

## 科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年 5月 30日現在

機関番号：15501

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2010～2012

課題番号：22530182

研究課題名（和文） 利他的行動を考慮した新しい企業理論の構築

研究課題名（英文） Construction of new firm theory considering altruistic behavior

研究代表者

寺地 伸二 (TERAJI SHINJI)

山口大学・経済学部・教授

研究者番号：10263758

研究成果の概要（和文）：この研究は、経営者と消費者間の相互連関における企業の社会的パフォーマンス(CSP)を論じる。とりわけ、CSPを公共財の私的供給としてとらえる。モデルにおいて、二種類の社会的選好、すなわち、CSPにたいする消費者と経営者の二種類の選好を分析する。企業の道徳的行動の水準を決定する主要な力となるのは、相互連関において生じる社会的満足度である。行動経済学的視点によれば、社会的価値に影響されない低水準の倫理的行動を緩慢さの異なる源泉としてみることができる。高水準の倫理的行動を維持している企業は、社会的意識の強い消費者の期待にこたえ、公共財の私的供給を改善する。

研究成果の概要（英文）：This study discusses corporate social performance (CSP) in manager-consumer interactions. In particular, the study identifies CSP with the private provision of public goods. The model analyzes two kinds of social preferences: the consumer's taste for CSP and the manager's taste for CSP. The primary force in determining the level of corporate moral conduct is the resulting social satisfaction in the interactions. A behavioral economic view identifies an alternative source of inertia as the low level of moral conduct insensitive to the social values. The firm operating at the high level of moral conduct focuses on meeting the expectations of socially conscious consumers and improves the provision of public goods.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	800,000	240,000	1,040,000
2011年度	700,000	210,000	910,000
2012年度	700,000	210,000	910,000
年度			
年度			
総計	2,200,000	660,000	2,860,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経済学・理論経済学

キーワード：利他性、企業理論

## 1. 研究開始当初の背景

自然環境にも配慮した「企業の社会的責任」  
(Corporate Social Responsibility, CSR)へ

の関心が、現代社会において高まっている。しかしながら、経済学の理論においては、株主のために利潤を最大化することが企業の目的であるという考え方が支配的である。ミルトン・フリードマン(Milton Friedman)によれば、利潤を最大化していない企業は社会的責任を果たしていないことになる。

倫理的な要素が企業にとって費用となる限り、利潤最大化と相反するようなCSR活動を行う企業は非効率的な存在となり、市場経済において淘汰されてしまう。

利他的行動を考慮した新しい企業理論の構築により、従来の企業モデルのように金銭利潤のみを求めるのではなく、利潤最大化行動以外に非金銭的な倫理的行動規範をとる経営者の行動分析が求められる。利潤最大化行動と倫理的行動とのトレードオフに縛られない経済分析の枠組みにおいて、CSR活動を行う企業が市場圧力によって淘汰されないことを示したい。経営者とステークホルダーとの関係をゲーム理論によりモデル化することで、非市場型メカニズムの仕組みを明らかにしたい。経営者のCSR活動にたいする心理的態度と、ステークホルダーが抱く企業のCSR活動への心理的評価との相補的な関係を明示的に理論化することにより、市場圧力だけにとらわれず、倫理的な次元をとった企業理論の新たな枠組みを提示し、その枠組みにおいて、利潤最大化行動と倫理的行動とのトレードオフに縛られない新たな企業行動モデルを論じたい。

## 2. 研究の目的

経営者とステークホルダー(とりわけ消費者)との関係をゲーム理論によりモデル化することで、非市場型メカニズムの仕組みを明らかにする。経営者のCSR活動にたいする心理的態度と、ステークホルダーが抱く企業のCSR活動への心理的評価との相補的な関係を明示的に理論化することにより、市場圧力だけにとらわれず、倫理的な次元をとった企業理論の新たな枠組みを提示する。その枠組みにおいて、利潤最大化行動と倫理的行動とのトレードオフに縛られない新たな企業行動モデルが論じられる。行動経済学は利他的行動の研究を進展させてきた。

本研究は、行動経済学による研究成果を企業のCSR活動の分析に適用し、新たな企業理論を構築する。

さらに、企業のCSR活動を「公共財の私的供給」として分析をおこなう。経営者が社会的な価値にどれだけ適応するのかによって、企業のCSR活動水準が大きく異なってくることをモデル分析により明らかにしながら、そのモデルにおいて、経営者のCSR活動にたい

する社会的選好の創発を内生的に説明する。

さらに、組織内部にいる経済主体の社会的選好の創発とその進化について、動学的モデルを使って考察しながら、そのモデルにおいて、利他的行動が持続可能になるための制度的条件を理論的には明示化し、社会規範と経済主体の選好との相互関係を考察してモデルを発展させる

## 3. 研究の方法

本研究は、利他的行動を考慮に入れて、非市場型メカニズムを重視した、新たな企業理論の構築を目指すものである。

とりわけ、企業のCSR活動への利他的行動からのアプローチとして、経営者とステークホルダーとの贈与交換ゲームを考える。ジョージ・アカロフは、企業と労働者の関係を、企業の好意(高い賃金)にたいして労働者が好意(高い努力水準)で応えるという、贈与交換モデルで分析した。本研究は、CSR活動モデルを、贈与交換ゲームとして拡張する。ステークホルダーの好意(CSR活動への高い評価)にたいして経営者が好意(CSR活動)で応えるかたちで、**正の互恵性**が当事者間に創発する非市場型メカニズムを理論的に考察する。

さらに、経営者とステークホルダーとの間に創発した正の互恵性が、持続可能となるための制度的条件を動学的モデルに基づいて考察する。本研究は、社会規範というインフォーマルな制度に注目する。経営者とステークホルダーとの関係を社会規範の進化モデルにおいて定式化し、両者間で信頼関係が持続可能となるための条件を考察する。社会規範と各経済主体の選好の共進化を理論的に明示することで、利他的行動を考慮した企業の動学理論の完成が期待される。

理論経済学の側面から次の二つの問題を明らかにする。

(1) 企業のCSR活動への利他的行動からのアプローチとして、経営者とステークホルダーとの贈与交換ゲームを考える。ジョージ・アカロフ(George Akerlof)は、企業と労働者の関係を、企業の好意(高い賃金)にたいして労働者が好意(高い努力水準)で応えるという、贈与交換モデルで分析した。本研究は、CSR活動モデルを、贈与交換ゲームとして拡張する。ステークホルダーの好意(CSR活動への高い評価)にたいして経営者が好意(CSR活動)で応えるかたちで、**正の互恵性**が当事者間に創発する非市場型メカニズムを理論的に考察する。

(2) 経営者とステークホルダーとの間に創

発した正の互惠性が、持続可能となるための制度的条件を動学的モデルに基づいて考察する。本研究は、社会規範というインフォーマルな制度に注目する。経営者とステークホルダーとの関係を社会規範の進化モデルにおいて定式化し、両者間で信頼関係が持続可能となるための条件を考察する。社会規範と各経済主体の選好の共進化を理論的に明示し、またモデルの数値解析を行うことによって、利他的行動を考慮した企業の動学理論を構築する。

以上のことにより、利他的行動が経済活動として生じることが内生的に示される。経済主体には、利己的な動機と利他的な動機が共存している。贈与交換ゲームとして定式化することで、利他的な動機に基づく行動が創発する非市場型メカニズムの分析が可能となる。

さらに、マクロ(社会規範)とミクロ(各経済主体の選好)との動学的関係に注目することにより、利他的行動が持続可能になるための制度的条件が示される。社会規範というインフォーマルな制度に注目して、企業のCSR活動が社会において持続可能になるための、制度的特質を浮き彫りにする。

#### 4. 研究成果

本研究においては、以下の [Phase 1] と [Phase 2] の二つからなる局面を達成することを目指した。

[Phase 1] 経営者とステークホルダーとの贈与交換ゲームを考え、正の互惠性が両者間で創発する非市場型メカニズムを明らかにする。

ジョージ・アカロフは、企業と労働者の関係を、企業の好意(高い賃金)にたいして労働者が好意(高い努力水準)で応えるという、贈与交換モデルで分析した。本研究は、企業のCSR活動への利他的行動からのアプローチとして、経営者とステークホルダーにおける贈与交換モデルの提示を目的とした。公共財の私的供給として以前私が定式化した、CSR活動モデルを、贈与交換ゲームとして拡張した。ステークホルダーの好意(企業のCSR活動への高い評価)にたいして経営者が好意(CSR活動)で応えるかたちで、当事者間に正の互惠性が創発する非市場型メカニズムを理論的に考察した。以前の私の研究では、経営者のCSR活動にたいする社会的満足が外生的に与えられていたが、この研究により、経営者の社会的選好が創発することを内生的に説明できた。

[Phase 2] 経営者とステークホルダー両方の利他的行動が持続可能となるための制度的条件を明らかにする。理論的分析のための動学的モデルを作成する。

この研究を行う以前に、私は、企業のCSR活動を公共財の私的供給としてモデル化し、理論的分析を行ってきた。また、コミュニティーにおける信頼関係の創発条件についての研究も行った。これらの研究成果を、経営者とステークホルダーとの関係に適用することで、企業のCSR活動が持続可能となるための制度的条件を理論的に考察した。[Phase 2] では、社会規範というインフォーマルな制度に注目し、その進化を考察した。社会規範の進化についての研究結果を、経営者とステークホルダーとの関係に適用することで、ステークホルダーが抱く企業のCSR活動への心理的態度の進化と、それにともなう経営者の行動規範の進化が動学的に考察できた。社会規範と各経済主体の選好の共進化を理論的に解明した。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計2件)

- ① TERAJI SHINJI, The emergence of agriculture: trickle-down growth and climate change, *Economics Bulletin*, 査読有、vol. 32, 2012, 913-922  
<http://www.accessecon.com>
- ② TERAJI SHINJI, An economic analysis of social exclusion and inequality, *The Journal of Socio-Economics*, 査読有、vol. 40, 2011, 217-223  
DOI: 10.1016/j.socec.2010.12.012

[学会発表] (計3件)

- ① TERAJI SHINJI, A theory of norm compliance, *Society for the Advancement of Behavioral Economics Conference 2012*, グラナダ(スペイン)
- ② TERAJI SHINJI, Skill bias in teams, *International Association for Research in Economic Psychology/Society for the Advancement of Behavioral Economics Joint Conference 2011*, エクセター(イギリス)
- ③ TERAJI SHINJI, A behavioral economic model of cultural bias, *Society for the Advancement of Behavioral Economics*

Conference 2010, サンディエゴ(アメリカ)

〔図書〕(計1件)

- ① TERAJI SHINJI, Behavioral economic analysis of the self, Nova Science Publishers, 90, 2011  
ISBN: 978-1612095516

6. 研究組織

(1) 研究代表者

寺地伸二 (TERAJI SHINI)  
山口大学・経済学部・教授  
研究者番号: 10263758

(2) 研究分担者

( )

研究者番号:

(3) 連携研究者

( )

研究者番号: