

| | |
|---------|---|
| 氏名 | 倉持 一 |
| 学位の種類 | 博士(経営学) |
| 報告番号 | 甲第432号 |
| 学位授与年月日 | 2016年3月31日 |
| 学位授与の要件 | 学位規則(昭和28年4月1日文部省令第9号) 第4条第1項該当 |
| 学位論文題目 | 中国のCSR(企業の社会的責任)に関する研究 — 欧米・日本に次ぐ第3のモデルとしての課題と可能性 — |
| 審査委員 | (主査) Davis, Scott 鈴木 秀一 高岡 美佳 中村 陽一 (立教大学大学院 21世紀社会デザイン研究科教授) |

I. 論文の内容の要旨

(1) 論文の構成

1. 論文構成

論文題目：中国の CSR(企業の社会的責任)に関する研究 — 欧米・日本に次ぐ第3のモデルとしての課題と可能性 —

本論文は、本文（第1章から終章まで）、謝辞、図表一覧、参考文献を含め、全 298 頁からなる。

本論文の構成は以下の通りである。

| | |
|------------------------------------|--------|
| 第1章 研究の目的と構成 | - 1 - |
| 第1節 本研究の背景と目的 | - 1 - |
| 第2節 本論文の構成 | - 7 - |
| 第一部 理論考察 | - 13 - |
| 第2章 分析フレームワークの構築 | - 13 - |
| 第1節 問題意識 | - 13 - |
| 第2節 先行研究レビュー — 新制度派経済学アプローチ | - 15 - |
| 第2節 (1) 「資本主義の多様性」理論 | - 16 - |
| 第2節 (2) 「経営学における制度論」と「エージェンシー理論」 | - 24 - |
| 第3節 中国の企業ガバナンス — 「エージェンシー理論」による考察— | - 26 - |
| 第3節 (1) 米国・ドイツ・日本の企業ガバナンス | - 26 - |
| 第3節 (2) 中国の企業ガバナンス | - 32 - |
| 第3節 (3) 事例検証：「三鹿集団粉ミルク事件」 | - 38 - |
| 第3節 (4) 中国大手自動車メーカーT社幹部へのインタビュー | - 41 - |
| 第3節 (5) 中国の企業ガバナンスの問題点 | - 42 - |
| 第3節 (6) 「エージェンシー理論」からの考察 | - 45 - |
| 第4節 新制度派経済学アプローチの CSR 研究への活用 | - 46 - |
| 第5節 先行研究の成果と限界性 | - 50 - |
| 第6節 本研究の分析フレームワーク | - 53 - |
| 第7節 小括 | - 57 - |

| | |
|--|---------|
| 第3章 CSR とは何か ー本研究における CSR の定義ー | - 59 - |
| 第1節 問題意識 | - 59 - |
| 第2節 CSR の分類方法に関する先行研究レビュー | - 61 - |
| 第2節 (1) 二項対立的な分類方法 | - 61 - |
| 第2節 (2) 動機面に着目した分類方法 | - 64 - |
| 第2節 (3) 企業観に基づいた分類方法 | - 66 - |
| 第3節 独自の分類方法の提示 | - 67 - |
| 第4節 新たな分類方法による分析 | - 69 - |
| 第4節 (1) 企業 | - 70 - |
| 第4節 (2) 社会的責任 | - 73 - |
| 第4節 (3) 利益 | - 76 - |
| 第4節 (4) 経営者 | - 82 - |
| 第5節 小括 | - 86 - |
| 第4章 CSR における企業・国家・市民社会 ーハーバーマス理論からの考察ー | - 89 - |
| 第1節 問題意識 | - 89 - |
| 第2節 ハーバーマスの社会構造理論 | - 90 - |
| 第2節 (1) 公共性の構造転換とは何か | - 91 - |
| 第2節 (2) 前駆的存在としての文芸的公共圏の成立 | - 92 - |
| 第2節 (3) 政治的公共圏への転化 | - 93 - |
| 第2節 (4) 市民的公共圏の崩壊 | - 94 - |
| 第2節 (5) 「生活世界の植民地化」 | - 96 - |
| 第2節 (6) ハーバーマスの社会構造観に関する反対意見 | - 96 - |
| 第2節 (7) 近年のハーバーマスの論調の変化 | - 99 - |
| 第3節 ハーバーマスのコミュニケーション理論 | - 101 - |
| 第3節 (1) コミュニケーションの機能と役割 | - 102 - |
| 第3節 (2) CSR におけるコミュニケーションに関する仮説検証 | - 104 - |
| 第4節 コミュニケーションによるソーシャル・キャピタルの醸成 | - 109 - |
| 第5節 小括 | - 112 - |
| 第5章 CSR におけるコミュニケーションと信頼 | - 113 - |
| 第1節 問題意識 | - 113 - |
| 第2節 戦略的 CSR の今日的展開 | - 115 - |
| 第3節 事例検証 | - 117 - |
| 第3節 (1) 住友化学の経営体制及びオリセットネット事業の概要 | - 118 - |
| 第3節 (2) オリセットネット事業関連の不正事案の概要 | - 121 - |
| 第4節 考察に用いる独自のフレームワーク | - 123 - |

| | |
|--|---------|
| 第4節 (1) 法的観点の議論 | - 123 - |
| 第4節 (2) Schwartz & Gibb (1999) のフレームワーク | - 124 - |
| 第4節 (3) Laszlo (2008) のフレームワーク | - 125 - |
| 第4節 (4) Iansiti & Levien (2004) のフレームワーク | - 128 - |
| 第4節 (5) 信頼の発展プロセスをもとにした独自のフレームワーク | - 129 - |
| 第5節 小括 | - 131 - |
| 第6章 CSRにおける信頼形成と信頼喪失 | - 135 - |
| 第1節 問題意識 | - 135 - |
| 第2節 CSRと信頼との関係性 | - 136 - |
| 第2節 (1) 信頼の経営学的意味 | - 137 - |
| 第2節 (2) 戦略的CSRと信頼の関係性を明確化するフレームワーク | - 139 - |
| 第3節 事例検証と考察 | - 141 - |
| 第4節 小括 | - 143 - |
| 第7章 CSRに深く関与する2つの信頼 | - 146 - |
| 第1節 問題提起 | - 146 - |
| 第2節 BOPビジネスに関する先行研究レビュー | - 148 - |
| 第3節 ストック型信頼とフロー型信頼 | - 151 - |
| 第3節 (1) ストック型信頼 | - 152 - |
| 第3節 (2) フロー型信頼 | - 154 - |
| 第3節 (3) 2つの信頼のまとめ | - 157 - |
| 第4節 考察 | - 158 - |
| 第4節 (1) 経済産業省によるBOPビジネスの事例分析 | - 158 - |
| 第4節 (2) 事例の再分析 | - 160 - |
| 第5節 小括 | - 162 - |
| 第二部 中国のCSR | - 164 - |
| 第8章 中国のCSRに対する国家的要請の背景 —人口動態変化分析— | - 164 - |
| 第1節 問題意識 | - 164 - |
| 第2節 人口センサスにみられる人口動態変化のポイント | - 165 - |
| 第2節 (1) 少子高齢化の加速 | - 166 - |
| 第2節 (2) 都市化の進行 | - 168 - |
| 第2節 (3) 人口流動の活発化 | - 169 - |
| 第3節 人口動態をめぐる課題 | - 171 - |
| 第3節 (1) 「一人っ子政策」の見直し | - 171 - |
| 第3節 (2) 「一人っ子政策」利益集団 | - 173 - |
| 第3節 (3) 男女のアンバランス | - 174 - |
| 第3節 (4) 人口と労働力の偏在 | - 175 - |

| | |
|--------------------------------------|---------|
| 第4節 「人口ボーナス」論 | - 177 - |
| 第5節 小括 | - 178 - |
| 第9章 国家主導による中国のCSRの形成と展開 | - 179 - |
| 第1節 問題意識 | - 179 - |
| 第2節 思想的・文化的背景 | - 180 - |
| 第2節 (1) 孔子の教えと企業経営との関係性 | - 181 - |
| 第2節 (2) 孔子の思想を受け継ぐ渋沢栄一の「合本資本主義」 | - 183 - |
| 第2節 (3) リバタリアニズムを基盤とする欧米の倫理的思想と孔子の教え | - 184 - |
| 第3節 中国における企業制度と現代化 | - 186 - |
| 第3節 (1) 中国の企業制度とその変遷 | - 186 - |
| 第3節 (2) 中国企業の現代化の進展 | - 191 - |
| 第3節 (3) 経済団体の形成と国家との関係性 | - 193 - |
| 第4節 欧米や日本におけるCSRの議論状況 | - 195 - |
| 第4節 (1) 初期のCSRの議論 | - 195 - |
| 第4節 (2) 戦略的CSRの登場 | - 197 - |
| 第4節 (3) 戦略的CSRの今日的展開 | - 198 - |
| 第5節 欧米におけるCSR関連動向 | - 201 - |
| 第5節 (1) ヨーロッパで開催されたCSR関連国際会議における議論状況 | - 206 - |
| 第5節 (2) 欧州企業に対するインタビュー調査結果 | - 211 - |
| 第5節 (3) まとめ | - 228 - |
| 第6節 日本におけるCSR関連動向 | - 231 - |
| 第6節 (1) 日本企業のCSR動向 | - 231 - |
| 第6節 (2) 経済団体や国家に関するCSR動向 | - 239 - |
| 第6節 (3) CSR企業調査アンケート分析による現状把握と課題導出 | - 245 - |
| 第6節 (4) まとめ | - 262 - |
| 第7節 中国におけるCSRの展開状況と国家の関与 | - 263 - |
| 第7節 (1) 問題意識 | - 264 - |
| 第7節 (2) 中国におけるCSRの展開状況(2005年まで) | - 266 - |
| 第7節 (3) 中国におけるCSRの展開状況(2006年以降) | - 271 - |
| 第7節 (4) 1990年代以降の歴代3政権の政治的スローガン | - 279 - |
| 第7節 (5) 政治的スローガンと中国のCSRとの関係性 | - 282 - |
| 第7節 (6) まとめ | - 287 - |
| 第8節 小括 | - 288 - |
| 第三部 本研究のまとめ | - 291 - |

| | |
|--------------------|---------|
| 第 10 章 最終考察と結論 | - 291 - |
| 第 1 節 これまでの議論の振り返り | - 291 - |
| 第 2 節 結論 | - 293 - |
| 第 3 節 今後の研究課題 | - 297 - |
| 謝 辞 | - 298 - |
| 参考文献 | i |
| 【日本語文献】（五十音順） | i |
| 【英語文献】（アルファベット順） | xii |
| 【中国語文献】（音読み順） | xxxix |
| 参考資料 | |
| 【資料 1】 | |
| 【資料 2】 | |

（2）論文の内容要旨

本研究の主意は、経済成長の著しい中華人民共和国（中国）において展開されている CSR（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）を、欧米や日本の CSR と適宜比較しながらこれまでとは異なる分析フレームワークを用いて構造的に分析することで、今後をより詳細かつ正確に展望しようというものである。分析には、「資本主義の多様性」や「経営学における制度論」といった新制度派経済学の理論的アプローチの有用性を活用するが、ただ単に援用するのではなく、同アプローチによる CSR 分析の限界を指摘し乗り越えることによって、企業を国家や市民社会と並ぶ一つのセクターとして捉え、かつ、CSR を「国家・企業・市民社会の各セクター間における間主観的な動態モデル」として把握することで、「市民社会から企業に寄せられる期待の表出であり企業経営そのもの」として位置づける。これによって、中国という特色ある国家が近年主体的に押し進めている CSR を欧米や日本の CSR モデルとは異なる新たなモデルとして理解し、その特徴などを明確に浮かび上がらせることが可能となる。これは、従来の研究の枠組みでは探究できなかった、中国の CSR の課題や可能性などを新たに導き出そうという学術的試みでもある。それというのも、これまで発表された中国の CSR に関する研究の多くは、欧米の CSR 研究を概観してその含意を中国に紹介するもの、諸外国の CSR 関連制度と中国のそれとを比較したもの、あるいは、諸外国企業の取組む CSR の好事例を検証したものやそのランキングなどといった、いわゆる「分析」の次元とは異なる手段で占められていた。本研究は、企業・国家と市民社会との関係性という構造的な観点や、CSR において不可欠となる信頼・コミュニケーションという動態的な観点からの考察を展開することにより、従来の研究では導き出し得なかった中国の CSR の本質的な可能性や課題を体系的に追究する。

中国の CSR については、ここ数年になって中国のみならず欧米諸国や日本でも学術的な研究が徐々に進められてきているものの、一方でその件数は決して多くなく、また、分析の質という点から判断しても体系的な論考はこれからの状態であり、そこには多くの研究の余地が残されている。本研究は、中国の CSR の今後の可能性や課題について論ずるが、その分析フレームワークとなるのが、「資本主義の多様性」、「経営学における制度論」などといった、いわゆる新制度派経済学の理論的アプローチという、これまで経済学領域のみならず経営学領域においても活発な議論が行われてきた伝統と実績のある議論をもとに構築した分析フレームワークである。本稿では、この分析フレームワークを中国の CSR の考察に用い、欧米や日本と適宜比較しながら論じる。

本論文は、大きく分けると、先行研究レビューを中心とする理論考察や本研究の根幹をなす分析フレームワークの構築が中心となる第一部（第 2 章から第 7 章）と、中国の CSR の形成・展開などを検証した上で国際比較を中心とした分析を行う第二部（第 8 章から第 9 章）、そして最終的な考察を行う第三部の第 10 章という三部構成となっているが、具体的な論文構成は次のとおりである。

第 1 章で、本研究の背景事情や目的、論文の構成などを示している。中国の CSR はこれまでも研究テーマとして取り上げられたことはあったが、それらは中国経済の急速な発展や企業活動の活発化の影響もあつてか近視眼的なものであり、中国の CSR の全体像を捉え、高度な学術的視点から分析したものではなかった。それを克服し、中国の CSR の今後の可能性と課題を詳細かつ正確に導出しようというのが本研究の目的である。

第 2 章では、本研究の分析フレームワークを示すが、本研究では、近年経営学研究や CSR 研究でも取り上げられるようになってきた「資本主義の多様性」、「経営学における制度論」といった国際比較の手法を用いる際に有用な分析フレームワークを採用している。Esping - Andersen (1990) によって企業活動や経済動向の国家間の相違は一定程度明確化され、Albert (1991) や Hall & Soskice (2001) によって、資本主義の多様性論は確立されている。彼らの貢献により、資本主義には差異性が存在し、その資本主義のタイプごとに企業の競争優位性も異なってくるということが明らかとなった。この分析フレームワークを CSR 研究に落とし込んだのが、Moon (2004; 2008; 2012) などである。しかし、これらの論考では中国は取り上げられていないばかりか、彼の分析は資本主義の多様性の各モデルを CSR の分類基軸として活用したものであり、本来考慮すべき企業と市民社会・国家との動的側面は触れられていない。この動的側面の欠如が資本主義の多様性論の限界であり、CSR 研究に同論を用いる際には修正が必要であるとの結論を得た。そこで、企業活動の動的側面である「信頼」と「コミュニケーション」の 2 点を抽出し、これを軸とした分析フレームワークを構築した。また、制度論の観点からエージェンシー理論を含めた企業ガバナンスについて考察を行った。

第3章では、CSRの形成と展開の状況をただ単に時系列的に精査するのではなく、独自の分析手法を取り入れることで、新たに本研究としてのCSRの定義を示した。CSRは、企業活動にとって、ややもすれば社会奉仕や社会支援といったフィランソロピーの感覚で捉えられがちという側面がある。フィランソロピーにも大いなる社会的な意義が存在するが、その一方で、経済的側面から見ればコスト負担という解釈も可能となる。これは、企業にとってCSRが、言わば「片務契約」のような負担行為と誤解されてしまう危険性を示している。同章は、この点に配慮・対応するため、CSRにおける片務ではない互惠という概念を、独自の分析手法によって先行研究レビューを丹念に行うことで導出し、戦略性を帯びたCSRは、もはや企業にとっても社会にとってもwin-winな存在であることを明らかにする。これはCSRの本質ともいえるべき「市民社会から企業に寄せられる期待の表出」であり、CSRが企業経営そのものであることの証明となる学術的作業であった。

第4章では、「CSRにおける企業・国家・市民社会の関係性」をメインテーマに、これまでのCSR研究を振り返りながら考察する。先行研究においても、CSRにおけるコミュニケーションや信頼の重要性は取り上げられている。しかし、どのようなコミュニケーションがなぜ必要なのかといった、コミュニケーション理論の本質にまで踏み込んだ議論は、これまでのCSR研究では行なわれていない。これまでCSRとコミュニケーションや信頼とのプラスの関係性は、言わば自明なものとされてきた。また、企業・国家・市民社会というセクターの相互関係や連関なども、これまでのCSR研究においては触れられてこなかった領域である。この第4章では、企業・国家・市民社会という3セクターの存在と関係性、そして、CSRとコミュニケーションや信頼との関係性に関して、学際的な考察を行う意味も含め、ドイツの哲学者であり独自の社会構造論や討議倫理論を主張するJürgen Habermas（ユルゲン・ハーバーマス）の主張を分析基軸として考察を行った。

第5章では、第4章で導き出された企業活動であるCSRによって育まれるコミュニケーションや信頼という論点について検証する。近年、学術的な検証の中心は従来型のフィランソロピー型のCSRではなく戦略的CSRが主流となってきたが、企業実務の現場においても、各企業は実際に世界各国で戦略的CSRに熱心に取り組む、一部の企業はその成果を目に見える形で挙げている。特に、発展途上国における戦略的CSRは、衛生問題や健康問題などといった点で現地にもたらす社会的価値が大きいこともあり、CSR研究でも多くの注目が集まっている。しかしながら、戦略的CSRの成功事例の一つとして賞賛されたビジネスモデルも、倫理性に問題が生じるケースがある。本章は、住友化学のオリセットネット事業を事例として取り上げ、なぜこういった現象が生じるのかを信頼の発展モデルを用いた独自の分析フレームワークによって明確化している。信頼がCSRにとって重要であることはこれまでも主張されてきたことだが、実際に

は、「制度的信頼 (Williamson : 1996; Casson : 1991, 1995; Della Giusta : 1999)」、
「抑止型信頼 (Shapiro : 1987)」、「一体型信頼 (Lewicki & Bunker : 1996) といった
ように信頼には段階と形成プロセスがあり、それぞれの段階に応じた適切な経営手法を
選択肢なければ、大きな失敗を招くという点を明らかにした。

第 6 章では、引き続き「CSR と信頼・コミュニケーション」をテーマに取り上げた。
CSR の発展形態の一つである戦略的 CSR とは、従来型のメセナやフィランソロピーな
どといった戦略性の低い CSR 活動とは異なり、本業と一体となった形で CSR に取り組む、
すなわち、経営戦略と CSR との高度な統合を企図する概念であるが、その戦略的 CSR
と信頼との関係は、戦略的 CSR が 2000 年を過ぎてから一般化したという事情もあつ
て、まだあまり議論されていない研究テーマである。本章は、Pralhad & Ramaswamy
(2013) では明確化されなかった CSR におけるコミュニケーションでいかに信頼を形
成するかといった点について、先ほどとは異なる視点で構築した信頼に関する独自の分
析フレームワークを用いて過去に実際に発生した事例 (米ベンアンドジェリーズ社) に
当てはめることで、本業との統合を目指す戦略的 CSR では、その実行によって信頼を
構築することが重要であることを再確認した。その上で、信頼が不信へと転換した際の
衝撃の大きさ、つまり当該 CSR へのマイナス影響を、同社の財務データなどを提示し
ながら検証した。

第 7 章では、「CSR における 2 つの信頼」をメインテーマに、21 世紀になって本格化
してきた CSR の一形態である BOP ビジネスを題材として、これと信頼との関係性を
考察した。BOP ビジネスは、発展途上国において取組まれる戦略性の高い CSR として、
近年、先行してこの分野に進出していた欧米の大企業だけでなく、先見性のある日本企
業が取組を開始したところである。同ビジネスに関する研究は、Pralhad & Hart
(2002) がその先鞭であるが、彼らは成功事例のみを検証し同ビジネスの有用性を主
張している。しかし実際には、早々と撤退した企業もあり、同ビジネスの成否を分ける
要因がどこにあるのかを明確化することは急務である。そこで本章は、極めて戦略性の
高い CSR である BOP ビジネスの成功と失敗を、信頼の構造とその構築という観点か
ら分析することで、その要因が「ストック型信頼」と「フロー型信頼」という 2 種類の
信頼の介在にあること、そして、「フロー型信頼」は形成だけでなく維持することが重
要であることを指摘した。これは Pralhad & Hart (2002) の限界性の克服でもある。

第 8 章では、中国の CSR の今後に大きく影響を与えるものと思慮される、中国社会・
経済の今後の見通しを人口動態変化の観点から考察した。中国は、2010 年に第 6 回目
となる人口センサスを実施し、自国の人口動態変化に関する詳細なデータを公表した。
同章は現時点で最新となるこの人口動態に関するデータをもとに、今後の中国社会・経
済にどのような影響が生じるのかの見通しを描写している。具体的には、少子高齢化の
急速な進展、男女比のアンバランス、都市部への過度な人口流入、などがデータから読

み取れた。よって中国は今後、国富の減少と社会課題の増加に苦しむことになる。となれば、安定した一党専制の政治体制を維持し、かつ、社会矛盾の解消を目指すためには、民間能力の活用という新たな手段を取らざるを得ず、それは CSR の活用にほかならないことを結論づけた。この考察により、中国における CSR の政治的な位置づけや潜在的な需要という大きなバックグラウンドが明らかとなり、以後の中国の CSR の考察へと結びつくことが出来た。

第 9 章では、中国の CSR を欧米や日本のそれと比較しながら考察した。それは、中国の CSR の土台となる「孔子の教え」「誠心経営」という倫理的な思想・文化的観点、独自の企業制度、極めて特色ある国家制度の検証にまで及んでいる。ここでは、中国国内の状況のみならず、欧米や日本の CSR の展開状況や現状を明確化するため、インタビュー調査やアンケート調査結果分析といった実証研究も実施した。その上で、中国の CSR の展開と極めて密接な関係がある、欧米や日本における CSR 普及への国家や市民社会の関与状況を検証している。この本章の一連の考察によって、中国の CSR に関する国家、経済、文化・思想、企業経営、法規範といった様々な制度が明らかとなった。特に、1990 年代以降の歴代政権が用いている政治的スローガンを活用して中国の CSR の変遷を分析することで、中国という特色ある国家で展開されている CSR の特徴や問題点などが明確化された。

最後の第 10 章では、本論文全体の総括となる考察を行った。まずはそれまでの検証の全体的な振り返り作業を行った後、中国の CSR を企業・国家・市民社会という 3 つのセクターの存在と関係性の観点から、また、間主観的な相互作用としてのコミュニケーションと信頼という観点から分析を行った。それによれば、中国の CSR は、国家制度、企業制度といった面での進展は確認できるが、そこには本来的に必要な「市民社会の存在と活用」という視点が欠けており、それであるが故に、CSR の動的側面である信頼とコミュニケーションが生じていないことが明らかとなった。そして、中国の CSR の構造的な特殊性などを浮き彫りにするとともに、欧米や日本の CSR との相違点などを明確化した。この一連の学術的作業により、これまで解き明かされなかった中国の CSR の今後の課題や可能性が導出された。

中国の CSR は、国家主導によって進められ、かつ、国家を中心に据えて企業と市民社会をサブ・アクターする「社会管理方策の一部」であることが明確となった。そこでの企業と市民社会との関係性は静的なものであり、コミュニケーションや信頼といった動的側面への配慮を垣間見ることは出来ない。また、倫理的な企業経営の精神的支柱として日本にも大きな影響を与えた孔子の教えが有効的に活用されている様子もなく、中国の CSR の展開は無機質とも言える様相を呈している。つまり、法制度、倫理的基盤、国家制度、企業制度、市民社会、などといった各制度の調和が図られていない。

本研究では、CSR を、「企業と国家・市民社会との関係性の間主観的に存在する相互作用であって企業に対する市民社会の期待の現れである」と位置づけ、「CSR とは企業経営そのものである」と定義した。相互作用という動的な存在として CSR を把握することで初めて、企業と国家・市民社会との間に生じるコミュニケーションや信頼の存在と機能が明確化され、CSR の有効性や有用性が真に確立される。中国の CSR は、企業と市民社会との間に自律的に成立するコミュニケーションや信頼といった要素を生来的に有しないことから、社会課題解決に向けた国家の社会管理の一部にしか過ぎないという結論に至る。

II. 論文審査の結果の要旨

(1) 論文の特徴

中華人民共和国（中国）は、CSR（corporate social responsibility：企業の社会的責任）に関する政策や実行プログラムなどが、法律によって権限付けられているという特殊な国家の一つである。このことは、国際ビジネスやグローバル経済における中国企業や中国経済の明確な重要性と相まって、中国のCSRに対する十分な理解をもたらすとともにその背景となる理論構築を強化し、経営学研究に対する重要な領域をもたらすものである。中国のCSRに関する研究は、その幅や深みといった点を鑑みれば、日本や欧米諸国においてこれまでに取組まれた研究と比べ依然として初期段階にあるとよい。本審査委員会は、提出された学位申請論文が、この新規性ある研究トピックに対するアプローチとして非常に興味深く、かつ、革新的なものであることを認めた。

審査会における質疑応答と論点

今次博士論文公開審査会において本審査委員会は、学位申請者に対して幾つかの点について質問を行ったが、それは主に以下のテーマについて焦点をあてたものであった。

1. 審査委員会は、欧米のCSR分析で用いられ、また、伝統的に欧米において議論が成熟してきたのと同じ分析手法を、中国のCSRの研究に適用することの妥当性について疑問を呈した。そこで学位申請者は、なぜ中国国内で議論されてきたような分析手法ではなく、欧米で伝統的に用いられてきた分析手法を中国のCSR研究で活用するのかについて説明するように求められた。申請者はこの質問に対して、「中国のCSRは元来、欧米で発展していた主要なモデルが導入されるなど密接な関係性があったものの、その後の進展の中で欧米のモデルとは異なる方向性を示していったこと、また、特異な現代中国の政治社会情勢に適したアプローチであること、などといった事実を鑑みれば、本研究の分析手法は適切なものである」などと説明した。また、欧米のCSRと中国で現在取組まれているCSRとの間に認められる概念的なギャップの存在という事実が、CSRに対する中国のアプローチの進展の度合いを示す本質的な証拠であると主張した。

2. 学位申請者は、今回のCSR分析の一部において、ハーバーマスは公共セクターと市民社会セクターとが別個のものであって本質的に協調し合えないものであると主張しているにも関わらず、彼の提唱したコミュニケーション論のフレームワークを新たな公共性の出現であるとの前提のもとで活用したことに関して説明を求められた。それに対して学位申請者は、この理論的アプローチはハーバーマスがEU（欧州連合）の成立を受けて自己の理論を発展的に修正し、公共性という概念を公共セクターが市民社会セクターに効果的に影響を及ぼせる存在として再定義した後の理論に基づいている旨を

説明した。

審査委員会は、中国における新たなCSRモデルの導入が、企業の財務パフォーマンスにどのような影響をあたえるのかといった点をより深く検証するために必要な、追加研究を含む以下のテーマを提案した。

1. 具体的には、新たなCSRモデルの導入が、企業の資本取得を容易なものにしたのか、あるいは、売上高の増大やブランド価値増大といった点で大きなインパクトとなったのかの判別が可能となる検証の必要性が指摘された。

2. 中国の社会経済情勢という文脈におけるCSRの潜在的な有効性をより明らかにするためにも、彼らが採用する集権的・統合的なシステムの構造を検証し、中国のCSRへのアプローチに関する制度についてさらなる研究をすすめることの必要性が指摘された。

学術的貢献性

審査委員会は、本論文がCSRの研究・分析に関する以下の3つの領域に対して重要な貢献を果たしていることを認めた。

1. 本論文が、Moon、Matten、Fukukawa、Kangといった欧米の研究者らの研究成果として近年登場してきた、新制度派経済学の理論を用いたCSR概念に対する包括的なモデル分析を提示していること。

2. 本論文が、近年のCSR研究で支配的となっている規範的か叙述的かという二項対立的なアプローチを克服するため、信頼とコミュニケーションの概念を組み合わせることでCSR研究に関する新たな理論的アプローチを開発していること。

3. 本論文が、CSRを過去数年間の政策転換の中で変化した中国の社会経済情勢をより広い文脈に捉えて分析することで、中国のCSRの発展に関して包括的かつ批判的な分析を提供していること。

(2) 論文の評価

公開審査会における申請者の真摯な姿勢もふくめて、研究者としての今後の可能性を示す論文であり、審査委員会は本論文が博士（経営学）学位論文にふさわしいものであることを、一致して承認することとした。