうため、費用と便益を比較検討し、どのように行動すべきかを律する必要があるものといえる。

企業は「社会の公器」としての役割を求められ、「良き企業市民」として果たすべき社会的責任や社会の発展のために行動する社会的責任を負っている。昨今では、この企業の社会的責任の範囲は、地球環境の保護をはじめ、人権問題、消費者保護、労働問題、経営倫理の確立と実践などへと広がりを見せ、CSRについて、ISO規格化も検討されている。

また、企業の収益性や成長性だけではなく、社会性や倫理性も考慮し、社会貢献度の高い企業に投資する、いわゆる「社会的責任投資(SRI)」も注目されている。このような時代の潮流の中、企業がその社会的責任を果たすためには、ステークホルダーのみならず「公平性」に基づいた正しい経営判断を行うべきである。

アンケート調査結果によれば、高業績グループに属する企業で、「経営理念」および「企業文化」について、「企業業績」との相関関係が認められているものの、「企業倫理」の実践との間に相関関係が見られなかった。これは、「企業倫理」を実践することが「企業文化」に定着するまでに至っておらず、まして、「経営理念」に反映される段階にまで達していないものと思われる。「倫理綱領」を策定しても、実践されなければ、その努力は水泡に帰してしまう。

「企業倫理」の実践をすべての企業が行っていれば、特筆すべきものではないが、「企業倫理」の実践に向けて、企業が活動を開始した今だからこそ、全社一丸となって、「戦略的イノベーション」を行い、「企業倫理」を実践し、ステークホルダーへの対応を誠実に行うこと、そのこと自体を自社の「コア・コンピタンス」として位置づけ、他の企業との「差別化」をはかり、「競争優位」の獲得にいち早く名乗りを上げるべきではないだろうか。もちろん、その実践には経営者による変革への強い意思とリーダーシップが必要であり、それを支えるのは社内の体制であり、他ならぬステークホルダーとなるのである。

まずは、社内体制を整えた上で、「倫理綱領」を策定し、それを公開・全社員に配布し、その実践の徹底を図るべきではなかろうか。

研究発表 (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版者、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

④その他

本研究の成果としてまとめた論考が、立教大学大学院ビジネスデザイン研究科の「立教ビジネスデザイン研究」第1号(創刊号)に掲載された。