



Osaka Gakuin University Repository

Title	利潤原理と企業倫理 —P. ウルリッヒの所説を中心として Profit Principle and Business Ethics: Centering on an Examination of P. Ulrich's Theory
Author(s)	三上 磨知 (Machi Mikami)
Citation	大阪学院大学 流通・経営学論集 (OSAKA GAKUIN UNIVERSITY REVIEW OF DISTRIBUTION, COMMUNICATION AND BUSINESS ADMINISTRATION), 第 39 巻第 2 号 : 29-57
Issue Date	2014.03.31
Resource Type	ARTICLE/ 論説
Resource Version	
URL	
Right	
Additional Information	

利潤原理と企業倫理 —P.ウルリッヒの所説を中心として

三上 磨知

Profit Principle and Business Ethics: Centering on an Examination of P. Ulrich's Theory

Machi Mikami

ABSTRACT

There is an increasing recognition that large enterprises have an impact on human life. Peter Ulrich insists that market economies should be re-oriented towards life-conductiveness in a well-ordered society of free and equal citizens. Necessary for a well-ordered society and an ethical and just life-conductive economy are responsible individual economic actors (a person or a business firm), and a state that decides political principles framework of market and general public.

The purpose of this paper is to address the debate on profit principle underpinning business ethics and to examine Ulrich's business ethics.

はじめに

従来、企業が利益を追求することが公共の利益に役立つ一番の方法だと考えられており、市場競争が機能しているかぎり、利潤原理それ自体は良いものであるとされてきた。そこでは、企業の社会的機能がいかに決定され正当化されるべきかのような根本的な規範問題は、その歴史的・現実的に所与の条件を引き合いに出すことで最初から決められており、疑問視されることなく仮定されている。企業倫理の議論においても、この反省の放棄は疑問視されないままであることが多い。しかし、相つぐ企業不祥事とともに、企業倫理論におけるこの反省の放棄が問題として取り上げられるようになってきた。その代表的研究者がP.ウルリッヒである。人々にとって企業がどうあるべきかについて、ウルリッヒの統合的企業倫理は代表的かつ重要な見解を示すものである。ウルリッヒは、「よく秩序づけられた社会と、善き生活に役立つ経済」を目指し、社会経済的合理性概念に基づいた経済倫理を構築している¹⁾。そして、その社会倫理的に正当で生活に役立つ経済に対しての責任は、市民と企業と法制度にあるとしている。なかでも、企業は経済において重要な役割を果たすと考え、その規範的基礎として統合的企業倫理論を展開している。その中で、企業の基礎概念と正当な規制概念が、適切に決められた時のみ、マネジメントに対するどの「非経済的な」モラル要求が妥当かを定めることができると主張している。

本稿においては、利潤原理と企業倫理との関係を整理して、ウルリッヒの企業倫理について検討したい。

1) ウルリッヒの社会経済的合理性概念については、三上(2012)を参照されたい。

1 企業倫理の基本問題：「利潤原理」と正当な経営活動

企業と利潤の関係は、これまでどのように論じられてきたのであろうか。

1) 企業家の行為動機としての利潤追求 2) 企業家の道徳的義務としての利潤志向 3) システムとして決定された客観的情勢による強制としての利潤志向 4) ゲームの政策的規制ルールとしての利潤志向 5) 方法論的な仮構としての利潤原理 の5つに分類される。

(1) 企業家の行為動機としての利潤追求—個人的利潤追求

これは、経営者がどのような動機で行動するかについて実証分析を行うものである。しかし、倫理にとって実証研究は不要であるとウルリッヒは言う。「経験的にどうあれ、倫理的需要の妥当性は、客観的な事例（社会的妥当性）に依存するのではなく、その妥当性要求が間主観的または超主観的に拘束力をもって正当化できるか否か（規範的妥当性）に左右される（Ulrich, 1998, SS. 399-400)」。企業が利潤を追求する理由を企業倫理の規範的要件として解釈することは、哲学倫理の観点から見ると誤りである。「何が（経済・企業）倫理において重要かといえば、それはまさに、正当性と責任説明に関して、行動の事実上の動機を批判的に問うことである（Ulrich, 1998, S. 400)」。企業がなぜ利潤を追求するかということについての事実をもとに経済倫理や企業倫理を構築するのではなく、その事実を正当性の観点から批判的に問い直すことこそが倫理に求められているのだと、ウルリッヒは考えている。

この意味において、「全体的に誇張されたり、状況によっては正当性を欠いたりする個人の利潤追求は、企業倫理的な釈明や批評を必要とするような事柄である。しかし、これはすでに、企業倫理の重要な規範的概念が利潤原理を超越して存在することを前提としている。もし、そのように個々の解明を倫理的に試みたとしても、実際のビジネスリーダーの挙動がほとんどまたは全く変わ

らないのであれば、経験的観点から我々はそれらの努力を非現実的と見なすだろう。しかし、これによって本質的に正当化の問題が生じるわけではなく、単に動機付けの実践面で問題が生じるに過ぎない (Ulrich, 1998, S. 400)」。ウルリッヒは個人の利潤追求が倫理的正当性の観点から検証されたとしても、実際に経営者が行動を改めなければ、企業倫理が非現実的なものとして退けられる可能性があるが、それは動機づけをどう行うかの問題であって、規範の根拠を揺るがすものではないと解説している。

(2) 企業家の道徳的義務としての利潤志向—資本主義的企業家の道徳性

近代の宗教と思想史の発展ともない資本主義的な企業家精神が発展し、それにより利潤志向は、アイデンティティを形成する美徳として捉えられ、規範化されていく。その最も厳密な形として、利潤を最大化する努力は、企業の道徳的権利としてだけでなく、道徳的義務として解釈されるようになった。このような考え方は、企業の社会的責任は、利潤を増大させることであるとした、フリードマンに代表される。このような考え方は今日でも継承されており、ドイツで影響力のある自営業者団体のハーバーマンは、伝統的な企業家精神に対する自身の見解を次のように述べている。「ゆえに、もしも民間の経営者が自身の社会的役割と責務に従って行動することを望むならば、彼もまた自身の行動のモデルとなる固有の精神を有する。彼の最大の社会的責任とは、可能な限り最も経済的な方法で財貨とサービスを提供することである。したがって、企業としての彼の責務は、生産すること、顧客の役に立つこと、成功すること、積極的であることである。この点において、経済的に必要なことと道徳的に正しいことの間には矛盾はなく、両者は一致する。したがってそれは道徳規範とは矛盾しないが、実際には、たとえ従業員に苦痛な措置を行ってでも会社を健全に維持するためには、会社の倫理的根拠に準拠することはすべて行うという企業の道徳的責務である。しかしその前提条件となるのは、プロデューサーとして

の企業は、誰にでも求められるように、より一般的な道德規範と法的ルールを守ることである。それを怠ったときに初めて、不一致が生じる。しかしこれらのルールの範囲内では、企業の活動そのものが第一の道德的責務である（Habermann, 1993, S. 31）。ハバーマンは、「誰にでも求められる一般的な道德規範と法的ルール」について、それらの規則は元来存在し、一般に知られているもので全く問題がないという前提に基づいており、「これは、社会の基本ルール、すなわち法律で具体化されたものと、倫理的習慣で具体化されたもののいずれにも従いながらできる限り多くのお金を稼ぐことは、ビジネスリーダーの責務であると同様である（Ulrich, 1998, SS. 401-402）」。

経済的自己主張の条件のもとでは、既存の倫理的「慣習」及び法的ルールのほかに、責任ある行動の原則について自主的に倫理的・批判的反省をすることは必要とは考えられず、また想定もされていない。「企業で実施されなければならない措置がたとえ痛みを伴う可能性があったとしても、経済的見地から求められるものは道德的責務の遵守に抵触することはあり得ない。なぜなら、それはより一般的な規則に組み込まれており、それ自体が企業にとって第一の、ハバーマンの言う道德的責務だからである（Ulrich, 1998, S. 402）」。市場経済における競争というゲームの既存のルールは、受容され遵守されなければならないが、その倫理的な正当性や具体的な社会的状況での説明責任が問われることはないということになる。フリードマンもこのことについて、「ビジネスの唯一の社会的責任は、ゲームのルールの範囲内に留まることを条件として、自ら有する資源を利用し、利潤を増やすための活動に従事することである。つまり、ごまかしや不正行為をせずに、オープンで自由な競争に参加することである（Friedman, 1962, p. 133）」と指摘している。

しかし、ゲームのルールの持つ極めて拘束的な特徴を実際に正当化するものは何か、とウルリッヒは問う。「この問に対する答えを出すことで、企業による利潤追求の解釈が、行為理論的で個人倫理的なものから、システム理論的で

制度倫理的なものへと導かれる。ここで再び、経験的なものと規範的なものの区別をつけることが必須である（Ulrich, 1998, S. 402）。

（3）システムとして決定された客観的情勢による強制としての利潤志向— 「議論の余地のない」利潤の追求

この議論においては、企業の利潤追求の必要性が、競争経済のシステムにおいて所与とされる「客観的情勢による強制」として正当化されている。これは、「近代」経済システムの枠組みにおける現実的仮定として、企業倫理を可能にするための条件として推定される。例えばレーアは、企業倫理の必要性にまつわる考察は、「競争経済のルールの下で、企業がそれぞれ倫理的反省をするのが可能かという問題が残されている。どの程度まで利潤の最大化への要求が個々のケースにおいて可能であるか、また可能にしなければならないかは、もちろん経験の問題で、経済で生き残るための個々の企業の能力にかかっている問題である（Loehr, 1991, S. 277f）」と主張している。

これに対してウルリッヒは、「ここでは、利潤原理の正当化可能性という規範問題が、自由裁量の余地がない問題として新解釈されている。それは、利潤を得るという強制（衝動）が存在するため、企業倫理は部分的に可能であるとす。状況に応じて利潤原理を正しく使用することの範囲を規範的に決めるため、市場拘束（圧迫）と企業倫理が一致する範囲は小さくなる（Ulrich, 1998, S. 403）」と批判している。企業は利潤を追求するよう市場から強制を受けているという前提から、企業倫理が必要となる局面は限定的であり、また利潤原理は市場競争において所与のものでそれについて検討する必要はないと考えられている。また客観的情勢による強制も自明のものとされているが、それよりも目的選択の方が優先されるべきであることは、ウルリッヒが主張しているところである。「市場経済が経済主体に何か特定のものに従うよう強制しているのではなく、むしろ自らが自身や企業のマネジメントをその目的課題でもって具体

的な客観的情勢による強制のもとにおいているのである。厳しい利潤が追求されると、この強制はさらに強いものとなる（Ulrich, 1998, S. 403）。このようにしてウルリッヒは、客観的情勢による強制の存在によって企業倫理が縮小されるという主張を退けている。

また、企業が外部利益を考慮に入れる可能性をめぐっては、利害関係者に対する企業のアカウンタビリティと、経営者に対する何らかのモラル要求の根拠可能性の観点から否定されることが多い。しかしウルリッヒは、「企業が無条件に利潤を追求しようとする衝動は、規範的に正当化されえず、個々の企業レベルで批判倫理的な検証に対してオープンでなければならない（Ulrich, 1998, S. 404）」と考えている。企業倫理問題の根本は、モラル行為の経験的な（不）可能性ではなく、利潤追求の規範的可能性である。これには、正当な条件が必要で、「具体的な状況で設立されるべき正当性のテストに、企業の利潤追求が耐える限りにおいて、それは倫理的に承認され許容される。すなわち倫理的な意味で正当または可能となる。反対に、システムの基本的要求や企業目標の追求で出てくる事実強制（拘束）は、他の人のモラル権利の違反を受け入れることを直接正当化することができる。これは、全ての本当に自由な倫理の人間的な本質だ。企業倫理は市場経済のシステム条件へのスタートからそれを犠牲にしないで、この洞察を支持し維持しなければならない（Ulrich, 1998, S. 404）」。

（４）ゲームの政策的規制ルールとしての利潤志向—規範的に構成された利潤原理

ここでは、政策におけるエコノミズムが、いかに利潤原理を企業倫理的に正当化しようとしているか見てみよう。この議論は、①経済的枠組み決定主義 ②経営経済学の形式目的説 ③株主価値説 の3つに分類される。

①経済的枠組み決定主義

この考え方は、主にカール・ホーマンの「市場の制度的枠組み」に代表される。市場メカニズムを通して直接的に経営者に影響を与えるべきで、それにより外部からモラル的にしつけられるとする仮説に基づいている。ホーマンによるとこれが、市場経済における「モラルのシステムティックで体系的な場所」である。そこでは「通常」経営者への部分的なおける倫理的自己規制の要求は不要である。ホーマンも、シュタインマンとレーアの「一般的な正しさの推定 (Steinmann / Loehr, 1994, S. 107)」を利潤原理に適用し、「利潤の最大化は、倫理的な正しさの推定のもとで供給される場合は、適した制度的フレームワークである (Homann / Blome-Drees, 1992, S. 39)」と述べている。ただし、利潤最大化に関しては、シュタインマンとレーアよりも厳格である。ホーマンにとっての結論は、「市場経済における企業は、その利潤を倫理的な理由のために最大化しなければならないという洞察である。それゆえ、長期的利潤の最大化は、彼らが絶えず謝罪しなければならないような企業の特権ではない。むしろ、それらは道徳的な義務である。それが消費者や一般大衆の利益に一番役立つ行動だからである (Homann / Blome-Drees, 1992, S. 183)」。

また、ホーマンは企業行動の正当性は枠組み秩序が欠陥を持つ場合に問われることになると考えている。枠組み秩序とは、「本来は秩序政策のレベルに属するはずの問題が企業レベルへと現れ出て、企業に対して責任をとるよう強制的に強制する。このことは企業にとっては、体制に一致する行動を採用することによって、必ずしも同時にモラル的に正当な行動をすることができるわけではないことを意味する (岡本, 2011, 209頁)」。ホーマンの諸論においては、理論的パラダイムの想定が重要であり、「秩序政策的枠組みは実際的にはほとんど完全なものではないと考察されるだろう (Ulrich, 1998, S. 406)」。そうになると、「制度的欠陥は、実際の行動のレベルでインパクトを持つことになり、企業倫理が登場する。そしてこの構造的欠陥の場合にのみ一市場と競争が機能し

ないところで一時的に補助的に—企業のモラル責任の補助的な許可が認められる（Ulrich, 1998, S. S. 406-407)」。しかし、この構造的欠陥はいどのようにして判別されるのかという問題がある。

「経営者はある具体的な状況で、一時的に厳しい利潤最大化の企業倫理的な自制を実行すべきかどうか決めなければならないが、その秩序政策的欠陥の決定基準は規範的言明であることをホーマンは曖昧にしている（Ulrich, 1998, S. 407)」。それゆえ、「ホーマンの一時しのぎの企業倫理概念は、自己矛盾を起こしている。これは、一般的な企業倫理的反省の必要性を想定しており、それで全くそれが意味をなさないなら、原則に則って利潤の最大化を放棄することを想定している。しかしながら、制度的倫理に基づく利潤原理の規範的推定は、企業倫理のレベルにおいてすでに放棄されていなければならないことを意味する（Ulrich, 1998, S. 407)」。

②経営経済学における形式目的説

利潤の最大化は、資本家などの「事実上の目的」を代表するものではなく、公共の利益にまつわる企業の客観的で「形式的な目的」として理解されるべきであるとする考え方もある。これは、経営における利潤原理を正当化する伝統的な考え方であると言える。「事実目的と形式目的を区別する意図は、形式目的を価値自由な事実とし、したがって合理的経営のための純粋な形式的基準であると考えためである（Ulrich, 1998, S. 407)」。形式目的は、企業は利潤原理に基づいて行動を方向付けるべきだとするものであり、シュタインマンとレーアもこの立場である。「営業行為を倫理的に問題にすることができるのは、利潤原理の追求に関してではなくて、どのように利潤が作られたのかという手段に関してである（Steinmann/Loehr, 1994, S. 112)」。彼らによると、企業レベルでは、戦略などの手段だけが倫理的に問われるのであり、「形式目的においては、倫理的に問題でない手段が採用される限りは、利潤の追求は規制なし

に許されるようだ (Ulrich, 1998, S. 408)」。形式目的の概念は、論理的に利潤最大化の必要性を説くのに終始する。しかし、「調和を経済的な前提とするフレームワークの中では、利潤最大化の要求は価値と利潤に関して明らかに中立的ではない。到達可能な利潤の量が、使用される手段や戦略の倫理的な質から切り離せないからである (Ulrich, 1998, S. 408)」。それゆえウルリッヒによると、倫理の観点から重要になるのは、形式的な利潤追求の「順位づけ」である。利潤を生んだ方法だけが問題になるのではなく、企業倫理的観点から正当化されるような状況において利潤が生み出されねばならないという、規範的な前提が必要となる。これについては、シュタインマンとレーアが、この利潤原理に対する倫理的な思考の優先で、「最終的には倫理的根拠によって企業が潰れなければならないことになる (Steinmann / Loehr, 1992, S. 107)」と批判している。

しかしウルリッヒは、利潤原理は物質的な価値を志向するものであり、倫理的に問題があるとしている。「影響を受ける人々のより重要で正当な利益 (モラル権利) の保護に有利なように、倫理的に (単に戦略的ではなく) 動機づけられた企業の自己制限は、必然的に利潤の最大化の放棄という意味で、利潤の損失を伴う。利潤最大化に賛成の人の中には、機会費用のようなものを受け入れない人もいて、それは暗に全種類の対立する価値観を受け入れないということだ。推定上の形式目的は、それゆえ、物質的価値の優先から切り離すことができないし、物質的価値の優先は形式目的に必ず影響を及ぼす (Ulrich, 1998, S. 409)」。形式目的は結局、物質的価値を志向する。

もう一方で、「ある特定の状況における市場外の価値観点を考慮するのに有利になるように、利潤最大化の放棄が、別の状況における企業給付の増大によって補てんされることもある (Ulrich, 1998, S. 409)」。このように考えると、経済決定主義をベースにした考え方では、「企業家の活動課程と競争のダイナミクスの両方の複合性や順応性の真の形を把握することができない

（Ulrich, 1998, S. 409）」。またウルリッヒは、もう一つの実現可能性問題として利潤の放棄を企業に求めることは可能だとしている。「具体的な決定状況において、倫理的に動機づけられた利潤目的の制限が、企業を存在にかかわる自己主張の問題へと直面させることはほとんどない。それゆえ、厳格で考慮のない利潤最大化の倫理的に必要な放棄は、経営経済的に絶対に要求しうるものである（Ulrich, 1998, S. 409）」。シュタインマンらが主張するような、利潤原理よりも倫理を優先することで企業の存続が危険にさらされるようなことは稀であり、また利潤最大化を倫理的根拠により放棄したとしても何らかの形でそれが補われることもあるという点から、倫理的にも実態的にも形式目的説をウルリッヒは退けている。

③株主価値説

この理論は、2つの点で利潤原理をより追求するものであると言える。第一は、企業活動の成功が投資家の期待からのみ判断されるという点である。「この概念は、全てのステークホルダーの中で一つの要求グループの利益を、企業行為のガイドラインとして優先的に扱うことを明言している（Ulrich, 1998, S. 409-410）」。したがって、ビジネス活動の形式的目標についての議論は行われないものの、利潤原理の前提はより強固なものとなっている。「社会的利益の全体的利益は、効果的な資本配分を手段として、新自由主義的なモデルを伴った市場社会の全体という意味でとらえられる。マネジメントが有する唯一の責任は、資本のその処理段階での最善の利用である（Ulrich, 1998, S. 410）」。第二は、株主価値の概念は、短期利潤の最大化を志向する可能性を排除し、企業価値の長期的で持続可能な増大であるとする点である。そして、「長期的な経済観点は、同時に、経営政策の倫理的な質の証明であり、その公共の福祉への志向の証明と見られている（Ulrich, 1998, S. 411）」。

株主価値説は株主の利益を最大化することは長期的利益を高めることであ

り、ひいては公共の福祉に貢献すると考えられている。さらに、「長期的な財務目標としての株主価値は、他のステークホルダーの利益、とりわけ従業員のそれと調和しなければならない。コンフリクトは短・中期に見られる (Volkart, 1996, S. 23)」とされているが、ウルリッヒによるとこの学説において「他のステークホルダーの利益は、その正当性の観点において妥当とは見られておらず、株主価値を増大させるための手段として考慮に入れられているだけである (Ulrich, 1998, S. 411)」。株主の利益は、従業員やその他の利害関係者の利益と長期的には一致するとする一方で、株主以外の利害関係者は株主価値を高めるための手段でしかない。「企業が全ステークホルダーの要求を考慮に入れるかどうかや、いかにそれを考慮するかは、完全にこれらのステークホルダーが企業の目的に生産的に貢献するか否かにかかっている。貢献するなら、最低限の生産性を伴って報酬が与えられなければならない。貢献しない場合、非生産的ステークホルダーの要求を受け入れる (もしくはそう強制される) なら、企業は自分の墓場を掘ることになる (kleinwefers, 1996, S. 23)」。

この株主価値説についてウルリッヒは、「非生産的ステークホルダーにまつわる皮肉で十把一絡げの議論は、ステークホルダーの要求の企業倫理的に可能な正当性についての認識を、著者が欠いていることを示している (Ulrich, 1998, S. 413)」と批判している。また、この概念が実際には企業の長期的利益を志向しないと指摘している。「この学説においては、価値創造のための賢明な長期観点へのポテンシャルが制限されており、これは非生産的ステークホルダーの利益を考慮する可能性についても言えることである (Ulrich, 1998, S. 413)」。

(5) 方法論的な仮構としての利潤原理

グーテンベルグの考え方は、前述の利潤原理に関する4つの議論のいずれにもあてはまらない。まずグーテンベルグは、「利潤原理が合理的な企業活動の

スタート地点であるとしている。その際現実を描写する必要は無く、仮説上の境界事例を問題とする推定である（Ulrich, 1998, S. 413）。ゲーテンベルグは、利潤最大化の原則を営利経済原則と表現し、株主価値説を批判する立場であると言ってよい。

ゲーテンベルグは『営利経済原則』の中で次のように述べている。「いかに市場経済システムにおける企業が、トップの指示や命令なしに必要とされる財の種類や量を、正確に製造する立場にいるか、我々が問うならば答えはこうだ。効果は、経済全体の需要に合うこととは直接関係のない原則の働きによって達成される。つまり、営利経済的の原則である。利潤極大化の原則と完全に一致はしないが、これはその結果である。営利経済的の原則は、行動原則を提供する。その行動原則に従って、自治権ある会社のトップが経営決定を下し、それらが正しかったが間違っていたかどうか決定する（Gutenberg, 1976, S. 464）。ゲーテンベルグの言うこのシステムはとても重要な前提に基づいていると、ウルリッヒは指摘している。「個々の会社が長期にわたって投下資本の最大に可能な利潤を実現するとき、国家経済において財とサービスの供給は一番良く確保される。さらに、このシステムは同時に生産要因である労働者・土地・資本を完全に使用する傾向があるということが主張される（Ulrich, 1998, SS. 397-398）」。

ゲーテンベルグは利潤原理を、規範的「概念」、システムの中での企業行動の「原則」であり「構造」、そして同時に方法論的「推定」または経験的な「傾向」であるとしている。ただし、利潤原理を正当化しているわけではない。「全体的な経済発展にこの原則の実行を任せることが、アダムスミスとバスターティアトが信じていた経済と社会の極致を達成するのに十分だと、今日ではおそらく誰も思っていないだろう。この経済的社会的緊張の時代においては誰も、この緊張を克服する唯一の手段として利潤を見るほどは無邪気ではないだろう。資本主義システムの歴史は、営利経済原則に従った行為の結果として生

じる過剰に乏しくない（Gutenberg, 1976, S. 468f)」。資本主義システムの歴史における「過剰」であると表現していることから明らかであるように、ゲーテンベルグは利潤原理に規範性を与えてはいない。このゲーテンベルグの学説についてウルリッヒは、「様々な生産要素間の生産的関係の純粋な機能的分析（内部的に価値自由）として自身をとらえており、そしてこれは結局、近代経営学から、ビジネス実践における倫理問題を排除することに等しい（Ulrich, 1998, S. 413）」と述べている。

ゲーテンベルグは利潤原理の妥当性の限界を認識しながら、この問題についての根本的で批判的規範的な反省を提供しなかった。「その目的は、現実の生活の全側面が考慮されたとき、権利は何かを決めるということではなくて、売買の理論的な権利のような理想—典型的な観点から営利経済における権利は何かを決めるということである（Ulrich, 1998, SS. 413-414)」。ゲーテンベルグは、経営経済学の立場と、政治経済や社会学や倫理などの立場を区別している。そして、それを経済的な「合理原則」と定義している。「経営経済学においてゲーテンベルグが強調するように、これは利潤創造においてマネジャーの主観的利益に関係することはないのであって、資本投資の客観的な論理を構成するものである（Ulrich, 1998, S. 414)」。ゲーテンベルグは、経営経済学の立ち位置は自由主義・資本主義システムを構成する非個人的なものであり、経営経済学の観点から正しい行為は自分自身の中での権利の測定であるとし、純粋経営学や経営経済学が「仮構」の方法論的特徴を持つと指摘した。

ウルリッヒは、新古典理論の経済決定主義が、合理的—倫理的観点から正当化できるようなものではないと批判しているのだが、ゲーテンベルグの「仮構」においては自明のものとして所与とされている。このことについてウルリッヒは、次のように述べている。「それゆえ、常道を外れた理想的な手段による利潤原理の規範的一実践的妥当性要求を正当化することで、ゲーテンベルグを非難することは難しい。これは、彼の理論が企業倫理のための規範基礎を

供給するために用いられるときに起こる。しかし後者は、純粹経営学や経済学の、方法論的に間違った仮構の規範的適用を続けてはいけない。これらの理論に倫理的正当性が欠けていることを示すのと、初めから真剣に企業行動の正当性問題を一経済学的なやり方で削減されえない独立した問題として一扱うことは、企業倫理の課題である（Ulrich, 1998, S. 415）」。

グーテンベルグは、利潤原理を正当化してはいないものの、「仮構」においてはそれを前提としている。ただし、彼の学説は経営の構造を機能的に解明しようとしたもので、企業行為の正当性問題には新たな方法論による研究が必要であると、ウルリッヒは説明している。その上で、利潤原理は正当化することができないことを次のように述べている。「利潤原理の厳しい最大化は、原則として、企業行為の正当な方向性を供給できない。なぜなら、利潤の追求と対立する全ての妥当性要求の服従関係に直接関連するからである。成功や利潤についての企業家オリエンテーションを、分類上その正当性に応じた条件に依拠しない企業倫理のすべてのアプローチが、経済的単純化とみなされなければならない。利潤の正当な要求はいつも、モラル的に拘束された利潤追求である（Ulrich, 1998, S. 415）」。

以上で、ウルリッヒの分類に従って、これまで経営学において利潤原理がどのように捉えられてきたのかを概観した。企業の行為動機として利潤追求をとらえている学説は、経営者の行動の動機が利潤にあることを実証的に示しており、その規範的根拠を問うものではない。また、利潤を企業の道徳的義務と見る学説においては、利潤を求めることが規範化されている。利潤をシステムとして決定された客観的情勢による強制とする学説においては、利潤の追求は市場競争における前提として正当化されている。ゲームの政策的規制としての利潤志向の考え方においては、利潤の追求は市場競争が機能している限りにおいて倫理的に正当化されている。そしてこのような考え方は、ホーマンに代表される経済的枠組み決定主義や、シュタインマンらの依拠する形式目的説、株主

価値説に共通している。そして、ゲーテンベルグの所論において利潤原理は「方法論的な仮構」として位置づけられていることが確認された。その中で、利潤原理は規範として正当化されてはいないが、企業行動の原則であり方法論上の仮定であり経験的な傾向であるとしている。

それに対してウルリッヒは、利潤の追求は企業の価値創造の一つの側面ではあるが、それ自身が経営活動を正当化するための基準とはなりえないことを一貫して主張している。「企業倫理の全体のポイントは、倫理側面の無条件の批判的検査であり、利潤の追求を越える優先権を提供する（Ulrich, 1998, S. 415）」。「利潤の最大化は企業を共和主義の一部として理解することを不可能にする（Lorenzen, 1991, S. 62）」として利潤の最大化原則と共和主義的企業倫理の矛盾を指摘した、エアランゲン学派のパウルローレンツェンの立場を踏襲するものである。

2. 道具主義的、慈善的、矯正的または統合的な企業倫理

ウルリッヒは「利潤原理」そのものの正当性を否定し、企業倫理は利潤最大化原則に依拠すべきでないと考えている。本節では、従来の企業倫理を分類し、ウルリッヒの統合企業倫理の考え方を浮き彫りにしたい。

企業倫理にまつわる諸研究において、「利潤原理」に対する考え方の違いが重要であり、その違いと前提となっている経済理論に従って、4つのアプローチに分類することができる。道具主義的、慈善的、そして矯正的な企業倫理の3つは、それぞれ程度に差はあるが、「利潤原理」に忠実に従うものである。4つ目のアプローチが統合的な企業倫理である。これは、「利潤原理」を超越した見解を示す唯一の企業倫理であり、会社による利潤追求を一貫して企業倫理の正当化要求にさらすものである。

（1）道具主義的企業倫理—企業の成功への貢献

経済学においては、「利潤原理」が規範のように取り扱われ、企業の倫理的責任として捉えられている。道具主義的企業倫理において、倫理的配慮と利潤及び成功の追求との間に必然的な矛盾があるとは考えられておらず、倫理は収益能力の要因あるいは成功要因になり得るものであり、これら二つは両立できるものとされている。例えばライジンは、「今日において可能ではあるが倫理的に問題のある利潤の放棄は、市場シェア、売上そして利潤を向上させるための長期的投資となる。それは、会社の将来を保証する道具となるのである（Leisinger, 1989, S. 45）」と述べており、またウィーランドは、「価値観と道徳的な統制を積極的に管理することは、現代社会における近代的会社経営の一つの要素である。会社が社会での生き残り、ゆえに市場での生き残りを確実なものにしたいと願うならば、道徳規範に投資をしなければならない（Wieland, 1994, S. 228）」と主張している。そして多くの経営者が、倫理は長期的には良いビジネスだと考えているという研究もある（Baumhart, 1961, p. 10）。

機会費用の容認という意味での「倫理」への「投資」は、長期的な潜在的利潤を守るという戦略的目標によって正当化される。しかし、「ここで用いられている倫理という言葉には注意が必要である。その利潤が、倫理的観点に内在する価値にあるのではなく、企業の成功を保護する手段として捉えられているからである（Ulrich, 1998, S. 418）」とウルリッヒは指摘している。「一定の状況において倫理的な要求を考慮に入れることは道理にかなっているとされている。このようにして倫理は、長期的な経済的視点から、経営または優良投資の道具へと転換されている（Ulrich, 1998, S. 418）」ここでは、倫理的格律ではなく、ある種の戦略がテーマとされており、そのような戦略に関しては以下の2点が指摘される（Ulrich, 1998, SS. 419-420）。

まず第一に、企業の対外関係では、経営戦略の社会的受容は、社会的批判の高まりとともに不安定なものとなっているが、その企業の「倫理行動」によ

て改善が可能である。しかし、社会からの支持は、もっぱら市民から明白な抵抗が生じないことで評価されるものであり、その会社の（事実上の）社会的「地位」、「良い評判」、「友好」及び「イメージ」などのカテゴリーの問題のみに関係する。分類上、社会的受容は、倫理に基づく規範的妥当性という意味での正当性とは何ら関係がない。企業への支持を確保するための従来の広報部門の戦略では、率直なコミュニケーションへの志向性に欠ける。

第二に、会社のトップマネジメントと従業員の間での内部関係では、従業員らの個人に内在する価値に「倫理的に」譲歩することで、彼らの意欲を向上させることができる。この意味で、人間関係または人的資源の育成は、「人的資本」が革新と生産性を決定する要素として明白になればなるほど、成功との関連性をさらに帯びてくる。主としてこのアプローチで重要なのは、対人関係の規範的論理という観点での従業員固有の人的価値ではなく、ビジネス原理の範疇での彼らの手段としての価値である。

道具主義的な企業倫理においては、倫理は、長期的に「元が取れる」ことよりも下の位置付けとされており、利潤の追求が倫理よりも優先度が高いという点で問題がある。「条件付きの倫理は、道徳的責務の本来の価値を損なうため、少しも倫理ではない。道徳的責務とは、まさに倫理の第一義的重要性の基礎となるものだからである（Ulrich, 1998, S. 420）」。ウルリッヒによると、道具主義的企業倫理は、経営における企業倫理のひとつの事例ではあっても、企業倫理の全体を決定づける根拠とはなりえない。

（2）慈善的企業倫理—「post festum（祭りの後）」の倫理

ウルリッヒは慈善的企業倫理論について、「道具主義とは異なる方法ではあるが、経済学的な単純化が見られる一方で、少なくとも部分的には利潤原理から脱却できている（Ulrich, 1998, S. 421）」と説明している。この概念は、経営活動はまずは利潤最大化の「原則」に従うべきであるとする。この議論の根底

にあるのは、「会社に対する非経済的な要求は利潤を得た後で（のみ）満たされるものであり、そうあるべきである（Ulrich, 1998, S. 421）」という考えである。「したがって、文化的、社会的、科学的またはその他の「十分な」目的のために行う利潤分配の割り当ては、道具主義の場合のようにその戦略的な実用性（例：公的領域における会社のイメージ向上）によって正当化されるものではないが、ここでは寛大な慈善活動の文化的、社会的または人的な価値によって明示的に動機付けられている（Ulrich, 1998, S. 422）」。利潤最大化が最重要であるにもかかわらず、慈善活動より利潤の最大化が重要とされている。「そして企業倫理は、祭りの後に、すなわち市場の熾烈な争いにより成功が導かれた後に、寄付の倫理または慈善的な（施し）倫理として姿を現す（Ulrich, 1998, S. 422）」。したがって、この概念において最大限の利潤獲得は慈善活動の前提条件として解釈される。

この議論においては、寄付される利潤分配がそもそもどのように達成されたのかというような、経営戦略の倫理的な質が問われることはない。なぜなら、この企業倫理の思考パターンにおいては、市場の「見えざる手」だけが取引の側面に関与しているからである。そして利潤を生み出すまでの過程とその利潤を消費する段階の二つの部分に分けられている。「利潤を生み出すプロセスにおいては、利潤最大化の原則が引き続き拘束力を有し、倫理的立場を考慮する可能性と必要性は、その後の利潤消費の際に認識されるに過ぎない（Ulrich, 1998, S. 422）」。企業倫理が考慮されるのは利潤を分配する段階であり、利潤を倫理的に消費する時期が戦略的観点から長らく延期されることもあるだろう。「企業が当面の余剰を分配する代わりに一貫して再投資をすればするほど、慈善目的のために後に利用可能となる利潤はさらに大きくなる。したがって、長期的な経済的観点においては、即座の慈善活動の可能性はこの概念の中に消える。まず第一に利潤は常に最大化されなければならない（Ulrich, 1998, S. 422）」。どのようにして利潤をあげたのかが問われただけではなく、その利

潤をいつ慈善活動に費やすかも企業に委ねられており、利潤の最大化が慈善行為よりも優先される。「また、厳密な利潤最大化によって影響や危害を受ける豊かな暮らしや当然の社会的共存（例：不可逆的な生態系被害や、労働者の非人間的な労働条件による心身相関の帰結）の本質となる自然的・社会文化的な前提条件や品質は、購入可能な財貨としての性質を持たないのであるが、この種の祭りの後の企業倫理ではとりわけその事実を認識していない。したがって、それらに内在する価値への無関心は、その後において金銭で補填や代償をすることができない（Ulrich, 1998, S. 422）」。

（3）矯正的企业倫理—企業の利潤追求の状況に応じた自主規制

慈善的企业倫理において、「企業の方針に関する倫理的観点の妥当性が部分的にでも認識されるようにはなったが、それは社会的責任を有するマネジメントの、成功を獲得する過程においても利潤原理が制限を受けるような前提条件が強化される小さな一步に過ぎない（Ulrich, 1998, S. 424）」。したがって、市場での実際の行動パターンが、企業倫理の焦点となる。「経済主義を上回る点としては、倫理は何かしらの犠牲を払うという可能性を持ち、これらのコストは投資としての性質を持たないとされている点である。そしてこれは、道具主義的な企業倫理を完全に逆転させたものであり、現在、倫理的に正しいものの真の証拠であると考えられている（Ulrich, 1998, S. 424）」。この議論は、倫理志向的的事业活動と経営の成功が矛盾するものであるという考えを前提としている。「そして企業倫理は、利潤追求に関する自発的な自主規制を辛うじて始めており、それにより利潤最大化の目標は暗示的または明示的に放棄されている。このアプローチは倫理の注解書に特徴的に記録されており、この注解書では、トップマネジメント（または産業分野全体）の道徳的な自主責任の一つの形として、利潤追求に対して課すべき道徳指針と制限を定義している（Ulrich, 1998, S. 424）」。

この矯正的企业倫理の概念は、アングロサクソンの企業倫理の暗示的な基礎となっており、シュタインマンらの議論に代表される。「彼らは概して—彼らの初期の論述では、通常の場合にはと表現されている。つまり、利潤原理の倫理的正当性を推定している。影響を受ける人々が倫理的疑念を抱いた結果として、または明らかな矛盾が生じたことで、その正しさの推定が個人的、例外的または葛藤的な事例において深刻に疑問視されるならば、企業倫理は、利潤原理の状況に応じた矯正手段として有効に機能しなければならない（Ulrich, 1998, S. 425）」。

シュタインマンらの考えは、「こうして考えると、利潤原理と企業倫理の関係は一つの規則と例外である（Steinmann / Oppenrieder, 1985, S. 174）」という表現に端的に表れている。

しかし、利潤原理の矯正が必要と思われる状況を「例外」とすることができるのだろうか。ウルリッヒは「倫理的に問題のある内部的・外部的影響が（市場に）偏在するため、想定される例外的事例を日常実務での通常の事例として考えることが有益である（Ulrich, 1998, S. 425）」と述べており、また「最近になってシュタインマンとレーアも、自身らの正当性の推定に関する規範的な妥当性要求を制限し、この推定は概ね妥当であるが、個々の事例においては企業倫理に対して疑問を再び投げかけるべきであるという、より中立的な論述に限定した（Ulrich, 1998, S. 425）」と指摘している。シュタインマンとレーアは「この点で、倫理的配慮は、体制レベルだけでなく企業レベルにおいても、利潤原理より組織的に優先されている（Steinmann / Loehr, 1992, S. 107）」と結論づけているが、「これは利潤原理にはほとんど適合しないものである（Ulrich, 1998, S. 425）」とウルリッヒは批判している。

また彼らは、利潤原理と「金のかかる」企業倫理が両立できると主張しているが、どのような考えにもとづいているのだろうか。矯正的企业倫理には形式目的の議論が適用されており、この問題についての答えを読み取ることができる。「形式目的は経済決定論と制度的枠組みの決定主義に基づいているが、企

業の事実目的の選択においては多かれ少なかれ自由である。想定されている経済決定主義が企業の事実目的のレベルでは効果がないというこの事実はまさに、制度的枠組みに依存しているということだと批判される（Ulrich, 1998, S. 426）。さらに、形式目的の議論によると、「制度的枠組みは、個々の企業の行動レベルで倫理的責任を残しておくような形で、企業の実際の目的選択を事前に方向付けすることも規制をすることもできない。この理由から、企業倫理は法律一すなわち国が規定する制度的枠組み—に対する建設的な補完として必要であるとされるのである（Ulrich, 1998, S. 426）。

このように、形式目的の議論では、形式目的が企業の事実目的の選択を拘束することはないが、企業倫理に関する意思決定に際しては、事実目的の決定を制限することが可能であるとされている。「ゆえに、慈善的倫理の場合とは異なるが、またしても企業倫理は半減され、利潤原理それ自体は、企業の意思決定のレベルで倫理的判断にさらされる必要はない。結果として利潤原理の抱える問題は取り除かれるため、その倫理はあたかも利益中立的で、まさに純粋に「形式的」企業方針の限界要素であり、実際の慣行とは因果関係を持たないかのようである（Ulrich, 1998, S. S. 426-427）」。しかし、ここでテーマにしなければならないのは、矯正的企业倫理の概念における、規制と企業に関する政治経済主義の残余物である。結局これは、歴史的に与えられた市場経済の条件の規範的核心部について、反省を放棄していることを意味する。「この反省の放棄は、応用倫理学の基礎となる二世界観の特徴でもあり、そこにおいては倫理（応用されるべきもの）と市場の経済論理（倫理とは関係なく考えられるもの）に分けられている（Ulrich, 1998, S. 427）」。

これに対してウルリッヒが訴えていることは、「事業活動の実際の目標すなわち金銭を生み出す戦略と手段だけでなく公式の目標、そして結果的には利潤追求それ自体が、ビジネスリーダーの側において、完全で（単に状況に左右されない）無条件の自己批判的な反省に絶えずさらされなければならない

（Ulrich, 1998, S. 427）」ということである。したがって、ウルリッヒによると利潤原理は倫理よりも優先度が低いものである。「企業による成功と利潤のあらゆる追求は、原則として、経営活動が正当でなければならず、経営者は影響を受け得るすべての者に対して責任ある態度を取らなければならないという条件よりも優先度は下位でなければならない（Ulrich, 1998, S. 427）」。しかし矯正的な企業倫理では、利潤原理に関して正しさの一般的推定に依然として固執している。

（4）統合的企業倫理—企業の利潤追求について基本となる批判的反省

自由に選択される企業の目的の追求はいつでも、それが倫理的観点から「可能」な場合にのみ、すなわちそれによって影響を受けるすべての者の道徳的権利の観点から正当とされる範囲内でのみ、正当であるとウルリッヒは指摘している。ウルリッヒは、「企業は、倫理的に正当であり、その説明責任を承諾する目標だけを追求することができる（Ulrich, 1998, S. 428）」という原則を企業倫理の根本に据え、成功と利潤の追求は、正当性条件に従属しなければならないと、この正当性条件が企業倫理の最高原則であると考えている。つまり、企業による成功の追求を倫理の出発点にするのではなく、経営の根本からまず徹底的に規範的に正当化されたものとすることを目的としている。「矯正的な企業倫理においては、倫理と成功の追求の関係は同一面での横並びで考えられており、問題が生じれば妥協によってのみ解決が可能である一方で、統合的アプローチでは、それが90度変化して垂直位置に移動している（Ulrich, 1998, S. 428）」。ここでは、利潤原理は外部の制約にすぎないとされており、ビジネスモデルが規範的に正当であることが必要で、それを土台とすれば「価値を十分に備えた」経営戦略を築くことができると考えられている。「統合的アプローチでは、企業倫理はあらゆる経営活動を構成する規範的前提条件であると理解している。単に、利潤原理を構成要素とする経済活動に関して時折生じる自主

規制を正当化する矯正手段（法律に従属するもの）として捉えているのではない。ゆえに、企業倫理の可能性の問題は基本的に、自由に選択される企業の事業目標を正当化する問題として理解されることである（Ulrich, 1998, S. 428）。

それでは、企業はどのような場合に利潤を追求することが許されるのであろうか。「統合的な企業倫理は、サービス生活における企業の活動に関して無条件に批判的反省を行い、健全な規範的基礎を形成する永続的プロセスとして自らを捉えている。企業は、自身の存在を確保し、社会的に正当で有意義な価値創造の競争戦略をもって商業的成功を実現することに全力を傾けるべきである（Ulrich, 1998, S. 428）」。

ウルリッヒによると、企業の競争戦略そのものが社会的に正当で道徳的なものでなければならず、その競争戦略をもって利潤が生まれるようにしなければならない。そして、このような企業倫理の基本的規範をビジネス・インテグリティと呼んでいる。「財政的に有望でありながら同時に倫理的にも健全な事業戦略を見つけられず、またはそれを展開できないときに、ビジネス・インテグリティは常にその真価が最も厳しく問われる。そのような場合の論理的帰結は、利潤の機会を断念し、より良い規範的基礎を持つ別的手段を用いて会社の存在を確保するよう努力することである（Ulrich, 1998, SS. 428-429）」。

このように、統合的企業倫理においては、ビジネス・インテグリティが利潤の追求より優先されている。

ウルリッヒは、「道徳的に健全な事業方針（有意性を重視し、正当性の前提を受け入れている）を最初に系統的に実現するのが、企業が自由に選択した価値創造の任務である（Ulrich, 1998, S. 429）」と主張しているが、その実現には困難を伴うことについて、次のように解決しようとしている。「まず我々は、企業の活動がその企業倫理の統合的な理解を伴った事業を目指すことができるように、規範的条件を広げなければならない。これらの規範的条件は、市場の既存の制度的枠組みにおいて経験的に与えられた個々の会社の戦略の余地をもちや制限することはできない。そこで、事実強制に直面して反省を無批判に放

棄することのないように、企業倫理の根本的反省の第二のレベルで、ビジネス・インテグリティの精神を補うことが必要である（Ulrich, 1998, S. 429）。ビジネス・インテグリティの確立を個々の経営者や企業に促すためには、何らかの規制や政治的支援も必要であるとウルリッヒは考えている。「倫理と事業成功の論理の統合は、ビジネス・インテグリティ（第一段階）を目指す企業の挑戦と考えられるが、これには規制と政治のレベルでの支援が必要である。この意味において、会社の経営者は、ビジネス・インテグリティを単に遵守するだけでなく、その先を見越し、共和主義的・政治的な責任の負担（第二段階）を会社と産業組織のレベルで認識しなければならない（Ulrich, 1998, S. 429）」。

統合的企業倫理には、個々の企業がビジネス・インテグリティを実行することと、産業レベルでそれを支援するような体制の両方が必要だとされている。

ビジネス・インテグリティは、経営戦略の立案の段階から実行されるべきだとされている。「価値創造のその評価において、倫理的によく基礎づけられた経営戦略は、製品のバリューチェーン全体と製品ライフサイクル全体を考慮に入れる。原料から輸送方法、製造手段使用条件まで、再利用可能なパーツや材料、そして廃棄物のリサイクリングを含む。この製品責任は、上述の価値創造の企業戦略という文脈で、責任原則を完全に満たすこととして理解される（Ulrich, 1998, S. 433）」。

ウルリッヒの企業倫理の出発点は、人々が幸せに生活するためにはどうすればよいかという問いであるから、経営戦略は社会的に正当で道徳的なものでなければならないが、その範囲はバリューチェーンとその製品の使用後までを含むものであると考えられている。「日々の生活のための実践価値の創造に基づいて、ビジネスで倫理的に問題となるエリアをはじめから避けておくような企業の決定は、市場における自己主張の必要性と思いがけないモラル要求から生じる制限の中で選択する際に起きる、倫理的ジレンマのリスクに対する一番の予防策である。それゆえ、企業にとって一番賢明な政策は、はじめから倫理的な観点と将来にありうるビジネス政策のシンテーゼ

が交わる点から、新しい経営戦略を立てることである（Ulrich, 1998, SS. 432-433）。経営戦略の立案は、企業の価値創造全体を通して倫理的価値志向にもとづいておこなわれることが必要で、それは将来的に倫理的に問題となりうるような点についても考慮して、必要であれば変更することが求められる。

ビジネス・インテグリティを個々の企業が遵守するための、体制整備も必要だとウルリッヒは考えている。「企業のトップの規制的政治的責任は、それが共和主義と倫理信念を伴う限り、競争のための制度的フレームワークへの啓発された自己関心によって正当化され、動機づけられる。その競争の制度的フレームワークというのは、コストアドバンテージを伴うより高度な倫理価値のある企業態度を促進し、またそれに報いるものである。そして、反対も同様にディスインセンティブやコストアドバンテージも含む（Ulrich, 1998, S. 434）。具体的な例としては、倫理的に正当化されるような産業協定が挙げられる。「国家制度的政治レベルの下側では、倫理的に方向付けられた産業協定の形で、全体の産業による自己規制と自己参加の可能性がある。ただ、それらがより高次の政策や競争秩序の規制に抵触しない範囲でのみ可能である（Ulrich, 1998, S. 435）」。このような試みは、実際にドイツにおいても行われている。国際化学産業連盟が提唱しているレスポンシブルケアである²⁾。

おわりに

道具主義的企業倫理、慈善的企業倫理、矯正的企業倫理のいずれも、利潤原理を前提として展開されている。道具主義的企業倫理においては、倫理は利潤を増大させる道具になりうるとされている。倫理が長期的観点からは利潤を増大させるとして、戦略的に評価するものであり、利潤の方が倫理よりも優先されている。慈善的企業倫理においては、企業の方針に倫理的な還元が必要であ

2) レスポンシブルケアについては、岡本（2002）に詳しい。

るという認識が見られるが、依然として利潤を得た過程や戦略の質が問われることがない。この議論においても利潤の最大化が優先されており、また自然環境や労働環境などへの配慮をいっている。シュタインマンとレーアに代表される矯正的企业倫理においては、利潤原理は市場競争において歴史的構造的に所与であるとされ、利潤原理は倫理的な「正しさの推定」をすでに持っていると考えている。しかしこの正しさの推定は、「個々のケース」において再び検証されなければならないとも主張しており、彼らの企業倫理は「状況的に正しい利潤原理の適用」を核とする。これに対してウルリッヒの統合企業倫理は、規範的な「正しさの推定」や客観的情勢による強制という従来の企業倫理の前提そのもの、つまり利潤原理を根本的に問い直すものであり、経営戦略の内的な規範的基礎を形成するものである。正当性をベースとした統合企業倫理を出発点とし、そこから組み立てられた経営戦略によって企業はその成功を追求していくべきだと、ウルリッヒは考えているのである。

本稿においては、ウルリッヒの提案する統合的企業倫理を中心に、正当な利潤追求のための倫理的必要条件について考察した。ウルリッヒによると、企業倫理の問題は企業行為の問題にとどまるのではなく、企業に対して正当な要求を持ちうる全ての利害関係者にまつわる問題である。それではどのような要求が正当で、利害の対立をいかに解決するのかという問題について、さらに検討しなければならない。また、この統合企業倫理の概念を企業においていかに具現化すればよいのかについても課題として残されている。これらに関する研究は、他日を期したい。

参考文献

- Baumhart, R. C. (1961) How Ethical Are Businessmen?, in : Harvard Business Review 39, Nr. 4.
- Friedman, M. (1962) Capitalism and Freedom, Chicago.
- Gutenberg, E. (1976) Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 1. Bd.
: Die Produktion, 22. Aufl., Berlin.
- Habermann, G. (1993) : Teilen oder produzieren? Bemerkungen zum Ethos des Unternehmers, in : Neue Zuercher Zeitung, Nr. 211 v. 11. /12. .
- Homann, K. / Blome-Drees, F. (1992) : Wirtschafts-und Unternehmensethik, Goettingen.
- Kleinewefers, H. (1996) Wie der volkswirtschaftliche Nutzen maximiert wird, in : Neue Zuercher Zeitung, Nr. 154 v. 5.
- Leisinger, K. M. (1989) Nicht alles Legale ist auch Legitim, in : Uebersee Rundschau, 41. Jg.
- Loehr, A. (1991) Unternehmensethik und Betriebswirtschaftslehre. Untersuchungen zur theoretischen Stuetzung der Unternehmenspraxis, Stuttgart.
- Lorenzen, P. (1991) Philosophische Fundierungsprobleme einer Wirtschafts- und Unternehmensethik, in : Steinmann, H. / Loehr, A. [Hrsg.] (1991) : Unternehmensethik, 2. ueberab. u. erw. Aufl., Stuttgart.
- 三上磨知 (2012) 「P. ウルリッヒの社会経済的合理性概念に関する考察」『大阪学院大学流通・経営学論集』第37巻第2号。
- 岡本人志 (2002) 「ドイツ化学工業の産業レベルにおける倫理」『松山大学論集』第14巻第4号。
- 岡本人志 (2011) 『企業行動とモラル』文真堂。
- Steinmann, H. / Oppenrieder, B. (1985) Brauchen wir eine Unternehmensethik?, in : Die Betriebswirtschaft 45, S. 170-183.

Steinmann, H. / Loehr, A. (1994) Grundlagen der Unternehmensethik, 2. ueberab. u. erw. Aufl. , Stuttgart.

Ulrich, P. (1998) Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen eine lebensdienlichen Oekonomie, 2. Aufl. , Bern / Stuttgart / Wien.

Wieland, J. (1994) Warum Unternehmensethik?, in : Forum fuer Philosophie Bad Hamburg.