

千葉商大論叢

第53巻 第2号

2016年3月

論 説

- 道徳的行動を動機づける心理的要因
—経営倫理教育の有効な方法解明のための予備的考察—…………… 中 村 秋 生 (1)
- 受け手態度がクチコミの言語抽象度に与える影響…………… 安 藤 和 代 (27)
- わが国のウエディングサービスシステムの一特性
—バックウエディング選択の理由と変化の可能性—…………… 今 井 重 男 (45)
- ボランタリー・シンプルシティ (Voluntary Simplicity)
—「消費を避ける・減らす」の理論的理解—…………… 大 平 修 司 (61)
- サービス・プロセスにおける販売員の評価
—消費者行動研究からの検討—…………… 石 井 裕 明 (83)
松 本 大 吾
安 藤 和 代
宮 澤 薫
- 少子化による年齢別人口構成の変化と経済成長率に関する
シミュレーション分析…………… 水 野 伸 宏 (97)
内 海 幸 久
- タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避の防止…………… 江波戸 順 史 (105)
- 社会的課題解決のためのセクター間協働の発展プロセス…………… 齊 藤 紀 子 (117)
- 介護保険請求額は、所得水準によって異なるか
—トービットモデルによる分析—…………… 佐 藤 哲 彰 (135)
- 消費者の目標がその後の行動に与える影響について
—選択肢に関する複数の目標に着目して—…………… 赤 松 直 樹 (149)
- 地方財政制度の選択と地方分権に関する研究…………… 白 木 智 昭 (165)
- 労働者健康福祉機構の虚偽報告事件の事例研究
—「天下り」問題を中心に—…………… 樋 口 晴 彦 (187)
- 研究ノート**
- ダイバーシティ経営戦略における女性従業員の処遇問題…………… 奥 寺 葵 (209)
- 我が国の倒産制度の現状と課題
—「三方良し」の視点から—…………… 菅 野 健 一 (225)
- その他**
- 平成27年学外研究活動報告…………… (247)

千葉商科大学国府台学会

(通巻177号)

執筆者紹介

中村秋生	経営学	サービス創造学部	教授
安藤和代	マーケティング	サービス創造学部	准教授
今井重男	ブライダル産業・HRM	サービス創造学部	准教授
内海幸久	ゲーム理論	商経学部	准教授
大平修司	経営学	商経学部	准教授
奥寺葵	経営学	商経学部	准教授
松本大吾	マーケティング・コミュニケーション、 広告	サービス創造学部	准教授
水野伸宏	開発経済学	商経学部	准教授
宮澤薫	マーケティング	サービス創造学部	准教授
江波戸順史	経済政策、財政学	商経学部	専任講師
齊藤紀子	ソーシャルビジネス論、 ボランティア論	人間社会学部	専任講師
佐藤哲彰	経済学	人間社会学部	専任講師
赤松直樹	消費者行動論、 マーケティング論	政策情報学部	助教
樋口晴彦	経営学	大学院 会計ファイナンス科	客員教授
白木智昭	地方財政論	経済研究所	客員研究員
菅野健一	経営学、法学（倒産法）	大学院政策研究科	博士課程
石井裕明	マーケティング	成蹊大学経済学部	准教授

〔論 説〕

道徳的行動を動機づける心理的要因

—経営倫理教育の有効な方法解明のための予備的考察—

中 村 秋 生

目 次

1. 緒言—前からの繋がりと研究の意図—
 - 1.1 直近の研究の要点
 - 1.2 今回の研究の狙い
2. 本研究において取り上げる三人の心理学者
3. 道徳的機能化についての三つの心理学理論
 - 3.1 Hoffman の理論—共感性発達理論—
 - 3.2 Blasi の理論—道徳的同一性モデル—
 - 3.3 Bandura の理論—社会的認知理論—
4. 結言

1. 緒 言—前からの繋がりと研究の意図—

企業等の現代組織は、様々な道徳的問題を内包している。それらの諸問題は、社会を不安に陥れ、組織の存続を脅かし、個人の尊厳を傷つけるなど、社会、組織、個人それぞれに、時として計り知れないほどの大きな影響を及ぼしてきた。こうした問題に対処するうえで、企業は、企業倫理の制度化に力を入れている。

企業倫理の制度化の手法は、企業倫理担当常設機関の設置、倫理綱領または行動憲章の制定・遵守、倫理教育・訓練体系の設定・実施、倫理関係相談への即時対応、内部告発の受容と問題解決の保証、倫理問題担当専任役員を選任など様々あるが(中村,1998:178)、われわれ大学等高等教育機関が唯一直接的に関われるものは、教育において他にない。

以上のような認識から、われわれは、組織における道徳的問題という極めて困難な課題に「経営倫理教育」の観点からの接近を図ってきた。その際、われわれは、「組織における道徳的問題は、曖昧、複雑、敵対的な状況においても組織の構成員の道徳的行動が常態となれば解決に近づく」と望み、経営倫理教育の究極の目的を、「組織における道徳的行動の実現」とした(中村,2010:86)。さらに、「そうした行動が安定的で、恒久的であることが望まれる。これは、理想に近いものであるが、それに少しでも近づくために経営倫理教育はなされるべきであり、個人の道徳的意思決定や行動に正の影響を及ぼすことが期待される」と述べた(中村,2014:43)。

教育が有効であるためには、教育目的 → 教育内容 → 教育方法といった論理的流れにそって、それら3要素の適合が不可欠であるから、経営倫理教育について論じようとするれば、教育目的が議論の出発点になると言えよう。Rossouw は、経営倫理教育の目的を

認知能力、行動能力、管理能力という三つの基本的な立場によって分類した (Rossouw, 2002:411)。われわれは、まずはこれらの前二つに着目し、主として道徳的判断力を中心とした認知能力の向上に力点をおいた教育を「認知教育」、道徳的動機、道徳的性格といった行動能力の発達を意図する教育を「行動教育」と呼び、各々教育目的・内容・方法について詳論した (中村, 2010, 中村, 2014)。

1.1 直近の研究の要点

今回の研究は、先の二つの研究に続くものであるから、論考を進める前に、われわれ自身の思考の整理と読者の便宜を図り、直近の研究 (中村, 2014) の主たる要点を論述の流れにそって列挙すれば、以下のとおりである。

- ① 認知教育によって期待される直接的な成果は道徳的判断力の向上とされる。ところが、Restは、道徳的判断力と道徳的行動の関係はわずかなものでしかないとし (Rest, 1994:21-22)、また両者のギャップについて多くの研究者たちも同調している (Christensen, Barnes & Ress, 2007:82, Mintz, 1996:69, 73, Narvaez, 2008:311, Paine, 1991:70, Shao, Aquino & Freeman, 2008:514, Watson, 2003:95)。であるとすれば、道徳的判断力の向上が直接的に道徳的行動につながると仮定するのは、少々無理があるように思える。
- ② 上記①の見解を前提として、経営倫理教育は、認知能力の向上とともに、あるいはそれ以上に、道徳的行動の促進に直接的に関わる行動能力の向上に力点をおくべきだという主張が様々なされている (Christensen, Barnes & Ress, 2007:79, Comer & Vega, 2005:172, Mele, 2005:105, Whetstone, 1998:180)。われわれは、こうした主張に積極的に同意するが故に、経営倫理教育の中心的テーマは、認知教育ではなく、行動教育に向わなければならないと考える。
- ③ 倫理教育は、一般に、異なる哲学的パラダイムに根づく相反する二つのアプローチがあるとされる (Dobson & Armstrong, 1995:190, Knapp, Louwers & Weber, 1998:269, Narvaez, 2008:310)。一つは、行為に基礎を置く倫理教育の伝統的アプローチと言われるものであり、道徳的ジレンマ状況において、なすべき正しいことは何かという道徳的判断に焦点をあてる。経営倫理教育における認知教育は、このアプローチに沿うものである。もう一方は、行為主体に基礎を置く徳倫理的アプローチであり、行為の与件として行為する人間の動機や性格に焦点をあてる。経営倫理教育における行動教育は、徳倫理的アプローチに呼応するものである。このアプローチは、文字どおり徳をめぐって展開されるものであり、徳育教育とも言われる。
- ④ 徳は、人の第二の本性とも言えるほど内面化されることにより、人の感情や行動を決定づける性向を構成し、そうした性向が道徳的動機や道徳的性格に作用して、道徳的行動の実現可能性を高める働きをすと言え (Armstrong, Ketz & Owsen, 2003:3, MacIntyre, 1981:149 = 1993:183, Mele, 2005:101, Mintz, 1996:69, Whetstone, 1998:187, アリストテレス, 2002:1104a34-b3)。徳が当人の第二の本性となるぐらい内面に備わっている人をわれわれは有徳な人と呼ぶ。
- ⑤ 徳が道徳的動機や道徳的性格に深く関わっているとすれば、行動教育が目的とするそれらの発達を目指すということは、徳の習得を目指すことだとも言える。Meleは、

経営倫理教育は徳を習得させる方向へ向かわなければならないと指摘するが (Mele, 2005:106), 行動教育に力点を置く多くの論者たちも, 道徳的行動の実現を志向するが故に, Mele 同様, 徳育教育の必要性を促している (Armstrong, Ketz & Owsen, 2003, Dobson & Armstrong, 1995, Mintz, 1995, Mintz, 1996, Sommers, 1993, Whetstone, 1998)。このように, 行動教育と徳育教育の志向は同様であることから, 両者は同義だとみなすことも可能だと言える。

- ⑥ 徳育教育の目的を端的に述べれば, 有徳な人になるための徳を習得させることである。これには, 「有徳な人になる」という徳育教育の志向 (狭義の目的) と「徳を学ぶ」という徳育教育の提供すべき内容 (前者に対する手段目的) が見て取れる。この教育内容には, 徳についての知識や理論とともに, 徳習得の願望・意志を高める学習経験, さらに徳に即した行動実践の機会や場を提供することが含まれるべきである。
- ⑦ 徳育教育の目的, 内容の次に, それらを有効的, 合理的に提供するための教育方法が問わなければならない。徳の習得には徳の反復的实践が必要であるとするアリストテレスの主張にしたがえば (アリストテレス, 2002:1103a16), 救済活動や奉仕活動などに参加させて徳を直接的に経験させる方法は合理的であるように思えるが (Puka, 2000:131, Whetstone, 1998:193), 大学教育の場において, こうした直接的経験による学習の機会を継続的に提供するには相当の制約が見込まれる。しかし, 学習方法には, その他に観察学習 (代理学習) という重要な方法があるとされるから (Bandura, 1971:5 = 1974:23-25, Bandura, 1986:47), その方法が有効的であれば, 先の制約は, 克服, あるいは緩和されるに違いない (Dobson & Armstrong, 1995:192, Goud, 2005:112, Moberg, 2000:675)。
- ⑧ 観察学習の対象となるモデルには, 直接的モデルと代理的モデルがある (Goud, 2005:112)。前者に基づく学習には, 実在する有徳な人との直接的な接触を必要とするが, 後者においては, 道徳的範例が含まれた様々な媒体—伝記, 物語, 小説, ケース, 映画, TV ドラマ, 演劇等—が用いられている (Kidder, 2005:234)。中でも, 物語や小説の有用性については, 多くの論者が論述展開している (Kennedy & Lawton, 1992, Solomon, 1991, Stewart, 1997, Watson, 2003)。また, MacIntyre は, 「物語を語ることは, 全ての伝統的, 叙事詩的社会における『道徳教育の主たる方法』であった」とする (MacIntyre, 1983:121 = 1993:148)。

1.2 今回の研究の狙い

われわれによる前回の研究の本論は, おおよそ上記⑧をもって終了する。その後, われわれは結言にかえ, 今後の課題として次のように述べた (中村, 2014:53)。「物語や小説などの代理的モデルによる学習に関する先行研究の諸例や諸説についての詳細な検討は, 次回に持ち越されることになるが, その際にわれわれが念頭におくべきことこそ, 今後の課題と言えよう。それは, そうした学習による効果の考察である。すなわち, 今回われわれが明らかにした徳育教育の目的・内容とそうした教育方法の手段合理性の問題についての考察である」と。こうした見解にしたがえば, 物語 (小説) の有用性を説く, 先に示した Kennedy & Lawton (1992), Solomon (1991), Stewart (1997), Watson (2003), さらに Downie (1991), Ellenwood & Ryan (1991), Kilpatrick (1992a, 1992b), Vitz (1990) などの

諸研究に基づいて、物語（小説）の特性、機能、意義を明かにする考察が求められよう。しかしながら、今回、われわれは物語に直接アクセスすることを止め、回り道をすることにした。

上述の諸研究から、われわれは、物語（小説）を用いての徳育教育が道徳的動機や道徳的性格の有機能化に対して一定の効果をもたらす可能性を看取し得る。しかし、その場合において、「道徳的な関心をそそる物語は、学生たちに強い支えと刺激を提供する。・・・そうした物語は、道徳的発達を促進」する (Stewart, 1997:183)、物語における「誘惑の海において倫理的に行為をし、勇敢に行動する人々の諸範例は、実際に理想的なこととはどのようなことであるかを若い人たちに示し、そうした学習者たちが自らすばらしい行為をするように促す」(Watson, 2003:93) というような論調が示すように、物語が何故、道徳動機や道徳的性格の有機能化、つまり道徳的行動の動因となるのかという理論的根拠が明らかとは言い難い。このような認識が、われわれに回り道を促した。

上記のような物語の効用についての言説に立脚して論を展開する前に、まずはそもそも論に立ち戻ろうと思う。つまり、そもそも何が道徳的行動を動機づけるのかという問題への接近である。そうした道徳的行動の動機づけ要因を物語と関係づけることができれば、物語の効用を理論的に裏付けることになり、経営倫理教育の方法としての物語の有効性の納得度が高まるのではなかろうか。しかしながら、物語自体についても論じようとすれば相当の分量になると思われるため、物語の特性・機能・意義、さらには道徳的行動の動機づけ要因と物語との関係については次回の課題とする。したがって、今回の研究の狙いは、道徳的行動の動機づけ要因を明かにすることにある。

2. 本研究において取り上げる三人の心理学者

何が道徳的行動を動機づけるのかということについて、長年にわたり心理学者たちによって様々な説明がなされてきたが、未だ説得的で有力な研究証拠によって支持されるものはないと言われている (Rest, 1983:565-569)。とはいえ、われわれは、何らかの理論的手掛かりを必要とする。例えば、Hardy & Carloは、「前世紀において、道徳的機能化についての相当数の理論が提議され、それぞれの理論には、何が道徳的行動を動機づけるかという仮説がともなっていた」と述べたうえで、その中でも影響力のある理論の論者として、Kohlberg, Hoffman, Blasiを挙げた (Hardy & Carlo, 2005:232-233, Hardy, 2006:207)。また、Aquino & Reedは、「道徳的行動の研究における継続的な問いは、いつそして何故、人々は人間の幸福のために行動するのかということである」と述べ、この問いに回答する影響力のある理論として、Kohlberg, Bandura, Blasi等の理論を挙げている (Aquino & Reed, 2002:1423)。

われわれは、残念ながら、心理学についてプロパーではないので、それについてのアカデミックな知見は全くといってよいほど持ち合わせていない。したがって、上記の両者が挙げた論者の理論が、われわれの狙いとする道徳的行動の動機づけ要因を明かにするうえで、どれほど有効であるかについても皆目見当がつかないというのが正直な気持ちである。しかしながらそれでも、彼らがビックネームであることには間違いがないと思われるので、われわれの手掛かりとしてHoffman, Blasi, そしてBanduraの理論を取り上げるこ

とには一定の理解を得られることができよう。とはいえ、彼らの研究は膨大で広範に及ぶため、今回のわれわれの狙いに関わる部分に焦点をあて、選択、編集して、以下順番に概説を試みることにする。こうした試みは、先に述べたわれわれの研究の次回の課題への予備的考察であるとともに、それら心理学理論についてのわれわれ自身の学習のためでもあり、したがって、今回の論考は研究ノートの性質をもつものである。しかしながら、われわれの不勉強、知識不足のために、心理学用語の訳出や解釈における間違いなども多々あるのではないかと危惧されるが故に、大方のご批判をお願いしたいと思ひ、敢えて論説とした次第である。

なお、Kohlbergの提唱する認知的発達理論の影響は顕著であるとされるが、われわれはそれを取り上げることはしない。したがって、ここで彼の理論に立ち入ることは避けるが、取り上げない理由を若干述べておく必要がある。

Kohlbergによる認知的発達理論の主要概念は道徳的推論であり、その能力の洗練化が人の道徳的行動を予測すると仮定されている。つまり、推論レベルがより高くなれば、人は自身による道徳的諸判断と一致する行動をよりしようと感じ、道徳的行動が生じる可能性が大きくなるということである (Aquino & Reed, 2002:1423, Harady & Carlo, 2005:233, Shao, Aquino & Freeman, 2008:513)。論者のこうした言説にしたがえば、彼の場合、道徳的行動を動機づける要因は、推論能力、広義には推論能力をともなう判断力ということになる。さらに広げれば、認知能力ということになろう。われわれのこの解釈は性急であろうか。

Aquino等は、「Kohlbergは、十分な道徳的推論が道徳的行動の基礎に役立つとしても、それが道徳的行動を説明するのに十分であるとは、決して主張も暗示もしていなかった」と言い (Aquino & Reed, 2002:1423)。また、Kilpatrickも、「Kohlbergは、道徳的推論の技術が必ずしもよい行動に移されるわけではないということに認識していた」と述べている (Kilpatrick, 1992b:102)。しかしながら、Kohlberg自身は、例えば、我が国での講演において「道徳的推論の段階の高い人は、責任を持って行為する可能性が大きいというのが私たちの主張です。つまり、一定の状況において彼らが正しいと判断すれば、たとえ多少ともその状況から離れたとしても、その選択に従って行動する可能性が大きいと私たちは主張しているのです」と語り (コールバーグ, 1987b:32)、また自身の著書において「道徳判断の成熟性は、道徳的葛藤状況における行為を予測する多くの要因の一つにすぎないが、それが社会的にあいまいな状況において、状況に即した具体的な権利と義務を規定する特定の方法をひき出す場合には、行為の予測要因としてかなり強力の意味ある要因になりうるということである」とも述べている (コールバーグ, 1987a:72)。われわれによるこれらの引用箇所と直接的に呼応するものではないかもしれないが、Kilpatrickが前述に続けて、しかし「ほとんどの場合、そうなることを確信しているようだ」と指摘するのも、以上のことから頷ける。どうやら、Kohlbergは、道徳的判断力を道徳的行動の動因とみなしていたと言えそうである。

そうであるが故に、彼は、道徳的判断と道徳的行動の関係を強く意識し、道徳教育の目的を、「一人ひとりの子どもの道徳判断と道徳能力の『自然の』発達を促進し、それによって、子どもが自分自身の道徳判断を用いて自分の行動をコントロールできるようにすることであると主張します」と語り、さらに続けて、「道徳判断の向上は、より成熟した道徳行

動と相関があるようです。・・・発達的な道德教育は、道德判断の一般的能力の発達を促すばかりでなく、子どもが、(教師でなく)自分自身の道德判断を自分の行為に適用することを促すでしょう」と主張している(コールバーグ, 1987b:124, 136)。

われわれが、本研究において、Kohlbergを取り上げない理由は、以上の考察に含意されていると言ってよい。彼は、道德的行動の動因の一つとして道德的判断力を重視し、われわれも含め多くの論者が疑義を唱える判断と行動のギャップに特段の注意を払っているようには思えない。さらに彼による道德教育についての主張は、「道德的判断力の向上によって、道德的行動が動機づけられる」とする認知教育の基本前提と軌を一にする。Kohlbergの見解は、認知教育の限界を語り、経営倫理教育の中心テーマを認知教育から行動教育へと移行すべきだと主張するわれわれの立場にとっては、当然相容れることのできないものだと言わざるを得ない。

3. 道德的機能化についての三つの心理学理論

3.1 Hoffmanの理論—共感性発達理論—

道德的問題は、人々の抱く諸々の目標、計画、欲求、期待が対立状況にある場合、絶えず生じるものだと言える。その際の自身の利害と他者の利害、あるいは個人的な要求と社会的義務との避けがたい対立を人がどのように理解し、解決するのかということが道德性の発達研究において問われることになる。そうした研究は、西欧社会において普遍的な道德原則とされる、思いやりと正義という二つの問題領域を中心に展開されてきた(Hoffman, 1984:283)。

Hoffmanは、Kohlbergの認知的発達理論は正義に重きを置くが、あまりにも認知的で情緒を軽視しているとして批判されてきたとする一方、自身は思いやりに注目し、情緒分け共感に関心があると言う(*Idem*)。また、彼は、自身の提唱する発達理論を認知的発達理論に対し、情動的・動機づけ的な発達理論と呼び(ホフマン, 2001:3)、この理論の観点から、何が以下の三つのことをするように人々を動機づけるのかという問いを提議する。その三つの行動とは、①自身を犠牲にして他者の援助に向かう、②単に誰かを傷つけるからという理由で自身のやりたいことを自制する、③自身の諸行動が他者に対して有害であったことを認識した時にそれらに後悔を感じる、といった向社会的な道德的行動に関わるものである。これらの問いに対する答えを、彼は、共感と共感に基づく罪責感だとし、「共感—特に共感的苦痛—と罪責感が道德的動機として機能する、すなわち、それらが道德的行動を引き起こす性向であるという相当数の経験的証拠もある」と力説している(Hoffman, 1984:284-285)。

Hoffmanは、人が道德的問題に遭遇する場合のタイプを、罪のない傍観者の場合(傍観者モデル)と違背者の場合(違背モデル)とに大別し⁽¹⁾、前者は共感的苦痛についての道德的出会いの原型、後者は共感をもとにした違背の罪責感についての道德的出会いの原型

(1) 彼は5つのタイプの道德的状況(すなわち、罪のない傍観者の場合、違背者の場合、想像上の違背者の場合、複数の道德的要求者がいる場合、思いやりと正義という道德原則間の対立がある場合)における人間の向社会的な道德的行動を説明しようとした(ホフマン, 2001:4)。しかし、われわれは自身の今回の研究の関心から前二つに焦点をあてた。

になっているとする(ホフマン, 2001:125)。以下, われわれもこの二つのタイプを基に, Hoffmanの理論の主要概念である共感, 罪責感が, いかにして道徳的動機として機能するのかということ考察していくことにする。

罪のない傍観者の場合とは, 自身が身体的・情動的・経済的な苦痛を被っている誰かに遭遇する場合である(ホフマン, 2001:4)。その場面において, 傍観者である自身は, 通常, その相手に共感的に反応するものと考えられる。Hoffmanは, 共感を他者の感情との正確なマッチングではなく, 他者について代理的な感情反応であると捉え, それを「自分自身の状況よりも他人の状況に適した感情的反応」と定義する(ホフマン: 5, 36)。この定義には, 相手から表出された感情の刺激に対する直接的な反応だけではなく, 一定の認知能力によって, 自身の経験の情報, 相手に関する情報, あるいはそれらを踏まえて想像し得る相手の将来状況から引き起こされる自身の感情反応をも含むものである(ホフマン, 2001:36, 100-101)。これを分かりやすく言い換えれば, 共感とは, 「相手の置かれた状況について知ることを通して自分のなかで自発的に喚起される感情」と言えるかもしれない(川崎, 2009:20)。

人は, 苦痛を感じる誰かと遭遇する場合, 共感的に反応し, その際の自身の認知的情報やその苦痛の帰因解釈によって, その反応は共感的苦痛, 同情的苦痛, 共感的怒り, 罪責感, 共感的不当感という感情を喚起させることになる(Hoffman:1987:74)。それら全ての感情が, 向社会的な道徳的行動の動因になると考えられているが, ここでは, Hoffmanの論議の出発点となる共感的苦痛を中心に取り上げることにする。

苦痛を感じている人に遭遇した場合, 一般的にわれわれは, その相手に共感的苦痛を抱き, 援助的な行動をとることを示す無数の研究結果があるとHoffmanは言う(ホフマン, 2001:37)。では, 何故共感的苦痛は援助行動を引き起こすことになるのであろうか。彼によれば, 三とおりの理由が考えられる(ホフマン, 2001:39-40, 98)。①共感に基づく援助行動をすることは, 相手に抱く自身の共感的苦痛を和らげ, 援助する自身の気分をよくさせる働きをする。②相手の苦痛が大ききものであり, その原因が相手の責に帰属せず, 統制し得ないような場合, 自身の抱く共感的苦痛は同情的苦痛に変換され, 相手を気の毒に思い助けようとする。③自身の共感的苦痛を和らげるというよりも, 相手の苦痛を和らげるためである。Hoffmanは, 主たる理由として①は退け, ②と③が本質的な理由であるとする。さらに, 彼は, われわれ人間を「気高くも, 共感的苦痛に誘導された援助マシーン」と捉え, 共感的苦痛は向社会的な動機であると断言する(ホフマン, 2001:40, 98)。それでは, 向社会的な道徳的行動を動機づけるとされる共感的苦痛は, どのようにして引き起こされるのであろうか。

Hoffmanは, 共感的苦痛の喚起には「運動的マネと求心性のフィードバック」「古典的条件づけ」「直接的連合(犠牲者や犠牲者の置かれた状況からくる手がかりと自分自身の過去の苦痛経験とを直接に結びつけること)」「媒介的連合」「役割取得」という五つの様式があると言う。前三つの様式は, 「ことば以前のもので, 自動的に生じ, 基本的に無意図的なもの」である(ホフマン, 2001:5-7)。これらの様式によって引き起こされる共感, 被害者から表出される表面的な手掛かりによる受動的な感情的反応であるから, 認知は最低限の関わりしかもたない。そのため, 被害者は, 傍観者の面前にいないといけない(ホフマン, 2001:56)。一方, 残りの二つの様式は, 認知的に高度な様式とされ, その働きによって, 傍

観者の共感的能力を広げて、面前にいない他者にも共感できるようにさせる(ホフマン, 2001:69)。さらには、被害者が物理的に存在(場合によっては実在)しない場合であっても、共感の喚起は可能であるとされる(Hoffman, 1987:13)。道徳的行動の動機づけ要因と物語の関係に関心をもつわれわれの立場に鑑みれば、この二つの様式については若干説明する必要がある。

媒介的連合において連合の意味することは、先の直接的連合と変わらない。両者の違いは、前者が犠牲者と自身を言語などの媒介物によって結び付けているということにある(ホフマン, 2001:56-57)。つまり、人は、「情動的状况における誰かの写真を見たり、その人からの手紙を読んだり、他の誰かが自身に起きたことを述べるのを聞いたりすること」によってもその当該者に対して共感的に反応し得るのである(Hoffman, 1982:284)。また、役割取得は、高度のレベルの認知的処理を必要とする様式であり、「犠牲者がどう感じるか、あるいは犠牲者の置かれた状況に自分が置かれたらどう感じるかを想像すること」である(ホフマン, 2001:6)。この場合の犠牲者も傍観者の面前に必ずしも存在する必要はなく、物語や映画などの媒介物に登場する犠牲者に接することによっても役割取得は生じる。何故なら、われわれ人間は、「ある出来事を心に思い浮かべることができるし、自分を別の立場に置いて考えることができる。心に描いたことについてある感情を喚起する力もあるから」、犠牲者のことを想像するだけで、共感的苦痛が喚起されるのである(ホフマン, 2001:9)。次に、Hoffmanが向社会的な道徳的行動の動因として重視するもう一つ概念である罪責感へと論を進めることにする。

われわれは、傍観者モデル、違背モデル、どちらの場合においても罪責感を抱くことがある。Hoffmanは、その罪責感を「自分自身に対する軽蔑といった苦痛を伴う感情」と定義し、通常それには「差し迫った・張りつめた・後悔の感覚」が伴うものであると述べている(ホフマン, 2001:126)。前者は苦しんでいる相手に対する自身の無為(何もしなかったこと)による罪責感であり、後者は相手を傷つけ、苦痛を与えた自身の違背行為による罪責感である。Hoffmanは、双方の場合において、罪責感と向社的動機との関係について論じているが、彼が詳述展開するのは後者の場合である。確かに後者の場合の方が、相手の苦痛の原因帰属が自身にあることから、自身の罪責感はより強いものになるであろう。しかし、それは罪責感の強度の問題であって、罪責感の性質自体に相違があるとは言えない。よって、われわれは後者の場合を念頭において論を進めるが、前者の場合における彼の記述も取り込みながら考察を進めていくことにする。

違背者である自身が苦しむ相手に接する場合、自身はその犠牲者に対して共感的苦痛を抱き、自身のせいで相手に苦痛を与えたという自己非難の感覚を伴って、その共感的苦痛は罪責感へと変わっていくであろう(ホフマン, 2001:126)。Hoffmanは、「1970-1980年代にかなりの数の研究が、共感にもとづいた罪責感が存在し、それが向社会的な道徳的動機としてはたらいっているという仮説を支持する結果を示してきている」と指摘し(ホフマン: 126-127)、さらに「共感をもとにした違背の罪責感が・・・向社会的行為を動機づけることを示す資料はかなりの数に上る」とも述べている(ホフマン, 2001:128)。そこにおいて彼によって提示された実験結果や逸話等の幾つかの資料は、罪責感が向社会的動機になり得ることの証拠にはなるかもしれないが、何故そうなるのかの理由を説明してはいないし、また彼も述べてはいない(ホフマン, 2001:128-130)。よってここでは、できる限り彼の考え

に寄り添いながら、その理由を類推してみることにする。

① 違背による自責の念、自身に対する痛切な軽蔑や後悔をとまなう罪責感、自身にとって極めて不快な感情であるから、それらを軽減し、共感的な安堵感へと変えようとして、犠牲者への謝罪や償いといった向社会的行動が動機づけられると考えられる。② 自身による違背によって他者特に近い関係にある相手との社会的絆が喪失されるのではないかという恐れや不安を伴う対人的罪責感、そうした恐れや不安を軽減させたり、相手との関係を修復しようとしたりして向社会的行動が動機づけられるであろう (Baumeister & Exilkin, 1999:1181-1182)。③ 上記二つは、即時的なものであるが、人は一定の認知能力を有するが故に、罪責感を予期し得ると考えられる。つまり、事後的に罪責感を感じるだけでなく、自身の無為や行為による相手への影響を想像し、相手を助けるのをやめようと考えたり、相手への違背行為を考えたりする時に、罪責感—予期的罪責感—を感じるようになるのである。したがって、われわれは、過去に罪責感を経験した時と同様の状況に遭遇した際、罪責感から逃れようとして、相手を助けたり、違背行為を避けたり、しばしばその基になる利己的動機を控えたりといった向社会的行動が動機づけられると思われる (ホフマン, 2001:116-117, 179-180)。

以上に示してきたように、Hoffmanは、向社会的な道徳的行動の重要な動因を、共感—特に共感的苦痛—と罪責感だとする。であるとすれば、人が違背行為をしたり、違背行為をしようと思った際に、偶発的ではなく、安定的に当人の共感的苦痛を喚起させたり、あるいは当人の感じている共感的苦痛を罪責感に変えたりするような動機メカニズムを人に内在化させることは有効であろう。その方法として、Hoffmanは、子どもに対する親のしつけ⁽²⁾、取り分け誘導的しつけ—誘導的方法によるしつけ—を提案する (ホフマン, 2001:166-169)。

誘導的しつけとは、子どもが違背行為をした(している)際に、「親が他人の視点を強調したり、他人の苦痛を指摘したりして、その苦痛を子どものした行為が引き起こしたことをはっきりさせるようなしつけのこと」である (ホフマン, 2001:158)。また、子どもの認知的発達に伴って、親は、他人の苦痛を指摘するだけでなく、犠牲者である相手の立場にたった場合の自身の気持ちを想像させたり (Hoffman, 1982:306)、自身の行為による相手への影響を予期させたりするよう子どもに働きかけたりもするであろう。こうしたしつけによって、「犠牲者の苦痛に対する共感的反応と自分の行為がその苦痛の原因であるという意識、それに共感をもとにした罪責感の感情を、子どものなかに引き起こすことができる」とされている (ホフマン, 2001:159)。

さらに、親は誘導的しつけによって、個々の具体的な子どもによる違背行為場面において自身の重視する価値観に基づいて、それらの行為に対する善悪の判断、その規範的理由などの認知的情報を伝えたりもする (Hoffman, 1984:291)。子どもの認知能力の発達に伴い、そうした経験が繰り返されると、親によって伝達されたそれらの外的な情報は、「他者に配慮する」といった一般的な道徳的規範として、子どものなかに内在化され、内的な動機的システムの一部になる。つまり、当人が違背行為をしたり、あるいはしようとした

(2) Hoffmanは、ここで取り上げた誘導的しつけ(誘導的方法)以外に、親のしつけとして力中心のしつけ、愛情の除去という方法も説明しているが、子どもの向社会的行動を動機づけるためには、誘導的方法を推奨している (ホフマン, 2001:155-190)。

りするような道徳的場面に出会うと、共感的苦痛や予期的罪責感が喚起され、そのことによって内在化された規範が作動し、当人の向社会的行動を動機づけることになると考えられるのである (Hoffman, 1987:58, ホフマン, 2001:135, 159-160, 178-179)。

こうした誘導的なしつけが有効的になされれば、子どもの共感的苦痛や罪責感あるいは予期的罪責感が適宜喚起され、向社会的な道徳的行動がなされる可能性が高まると言えよう。しかしながら、Hoffmanによるこれらの論議は、家庭という枠組における親と年少の子どもとの関係を対象としたものである。しからば、われわれが問題とする大学等高等教育機関における経営倫理教育のクラスにおいても意味をもつものであろうか。その場合の関係は、教師と学生ということになろう。また親による誘導的しつけは子どもが実際に違背行為をした、あるいはしようとした際に、即時的になされるものである。しかし、大学等の正規のクラスにおいて、教師がしつけの対象とする、実際の学生による直接的な違背行為は存在しない。大学生の認知能力は子どもよりも高度に発達しているであろうから、共感的苦痛や罪責感は媒介連合や役割取得によって十分に喚起されると考えられる。ここに、物語との関係が視野に入ってくる。違背者も犠牲者も物語の中に存在する。ただし、ストーリーが複雑に絡み合うと、両者の関係、因果関係は、しばしば微妙で、わかりにくいものになるであろう。また、学生の中には、過去の自身の経験と結び付けて不快な罪責感を忌避するために、向社会的動機よりも心理的合理化などの防衛機制へと逃避する者もいるはずである。こうした場合において、学生に対する教師による誘導的しつけ(教育指導)が意味をもつものになるのではなからうか。

さらに、親からの誘導的しつけによって、明示的、暗黙的に伝えられる「他者に配慮する」といった道徳的規範は、大学等の正規のクラスにおいては、教師により学生に対して、より明示的に「思いやり」や「正義」という普遍的な道徳原則として講義やケース(物語)学習を通じて公式的に教授されることになる言えよう。

3.2 Blasiの理論—道徳的同一性モデル—

われわれは、すでに、KohlbergやHoffmanに依拠しながら、道徳的行動を動機づける要因として、認知能力と情動(共感と罪責感)について考察してきた。しかしながら、Hardy等は、「概念上、動機づけにともなう、認知—情動的源泉が、諸状況において個人にとって何らかの道徳的行動を動機づけることは可能かもしれないが、それだけでは非凡な道徳的行動、永続的な道徳的コミットメントを説明できない。このため、道徳的認知—情動的動機という源泉と道徳的行動との間を加減する諸要因が存在するのではないかと思われる」と述べている(Hardy & Carlo, 2005: 234)。さらに、彼らは、その要因とは同一性(identity)を意味しており、道徳的機能化を追究する研究者たちは、その同一性が道徳的行動を動機づける役割を果たしている可能性があることを示してきたとしたうえで、Blasiによる道徳的同一性モデルに着目する(*Idem*)。

彼らは、Blasiの道徳的同一性モデルを、「同一性についての最も精緻化された概念、さらには道徳的同一性と道徳的機能化の最も詳細な連関を含んでいる。したがって、道徳的同一性についてのBlasiの説明は、最も広範囲にわたるものであり、道徳的動機の源泉としての道徳的同一性の根底にある諸々のメカニズムに関する多くの洞察をもたらしてきた」と主張する(Hardy & Carlo, 2005:235)。

Blasiは、道徳的機能化を追究するにあたり、「道徳的認知から道徳的行動への移行や判断と行動の一貫性」に焦点をあて (Blasi, 1983:194)、一連の七つの命題において詳述される彼が言うところの自我モデル (Self Model) を提起した (Bergman, 2002:120)。Blasiによれば、そこには、「道徳的理解は、もしそれが個人的責任をとまなう判断に転換されれば、より確実に道徳的行動を起こす。道徳的責任は、自身の同一性あるいは自我の感覚に道徳性を統合することにより生じる。道徳的同一性から、自身の行動を自身の理想と一致させようとする心理的欲求が派生する。このモデルに従えば、道徳的同一性は中核的な役割を果たし、自我一貫性は道徳的行動をもたらし基礎になる動機づけの根源となる」という仮説陳述が含まれているとする (Blasi, 1993:99)。そして、自我モデルは、この仮説陳述に示されている、責任をとまなう判断 (judgment of responsibility)、道徳的同一性 (moral identity)、そして自我一貫性 (self-consistency) という主要な三つの構成要素から成っている (Hardy & Carlo, 2005:235, Shao, Aquino & Freeman, 2008:514)。

これら三つの要素は相互に関連しているが、なかでも道徳的同一性は、彼の自我モデルを道徳的同一性モデルと研究者たちに呼ばせる中心的概念であり、彼自身も自我モデルに従えば、道徳的同一性が中核的な役割を果たしていると述べている (*Idem*)。Blasiは、「道徳的同一性は、道徳的行動に直接的に関係し、実際にその基になる道徳的諸動機の一つを提供する」という見解も示している (Blasi, 1984:132)。それでは、何故、道徳的同一性が道徳的行動を動機づけるのであろうか。以下、この問いにそれら三つの要素とそれらの関係を考察しながら、接近していくことにする。

Blasiの言う責任をとまなう判断とは、以下のように解釈し得る。人は、様々な道徳的判断をするであろうが、必ずしもそれら全ての判断に責任がともなう必要があるとは言えない (Blasi, 1983:199)。Blasiは責任を厳格な義務と捉えるから (Blasi, 1983:198)、責任をとまなう判断とは、道徳的判断をする主体がその判断に基づいて道徳的行動を厳格に義務として成すべきか否かを決めることに関わる判断であると言える (Blasi, 1984:129)。すなわち、道徳的判断に責任がともなうということは、その判断が単なる認知的レベルに留まらず、自身にとって行動に移すべき厳然とした義務になり、拘束力をもつものになる可能性があるということの意味している。であるとすれば、道徳的判断と道徳的行動のギャップを埋める一つの要因として、道徳的判断には責任がともなわなければならないということがわかる。しからは、認知的な道徳的判断を厳格な義務をとまなう責任的な道徳的判断へと移行させる要因とは何であろうか。

Blasiは、責任をとまなう判断は、道徳的に善いとされる行動が、どの程度自身にとって厳格に必要なかを決める働きをすると言う (Blasi, 1983:198)。そして、そうした決定の規準は、自身の同一性あるいは自我感覚に道徳性を統合することにより生じるとされる (Blasi, 1993:99)。この同一性という概念をBlasiは、「本質的あるいは中核的な自我と呼ばれ得るもの、つまり、どの個人も自身を根本的に違ったものだとみることをしないような一連の諸側面、極めて中核的であるから自身がそれらを失うことなど想像もできないようなもの、喪失が考えられると取り返しがつかないと感じるものである」と定義する (Blasi, 1984:131)。この定義に従えば、同一性が何らかの行動を動機づける影響要因の一つであると言えようが、Blasiも指摘するように、道徳性を含まない同一性を有する人々もいることが想定されることから (Blasi, 1984:132)、道徳的機能化にとっては、最低限、人は自身の同

一性に道徳性が統合された道徳的同一性の感覚をもたなければならいと考えられる。さらには、その道徳性の統合の度合、つまり道徳的同一性の強度についても考慮する必要がある。以上の見解について、Blasiは以下のような主張を展開する⁽³⁾。

Blasiは、人によって同一性の中核における道徳性の程度が異なると主張する(Blasi, 1984:132)。つまり、人によって、道徳的であること、道徳的に行動することが、自己の同一性の肝要な要素であるかもしれないし、またそうではないこともありえるということである(Blasi, 1983:200-201)。人によっては、経済性や創造性など、道徳性とは関係のない諸価値が自己の同一性の中心を占めている場合もあるであろう。であるとすれば、ある人の同一性が思いやりや正義といった道徳的諸徳を中心に構成されているのなら、その人はより強い道徳的同一性を有していると言えよう(Hardy, 2006:208)。

Blasiは、そうした道徳的同一性を欠いていても、道徳的論拠や問題を認識したり、道徳的判断をしたりすることは可能であろうが、それらの見解が当人の生活や重大な意思決定において重要な役割を果たすことになりそうにないと述べている(Blasi, 1984:232)。この言説の意味するところは、認知的な道徳的判断を責任的な道徳的判断にするには、強い道徳的同一性が関わっているということである。つまり、結果として、強い道徳的同一性は、道徳的判断から道徳的行動を動機づける要因になり得ると考えられる。例えば、Damon等は、「自我における道徳性の中心性が、道徳的判断と道徳的行動の一致における唯一最も強力な決定要因かもしれないことを信じる理論的、経験的双方の証拠が存在する」とさえ言い切っている(Damon & Hart, 1992: 455)。

最後の自我一貫性は、文字通り、自我の一貫性を求めて努力しようとする人の性向であるから(Shao, Aquino & Freeman, 2008:514)、強い道徳的同一性に強い自我一貫性がともなえば、それだけ道徳的行動を動機づける影響力が増すと考えられる。Blasiは、自我一貫性は、「道徳的行動をもたらす基礎になる動機づけの根源となる」と述べている(Blasi, 1993:99)。

ここでの考察から明らかになったことを簡潔に結論的に述べれば、以下のように示せるであろう。「道徳的判断が強い自我一貫性に支えられた強い道徳的同一性に基づく責任をとる判断になれば、道徳的行動へと移行する可能性は高まる」。何故、そう言えるのか。その理由に対してわれわれは、同一性についてのBlasiの言説を基に(Blasi, 1983:201, Blasi, 1984:131, Blasi, 2005:92)、次のように解釈する。「自身が一貫性を保とうとする自我の中核すなわち同一性が道徳性である場合、その道徳的同一性を損なうことは自我の本質的な部分の喪失とみなされ、また責任をとる判断に従った行動をしないことは、自身の道徳的同一性に対する重大な不整合であり、中核的自我の分裂として知覚されるであろう。これらのいずれも、自身にとって取り返しのつかないことだと感じるであろうから、そうし

(3) Blasiは以下の主張の他にも、次のような重要な主張をしているが、ここでのわれわれの論述の意図との直接的な関係があるとは思えないので、割愛した。人の有する道徳的同一性を特徴づけている道徳的特性は人によって様々であるという主張である。つまり、ある人は自身の道徳的同一性の中核を思いやりとみなすが、別の人は公正や正義、あるいは従順を強調する場合があるということである(Blasi, 1984:132)。ここにおいて、Blasiは特に言及していないが、自身の道徳的同一性にこれらの道徳的諸徳が一つではなく複数内在化し、そこでの重要度が拮抗している場合が十分想定し得るから、その場合当人は道徳的ジレンマ状況におかれ、道徳的行動が麻痺する可能性もあり得ると言えよう。

た深刻な事態を回避するために、道徳的判断と一致した行動が動機づけられる」のではないかと思える。

われわれは以上のように、道徳的行動を動機づける要因を Blasi の自我モデル、中でもその中核概念である道徳的同一性に基づいて論述してきたが、それとともに道徳的機能化にとって大きな影響を与えると思われる要因、道徳的意志についても以下において若干の検討を加えることにする。

Blasi は、妥当だとされる道徳的行動は最低限、(a) 偶発的ではなく意識的にもたらされるものであり、また (b) その行動をもたらす理由が道徳的なものでなければならないという二つの特性を有しているはずだとする (Blasi, 1999:12)。Blasi の上記の主張に従えば、道徳的行動には、行為主体の意識、換言すれば何らかの意志が必要だということがわかる。Blasi は、そうした意志として「強い意志 (strong will) あるいは意志力 (will power)」と「善い意志 (good will) あるいは道徳的意志 (moral will)」の二つに着目する (Blasi, 1985, Blasi, 2005)。

Blasi は、前者の意志を自己制御のための能力であるとし (Blasi, 2005:95)、その例として、状況を処理する能力、自身の注意を自身の意図、忍耐、勇気の実現に集中する能力、報酬を遅らせ自身の衝動を制御する能力を挙げている (Blasi, 1985:435)。したがって、この意志は、道具的なものであり、本来道徳的には中立的なものである。要するに、強い意志は、必ずしも道徳的目的のためだけではなく、プラグマティックな、あるいは反道徳的な目的のためにも用いることが可能であるから (*Idem*, Blasi, 2005:75-76)、これだけでは上記 (b) の要件を直接満たすことにならない。そこで、後者の意志が重要になる。これは、道徳的善に向かうことを望み、それに貢献する意志を意味している (Blasi, 2005:78)。したがって、この意志に基づく行動は、道徳的行動であるに違いない。善い意志は、強い意志にその道徳的意味と活動力を与え、また強い意志をともなった善い意志は、強い誘惑や衝動を制御して個人を道徳的行動へと導くことになろう (Blasi, 1985:438)。このように、道徳的行動には、それぞれの意志が相互に関わっていると言えるが、人の意思決定や行動に道徳的意志がともなわなければ、それらは道徳的意味を持ち得ないから、道徳的機能化にとって中核となる側面は道徳的 (善い) 意志であると言えよう (Blasi, 2005:95)。

Blasi は、道徳的意志を「道徳的に善であるものに対する諸願望を中心にして構造化された意志」と定義する (Blasi, 2005:95)。であるとすれば、人が道徳的意志を有するには、その前提として道徳的に善いことをしたいとする道徳的願望を抱く必要がある。こうした原初的な願望は、哲学者たちによって欲求の願望 (appetitive desires) (Sekerka & Bagozzi, 2007:139) と言われるものであり、なかでも Blasi が強く依拠する Frankfurt はそれを一次的願望 (first-order desires) と呼ぶ (Blasi, 1999:11)。この願望は、無意識的で、衝動的なものとされるから (Blasi, 2005:79)、このままでは、先に考察したように道徳的行動をもたらす意志とは言えない。道徳的願望が道徳的意志となるには、意志的願望 (volitive desires)、すなわち二次的願望 (second-order desires) を必要とする。その願望は、無意識的、衝動的な自身の一次的願望を評価し、吟味しながらそれを欲するか否かの省察をとまなうものであり、言わば自身の願望についての願望である (Blasi, 2005:79, Sekerka & Bagozzi, 2007:141)。

以上、一次的願望、二次的願望、道徳的意志といった諸概念について概説してきたが、

これら、中でも道徳的意志は先の道徳的同一性とどう関わるのであろうか。Blasiはこの問題について積極的には論じていないので、われわれによる解釈を試みることにする。Sekerka等は、一次的願望を省察する際、人は、「私はそうした願望をもつべき類の人間であろうか？ 私が感じるその願望は自身になるべき、あるいはなりたいと思うような人間と一致しているであろうか？ この願望に基づいて行為することは自分の繁栄につながるであろうか？」というような自問自答をとまなうと言う (SeKerka & Bagozzi, 2007:142)。こうした問いは、「自分は何者か、自分のめざす道は何か、自分の人生の目的は何か、自分の存在意義は何か」という自己の同一性に問いかけるものだとも言える (宮下, 1999:4)。自身の抱く一次的願望が道徳的に善いものであり、以上のような省察によって受け入れられるのであれば、その道徳的願望はもはや自身にとっての道徳的意志だと言ってよい。さらに自身の有する道徳的意志が自我感覚と合致し、自己の同一性に組み込まれていくことによって、道徳的同一性は構築されていくものと思える。Blasiは、われわれによるこうした道徳的意志と道徳的同一性の関係の推論を裏付けるように、「道徳的善への『心からのコミットメント』(つまり道徳的意志…中村による加筆)は、中核的な同一性…をもたらず」と言い (Blasi, 2005:82)、また別のところで「道徳的意志は、自己によるまた自己に対する道徳的諸願望の占有の結果であり、道徳的同一性の構築に通じるものである」とも述べている (Blasi, 2005:95)。

以上のことから、道徳的行動を動機づける道徳的同一性を個人の内面に形成するには、道徳的意志や道徳的願望が関わるということがわかった。それらの関係は、リニアなものではないかもしれないが、論理的には、道徳的同一性構築の前提として道徳的意志の形成が必要であり、道徳的意志形成の前提として一次的道徳的願望の保持が必要とされると考えられる。であるとすれば、大学等高等教育機関の経営倫理教育のクラスにおいて、学生たちの道徳的同一性を発達させるためには、道徳的に善いことに憧れる道徳的願望を学生たちに抱かせなければならない。

道徳的願望を彼らに抱かせるには、見習うに値する具体的な模範を示すことが求められる (Watson, 2003:96)。何故なら、人間には、善いものに憧れ、称賛される人のようにになりたいと思う性向が備わっていると考えられるからである。例えば、Watsonは、「われわれは、自身が称賛する人々を真似たいと思う。人が立派な行為を見ると、自然な反応は、『私はもっとあの人のようになれるだろうか』と心の中で考えることである。さらに、道徳的な関心のある人々は、続けて『私はもっとあの人のようになるべきだ』と言うであろう。われわれは卑しむべき行動よりも、よりよくするために、感銘を与える立派な行動からはるかに強く影響されると私は思う」と述べている (Watson, 2003:101)。そして、そうした模範を学生たちに提示する有効な方法こそが、物語に他ならない (Kilpatrick, 1992b:28, Watson, 2003:101)。しかし、物語を通じて最初に彼らにもたらされる諸願望は無意識的、衝動的な一次的なものに過ぎないかもしれないから、それらが道徳的意志となるには、それらに対する省察を促し、彼らを善き方向へと導く教師の介入が極めて重要であると思われる。Vitzは、物語を通じての代理的経験を、教師などによって導かれる道徳的省察なしに放置すべきではないと述べている (Vitz, 1990:718)。

3.3 Banduraの理論—社会的認知理論—

Banduraは、社会的学習理論、なかでもモデリング（観察学習、代理学習）の重要性を実証し、世に広めた心理学者として我が国においてもよく知られており、現代の社会的学習理論の父とも言われている（林,2014: 11）。アリストテレスが主張するように、徳の習得には徳の実践という直接的経験（学習）が必要とされるが、大学等の教育の場において、そうした直接的経験による学習機会を持続的に得ることには相当の制約が見込まれるという見解をわれわれは抱いている（中村, 2014: 51）。このようなわれわれの懸念に対し、Banduraのモデリングは、重要な示唆を与えてくれる。例えば、彼は次のように述べている（祐宗, 原野等, 1985: 68）⁽⁴⁾。「人間には、他人の行動を観察することによって学習していくすばらしい能力があるので、長い間かかって試行錯誤することによって少しずつ学習していくことなく、行動の法則や統制のとれたやり方を獲得することができるのである。われわれ人間にとって、費やすことのできる時間や、使用できる手段や、身体の動かし方などには大きな制約があるので、直接経験することのできる状況や活動の種類には、かなりの限界があるものである。自らの知識や技能を拡大させるために、人間には、社会的モデリング（他人をお手本にすること）によって、つまり他人が表現したものや他人が書いたものなどから、自らの行動の法則や統制のとれた能率的なやり方に関する、莫大な量の情報をつかみ取ることができるのである」と。

われわれは、徳育教育の方法としての物語の有効性を問題としているが、そもそもそうした問いを立てることができるのは、モデリングの裏付けがあるからである。その裏付けがなければ、物語に登場する有徳の他人（役割モデル）の言動の是非を問うても何の意味もない。したがって、本来であれば、Banduraの社会的学習論の主要概念であるモデリングについて検討すべきであるが、紙幅の関係からここではこれ以上述べることはしない。すでに普及している一般論として受け入れ、今後も使用するものとする。

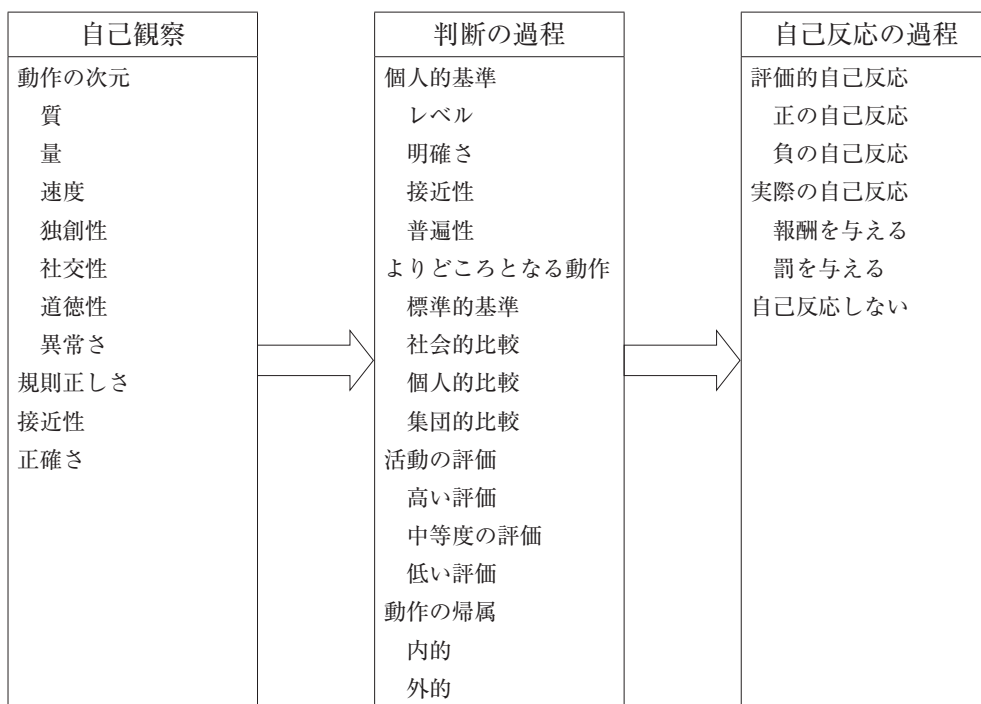
Banduraは、1960年代を中心に主として先のモデリングの研究に傾注してきたが、その研究が進むにつれて、1970年代に入り、個人内の認知過程を重視する方向へと徐々に進展していったとされる（祐宗, 原野等, 1985: 7-11）。そこでは、自己制御や自己効力といった重要な概念が展開されており、社会的認知理論とか社会的認知モデルとか称されている（Aquino & Reed, 2002 :1423, 明田, 1992:223）。明田は、「彼の社会的学習理論は、・・・社会的認知理論へと変貌をとげ、道徳性についても非常に示唆的な研究を行っている」とも述べている（明田, 1998:221）。しかしながら、Banduraは自らの社会的学習理論を「人間の行動を包括的に説明するための理論」という意味で用いているように（祐宗, 原野等, 1985:4）、彼が目指してきたことは、人間行動に関する極めて包括的な理論の構築であって（祐宗, 原野等, 1985:6）、道徳的行動に限定されたものではない。したがって、彼の理論は

(4) ここでのわれわれの論述は、1985年の祐宗, 原野等の編著に相当負っている（祐宗, 原野等, 1985）。この編著は、Banduraが1983年に訪日した際の講演内容を中心に記されたもので、全部で3部構成になっている。I部は「バンデュラ理論の概説」（1-52頁）、III部は「日本における社会的学習理論の研究」（155-198頁）となっており、いずれも日本の研究者たちによって記されたものである。II部は「最近のバンデュラ理論」（53-154頁）というタイトルが付加されているが、これはBandura自身の講演をもとに自身が記した論考を4人の日本人研究者が訳出したものである。われわれは、この編著からの引用・参照に際して記述が煩瑣になるので、祐宗, 原野等編者の名前に統一したが、53-154の頁が記され部分は、Bandura自身の記述の翻訳であることに留意されたい。

Kohlberg, Hoffman, Blasi 等のように必ずしも中心的テーマとして道徳的機能化の問題に接近しているものではないので、われわれは、彼の理論の全体性、体系性を歪めることになる恐れはあるものの、われわれの関心、主題に引き付けて、関わる部分を選択したり、解釈を加えたりすることにする。大分前置きが長くなったが、そうしたことを前提に、以下、多岐にわたる彼の社会的認知理論における主要概念とされる自己制御と自己効力についての考察を進めていく。

Banduraの社会的認知理論では、人間行動を認知的、行動的、環境的決定因の間の連続的相互作用によって説明する、相互決定主義の立場をとっている(バンデューラ, 2012:16)。この立場は、「人間に、環境の力によって一方的に統制される無気力な物質的役割を押しつけるものでもないし、また人間を環境の力から独立して思うままになれる自由な存在とみるのでもない。人と環境とは、お互い、相互的決定因となる存在である」という考え方に基づいている(バンデューラ, 2012:16-17)。つまり、彼の理論は、従来の行動主義による環境に従属する機械論的な人間観から脱却し、自由意志と選択力を有する主体的な人間観を前提としたものと言える(祐宗, 原野等, 1985:61-62)。とはいえ、彼は自身の内的な欲求や動機のままにふるまうような無限定の自由を認めるのではなく、むしろ人はそれらを自身である程度制御しようとする意志と能力、すなわち自己調整機能をもった存在だと見做していると言えよう。

自己調整機能は、以下の図のように、自己観察、判断、自己反応という三つの下位過程から成っている(自己調整機能に関わる以下の記述は、次の文献を参照している。明田,



1998:224-225, 祐宗, 原野等, 1985:73-74)。最初の過程において、自身の様々な行動を観察し、例えば、動作の次元であれば質であるとか量であるとかというように、現下の状況において適切な、すなわち次の判断過程の対象となるものを選択する。続く判断過程においては、選択的に観察された自身の行動の評価が自身の個人的な基準との照合や他者の行動との社会的比較などによってなされることになる。次にこの行動評価が、最後の自己反応過程へとつながる。自身の行動に対して「望ましい」とする肯定的な評価は自己満足感や自尊感情といった正の自己反応を、「望ましくない」とする否定的な評価は自責の念や自己失望感といった負の自己反応を引き起こすことになる。そして、こうした自己反応による様々な強化は動機づけ要因として作用し、行動の生起や抑制を調整していくのである。

以上のような自己調整機能の説明は、一般的なものである。ある状況において、選択的観察の対象として自身の行動の道徳性を選び、それを自己の内的な道徳的規準によって評価し、その評価が正負の感情的自己反応をもたらす、その感情的自己反応が自身の道徳的行動の調整機能をもつというように、一連の自己調整過程を道徳的要因に焦点を当てて捉え直すと、道徳的機能化の問題との関わりが見えてくる。人は、予期という認知能力を有するから、自己満足感を予期する正の自己反応は自身の道徳的規準に合致する行動を生起し、自己非難を予期する負の自己反応は自身の道徳的規準を逸脱する行動を抑制することになる(明田, 1998:227)。道徳的機能化にとって、人がこうした自己調整機能を身につけることは、有効的であると言える。

Banduraによれば、道徳的行動を制御する自己強化反応をもたらす行動的基準は、直接的な教育またはモデリングによって確立されるとする(バンデューラ, 2012:147)。彼はモデリングの場合の研究結果を取り上げ、「高い基準を設定するモデルを観察すると、子どもたちは、優れた遂行行為を成し遂げた時にのみ、自分に報酬を与えるし、低い遂行行為で十分だと考えるモデルを観察した子どもたちは、低い遂行行為でも自分を強化する。成人の行動基準も、モデリングによって同様に影響される」と述べている(バンデューラ, 2012:148)。彼は、直接的モデルだけではなく、物語や小説などの代理モデル、彼が言うところの象徴モデリングの効用も十分認めているから(バンデューラ, 2012:44)、道徳的行動を機能化せしめる自己調整機能の促進に物語を通じてのモデリング教育の可能性がわれわれの視野に入ってくる。今後の課題であるが、上述のBanduraの言説からも読み取れるように、大学等の経営倫理教育のクラスにおいて、教師はいかなる物語を選び、そしてその物語に含まれるいかなる登場人物(モデル)のいかなる言動に注目させ、学生たちをいかに導いていくのが問われることになるだろう。

しかしながらその場合、教師の推奨する理想のモデルが、個々の学生たちにとっての評価基準として採択されることを必ずしも保証するものではない。Banduraは、「多くのモデルの中からどれを自己評価基準の型として採用するかは、たくさんの選択的因子により決まる。モデルと観察者の能力の違いがそうした要因の一つである。通常、人は、一生懸命努力をしてやっとその人に匹敵できるようなかなり大きな差のあるモデルよりも、自分の能力に似た能力を持つ準拠モデルを好むものであり、「極度に有能なモデルの高い基準を拒否し、代わりに自分の達成できる範囲内に、自分の要求を設定する」と言う(バンデューラ, 2012:148)。とはいえ、他方では、自己満足感をもたらす評価基準を、相当の時間や労力が見込まれるにもかかわらず、高く設定する人も存在する(同上)。この違いは、どこからく

るのであろうか。Banduraは、その解を自己効力に求める。彼は、「知覚された自己効力が強ければ強いほど、人々が自身のために設定する諸目標はより高くなり、それらの諸目標に対するコミットメントはより強固なものになる」と述べている (Bandura, 1989:730)。この自己効力とはいかなる概念なのか。次にわれわれは、その問いへの考察へと論を進めることにする。

Banduraは、「日常生活において、人はだれでも自分自身に関するさまざまな知識を持つようになるのであるが、その中でも特に重要なことは、ほかならぬ自分自身がやりたいと思っていることの可能性に関する知識、すなわち、自分にはこのようなことがここまではできるのだという考えを持つようになることである」と述べ (祐宗, 原野等, 1985:102)、「このような一人一人の人間が持つ考えや判断や評価の働き」を自己効力と呼ぶ (祐宗, 原野等, 1985:103)。したがって、われわれは、自身の行動可能性やその根拠になる能力に対する確信が強ければ、その人は強い自己効力感を抱いているとかその人の自己効力は強いというような言い方をすることになる。林は、端的に、自己効力を「『自分がある行動をすることができる (能力がある)』という信念もしくは強い気持ちのことである」と言い表わしている (林, 2014:9)。

強い自己効力感を抱く人は、自らの能力を確信しているから、肯定的なプラスの思考を持つことができると Banduraは言う (祐宗, 原野等, 1985:104)。逆に、自身の能力に自己不信を抱く自己効力の弱い人は、否定的なマイナスの思考を持ちやすいと言えよう (祐宗, 原野等, 1985:106)。自身の自己効力に対する知覚あるいは判断は、こうした思考傾向の違いをともなっていて、人々がどんな難題を引き受けるのか、その際どれくらい多くの努力を払うのか、さらには、諸々の障害や困難に直面した場合にどれくらい長く耐え得るのかを規定する (Bandura, 1982:123, Bandura, 1989:730)。Banduraは、「諸困難に悩まされる場合において、自身の諸能力について重大な疑いを抱いている人々は自身の諸努力を減じるか全くやめてしまうが、強い自己効力感を抱く人々は、その難題に打ち勝つためにより大きな努力をする」と述べている (Bandura, 1982:123)。

以上のことから、特に、強い自己効力は問題解決に寄与するような行動を強力に動機づける働きをすることがわかる。Banduraは、例えば、「強い自己効力感を抱く人々は、当該状況による諸要求に対する自身の注意と努力を展開し、諸抵抗によってもっと努力するように駆り立てられる」(Bandura, 1982:123)、あるいは「自身の諸能力を確信している人々は、自身が求めることに失敗した場合に自身の諸努力を強め、成功するまで貫く」とも述べている (Bandura, 1991:258)。彼は、このように人間の問題解決 (行動) に影響を与える自己効力の有効性を、これ以上の表現はないと思われる以下の言葉で強調する。「人間はだれでも、力強い“自己効力”を持てば、何でもできるのだ」と (祐宗, 原野等, 1985:105)。

誇張されているにしても彼の主張を是とすれば、自己効力の威力は絶大ということになる。しかしと云うかだからと云うべきか、自己効力によってできることになる「何でも」にわれわれは、留意する必要がある。何故ならば、自己効力は、Blasiの時に言及した強い意志同様、道具的な性質をもち、道徳的には中立的なものであると考えられる。したがって、この力は、反道徳的な目的のためにも用いることができるのである。それ故、経営倫理教育を念頭におけば、自己効力の及ぶ対象である「何でも」を道徳的なものに限定する必要がある。つまり、前述の強い自己効力感を抱く人々が取り組む難題、困難とは道徳的問題

でなければならない。

そのように道徳的問題に向かう、つまり道徳的行動を促進する自己効力を仮に道徳的自己効力とするならば、大学等の経営倫理教育のクラスにおいて、自身の道徳的自己効力を高める教育は大きな意味を持つことになる。その場合、前半の「道徳的」に焦点をあてれば、前提として学生たちに道徳性についての知識や道徳性に対するの願望を持たせる教育が必要となろう。道徳性が担保されてこそ、後半の「自己効力」強化のための教育が意味を持つことになるからである。そのための手がかりとして、次にBanduraの言う自己効力を基礎づける四つの情報源について概説する。

Banduraは、自己効力を基礎づける四つの情報源として、①遂行行動の達成、②代理的経験、③言語的説得、④生理的状态(情動的喚起)を挙げ(Bandura, 1977:195-199, 祐宗, 原野等, 1985:106-107), それらの情報源を巧みに組み合わせることによって、自己効力を高めていくことができると述べている。

①遂行行動の達成とは、「自分で直接やって、直接体験してみること」である。この情報は、自身の個人的経験に基づくので、最も影響力の大きいものである。

②代理的経験とは、「他人の成功や失敗の様子を観察することによって、代理的の経験を持つこと」である。この要因は、前者の直接的経験よりも影響力は若干弱いかもしれないが、Banduraのモデリングの理論に従えば、相当の影響力があると考えられるべきであろう。Banduraは、モデリングの影響を次のように述べている(バンデュラ, 1997:4)。「モデリングの影響は、自分自身の能力を判断することに対して、社会的な基準以上のものを与えている。人々は、自分たちが熱望するような能力をもつ熟練したモデルを探すものである。行動や思考の表出を通して、有能なモデルは、知識を伝え、環境からの要求を管理するための効果的な技術や方略を観察者に教える。よりよい方法を身につけることは自己効力を上昇させる。何度も進路を阻む障害物に忍耐強く対処しているモデルが示す、何事にもひるまない姿勢は、モデルによって示された技術以上のものを、観察者に与えることができる。」

③言語的説得とは、「自分にはやればできる能力があるのだ。ということ、他人からことばで説得されたり、その他のいろいろなやり方で、社会的な影響を受けること」である。この方法は、手軽さのために広く用いられている。しかし、自身がやってできない経験が度重なると、説得的暗示によって強められた自己効力は、そうした現実と直面することにより容易く消失してしまう。

④生理的状态(情動喚起)は、「自分自身の有能さや、長所や、欠点などを判断していくためのよりどころとなるような、生理的变化の体験(つまり、生理的症状)を自覚すること」である。人は、直接的経験の際に、何らかの情動が喚起され、どきどきしたり、手や声が震えたり、赤面したり、内臓が締めつけられたりといった生理的症状を感じる。特に困難な場面において、自身がこうした症状を感じる事が減った、なくなったと判断すれば、そうした情報は自己効力を強める働きをする。

以上のようなBanduraの言説に従えば、学生たちの自己効力を向上させるためには、クラスにおいて教師は、学生自身の自己効力の判断の基になるこれら四つの情報源に彼らが

接する機会を設ける必要がある。その場合、恐らく③は、単独でやるよりも、①②④における学生自身による実際の経験の裏付けをもとに行う方が効果的であろう。さらには、それらの経験には、省察が伴わなければならない。説得、省察への誘導、ともに教師が深く関わることになる。また、われわれの立場からすれば、主たる関心は、当然のことながら②の代理的経験ということになる。代理的経験には、象徴的モデリング(代理的モデル)が含まれるから、そこには物語と自己効力との関係が問われることになる。また、強い自己効力をもたらす忍耐、不屈、粘り強さは、道徳的動機から道徳的行動の実現へとつながる Rest モデルの4番目の構成要素である道徳的性格に含まれる性向である (Rest, 1994:24)。さらには、これらの性向は、われわれが道徳的行動実現のために追い求める道徳的勇気の属性であるとも言える (Gini, 2011:4)。したがって、これも今後の課題であるが、上記の Bandura による方法により自己効力を向上させることができるのであれば、大学等の高等教育機関における徳育教育において不可能、あるいは困難だとされる道徳的性格(道徳的勇気)の教育への光明を見出すことができるかもしれない(中村, 2014:53-54)。

4. 結言

本研究の目的は、Hoffman, Blasi, Bandura の理論の概説を通じて、道徳的行動の動機づけ要因を明かにすることであった。また、その理由は、徳育教育の方法として古来より物語が有効であると言われてきたが、何故それが道徳的行動の動因となるのかという理論的根拠を把握したいと思ったからである。以上のような本研究の狙いに従い、前章においてそれぞれの論者ごとに、彼らの理論を検討し、各自の主張する道徳的行動の動機づけ要因を明示してきた。また、それにともない、今後の課題とされる経営倫理教育、なかでも物語との関係についても若干言及してきた。それ故、以上において本研究の目的は、決して十分とは言えないが、一応果たせたとわれわれは考えている。それ故、ここにおいて、それらの要約や整理を付加しようとは思わないが、今一度 Bandura のアイデアを借りて、個別に論じてきた三つの理論の接点と経営倫理教育上の若干の含意を提示することによって結言にかえることにする。

先に述べたように、Bandura の目指すものは人間行動に関する包括的な理論の構築であった。彼は、人間行動を決定づける要因の一つとして人間の認知能力にともなう予期機能に着目する。その予期は、結果予期と可能予期に大別され、後者は前述した自己効力として概念化された(祐宗, 原野等, 1985:35-36)。Bandura は、両予期とその相違を次のように説明する。「結果予期は、ある行動がある結果を引き起こすであろうという個人的推測として定義される。可能予期は、人がその結果を生み出すうえで必要な行動を上手く行うことができるという確信のことである。両者の予期は、区別されるものである。何故なら、個々人はある特定の行動が一定の諸結果をもたらすと信じていることができるが、もし彼らが必要な諸行動を実行し得るかどうかについて重大な疑いを心に抱いているのであれば、そうした情報は彼らの行動に影響を及ぼさないからである」と (Bandura, 1977:193)。

さて、こうした Bandura による予期という概念を基に、三者の理論における道徳的行動の主たる動因を検討してみると以下のような共通点が見えてくる。それらは、Hoffman : 共感, 罪責感, Blasi : 道徳的同一性, 道徳的願望, Bandura : 自己調整過程における自己

反応，であったが，いずれも結果予期に関わるものであると言える。中でも，共感的苦痛や罪責感の予期，道徳的同一性の喪失への予期，負の自己反応の予期は，ネガティブな結果予期であり，それを回避するために道徳的行動が動機づけられると考えられている。一方，共感的安堵感，道徳的願望，正の自己反応は，プラスの結果予期につながる道徳的行動の動因であり，予期どおりの結果が実現されれば，恐らく前者の場合よりも当人の満足度は高まり，道徳的行動への強化因としての有効性は高いように思われる。このような想定は，今後，物語の選択やその用い方について論議するうえでの留意点の一つになると言えよう。

また，Banduraの自己効力は，可能予期に関わるものである。既に述べたことであるが，これは行動の動因としての威力は強いが，それ自体道徳性を含むものではないので，前提としてそれを発揮する者には道徳性が備わっていなければならないということにわれわれは再度留意しなければならない。

以上のような認識に基づいて，組織における道徳的行動実現のための経営倫理教育のあり方を今一度考えてみると，それは，Banduraの言う予期を学生たちに抱かせ，機能せしめるように，彼らに働かきかけ，支援するような活動も必要ではないのかというアイデアが想起される。予期の精度を高めるには，直接的な経験の積み重ねが基本であろうが，Banduraのモデリングの理論によれば，代理的モデル（象徴的モデリング）による代理的経験も同様の効果が見込まれるとされる。その場合における有効な方法が，物語の使用であるとわれわれは考えている。

引用・参考文献

英語文献

- Aquino, K., Reed, Americus II . (2002) "The Self-Importance of Moral Identity", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 83, N0.6.
- Armstrong, M.B., Ketz, J.E. and Owsen, D. (2003) "Ethics education in Accounting: moving toward ethical motivation and ethical behavior" *Journal of Accounting Education*, 21 (1).
- Bandura, A. (1971) *Social Learning Theory*, General Learning. (原野広太郎・福島脩美訳 (1974) 『人間行動の形成と自己制御—新しい社会的学習理論—』金子書房。)
- Bandura, A. (1977) "Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, Vol.84, No.2.
- Bandura, A. (1982) "Self-efficacy mechanism in human agency", *American Psychologist*, Vol.37, No.2.
- Bandura, A. (1986) *Social Foundations of Thought & Action : A Social Cognitive Theory*, Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1989) "Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy", *Developmental Psychology*, Vol.25, No.5.
- Bandura, A. (1991) "Social cognitive theory of self-regulation" in J.C.Naylor et al. eds., *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50. Academic Press.

- Baumeister, R. F., Exline, J. J. (1999) "Virtue, personality, and social relations: self-control as the moral muscle", *Journal of Personality* 67:6.
- Bergman, R. (2002) "Why Be Moral? A Conceptual Model from Developmental Psychology", *Human Development*, 45, 2.
- Blasi, A. (1983) "Moral cognition and moral action: A theoretical perspective", *Developmental Review* 3.
- Blasi, A. (1984) "Moral identity: Its role in moral functioning", in W.H.Kurtines, J.L.Gewrtz eds., *Morality, Moral behavior, and Moral development*, John Wiley & Sons.
- Blasi, A. (1985) "The moral personality: Reflections for social science and education", in M. Berkow, F. Oser eds., *Moral Education: Theory and Application*, Lawrence Erlbaum.
- Blasi, A. (1993) "The Development of Identity: Some Implications for Moral Functioning", in G. G. Noam, T. E. Wren eds., *The Moral Self*, The MIT Press.
- Blasi, A. (1999) "Emotions and moral motivation", *Journal for the Theory of Social Behaviour* 29: 1.
- Blasi, A. (2005) "Moral character: A psychological approach", in D.K. Lapsley, F.C.Power (Eds.), *Character psychology and character education*. University of Notre Dame Press.
- Christensen,D., Barnes,J. and Rees,D. (2007) "Developing Resolve to Have Moral Courage: A Field Comparison of Teaching Methods", *Journal of Business Ethics Education*,4.
- Comer,D.R.,Vega,G. (2005) "An Experiential Exercise that Introduces the Concept of the Personal Ethical Threshold to Develop Moral Courage", *Journal of Business Ethics Education*,2 (2) .
- Damon, W., Hart, D. (1992) "Self-Understanding and Its Role in Social and Moral Development", in M.H.Bornstein, M.E.Lamb eds., *Development Psychology: an advanced textbook* 3thed., Lawrence Erlbaum.
- Dobson, J. , Armstrong, M.B. (1995) " Application of Virtue Ethics Theory: A Lesson from Architecture", *Research on Accounting Ethics*, Vol.1.
- Downie, R.S. (1991) "Literature and medicine", *Journal of medical ethics*.17
- Ellenwood, S. and Ryan K. (1991) "Literature and morality: An experimental curriculum", in W.M.Kurtines, J.L.Gewirtz eds., *Handbook of Moral Behavior Development Application*, Lawrence Erlbaum.
- Gini, Al. (2011) "A Short Primer on Moral Courage", in D.R.Comer, G.Vega ed., *Moral Courage in Organizations: Doing the Right Thing at Work*, M.E.Sharpe.
- Goud, N.H. (2005) " Courage: Its Nature and Development", *The Journal of Humanistic Counseling*; Spring, Vol.44.
- Hardy, S. A. (2006) "Identity, reasoning, and emotion : An empirical comparison of three sources of moral motivation"*Motiv Emot.* 30.
- Hardy, S. A., Carlo, G. (2005) "Identity as a source of moral motivation", *Human*

Development, 48

- Hoffman, M.L. (1982) "Development of Prosocial Motivation: Empathy and Guilt", in N.Eisenberg ed., *The Development of Prosocial Behavior*, Academic Press.2.
- Hoffman, M.L. (1984) "Empathy, Its Limitations, and Its Role in a Comprehensive Moral Theory", in J.Gewirtz , W.Kurtines eds., *Morality, moral development, and moral behavior*, Wiley.
- Hoffman, M.L. (1987) "The Controbution of empathy to justice and moral judgment", in N.Eisenberg & J.Strayer (Eds.) , *Empathy and its development*, Cambridge University Press.
- Kennedy, E.J., Lawton, L. (1992) "Business Ethics in Fiction", *Journal of Business Ethics*, 11.
- Kidder,R.M. (2005) *Moral Courage*, Harper.
- Kilpatrick, W. K. (1992a) "Moral character: Story-telling and virtue", in R. T. Knowles, G. F. McLean eds., *Philosophical Foundations for Moral education and Character development: An Integrated Theory of Moral Development*, The Council for Research in Values and Philosophy.
- Kilpatrick, W. K. (1992b) *Why Johnny can't tell right from wrong*, Simon & Schuster.
- Knapp, M.C., Louwers, T. J. and Weber, C.K. (1998) "Celebrating Accounting Heroes: An Alternative Approach to Teaching Ethics", *Advances in Accounting Education*, Vol.1.
- MacIntyre, A. (1981) *After Virtue: a study in moral theory*, University of Notre Dame Press. (篠崎 榮訳 (1993) 『美徳なき時代』みすず書房。)
- Mele,D. (2005) "Ethical Education in Accounting: Integrating Rules, Values, and Virtues ",*Journal of Business Ethics*, 57.
- Mintz,S.M. (1995) " Virtue Ethics and Accounting Education", *Issues in Accounting Education*, Vol.10, No.2, Fall.
- Mintz,S.M. (1996) "The Role of Virtue in Accounting Education",*Accounting Education*,1 (1) .
- Moberg, D.J. (2000) "Role Models and Moral Exemplars: How do employees acquire virtues by observing others?", *Business Ethics Quarterly*, Vol.10 No.3.
- Narvaez, D. (2008) "Human Flourishing and Moral Development: Cognitive and Neurobiological Perspectives of Virtue Development", in L.P.Nucci, D.Narvaez eds., *Handbook of Moral and Character Education.*, Routledge.
- Paine, L.S. (1991) "Ethics as Character Development: Reflections on the Objective of Ethics Education", in R.E.Freeman eds., *Business Ethics: The State of the Art.*, Oxford University Press.
- Puka B. (2000) "Inclusive moral education: A critique and integration of competing approaches" in M.Leicester, C.Mogdil and S.Mogdil eds., *Moral Education and Pluralism*, Falmer Press.
- Rest,J.R. (1983) "Morality", in P.H.Mussen, J.H.Flavell, and E.M.Markman eds., *Handbook*

- of Child Psychology: Cognitive Development*, Vol.3, John Wiley & Sons
- Rest,J.R. (1984) “The Major Component of Morality”,in W.M.Kurtines, J.L.Gewirtz,eds., *Morality, Moral Behavior, and Moral Development*, John Wiley & Sons.
- Rest,J.R. (1994) “Background: Theory and Research”,in J.R.Rest, D.Narvaez eds., *Moral Development in the Professions: Psychology and Applied Ethics*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Rossouw,G.J. (2002) “Three Approaches to Teaching Buasiness Ethics”,*Teaching Business Ethics*,6.
- Sekerka, L.E., Bagozzi, R.P. (2007) “ Moral courage in the workplace: moving to and from the desire and decision to act”, *Business Ethics: A European Review*, Vol.16, No.2. April.
- Shao, R., Aquino, K. and Freeman, D. (2004) “Beyond moral reasoning: A review of moral identity research and its implications for business ethics”, *Business Ethics Quarterly*, Vol.18.
- Solomon, R.C. (1991) “Business Ethics, Literacy, and the Education of the Emotions”, in R.E.Freeman ed., *Business Ethics: The State of the Art.*, Oxford University Press.
- Sommers,C.H. (1993) “ Teaching the Virtues”, *Public Interest*, spring.
- Stewart, I. (1997) “Teaching Accounting Ethics: The Power of Narrative”,*Accounting Education*, 2 (2) .
- Vitz, P. C. (1990) “ The use of stories in moral development: New psychological reasons for an old education method”, *American Psychologist*, Vol.45,No.6.
- Watson, C.E. (2003) “Using Stories to Teach Business Ethics: Developing Character through Examples of Admirable Actions”, *Teaching Business Ethics*, 7.
- Whetstone,J.T. (1998) “Teaching Ethics to Managers: Contemporary Problems and a Traditional Solutions”,in C.Cowton, R.Crisp eds., *Business Ethics*, Oxford University Press.

日本語文献

- 明田芳久 (1992)「社会的認知理論—バンデュエラ」日本道徳性心理学研究会編『道徳性心理学』北大路書房。
- アリストテレス (2002)『ニコマコス倫理学』(朴 一功訳) 京都大学学術出版会。
- アルバート・バンデュエラ (1997)『激動社会の中の自己効力』(本明 寛・野口京子監訳) 金子書房。
- アルバート・バンデュエラ (2012)『社会的学習論—人間理解と教育の基礎—(オンデマンド版)』(原野広太郎監訳) 金子書房。
- 川崎惣一 (2009)「道徳的行動の主たる要因としての共感について」『北海道教育大学紀要(人文科学・社会科学編)』第60巻・第1号。
- 祐宗省三・原野広太郎・柏木恵子・春木 豊編 (1985)『社会的学習理論の新展開』金子書房。
- 中村秋生 (2010)「組織における道徳的行動の実現—経営倫理教育の目的・内容を中心として—」『千葉商大論叢』第47巻・第2号。

中村秋生 (2014) 「組織における道徳的行動実現のための経営倫理教育—認知教育から行動教育としての徳育教育へ—」『千葉商大論叢』第51巻・第2号。

中村瑞穂 (1998) 「企業倫理と日本企業」『明大商学論叢』(明治大学商学研究所) 第80巻・第3・4号。

林 伸二 (2014) 『人と組織を変える自己効力』同文館出版。

マーチン・ホフマン (2001) 『共感と道徳性の発達心理学』(菊池章夫, 二宮克美訳) 川島書店。

宮下一博「アイデンティティ」中島義明・安藤清志・子安増生・坂野雄二・重榎算男・立花政夫・箱田裕司編『心理学辞典』有斐閣。

ローレンス・コールバーグ (1987a) 『道徳性の形成—認知発達のアプローチ—』(永野重史監訳) 新曜社。

ローレンス・コールバーグ (1987b) 『道徳性の発達と道徳教育—コールバーグ理論の展開と実践—』麗澤大学出版会。

(2016.1.13 受稿, 2016.2.9 受理)

[抄 録]

われわれは、組織における道徳的行動を実現させるための経営倫理教育のあり方をめぐって研究努力を続けてきた。そうした研究を通じて、われわれは、経営倫理教育の中心的テーマは、道徳的判断に焦点をあてる認知教育から、道徳的動機や道徳的性格に力点を置く行動教育としての徳育教育に向わなければならないと主張した。先の研究において、徳育教育の目的、内容、方法について詳論し、その有効な教育方法として、物語の使用について言及した。今後の研究課題として、さらにその物語の特性・機能、意義などについての考察・展開が予定されている。

本研究は、そうした今後の課題展開に至る前の予備的考察を意図するものである。経営倫理教育（徳育教育）の研究において、物語の効用については様々語られているが、物語が何故、徳に作用し、道徳的動機や道徳性格の有機能化、つまり道徳的行動の動因となるのかについての理論的根拠が明らかとは言い難い。このような認識から、われわれは、少し遠回りして、そもそも論に立ち戻ろうと思う。つまり、そもそも何が道徳的行動を動機づけるのかという問題への接近である。そして、その説明のための理論的根拠を心理学、中でも道徳的機能化の問題との関係の深い、Hoffman, Blasi, Banduraの理論に求める。よって、本研究の狙いは、道徳的行動の動機づけ要因をHoffman, Blasi, Banduraの理論を手がかりにして、明らかにするものである。

キーワード：Hoffman, Blasi, Bandura, 共感, 罪責感, 誘導的しつけ, 道徳的同一性, 道徳的願望, 道徳的意志, モデリング, 自己調整機能, 自己効力

目 次

1. 緒言—前からの繋がり—と研究の意図—
 - 1.1 直近の研究の要点
 - 1.2 今回の研究の狙い
2. 本研究において取り上げる三人の心理学者
3. 道徳的機能化についての三つの心理学理論
 - 3.1 Hoffmanの理論—共感性発達理論—
 - 3.2 Blasiの理論—道徳的同一性モデル—
 - 3.3 Banduraの理論—社会的認知理論—
4. 結言

受け手態度がクチコミの言語抽象度を与える影響

安 藤 和 代

1. クチコミ受発信時に受け手が果たす役割

クチコミが交わされる場面において、受け手が果たす役割は決して小さくないことが指摘されている (Arndt 1967)。商品に関する会話のうち受け手から始まったケースの割合について、Cox (1963) および East et al. (2005) は50%、Troidahl (1963) は3分の2であったと報告している。Reingen and Kernan (1986) が行った調査では、30ケースの内23ケース (76%) で、受け手によってクチコミのきっかけが作られていた。

送り手と受け手のどちらがきっかけを作ったのかによって、受け手の認知や行動に与えるクチコミの影響力に差が生じることが指摘されている。違いが生まれる要因の1つには、受け手の動機づけレベルがある (Gatignon and Robertson 1986)。クチコミを求める受け手は、会話を始めた段階ですでに情報処理への動機づけがなされているため、得られた情報によって彼ら自身の認知や情動は高いレベルに達しやすい。一方、広告情報に接する場合や送り手がクチコミを始める場合、その時点では受け手の情報処理に対する動機は小さく、情報によって高い認知や情動が作られる可能性は、受け手がクチコミを求めた場合と比較すると、低くなる。

違いが生まれるもう1つの要因に、受け手による送り手の選択がある。一般的に人は、意図した行為を支持する情報に対して選択的に注意を向けたり、意図した行為が支持されるように情報を解釈したりする傾向がある。クチコミを求める場面においても、人は、ニュートラルな立場をとるケースばかりではなく、自分自身の態度や評価と一致する情報をもたらしてくれると思われる相手にクチコミを求めたり、あるいは得られたクチコミ情報の中で自身の態度や評価と一致する情報に対して選択的に注意を向けたりしている⁽¹⁾。こうした傾向について、クチコミ研究では「セレクトティブ・ディフェンス・メカニズム」として論じている (Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet 1948 ; Rogers 1962)。

このように、先行研究では受け手が送り手を選んでクチコミを求め、選択的な情報探索や情報処理を行っていることが示されている。これら研究は、受け手が送り手の存在に意識や注意を向けていることを指摘するものであるが、本章では、送り手も同様に、受け手の存在に意識や注意を向けているのではないかと仮定する。なぜなら、人は相手からよく思われたいという動機づけを持っているため、相手の態度にあわせた言動をとる傾向があるからである (深田 1998)。例えば、Marsh and Tversky (2004) において実験協力者は、4

(1) 池田 (2010) は、人々がどこまで意図的に情報を選択しているのかという点については、明確な結論が得られていないと論じている。しかしインターネットの登場で、メディアも情報も多様化する中で、選択の幅は極限まで広がり、選択無しではなにもできなくなっていることも認めている。今日の情報環境下では、自分の志向性と異なる情報に出会う機会を減らしやすくなってことを指摘している (p277)。

週間の間に繰り返し語られた141の出来事のうち69(49%)について、状況に応じて内容を変えて語ったと申告した。そのうち55%の人は、受け手の違いから内容を変えたと回答した。また筆者が2010年に行ったクチコミを再現する実験において、送り手は受け手の態度に配慮する様子が見受けられた。協力者は古都にある代表的寺院の襖絵を完成させた高齢画家の感動的なドキュメンタリー番組を見たのちに、別室で待っている友人に、その番組とその画家の展覧会予告についてのクチコミをしたが、その際、「美術展によく行っているよね。だから興味があると思うのだけど」「今、高齢画家が登場する番組を見てきたのだけど、絵とか、関心なさそうだよね」などと、受け手の態度を押し量りつつ語り始め、受け手の反応への気遣いが見て取れた。本章では、受け手態度が送り手に与える影響に注目し、送り手が採用する言語タイプは、受け手態度によって差が生じることを実証する。

では、クチコミが語られるときに採用される言語タイプに注目するマーケティング的な意義は、どのような点にあるのだろうか。1つには、クチコミの言語タイプの違いが送り手自身のその後の態度や行動意向に影響するため、言語タイプに注目することに意義があると考えられる。Moore (2012) では、快楽的製品に関するポジティブな出来事を論理的に説明するような語り方をすると好ましい態度が抑制され、ネガティブな出来事を感情こめて追体験するような語り方をすると嫌悪感が増長することが示されている。また、言語タイプの違いは、受け手の対象評価や購買意向に差を生じさせることも指摘されている (Schellekens, Verlegh, and Smidts 2010)。人は言語抽象度を参照して送り手の態度を推測し、その態度と一致する方向に自身の態度を偏向させるため違いが生まれると、Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) は説明している。こうした点を踏まえるならば、クチコミをマーケティングコミュニケーションツールとして活用する際、企業は、自社および自社製品やサービスに関するポジティブな情報が語られることを目標とするだけでなく、語り方、文脈等についても検討する必要があるだろう。本章の知見は、より細やかなマーケティング活動の検討に貢献すると考えている。

本章の構成は次のとおりである。第2節では、クチコミ研究、言語タイプに関する研究、会話における受け手の影響力に関する研究を概観し、第3節で仮説を設定する。第4節では調査概要を、第5節ではマニピュレーションチェックを行った上で仮説の検証を行い、結果を示す。第6節では得られた知見を提示し、課題と今後の研究の方向性を示すことで、本研究のまとめとする。

2. 先行研究

2-1. 言語的特徴に注目したクチコミ研究

語り方に注目した数少ないクチコミ研究には、ナラティブ構造に注目する研究 (Delgado and Escalas 2004) や、LIWC カテゴリーモデル (Pennebaker and Francis 1996) の考えを踏まえ、「出来事をわかりやすく説明する論理的言語」と「感情をこめてリアルに伝える追体験的言語」との2つ言語タイプに分けて分析する研究 (Moore 2009, 2012) などがある。そして本章で注目する Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) は、言語抽象度の違いに焦点を当てている。他人の行動(態度)を記述するときに使われる言葉の抽象度は、対象とする行動(態度)が期待と一致しているか否か、あるいはその程度に

より異なる、という社会心理学領域での研究知見に基づくものである。この考えをマーケティングシーンに置き換えるならば、クチコミの対象となる製品やサービスの消費経験が、それらに対して有している既存の態度と一致するものなのか否か、その程度によって言語抽象度は決まるということであろう。

ここでいう期待とは、既成概念がベースとなっている場合もあれば、その人に対して好意的なのか否かといったことがベースとなる場合もある (Maass et al. 1989; Wigboldus, Semin, and Spears 2000)。そして、期待と言語抽象度との関係について、次のような具体的な事例で示すことができる。既存の期待と一致する態度をとった人を記述する場合には、例えば「彼は役に立つ」「彼女は攻撃的だ」というように、より抽象的な言葉で記述する。抽象的な表現は、その行動がその人の典型的な行動であり、その人をよく表しているという信念を強く示す表現である。一方、期待通りではなかった場合には、例えば「彼が我々に指針を示してくれた」「彼女は彼に大声を上げた」というように、具体的な言葉で記述する。具体的な表現は、対象となるふるまい(態度)を一度だけの出来事として位置づけ、その出来事とその人の性質と結びつけたり、典型的な行動であるとみなしたりすることを控えている (Maass et al.1989; Wigboldus, Semin, and Spears 2000)。

対人コミュニケーションにおける言語カテゴリーが有する認知的な意味や作用について研究したSemin and Fiedler (1988) は、3つの実験を通して、抽象的表現から具体的表現までの4レベルを設定し、語り方の分類を行った。対象に対する期待と現実の事象が一致しているのか否かに言語抽象度は依存するという考えをふまえ、それぞれの語り方を次のように定義づけている。最も具体的な表現は、記述的な動作動詞を用いる場合で (DAV=descriptive action verbs)、観察された出来事を説明や解釈を加えない記述で伝える。例えば、AがBを叩いたといった文章である。やや具体的な表現は、説明的・解釈的な動作動詞を用いる場合で (IAV=interpretive action verbs)、特定の観察された行動について、より一般的なレベルで言及するものである。IAVは行動により見出される特定の特徴を提示することはせず、例えば、AはBを傷つけたといった文章である。やや抽象度な表現は、状態動詞を用いる場合である (SV=State Verbs)。状態動詞は人の目に見えないが永続的に続く状態(精神状態など)を示しており、特定の行動を示すものではない。例えばAはBを嫌っているといった文章である。最も抽象的な表現は、形容詞 (ADJ) を用いる場合で、文章の主語と、出来事を通して恐らく普遍と思われる特徴レベルに行動を一般化して記述する。例えばAは攻撃的だといった文章である。このような4つの文章タイプが提示されることで、調査者は主観的な判断で分類することなく、ひな形と照らし合わせることで抽象度レベルを判定することができるため、客観的で機械的な判定が可能となっている。

Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) は5つの実験を通して、製品やサービス、消費体験について語られる場合にも、このモデルが適用されることを確認した。また彼らは、実験4と5で、クチコミの受け手に注意を向けている。受け手は言語抽象度を参考に送り手の対象への態度を推測していること、その結果、受け手の対象への態度や購入意向に影響することを明らかにした。ポジティブでもネガティブでも、抽象的に語られる場合には具体的に語られる場合より、送り手の態度をより強いものと(好意や嫌悪をより強く)推察し、受け手態度は送り手態度と一致する方向にバイアスがかかった。

本研究ではSchellekens, Verlegh, and Smidts. (2010) を参照し(表1)、言語カテゴリー

表 1. 送り手態度と事実の一致度による言語抽象度

		送り手の態度	
		好ましい	好ましくない
内容	ポジティブ	抽象的	具体的
	ネガティブ	具体的	抽象的

Schellekens, Verlegh, and Smidts. (2010) の結果をもとに筆者作成

モデルの考え方をベースにクチコミの語り方について検討する。その際、送り手の言語選択に与える受け手の影響を加味した仮説を設定するため、次項では受け手に注目するコミュニケーション研究を概観する。

2-2. 受け手に注目するクチコミ研究

クチコミ研究では「情報の2段階の流れ仮説」⁽²⁾をベースとしてきたため、クチコミの始まりについてはあまり研究されてこなかった (Bristor 1990)。しかし、冒頭で述べたとおり、日常生活において受け手から始まるクチコミは決して少なくない。Bristor (1990) は受け手がクチコミを求める条件を、次の3つの製品特性と4つの状況要因に整理している。

3つの製品特性とは、「無形性や不可分性といった性質を持つサービス」「知覚リスクが高い製品やサービス」「新製品」である。1つずつ確認しておこう。サービスが有する無形性や不可分性といった特性から、人は購入前に品質を確かめたり、他と比較したりすることができない。そのため使用経験者からの情報が求められやすい。多様な知覚リスクがある場合も同様である。例えば「最新の電子機器がどの程度うまく作動するのか」といった機能的リスクや、「最新のファッションを取り入れた場合、周囲から受け入れられるのか」といった社会的リスク、「高価な製品購入では失敗できない」といった金銭的リスク、「この美容師に任せて大丈夫か」といった心理的リスクを感じている人は、そうでない人よりクチコミを求め、リスクを低減したいと考える。斬新な新製品で機能が複雑であるとき、事前の試用やサンプル入手が困難ならば、サービス購入時と同様の理由からクチコミが求められる。

次に、4つの状況要因とは「入手できる情報が少ないとき」「意思決定にかけられる時間が短いとき」「意思決定プロセスの最終局面」「意思決定がわずらわしいとき」である。クチコミの先行研究で示されているように、クチコミの情報提供者には商業的意図がない (Arndt 1967)。また、クチコミには事実情報に加えて、使用した人の態度や評価、感情などの表現である評価情報が含まれるため、意思決定にかけられる時間が短いときや意思決定がわずらわしいとき、プロセスの最終局面において、用いられやすい。受け手はクチコミを、自分の代わりに送り手が使用し評価した結果とみなすことも、受け手からクチコミが求められる要因となる。

(2) 1930年代、マスメディアが発信する情報は注射をうつかのごとく消費者に作用し、態度を変える力を持つと考える「皮下注射モデル」が支配的であった。しかし Lazarsfeld et al. (1948) は、大統領選挙キャンペーンの効果分析により、マスメディアを使ったキャンペーンよりもパーソナル・コミュニケーションによって態度を変えた人のほうが多いことを発見し「情報の2段階の流れ仮説」を示した。

受け手がきっかけを作った場合、送り手がきっかけを作った場合と比較して、クチコミの影響力は高くなるのが先行研究で指摘されている。その要因の1つは、冒頭でも触れたように、受け手の情報処理に対する動機づけレベルの差にある。受け手が求めるクチコミの場合、その時点で受け手の情報処理に対する動機づけは高まっているため、影響が大きくなる。そして、もう1つの要因には、セレクトティブ・ディフェンス・メカニズムの働きがある。セレクトティブ・ディフェンス・メカニズムとは、人は既存の態度や価値観と一致しない会話から影響を受けないようにする傾向があることを論じたものである。複数の研究が、パーソナル・コミュニケーションにおいてセレクトティブ・ディフェンス・メカニズムを作用させる一つの方法として、受け手による語り手の選択をあげている (Atkin 1962; Arndt 1966; Berelson, Lazasfeld, and McPhee 1954)。例えば、Berelson, Lazasfeld, and McPhee (1954) の選挙にまつわる調査において、「政策について支持政党が同じ人と議論した」と回答した人は66%であったのに対して、「支持政党が異なる人と議論した」と回答した人は18%にすぎなかった。協力者は主に支持する政党の候補者に関する報道を見ていた。また、Atkin (1962) のスーパーの選択行動に関する調査において、人は主に、自身が好意的な態度を持つスーパーの情報に接していた。協力者の64%が好意的なスーパーの広告に、協力者の88%が当該スーパーに関するクチコミに接していた。統計的な分析はされていないため明確に論じることはできないが、この結果からマスメディア広告よりクチコミの方が選択的であることが推測できる。Arndt (1966) が行ったコーヒーの選択に関する調査でも、新製品を買わないつもりにしている協力者は、当該製品に関するクチコミ情報を得ようとしなかったことが示された。被験者は既存の態度や関心と一致した情報に好んで接しており、反対意見に接した上で影響を受けなかったわけではないことが明らかにされている。このように、クチコミが交わされる場面で受け手が一定の役割を果たしていることは明らかである。では、受け手が送り手の語り方や言語選択にどのように働きかけているのだろうか。次項では、主として社会心理学領域で取り組まれている研究を概観する。

2-3. 受け手チューニングに関する研究

語られる情報量や語り方は受け手の影響を受けていることが、複数の先行研究により明らかにされている。例えば情報量は、送り手自身が認識する「聴衆が理解したい、知りたいと思っている程度」に依存する。Pasupathi, Stallworth, and Murdoch (1998) は、話を聞こうとしている聴衆に対して、聞く気のない聴衆に対してより、多くのことを話し、その結果、送り手は多くのことを記憶することを指摘している。状況により人は語り方を変えるという実験結果もある。Hyman (1994) は実験協力者に対してその場で短い物語を読み、その内容を人に語り聞かせるような方法で記述するよう依頼した。その際、受け手を友人か実験管理者かの2つの条件で操作した。その結果、実験管理者に語る場合は、友人に語る場合と比較して、物語に含まれる正確な細部情報が有意に多かった。一方で友人に語る場合は、実験者に語る場合と比較して、話の中に含まれた個人的な印象や評価の数が有意に多かった。

Higgins and Rholes (1978) や Sedikides (1990) は、対象に対する受け手の態度により人は語り方を変えることを見出した。Higgins and Rholes (1978) では、受け手が対象に対して肯定的な態度を持っている場合にはポジティブな情報を、否定的な態度を持っている場

合にはネガティブな情報を伝えた。またSedikides (1990) では、実験資料で示された人物像を受け手に説明するとき、送り手は受け手の意見に合わせた表現を使った。こうした現象は「受け手へのチューニング」と呼ばれている (Higgins 1999)。

では、送り手はどのような場合に受け手へのチューニングを行うのだろうか。菅・唐沢 (2011) は、受け手にとって関連性の高い情報の場合に受け手へのチューニングが起きると指摘している。語られる内容と受け手との関連性が強い場合は、ポジティブな内容よりネガティブな内容が言及され、関連性が低い場合は、ポジティブ情報とネガティブ情報は同程度に言及されることを実証した。またHiggins (1999) は、送り手が受け手との友好を深めたいと考える場合に受け手へのチューニングを行い、語られる内容は受け手態度にそったものになることを明らかにした。このように、受け手へのチューニングは「情報の送り手、受け手、ターゲットの3者の関係性によって規定される社会的文脈に依存 (菅・唐沢 2011, p21)」すると考えられている。

さらに、自分が発信する情報が受け手に届くと知覚する場合 (Semin, de Montes, and Valencia 2003) や、協調的な関係が築かれている場合 (Higgins and Rhols 1978) に、受け手へのチューニングを行うことが指摘されている。例えば、Higgins and Rhols (1978) では、送り手と受け手が協調的な関係を有する場合、受け手態度に収束する方法で受け手チューニングが生じるが、競争的、あるいは敵対的な関係を有する場合、徐々に意見を合わせようとせず、別の方向に向かうことが示されている。以上の先行研究を踏まえ次節では、クチコミ場面で想定される受け手へのチューニングについて、仮説を設定する。

3. 仮説設定

受け手へのチューニングが生じる際、送り手は受け手の態度に矛盾しないように語る。本章では、受け手の態度と矛盾しない語り方として、受け手の態度に矛盾しない言語抽象度、より具体的に言うならば、受け手が語る場合に採用するであろう言語抽象度と一致する語り方を用いると推測する。したがって、話題にする送り手の消費体験と受け手が有する態度が一致する場合には抽象度を高め、送り手の消費体験と受け手が有する態度が一致しない場合には抽象度を低めると仮定する。

では、送り手はどのようなクチコミ場面で受け手へのチューニングを行うだろうか。協調的な関係 (Higgins and Rhols 1978)、あるいは友好的な状況 (Higgins 1999) において、送り手態度に収束する方法で受け手へのチューニングが起きることが指摘されている。これら知見を前提とするならば、送り手態度と、話題にする消費体験と、受け手態度が一致する場合に、受け手へのチューニングが生じるだろう。なぜならば、両者の態度と実際の出来事に矛盾がないため、意見の対立や矛盾が生じない。協調的な状況の中で友好的な会話が交わされると推測されるからである。

例えば、常に期待を裏切らない料理と心地よいサービスを提供するお気に入りのレストランで、最近、食事をしたところ、今回も期待を裏切らない料理とサービスであった。この消費体験を話そうと思っている2人の友人のうち、Aさんは当該レストランに好意的な態度を示しているが、Bさんは当該レストランについてネガティブな発言をしていた。こうした条件下で送り手は、Aさんには「あの店の料理が一級品だ」「あの店は最高だ」といっ

た抽象度の高い表現を用いるが、Bさんには「数日前にあのレストランで、他所で食べたことのないほど美味しい料理を食べた」「期待するタイミングで料理をだしてくれて、スタッフの気配りが行き届いている」といった具体的な表現を用いて語る。一方、ネガティブな消費体験の場合には、Aさんには「数日前にあの店に行ったが、前と比較にならないほど料理の味が落ちていた」「スタッフの態度にがっかりして、文句を言ってしまった」といった具体的な表現を用いて語り、Bさんには「今はあの店を全く評価していない」「あの店はやはり良い店とは言えない」といった抽象的な表現を用いて語ると推察する。以上のことから、次の仮説を設定する。

仮説1：対象に対して好ましい態度を持つ消費者がポジティブな消費体験について語るとき、受け手が対象に対して好ましくない態度を持つ場合より好ましい態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る。

仮説2：対象に対して好ましくない態度を持つ消費者がネガティブな消費体験について語るとき、受け手が対象に対して好ましい態度を持つ場合より好ましくない態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る。

では、送り手態度と消費体験が一致しない場合はどうだろうか。受け手へのチューニングは送り手にとって重要性が高いと思われる場面で生じることを示したHiggins (1999) や菅・唐沢 (2011) を前提とするならば、受け手にとって重要性が高いとみなされるネガティブな内容の場合にのみ、受け手へのチューニングが生じるのではないか。ポジティブな内容の場合、受け手の態度にかかわらず具体的な言語で語るが、ネガティブな消費体験をしたとき、受け手がネガティブな態度を持つ場合、ポジティブな態度を持つ場合より、抽象度を高めて語ると仮定する。以上のことから、次の仮説を設定する。

仮説3：対象に対して好ましい態度を持つ消費者がネガティブな消費体験について語るとき、受け手が対象に対して好ましい態度を持つ場合より好ましくない態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る。

仮説4：対象に対して好ましくない態度を持つ消費者がポジティブな消費体験について語るとき、用いられる言語抽象度に受け手の態度による差はない。

4. 調査⁽³⁾

4-1. 調査概要

以上の仮説を検証するために、株式会社マクロミルの協力を得て非公開型インターネット調査を行った。スクリーニング調査は2012年2月7日から9日の3日間、株式会社マクロミルに登録する20代～50代の消費者モニター10,000人を対象に実施した。クチコミ発

(3) 本調査は、財団法人吉田秀雄記念事業財団(平成22年度)の助成を受けて行ったものである。

表2. 条件別・回答者数

単位：人 合計267人

クチコミ対象体験 送り手の態度 受け手態度(ダミー)	ポジティブ				ネガティブ			
	好意的		否定的		好意的		否定的	
	セル 番号	人数	セル 番号	人数	セル 番号	人数	セル 番号	人数
統制群(条件なし)	1	24	2	21	3	23	4	21
好意的友人	5	23	6	21	7	23	8	21
否定的友人	9	23	10	23	11	23	12	21

言が多いとされるオピニオンリーダー得点 (Solomon 1996) やネットワークカー得点 (松田 1996) の高い人、本調査ではカジュアル・ファッション・ブランドについてのクチコミを対象とするため、好ましいカジュアルブランドあるいは好ましくないカジュアルブランドを明確にあげられる人を条件にリクルーティングを行った。また協力者は、自身があげた好ましいカジュアル・ファッション・ブランドおよび好ましくないカジュアル・ファッション・ブランドについて、態度を測定する14項目の質問にも回答した。

本調査は「カジュアル・ファッション・ブランドに関するアンケート」として2012年2月13日から15日の間に実施した。送り手の態度と受け手の態度との組み合わせによってクチコミ言語抽象度に違いが生じるかどうかを検証する。また、語られる体験のバレンス⁽⁴⁾やクチコミ・タイプを操作条件に加えた。具体的には、送り手の態度2水準(好意的, 否定的), 受け手の態度3水準(好意的, 否定的, 統制群), 語られる消費体験のバレンス2水準(ポジティブ, ネガティブ)で操作した。それぞれを組み合わせ12の質問票を用意し、回答者はアトランダムに割り当てられた1つの質問票に答えた。条件につき20名の回答者を予定して調査を行ったところ、1条件あたり21名から24名、合計267名の協力を得ることができた(詳細は表2のとおり)。

4-2. 操作方法および尺度設定

調査設計を考えるにあたり、Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) を参考にした。最初に、独立変数の操作方法について説明する。送り手の態度2水準については、スクリーニング調査あるいは本調査で回答した好ましいカジュアル・ファッション・ブランドあるいは好ましくないカジュアル・ファッション・ブランドで起きた出来事として実験を設定することで操作した。受け手の態度3水準の操作は、調査時に提示するシナリオで操作した。好意的態度の友人を想定した質問票では「語りかける友人は、このブランドのファンであり、いつも好意的な発言をしている」、否定的態度の友人を想定した質問票では「語りかける友人は、もともと、このブランドをあまり評価していない」、統制群では記述なしとした。語られる消費体験のバレンス2水準の操作も、調査時に提示するシナリオで操作した。ネ

(4) バレンス (valence) とは、誘発性、誘意性、行動価と訳され、「対象(環境)が惹きつけたり避けたりする性質(中島他 1999, p.857)」を指す。正か負の動機づけを与えるものを指しており、感情に関しては肯定的否定的という意味でつかわれることが多い。感情はバレンスと強度を基準に識別される(岸1993)。

ガティブ体験の設定については Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) の実験シナリオを模倣し、ポジティブ体験については類似する場面を想定した。具体的には次のとおりである。

<ネガティブ体験シナリオ>

前の問いでお答えいただいた最も好きな(好ましくない)カジュアルブランドを思い出していただき、そのブランドに起きた出来事として次の文章をお読みください。「(あなたのもっとも好きな(好ましくない)カジュアル・ファッション・ブランドの) シンプルなデザインでシックな黒のTシャツ。合わせやすいので頻繁に着てようと思っていたが、『1回洗濯しただけで白けた黒になってしまい、へたれた感じになってしまった』」。

<ポジティブ体験シナリオ>

ポジティブな体験条件では『』の部分で次の文章、『すでに30回以上洗濯しているが完全な黒をキープしている』に変更した。

従属変数であるクチコミ言語の抽象度を測定する方法について説明する。Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) を参照し、言語カテゴリーモデルに基づき抽象度4水準に対応する文章を作成した。それらを提示し、自分自身が語る場合に最もあてはまる文章1つを選択するよう依頼した。ポジティブの場合の記述について、抽象的から具体的へと順に並べると「買った時のきれいな色が長く続く (DAV: 以下, 具体的)」「染色技術が優れている (IAV: 以下, やや具体的)」「私は高く評価している (SV: 以下, やや抽象的)」「他より優れている (ADJ: 以下, 抽象的)」である。ネガティブの場合の記述について、「色落ちすることがある (具体的)」「品質にばらつきがある (やや具体的)」「私は高く評価していない (やや抽象的)」「二流品だ (抽象的)」の4つの文章を提示した。対面でのクチコミ場面をイメージしやすいように、「話題が“Tシャツの色落ちの話”になっています。その話しを受けて、今読んでいただいた事実を友人に伝える場合、どのように語りますか」と質問した。

5. 分析結果

5-1. マニピュレーションチェック

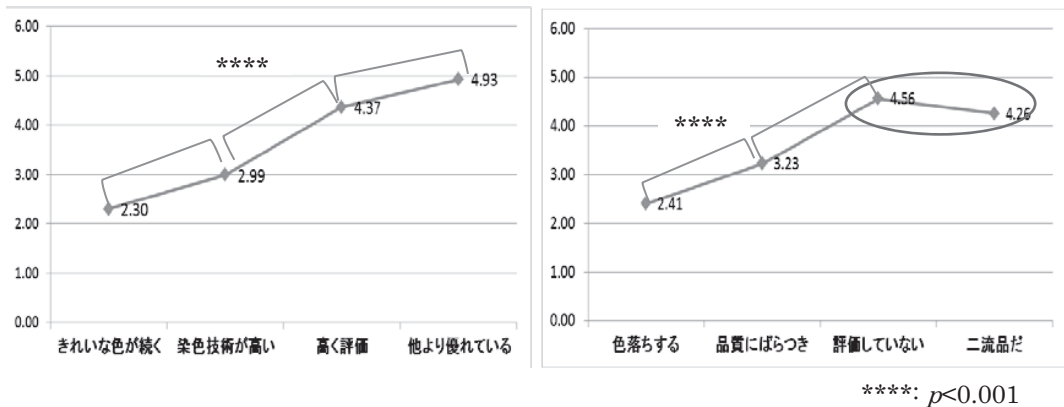
抽象的・やや抽象的・やや具体的・具体的、4通りの文章が想定通りに操作できているのかを確認するため、調査の冒頭で、ポジティブ体験あるいはネガティブ体験のいずれかの4通りの文章を示し、「具体的表現(1) - 抽象的表現(7)」の7件法のSD尺度法で知覚抽象度を測定した。その際、順番による影響がでないようにランダムに提示した。

同じ人が4つの文章の抽象度をどのように回答しているのか、想定通りの差があるのかを確認するため、反復測定分散分析を行った。その結果、ポジティブ体験の記述の場合、4通りの文章間で抽象度に有意な差が見られた ($F(1,213) = 234.80, p < 0.001$)。その後、多重比較 (Sidak法) を行ったところ、すべての文章タイプの間で仮定通りの有意差が見られた ($p < 0.001$)。次にネガティブ体験の記述についても反復測定分散分析を行ったところ、有意な差が見られた ($F(1,201) = 126.05, 0p < 0.001$)。多重比較の結果、最も具体的な表現と

表3. 抽象度文章の操作確認

タイプ	項目	平均値	F 値	項目	平均値	F 値
具体的	きれいな色が続く	2.3	243.80, $p<0.001$	色落ちする	2.41	126.05, $p<0.001$
やや具体的	染色技術が高い	2.99		品質にばらつき	3.23	
やや抽象的	高く評価	4.37		評価していない	4.56	
抽象的	他より優れている	4.93		二流品だ	4.26	

図1. 抽象度文章の操作結果グラフ (左：ポジティブ, 右：ネガティブ)



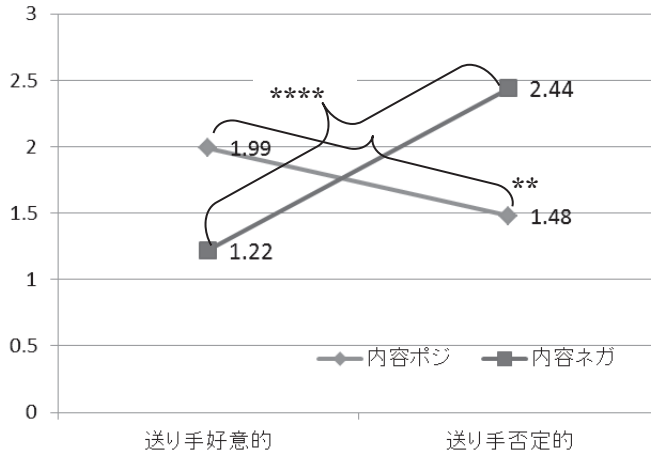
その他3表現の間と、やや具体的な文章タイプと抽象的な2表現の間に有意な差が認められたが (Sidak 法, $p<0.001$), 抽象度が高い2つの文章タイプの間には有意な差は認められなかった (表3・図1)。ポジティブ体験の記述の抽象度は操作できていることが確認されたが、ネガティブ体験の記述の抽象度は、やや抽象的と抽象的との間に差が認められなかった。しかし、両者を抽象的記述とみなした3水準では想定通りの操作が行えていることから、以下のネガティブな記述の検証では、4水準間と3水準間との2通りで統計分析を行う。

5-2. 仮説1・2の検証—送り手態度・受け手態度・体験が一致する場合

設定仮説の検証に入る前に, Schellekens, Verlegh, and Smidts (2010) で示された知見「ポジティブな消費体験について語るとき、好ましい態度の消費者は、好ましくない態度の消費者より、抽象的に語る」を本調査データでも確認するため、表2で記載したセル番号1・5・9と2・6・10のデータを用いて検証する。調査設計上、母集団分布の正規性が仮定できないため、ノンパラメトリック法で独立サンプルのt検定 (マンホイットニーのU検定) を行ったところ、統計的に有意な差が認められた ($U=1777.50$, $p<0.05$)。好意的な態度を持つ送り手の抽象度 (平均値1.99) は否定的な態度を持つ送り手の抽象度 (平均値1.48) より高かった (図2・◆)。

同様に「ネガティブな消費体験について語るとき、好ましい態度の消費者は、好ましくない態度の消費者より、具体的に語る」を、表1で記載したセル番号3・7・11と4・8・12のデータを用いて検証する。クチコミコメントの抽象度に差があるのかをマンホイット

図2. 送り手態度と体験の一致と言語抽象度の関係



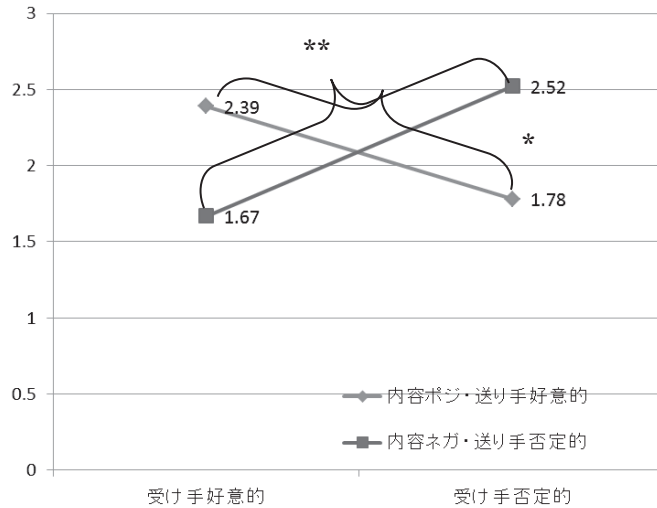
**** : $p < 0.001$, ** : $p < 0.05$

ニーのU検定を行ったところ、統計的に有意な差が認められ ($U=1227.50$, $p < 0.001$)、先行研究を支持する結果となった。好意的な態度を持つ送り手の抽象度 (平均値1.22) を否定的な態度を持つ送り手の抽象度 (平均値2.44) が上回った (図2・■)。さらに、ネガティブな体験に関する抽象的記述をまとめた3水準で分析を行ったところ同様の結果が得られた ($U=1235.50$, $P < 0.001$)。

続いて、設定仮説の検証を行う。仮説1「対象に対して好ましい態度を持つ消費者がポジティブな消費体験について語る時、受け手が対象に対して好ましくない態度を持つ場合より好ましい態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る」をセル番号5と9のデータを用いて検証する。ノンパラメトリック法で独立サンプルのt検定 (マンホイットニーのU検定) を行ったところ、統計的に有意な差は認められなかったが、10%水準での有意差が認められた ($U=193.00$, $p < 0.10$)。仮説1は明確な支持とはいえないが、仮定した傾向は認められた。対象に対して好意的な態度を持つ消費者が、ポジティブな体験を語る時、否定的な態度の受け手より (平均値1.78)、自分と同じ態度を持つ好意的な受け手に対して (平均値2.39) 抽象度を上げて語っており、仮説通りの傾向が確認された (図3・◆)。

次に、仮説2「対象に対して好ましくない態度を持つ消費者がネガティブな消費体験について語る時、受け手が対象に対して好ましい態度を持つ場合より好ましくない態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る」を、セル番号8と12のデータを用いて検証する。マンホイットニーのU検定を行ったところ、統計的に有意な差が認められ ($U=138.50$, $p < 0.05$)、仮説2は支持された。やや抽象的な文章 (SV) と抽象的な文章 (ADJ) を1つにまとめた3水準で同様の分析を行ったところ、同様の結果が得られた ($U=141.50$, $P < 0.05$)。対象に対して否定的な態度を持つ消費者が、ネガティブな体験を語る時、好意的な受け手より (平均値1.67) 自分と同じ態度を持つ否定的な態度の受け手に対して (平均値2.52) 抽象度を上げて語ることが示され (図3・■)、仮説を支持する結果が得られた。(3水準データでの分析の場合、好意的な送り手態度 : $M=1.57$; 否定的な送り手態度 : $M=2.19$)。

図3. 送り手態度と体験が一致する場合
—受け手態度との一致度と言語抽象度の関係



** : $p < 0.05$, * : $p < 0.10$,

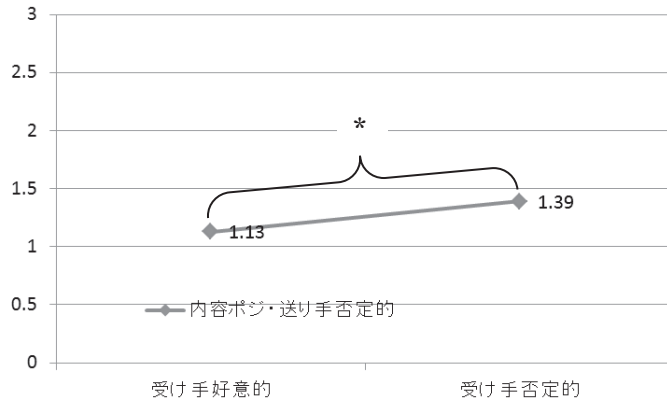
5-3. 仮説3・4の検証—送り手態度・受け手態度・体験が不一致な場合

では、送り手の態度と消費体験が一致しない場合、受け手チューニングは起きるのか。仮説3「対象に対して好ましい態度を持つ消費者がネガティブな消費体験について語る時、受け手が対象に対して好ましい態度を持つ場合より好ましくない態度を持つ場合に、送り手はより抽象的に語る」を、セル番号7・11のデータを用いて検証する。ノンパラメトリック法で独立サンプルのt検定(マンホイットニーのU検定)を行ったところ、統計的に有意な差は認められなかったが、10%水準での有意差が認められた($U=205.50$, $P < 0.10$)。仮説3は支持されたと明確には言えないが、仮定した傾向は認められた。やや抽象的な文章(SV)と抽象的な文章(ADJ)を1つにまとめた3水準で分析を行ったところ、同様の結果が得られた($U=205.50$, $P < 0.10$)。対象に対して好意的な態度を持つ消費者が、ネガティブな体験を語る時、好意的な態度の受け手より(平均値1.13)、否定的な態度の受け手に対して(抽象度:1.39)、より抽象的に語る傾向が示された(図4)。(3水準データでの分析の場合、好意的な送り手態度: $M=1.13$; 否定的な送り手態度: $M=1.39$)。

次に、仮説4「対象に対して好ましくない態度を持つ消費者がポジティブな消費体験について語る時、用いられる言語抽象度に受け手の態度による差はない」を検証する。ノンパラメトリック法で独立サンプルのt検定(マンホイットニーのU検定)を行ったところ、統計的に有意な差が認められず($U=188.50$, $p > 0.10$)、仮説4は支持された。対象に対して否定的な態度を持つ消費者が、ポジティブな体験を語る時、受け手の態度による差は認められなかった(好意的な受け手態度: 平均値1.38; 否定的な受け手態度: 平均値1.70)(図5)。

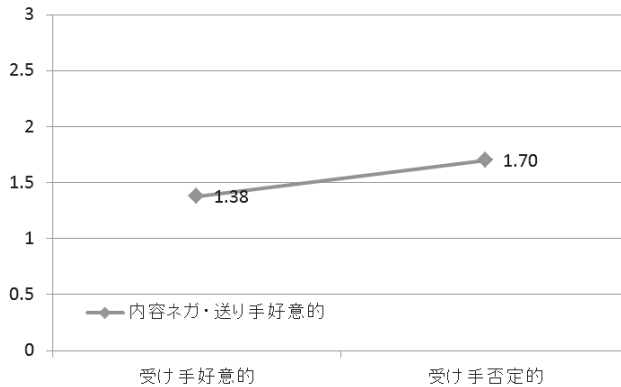
クチコミ対象の消費経験と送り手の態度とが異なる場合、受け手チューニングは、内容

図4. 送り手態度と体験が不一致の場合 (ネガティブな内容)
—受け手態度との一致度と言語抽象度の関係



* : $p < 0.10$,

図5. 送り手態度と体験が不一致の場合 (ポジティブな内容)
—受け手態度との一致度と言語抽象度の関係



がポジティブなときには起きず、受け手にとって重要度が高いと想定される内容がネガティブなときにのみ起きるとした仮説について、その傾向が認められた。

6. 考察およびインプリケーション

日常生活において、私たちは頻繁に、自身の体験、知り得た知識について語っている。そうした会話には製品やサービスに関する消費体験も多く含まれており、消費者間で交換される情報が受け手の購買意思決定に大きな影響を与えることから(濱岡・里村 2009)、マーケティングコミュニケーションのツールとして重要視されている。

企業がクチコミを重要な情報源とみなすとき、送り手の主観であったとしても、彼らが有する知識や感情が正しく伝えられることを、暗黙の前提としている。一方で、私たちは

日常会話において情報の正確さをそれほど重視していないことが、先行研究で示されている。例えば、Feldman, Forrest, and Happ (2002) では、実験協力者に初めて会った人と十分間、話をしてもらい、その内容を記録した。会話直後に、自分が話したそれぞれの内容の真理値を判定してもらったところ、60%の人が会話に嘘があったと申告している。そうした現実を前にして、消費者がクチコミで何を、どのように語るのかに注目することの意義は決して小さくない。さまざまな文脈において語られるクチコミの内容や語り方を理解し、そのメカニズムを解明することは、クチコミマーケティングを管理し、最大活用したいと考えるマーケターにとって重要であろう (Ryu and Feick 2007; Tuk et al. 2009)。

クチコミマーケティングを実践する多くの企業にとって「クチコミの受け手」は、送り手のコメントを受け取り、説得される可能性のある潜在顧客として関心が向けられる。一方、本研究では、受け手は送り手から受動的に情報を受け取るだけの存在ではなく、送り手と相互に作用する存在として仮定した。送り手は、受け手の態度を推察して言語タイプを選択しているし、受け手は言語タイプから送り手の態度レベルを推察している。そして送り手も受け手も、用いられる言語タイプを参照して、その後の態度を形成する。こうした循環的な影響を仮定した上で、本研究では、送り手の言語選択に受け手の態度が影響していることを仮定し、実証を試みた。その結果、一部の仮説においては10%水準での有意差しか確認されず、仮説が支持されたと明確にはいえない結果であった。しかし、支持されなかった仮説に関しても、設定した方向で緩やかな(10%水準)有意差が確認されたことから、今後の研究につながる結果であったと考えている。

先行研究の知見では、ポジティブな内容が抽象的に表現された場合、具体的に表現された場合より、送り手の対象に対する好意度を受け手はより高く推測し、ネガティブな内容が抽象的に表現された場合、送り手の対象に対する嫌悪度を受け手はより高く推測することが示されている。したがって、ポジティブな内容については抽象的に、ネガティブな内容については具体的に語られることが望ましい。一方で、否定的な態度を持つ送り手はポジティブな内容よりネガティブな内容を抽象的に語るため、より否定的な態度を受け手に推測されやすく、その結果、受け手の態度もマイナスの方向にバイアスがかけられてしまう。企業にとっては避けたい循環である。そのためにも送り手の好意的な態度を醸成することがのぞまれるのだが、本研究の結果を踏まえると、それだけでは十分ではなく、受け手態度を好意的なものにしておくことが、クチコミ後の送り手・受け手、双方の態度を好意的なものにするために重要である。クチコミ対象に対する関心や好意的世論を形成しておくために、他メディアを用いたコミュニケーション策と連動させることが望ましい。

最後に本研究の課題と今後の研究の方向性を示しておきたい。1点目は、語り方の抽象度の測定方法について課題があると考えている。本研究では先行研究に倣い、抽象度が異なる4種類の文章を提示し、回答者はクチコミ場面で採用する文章としてもっともあてはまるものを選択した。本研究の結果を頑健なものにするためには、実際のクチコミを収集し、各文章の抽象度を得点化し比較することが必要であろう。先行研究には、実験参加者が自由記述したクチコミ文章を、抽象度4水準(DAV・IAV・SV・ADJ)に判別し、DAVは1点、IAVは2点、SVは3点、ADJ4点と抽象度に応じた得点を与え、得られた値の和(linguistic abstraction index)を回答者が用いた動詞と形容詞の和で割り比較するといった方法を採用するものもある。こうした研究を参考に今後、分析を深めたいと考えている。

2点目は、クチコミの抽象度が送り手自身にもたらす影響について検討していないことである。本研究の目的は、語り手の態度、対象のバレンス、態度との一致度といったクチコミが語られる際の諸条件とその組み合わせが、送り手の言語タイプの選択に影響することを確認することであったが、それだけではマーケティングへの貢献は十分ではなく、送り手の態度、その後の行動意向、記憶、ならびに受け手の態度、その後の行動意向、記憶に及ぶ影響を解明することが望まれる。さらに3点目として、ネットへの書き込みを想定した分析が未着手であることを挙げておきたい。この点も今後の課題としたい。

参考文献

- Arndt, Johan (1967), *Word of Mouth Advertising: A Review of the Literature*, The Advertising Research Foundation, INC.,
- Arndt, Johan (1966), "Word of Mouth Advertising: The Rope of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Food Product," Unpublished Doctoral Dissertation, Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Atkin, Kenward L. (1962), "Advertising and Store Patronage," *Journal of Advertising Research*, Vol.2, No.4, pp.18-23.
- Berelson, Bereison. R., Paul. F. Lazarsfeld and William. N. McPhee (1954), *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Bristor, Julia M. (1990), "Enhanced Explanations of Word of Mouth Communications: The Power of Relationships," *Research in Consumer Behavior*, Vol.4, No.3, pp.51-83.
- Cox, Donald F. (1963), "The Audience as Communicators," in S. A. Greyser (ed), *Toward Scientific Marketing*, Proceedings of the Winter Conference of the American Marketing Association, Chicago, AMA, pp.58-72.
- Delgadillo, Yvonne and Jennifer Edson Escalas (2004), "Narrative Word-of-mouth Communication: Exploring Memory and Attitude Effects of Consumer Storytelling," *Advances in Consumer Research*, Vol.31, pp.186-192.
- East, Robert, Kathy Hammond, Wendy Lomax and Helen Robinson (2005), "What is the Effect of a Recommendation?," *The Marketing Review*, Vol.5, pp.145-57.
- Feldman, Robert S., James A. Forrest and Benjamin R. Happ (2002), "Self- Presentation and Verbal Deception: Do Self-presenters Lie More?," *Basic and Applied Social Psychology*, Vol. 24, pp.163-70.
- 深田博巳 (1998) 『インターネットパーソナルコミュニケーション - 対人コミュニケーションの心理学 -』北大路書房。
- Gatignon, Hubert and Thomas S. Robertson (1986), "An Exchange Theory Model of Interpersonal Communication," *Advances in Consumer Research*, Vol.13, No.1 pp.534-8.
- 濱岡豊・里村卓也 (2009) 『消費者間の相互作用についての基礎研究—クチコミ, eクチコミを中心に』慶応義塾大学出版会株式会社。
- Higgins, E. Tory (1999), "'Saying is Believing" Effects : When Sharing Reality about

- Something Biases Knowledge an Evaluation ,” in L.L.Thompson, J.M.Levine, and D. M. Messick (Eds) , *LEA's Organization and Management Series. Shared Cognition in Organizations: the Management of Knowledge*, pp.33-48, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Higgins, E. Tory and William S. Rholes (1978) “Saying is Believing: Effects of Message Modification on Memory and Liking for the Person Described,” *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol.14, pp.363-78.
- Hyman, Ira E. (1994) “Conversation Remembering: Story Recall with a Peer Versus for an Experimenter,” *Applied Cognitive Psychology*, Vol.8, pp.49-66.
- 池田謙一 (2010) 「マスメディアとインターネット」『社会心理学』有斐閣, 267-290 頁。
- 岸志津江 (1993) 「広告効果測定における心理学の応用－情報処理アプローチと感情研究の接点を中心として－」小嶋外弘・林英夫・小林貞夫編著『広告の心理学』283-311 頁。
- Lazarsfeld, Paul. F., Bernard Berelson and Hazel Gaudet (1948) , *The People's Choice*, Columbia University Press, 有吉広介監訳 (1987) 『ピープルズ・チョイス』 芦書房
- Maass, A., D. Salvi, L. Arcuri and G. R. Semin (1989) , “Language Use in Intergroup Contexts: the Linguistic Intergroup Bias,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.57, No.6, pp.981-93.
- Marsh, Elizabeth J. and Barbara Tversky (2004) , “Spinning the Stories of Our Lives,” *Applied Cognitive Psychology*, Vol.18, No.5, pp.491-503.
- 松田義郎 (1996) 「ネットワーク人間と広告情報」『日経広告研究所報』第 153 号, 7-10 頁。
- Moore, Sarah G. (2012) , “Some Things Are Better Left Unsaid: How Word of Mouth Influences the Storyteller,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 38, No. 6, pp. 1140-54
- Moore, Sarah G. (2009) “How Word of Mouth Influences the Speaker,” Unpublished Doctoral Dissertation.
- 中島義明・子安増生・繁樹算男・箱田裕司・安藤清志・坂野雄二・立花政夫 (1999) 『心理学事典』有斐閣。
- Pasupathi, Monisha, Lisa M. Stallworth, and Kyle Murdoch (1998) “How What We Tell Becomes What We Know: Listener Effects on Speakers' Long - term Memory for Events,” *Discourse Processes*, Vol.26, No.1, pp.1-25.
- Pennebaker, James W. and Martha E. Francis (1996) , “Cognitive, Emotional, and Language Processes in Disclosure,” *Cognitive and Emotion*, Vol.10, No.6, pp.601-26.
- Reingen, Peter H. and Jerome B. Kernan (1986) , “Analysis of Referral Networks in Marketing: Methods and Illustration,” *Journal of Marketing Research*, Vol.23, No.4, pp.370-8.
- Rogers, Everett M. (1962) , *Diffusion of Innovations*, New York, The Free Press.
- Ryu, Gangseog and Lawrence Feick (2007) , “A Penny for Your Thoughts: Referral Reward Programs and Referral Likelihood,” *Journal of Marketing*, Vol.71, No.1, pp. 84-94.
- Schellekens, Gaby A. C., Peeter W. J. Verlegh and Ale Smidts (2010) “Language Abstraction in Word of Mouth,” *Journal of Consumer Research*, Vol.37, No.2, pp.207-

23.

Sedikides, Constantine (1990) "Effects of Fortuitously Activated Constructs Versus Activated Communication Goals on Person Impressions," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.58, pp.397-408.

Semin, Gun R., G. L. de Montes, and J. F. Valencia (2003), "Communication Constraints on Linguistic Intergroup Bias," *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol.39, pp.142-8.

Semin, Gun R. and Klaus Fiedler (1988), "The Cognitive Functions of Linguistic Categories in Describing Persons: Social Cognition and Language," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.54, No.4, pp.558-68.

Solomon, Michael R. (1996) *Consumer Behavior 3rd ed.* Prentice Hall.

菅さやか・唐沢穰 (2011)「コミュニケーション場面における社会的文脈の知覚が情報伝達に与える影響」『人間環境学研究』第9巻, 1号, 21-6頁。

Troldahl, Verling C. (1963), "The Communication of Horticultural Information and Influence in a Suburban Community," *Report No.10 of the Communications Research Center*, Boston University, Boston.

Tuk, M. A., Peeter W. J. Verlegh, A. Smidts and D. H. J. Wigboldus (2009), "Sales and Sincerity: The Role of Relational Framing in Word-of-Mouth Marketing," *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 19, No. 1, pp. 38-47.

Wigboldus, Daniël H., Gün R. Semin, and Russell Spears (2000), "How do We Communicate Stereotypes? Linguistic Bases and Inferential Consequences," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.78, pp.5-18.

(2016.1.20 受稿, 2016.2.10 受理)

[抄 録]

クチコミが語られるとき、受け手態度が送り手の言語選択に影響することを、受け手チューニング研究の知見にもとづき説明した。相手からよく思われたいという動機から人は受け手の態度に合わせた表現を用いるが、こうした行動は協調的な相手や場面、重要な内容において生じることがわかっている。また人は成果が期待と一致しない場合には具体的な表現を用い、一致する場合には抽象度を高めて表現することから、クチコミの受発信者の期待と成果が一致している場合や、ネガティブな内容の場合には抽象度高く語られると仮定し、検証を試みたところ、いずれの仮説に関しても設定した方向で差が認められた。人は、言語抽象度のレベルから送り手の態度を推測している。具体的には、ポジティブ（ネガティブ）な内容が抽象的に表現された場合、具体的に表現された場合より、人は送り手の対象に対する好意度（嫌悪感）を高く推測する。企業がクチコミの好ましい影響を享受するためには、送り手のみならず受け手態度を好ましいものにしておくことが重要であることが確認された。

〔論 説〕

わが国のウエディングサービスシステムの一特性

—パックウエディング選択の理由と変化の可能性—

今 井 重 男

目次

1. 緒言
2. 比較制度分析と分析道具としてのゲーム理論
 2. 1. 比較制度分析概説
 2. 2. 分析道具としてのゲーム理論
3. パックウエディングにおける戦略的補完性と制度的補完性
 3. 1. パックウエディングの戦略的補完性
 3. 2. パックウエディングを支える制度的補完性
4. 結言

1. 緒言

わが国のウエディングサービスシステム⁽¹⁾は、いつ頃どのような形態で始まったのであろうか。1882(明治25)年⁽²⁾の東京日日新聞(現毎日新聞)に「法学博士穂積八束氏は、今度深川セメント会社社長浅野総一郎氏の令嬢マツ子と結婚せしに付、穂積氏は来る二八日午後二時より、朋友知己の人々を帝国ホテルに招待して婚姻の披露を為す」との記事が読める。また、平出鏗二郎が1902(明治35)年に著した『東京風俗志-下』には「家の手狭なるもの、あるいは騒々しきを厭ふものは、料理店・貸席などにて式を挙ぐるもあり」(平出、2000:93)⁽³⁾と記され、前述の新聞記事同様に、明治時代中期以降に披露宴の外部化が始まっていたことが分かる。これらの記述から、今日のように結婚式と披露宴一式を請け負う内容ではないが、西洋式ホテルや料理店などが提供するサービスを、ウエディングサービスシステムの原型と捉えることができるのではないだろうか。そのような中、1909(明治42)年に東京麻布区飯倉片町に永島式婚礼会が興り、家庭で行う永島式結婚式が急速に

(1) 本稿では、結婚式と披露宴が中心の一連の儀礼をウエディングと呼ぶ。そして、ウエディングに関わる各種サービスを提供する際に、相互に影響(補完)し合う要素から構成されるまとまりや仕組み全体を指してウエディングサービスシステムと定義する。

(2) 本稿での暦年表示は、西暦に続きカッコ書きで元号を併記した。これは時代のイメージを促すことを目的としている。このような目的に合わないと思われる場合、また太平洋戦争終結後の記述は西暦のみとした。

(3) 原著は1902年発行。本稿では、原著を底本とした2002年の文庫本を参考にした。ここに「騒々しき」とあるが、これは結婚式後の披露宴を指した記述であろう。同時代には式後の披露宴開催が一般的となっていた。なお、1890(明治23)年創業の帝国ホテルでは、開業当時から結婚披露宴会場として利用されていた(帝国ホテル、1990:283)。

普及していった。永島式結婚式とは古式折衷の日本風の婚礼で、結婚式を挙げる家庭の格式や予算に応じて、神主はじめ婚礼に必要な要員を出張させる式であった。当初は家庭への出張であったが、大正時代に降ると、帝国ホテル、東京ステーションホテルはじめ、上野精養軒、東京会館、水交社、偕行社などの家庭外でも永島式による結婚式と披露宴が盛んとなった。

しかし、1923(大正12)年の関東大震災が、結婚式・披露宴会場として人気のあった施設の多くを倒壊・焼失させてしまう。他方で、期を同じくして完成した帝国ホテルのライト館は震災の被害が軽微であったため、式場として脚光を浴びることとなる。その後、帝国ホテルは昭和時代に入り多賀大社を館内に分祀して神前結婚式場を常設するなど、ウエディングビジネスに力を入れていった。1935(昭和10)年ごろ制作の『帝国ホテルの栞』には、同ホテルでの結婚式と披露宴について「荘厳なる御神前結婚式の設備と美容、着付、写真撮影、余興、招待状の印刷等の設備を館内にご用意して居ります」と書いてある。この『帝国ホテルの栞』以前の、ライト館完成後に制作された『ホテル乃栞—帝国ホテル』には、ウエディングの案内が無いことから、昭和初期から10年ごろまでにホテルの提供するウエディングサービスシステムが始まったようである(帝国ホテル、1990:283-288)。現在のわが国では、ウエディングを利用の主目的とする建物・施設が全国にあまた点在し、それらがさまざまな産業と連携しながら2.6兆円ともいわれる巨大なブライダルビジネス市場(ブライダル産業)を形成する。そしてそれは、世界に類例を見ないわが国特有の経済現象でもある。

ところで、現代のわが国の経済システム⁽⁴⁾や企業経営手法を語る時、「日本型」と呼ぶことがある。明示であれ暗示であれ、一般的に日本の経済システムや経営手法が外国、とくに欧米先進国のそれと違う点を認識してそのように呼ばれる。しかも、わが国の特異性を強調する立場から「日本は特殊である」と看做され、グローバルな視野での経済学、あるいは経営学から異端として扱われることも少なくない⁽⁵⁾。こうした捉え方が存在する一方、異なる経済システムや仕組みを予断無く、並列かつ多元に考察を試みる「比較制度分析(Comparative Institutional Analysis)」という研究手法がある。これは1980年代中期以降に集中的に考案された手法で、比較的新しい研究概念である。比較制度分析では、現存する経済システムの①安定性・固定性、②存在可能性や可変性および進化、の二面に関心を寄せる。そのため、現存のシステムがなぜ安定的に機能するのかにとどまらず、制度の変容に対しても分析を試みる。前述の通り、わが国のブライダル産業や、その中核といえるウエディングサービスシステムは他国に見られない特徴を有する。この事実に基づけば、異なる経済システムや仕組みを予断無く考察しようとする比較制度分析は、わが国の「特異なブライダル産業」の解明を試みることに有用だと考えられよう。われわれはこれま

(4) その経済社会で広く認められている一定のきまりを「制度」と定義する。現実経済に存在する多数の制度間には、一方の制度の存在や機能によって他方の制度がより強固なものとなっていることがある。こうした、1つの経済で一方の存在が他方の存在を成立させるような場合、両者は制度的補完の関係にあると言われる。経済システムとは、このような制度的補完関係にある一連の制度によって形成されているもの(=システム)である(青木・奥野、1996:35)。

(5) 具体的な事例では、労使関係における「企業内労働組合」・「終身雇用」、企業経営における「系列」、企業財務やガバナンスにおける「メインバンク制」・「株式持ち合い」、官民の関係における「天下り」などは、他国では珍しい「日本型」の経済システム、経営手法だといわれる。

でのブライダル研究を通じて、わが国のブライダル産業の萌芽は足利幕府が乱世匡済のため重視した礼道教育に関係があること、キリスト教結婚式が人気の背景に「如何物(いかもの)」、「通俗物」と訳されるキツチュ(kitsch)が内在すること、ウエディング・プランナーの自己開示が顧客へ与える影響などを指摘してきた(今井, 2014, 2015, 石井, 松本, 今井, 2014)。こうした一連のブライダル研究は、史的側面からの接近と、事象の因果連関の追求の二途からなる。ブライダル産業の考察は、それに関係を持つさまざまな要素の絡まりから主だったものを抽出して議論を収束させるのではなく、複雑な連鎖自体を認識するところから開始するよりほかないと考えている。そして、それを実行するためには、幾通りもの理論的な検討を重ねることが有効であろう。このような認識に基づき、本稿はウエディングサービスを購入・消費するカップルの行動を比較制度分析の手法を応用して考察する。具体的には、カップルがホテルあるいは専門式場の「バックウエディング」を選ぶのはどのような理由によるものか明らかにする。初出のバックウエディングとは、旅行社が運送・宿泊・観光の料金を一括徴収して実施する団体旅行商品をバックツアーと呼ぶのにヒントを得、ホテルや専門式場が結婚式と披露宴に必要な各種サービスをひとまとめにして販売するウエディングサービス商品を指した、われわれの造語である⁽⁶⁾。

本章に続く第2章で比較制度分析を簡単に整理したうえで、比較制度分析を行う道具としてゲーム理論を用いる理由とゲーム参加者の最適反応の結果としてある均衡に到達することを述べる。第3章は、カップルのバックウエディング購入には戦略的補完性と制度的補完性が背景に存することについて考察し、最後の第4章で論攷結果を簡潔に述べる。

2. 比較制度分析と分析道具としてのゲーム理論

2. 1. 比較制度分析概説

経済システムの多様性に注目して、それ自身を研究する比較制度分析が成立したのは1990年代である。米国スタンフォード大学で青木昌彦、ポール・ミルグラム(Paul Milgram)、アブナー・グライフ(Avener grief)、インギー・チェン(Yin-Gi Qian)、ジョン・リトバック(Jhon Livack)によって研究コースが立ち上がったことに起因する。比較制度分析は、経済システムを次のような視点から分析を試みる。

A) 資本主義システムの多様性

どのような制度配置がその内部に成立しているかによって、さまざまな資本主義システムがあり得る

B) 制度の持つ戦略的補完性

1つの制度が安定的な仕組みとして存在するのは、社会の中である行動パターンが普遍的になればなるほど、その行動パターンを選ぶことが戦略的に有利となり、自

(6) GoogleおよびYahoo!で、「バックウエディング」と「ウエディングバック」を検索する限り、ウエディングサービスの商品をそのように呼んでいる事例は見当たらない(2015年11月28日調べ)。なお、参考にした「バックツアー」は、「バック・ツアー」として広辞苑に収まるほか、検索エンジンでもヒットする一般に普及した語である。また、本稿ではバックウエディングの対極にある、カップルが自ら企画するウエディングを「欧米スタイル」と呼び直観的に違いを理解できるようにした。

己拘束的な制約として定着するからである

C) 経済システム内部の制度的補完性

多様なシステムが生まれるのは、1つのシステム内のさまざまな制度がお互いに補完的であり、システム全体としての強さを生み出しているからである

D) 経済システムの進化と経路依存性

そのために経済システムには慣性があり、経済の置かれた外部環境と蓄積された内部環境の変化とともに徐々に変化・変貌する

E) 改革や移行における漸進的アプローチ

経済システムの改革や計画経済から市場経済への移行にあたっては、ビックバン型のアプローチよりも漸進的改革の方が望ましいと考える理由がある

(青木他, 1996 : 2)

このような視点に立つ比較制度分析が主に対象としてきたのは、わが国のそれが他国と異なる際立った特徴があるとされる分野である。具体的な対象は、人事制度における「年功序列」、労使関係における「企業内労働組合」・「終身雇用」、企業経営における「内部昇進」・「系列」、企業財務やガバナンスにおける「メインバンク制」・「株式持ち合い」、官民の関係における「許認可制」・「天下り」・「事業者団体」などである。これらの「日本型」の経済システムや企業経営手法は、高度成長期までは日本の文化的特質の現れや経済の後進性を含意するものと解釈された。ところが1970年代以降、先の戦争後の復興が確かなものと認められるとわが国に対する評価が一変し、上述の特徴こそが日本経済の強さの源泉であると持て囃される。しかし1990年代のバブル崩壊で、官民の相互依存関係は、「弱者のもたれあい」や「国際競争にさらされないぬるま湯のシステム」と蔑まれてしまう。

日本経済の評価が揺れ動く中、その真実を探ろうと90年代初頭に集中的な日本経済研究が行われた。その結果、日本経済のさまざまな経済システムには、それぞれそれなりの合理性が存在し、それらは他国のそれと比べて一律に望ましくも劣ってもいけないことが説明された。一見当然の結論のように感じられるが、より重要な知見は、これらの研究を通じて、さまざまな社会的仕組みである「制度の分析」-企業組織の在りよう、企業内や企業間の慣習と慣行、法的な制度など-の重要性を気づかせた点であった。すなわち「日本の経済システムを理解するためには、さまざまな社会的仕組みの役割と有効性、それらを安定的な仕組みとして成立させているインセンティブの構造、それぞれの異なる制度の間の相互依存関係の特徴などを体系的に分析すること、しかもそれらの仕組みをシステムとして、つまり仕組みの『総体』として考察することが決定的に重要だという認識」であった(青木他, 1996 : 3-5)。

比較制度分析を用いたわが国経済システムの分析は、今日までに分厚い研究蓄積がある。しかし、この分析手法をもってプライダルサービスシステムを考察した論述は一遍も見当たらない。われわれは先に、比較制度分析が主に対象としたのは、他国と異なる特徴があるとされる分野、と述べた。にもかかわらず、世界で稀なわが国のプライダル産業を分析する論述が存在しないのはなぜなのだろうか。いろいろな見解があることを承知で意見を述べるならば、そもそもプライダル産業研究自体が極めて少ないため、それを比較制度分析によって解明しようとする論攷も無かった、と推察する。したがって本稿を著すう

えでも、直接参考とする論文は無いのである。

しかし、比較制度分析をプライダグサービスシステムの検討に応用しようと考えたきっかけを与えてくれた論述は存在する。それは比較制度分析の立場から、現代日本の経済システムを構成するさまざまな制度の仕組みが相互補完性を持つことを明らかにした、奥野(1993)の論放である。その議論では、日本の大企業の雇用関係の特徴といわれる「終身雇用」や「年功序列賃金」について、それらの間に経済合理性と戦略的補完関係があると見る。また、企業がどのような雇用関係を戦略的に選択するかは、その制度を支える制度的な補完が存在することも解説した。そして、戦略的あるいは制度的補完性こそが、まさしくこうした経済システムの安定性を生み出していることを理論的に明解する。本稿では、カップルがなぜバックウエディングを購入するのかについて、彼らの購入が結果的に戦略的な恣意性を伴うこと、ホテルや専門式場といった会場がそれを後押ししていること、しかもその後押しにホテルや専門式場と取引する企業の存在も関係(制度補完)することなどを、奥野(1993)の論理展開を応用して考察していく。

2. 2. 分析道具としてのゲーム理論

ゲーム理論は数学者フォン・ノイマン(John von Neumann)と経済学者オスカー・モルゲンシュタイン(Oskar Morgenstern)が第二次世界大戦中に発表した研究書『Theory of Games and Economic Behavior』(1943)から始まった。利害が異なる複数の主体間の相互依存関係を明示的に論ずるところがこの理論の特徴で、考察の対象はポーカーや将棋といったゲームから企業間や国際競争などと実に応用範囲が広い。

1990年代のはじめにスタンフォード大学経済学部の青木昌彦はじめ複数の研究者が共同して比較制度分析の概念化に取り組み、その存在証明のための分析道具が開発された。そしてその道具は、ゲーム理論の戦略的均衡の概念に依拠したものであった。制度をさまざまな社会ゲームの内部から創発し、自己拘束的となったルールと看做するという思考法である。青木は「人々のあいだで共通に了解されているような、社会ゲームが継続的にプレイされる仕方のこと」であると説明し、それが維持されるのは、そういうゲームのプレイの仕方が一種の安定均衡となっているからと規定した(青木, 2008: 272)。従前、社会ゲームのプレイされる領域はそれぞれ政治学, 社会学, 経済学, 経営学, 組織化学などの個別分野で扱われてきた。そしてこれらの分野で国家, 社会規範, 所有制度や市場ガバナンス, コーポレート・ガバナンスなどの制度が研究の対象とされた。しかし比較制度分析では、各種制度にはそれぞれ多様な形態がありうるが、それらはいずれもゲームの複数均衡として理解される側面があると強調する。こうして、ゲーム理論的な制度論は、従来の社会科学の分野仕分けを超えたアプローチの可能性を示唆したのである(青木, 2008: 276-277)。このような比較制度分析の研究過程を踏まえ、本稿でも考察の分析道具としてゲーム理論の基礎を援用する。

ゲーム理論では、ゲームの参加者をプレイヤーと呼び、プレイヤーがとりうる行動計画が戦略と呼ばれる。そして、プレイヤーが獲得する利益を利得と呼称する。ゲーム理論は大きく、非協力ゲーム(non-cooperative game)と協力ゲーム(cooperative game)に分けられる。簡単に違いを述べると、前者は1人ひとりを社会の構成単位と考えて、その個人がどのような選択するかについて扱う理論であるのに対して、後者は個人ではなく提携を

表1 羊の通行戦略 利得表

		羊B			
		左側通行		右側通行	
羊A	左側通行	A +1	B +1	A 0	B 0
	右側通行	A 0	B 0	A +1	B +1

構成単位とする。また、個人に行動の選択肢が与えられ、個人がどのような行動を選べば、どのような利益があるかが表現される非協力ゲームに対して、どのような連携が個人の利益分配にどのような結果をもたらすのか考えるのが協力ゲームである。現在、ゲーム理論の主流は非協力ゲームであり、本稿で扱うゲームもその1種である。

初期のゲーム理論は、利害が完全に対立するケースを中心に発展してきた。自分にとって利益となるならば、相手はその利益の同量の損害を被る「ゼロサム・ゲーム」である。その後、プレイヤーが各々行動を選択し、しかも利害が完全に対立するとはいえない、といった現実的な状況を折り込んだ理論が展開されるようになる。すなわちジョン・ナッシュ(John Forbs Nash, Jr.)によるナッシュ均衡(Nash equilibrium)の導入である⁽⁷⁾。ナッシュ均衡は、個々のプレイヤーの戦略が、互いに他のプレイヤーの戦略の最適反応⁽⁸⁾となる戦略の組み合わせ(均衡概念)と定義され、したがって各プレイヤーの戦略は他のプレイヤーの戦略に対して最適反応となっていなければならない。このことを「羊の通行戦略」を例に考察する。

牧場と羊小屋を結ぶ幅の狭い通路を、牧場から小屋へ行くAと反対に小屋から牧場へ向かうBが通る場合を考える。ここでは左右どちら側を通行するのかは、羊に任されているとする。A, Bも、左側を通るか、右側を通るかどちらかしか選択肢が無いとすると、この通路で生じる状況は、(A,B) = (右,右)・(右,左)・(左,右)・(左,左)の4通りとなり、A, Bが左右に分かれる場合と、A, Bが共に同じ側を通行する場合とに大別できる。表1はこの状況を表し、タテから捉えるのが羊Aで、ヨコからが羊Bと見る。まず、A, Bが左右に分かれる場合、たとえばAが右側を、Bが左側を通ると、A, Bは鉢合わせになってしまう。一方、A, Bが同じ側を通行すれば、衝突することなくスムーズにすれ違うことができる。すれ違えば1のメリットを享受でき、鉢合わせの場合は何もメリットを得られない(0)とする。一度限りの場合、衝突するかスムーズにすれ違うか、どちらかの状況しか生じない。しかし、何度も繰り返される場合、いずれはA, Bが共に右、あるいは共に左を通行するようになるだろう。Aの立場からすれば、Bがどちらを通行するだろうと予想するかで、自分がどちらを通るのが有利か決まる。Bが右側通行すると予想したならば、自分も右側を通行しスムーズにすれ違うことを望む。こうして、メリット1を獲得する。このような

(7) ナッシュが導き出した均衡点(ナッシュ均衡)の定義およびその存在証明はNash(1951)。ただし、数学的にナッシュ均衡(=不動点)の存在を証明するものとしては、後述するブラウアーの不動点定理などがある。

(8) 「自分以外のプレイヤーたちがとる戦略を所与としたときに、自分の利得を最大にする戦略」を、他のプレイヤーたちの戦略に対する最適反応という。この言葉を使えば、ナッシュ均衡を「どのプレイヤーにとっても、他のプレイヤーたちが出している戦略を所与としたときに、自分がそれに対する最適反応を行っている状態」だと言い表すことができる(佐々木, 2003: 59)。

選択を、Bが右側を通行することに対するAの「最適反応」は右側通行であるという。そして何度も繰り返すれ違いうちに、予想が最適反応を選ぶ状態に落ち着く。これらは羊社会における例示であり法的拘束力などはそもそもあり得ないが、これが人間社会の場合、たとえ法的な罰則など無くとも各人はこの収束状況を逸脱する誘因を持たない。このような収束する戦略の組がナッシュ均衡である。ところで最適反応を選択するのはなぜだろうか。ゲーム理論分析では、次の2点のような仮定を置く。

<目的>自己の利益の最大化

<合理性>自己の利益の最大化を目指し、各プレイヤーは合理的に判断可能

まず、各プレイヤーは自己の利益を考慮して戦略決定する、ということである。こうした意味で、プレイヤーは利己的であることを前提としている。またそのために、合理的に判断が可能というのであれば、決定した戦略を通して得られる自己利益を計算(予想)できることとなる。本稿でも、この仮定のもとで議論を進める。

羊がどちら側を通行するかというゲームは、2頭だけのゲームに限らず、羊の群れに拡張したケースでも成立する。すなわち表1の羊を、牧場から羊小屋へ向かう「羊の群れ」と読み替えばよい。牧場から小屋へ向かう羊の群れAのうちrの割合が右側を通行したとすると、左側を(1-r)が通行することとなる。この時、小屋から牧場へ向かう羊の群れB全体が右を選んで通路を通ると、牧場に向かう羊の群れAのrの割合とはすれ違い、群れAの(1-r)とはぶつかる。その結果、右側を通行して小屋へ向かう羊(群Aの割合r)たちの利得は $r \times 1 + (1-r) \times 0 = r$ となる。他方、左側を通り小屋へ行こうとする羊(群Aの割合1-r)は $r \times 0 + (1-r) \times 1 = 1-r$ となる。ここで、rが1/2よりも大きければ、小屋と牧場それぞれに向かう羊は右側通行が最適反応となる。また、rが1/2よりも小さければ、双方向に向かう羊たちにとって左通行が最適反応となる。

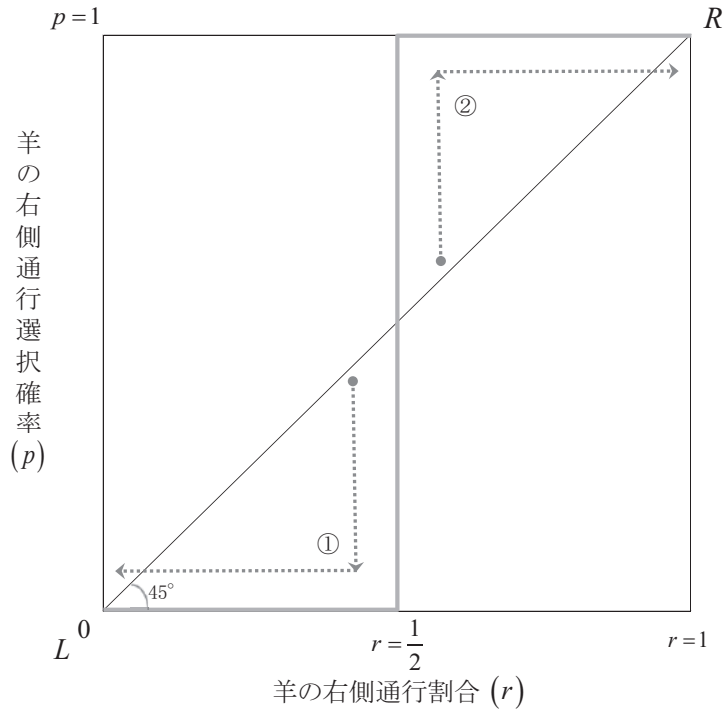
最適な戦略の選択を、右側通行を選ぶ確率 p^* とすれば、最適反応は

$$p^* = \begin{cases} 0 & (r < \frac{1}{2}) \\ 0 \text{以上} 1 \text{以下の任意の値} & (r = \frac{1}{2}) \\ 1 & (r > \frac{1}{2}) \end{cases}$$

となる。図1は、横軸に右側通行を選ぶ羊の割合rをとり、縦軸に右側を選ぶ確率pをとり、上下辺と $r=1/2$ の太線部分が最適反応をあらわす最適反応曲線である。なお、ゲームでは小屋へ向かう羊の群れと牧場へ向かう羊の群れの間で対称であるため、どちらかについて右側を通行するのをrとすれば、もう一方の群れの最適反応も同一となる。

図から明らかなように、 $r < 1/2$ なら $p=0$ が最適反応となるので、それまで右側を通行していた羊たちも左側を通るようになる。このようにして破線矢印①で指す方向に動きrは減少へ向かう。そして、最終的に $r=0$ となれば、双方の群れにとって有利な左側通行で安定する。この安定する点Lが $(p,r) = (0,0)$ という組み合わせのナッシュ均衡である。仮に、 $r > 1/2$ であるならば、不利な左側通行が減少して、破線矢印②の方向で $r=1$ 、点Rへ向かっ

図1 羊の通行戦略



て進み、最終的には羊の群れ全体が右側通行 $(p,r) = (1,1)$ という組み合わせで安定 (ナッシュ均衡) するのである。また、これら L,R 以外にも安定する組み合わせがある。それは、 $(p,r) = (1/2,1/2)$ の組み合わせで、この場合は右側通行・左側通行とも最適反応となりナッシュ均衡する。ただしこの場合は、 p,r の値が僅かでも増減すれば、破線矢印にしたがって、 $(p,r) = (0,0)$ または $(p,r) = (1,1)$ へと動く不安定な均衡である⁽⁹⁾。

このように羊に任された選択であっても、どの選択が有利にはたらくのかは他の羊がどちらを選択したかに依存する。しかも羊の群れが左側を通行することが慣習化していることも、右側の通行が定着していることも、両方考えられる。この場合、その牧場 (社会) でどちらが定着するかは、連絡通路の構造などの物理的なことや世話をする羊飼いによる規律付けといった外生的要因と、それまでにどちらの通行が一般化していたのかという内生

(9) ナッシュ均衡の存在を簡単な数学を用いて確認する。図1の縦軸 p を y に替え、横軸 r を x とする。すなわち、最適反応曲線は、 x を変数として、 y を値とする関数 $y = f(x)$ のグラフである。この関数の変数 x は、「定義域が $[0,1]$ で、値域が $[0,1]$ に含まれる関数」ということができる。そして、このような定義域と値域の条件から、この関数グラフは1辺が1の正方形から出ることはない。この関数に、 $x^* = f(x^*)$ となる点 x^* が存在する場合、この点 x^* は関数 $f(x)$ の不動点と呼ばれる。図1における不動点は、 $x = 0, 1/2, 1$ の3点で、いずれも細線で示された45度線上にある。また、図上の最適反応曲線 (関数 $y = f(x)$) はどこにも途切れが無く、連続につながる連続関数である。以上のことをまとめたのがブラウアーの不動点定理であり、諸条件のもと不動点 (ナッシュ均衡) の存在を一般的に保証するための条件である。また、ブラウアーの不動点定理が1値関数 (変数 x に対する y の値が1つの数値) に対応するのに対して、 y の値が集合で対応する関数 (集合値関数) に適用するのは角谷の不動点定理であるが、本稿ではナッシュ均衡の直観的な理解を企図し、後者の説明はしない。

的要因のそれぞれから影響を受ける。同一社会で異なる仕組みが安定的均衡として成立する合理的理由が認められる場合、ある社会で成立する方法が他の社会では異なっている、それをもってどちらの社会が優劣かなど断ずることはできない。こうした考えを経済システムに適用させるならば、システムの違いは前述の外生的・内生的要因、換言すると外圧による矯正と歴史の偶然 (historical path dependence) に依存すると解釈できる。それでは、わが国でカップルがパックウエディングを選択するというのも、歴史的偶然とあって良いのだろうか。次章で具体的にそのことの議論を進めよう。

3. パックウエディングにおける戦略的補完性と制度的補完性

3. 1. パックウエディングの戦略的補完性

わが国のウエディングサービスシステムの特徴的な事象の1つは、パックウエディングである。例えば、帝国ホテル東京では、パックウエディングを「プラン」と表現し、「Especially for you」(オールシーズン)、「期間限定」、「テーマウエディング」、「Other Plans」の4つのセグメントにそれぞれ数種のパックウエディングを用意する。同ホテル開業125周年を記念した期間限定のレセプションプラン「125th SPECIAL PLAN ESPECIAL -エスペシャル-」(40名参列・1,250,000円)には、料理・飲物、室料、介添、ウエディングケーキ、テーブルコーディネート、会場装花、音楽、音響・照明、スタジオ写真、招待状、ゲストブック、プラン限定特典がパッケージされる⁽¹⁰⁾。近年、「自分たちらしさ」を追及して、欧米の一般的なウエディングのように結婚式を構成するモノヤコト1つひとつを組み合わせるカップルもいるが、帝国ホテル東京のホームページの案内を見る限り、やはりパックウエディングがその中心だと考えられる。

ところで、結婚式・披露宴会場を決定すると同時にパックウエディングを購入するという購買行動は、社会的承認を期待して①それを消費(=挙式・宴会開催)する、あるいは②儀礼としての基準を守る様式で行う、ことに注意が払われる(南, 1998: 175)。その反面、よく似た例のたくさんあるウエディングに対して抵抗感を抱き、自分たちらしさにこだわるウエディングへの憧れも強い。しかし結果的には、多くのカップルが自分たちらしい、滅多に見られないウエディングを行わずにパックウエディングを購入する。このように行動する理由はいくつか考えられるが、大きな要因としては、あらかじめパッケージされた商品を選ばないことは、経験が豊富でない中で自らが内容を企画しなければならず、手間という面で困難を伴うからと推察できる。そうした状況に対する妥協の産物として最近人気なのが、スーツのフルオーダーに対するイージーオーダー⁽¹¹⁾のように、パックウエディングの許容する範囲のアレンジで「自分たちらしさ」の満足を得るサービスである。

さて、ここで強調したいのは、パックウエディング選択の背景に「戦略的補完性」が存在

(10) 2015年11月28日に帝国ホテル東京のホームページを参照した。ただし、今日のパックウエディングは、例えば料理・飲物のメニューを和洋中から選ぶとか、ウエディングケーキの形や味を決めるなど、パックの設定する許容範囲内で自らの意思を反映できるようになっている。

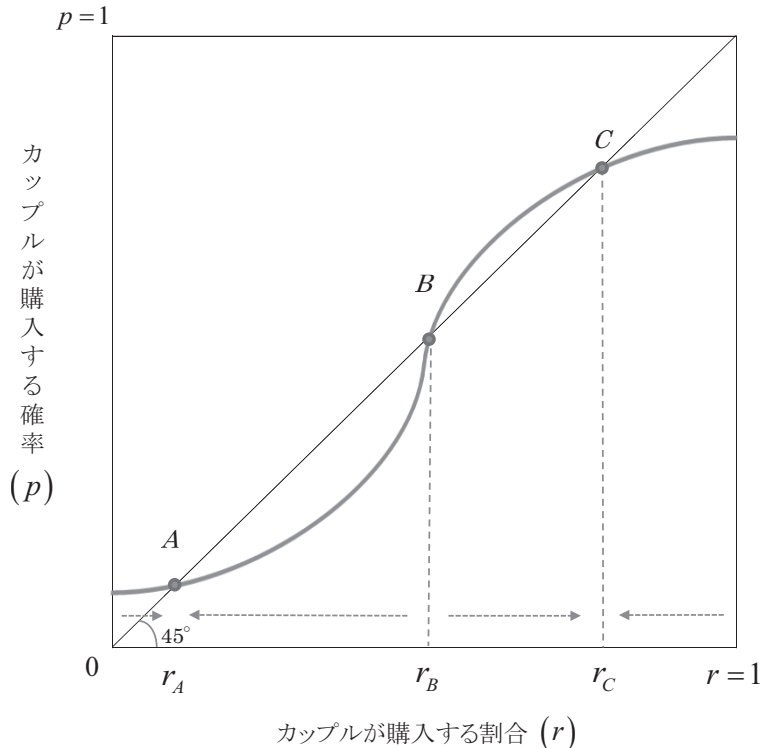
(11) 注文服を指すオーダーメイド(和製英語)には、フルオーダー、イージーオーダーなどがある。フルオーダーは、専用の型紙を起こして製作し、途中で仮縫いが入る。一方イージーオーダーはフルオーダーの簡易版で、既存の型紙をベースに注文者の体型に合わせた補正を加え製作する。

することである。ここでいう戦略的補完性とは、カップルの多くがバックウエディングを選択すればするほど、カップルは同様の選択肢を採用しようとするインセンティブが強くなる、という性質である。よしんばウエディングサービスシステムが1つ(1種)の場合は、当然ながら他との比較は不可能であり、カップルが検討する際あれこれ迷う余地は生じない。しかし、町中のキリスト教会で挙式する場合のように、衣装の準備、メイク・カメラマン探し、披露宴会場までの移動手段の手配など、オーダーメイドで自ら企画実行するカップルもいる。さらには、ありがちな結婚式に抵抗したいと考え、欧米スタイルでウエディングを行うカップルもいる。

ウエディングサービスシステムの戦略的補完性は、前章で検討したゲームと同じく複数のナッシュ均衡があり、バックウエディング以外を実現させる可能性を持つ。このことを、図2を見ながら考察しよう。

この図の縦軸はカップルがバックウエディングを購入する確率 (p) がとられている。したがって、下から上にゆくほどバックウエディングが選ばれるようになっていく。一方、横軸は結婚する全カップルのどれほどがバックウエディングを購入するのか、その割合 r がとられている。したがって、左側ほど r が小さくバックウエディングを購入しないカップルが大勢で、右にゆくほどバックウエディング購入の程度が大きくなると解釈する。つまり r はウエディングを行うカップルのうちバックウエディングを選んだカップルの集計値ともいえる、多くのカップルが結婚式を行うため個々のカップルの選択確率が割合の集計

図2 カップルのバックウエディング選択



値に与える影響は無視できる程度と仮定する。また、図2にはカップルの最適反応曲線が右上がり描かれ、 r の変化に対してカップルが最適な反応をする様子を示す。

カップルにとって、ウエディングが儀礼としての基準をクリアしているかどうかは大きな問題である。列席してくれた友人・知人、会社の上司や同僚の手前、失礼や非礼は言わずもがな、「正しくないやり方」で挙式し披露したくないという意識は強い。別言すると、結婚情報誌『ゼクシィ』や電車の中つり広告で目にするような方法、あるいは親しい人や自分たちに近い人たちが、行ったものや聞いたものであるなどが正しいやり方の基準となる。そしてその多くがホテルや専門式場が用意するバックウエディングの購入であるため、自分たちもそれを踏襲する。カップルはそうすることで、周囲から社会的承認を得るという目的も達成される、と考えるのである。また、自分たちの手作り、あるいはオリジナルのウエディングは、手間がかかることに気づき楽な選択としてバックウエディングを選択することもある。カップルとしては、バックウエディングを避けて自ら企画しようとしても、それは「正しさ」や手間という面で実行のインセンティブとならない。このようなケースでは、バックウエディングを選択し購入することがカップルの最適反応となる。

他方商品を提供するホテルや専門式場サイドは、カップルのニーズが現在と基本的な変化がない限り、従来からのバックウエディングを進化あるいは深化させればよい。ウエディングが外部化する以前は、(主に新郎の)自宅で時間の制限なく酒食をともにするのが結婚式であった。それが明治時代に、神社での挙式が創案され、大正・昭和時代に挙式と披露宴を1か所で行うといったウエディングサービスのシステム化が進み、戦後それが都市部から全国に広がった。第一次ベビーブームに生まれた世代が1960年代後半に婚適年齢を迎えると、宴会場の傍らに神社から分祀した式場はじめ写真室や美容、着付までを備えた専門式場が急成長を遂げた。ホテルは、宴会場の企業利用が少ない土曜日・日曜日の稼働率向上のため、専門式場同様の施設を設け対抗した。こうした変遷を見ると、ホテルや専門式場のウエディングサービスは、式場よりも宴会場、つまり宴会場が主で、従たる「式場はそれに付帯するサービス施設に過ぎない」との解釈も認容できよう(片木、1988: 16)。実際、式場では複数のカメラを常置してオペレーター室にこもるカメラマンが会場を映すといったサービスが生まれたが、披露宴の次第では古くはキャンドルサービスやケーキ入刀、新しくはカップルの生い立ちや参列者への感謝メッセージの映像⁽¹²⁾などの充実を見せている。ホテルや専門式場は、それらをパッケージして、各サービスを単品で積み上げた合計額よりも格安で用意し、会場の評価と掛け合わせて正しいやり方として販売する。それも、結婚式を請け負うほとんどすべてのホテルや専門式場が、バックウエディングを用意して提供するのである。このように、「他もやるからウチもやる」現状に照らし、ホテルや専門式場からみても、バックウエディングは戦略的補完性を有するのである。すなわち、バックウエディングが現代のわが国で普遍的であるからこそ、安定したウエディングサービスシステムとして存在する。仮にこうしたサービス提供をする会場が少なけれ

(12) 従前は、仲人を立てるウエディングが一般的で、披露宴の冒頭に仲人がカップルの生い立ちを紹介していた。しかし、仲人を立てるウエディングが1%を下回る(ゼクシィ結婚トレンド調査2015 - 首都圏)ほど減少した現在、仲人がしていた紹介を映像に替えた「プロフィールムービー」の人气が高まっている。また、結婚式や披露宴前半までに撮った参列者の写真とカップルの感謝のメッセージとともに動画に仕立て、披露宴がお開きとなるタイミングで会場に流す「感謝メッセージムービー」などもある。

ば、カップルは「自分らしさ」を求めバックウエディング以外の探して他会場へ流出しようとするだろう。換言すると、バックウエディングのありきたり感や他のウエディングとの無差別感を嫌うカップルが多くなれば、欧米スタイルのような自らすべてを企画するウエディングが安定的で、合理性も持つということである。

図2においてバックウエディングは、均衡Cと均衡Aの2つの安定的なナッシュ均衡を持つ⁽¹³⁾。これまでの議論から、前者はそれが社会で普遍的な存在である場合で、後者は存在するとしてもレアケースとなる場合の均衡であることが分る。クーパーら (Cooper and John, 1988) は、こうした複数のナッシュ均衡が生ずる経済システムは、あるプレイヤーの戦略変数の増減が、他のプレイヤーも従属的に変数を増減させる、つまりそのように行動する戦略的補完性を備えると強調している。こうした考えを支持するならば、文化的要因や歴史的要因が複雑に絡み合ったバックウエディングは、それが社会に普遍に存在しているという理由自体のために、安定的な商品として購買されるということとなるのである。

3. 2. バックウエディングを支える制度的補完性

ここまでの議論で明らかのように、バックウエディングはカップル（消費者）のニーズと、それに応えるホテルや専門式場（提供者）の存在が、しかも双方において戦略的補完性を伴い成立していることが分かった。しかし戦略的補完性が成立し続けるためには、バックウエディングを構成するさまざまな関係者（ステークホルダー）の補完行動も必要であろう。なぜならバックウエディングを構成する各種サービスの創造には、ホテルや専門式場と取引する（会場からみた）取引先企業が存在するからである。バックウエディングの安定性を理解するためには、これらをこの関係性を考察する必要もあろう。そこでここでは、バックウエディングを創造する取引先企業について、ホテルや専門式場との関係を議論する。ここで取引先として想定するのは、ホテルや専門式場のウエディングサービスシステムを、バックウエディングに含まれるかたちでサービスを創造する取引先企業である。具体的には、カップルはじめ親族の衣装を販売または貸す婚礼衣装会社やヘアメイクを請け負う美容会社、カメラマン派遣や映像制作を行う写真・映像サービス会社、テーブル装花やブーケを作成するフラワー会社などとなる⁽¹⁴⁾。

バックウエディングは、そこに含まれる各種サービスを創造し支援する取引先企業の利害と必ずしも整合的とはいえない。たとえば、新婦が着用するドレスのレンタル料金は相当な幅がある⁽¹⁵⁾。衣装も含めてバック料金として割安感を訴求したいホテルなどの式場サイドに対して、婚礼衣装会社はカップルの予算に見合った料金のドレスを貸したいと考えるかもしれない。また、結婚式当日の写真撮影に加え、事前にスタジオあるいはロケーションで別撮りを勧めたい写真・映像サービス会社にとって、バック料金に占める写真サービ

(13) 均衡Bは第2章で説明したように、不安定な均衡点である。

(14) こうしたサービスの創造は、ホテルや専門式場が内製化して行うこともある。われわれはこのような事情についてウエディングサービスシステムの「企業の境界」や「垂直統合」の問題として関心を持つが、本稿では結婚式場と宴会場が提供するサービスと、それ以外のサービスとに単純に区分して議論する。

(15) 東京・銀座に店舗を構えて、レンタルと販売の両方を手掛けるあるドレスショップのレンタル料金は、25万円～60万円程度である。これはドレス単体の料金であり、さらに小物類をレンタルすることになる。ちなみに購入する場合はレンタル料金のほぼ2倍で、これにサイズ直しの料金が加算される。

スの割合が一定程度に抑えられているなどがあれば、式場サイドと取引先企業の思いは整合しないだろう。最近では、ホテルや専門式場も、バックウエディングにいささか抵抗感を抱くカップル向けに、バックでありながら自分たちらしさを実現できる余地を残した商品も増えている。加えて、バックウエディングのイージーオーダー化も進んでおり、ドレスも写真も複数のグレードの中から選べるようになったが、ある枠内で数パターンの中から選択させるのが主流である。

さらに、わが国のホテルや専門式場に典型的な取引形態として、取引先企業をテナントとして施設内に店舗を構えさせる「インショップ制」や提携業者制がある⁽¹⁶⁾。これはインショップや提携業者が、そのホテルや専門式場を会場として行う顧客の仕事を独占する代わりに、見返りとして一定のキックバックを会場に支払う取引である。特にインショップ制は、億単位の保証金を積んで入居するといった、ホテルや専門式場に依存して特殊となる「関係特殊(relation specific)」な投資を前提とした取引であるためアームズレンス(arms length)⁽¹⁷⁾と反対の取引となる。その結果、競争の原理がはたらかにくくなり、サービス創造の支援者である取引先企業が価格を決定する力が増すものの、売上は基本的には「大家」であるホテルや専門式場の人気に左右される。

また、バックウエディングに盛り込まれたインショップや提携業者のサービスを利用しないカップル対策として、例えばドレスの「持込料」⁽¹⁸⁾の負担請求や結婚式場内の写真撮影を禁じることが一般的である。会場指定外の業者に発注して「持込料」を負担したり、結婚式の写真が撮れなかったりといった制限が生ずれば、カップルのその利用の抑止効果が期待でき、必然的にバックウエディングを購入する方向に流れ、結果として取引先企業を利用することとなる。以上のように、バックウエディングを補完する幾種類ものシステムが重層的に絡み合いながら制度的に補完し、その維持をはかっているのである。

このように、バックウエディングは、それを購入するカップルの戦略的補完性の寄与だけで安定的な存在となっているのではない。そこには、それを維持するべく制度的補完の役目を果たす取引先企業が関与することで、ウエディングサービスシステムとしての安定性が維持されるのである。

4. 結言

本稿では、わが国のウエディングサービスシステムの主流商品であるバックウエディングを、比較制度分析の手法で戦略的・制度的補完性という概念を用いて論攷した。議論を通じてわれわれは、わが国で見られるバックウエディングの隆盛は歴史的な偶然ではなく、それを選択することの戦略的補完性と、それを支える制度的補完性の存在が影響して

(16) インショップ制に関しては、前述の脚注同様にウエディングサービスシステムに関わる「企業の境界」や「垂直統合」の問題として考察できるはずである。現在、別稿で検討すべく準備している。

(17) 腕(アーム)の長さ(レンズ)だけ距離を置いた取引関係という意味で、取引当事者は自らにとって有利な取引条件を提示する相手と取引することを選択する関係。

(18) ホテルや専門式場が「持込料」を請求する表向きの理由は、「持込んだドレスの保管料金」、「持込みドレスに関するトラブル回避のため」といったものが挙げられる。ドレスに関するトラブル回避のためとしながらも、実際にドレスが汚れていたりしても、「勝手には触れない」と、クリーニング等は対応してくれないということが多い。

いるとの結論を得た。

再び図2を見ながらこのことを確認しよう。わが国で成立しているウエディングサービスシステムの主流がバックウエディングであり、その均衡点Cであるとする。すなわち、バックウエディングを購入するカップルの割合は r_c となる。図2の破線矢印が示すように、均衡Cの安定は、カップルの多くは（結果としてかもしれないが）Cを維持しようとするバイアスをはたらかせている状況である。このために、あるカップルが、欧米のようにバックウエディングに頼らない新しいウエディングサービスを望むとしても、その他のカップルの選択割合が r_B を超えなければ、バックウエディングを購入することが戦略的補完性に合致し、時間とともに均衡Cに収束していくこととなる。逆に、バックウエディングを選ぶカップルが r_B より少ない割合、つまり欧米スタイルのように自ら企画するウエディングを選択するカップルが r_B 以上の割合まで増えれば、やがて後続のバックウエディングをしないカップルもあらわれて均衡点がAへ向かっていくことになる。

また、こうした議論は、わが国のウエディングをバックからセルフ企画へと変えることや、また欧米へバックウエディングを移植することの難しさを示唆するものともいえよう。バックウエディングの維持に関連して強い相互依存関係が成立していれば、ホテルや専門式場が単独で変化させることも容易ではない。関係する諸システムも同時に、しかも高いシェアをもって変化させなければ、元の鞘に戻ってしまうのである。新しいウエディングサービスシステムの実現を本気で目指すには、必要な社会風土を醸成し、バックウエディングが持つ強力な惰性を乗り越えたとき、本当の意味でそれが主流でなくなる可能性を生じせしめる。われわれは、バックウエディングがさらに進化すべきであるとか、変わるべきであるとかといった意見を表明するつもりはない。その社会で安定したシステムの変更を促進するには、現在のシステムが持つ戦略的・制度的補完性を超える必要があり、それは選択行動する人々の戦略の変更であり、それを取り巻くステークホルダーにも変更のインセンティブを創出しなければならないとの析出を主張するものである。

本稿ではウエディングサービスシステムを理論的に考察した。議論を通じて、ホテル・専門式場におけるサービスの内製化・外製化を論ずる「企業の境界」について、あるいは本稿で扱った制度的補完性を「垂直統合」として捉え直すなどの関心を惹起した。次稿ではこれらに関して理論的に論攷し、ブライダル産業の解明を推進したいと考える。

参考文献

- John Forbes Nash, Jr. (1951) "Non-Cooperative Games", *Annals of Mathematics*, 54
- John von Neumann. Oskar Morgenstern (1943) 『*Theory of Games and Economic Behavior*』 Princeton University Press (ジョン・フォン・ノイマン, オスカー・モルゲンシュテルン『ゲーム理論と経済行動』武藤滋夫訳, 2014, 勁草書房)
- Cooper, R.W., A. John (1988) "Coordinating Coordination Failures in Keynesian Models" *Quarterly Journal of Economics*, 103
- 青木昌彦, 奥野正寛, 瀧澤弘和, 村松幹二 (1996) 「比較制度分析とは何か」青木昌彦, 奥野正寛編著『経済システムの比較制度分析』東京大学出版社
- 青木昌彦 (2008) 『比較制度分析序説 経済システムの進化と多元性』講談社

- 奥野正寛 (1993)「現代日本の経済システム：その構造と変革の可能性」岡崎哲二・奥野正寛編著『現代日本経済システムの源流』日本経済新聞社
- 石井裕明, 松本大吾, 今井重男 (2014)「ウェディング・プランナーの自己開示が顧客とのインタラクションに与える影響」『商品開発・管理学会第22回全国大会講演・論文集』商品開発・管理学会
- 今井重男 (2014)「近代婚礼創作とブライダル・ビジネスの源流」『千葉商大論叢』第52巻・第1号
- 今井重男 (2015)「ブライダルサービスとキッチン-わが国のキリスト教結婚式とウェディングチャペルに注目して-」『千葉商大論叢』第53巻・第1号
- 片木篤 (1988)「あこがれのウェディング・ショー-結婚の儀式と空間」(『季刊へるめす』15号岩波書店)
- 佐々木宏夫 (2003)『入門ゲーム理論 戦略的思考の科学』日本評論社
- 中林真幸, 石黒真吾 (2010)『比較制度分析・入門』有斐閣
- 平出鏗二郎 (1898)『東京風俗志』富山房 (2000復刻版・筑摩書房)
- 南智恵子 (1998)『ギフト・マーケティング—儀礼的消費における象徴と互酬性』千倉書房
- 渡辺隆裕 (2008)『ゼミナール ゲーム理論入門』日本経済新聞出版社
- 『ゼクシィ結婚トレンド調査2015』(首都圏)
- 帝国ホテル (1990)『帝国ホテル百年史』帝国ホテル
- 『東京日日新聞』1882年9月24日

(2016.1.20 受稿, 2016.2.8 受理)

〔抄 録〕

本稿では、わが国のウェディングサービスシステムの主流商品であるバックウェディングを、比較制度分析の手法で戦略的・制度的補完性という概念を用いて論攷した。具体的には、カップルがホテルあるいは専門式場の「バックウェディング」を選ぶのはどのような理由によるものか明らかにしている。初出のバックウェディングとは、旅行社が運送・宿泊・観光の料金を一括徴収して実施する団体旅行商品をバックツアーと呼ぶのにヒントを得、ホテルや専門式場が結婚式と披露宴に必要な各種サービスをひとまとめにして販売するウェディングサービス商品を指した、われわれの造語である。議論を通じてわれわれは、わが国で見られるバックウェディングの隆盛は歴史的な偶然ではなく、それを選択することの戦略的補完性と、それを支える制度的補完性の存在が影響しているとの結論を得た。

また、こうした議論は、わが国のウェディングをバックからセルフ企画へと変えることや、また欧米へバックウェディングを移植することの難しさを示唆するものでもあった。われわれは、バックウェディングがさらに進化すべきであるとか、変わるべきであるとかといった意見を表明するつもりはない。その社会で安定したシステムの変更を促進するには、現在のシステムが持つ戦略的・制度的補完性を超える必要があり、それは選択行動する人々の戦略の変更であり、それを取り巻くステークホルダーにも変更のインセンティブを創出しなければならないとの析出結果を敷衍するものである。

〔論 説〕

ボランタリー・シンプリシテイ (Voluntary Simplicity)

—「消費を避ける・減らす」の理論的理解—

大 平 修 司

1. はじめに

本研究の目的は、ボランタリー・シンプリシテイ (voluntary simplicity) 研究の検討を通じて、「消費を避ける・減らす」という現象を理論的に理解することにある。

近年、日本社会では、「消費を避ける・減らす」という現象が数多く見受けられる。この現象は、個別製品から個別企業まで幅広く見受けられる。個別製品の例としては、特定産地の製品、例えば中国産の食品、放射能汚染の恐れのある食品があげられる。2008年は中国製冷凍ギョーザ事件や事故流通米、産地偽装と事件や不祥事が相次いだ年であった(『日本経済新聞朝刊』2008年12月29日、24ページ)。日本の消費者は安心できる消費を求め、たとえ価格が安くとも、敢えて中国産の食品を避ける行動をとり、それは事件から2年が経過したアンケート調査でも、7割強の消費者が中国産の食品の購入を避けると回答していた(『日経流通新聞』2009年12月23日、15ページ)。特にこの調査では、国産の食品を意識して購入すると9割近い消費者が回答していた。

東日本大震災により福島第一原子力発電所の建屋爆発事故が発生し、放射能が福島県をはじめとする東北・関東地方一帯に広がった。これにより、マスメディアによって放射能に農作物が汚染されている可能性が報道されたことで、風評被害が生じ、放射能からの安全性が科学的に立証されても、多くの消費者がそのような食品を購入しない現象が生じた(関谷 2012)。このような消費者の行動は、震災1年後も続き、日経MJの調査によると、震災後に食品の購入先を変更したと五人に一人の消費者が回答している(『日経MJ』2012年3月7日、1ページ)。特に安心食材は多少価格が高くとも購入すると多くの消費者が回答し、中でもシニアや子育て世代にそのような傾向があると指摘されていた。

個別企業の例としては、日本マクドナルドがあげられる。2014年に中国の工場で期限切れ鶏肉の使用が発覚して以降、日本マクドナルドはこれまでにないほどの窮地に追い込まれた。日本マクドナルドの売上高は、異物混入事件があった翌年の2015年1月に前年同月比でマイナス40%近くに落ち込んだ。その後、2015年8月に既存店売上高が19カ月ぶりにプラスに転じたものの、9～10月は再びマイナスに転じた。このようにマクドナルドが低迷する一方、低価格戦略を中心としていたマクドナルドとは異なり、高品質で高価格帯のハンバーガーを販売する企業が数多く誕生している(『日経MJ』2015年11月16日、1ページ)。例えば、アメリカで人気の新興ハンバーガー・チェーンの「シェイクシャック」は開店当日に約400人が行列を作ったという。

さらに他の消費者の行動にも、特定の製品の消費を避けたり、減らすといった現象が見

受けられる。現在の日本は健康志向がブームとなっており、様々なダイエット法が提唱されている。中でも、カロリーの高い食品を低い食品に置き換えるダイエット法はその一例だろう⁽¹⁾。それ以外にも、人気のダイエット法として、糖質オフダイエットがある。糖質オフダイエットとは、三大栄養素である炭水化物、たんぱく質、脂質の中で、炭水化物に含まれる糖質の摂取を控えるものである⁽²⁾。我々が普段食品から摂取している主な糖質として、米やパン、めんなどに含まれるでんぷんと果物に含まれる果糖、砂糖に含まれるショ糖などがあり、それらを含んでいる食品を摂取しないで、ダイエットする方法である。

このように現在の日本社会では、消費者が「消費を避ける・減らす」という現象が数多く見受けられる。ではこのような消費者の行動は、いかに理解できるのだろうか。一般的な消費者行動研究では、消費者がいかなる意思決定プロセスで製品を購入するのかを明らかにする研究が主流を占めている(清水 1999)。しかし、消費者がなぜある特定の製品を購入しないのか、あるいは消費者はある特定の製品の消費を避けたり、減らしたりするのかという面から消費者行動を捉えた研究は数少ない。本研究では、そのような消費者が「消費を避ける・減らす」という現象を理論的に理解することを目的としている。

本研究は大平(2015)に続くものである。大平(2015)では、「消費を嫌がる」という現象を「アンチ・コンサンプション(anti-consumption)」研究から理解を試みた。本研究はアンチ・コンサンプション研究の一分野に位置付けることができ(Iyer & Muncy 2009)、具体的には「消費を避ける・減らす」という現象をボランタリー・シンプリシティ(voluntary simplicity: VS)⁽³⁾研究から理解するものである。

2. ボランタリー・シンプリシティの定義と類型

2-1 ボランタリー・シンプリシティとは

VSとは、Richard Greggが1936年に提唱した概念である(Elgin 1981)。Elgin(1981)は、VSは生活の内的な側面と外的な側面を融合することを意図して提唱された概念であり、VSの本質を外見はシンプルで、内面は豊かに暮らす方法であると述べている。

VSの定義は、論者によって様々な定義がなされている(表1)。それぞれの定義を見ると、いくつかの共通する考え方がある。第一にライフスタイルである。Etzioni(1998)を除いた定義はライフスタイルという概念を用いており、人間がいかに日々の生活を送っていくのかを考える際、VSという概念がそれに影響を与えると考えることができる。次に自分の生活をコントロールするである。これはLeonard-Barton(1981)やShama(1981)、Etzioni(1998)によると、物質的消費を制限する行為が含まれており、VSのライフスタイルとは物質的消費を制限し、Etzioni(1998)とCraig-Lees & Hill(2002)が定義しているように、

(1) 実際、置き換え食品ダイエット食品のラインキングなども公表されている(<http://置き換えダイエット食品ランキング.com>)。

(2) 詳細は日経Goodayセレクト「あなたの糖質制限はここが間違っていた」(http://www.nikkei.com/article/DGXLASFK08H1M_Y4A001C1000000/)を参照。

(3) ボランタリーシンプリシティは日本語で「自発的簡素」(Elgin(1981)、星川邦訳(1987))や「創造的シンプル生活」(小森・東原 2005)と訳されているが、本稿では日本語では本来の意味が表現できないと考え、そのままの表現を使用する。

表1 VSの定義

研究者名	定義
Leonard-Barton (1981)	毎日の活動をすべて直接的にコントロールすることに最大限努め、自分の消費とそれへの依存を最小化するライフスタイルの選択
Shama (1981)	ある個人が日々の活動全般を直接的に最大限コントロールし、自らの消費とそれへの依存を最小化することを意図したライフスタイルの選択
Etzioni (1998)	生活の非物質的な側面を通じて満足するために人間の資源（主にお金や時間）を自由にするために物質的消費を制限する選択
Craig-Lees & Hill (2002)	個人的に心や精神上の豊かさと環境に関心があって、簡素で儉約の実践に夢中になるライフスタイル

出所：Leonard-Barton (1981), Shama (1981), Etzioni (1998), Craig-Lees & Hill (2002) より作成。

非物質的な側面の満足を高めていくライフスタイルなのである。つまり、自分をコントロールするとは、人間の外面的には物質的消費を制限し、人間を内的的に充実させるためのライフスタイルであると理解できる。特に人間の内面とは、Craig-Lees & Hill (2002)によると、心と精神上の豊かさと環境への関心であると理解できる。

2-2 ボランタリー・シンプリシティの類型

2-2-1 VSの類型

VSには、いくつかの類型があると指摘されている（表2）。Elgin & Mirchell (1977)はVSの実践度から4つに類型化している。Etzioni (1998)は、VSを実践している人がどのようにライフスタイルを実践しているのかという点から3つに類型化している。Elgin (2010)は、VSには重複する部分があるが、どのようなVSに焦点を当ててライフスタイルを形成するのかという点から8つに類型化している。まずElgin & Mirchell (1977)とEtzioni (1998)から、VSの実践の程度が存在することがわかる。次にEtzioni (1998)とElgin (2010)から、生活のどの部分でVSを実践しているのかという程度が存在することがわかる。ただし、これらの研究はVSを類型化する際に客観的な基準を用いている訳ではない。

2-2-2 VS研究の類型

VS研究は他の分野に比べるとその蓄積はわずかであるが、先行研究を整理・類型化している研究がある。Craig-Lees & Hill (2002)は、1977から1998年までの先行研究を検討している。その結果、VSに関する研究は、「シンプルな生活に導く自由な選択の要素」「物質的な消費は削減するが、貧困生活は望まない」「VSを実践する人は高収入で、自分で健康管理ができ、特別な教育や資格を取得するための資産がある」「コントロールと個人的な達成」「ヒューマニズムや自己決定、環境主義、精神性、自己開発といった価値に駆られる」という視点から研究されていると指摘している。

Johnston & Burton (2003)は1997～2002年に出版されたVSに関する142の書籍や論

表2 VSの類型

研究者名	VS名	シンプルの内容
Elgin & Mirchell (1977)	完全なVS	ガーデニング, リサイクル, 自然食品, シンプルな衣服, 自転車通勤, バックパックの休暇, 瞑想にふけることを好む人たち
	部分的なVS	VSライフスタイルの教義を部分的に実践している人たち
	VSへの共感	VS運動の価値を支持するが, ライフスタイルまでは変えない人たち
	VSへの無関心あるいは反対	物質的な成功に集中し, VSを脅威とみなすかもしれない高所得のグループと同じくらい貧しい人たち
Etizoni (1998)	ダウンシフター (downshifters)	自発的に特定の消費財 (贅沢品) の消費をやめるが, 基本的には豊かさと消費志向のライフスタイルを維持する経済的に裕福で余裕のある人たち
	ストロングシンプリファー (strong simplifiers)	弁護士やビジネスマン, 投資銀行家のような高収入で, ストレスのある仕事を自発的にやめる人たち
	シンプルに生活する運動	全体論的なシンプリファーであり, Elgin (1981) によって提唱されたVSの原則を守るために完全に自分たちの生活を変える人たち
Elgin (2010)	整頓されたシンプリシティ	あまりにも忙しく, ストレスがあり, 断片化しすぎている生活
	エコロジカル・シンプリシティ	より繊細に地球に接し, 我々のエコロジーへの影響を減らす生活を選択すること
	家族シンプリシティ	物質主義の前に自分の家族の幸福とコトの習得に重きをおくこと
	思いやりシンプリシティ	生活しているコミュニティに絆を感じ, 全てのために相互に信じ合って未来を追求する協調と公平の方向に惹きつけられること
	精神的なシンプリシティ	瞑想として生活を捉え, 存在するすべてと直接的に繋がる経験を育成すること
	市民シンプリシティ	地球に負担をかけず, 持続可能に生きるために公共空間での生活の変化を求めること
	質素なシンプリシティ	生活に本当に役に立っていない支出をなくし, 自己資産を有効に管理することを実践すること

出所: Etizoni (1998) および Elgin (2010), Elgin & Mirchell (1977) より作成。

文などで使用されているキーワードを分析している。分析の結果、VS研究は、自己概念に焦点を当てた「良い生活」「生活の目的」「個人的な成長」「選択された生活」「自己概念の決定」、関係性に焦点を当てた「社会」「物質的シンプリシティ」「最小限の消費」「仕事の役割」「質素な生活」、地球に焦点を当てた「エコロジーへの意識」「ヒューマンスケール」というキーワードで研究されていると指摘している。

McDonald et al. (2006) は、VSを実践している人をボランティアシンプリファー (voluntary simplifiers : VSF) と表現している。その上で先行研究の検討を通じて、VS研究はノンボランティアシンプリファー (non voluntary simplifiers : NVSF) とビギナーボランティアシンプリファー (beginner voluntary simplifiers : BVSF), VSFを扱った研究に大別できると指摘している (表3)。McDonald et al. (2006) はVSに関する研究はその分析対象に幅があり、VSFを対象とした研究とNVSFを連続的に捉えるためにBVSFをその中間に置く重要性を指摘している。この類型は、Elgin & Mirchell (1977) やEtizoni (1998) と似た類型化であり、VSを実践する人たちは、その実践度が異なり、その程度に応じて類型化できるのである。

表3 VSに関する研究の類型とそれを表現する概念

類型	定義	表現される概念
NVSF	ダウンシフター (downshifters) に象徴され、豊かで消費に基づくライフスタイルを基本的には維持し、シンプルな衣服を着て、古い車に乗る人たち	浪費社会、無関心と反対、現状の社会、共感者、ダウンシフター
BVSF	ライフスタイルの中で実際に生活を変化させている人たちであり、ある特定のライフスタイルの変化のみを実践するか、または社会的な理由よりむしろ、個人的な理由のためにシンプリシティに関心のある消費者	遵奉者、環境保全社会の推進、浪費しない人たち、ストロングシンプリファー、消費の維持、浅はかなシンプリファー、社会的に容認されたグリーンコンシューマー、豊かで安定した状態の社会
VSF	ライフスタイルを劇的に変化させている人たちであり、消費者としてのライフスタイルを拒否する人たち	消費を削減する、完全なVSF、よりコミットしたVSF、総合的なVSF、改革運動者、仏教徒の社会、自発的でシンプルなグリーンコンシューマー

出所：McDonald et al. (2006) より作成。

3. VS研究による「消費を避ける・減らす」の理論的理解

ではVS研究から、「消費を避ける・減らす」という現象はいかにして理解できるのか。以下では、まず「消費を避ける・減らす」人たちのライフスタイルを検討することで、何を避け・減らして、何を実践しているのかを検討する。次に「消費を避ける・減らす」行動をしている消費者はどのような特徴があるのかを検討する。最後にそのような消費者がVSを実践する理由を検討する。

3-1 「消費を避ける・減らす」ライフスタイル

Leonald-Barton (1981) や Cowles & Crosby (1986), Huneke (2005), Iwata (1999) は定量分析を用いて、VCのライフスタイル上の特徴を検討している。Leonald-Barton (1981) はVSに関する先行研究を踏まえてVSインデックスを作成し、カリフォルニアの主婦812名に対してアンケート調査を実施した。アンケート項目について因子分析を実施した結果、VCのライフスタイルとして、6つの因子が抽出された(表4)。その上で、VSのライフスタイルを採用している割合も抽出しており、50%以上の回答を得たものが「贈り物を手作りする」(71.9%), 「メインの食事から肉をなくす」(70.8%), 「車のガソリンを変える」(69.8%), 「自立のために指示をもらう」(65.3%), 「新聞のリサイクル」(62.3%), 「衣服と家具を自作する」(59.5%), 「缶のリサイクル」(52.9%), 「ガラスのリサイクル」(50.7%), 「野菜を育てる」(50.7%)となった。

Cowles & Crosby (1986) はLeonald-Barton (1981) が作成したVSインデックスの分析を精緻化している。具体的には、Leonald-Barton (1981) がVSインデックスについて因子分析をした結果の妥当性をLISLERを用いて確認的因子分析を実施し、さらにはLeonald-Barton (1981) の結果とは異なる分析結果を提示している。この研究では調査はカリフォルニアとコロラドの主婦424名からのアンケート調査の結果を用いて分析を実施した。その結果、VSが影響を与えるのは、「物質的なシンプリシティ」と「自己決定」「エコロジーへの意識」であると指摘している(表4)。

Huneke (2005) はアメリカ人のVSの行動と動機、態度などからライフスタイルを検討している。この研究ではVSを実践している消費者を厳密に抽出するために、まずアンケート調査を実施し、消費者に「私は毎日の生活でVSを実践している」と「私のVSの実践は一貫している」を質問した。次にそれに同意した人に対して、VSに関連する21の実践について、各実践ごとに「VSの実践がどのくらい重要か」「その実践にいかに一貫してこだわっているか」「その実践を採用することで要求される自分の生活をどのくらい変えたのか」と尋ねた結果をもとに調査対象者を選び出し、最終的に113名に対して調査を実施した⁽⁴⁾。

VSを実践する行為は21項目を因子分析した結果、6つの因子が抽出された(表4)。次に一貫して実践している活動は、「衝動買いを避ける」「広告への支出を制限する」「ガラクタを捨てる」「生ごみ処理機の所有」の順で平均値が高かった。さらにVSの実践に伴う行動変化の程度は、「給料を貰える仕事を制限する」「ガラクタを捨てる」「自動車の使用制限」「満足できる仕事で働く」「衝動買いを避ける」の順で平均値が高かった。

Iwata (1999) は、一般的な生活の中でVCのライフスタイルにはどのような特徴があるのかを分析している。まず先行研究に基づいて、物質的な自己依存性を含んだ低消費から構成されるライフスタイルを用いて分析を実施した。調査は徳島大学を卒業した250人の女性に対して、アンケート調査を実施した。その結果、「VSライフスタイル」と「製品の高度に発達した機能からの拒絶」「買い物での注意深い態度」「自給自足の受容」が抽出された。

(4) サンプルは5年以上VSを実践している人が50.5%、5年以下3年以上が15.9%、5年より少ないと回答した人が33.6%であった。デモグラフィクス上の特徴は、第一に学歴は65%以上の人が大卒であった。収入はVCを実践する前後の収入を比較している。収入が減少した人は\$100,000以上と\$60,001～\$100,000、\$30,001～\$450,000、\$15,000以下の人達であった。その一方、\$750,001～\$100,000と\$45,001～\$60,000、\$15,001～\$30,000の人たちの収入は増加していた。

さらにVSのライフスタイルとして、4つの因子が抽出された(表4)。

3-2 「消費を避ける・減らす」消費者の特徴

上述したように、VS研究では「消費を避ける・減らす」消費者はVSFという言葉で表現されている。Iyer & Muncy (2009) はVSFを消費社会にストレスを感じていて、何かを消

表4 VSのライフスタイル

研究者名	因子名	項目
Leonald-Barton (1981)	サイクリング	エクササイズのため、仕事に行くため、日常生活で
	セルフサービス	車のガソリンを変える、自立のため、商品やサービスの交換
	資源のリサイクル	紙、ガラス、缶のリサイクル
	商品のリサイクル	古着の購入、中古品のセールで買う
	製品の手作り	洋服や家具を自作する、贈り物を手作りする
	自然への回帰	環境団体への貢献、野菜を育てる、生ごみ処理の所有、肉を使わない食事
Cowles & Crosby (1986)	物質的なシンプリシティ	エクササイズ、仕事に行くため、日常生活で自転車に乗る、中古品セールで買う
	自己決定	ガソリンを自分で入れる、自立のために努力する、商品やサービスの交換、贈り物の手作り、洋服や家具の手作り、野菜を作る、生ごみ処理機の所有
	エコロジーへの意識	紙、ガラス、缶のリサイクル、環境団体への貢献
Huneke (2005)	環境・社会的責任	リサイクル、生ごみ処理機の所有、社会的責任を果たしている生産者からの購入、環境に配慮した製品の購入、菜食主義、地元商店から購入する、地産製品を購入する、有機食品の購入、自動車の使用制限
	コミュニティ	コミュニティでの活動、近所付き合い、満足できる仕事で働く、共同住宅に住む、政治活動に参加する
	時間の使い方	贈り物を買うより自作する、給料を貰える仕事を制限する
	テレビと広告の制限	広告支出を制限する、テレビの視聴を制限する
	モノを少なくする	ガラクタを捨てる、衝動買いを避ける
	精神的な生活	精神的な生活を維持する
Iwata (1999)	消費の制限	シンプルに生活し、必要のないモノを購入しない
		衝動買いをしない
		お店に行ったとき、モノが私にとって必要かどうかを熟慮した後に購入を決定する

物質的充足	物質的豊かさより精神的成長により関心がある
	複雑な機能が備わった製品よりもシンプルな機能の製品の方が好きである
	便利さと快適性を助長するようにデザインされた製品は人を駄目にする
環境への意識	野菜を自給自足するのが望ましい
	できる限り自給自足するのは、望ましい人間の生活である
	環境を汚染・破壊しないよう努めている
道徳的関心	買ったモノをできる限り長く使うよう努めている
	大量のゴミの中にまだ使用できるモノがあることに我慢できない
	お店に行ったとき、飽きずに長期間に使用できるモノを重要視する

出所:Leonald-Barton (1981), Cowles & Crosby (1986), Huneke (2005), Iwata (1999) より作成。なおIwata (1999) の因子名はChieh-Won et al. (2008) から命名した。

費する習慣を削減する、あるいは環境のためなどに代替的なものに置き換える消費者と定義している。VSの研究の中には、VSFとそうではない人たちであるNVSFと比較し、それぞれの特徴を検討している研究がある。またVSFに関する研究では、VSFにある側面から焦点を当てて、VSFの異なる特徴も研究されている。

3-2-1 VSFとNVSF, BVSFとの違い

先行研究に基づいて、概念的にNVSFとVSFを比較しているのが、Shama (1981) とJohnston & Burton (2003) である(表5)。Shama (1981) はアメリカ経済が1970年代スタグフレーションに陥っている中で、自分のライフスタイルと異彩を放つ消費をし、経済成長の価値を変える消費者としてVSFが台頭してきていることに着目し、その特徴を検討している。Shama (1981) は先行研究の検討を通じて、NVSFとVSFの違いをプロダクトとプレイス、プロモーションの点から検討し、VSFへのマーケティング戦略を検討している。またJohnston & Burton (2003) も先行研究の検討を通じて、VSFはNVSF(主流の消費者)と比較して、何が欲しいかという点で異なる点が多いと指摘している。

実証的にVSFとNVSFの違いを検討しているのが、Craig-Lees & Hill (2002) とOates et al. (2008) である。Craig-Lees & Hill (2002) はライフスタイルの視点から、インタビュー調査を実施し、VSFとNVSFの違いを検討している。サンプルは先行研究に基づいて、独立した資産と健康的な身体、高収入を稼ぐ能力を持つ、高学歴なオーストリア人を対象とした。具体的には、少なくとも80Kオーストラリアドルを稼ぐ能力があり、大卒以上で40～55歳の53名を対象とした。

調査の結果、VSFとNVSFの共通点は、第一に製品が果たす機能とそれらが実現する経験に対して製品に価値を置くことである。第二に製品を所有し、使用することを通じて、

表5 NVSFとVSFの比較

	NVSF	VSF
Shama (1981)	より大きな製品(大きなことは美しい), より多くの製品, 贅沢な製品, 自分本位の製品	より小さな製品, 最小限の製品, シンプルで実用的な製品, 質の高い製品, 関心と関与を促す製品, 自作できる製品
	より大きな小売店, 伝統的な小売店	より小さく個人的な店舗, 革新的な小売店, 共同購入
	テレビとマスメディアのプロモーション	紙とラジオによる有益なプロモーション
Johnston & Burton (2003)	より有形財を欲しがらる	最小限の所有物しか欲しくない
	より多く稼ぐこと望む	収入のある仕事を減らすことを望む
	より多く消費したがる	最小限しか消費したくない
	便利さを好む	丈夫で再利用でき, 地球に優しい製品を好む
	何か欲しいものを買う	ほとんど欲しがらず, 最低限の購入をする

出所: Shama (1981) および Johnston & Burton (2003) より作成。

感情的や精神的, 美的喜びをもたらす製品を好むことである。第三に本と音楽に価値を置き, 特に読み直す本を多く持っていることである。

その一方, 両者の違いは, 製品とブランド, サービス, 女性という点から大きな違いが存在し(表6), 特に先行研究で指摘されていたようにVSFは消費量と購入する製品を限定しているとCraig-Lees & Hill (2002)は述べている。具体的には, VSFは, より長い個人的な時間を持ち, そのトレードオフとして消費を削減するライフスタイルを選択する。VSFの購買行動の特徴は, お金に対して独自の価値を持ち, 買い物を少なくする, 安いブランドを購入することである。削減するのは休日と娯楽, 贅沢(食品と香水, 化粧品, アルコール)

表6 Craig-Lees & Hill (2002) によるNVSFとVSFの比較

	NVSF	VSF
製品	製品(例えば車や家)をステータスと結びつけて考えている	実用的な製品(例えば車や家財道具)の機能性により関心がある
ブランド	お金に対する価値を証明するものとしてそれらを使用する	ステータスの表現としてブランド名やファッションを使用しない
サービス	外食や映画鑑賞, 旅行といった経験を購入する	外食や映画鑑賞, 旅行といった経験の消費を削減する
女性	衣服や化粧品について積極的に話をし, これら製品は仕事と関連する活動と結びついていることが多い	自分や家族, 友達, 自身の生活をコントロールし, 管理することについて, 長時間に渡り, 深い話をする

出所: Craig-Lees & Hill (2002) より作成。

であり、電話とエネルギー、水の使用をコントロールしている。その一方、幼い子供を持つ家族のVSFは、本や音楽あるいは絵画のギャラリーや美術館へ行く支出は消費の削減に含まない。VSFはより短い時間で働くことを望み、仕事は意味があり、興味深いものであることを重視していると指摘している。

Oates et al. (2008) は、持続可能な技術に対する購買意思決定と情報探索という点から、NVSFとBVSF、VSFの違いを検討している。調査はイングランドの北部に位置するシェフィールドとリーズに暮らす消費者81名にインタビュー調査を実施した。

調査の結果、三者間には製品を購入する意思決定プロセスに大きな違いがあり、製品を購入する際の情報源にもそれが見られた(表7)。まず意思決定プロセスでは、製品を購入する際に参照する内容に違いがあった。製品を購入する際の下限の条件として、NVSFは自らの経験などに基づき、製品の価格とそれに付随するサービスが条件になっていた。BVSFは店舗内で得られる情報などから、製品の価格と経済的効率性が条件になっていた。VSFは情報誌といった第三者の意見を参考にして、エコロジーへの配慮が条件となっていた。

その一方、上限の条件について、NVSFは家族の推薦や経験に基づき、小売店やブランドなどが条件となっていた。BVSFは情報源はなく、小売店と入手可能性が条件となっていた。VSFは環境に関する専門的な知識に基づいて、多国籍な製造業者でないことや環境に配慮した製造業者などが条件となっていた。特に価格については、NVSFとBVSFでは下限の条件となっていたのに対し、VSFでは上限の条件となっていた。

また製品の購入に影響を与える情報源として、NVSFは販売員とブランドに影響されて

表7 Oates et al. (2008) によるNVSFとBVSF、VSFの比較

	NVSF		BVSF		VSF	
製品	回転式乾燥機		洗濯機		洗濯機	
情報	参照内容	情報源	参照内容	情報源	参照内容	情報源
下限の条件	価格, 配送サービス, 温度調整の範囲	インターネット, 自らの経験	価格, 水の消費量, 電力消費量, エコノミーボタン	店舗内での情報, 製品のステッカー, 販売員	エネルギー効率の評価が高い, 近くの販売店	店舗内での情報, インターネットと情報誌
上限の条件	小売店(インターネット), ブランドとモデル	兄弟の推薦, 母親の経験	小売店, 即入手できるか	なし	価格, 維持費用, よく知っているブランド, パフォーマンス, 多国籍な製造業者でないこと, 環境に配慮した製造業者	エネルギーに関する会議と政府のエネルギー政策, 環境保護に関するサイト

出所：Oates et al. (2008) より作成。

製品を購入する。BVVSFは販売員から最も影響を受け、次でブランドと電力消費量のラベルから影響を受けて製品を購入する。VSFは環境問題に関する出版物と電力消費量のラベルから影響を受けることが示されている。

3-2-2 「消費を避ける・減らす」消費者の多面性

(1) 倫理的VSF

Shaw & Newholm (2002) は倫理的VSFの特徴を検討している。倫理的VSFとは、倫理的関心に基づいてVSの行動をする人である。また、この研究で倫理的VSFはダウンシフターとは異なる存在であるとし、具体的には環境や社会、動物愛護という課題に関心があるという点で異なり、ダウンシフターは消費生活の快適性と非物質的満足とを均衡させることに関心があるとしている。この研究では、イギリスの倫理的消費者16名にデプスインタビューを実施している。VSの調査項目は、ダイエット、自動車を利用するあるいは利用しない旅行と中古品の使用である。

分析の結果、倫理的関心と消費レベルには重要な結びつきがある点を指摘している。その上で、倫理的VSFの消費には、抑制と多様性、衝動という概念から整理できるとしている。抑制とは、常に倫理的に消費しようとする個人が消費に倫理的に接近する一つの方法として、いくつかの自発的な消費の制約を形成していることを意味している。多様性とは、倫理的VSFが多様な行動の反応を採用することで幅広い異なる消費形式を作り出すという意味である。衝動とは、倫理的VSFの行為に対する強い動機は、世界を変えるという願いよりむしろ、誠実に対する内的な道徳的衝動から生じていると指摘している。

(2) BVVSFの類型

McDonald et al. (2006) は、VSFとNVVSFを連続的に捉えるためにBVVSFをその中間に置く重要性を指摘している。BVVSFとは、VSFのように全てのライフスタイルを変化させる訳でなく、またNVVSFのように消費する製品の倫理的あるいは環境的な特徴を完全に無視する訳でもない、特定の部分から持続可能性(例えばフェアトレードコーヒーの購入や家庭排水の再利用)を支持する人たちである。NVVSFとは、持続的な消費をほとんどあるいはまったく実践しない人たちである一方、VSFは資本主義社会の社会的基準から哲学的に(おそらく精神的に)離脱することで支持された非消費者として生活をする人たちと定義し、それらを連続して理解するためには、BVVSFが重要であり、さらにBVVSFは次の三つに類型化できると述べている。

それは第一に初心者(apprentice) シンプリファーであり、これからVSのライフスタイルを実践し始めようとしている人たちである。第二に部分的(partial) シンプリファーは、部分的に持続可能な消費を実践している人たちであり、VSFのライフスタイルでいくつかの特徴のある点を実践するが、他の部分は実践しない人たちである。第三に偶発的(accidental) シンプリファーは、VSライフスタイルの一部分を実践するが、倫理あるいは環境的な動機を持たない人たちである。

(3) ダウンシフティング消費者

Etzioni (1998) は、VSの一つの類型として、ダウンシフターをあげていた。Etzioni

(1998)によると、ダウンシフターとは個人的により意味のある時間あるいは地位の代わりに収入を減らす、早期退職する、あるいは新しいキャリアを形成するために高収入や高いプレッシャーの仕事をやめる人たちである。McDonald et al. (2006) も偶発的なシンプリファアの代表例として、ダウンシフターをあげている。McDonald et al. (2006)によると、ダウンシフターは、自分で自由に過ごすことができる時間を増やすために物質的製品を追求するのをやめる人たちである。また、家族を築く、より多くの余暇時間を取る、あるいはより充実する仕事に従事するためにキャリアを変え、あるいは都会でのライフスタイルをやめる人たちである。ダウンシフティングを実践した理由は、VSFは似ているように見えるものの、環境あるいは倫理的関心よりむしろ、プレッシャーのかかる状況での仕事と関連したストレスを減らすことに刺激された結果であると McDonald et al. (2006) は指摘している。

Nelson et al. (2007) はダウンシフターが実践する消費に注目したダウンシフティング消費者を検討している。具体的には、コミュニティに属する消費者が中古品を探すことをダウンシフティングする態度、消費者と政治的消費の価値、市民と政治的関与の行為との関係性から検討している。ここでコミュニティとは、アメリカの自由な物々交換に基づく贈与経済に参加しているグループなどのフリーサイクル団体 (freecycle.org) であり、この団体への参加者に対してアンケート調査を実施した。またダウンシフターとは、所得が中流からその上の階級の裕福な消費者であり、環境と社会的課題に関心が高く、商品の実用的な有用性に価値を見出すブランドへの意識と物質主義的傾向があまりないタイプの消費者と Nelson et al. (2007) は理解している。

調査はアメリカのマディソン郡とデーモン郡のフリーサイクル団体にアンケート調査票を送付し、183名から返答を得た。調査内容は仕事と消費のダウンシフティング、消費の価値(ブランドへの意識と物質主義)、オンラインとオフラインでの市民参加と政治的消費である。分析では仕事と消費のダウンシフティングをそれぞれ非説明変数とした回帰分析を実施した。その結果、仕事のダウンシフティングには、物質主義、ブランドへの意識、政治的消費、オンラインでの市民参加の順で影響を与えることが明らかとなった。その一方、消費のダウンシフティングには、ブランドへの意識、物質主義、政治的消費の順で影響を与えることが示された。なお、ブランドへの意識と物質主義はいずれもマイナスの影響である。この結果から、フリーサイクル団体に所属する人たちは、消費を制限することと経済的成長やお金よりも個人的な成長と時間を選択することでダウンシフティングを実践している点が指摘されている。

3-2-3 「消費を避ける・減らす」消費者のコミュニティ

VS研究の中には、VSFが多く存在するコミュニティ内でのVSFの行動を検討した研究がある。Shaw & Moraes (2009) はVSと(アンチ)消費、市場との関係を検討している。具体的には、消費への依存が低く、エコロジーへの責任感が強く、自給自足に関心の高いスコットランドのハイランド地方のVSFを対象にインタビュー調査を実施している。Shaw & Moraes (2009) は調査結果を「個人的なシンプリシティとコミュニティ、農村市場」「複雑な食品をシンプルに消費する」「VSと消費者文化」から整理している。

「個人的なシンプリシティとコミュニティ、農村市場」では、地方の農村とのつながりを

通じて、VSFはコミュニティの中で、自分の個人的なVSの実践方法を創り出し、コミュニティ内で皆が実践しているVSの行動に適合している。また農村地域で生活するための個人的な動機は、地方のコミュニティのためによく考えることと個人的な参加者としてのエコロジーなどへのマクロな関心とのバランスを取ることであると指摘している。

「複雑な食品をシンプルに消費する」では、VSFは少なくとも二つあるいはそれ以上のところから食品を調達していた。具体的な調達先は、スーパーマーケット、地元商店、農家と市場（いちば）、自家栽培と自然食品業者である。中には、一切スーパーマーケットから食品を購入するのをやめている人もいた。またコミュニティ内のVSFはオーガニック食品を好んでいた。しかし、VSFはオーガニック農産物とフードマイルとの間で葛藤していた。フードマイルとは、生産された農作物とそれが消費される場所との距離であり、これが離れれば離れるほど、環境負荷が大きいと考えられている。VSFは自然食品業者から購入するオーガニック農作物が輸入されたものであるか、地元で生産されたものであるかを注意深く確認していたと指摘している。

「VSと消費者文化」では、VSFは消費の削減や修正を実践するために市場に直接的にかかわり、反応する行為をすることによって、現在のシステムを再構成することを意図していた。なぜなら現在の市場システムは高度に商業化され、利益を求める仕組みになっているからであり、VSFは消費を通じてそれらを変えるためにVSを実践していると指摘している。

Bekin et al. (2005) は、VSFと一緒に生活することでVSライフスタイルを実践しているコミュニティを調査している。調査対象には、イギリスの環境問題に取り組み、倫理的シンプリシティへの動機を持つ4つのコミュニティを対象とした(表8)。

4つのコミュニティを調査した結果、どのコミュニティでもVSの生活を実践しようとしているが、いずれもそれが完全に実践される途中の段階にあった。自給自足のレベルと市場への依存の程度などは異なっているものの、各コミュニティは市場での自らの位置を再定義し、自分たちの生活を自らコントロールしようと努力していたのが共通点である。また各コミュニティは、現在の社会システムに依存して生活していることを認識しているものの、消費社会の欠点を理解し代替手段を提供するように努めている。具体的には、まとめ買いや環境配慮型製品の選択的購入、オーガニック食品の自己生産、カーシェアリング、中古品の購入を代替的手段としている。

3-3 「消費を避ける・減らす」理由

Craig-Lees & Hill (2002) はVSFが消費を削減する動機として、環境・精神的あるいは自己中心的な動機をあげている。中でも、環境・精神的に動機づけられたVSFは、より中古品の家具と中古車、古本、古着を所有していることが多く、自己中心的に動機付けられたVSFは、それらの使用自体を少なくすることに関心があると指摘している。

Ballantine & Creey (2010) は消費行動全般に占めるVSFの廃棄行動を検討している。調査は先行研究のVSの特徴に基づき、スノーボールサンプリングを利用して、9名にインタビュー調査を実施した。その結果、VSの生活を始めた際に、モノを所有する意味を考え、廃棄への関心を高めたとき多くのVSFが回答していた。その際に廃棄したモノとして、嫌いなモノや衝動買いで買ったモノ、欲しくなかった贈り物などをあげていた。そして、VSの

表8 4つのコミュニティの特徴

コミュニティ	特徴
Stone Half	行政サービスへの依存を少なくするために湧水と下水システム、生ごみ処理機、木材を利用した暖房設備を独自に所有している。11エーカーの敷地内に居住しているメンバーはコミュニティが経営している3つのコミュニティビジネス（総合教育センター・工芸品店・幼稚園）で働いている。また野菜の生産と地域内での物々交換や独自の貨幣制度を持っており、メンバー14名は自給自足に限りなく近い状態で生活している。
Fallowfields	教育の非営利組織であり、18名のメンバーで構成され、所有するビルと近隣のコテージなどで生活している。商業収入を得るために週末に開催する教育のワークショップとキャンプ場のレンタルを運営している。
Sunny Valley	7エーカーの敷地に高学歴11名による共同住宅地の協同組合である。収入としては、施設の一部を貸し出した賃料と周囲に小さなコテージを建設して得られる販売料、生ごみ処理事業からの収入があり、食料をできる限り自分たちで生産している。
Woodland	大きな古いビルで共同生活をする58名の個人や家族によって構成される組織である。商業的な収入はないが、食品を自己生産し、1ヶ月200ポンド（食費と水道光熱費を含む）未満で住むことができる。

出所：Bekin et al. (2005) より作成。

生活を実践しているうちに、VSFは日々の消費行動では、買い物をすることから得られる喜びがないと感じ、よく購入する食品も地元産やオーガニックの食品を好んで購入していると回答していた。特にVSFとして消費行動をする際には、「環境への関心」と「製品の品質」「共同所有」「中古品の購入」「倫理的製品」「自己生産」を考慮して日々の消費行動を実践している点が明らかとなった。

Wu et al. (2013) はグレート・アメリカン・アパレル・ダイエット (the Great American Apparel Diet : GAAD) を事例として、VSを実践する動機を明らかにしている。GAADとは、2009年に20人で一年間、洋服を購入しないという行動をしたことをインターネットで公表したところ、それに賛同する人が多く、2010年からはじまった活動である。GAADはオンラインコミュニティへの参加者が洋服のダイエットの進捗状況をGAADのウェブサイト上のブログなどに記載する形で進められた。Wu et al. (2013) はそのコミュニティに書き込みをしている140名の自叙伝や動機、個人的な葛藤、仲間のダイエッターへの励ましなどの書き込みについて内容分析を実施した。分析対象となったのは、719の書き込みと115の自叙伝であった。

分析の結果、まずサンプルの特性は139名が女性で、年齢は19～60歳であり、89.3%がアメリカに在住していた。次にGAADへの参加の動機は、「個人的」と「ライフスタイル」「社会的」「経済的」「財政的」「環境的」の6つのカテゴリーを設けて分析を実施した。その結果、個人的な動機は44.03% (498引用文)、ライフスタイルが22.10% (250)、財政的が15.21% (172)、環境的が10.43% (118)、経済的が4.95 (56)、社会的が3.27% (37)となった。それぞれの動機の定義と内容分析の結果は、表9の通りである。

分析を通じて明らかとなったのは、財政的な健全性と生活の質の改善を含んだ消費者の

表9 動機とその定義, 内容分析の結果

動機	定義	引用文 (%)
個人的	自己に向けられた刺激(目標・挑戦・弱み・問題)	罪(10.04), 自己改善・コントロール(7.03), 満足(6.83), 適切な洋服ダンス(6.22), 挑戦(4.22)
ライフスタイル	行動の修正を通じて生活する方法を変化する消費者の動機	時間の節約(16.80), ライフスタイルの変化(16.00), シンプルシティ(15.60), 多すぎる衣服(14.00), 一般的な過剰消費(10.00), 削減(6.00)
社会的	社会的な公平性と幸福への消費者の関心	ロイカル・グラスルーツ(51.35), 非営利(5.41)
経済的	マクロな視点からGAADに参加する消費者の動機で景気後退に関する経済的挑戦	景気後退(58.93), 失業(41.07)
財政的	ミクロな視点からGAADに参加する動機で個人的な財政上の行動に関する消費者の関心	お金儲けと節約(51.74), 生活費の支払いと借金(21.51), 収入の範囲内での生活と過剰購入(1.16)
環境的	GAADに参加する環境問題への意識への動機	グリーン・エコフレンドリー(49.15), 二酸化炭素排出量とり・アップサイクリング(20.34)

出所: Wu et al. (2013) より作成。

個人的な幸福に関連する動機である。また消費者は外的環境に関わる社会あるいは経済的ニーズに関する動機はあまりなかった。しかし、環境的な関心に関連した動機は比較的多くの参加者が賛同していた。この結果から、コントロールの意味を参加者にもたらししていた内的な動機(個人的・財政的・ライフスタイル)はGAADに参加する最も大きな理由となっていた。

4. ディスカッション

先行研究の検討を通じて、消費者が「消費を避ける・減らす」という現象をライフスタイル、VSFの特徴、VSを实践する理由から検討してきた。まずライフスタイルは、Elgin (1981)のVSの定義に従うと、消費者の外的な側面として消費や仕事を制限する一方、内的な側面として環境への意識や道徳的関心を高めるライフスタイルを实践している点が明らかとなった。次にVSFの特徴は、モノを所有する意味を考え、モノをステータスを表現する手段として利用しない点が示された。特に消費者はVCの实践度という点から、NVSFとBVSF、VSFに類型化することができ、VSの实践度が高くなるほど、多様な情報を得てから行動している点も示された。さらにVSを实践する理由は、環境問題などの外的な刺激による動機と個人のライフスタイルの選択に代表される内的な動機がある点が明らかとなった。

ではVSに関する先行研究の検討を通じて、上述した日本での「消費を避ける・減らす」

現象はいかに理解できるのだろうか。まず企業の不祥事による食品と放射能汚染の恐れのある食品、日本マクドナルドの事例は、外的な刺激による動機から生じたものであると理解できる。その一方、ダイエットの事例は個人のライフスタイルなどの内的な動機から生じたものであると判断できる。そして、全ての事例に共通して、消費者はそのような製品の消費を避け、減らす一方で、代替製品を消費するという行動をとっていた。この点を踏まえると、上述した事例で「消費を避ける・減らす」消費者は、ダウンシフターに代表されるBVSFに該当すると考えることができる。

McDonald et al. (2006) は、BVSFとして初心者シンプリファーと部分的シンプリファー、偶発的シンプリファーを示していた。いずれの事例も消費を避ける、あるいは減らすを実践し始めた人たちは、初心者シンプリファーと理解することができる。ただし、その後の時間の経過を踏まえると、いずれの事例も、部分的と偶発的シンプリファーの両者が存在すると考えることができる。なぜなら、例えば不祥事の事例では、マスメディア等で報道された直後だけ、そのような製品の消費を避け、報道がなされなくなるとまたそのような製品を再び消費する、倫理・環境的動機を持たない偶発的シンプリファーと継続してそのような製品を避け、倫理・環境的動機を持つようになった部分的なシンプリファーが存在すると考えられるからである。またダイエットをしているうちに、倫理・環境的動機を持つようになった人たちも部分的シンプリファーであると考えることができる。つまり、「消費を避ける・減らす」消費者はVSの実践の程度や継続性に依りて、多様なVSFが存在しており、先行研究では検討されていなかったが、VSFになるまでのVSの実践の経緯を辿れば、McDonald et al. (2006) が指摘するようなNVSFとBVSF、VSFを連続的に捉えることが可能となるだろう。

大平他 (2014) は、消費を通じた社会的課題の解決を実践している程度が高いソーシャル・コンシューマーの現在までの社会的課題解決行動の経緯を分析している。この研究では、ライフコースに沿って女性のソーシャル・コンシューマーを分析している。ソーシャル・コンシューマーの女性は子どもが生まれることでオーガニック食品を買うようになり、子どもが小学校に入学後、ボランティアや寄付、ベルマークの収集などを通じて、社会的課題への知識が高まっている点が見られる。このようなソーシャル・コンシューマーの中には、東日本大震災後、子どもの健康を考慮し、オーガニック食品を購入するようになり、それがその後も習慣となっただけでなく、それ以外の社会的課題の解決も実践するようになったと述べていた人もいた。その一方、消費を通じた社会的課題の解決の実践がそれほど多くない消費者は、震災直後こそ、オーガニック食品を買ったものの、その後はやはり価格を重視し、そうではない食品に戻ったと述べていた消費者もいた。この結果を踏まえると、すでにVSの実践度の高いVSFをより深く理解するためには、先行研究のようにVSFの現状を理解するだけでなく、NVSF→BVSF→VSFと至る経緯を調査する必要があるだろう。またBVSFを分析する際には、初心者・部分的・偶発的シンプリファーの何に該当するののかも調査する必要があるだろう。

特に日本の消費社会は、東日本大震災後、「消費を避ける・減らす」という行動をとった消費者が多くなった。例えば、オーガニック食品を例にあげると、震災後、食品をオーガニックに変更した消費者が多く存在し(日本有機農業研究会 2012a)、オーガニック食品の生産量が増加し(『日本産業新聞』2015年10月15日、18ページ)、スーパーマーケットでの

オーガニック食品の取り扱いも増加した(日本有機農業研究会 2012b)。オーガニックマーケティング・リサーチプロジェクト(2011)によると、日本における市場規模は1300～1400億円と推定されている。その一方、欧米におけるオーガニック市場は大きく成長している。特にアメリカの2015年の市場規模が前年比11.3%増の約4兆6800億円(391億ドル、1ドル=120円)であり、この20年の間で10倍以上に成長している⁽⁵⁾。日本の消費者は、オーガニック食品が安心・安全で美味しいと思っているものの、ほとんどの消費者はそれを購入したことがない(日本有機農業研究会 2012a)。日本でオーガニック食品の普及を妨げている要因の一つとして、オーガニック食品は価格が高いと思っている消費者が多いという点があげられる(日本有機農業研究会 2012a)。

ではこのような消費者の認識に対して、オーガニック食品を製造・販売する企業はどのようにすれば、消費者がそれを購入するようになるのだろうか。その一つの取り組みとして、オーガニック食品の宅配ビジネスを展開している大地を守る会は、形が大きすぎたり小さすぎる、いわゆる「規格外」の野菜や魚を通常より3割程度安い価格で販売している(『日本経済新聞夕刊』2014年11月4日、8ページ)。特に大地を守る会は、このような食品を「もったいナイ野菜」「もったいナイ魚」という名称で販売し、消費者に「食品を大切にする」という価値を投げかけている。このような取り組みは、他の企業にも広がり、生協や食品スーパーでも展開されるようになってきている(『日経プラスワン』2015年1月24日、5ページ)。

先行研究でVSFは、一般的な食品の消費を避ける・減らす代わりに、オーガニック食品を好んで選択していた。このようなVSFのライフスタイルを日本で広げるためには、大地を守る会のように新たな価値を消費者に対して提示する必要がある。大平他(2015)は消費を通じた社会的課題解決の実践度に基づいて、日本に実践度の高いソーシャル・コンシューマーが25.4%、実践度が中程度である利己的ソーシャル・コンシューマーが44.1%、実践度が低い無関心層が30.5%存在すると指摘している。これをVS研究で理解すると、日本では中間層であるBVVSFの割合が最も高いと理解できる。

以上を踏まえ、今後、日本でVSFを増加させるためには、例えばオーガニック製品を販売する企業などは、どのように消費者に訴えていけば良いのだろうか。それについて、Elgin & Mirchell(1977)は人間が生活する様々な局面でVSを実践する価値をあげている(表10)。例えば、「ヒューマンスケール」は外面的な仕事よりも、内面的な生活全体を考えることを意味している。また「物質的シンプリシティ」で外面的な消費を制限する一方、「自己決定」では内面的には自分でモノを作ることに置き換えることを意味している。「個人的な成長」はまさに人間の内面的な成長を意味しており、「エコロジーへの意識」は人間が生活する上での内面と外面に関連すると判断できる。このようなVSを実践する価値を消費者に提供することで、NVVSF→BVVSF→VSFという経路で消費者が変化する可能性を指摘できる。

(5) 詳細はOrganic Trade Association (<https://www.ota.com>) を参照。

表10 VSの価値

概念	内容
物質的シンプリシティ	製品やサービスの消費を少なくする(ただし必ずしもお金がないわけではない)
ヒューマンスケール	より少なく、あまり中心的でなく、それほど複雑ではない環境で仕事をし、生活することにコミットすること
自己決定	例えばスーパーマーケットや金融業といった大企業や制度への信頼が減少することであり、例えば自分で食料を生産するといった自給自足を含んでいる
エコロジーへの意識	資源保護やゴミの削減、汚染、自然保護に重きを置くこと
個人的な成長	実用的、創造的あるいは知的な能力の発達を通じて、自己実現に関心があること

出所：Elgin & Mirchell (1977) より作成。

5. おわりに

本研究では、VS研究の検討を通じて、「消費を避ける・減らす」という現象を理論的に検討した。具体的には、先行研究を消費者が「消費を避ける・減らす」という現象をライフスタイル、そのような消費者の特徴、その理由の点から検討した。その結果、日本の消費者にVSを普及させるには、多数を占めるBVSFがVS実践の程度が高まるようにVSを実践する価値を提示する必要がある。その一例として、オーガニック食品を扱う企業などが消費者にVSを実践する価値を提示する必要性を指摘した。

今後の課題として、大平(2015)で検討した「消費を嫌がる」と「消費を避ける・減らす」という一連のアンチ・コンサンプションを連続的に捉える必要性を指摘できる。なぜなら、上述したように一般的な消費者行動研究では、消費者がいかなるプロセスで製品を購入するのかを検討されている。消費者が「なぜ消費を嫌がり、避け、減らすのか」というのを理解するためには、それを実践したVSFのこれまでのVS実践の経緯を調査する必要がある。

参考文献

- Ballantine, Paul W. and Sam Creery (2010) "The Consumption and Disposition Behavior of Voluntary Simplicity," *Journal of Consumer Behaviour*, Vol.8, Issue 1, pp.45-56.
- Bekin, Caroline, Marylyn Carrigan and Isabelle Szmigin (2005) "Defying Marketing Sovereignty: Voluntary Simplicity at New Consumption Community," *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol.8, Issue 4, pp.413-429.
- Chieh-Wen, Sheng, Ming-joan Shen and Ming-Chia Chen (2008) "Special Interest Tour Preferences and Voluntary Simplicity Lifestyle," *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol.2, Issue 4, pp.389-409.
- Cowles, Deborah and Lawrence A. Crosby (1986) "Measure Validation in Consumer Research: A Confirmatory Factor Analysis of the Voluntary Simplicity Life Scale,"

- Advances in Consumer Research*, Vol.13, pp.392-397.
- Craig-Lees, Margaret and Constance Hill (2002) "Understanding Voluntary Simplifiers," *Psychology & Marketing*, Vol.19, Issue 2, pp.187-210.
- Elgin, Duane (1981) *Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life that is Outwardly Simple, Inwardly Rich*, William Morrow and Company, Inc., New York. (星川淳邦訳 (1987) 『ボランティア・シンプルシティ：自発的簡素』, TBSブリタニカ。)
- Elgin, Duane (2010) *Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life that is Outwardly Simple, Inwardly Rich, 2nd edition*, HarperCollins Publishers, New York.
- Elgin, Duane and Arnold Mitchell (1977) "Voluntary Simplicity," *The Co-Evolution Quarterly*, Summer, pp.5-18.
- Etzioni, Amitai (1998) "Voluntary Simplicity: Characterization, Select Psychological Implications and Societal Consequences," *Journal of Economic Psychology*, No.19, Issue 5, pp.619-643.
- Huneke, Mary E. (2005) "The Face of the Un-Consumer: An Empirical Examination of the Practice of Voluntary Simplicity in the United States," *Psychology & Marketing*, Vol.22, Issue 7, pp.527-550.
- Iyer, Rajesh and James A. Muncy (2009) "Purpose and Object of Anti-Consumption", *Journal of Business Research*, Vol.62, Issue 2, pp.160-168.
- Iwata, Osamu (1999) "Perceptual and Behavioral Correlations of Voluntary Simplicity Lifestyle," *Social Behavior and Personality: An International Journal*, Vol.27, Issue 4, pp.379-386.
- 小森伸一・東原昌郎 (2005) 「「Voluntary Simplicity [創造的シンプル生活]」思想と教育：野外教育の視点を含めて」『東京学芸大学紀要芸術・スポーツ系』第57巻, 193～202ページ。
- Johnston, Timothy C. and Joy B. Burton (2003) "Voluntary Simplicity: Definitions and Dimensions," *Academy of Marketing Studies Journal*, Vol.7, No.1, pp.19-36.
- Leonard-Barton, Dorothy (1981) "Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation," *Journal of Consumer Research*, Vol.8, No.3, pp.243-252.
- McDonald, Senaidh, Caroline J. Oates, C. William Young and Kumju Hwang (2006) "Toward Sustainable Consumption: Researching Voluntary Simplifiers," *Psychology & Marketing*, Vol.23, Issue 6, pp.515-534.
- Nelson, Michelle R., Mark A. Rademacher and Hye-Jin Peak (2007) "Downshifting Consumer=Upshifting Citizen? An Examination of a Local Freecycle Community," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol.611, pp.141-156.
- 日本有機農業研究会 (2012a) 『有機農業への消費者理解増進調査報告』。
- 日本有機農業研究会 (2012b) 『有機農産物の流通拡大のための実態調査報告』。
- Oates, Caroline, Senaidh McDonald, Panayiota Alevizou, Kumju Hwang and William Young (2008) "Marketing Sustainability : Use of Information Sources and Degrees of Voluntary Simplicity," *Journal of Marketing Communications*, Vol.14, Issue 5, pp.351-

365.

大平修司 (2015)「アンチ・コンサンプション (Anti-Consumption) : 「消費を嫌がる」の理論的理解」『千葉商大論叢』第52巻第2号, 33 ~ 49ページ。

大平修司・スタニスロスキースミレ・菌部靖史 (2015)「日本におけるソーシャル・コンシューマーの発見 : 消費を通じた社会的課題解決の萌芽」『千葉商大論叢』第53巻第1号, 59 ~ 80ページ。

大平修司・菌部靖史・スタニスロスキースミレ (2014)「日本のソーシャル・コンシューマーの意思決定プロセス」, (公財) 吉田秀雄記念事業財団, 平成25年度 (第47次) 研究助成報告書。

オーガニックマーケティング・リサーチプロジェクト (2011)『日本におけるオーガニック・マーケット調査報告書』。

関谷直也 (2012)『風評被害 : そのメカニズムを考える』, 光文社新書。

Shama, Avraham (1981) "Coping with Stagflation: Voluntary Simplicity," *Journal of Marketing*, Vol.45, No.3, pp.120-134.

Shaw, Deirdre and Caroline Moraes (2009) "Voluntary Simplicity: An Exploration of Market Interactions," *International Journal of Consumer Studies*, Vol.33, Issue 2, pp.215-223.

Shaw, Deirdre and Terry Newholm (2002) "Voluntary Simplicity and the Ethics of Consumption," *Psychology & Marketing*, Vol.19, Issue 2, pp.167-185.

清水聰 (1999)『新しい消費者行動論』, 千倉書房。

Wu, Dorothy E., Jane Boyd Thomas, Marguerite Moore and Kate Carroll (2013) "Voluntary Simplicity: The Great American Apparel Diet," *Journal of Fashion Marketing and Management : An International Journal*, Vol.17, Issue 3, pp.294-305.

(2016.1.25 受稿, 2016.2.16 受理)

[抄 録]

本研究では、ボランティア・シンプルシティ研究の検討を通じて、「消費を避ける・減らす」という現象を理論的に検討した。具体的には、消費者が「消費を避ける・減らす」という現象をライフスタイル、ボランティア・シンプルファーの特徴、ボランティア・シンプルシティを実践する理由から検討してきた。

まずライフスタイルは、消費者の外的な側面として消費や仕事を制限する一方、内的な側面として環境への意識や道徳的関心を高めるライフスタイルを実践している点が明らかとなった。次にボランティア・シンプルファーの特徴は、モノを所有する意味を考え、モノをステータスを表現する手段として利用しない点が示された。特に消費者はボランティア・シンプルシティの実践度という点から、ノンボランティア・シンプルファーとビギナーボランティア・シンプルファー、ボランティア・シンプルファーに類型化することができ、ボランティア・シンプルシティの実践度が高くなるほど、多様な情報を得てから行動している点も示された。さらにボランティア・シンプルシティを実践する理由は、環境問題などの外的な刺激による動機と個人のライフスタイルの選択に代表される内的な動機がある点が明らかとなった。

その結果、日本の消費者にボランティア・シンプルシティを普及させるには、多数を占めるビギナーボランティア・シンプルファーがボランティア・シンプルシティ実践の程度が高まるようにそれを実践する価値を提示する必要がある。その一例として、オーガニック食品を扱う企業などが消費者にボランティア・シンプルシティを実践する価値を提示する必要性を指摘した。

〔論 説〕

サービス・プロセスにおける販売員の評価

—消費者行動研究からの検討—

石 井 裕 明
松 本 大 吾
安 藤 和 代
宮 澤 薫

1. はじめに

マーケティングにおけるサービスの議論は、最近に始まったものではない。例えば、サービス・マーケティングの代表的なテキストである *Principles of SERVICE MARKETING AND MANAGEMENT* においては、サービス研究の端緒が1970年代にあると指摘されている (Lovelock and Wright 1999)。以降、多くのマーケティング研究者たちがサービスに関わる研究課題の解明に取り組んできた。

しかしながら、ここ数年、改めてサービスを取り上げた議論に注目が集まっている。一つの要因としては、サービス社会の本格的な到来が挙げられるだろう。例えば、2014年の我が国の国内総生産に占める第三次産業の割合は74%であり、2000年以降、一貫して7割を超える水準を維持している (内閣府 2015)。また、全就業者に占める第三次産業の就業者数の割合も7割を超えた (総務省統計局 2012)。家計の支出に注目してみても、2014年のサービス支出の割合は43.2%であり、耐久財、非耐久財、消費財を上回る最大の支出項目となっている (総務省統計局 2015)。こうした市場環境に鑑みれば、マーケティングに携わる実務家や研究者の関心がサービスに注がれたとしても、不思議ではない。

しかしながら、近年のマーケティング研究におけるサービスへの注目は、経済的な変化だけを背景にしたものではない。大きな契機となったのは、Vargo and Lusch (2004) によって提唱されたサービス・ドミナント・ロジックである。Vargo and Lusch (2004) は、製品を前提としたグッズ・ドミナント・ロジックによるマーケティングの限界を指摘し、サービス・マーケティングの視点を取り入れたサービス・ドミナント・ロジックを全てのマーケティングに取り入れる必要性を主張したのである。

VargoとLuschによって提唱されたサービス・ドミナント・ロジックは、多くのマーケティング研究者の注目を集めることとなる。井上 (2010) によると、2004年の初出以降、American Marketing Association, European Marketing Academy, Australia and New Zealand Marketing Academyなどの主要な国際学会において、サービス・ドミナント・ロジックを取り上げたセッションが開催されているという。さらに、*Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol.36, No.1, 2008) をはじめ、様々なマーケティング関連の学術誌においてもサービス・ドミナント・ロジックの特集号が組まれている (井上

2010)。こうした学術的なトレンドを追い風に、多くの研究者がサービス・マーケティング研究を参考にした議論を展開するようになってきたのである。

本稿では、サービス・マーケティングに対する注目の高まりを背景に、消費者視点からサービス提供者である販売員に対する評価を検討していく。特に、近年、消費者行動研究で明らかにされてきた知見を手掛かりに、販売員による接客プロセスにおいて、好ましい評価を生み出す要因を考察する。

2. サービス・マーケティングにおける販売員の位置づけ

サービスとは個人や組織を対象とする価値生産的な活動のことである(近藤 2010)。このように定義されるサービスには、いくつかの特徴がある。例えば一般的なマーケティングの教科書においては、「無形性」「不可分性(同時性)」「消滅性」「品質の変動性」「需要の変動性」などが挙げられているし(e.g. 恩蔵 2006)、我が国における代表的なサービス・マーケティングのテキストである近藤(2010)においては、「無形性」「生産と消費の同時性」「結果と過程の等価的重要性」「顧客との共同生産」が指摘されている。これらの特徴の中でも、「不可分性(同時性)」や「顧客との共同生産」などにより、従業員と顧客との相互作用の管理がサービス・マーケティング戦略を策定する際の不可欠な検討事項となる(芳賀 2004)。

サービスにおける従業員の重要性を強調したフレームワークに「サービス・マーケティングの三角形」がある。「サービス・マーケティングの三角形」では「顧客」「企業」「従業員」の関係が整理されている。従来の有形財を中心としたマーケティングでは、「顧客」と「企業」との関係进行管理する「エクスターナル・マーケティング」が中心的な論点であったのに対し、サービス・マーケティングでは、「企業」と「従業員」との関係进行管理する「インターナル・マーケティング」と「顧客」と「従業員」との関係进行管理する「インタラクティブ・マーケティング」の必要性が主張される。ここでいう「インタラクティブ・マーケティング」とは、顧客と従業員との相互作用を意味しており、サービス・エンカウンター研究において主に議論されてきた(近藤 2010)。

サービス・エンカウンターとは、顧客とサービス提供者とが直接的に接触しながらサービスを生産、提供、消費する場面を記述する用語である(小野 1995)。サービス・エンカウンターが注目される背景として、しばしば取り上げられるのは、「真実の瞬間(moment of truth)」というキーワードである(芳賀 2004)。サービス提供企業は、顧客に接する「真実の瞬間」の積み重ねによって、彼らを魅了し、ファンにすることができる。効果的な「真実の瞬間」を創出するサービス・エンカウンターの解明が求められてきたのである。サービス・エンカウンター研究においては、直接的な人的相互作用に限定した視点と、サービス提供組織の施設、機材、オペレーション全般と顧客の接触を含む包括的な視点から議論が進められてきており、芳賀(2004)は、前者を狭義のサービス・エンカウンター、後者を広義のサービス・エンカウンターとして整理している。こうした整理に鑑みると、本稿で取り上げる販売員の接客プロセスは、狭義のサービス・エンカウンター研究に位置付けられる。

サービス・エンカウンターにおける従業員は、いくつかの視点から議論されているが、本稿ではその中でも共創的プロセスの従事者としての視点を取り上げる。共創的プロセス

とは、顧客の欲求と担当者の提供する情報が共鳴して一定の決定に到達するプロセスを意味しており、顧客とサービス担当者との共同作業によって進められる点に特徴がある（近藤 2010）。こうした顧客との価値共創は、上述したサービス・ドミナント・ロジックの主張の柱であることに加えて（Vargo and Lusch 2006, 2008; 田口 2010）、製品開発領域においても多くの論者に注目されている（e.g. Prahalad and Ramaswamy 2004; 小川 2006）。以下では、近年の消費者行動研究で明らかになってきたいくつかの知見を取り上げることで、共創的プロセスにおける消費者の評価を検討していく。

3. 共創的プロセスに関する消費者行動研究の知見

一般的に、顧客が製品やサービスに感じる価値は、顧客が得るものである「パフォーマンス」と顧客が失うものである「コスト」の対比で決まる。サービスの価値を検討する際には、顧客にもたらした結果とサービス提供過程の品質が「パフォーマンス」に該当し、価格と価格以外の入手コストが「コスト」に該当する（Heskett, Sasser, and Schlesinger 1997; 近藤 2010）。本稿で注目するのは、価格以外のコストの影響である。

上述した価値の考えを念頭に置くと、コストが高まれば高まるほど、価値は低下する。価格以外のコストとしては、時間的コスト、身体的コスト、心理的コストなどが想定されており、顧客にとっての手間や心理的負担が増えれば増えるほど、サービスに対する評価は低下すると考えられている。こうした視点は、製品やサービスの価値を検討する際の前提でもある。

その一方で、近年、消費者が製品に手間をかけることによる評価の向上が指摘されるようになった。Norton, Mochon, and Ariely (2011) は、手間や労力をかけて制作したものに対し、製作者本人が他者に比べて高い金銭的価値を感じることを示している。Norton, Mochon, and Ariely (2011) は、大手組み立て家具メーカーになぞらえ、手間や労力によって評価が高まる現象を「IKEA 効果」と呼んでいる。

何らかの手間や労力によって評価が高まるという視点は、以前に議論されていなかったわけではない。代表的なものは Festinger (1957) による認知的不協和の議論である。認知的不協和においては、正当化のプロセスが想定されており、消費者が手間や労力を正当化しようとするため、対象に対する評価が高まると指摘されている。しかしながら、Norton, Mochon, and Ariely (2011) の実験2や実験3においては、作業を中断させた場合や制作した対象を目の前で壊されたりする状況において IKEA 効果が生まれないことが確認されている。こうした結果に鑑みると、手間や労力に対する正当化のために評価が高まるという説明だけでは評価の向上を説明することができない。Norton, Mochon, and Ariely (2011) は、自己の周囲に好ましい結果を生み出したいというニーズの達成により好ましい評価が生まれているのだと主張している。

近年、消費者行動研究において議論の高まりを見せている情報処理の流暢性（fluency）の議論も興味深い。情報処理の流暢性は、情報処理の容易さに対する主観的な経験として捉えられており、単純接触効果を説明する変数として注目されてきた（太田 2008）。単純接触効果においては、人々が繰り返し接触した刺激に対して好ましい評価を下す傾向が説明されているが（Bornstein 1989; Zajonc 1968）、情報処理の流暢性では、刺激への反復接

触によって当該刺激の表象が形成され、その結果として向上した「刺激に対する情報処理の容易性」が「刺激に対する好ましき」に誤帰属されるため、対象の評価が高まると説明されている (Janiszewski and Meyvis 2001; 生駒, 太田 2008; 須永 2014)。先行研究においては、フォントの読みやすさによって情報処理の流暢性が操作されていることも多いが (須永 2014), こうした違いからも消費者の刺激に対する評価は大きく影響を受けるのである (e.g. Novemsky 2007)。

情報処理の流暢性が消費者の好ましい反応を引き起こすことは、これまで多くの先行研究において確かめられてきているが (e.g. Berger and Fitzsimons 2008; Janiszewski and Meyvis 2001; Labroo, Dhar, and Schwarz 2008; Lee and Labroo 2004), 近年では、情報処理の非流暢性 (disfluency) が好ましい反応を引き起こす条件も明らかにされてきている。例えば, Pocheptsova, Labroo, and Dhar (2010) は、多くの先行研究が情報処理の困難さによる評価の低下を支持していることを認めたくえで、消費者にとって特別な機会に用いられる製品においては、情報処理の困難さが評価を向上させることを指摘している。

本稿において特に注目すべきは、Thompson and Ince (2013) による議論である。同研究においては、消費者がサービス内容に関する情報を処理する際の非流暢性や困難さによって、サービス提供者が消費者に提供する労力や能力に対する期待が高まり、サービス価値の予測を向上させることが明らかにされている。つまり、消費者が経験した情報処理の非流暢性がサービス提供者に対する好ましい評価に結びついたのである。

Norton, Mochon, and Ariely (2011) や Thompson and Ince (2013) から導かれるのは、手間をかけたか、頭を悩ませたりするほど、サービスに対する評価を高める消費者像である。特に Thompson and Ince (2013) の知見からサービス提供者に対する評価に注目すると、以下の仮説が導かれる。

仮説1：サービスの共創的プロセスにおいて、消費者が経験する情報処理の困難さが高まると、サービス提供者に対する評価が高まる。

その一方, Norton, Mochon, and Ariely (2011) や Thompson and Ince (2013) で想定されている労力や情報処理の困難さは、顧客価値のモデルにおいてはコストに該当するはずであり、サービスに対する評価にネガティブな影響をもたらすはずである。そこで本稿では、情報処理の困難さが生み出すネガティブな影響として、感情的反応に注目する。一般的に、情報処理の困難さが高まれば、ネガティブな感情が生起される。共創的プロセスにおいて生起されたネガティブな感情は、サービス提供者に対する評価にもネガティブな影響をもたらすだろう。つまり、サービスの共創的プロセスにおける情報処理の困難さが高まると、ネガティブな感情の生起を通じて、サービス提供者への評価にネガティブな影響も及ぼしているものと考えられる。

仮説2a：サービスの共創的プロセスにおいて、消費者が経験する情報処理の困難さは、ネガティブな感情を引き起す。

仮説2b：サービスの共創的プロセスにおいて、消費者が経験する情報処理の困難さは、ネガティブな感情の生起を通じ、サービス提供者の評価にネガティブな影響を

与える。

4. 制御焦点理論とは

サービス共創プロセスにおける情報処理の困難さがサービス提供者の評価に及ぼす影響を検討してきたが、消費者特性によってその影響は異なるかもしれない。

近年、消費者行動研究において数多く取り上げられている理論の一つに制御焦点理論 (regulatory focus theory) がある。制御焦点理論では、目標達成に向けた消費者の心理状態が快接近と不快回避に分類されており、それぞれにおける採用手段の差異に光が当てられる (Higgins 1997; Pham and Higgins 2005)。快接近型の手段によって目標達成が目指されている状態は促進焦点 (promotion focus)、不快回避型の手段によって目標達成が目指されている状態は予防焦点 (prevention focus) と呼ばれ、それぞれの状態の特徴が提示されている (Higgins 1997)。

消費者行動研究において制御焦点理論が数多く取り上げられている理由として、消費者における焦点状態が個人特性としても状況特性としても捉えられる点がある (Pham and Higgins 2005)。その結果、マーケティング刺激を受け取る消費者の制御焦点に注目する研究視点と、広告訴求内容や製品便益など、制御焦点に基づくマーケティング要因に注目した研究視点という二つの視点から制御焦点は検討されてきている (石井 2009)。また、消費者の制御焦点の状態と適合した制御適合 (regulatory fit) による評価の向上なども議論されている (e.g. Lee and Aaker 2004; Wang and Lee 2006)。本稿では、消費者による影響の違いを捉えるため、消費者が有する制御焦点に注目して議論を進める。

消費者の制御焦点に応じたマーケティング刺激の有効性は、多くの研究で確認されている (e.g. Jain et al. 2006; Kirmani and Zhu 2007; Zhao and Pechman 2007)。Keller (2006) は、健康に関するメッセージの効果的な訴求方法を明らかにするため、行動の簡単さや手軽さを訴求する自己効力 (self-efficacy) に基づくメッセージと、行動の成果や効果を訴求する反応効力 (response efficacy) に基づくメッセージに分類して議論を進めている。その結果、促進焦点の被験者は自己効力に基づく訴求に好ましい評価を下し、予防焦点の被験者は反応効力に基づく訴求に好ましい評価を下すことが示された。Keller (2006) の結果からは、快に接近しようとする促進焦点の消費者は、結果に至るプロセスの容易性を重視する一方、不快を回避しようとする予防焦点の消費者は、間違いを避けようと望ましい結果の存在を重視することが見て取れる。

また、Pham and Avnet (2004) の研究では、消費者が広告のどのような点を重視して評価するのかが検討されている。主張の強弱が異なる訴求内容と、レイアウトやカラーなどによって魅力度が操作された広告表現の組み合わせを用いた実験の結果、促進焦点の消費者においては、魅力的な広告によって好ましい評価が下される一方、予防焦点の消費者においては、強い主張の広告によって好ましい評価が下されることが明らかにされている。Pham and Avnet (2004) は、促進焦点の消費者が感情的判断を重視し、予防焦点の消費者が主張内容を重視するため、制御焦点による違いが生まれると結論付けている。

Keller (2006) や Pham and Avnet (2004) による知見を参考にすると、サービスの共創的プロセスにおける情報処理の困難さがサービス提供者に及ぼす影響は、消費者の制御焦

点により異なる可能性がある。仮説2で想定している情報処理の困難さから導かれるネガティブな感情は、「結果に至るプロセスの容易性 (Keller 2006) 」や「感情的な判断 (Pham and Avnet 2004) 」を重視する促進焦点の消費者において、強い影響をもたらすだろう。促進焦点の消費者においては、情報処理のプロセスにおいて引き起されたネガティブな感情が販売員の評価に強い影響を及ぼすと考えられるからである。その一方、異なる傾向を持つ予防焦点の消費者においては、こうした影響が見られないかもしれない。つまり、主観的な情報処理の困難さから導かれるネガティブな感情と販売員の評価の関係は、制御焦点によって調整されるものと予想される。そこで、以下の仮説が導かれる。

仮説3：サービスの共創的プロセスにおいて、情報処理の困難さから生み出されるネガティブな感情は、促進焦点の消費者においては販売員の評価にネガティブな影響を与える一方、予防焦点の消費者においては販売員の評価に有意な影響を与えない。

仮説3で想定されるような制御焦点による感情と評価への調整効果が得られるのであれば、主観的な情報処理の困難さが販売員の評価に与える全体的な影響においても、制御焦点による調整効果が生まれている可能性がある。つまり、促進焦点の消費者においてのみ、情報処理の困難さがネガティブな感情を通じて販売員の評価を低下させるはずである。こうしたネガティブな影響によって、仮説1で想定していた情報処理の困難さによる販売員の評価に対するポジティブな影響は相殺されるだろう。したがって、情報処理の困難さが販売員の評価に与えるポジティブな影響は、促進焦点の消費者では確認されず、予防焦点の消費者のみで確認されるかもしれない。そこで、以下の仮説を設定した。

仮説4：サービスの共創的プロセスにおいて、情報処理の困難さは、予防焦点の消費者においては、販売員の評価にポジティブな影響を与える一方、促進焦点の消費者においては有意な影響を与えない。

5. 調査

5-1 調査方法

以上の仮説を検証するため、本稿ではインターネット調査を実施した。消費者と販売員との共創的プロセスを取り上げるため、調査対象とする製品カテゴリーを注文住宅とした。注文住宅を調査対象としたのは、①購買までに消費者による様々な情報処理が必要であること、②購買経験が限定されるため、共創的プロセスにおける情報処理の困難性に事前の購買経験がそれほど影響を与えないこと、③消費者にとって関与の高い製品カテゴリーであり、情報処理の困難性を感じたとしても共創的プロセスが継続されること、などが理由である。調査は株式会社マクロミルのインターネットモニターを対象に、2015年3月に行われた。回答者は、5年以内に注文住宅を購入した一般消費者309名である（男性：217名、女性：92名）。

消費者が経験した情報処理の困難性は「他の人に比べて、購入や設計に関する意思決定には頭を悩ませた」、ネガティブな感情は「購入や設計を検討している際、普段よりも憂鬱な気分になることがあった」「購入や設計を検討している際、普段よりも気分が落ち込むことが増えた」の2項目 ($\alpha = .822; r = .699, p < .001$), 販売員に対する評価は「私はこの担当者でよかったと思っている」「私は担当者に満足している」「私は担当者に感謝している」の3項目 ($\alpha = .941$) によって測定し、それぞれ「7. そう思う—1. そう思わない」の7ポイントスケールのリッカート法により回答してもらった。

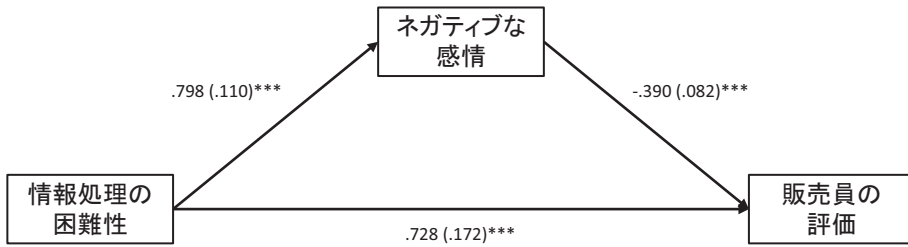
消費者の制御焦点は、Haws, Dholakia, and Bearden (2010) で提唱されている10項目(促進焦点5項目, 予防焦点5項目)を邦訳し、7ポイントスケールのリッカート法により回答してもらった。先行研究同様、促進焦点5項目から予防焦点5項目を減ずることにより得られた値を制御焦点尺度として採用している。値が大きくなるほど促進焦点の傾向が強くなり、値が小さくなるほど予防焦点の傾向が強くなる。

5-2 結果

まず、消費者が経験した情報処理の困難性が販売員の評価に及ぼす影響を検討したところ、情報処理の困難性が高まることにより、販売員の評価が高まることが確認された ($R^2 = .020; \beta = .143, b = .416, SE b = .165, t = 2.524, p = .012$)。また、主観的な情報処理の困難性によってネガティブな感情が引き起こされていたため ($R^2 = .145; \beta = .381, b = .798, SE b = .110, t = 7.230, p < .001$), 販売員に対する評価に消費者の主観的な情報処理の困難性とネガティブな感情が与える影響を重回帰分析から検討したところ ($R^2 = .087, p < .001$), 情報処理の困難性が高まると販売員に対する評価が高まり ($\beta = .249, b = .728, SE b = .172, t = 4.221, p < .001$), ネガティブな感情により販売員に対する評価が低下していることが確認された ($\beta = -.280, b = -.390, SE b = .082, t = -4.739, p < .001$)。そこで、ブートストラップ法を用いた間接効果の分析により、情報処理の困難性がネガティブな感情を経由して販売員の評価に及ぼす影響を検討したところ (Hayes 2013; 2000 サンプルング), 95% 信頼区間における下限と上限の数値はそれぞれ -.5047, -.1693 であり、0 が含まれていないことから、情報処理の困難性がネガティブな感情を通じて、販売員の評価を低下させる間接効果が有意であることも確認された (図表1)。したがって、仮説1, 仮説2a, 仮説2b は支持された。

次に、ネガティブな感情と販売員の評価の関係に制御焦点が及ぼす調整効果を検討するため、階層的重回帰分析により、交互作用項の有意性の検討を行った。分析の結果、ネガティブな感情と制御焦点の交互作用項が有意になっていることが確認できる ($R^2 = .057, p < .001; b = -.039, SE b = .0159, t = -.425, p = .016$)。また、交互作用項が加えられたことによる R^2 の変化量も有意になっていることから ($\Delta R^2 = .018, p = .016$), 制御焦点がネガティブな感情と販売員の評価の関係を調整していることが確認された。さらに、制御焦点による調整効果の詳細に探るため、制御焦点のスコアの平均 $\pm 1SD$ を基準に、単純傾斜分析による下位検定を実施したところ、平均 $+1SD$ の消費者においては、ネガティブな感情が販売員の評価を低下させており ($b = -.4208, SE b = .0988, t = -4.2609, p < .001$), 同様に、平均の消費者においてもネガティブな感情が販売員の評価を低下させていた ($b = -.2599, SE b = .0803, t = -3.2373, p = .001$)。その一方、平均 $-1SD$ の消費者においては、ネガティ

図表 1 情報処理の困難性による販売員の評価への影響



注: 数値は非標準化係数と標準誤差 * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

ブな感情は販売員の評価に影響していなかった ($b = -.0990$, $SE b = .1093$, $t = -.9064$, $p > .30$)。数値が高い消費者が促進焦点となるよう、制御焦点の値を作成していたことを踏まえると、促進焦点の消費者においては、サービスの共創的プロセスにおけるネガティブな感情が販売員の評価を低下させる一方、予防焦点の消費者においては、ネガティブな感情が販売員の評価に影響していなかったと考えられる。したがって、仮説3は支持された。

さらに、消費者が経験した情報処理の困難性と販売員の評価の全体的な関係に注目し、両者の関係に制御焦点が及ぼす調整効果を検討する。階層的重回帰分析により、交互作用項の有意性の検討を行った結果、情報処理の困難性と制御焦点の交互作用項が有意傾向であった ($R^2 = .030$, $p = .026$; $b = -.0652$, $SE b = .0378$, $t = -1.7248$, $p = .086$)。交互作用項が加えられたことによる R^2 の変化量も有意傾向になっていることから ($\Delta R^2 = .010$, $p = .086$)、制御焦点が情報処理の困難性と販売員の評価の関係を調整していることが確認された。また、制御焦点のスコアの平均 $\pm 1SD$ を基準に、単純傾斜分析による下位検定を実施したところ、平均 $+1SD$ の消費者においては、情報処理の困難性が販売員の評価に影響を与えていなかった ($b = .1212$, $SE b = .2372$, $t = .5110$, $p > .60$)。その一方、平均 $-1SD$ の消費者においては、情報処理の困難性が販売員の評価を向上させており ($b = .6651$, $SE b = .2200$, $t = 3.0227$, $p = .003$)、平均の消費者においても同様の傾向が見られた ($b = .3931$, $SE b = .1658$, $t = 2.3712$, $p = .018$)。つまり、予防焦点の消費者においては、情報処理の困難性が販売員の評価を向上させる一方で、促進焦点の消費者においては、情報処理の困難性は販売員の評価に影響していない。したがって、仮説4は支持された。

6. 考察

6-1 本研究の示唆

本稿では、サービスの共創的プロセスにおいて、消費者が感じる情報処理の困難さがサービス提供者である販売員に対する評価に及ぼす影響を検討してきた。

既にふれた通り、近年、消費者が対象に費やす手間や労力によって評価が向上する「IKEA効果」が注目されている (Norton, Mochon, and Ariely 2011)。本稿では、IKEA効果を直接的に取り上げたわけではないが、消費者が感じる心理的な負担がサービスに対する評価を向上させるという点においては、共通点を見出すことができるだろう。従来の議論においては、顧客の労力や負担感の低減によるサービスや販売員の評価の向上が検討さ

れてきたが、本稿やIKEA効果の議論を念頭に置くと、適切な労力や負担感の提供は必ずしも悪い評価を導くものではない。むしろ、評価を向上させる可能性すら示唆されている。これらの知見は、サービス・ドミナント・ロジックにより注目されている顧客価値共創の議論においても有用である。消費者による価値共創プロセスへの参加は、手間や労力が必要となるが、そのことで評価が高まる可能性を示唆しているからである。消費者の労力や心理的な負担感が評価を高めるメカニズムについては、未だ明らかになっていないことも多く、今後、一層の議論が求められる。しかしながら、こうした現象を改めて指摘することができたのは本稿の一つの示唆であろう。

また、本稿では、ネガティブな感情の生起に注目することで、消費者が感じる情報処理の困難さが販売員の評価に対し、間接的にネガティブな影響をもたらしていることも指摘した。Norton, Mochon, and Ariely (2011)やThompson and Ince (2013)の議論においては、労力や心理的負担によるポジティブな影響が強調されており、そのネガティブな影響が見過ごされがちになってしまう。しかしながら、労力や心理的負担は、従来の議論の予測からも導かれる通り、ネガティブな影響ももたらす。こうした知見を参考にすると、いかに適切な心理的負担や労力の水準を提供するかが、マーケターにとって重要な課題となるはずである。

さらに、本稿では、促進焦点の消費者において、情報処理の困難さから生まれるネガティブな感情が販売員の評価に及ぼす影響が大きいことを明らかにした。制御焦点の調整効果が明らかになることで、消費者が感じる情報処理の困難さと販売員の評価の関係をより正確に把握することができると考えられる。また、本稿で取り上げた制御焦点による違いは、サービス提供者である販売員が顧客の特性に応じて接客対応を変える重要性を示唆している。つまり、予防焦点的な消費者においては、数多くの選択肢を提示し、意思決定を難しくすることで、最終的な評価が高まる可能性がある一方で、促進焦点的な消費者においては、こうした意思決定の困難化が好ましい結果をもたらすわけではない。顧客との共創のプロセスに臨む販売員は、顧客の特性に応じた接客を展開する必要がある。

6-2 本研究の課題

残念ながら、本研究には課題もある。第一の課題は、消費者が感じる情報処理の困難さが販売員の評価に影響するメカニズムの解明である。本稿では、Thompson and Ince (2013)の指摘に基づき、従業員の労力などに対する推論から評価が高まると考えていたが、今後はより精緻な議論が求められるだろう。例えば、消費者が感じる情報処理の困難さと販売員の判断の関係を媒介する変数が存在するかもしれない。本研究では、Thompson and Ince (2013)の知見を重視し、情報処理の難しさが直接的に販売員の評価に結びつくと想定していたが、Norton, Mochon, and Ariely (2011)によるIKEA効果の議論を重視するのであれば、完成した住宅に対する評価を検討に加えるべきであったかもしれない。本稿では、複雑な議論を避けるために、こうした変数を取り上げなかったが、今後、包括的な視点から販売員の共創プロセスを取り上げるうえでは、サービスの結果として創出された成果物に対する評価も含めて検討しなくてはならないだろう。

調査対象者を過去5年間の購入者とした点も検討を要する。上述した制御焦点同様、近年の消費者行動研究において、多くの注目を集めている理論に解釈レベル理論がある

(Trope and Liberman 2003)。解釈レベル理論では、時間的距離の違いによる消費者の情報処理の差異が指摘されているが、本稿の回答者においても解釈レベル理論が影響しているのであれば、直近に注文住宅を購入した消費者と5年前に注文住宅を購入した消費者とで反応に大きな違いが生まれていた可能性がある。時間的距離の影響を排除した議論を展開することで、得られた知見の堅牢さを高めることができるだけでなく、時間的距離の影響を検討することで、新たな知見を導出できるかもしれない。

本稿では注文住宅を取り上げたが、別の製品カテゴリーにおける知見の確認も今後必要になるだろう。また、インターネット調査以外の調査方法を採用することで、調査方法による回答者の偏りの影響を排除することができると考えられる。今後は知見を一般化する試みが求められる。

7. 結びにかえて

Vargo and Lusch (2004) が指摘するように、有形財にもサービス・マーケティングの発想が求められる今日の市場において、サービスを取り上げた研究の重要性は、ますます高まっていくものと思われる。本稿で取り上げた共創的プロセスについても、近年の注目の高まりを考えると、さらに重要な概念として多くの研究者によって検討される可能性がある。サービスや共創的プロセスに関する研究の進展により、多くの知見がもたらされることが期待されている。

謝辞

本研究は、千葉商科大学平成26年度学術研究助成金「消費者視点の価値共創プロセスに関する検討 ～サービス・ドミナント・ロジックを手がかりとして～」による研究成果の一部です。多大なる研究支援に対して、記して感謝いたします。

参考文献

- Berger, Jonah and Gráinne Fitzsimons (2008), "Dogs on the Street, Pumas on Your Feet: How Cues in the Environment Influence Product Evaluation and Choice," *Journal of Marketing Research*, Vol. 45, No. 1, 1-14.
- Bornstein, Robert F. (1989), "Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987," *Psychological Bulletin*, Vol. 106, No. 2, 265-289.
- Festinger, Leon. (1957), *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford University Press.
- Hayes, Andrew F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis*, The Guilford Press.
- Heskett, James L., W. Earl Sasser Jr., and Leonard A. Schlesinger (1997), *Service Profit Chain*, The Free Press (島田陽介訳『カスタマー・ロイヤルティの経営—企業利益を高めるCS戦略—』, 日本経済新聞社, 1998年).
- Higgins, E. Tory (1997), "Beyond Pleasure and Pain," *American Psychologist*, Vol. 52,

No. 12, 1280-1300.

- Jain, Shailendra Pratap, Nidhi Agrawal, and Durairaj Maheswaran (2006) , “When More May Be Less: The Effects of Regulatory Focus on Responses to Different Comparative Frames,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 33, No. 1, 91-98.
- Janiszewski, Chris and Tom Meyvis (2001) , “Effects of Brand Logo Complexity, Repetition, and Spacing on Processing Fluency and Judgment,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 28, No. 1, 18-32.
- Keller, Punam A. (2006) , “Regulatory Focus and Efficacy of Health Messages,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 33, No. 1, 109-114.
- Kirman, Amna and Rui (Juliet) Zhu (2007) , “Vigilant Against Manipulation: The Effect of Regulatory Focus on the Use of Persuasion Knowledge,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 44, No. 4, 688-701.
- Labroo, Aparna A., Ravi Dhar, and Norbert Schwarz (2008) , “Of Frog Wines and Frowning Watches: Semantic Priming, Perceptual Fluency, and Brand Evaluation,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 34, No. 6, 819-831.
- Lee, Angela Y. and Jennifer L. Aaker (2004) , “Bringing the Frame into Focus: The Influence of Regulatory Fit on Processing Fluency and Persuasion,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 86, No. 2, 205-218
- Lee, Angela Y. and Aparna A. Labroo (2004) , “The Effect of Conceptual and Perceptual Fluency on Brand Evaluation,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 41, No. 2, 151-165.
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright (1999) . *Principles of SERVICE MARKETING AND MANAGEMENT*, Prentice-Hall (小宮路雅博監訳, 高畑泰, 藤井大拙訳「サービス・マーケティング原理」, 白桃書房, 2002年) .
- Norton, Michael I., Daniel Mochon, and Dan Ariely (2012) , “The IKEA Effect: When Labor Leads to Love,” *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 22, No. 3, 453-460.
- Novemsky, Nathan, Ravi Dhar, Norbert Schwarz, and Itamar Simonson (2007) , “Preference Fluency in Choice,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 44, No. 3, 347-356.
- Pham, Michel Tuan and Tamar Avnet (2004) , “Ideals and Oughts and the Reliance on Affect versus Substance in Persuasion,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 30, No. 4, 503-518.
- Pham, Michel Tuan and E. Tory Higgins (2005) , “Promotion and Prevention in Consumer Decision-Making: The State of the Art and Theoretical Propositions,” in S.Ratneshwar and David Glen Mick (eds.) , *Inside Consumption: Consumer Motives, Goals, and Desires*, Routledge, 8-43
- Pocheptsova, Anastasiya, Aparna A. Labroo, and Ravi Dhar (2010) , “Making Products Feel Special: When Metacognitive Difficulty Enhances Evaluation,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 47, No. 6, 1059-1069.
- Prahalad, C. K. and Venkat Ramaswamy (2004) , *The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers*, Harvard Business School Press (有賀裕子訳『価値共創の未来へ—顧客と企業のCo-Creation—』, ランダムハウス講談社, 2004年) .

- Thompson, Debora V. and Elise Chandon Ince (2013), "When Disfluency Signals Competence: The Effect of Processing Difficulty on Perceptions of Service Agents," *Journal of Marketing Research*, Vol. 50, No. 2, 228-240.
- Trope, Yaacov and Nira Liberman (2003), "Temporal Construal," *Psychological Review*, Vol. 110, No. 3, 403-421.
- Vargo, Stephen L. and Robert F. Lusch (2004), "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 68, No. 1, 1-17.
- Vargo, Stephen L. and Robert F. Lusch (2006), "Service-Dominant Logic: What it is, What it is not, What it might be," in Robert F. Lusch and Stephen L. Vargo (eds.), *The Service-Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate, and Directions*, M. E. Sharpe, 43-56.
- Vargo, Stephen L. and Robert F. Lusch (2008), "Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.36, No.1, 1-10.
- Wang, Jing and Angela Y. Lee (2006), "The Role of Regulatory Focus in Preference Construction," *Journal of Marketing Research*, Vol. 43, No. 1, 28-38.
- Zajonc, Robert B. (1968), "Attitudinal Effects of Mere Exposure," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 9 (2, Pt.2), 1-27.
- Zhao, Guangzhi and Cornelia Pechmann (2007), "The Impact of Regulatory Focus on Adolescents' Response to Antismoking Advertising Campaigns," *Journal of Marketing Research*, Vol. 44, No. 4, 671-687.
- 生駒忍, 太田信夫 (2008), 「知覚的流暢性誤帰属説」, 宮本聡介, 太田信夫編著『単純接触効果研究の最前線』, 北大路書房, 26-36。
- 石井裕明 (2009), 「消費者行動研究と制御焦点理論」, 『流通情報』, 第41巻, 第4号, 20-28。
- 井上崇通 (2010), 「S-Dロジックの台頭とその研究視点」, 井上崇通, 村松潤一編著『サービス・ドミナント・ロジック—マーケティング研究への新たな視座—』, 同文館出版, 3-16。
- 小川進 (2006), 『競争的共創論—革新参加社会の到来』, 白桃書房。
- 小野譲司 (1995), 「サービス・エンカウンターにおける顧客満足と従業員満足の関係—継続的取引関係の解明を目指して」, 『消費者行動研究』, 第3巻, 第1号, 11-22。
- 恩蔵直人 (2006), 「サービス・マーケティング」, 和田充夫, 恩蔵直人, 三浦俊彦著『マーケティング戦略 [第3版]』, 有斐閣アルマ, 285-303。
- 近藤隆雄 (2010), 『サービス・マーケティング [第2版] —サービス商品の開発と顧客価値の創造—』, 生産性出版。
- 須永努 (2014), 「消費者の意思決定時におけるメタ認知の影響」, 『商学論究』, 関西学院大学, 第62巻, 第2号, 17-31。
- 田口尚史 (2010), 「S-Dロジックの基礎概念」, 井上崇通, 村松潤一編著『サービス・ドミナント・ロジック—マーケティング研究への新たな視座—』, 同文館出版, 29-43。
- 芳賀康浩 (2004), 「サービス概念の再検討—サービス・エンカウンター研究のための予備的考察—」, 『経済系』, 関東学院大学, 第219集, 31-42。

参考資料

内閣府 (2015), 「2014年国民経済計算」, (URL : http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h26/h26_kaku_top.html; アクセス日時2016年1月20日)。

総務省統計局 (2012), 「平成22年国勢調査 産業等基本集計結果 結果の概要」, (URL : <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2010/idou1/pdf/gaiyou.pdf#page=7>; アクセス日時2016年1月20日)。

総務省統計局 (2015), 「家計調査年報(家計収支編)平成26年」, (URL : <http://www.stat.go.jp/data/kakei/2014np/gaikyo/index.htm>, アクセス日時2016年1月20日)。

(2016.1.20 受稿, 2016.2.29 受理)

〔抄 録〕

近年のマーケティング研究では、サービス・マーケティングの議論に大きな注目が集まっている。本稿においては、こうした注目の高まりを背景に、消費者行動研究から明らかにされた知見をサービス・マーケティングの文脈に応用していく。具体的には、IKEA効果や情報処理の非流暢性など、消費者が感じる手間や心理的負担により、対象への評価が高まる現象を取り上げ、販売員と消費者との共創的なプロセスに適用する。309名の消費者を対象としたインターネット調査からは、消費者がサービス・プロセスにおいて感じる情報処理の困難さが販売員の評価を向上させること、その一方で情報処理の困難さがネガティブな感情の生起を通じて販売員の評価にネガティブな影響も及ぼすこと、こうした影響が消費者特性である制御焦点により調整されることが明らかにされた。

少子化による年齢別人口構成の変化と経済成長率に関する シミュレーション分析

水野伸宏
内海幸久

1 序

少子化が進む日本では、年々出生率が低下しており、この傾向は今後も続くことが予想されている。2010年には人口1000人に対する出生率は8.5であったが、2060年までに出生率は5.6に低下するとされている（出生数も2010年には100万人を超えていたが2060年には48万人まで減少する）。このような少子化の進行は社会全体の人口構成にも大きな影響を与え、生産年齢人口（15～64歳）は2010年のおよそ8103万人から2060年にはおよそ4418万人にまで減少するとされている（内閣府 2012）。

少子高齢化は生産年齢人口を減少させると同時に貯蓄率を低下させる点で、サハラ砂漠以南のアフリカ諸国で問題となっているエイズの流行と共通している。エイズは出生時の感染と性交渉を通じた感染により、生産年齢人口および年少人口（0～14歳）を減少させるとともに、医療関連支出の増加を通じて国内貯蓄も減少させる。Cuddington (1993) はソローモデル (Solow 1956) に基づいて、エイズの流行の効果を分析するマクロモデルを構築し、タンザニアにおけるエイズの流行がマクロ経済に与える効果をシミュレーションによって定量的に明らかにした。

本論文はCuddington (1993) の枠組みを日本経済に応用し、今後も続く出生率の低下がマクロ経済に与える効果をシミュレーションに基づいて分析する。¹Cuddington (1993) の枠組みを用いる利点は以下の2点である。一つは、少子化による年齢別の人口構成の変化が生産性に与える効果を簡易にモデル化できる点である。労働者の生産性は年齢によって異なり、若年期には経験・知識の蓄積のため年齢とともに生産性は上昇し、ある年齢を過ぎるとその後は年齢とともに生産性は下がってゆく。したがって、年齢別の人口構成の変化は社会全体の生産性に影響を与える。2つ目の利点は、少子高齢化にともなう貯蓄率の低下を簡易にモデル化できる点である。生産に従事しない高齢者は貯蓄を取り崩して生活し、また、年少者には教育を施す費用がかかる。したがって、高齢人口の増加や年少人口の減少は国内貯蓄に影響を与える。こうした少子高齢化がマクロ経済に与える効果を簡易にモデル化しシミュレーション分析する枠組みを提供することが本論文の目的である。

本論文の構成は以下の通りである。第2節では、Cuddington (1993) のモデルを修正し、少子高齢化と経済成長の関係进行分析する理論的枠組みを提示する。第3節では、第2節に構築したモデルを用いてシミュレーションにより、出生率の低下が今後の経済成長率に与える効果を定量的に明らかにする。第4節は結論である。

¹したがって、本論文の理論的枠組みはソローモデルに基づいており、Auerbach and Kotlikoff (1987) を代表とする世代重複モデルに基づいた人口変化とマクロ動学のシミュレーション分析とは異なっている。

2 モデル

2.1 設定

本節では、Cuddington(1993)に基づいて、閉鎖経済における標準的なソローモデルに世代別人口構成の変化とそのマクロ経済効果を取り入れる。生産関数はコブ=ダグラス型であり、

$$Y_t = \alpha \gamma^t E_t^\beta K_t^{1-\beta} \quad (1)$$

であるとする。パラメータ α は初期の実質 GDP の水準に合わせて調整する。 γ は技術進歩率を表す。 E_t は t 期の効率労働を表し、 K_t は t 期の資本ストックである。

生産年齢は 18 歳から 64 歳とし、効率労働は

$$E_t = \sum_{i=18}^{64} \rho_i L_{it} \quad (2)$$

で与えられる。変数 L_{it} は t 期の i 歳人口を表し、パラメータ ρ_i は世代 i の生産性である。各世代の生産性と年齢の間には逆 U 字型の関係があると仮定し、

$$\rho_i = a_1 + a_2(i - 18) - a_3(i - 18)^2 \quad (3)$$

であるとする (a_1 、 a_2 、 a_3 、は正の定数である)。出生数は一定率で減少すると仮定し

$$(L_{0t+1} - L_{0t})/L_{0t} = -n \quad (4)$$

であるとする。また、各年齢の生存率を θ_i とし、 $L_{i,t} = \theta_{i-1} L_{i-1,t-1}$ であるとする。

各個人は 90 歳まで生存し、65 歳以上の個人は引退し、1 人あたり x の消費を每期行う。17 歳以下の個人は每期 z の教育・養育資金を必要とする。したがって、すべての個人が生産に従事する標準的なソローモデルの貯蓄率を s とすると t 期の総貯蓄は

$$S_t = sY_t - x \sum_{i=65}^{90} L_{it} - z \sum_{i=0}^{17} L_{it} \quad (5)$$

で表される。

資本蓄積方程式は、資本減耗率を $\delta > 0$ として、

$$K_{t+1} - K_t = S_t - \delta K_t \quad (6)$$

となる。本モデルでは、世代別人口構成の変化は、効率労働の変化と老後資金と教育資金の変化の 2 つの経路を通じて貯蓄と資本蓄積に影響を与える。

2.2 均衡動学

以上の設定を踏まえ、均衡における資本と人口の動学を表す方程式を導出する。 t 期の投資は、

$$I_t = K_{t+1} - K_t + \delta K_t$$

であり、(5) 式と $I_t = S_t$ より、上記の式は

$$K_{t+1} = sY_t + (1 - \delta)K_t - Z_t$$

となる。ここで、

$$Z_t = x \sum_{i=65}^{90} L_{i,t} + z \sum_{i=0}^{17} L_{i,t}$$

であるとする。第一項の $x \sum_{i=65}^{90} L_{i,t}$ は老後に必要な生活資金の総計を第二項の $z \sum_{i=0}^{17} L_{i,t}$ は若年層を支える生活費や教育費の総計を表す。

したがって、本モデルにおける資本と人口の動学は

$$K_{t+1} = s\alpha\gamma^t \left\{ \sum_{i=18}^{64} \rho_i L_{i,t} \right\}^\beta K_t^{1-\beta} + (1 - \delta)K_t - \left\{ x \sum_{i=65}^{90} L_{i,t} + z \sum_{i=0}^{17} L_{i,t} \right\} \quad (7)$$

$$L_{i+1,t+1} = \theta_i L_{i,t} \quad (8)$$

$$L_{0,t+1} = (1 - n)L_{0,t} \quad (9)$$

という連立方程式系により記述される。

3 シミュレーション

3.1 データ

最初に、本シミュレーションで用いる主要なデータについて解説する。出生数の減少率は平成 22 年 (2010 年) の出生数 105 万人²と平成 72 年 (2060 年) の出生数推計 48 万人³をもとに、この間の出生数の平均減少率を計算し $n = 0.0157$ とした。年齢別人口は、平成 24 年度の人口データを利用した。⁴年齢別の生存率データは、平成 22 年の年齢別死亡数及び死亡率データから作成し、男女の人口が等しいと仮定して、男性死亡率と女性死亡率の平均を用いている。⁵初期資本ストックは、平成 24 年度の実質期末資産残高を用いて 1450 兆円とした。⁶

i 世代の労働生産性を表す ρ_i は

$$\rho_i = 0.8 + 0.02(i - 18) - 0.0003(i - 18)^2$$

で決定されるように設定した。この場合、労働生産性は、18 歳から徐々に上昇し、50 台前半でピークを迎え、その後徐々に低下していく。⁷

²出典：「人口推計 (平成 22 年 10 月 1 日現在)」(総務省統計局)

³出典：「日本の将来推計人口 (平成 24 年 1 月推計)」(国立社会保障・人口問題研究所)

(<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/newest04/sh2401smm.html>) (2015 年 12 月 17 日に利用)

⁴出典：「人口推計 (平成 24 年 10 月 1 日現在)」(総務省統計局)

⁵「第 65 回日本統計年鑑」(総務省統計局) (<http://www.stat.go.jp/data/nenkan/02.htm>) (2015 年 12 月 16 日に利用) を基に作成。

⁶出典：「国民経済計算 (GDP 統計) (平成 17 年基準名目・実質固定資産残高 (1980 年～2013 年))」(内閣府)

(<http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data.html>) (2015 年 12 月 29 日に利用)

⁷厚生労働省 (2013) によると、男性の賃金カーブは 50 台前半でピークを迎えている。

その他のパラメータについては、限界貯蓄性向に $s = 0.4$ 、経済の規模に $\alpha = 0.45$ 、労働分配率に $\beta = 0.4$ 技術進歩率に $\gamma = 1.001$ 、資本減耗率に $\delta = 0.05$ を利用する。

最後に、引退した老齢世代の一人当たり消費 x を 0.00005、17 歳以下の個人の一人当たりの養育・教育資金 z を 0.00001 とする。ここで重要な点は、 x が z より大きい点である。つまり、老齢世代を維持する費用の方が、若年世代を維持するよりも費用がかかると仮定されている。

3.2 シミュレーション結果

3.2.1 主要変数の動き

本モデルでは一定の割合で出生数が減少するため、 t を無限にすると総人口は 0 に収束する。つまり、生産不可能な状況に陥る。そこで、本稿では経済が破綻しない有限期間内における成長経路の性質を議論する。

初めに上述したベンチマークのパラメータの下での主要変数の動きについて述べる。図 1 が示すように、総人口は、徐々に減少して行き 50 期後には、初期人口のおよそ 6 割程度まで減少する。世代比率を見ると、40 期あたりまでは、未就業世代の割合が増加し、同時に就業世代の割合が低下する。その後、減少した若年層が世代を重ねるに連れて、その割合は一定に向かい、52.7% の就業世代が 47.3% の未就業世代を支える構図に落ち着く。

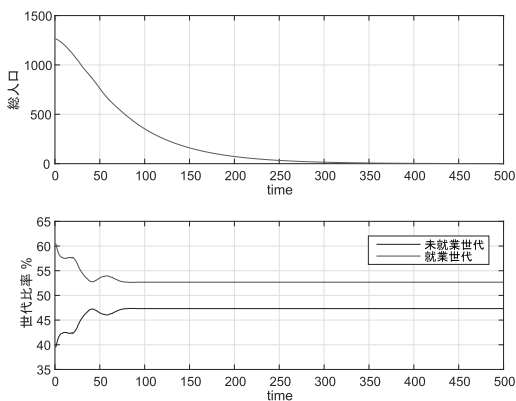


図 1: 総人口と世代比率

図 2 は実質 GDP、資本ストック、貯蓄、一人当たり実質 GDP の動きを表している。当初は貯蓄が資本減耗を上回り、資本蓄積が進むが、人口減少により 73 期目以降、資本ストックは減少してゆく。実質 GDP も資本蓄積とともに 51 期目まで増加するが、その後人口減少の影響により減少してゆく。一方で、一人当たり実質 GDP は増加してゆく。

実質 GDP 成長率は初期の段階で 5% 近い成長率を示すが、15 期後には、初期成長率のおよそ半分になる。成長率は図 3 ように時間を通じて急激に減少する。表 1 は 50 期までの成長率、資本ストック、総人口、実質 GDP の変化を示している。

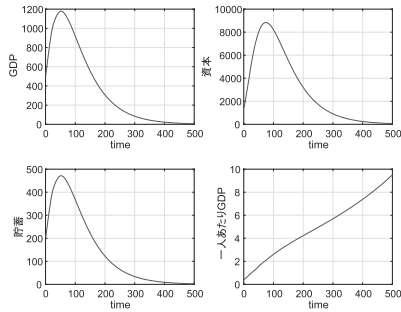


図 2: 変数の経路

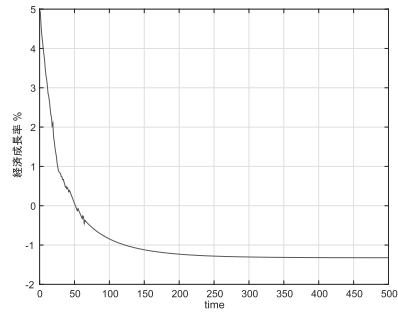


図 3: 経済成長率

	成長率 (%)	資本	総人口	GDP
0 期	—	1450.000	1264.000	516.759
1 期	4.931	1584.187	1260.018	542.243
10 期	3.221	2920.693	1197.615	763.281
25 期	1.091	5329.098	1040.778	1038.866
50 期	0.059	8068.165	750.186	1179.310

表 1: 基本シミュレーションの帰結

3.3 比較経路

本節では、出生数の減少率の変化が経済成長率に与える効果について、シミュレーション結果を提示する。

表 2 は出生数の減少率が 0、0.002、0.005、0.01、0.02、0.05 である場合の実質 GDP 成長率を比較したものである。10 期における成長率は n が変化してもほとんど影響を受けていない一方、100 期においては n が 0.02 から 0.05 に上昇すると成長率はおよそ 2% も減少することになる。出生数減少率が 0.02 と 0 のケースを比較した場合、25 期で約 0.1%、50 期先で約 0.7%、100 期先で約 1.6% の成長率の差が生じている。このモデルのシミュレーション結果から、少子化が経済成長率に与える効果は遠い将来ほど大きい一方、直近ではそれほどの効果がないことがわかる。

出生数減少率 n	0	0.002	0.005	0.01	0.02	0.05
10 期	3.221	3.221	3.221	3.221	3.221	3.221
25 期	1.160	1.151	1.138	1.116	1.073	0.958
50 期	0.618	0.541	0.429	0.250	-0.078	-0.852
100 期	0.401	0.238	-0.005	-0.403	-1.170	-3.261

表 2: 出生数減少率と経済成長率 (単位 %) の関係

4 帰結

本論文は Cuddington (1993) の枠組みを日本経済に応用し、今後も続くと予想される出生率の低下が経済成長率に与える効果をシミュレーションにより分析する枠組みを提示した。本モデルの利点は、少子化に伴う年齢別の人口構成の変化が生産性の変化を通じて経済成長率に与える効果を簡易にモデル化できる点である。本シミュレーションにより、今後 100 年間の経済成長率が少子化の程度の違いによってどの程度影響を受けるかを分析することができた。モデルの精緻化を通じて、より現実的なシミュレーションを実現することが今後の課題である。

謝辞

本研究は平成 26 年度千葉商科大学学術助成金による研究成果である。ここに記して感謝の意を表す。

参考文献

- [1] Auerbach, Alan J., Kotlikoff, Laurence J., 1987. *Dynamic Fiscal Policy*. Cambridge University Press.
- [2] Cuddington, John T., 1993. Modeling the Macroeconomic Effects of AIDS, with an Application to Tanzania. *World Bank Economic Review* 7(2), 173-189.
- [3] Solow, Robert M., 1956. A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- [4] 内閣府 2012 『高齢社会白書（平成 24 年版）』 印刷通販株式会社
- [5] 厚生労働省 2013 『平成 24 年賃金構造基本統計調査』
URL: <http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/z2012/> (2016 年 1 月 15 日に利用)

(2016.1.20 受稿, 2016.2.18 受理)

〔抄 録〕

本論文はCuddington (1993) の枠組みを日本経済に応用し、今後も続くと予想される出生数の低下が経済成長率に与える効果をシミュレーションにより分析する枠組みを提示する。

〔論 説〕

タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避の防止

江波戸 順 史

はじめに

近年、スターバックスやアップルなどによる国際的な租税回避をきっかけに、実務的や学際的にだけでなく一般社会でも注目されている。租税回避には明確な定義はないが、企業による不正な行為であることは間違いない。確かに、それは違法ではないが、スターバックスによる租税回避の時にイギリス国民が憤怒したことからも明らかなように、正直に納税する者からすれば認められない行為である。そのため、タックスヘイブン対策税制や移転価格税制などの租税回避を防止する仕組みが各国には存在する。

企業による最近の租税回避をみると、タックスヘイブンと移転価格を同時に利用するケースが散見される。しかしながら、先行研究では、それぞれの租税回避が個別の問題としてしばしば議論されている。それは、タックスヘイブンと移転価格による租税回避に対して、タックスヘイブン対策税制と移転価格税制という異なる仕組みが適用されるので、先行研究ではそれが二つの研究課題として検討されたためである。ただ、現実のケースを踏まえれば、これらの租税回避は一つにまとめて検討されるべきであり、それに対応する税制もまた構築されるべきであろう。

本稿では、このような問題意識のもと、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避を防止するために望ましい方法を模索する。また、この場合にタックスヘイブン対策税制と移転価格税制が関係することで生じる問題を指摘し、それを取り除くような方法を明らかにする。

1. タックスヘイブンと租税回避

(1) タックスヘイブンである国や地域

タックスヘイブンとは、一般的には、租税負担がまったくない国や地域、または租税負担がほとんどない国や地域のことである。このようなタックスヘイブンと呼ばれる国や地域が、しばしば注目されるのは、国際的に活動する企業がそれを利用して、租税回避を行うからである。

なお、OECDは、国際的な租税基準に従うことを表明したが、まだ実施していない国や地域をタックスヘイブンと位置づけ、次のような基準のもとそれを判断している⁽¹⁾。

- (a) 実質的な情報交換がなされていない
- (b) 透明性が欠如している

(1) OECD [11] p.17.

(c) 実体がない投資を誘致している。

OECDのこのような位置づけは間違いではないが、タックスヘイブンに関しては、明確な定義がないために、実質的な見地から租税負担の軽い国や地域もまたタックスヘイブンと認識される。租税負担が軽い国としては、スイス、ルクセンブルク、ベルギー、オーストラリアなどがあげられる。他方、租税負担が軽い地域としては、香港やマカオ、アメリカのデラウェア州などがある。さらに最近、租税回避の温床となっているアイルランドも実質的にはタックスヘイブンとして位置づけられるのではないだろうか。

(2) タックスヘイブンを利用した租税回避

企業からすれば、タックスヘイブンを利用した国際的な活動は経営戦略の一つなのかもしれないが、税務当局にとっては、その活動は租税回避に他ならない⁽²⁾。このような税務当局の見解は、企業によるタックスヘイブンを利用しない取引と利用した取引を比較することで理解できる。

図1には、タックスヘイブンを利用しない取引が示されている。例えば、X国企業がY国企業に1000を貸し付け、それによってX国企業は200の利子を得た場合を想定する。この場合、X国企業が得た利子にはX国の法人税が課税される。法人税率を30%と仮定すれば、この取引においてX国企業が負担する法人税は60になる。

他方、図2には、タックスヘイブンを利用した取引が示されている。上記の例と同じように、X国企業がY国企業に1000を貸し付ける場合を想定する。ただし、X国企業はタックスヘイブン（法人税率はゼロ）に出資金1000で設立した子会社を経由して貸し付けを行ったとする。すなわち、この取引では、直接的には、外国子会社が出資金1000を元手にY国企業に貸し付けを行ったことになる。この場合、200の利子が生じるが、それはタックスヘイブンにある子会社が受け取るため、X国企業が負担する法人税はなく、タックスヘイブンの法人税率がゼロであるために、外国子会社の法人税もまたゼロとなる。

この取引がタックスヘイブンを利用した租税回避の一般的な例である。取引の内容が同じであっても、タックスヘイブンを利用することでX国企業が負担する法人税はゼロにできるのだから、たとえ企業にとっては経営戦略であったとしても、税務当局がこの取引を租税回避として認識するのは納得できよう。

(3) タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避

このように、タックスヘイブンを利用するだけでも租税回避は可能である。しかしながら、現実には、さらに精度の高い租税回避が行われており、注目すべきは、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避である。

移転価格が問題になるのは、企業が低税率国にある外国子会社との取引において、通常の価格よりも低い価格を設定することで、その低税率国に企業の所得が移転されるため

(2) 西野万里 [5] p.34では、租税回避は「非合法的租税回避 (tax evasion)」と「合法的租税回避 (tax avoidance)」に区分されている。前者は、租税負担の一部または全部を非合法に逃れる行為であり、これは脱税である。後者は、非合法的な行為ではないが、税法上で意図されたものとは異なる目的で税法のループホールを利用した租税負担を逃れる行為である。この区分に従えば、本稿が研究対象とするタックスヘイブンや移転価格を利用した租税回避は後者の「合法的租税回避」に該当する。

図1 タックスヘイブンを利用しない取引

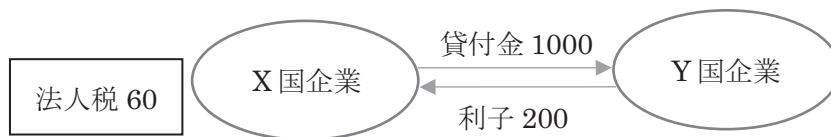
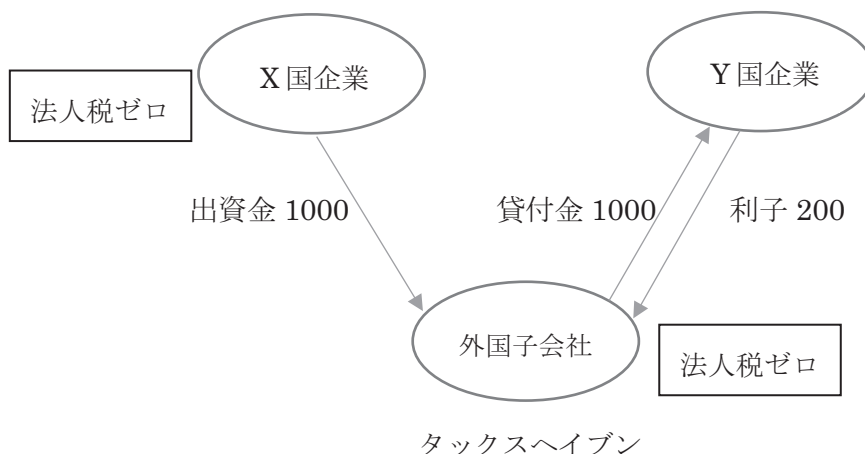


図2 タックスヘイブンを利用した取引



ある。低税率国のなかにはタックスヘイブンとみなされる国もあり、その国にある外国子会社との取引において低い移転価格が設けられれば、この場合、タックスヘイブンと移転価格の組み合わせによる租税回避の問題が生じる。

例えば、A国の親会社が、タックスヘイブンではないB国の外国子会社VとタックスヘイブンであるC国の外国子会社Wに、通常の価格1000の商品を低い移転価格800で輸出したケースを想定する。また、A国の法人税率が30%、B国の法人税率が20%であり、C国の法人税率がゼロであったと仮定する。

① 移転価格だけを利用した場合

この仮定のもと、A国よりもB国の法人税率の方が低いので、移転価格が低く設定されれば租税回避が可能となる。この場合、A国では通常の価格と移転価格の差額200に法人税率30%を乗じた分60だけ租税負担が減少し、他方、B国では200に法人税率20%を乗じた分40だけ租税負担が増大する。そのため、移転価格だけを利用した租税回避では、親会社と外国子会社の企業グループは、20だけ国際的に租税負担を軽減できる。

② タックスヘイブんと移転価格を組み合わせた場合

同じ仮定のもと、A国の親会社とC国の外国子会社Wとの間で取引が行われた場合を考えると、まずA国では低い移転価格のもと租税負担が60軽減される。またC国はタックスヘイブンなので法人税率はゼロなので、移転された所得200に対する租税負担もゼロである。その結果、このようなタックスヘイブんと移転価格を組み合わせた租税回避が行われ

図3 移転価格だけを利用した租税回避

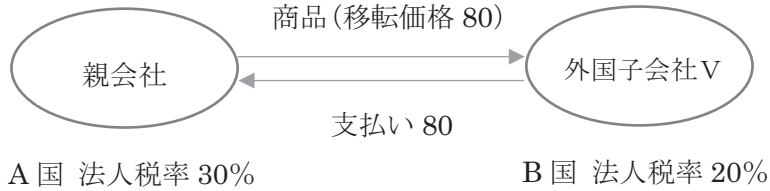
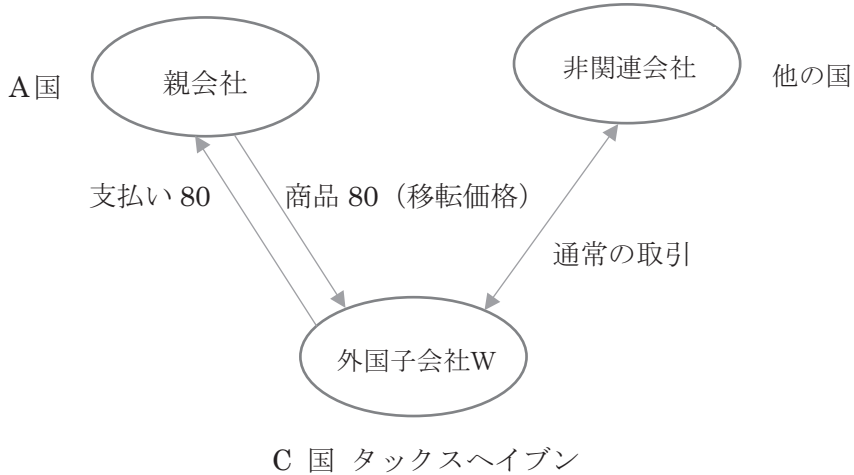


図4 タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避

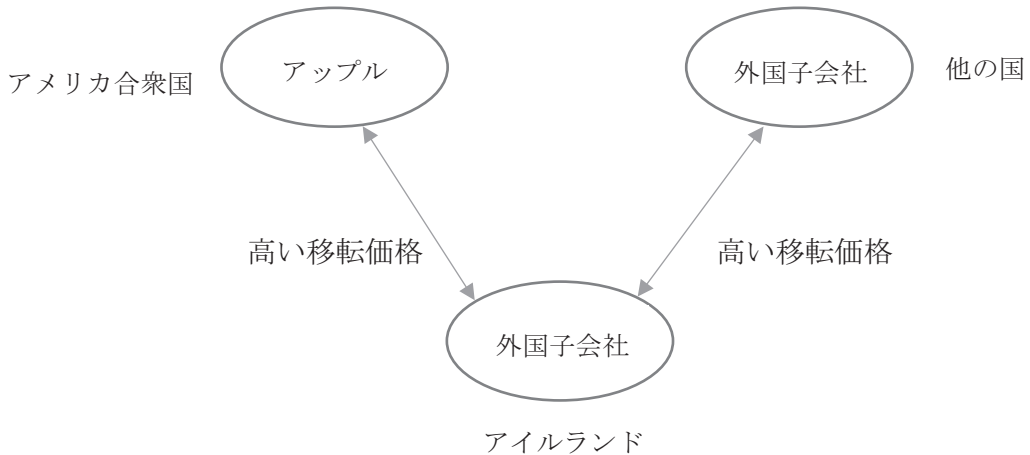


ると、企業グループ全体における租税負担は60軽減される。先述の移転価格だけを利用した租税回避と比較すると、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせることで、より大きな租税回避が可能になるのである。

この場合、A国の税収が60減少することには変わりはなく、そのためA国にとってはいずれの租税回避によろうとも問題は同じかもしれない。しかしながら、企業グループがタックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避を企てるのは、その異なる結果を期待するためであると考えられる。また、C国とその他の国との間で取引が行われればC国に所得が貯えられるが、その所得には半永久的に租税負担が生じないこともこの企ての一要因であろう。

さらに、アイルランドにおけるアップルの租税回避は深刻である(図5)。このケースのように、アイルランドにある外国子会社が、税率が高いアメリカ合衆国の親会社と他の国の外国子会社と高い移転価格で取引(輸出)を行うことで、所得が税率の低いアイルランドに移される。その結果、アップルが企業グループ全体で負う租税負担は軽減される。このような場合には、図4に示すケースよりも全体的な租税負担の軽減割合は大きく、租税回避はさらに深刻化する。

図5 アップルによる企業グループでの租税回避



2. タックスヘイブン対策税制と租税回避の防止

(1) 主要国のタックスヘイブン対策税制

タックスヘイブン対策税制は、企業がタックスヘイブンにある外国子会社を通じて国際取引を行うことにより、租税負担を軽減したり、回避したりする行為に対処する制度であり、つまり、企業による租税回避を防止するためにある。その仕組みをみると、タックス対策税制では、租税負担割合20%以下の国や地域に居住する外国子会社で、企業（親会社）が直接または間接に株式等の50%を保有するものの所得のうち、その株式等の保有割合に応じた分が、親会社の所得に合算される。

主要国のタックスヘイブン対策税制は、表1で示されるように、その内容から、エンティティ・アプローチとインカム・アプローチに区分できる。エンティティ・アプローチでは、一定の租税負担以下の国や地域に居住する外国子会社の所得については、所得の種類に関係なく合算して課税される。他方、インカム・アプローチでは、特定の所得だけが合算され課税される。エンティティ・アプローチをとる国としては、日本、イギリス、フランスなどがあり、インカム・アプローチをとる国には、アメリカやドイツなどである。

なお、タックスヘイブン対策税制が適用除外となる場合もあり、その要件としては、表2に示す、①事業基準（主たる事業が表に示すものでないこと）、②実体基準、③管理支配基準、④所在国基準、非関連者基準をすべて充足することである。つまり、タックスヘイブン対策税制は、当該外国子会社がペーパーカンパニーではなく、その実態が確認できる場合に限り適用除外となるので、仮に租税回避のような取引でも、上記の要件を満たすのであれば、その適用から外される。ちなみに、後述するケースでは、この要件を充足しない外国子会社と親会社との取引を想定している。

表1 主要国のタックスハイブンプ対策税制

	日本	イギリス	フランス	アメリカ	ドイツ
課税の方法	エンティティ・アプローチ			インカム・アプローチ	
課税対象の子会社	軽課税国にある外国子会社	軽課税国にある外国子会社	軽課税国にある外国子会社	所得項目ごとに税率格差等により判定	軽課税国にある外国子会社
トリガー税率	合算対象子会社の租税負担が20%以下	合算対象子会社の租税負担が英国での租税負担(28%)の4分の3未満	合算対象子会社が所在する国の税率が仏国での租税負担(33.33%)の50%未満	合算対象所得につき、合算対象子会社の租税負担が米国最高税率(35%)の90%以下	合算対象所得につき、合算対象子会社の所在する軽課税国の租税負担が25%未満
適用除外基準	あり	あり	あり	あり	あり
独立企業としての実態	実態があれば適用除外	実態があれば適用除外	実態があれば適用除外	-	実態があれば適用除外
関連者との取引	一定の関連者間取引を有する場合、適用除外とはならない。	一定の関連者間取引を有する場合、適用除外とはならない。	一定の関連者間取引を有する場合、適用除外とはならない。	特定の所得について一定の関連者間取引を有する場合、適用除外とはならない。	一定の関連者間取引を有する場合、適用除外とはならない。

(出所) 財務省資料に加筆修正。

表2 タックスハイブンプ対策税制の適用除外要件

適用除外の要件	内容
事業基準	株式(統括会社による被統括会社の株式等の保有は除く)、債券の保有を主たる事業とするもの、工業所有権、著作権の提供等を主たる事業とするもの、船舶もしくは航空機の貸付けを主たる事業とするものでないこと
実体基準	外国子会社がその本店所在地国等において、その主たる事業を行うのに必要と認められる事務所、店舗、工場、その他の固定施設を有すること
管理支配基準	外国子会社の本店等において、その事業の管理、支配および運営を自ら行っていること
所在国基準、非関連者基準	外国子会社の事業が主としてその本店所在地国等で行われていることを求める所在国基準か、主たる取引の50%超が非関連者とのものであることを求める非関連者基準のいずれかをクリアすること

(出所) 財務省資料により作成。

(2) 日米における仕組みの比較

日本において、タックスヘイブン対策税制が導入されたのは1978年である。その背景には、企業によるタックスヘイブンを利用した租税回避があり、国際的にも国内的にもその防止が求められたために、他の先進国に並び日本でもタックスヘイブン対策税制が制定されたのである。なお、小島(2008)によれば、日本では、本店所在地主義がとられるために、イギリスの管理支配地主義による課税方式ではなく、アメリカ合衆国やカナダと同じように、合算課税方式が取り入れられた⁽³⁾。

その仕組みは、先述のように、株式等の保有割合に応じて外国子会社の所得が親会社の所得に合算される。アメリカ合衆国でも、サブパートF条項に基づくCFC(Controlled Foreign Corporation：被支配外国法人)税制のもと⁽⁴⁾、米国株主(親会社)に保有されるCFCの特定の所得を株式等の保有割合に応じて親会社の所得に合算して課税される。このように、日米の仕組みは、合算課税方式を取り入れている点では共通している。しかしながら、合算される所得に関しては、日本では所得の種類は関係しないのに対して、アメリカ合衆国では特定の所得に限定される⁽⁵⁾。

梶山(1998)が指摘するように、日米では当該税制の対象となる外国子会社(被支配外国法人)の定義も異なり、日米の仕組みがこのような異なる状況下で、日本のタックスヘイブン対策税制とアメリカ合衆国のCFC税制が調整されることなく、それぞれ適用される可能性は否定できない⁽⁶⁾。梶山(1998)は、この場合に生じ得る法的二重課税が企業の最大の関心事であると主張するが、企業はいかに租税負担を軽減できるか、すなわち、租税回避にこそ大きな関心を寄せていると考えられる⁽⁷⁾。

(3) 移転価格税制に合わせた措置

租税回避を企てる親会社は、タックスヘイブンにある外国子会社との取引において、独立企業との取引における価格よりも低い移転価格を設定することで、所得をタックスヘイブンに移転すれば、企業グループ全体で租税負担を軽減させることができる。この場合、親会社が居住する国では、移転価格税制を適用することで、親会社と外国子会社との取引における移転価格が、非関連企業との取引における価格(独立企業間価格)に引き直され、タックスヘイブンに移転された所得を取り戻すことができる。

ただ、この場合、取引の相手国がタックスヘイブンなので、移転価格税制と同時にタックスヘイブン対策税制の適用が可能である。そのため、当該取引に対してこの異なる二つの税制が適用されれば、法的二重課税が生じてしまう。例えば、親会社とタックスヘイブンにある外国子会社との取引において、移転価格税制のもと移転価格800が独立企業間価格1000に引き直され、親会社の所得が算定され、同時にタックスヘイブン対策税制によっ

(3) 小島俊朗 [3] p.42.

(4) アメリカ合衆国においてサブパートF条項は1962年に導入された。

(5) 小島俊朗 [3] p.44によれば、特定の所得とは、サブパートF所得であり、①外国拠点会社の所得、②保険所得、③国際ボイコット活動及び国際的贈収賄に係る所得がそれに該当する。

(6) 梶山紀子 [2] p.84.

(7) 梶山紀子 [2] p.84. 確かに、法的二重課税にも関心はあるであろうが、タックスヘイブに進出する際に第一に企業が持つ関心は、低税率を利用した租税負担の軽減、租税回避のほうである。

て外国子会社の所得（移転価格による所得200を含む）を親会社の所得に合算して課税されると、その所得200に二重に課税されることになる。

そのため、現行のシステムでは、移転価格税制とタックスヘイブン対策税制、いずれも適用可能な場合には、移転価格税制による結果を受けて、タックスヘイブン対策税制においてそれに対応するための措置が講じられる。この場合、タックスヘイブン対策税制では、親会社と外国子会社の所得を合算するにあたり、移転価格の更正分だけ減額される。上記の例によれば、移転価格の更正分200が合算される所得から差し引かれる。

3. 現行システムの問題を解決する合算課税

(1) 移転価格税制に合わせた措置の問題点

現行のシステムのもとでは、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避には、まず移転価格税制が適用され、それを受けてタックスヘイブン対策税制が執行されるが、これは移転価格税制が適正に機能することを前提としている。

移転価格税制では、移転価格の操作による租税回避は、独立企業間価格に基づき処理される。すなわち、親会社と外国子会社との取引など、企業グループ内取引で設けられた移転価格を独立企業間価格に引き直すことで、移転価格を通じて相手国に移転された所得を取り戻すことになる。

しかしながら、今日のように企業の国際的な活動が複雑多様化したなかでは、独立企業間価格の算定要件である比較対象取引の発見が困難であるケースもあり、この場合には独立企業間価格は算定できない。特に、Caves (2007) が指摘するように無形資産は特殊性が高い多いため⁽⁸⁾、それに係る比較対象取引を発見する可能性は低いであろう。独立企業間価格は、原則として基本三法に基づき算定されるが、比較対象取引が発見できないなかでは、その価格により無形資産を評価するのは難しい。

このように、タックスヘイブンを利用した租税回避を防止すべく執行される移転価格税制がうまく機能しないと、それに続くタックスヘイブン対策税制もまた機能しなくなってしまふ。すなわち、独立企業間価格が算定できなければ、タックスヘイブン対策税制のもと、合算所得からそれに相当する分が減額されないのだから、租税回避が適正に防止されることはない。移転価格により相手国に移転された所得、それを合算所得から正しく差し引くことで、租税回避の防止もまた適正と言えよう。

(2) 独立企業原則と企業グループ内取引

そもそもこのような問題が起こる原因は、移転価格税制が企業グループ内取引の実態に合致していないためである。親会社と外国子会社は、その企業間の取引をある一つの企業内における取引のような結果をもたらすのだから、これらの企業は独立した企業というよりも、まとめて企業グループとして認識する方が正しく、それに合ったシステムが求められよう。

移転価格税制の基礎にあるのは独立企業原則である。独立企業原則では、企業グループ

(8) Caves, R. E. [6] pp.4-5. Cavesは、①公共財(public goods), ②機会主義(opportunism), ③不確実性(uncertainty)の観点から、無形資産の特殊性を検討している。

内取引における特別な条件を排して、独立した企業による場合と同じようにその取引を処理することを求める。これを厳守すると、グループ内の企業と企業の取引であろうとも、それぞれ独立した企業同士の取引として認識されるが、それは企業グループ内取引の実態を歪めて捕捉することに他ならない。

独立企業間価格の算定において比較対象取引の発見が求められるのも、独立企業原則に基づき企業グループ内取引を非関連企業間の取引のように擬装する手続きであると考えられる。企業グループという組織体を無視して、グループに所属する企業を独立した個別の企業のように処理し、またそれらの取引も非関連企業間の取引のようにみなすのは問題があるのではないだろうか。

また、McLure (1984) が主張するように、企業グループ内取引においては、非関連企業間の取引では存在しない内部取引利益 (extraordinary profit) が生じる⁽⁹⁾。しかしながら、非関連企業間の取引を重視する独立企業原則による限り、企業グループ内取引でのみ生じる内部取引利益は適正に処理されることはない。これは、企業グループ内取引を非関連企業間の取引のようにみなす結果であり、その実態を見誤っているのである。

それならば、企業グループ内取引を包括的に処理するシステムが望ましく、それが合算課税である。タックスヘイブン対策税制は、もともと合算課税を取り入れている。親会社の所得とタックスヘイブンにある外国子会社の所得の一部を合算するのだから、企業グループ内取引の実態に合ったシステムであると言えよう。しかしながら、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避に関しては、移転価格税制が優先されるために問題が複雑化していると考えられる。

(3) 合算課税による租税回避の防止

このような問題を抱える移転価格税制、独立企業原則に代わり定式配賦方式を導入すべきであるとの主張もある。定式配賦方式は、企業グループ内取引で生じた合算所得を関連する企業間で分配する仕組みである。つまり、定式配賦方式もまた合算課税として分類される。

もし仮に、移転価格税制においてもこのような合算課税が実施されるのであれば、先述した移転価格税制とタックスヘイブン対策税制を調整する措置は必要なくなるであろう。タックスヘイブン対策税制と同様に、移転価格税制もまた親会社とタックスヘイブンにある外国子会社の所得を合算するわけだから、システムの齟齬はなくなるはずであり、適正な租税回避の防止が期待できよう。

また、独立企業原則の問題が、租税回避を防止する上で障害になることもないであろう。合算課税であれば、企業グループ内取引は非関連企業間の取引のように擬装することなくそのまま補足されるので、比較対象取引の発見、無形資産の特殊性などの問題も取り除かれるはずである。また、企業グループ内取引においてのみ生じる内部取引利益もまた合算所得のなかに含まれ処理されるので、この問題も解決されよう。

合算課税の形としては、Lebowitz (1999)、Russo (2005) が提唱する残余利益分割法⁽¹⁰⁾、

(9) McLure, Jr., C. E. [9] p.94. extraordinary profit に関しては、その内容から「内部取引利益」と呼称する。なお、これは「統合の利益」と同義である。

(10) Lebowitz, B. E. [8] p.1205, Russo, A. [12] p.26.

あるいはHerzing and Joisten (2010) の推奨する貢献度分析法 (Contribution Analysis)⁽¹¹⁾ が望ましいであろう。いずれの方法でも、企業グループにおける合算所得がある定式に基づき関係する企業間で配分される。ただ、江波戸 (2012) が指摘するように、残余利益分割法では内部取引利益が処理されない点を考慮すると、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避を防止するためには貢献度分析法の方が適当であろう⁽¹²⁾。

将来的に、移転価格税制に合算課税が組み込まれるのであれば、タックスヘイブン対策税制と移転価格税制を区別することなく、租税回避を防止する包括的かつ統一的なシステムが構築されると期待できよう。このようなシステムが実現すれば、タックスヘイブンによるものでも、移転価格によるものでも、またタックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避も含め、あらゆる租税回避の防止が一元管理できるようになると推察される。

おわりに

本稿では、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避を防止する方法について検討した。結論をまとめると以下ようになる。

タックスヘイブンが租税回避の温床であることは広く知られている。タックスヘイブンを利用することで、企業は本来負担すべき租税負担を全く負担しないか、あるいは軽減することができる。そのため、国際的に活動する企業はタックスヘイブンを積極的に利用するわけだが、それが租税回避であると認められるならば、タックスヘイブン対策税制のもと、各国はその防止に努めているのが現状である。

確かに、タックスヘイブンを利用した租税回避ならば、タックスヘイブン対策税制により防止できると考えられるが、これに移転価格が加わると問題が複雑化し、タックスヘイブン対策税制だけでなく、移転価格税制もまたこの問題に関与することになる。この場合、いずれの税制を適用すべきかが問われるが、現行システムのもとでは、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避には、移転価格税制がまず適用され、その結果を受けてタックスヘイブン対策税制を執行することでその防止が試みられる。

ただ、移転価格税制を最初に適用するとなると、その仕組みに内包される問題が租税回避の防止に支障をきたすと考えられる。第1に、移転価格税制では比較対象取引の発見が求められるが、企業による国際的な活動が複雑化した今日では、それが困難なケースがある。このような状況では、独立企業間価格も算定できないので、タックスヘイブン対策税制のもと、移転価格税制に合わせた措置を講じることも難しくなると考えられる。第2に、移転価格税制では、独立企業原則に基づき、企業グループ内取引は非関連企業間の取引とみなされるためであり、企業グループ内取引の実態把握を歪めるであろう。また、独立企業原則による限り、独立企業間の取引では生じない内部取引利益もまた処理されないことは明らかである。

以上の問題を勘案すると、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避を防止するためには、合算課税が望ましいと考えられる。企業グループをそのままの形で認識し、企業グループ内取引で生じた所得を合算して課税すれば、タックスヘイブン対策税制と移

(11) Herzing, N. and C. Joisten [7] p.345.

(12) 江波戸順史 [1] pp.189-191.

転価格税制の法的二重課税も問題になることはなく、また移転価格税制が抱える問題も適正に処理されるであろう。将来的には、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避はさらに複雑化すると予想されるが、その場合にも合算課税は十分対応できると期待できよう。

参考文献

- [1] 江波戸順史『独立企業原則の限界と移転価格税制の改革』五紘舎, 2012年.
- [2] 梶山紀子「米国におけるタックス・ヘイブン対策税制の研究—多国籍企業に対する調和的な課税制度の実現を目指して—」『会計検査研究』17号, 1998年.
- [3] 小島俊朗「タックス・ヘイブン税制の現在的意義について」『税大ジャーナル』Vol.9, 2008年.
- [4] 成瀬満春「タックス・ヘイブンと移転価格税制」『大阪学院大学商学論集』第13号第5号, 1988年.
- [5] 西野万里「企業の国際的租税回避と租税政策—タックス・ヘイブン対策税制と移転価格税制を中心として—」『明大商学論叢』第76巻第4号, 1994年.
- [6] Caves, R. E., *Multinational Enterprise and Economic Analysis* [3rded.] (NewYork: Cambridge University Press, 2007).
- [7] Herzig, N., and C. Joisten, “Between Extremes : Merging the Advantages of Separate Accounting and Unitary Taxation”, *Intertax* (Vol.37, 2010) , pp.334-349.
- [8] Lebowitz, B. E., “Transfer Pricing and the End of International Taxation”, *Tax Notes International* (September, 27, 1999) , pp.1201-1209.
- [9] McLure, Jr., C. E. (ed.) , *The State Corporation Income Tax-Issues in Worldwide Unitary Combination* (Stanford: Hoover Institutes Press, 1984) .
- [10] OECD, *International Tax Avoidance and Evasion—Four Related Studies—* (Paris: OECD, 1987) .
- [11] OECD, *Economic Effects of and Social Responses to Unfair Tax Practices and Tax Havens* (Paris: OECD, 2000) .
- [12] Russo, A. “Formulary Apportionment for Europe : An Analysis and A Proposal”, *Intertax* (Vol.33, 2005) , pp.2-31.

(2016.1.20受稿, 2016.2.18受理)

〔抄 録〕

本稿では、タックスヘイブンと移転価格を組み合わせた租税回避に焦点をあて、この問題を解決するための方法を模索している。

現行システムのもとでは、タックスヘイブン対策税制と移転価格を組み合わせた租税回避に対しては、まず移転価格税制が適用され、その結果を受けてタックスヘイブン対策税制の執行段階で調整が図られる。しかしながら、この仕組みによる限り、比較対象取引の発見や内部取引利益など、移転価格税制が抱える問題が租税回避の防止にも反映されるが、それは望ましいことではない。

この原因は、移転価格税制が企業グループの実態に合わない仕組みだからである。それならば、企業グループの実態に合うようにシステム改革を行うべきであり、合算課税が望ましい。合算課税によれば、移転価格税制の問題は取り除かれ、タックスヘイブン対策税制との調整も必要なくなり、と期待できる。

社会的課題解決のためのセクター間協働の発展プロセス

齊 藤 紀 子

1. 研究の目的と背景

本稿は、社会的課題の解決を目的として展開されるNPO－行政－企業という異なる3セクター間の協働（以下、3セクター間の協働）に焦点を当て、これがどのように生成され発展していくのか明らかにすることを目的として、我が国における先行研究の整理および検討を行う。

現代社会は、少子高齢化、地域の衰退、環境問題、気候変動、格差と貧困などさまざまな社会的課題に直面している。我が国では従来、こうした課題は行政が取り組み解決するものと理解され行政以外のセクターによる関わりは弱かったが、人々のニーズの多様化、課題が現れる環境の複雑化が進み、行政による対応の限界が指摘されるようになってきた。こうした中1990年代より、自分たちの問題として社会的課題に関わろうとする人々が増え、台頭してきたNPO⁽¹⁾が課題解決の担い手として期待されるようになってきた。企業セクターにおいては、グローバルな動向を受けて企業がどのように社会に関わるか模索されるようになり、1990年代からは社会貢献活動が、2000年代からはCSR（企業の社会的責任）に関する議論と取り組みが広がっていった（谷本2006a）。しかしながらこれらの社会的課題はNPOセクターあるいは企業セクターに任せれば解決するわけではない。単独セクターで解決できるものではなく、セクター間の協働により取り組むことが求められている（谷本2002a, 2002b, 2003, 2006b；佐々木 他 2009；後藤 2009, 2015；小島・平本 2011）。

このような考え方の共有が進み、異なるセクターに属する人々・組織がともに課題解決に取り組む事例が増えてきている。とりわけ1995年に発災した阪神淡路大震災における主体的な市民活動と、1998年の特定非営利活動促進法（NPO法）施行後に増加したNPO法人のプレゼンスはNPOセクターに対する社会的関心を高め、行政セクターおよび企業セクターとの協働を活発化させることとなった。

NPO－行政間の協働については、1999年に横浜市がNPOと行政の協働を「横浜市における市民活動との協働に関する基本指針」（横浜コード）として制度化したことを契機に、各地で推進施策の策定が進んだ（早瀬 2014）。いまではさまざまな自治体で協働推進に関する条例の制定や指針の作成、協働担当部署の設置、職員を対象とした研修実施、協働事業の実施や市民の参画機会の拡充など、多様な施策が打ち出されている（平 2014）。

NPO－企業間の協働についても、阪神淡路大震災後に大きく前進している。経済団体連合会（現：日本経済団体連合会）『社会貢献白書』（1999）では、阪神淡路大震災後の救援活動現場で企業とNPOが連携しそれぞれの強みを活かした活動によって大きな成果を得

(1) 本稿ではNPOという用語を、特定非営利活動法人（NPO法人）および任意団体のみに限った狭義ではなく、社団法人、財団法人、社会福祉法人なども含めた広義で用いている。

たこと、社会貢献活動を行う場合に企業内の知識・ノウハウだけでは限界がありNPOが企業より優れる面を持ち合わせていると学んだこと、NPOを「多様な市民社会構築の担い手」「社会貢献活動推進の有力なパートナー」「行政に代わるサービスの提供主体」として捉えるようになってきていることが報告されている。同白書では「NPO支援からNPOとの協働へ」という節を設け、企業側・NPO側それぞれにとっての留意点を指摘している（経済団体連合会 1999, pp.24-26）。

NPOセクター内でも、優れた協働事例の発掘・発信や、協働実施のサポートなどの動きが活発化してきた。NPOと企業・行政の協働を推進する代表的NPOとして、日本NPOセンター（1996年設立、東京）やパートナーシップ・サポートセンター（1998年設立、名古屋）があり、調査研究、情報発信、コーディネート、コンサルティングなどを行っている。ほかにもNPO・行政・企業・大学・各種団体の協力に基づき社会的課題解決の担い手育成、ソーシャルビジネス⁽²⁾開発、マッチング、ネットワークングなどを実施したソーシャル・イノベーション・ジャパン（2005年設立、2011年に発展的解散、東京）があり、同団体はこれら活動の普及を目指して2011年に経済産業省「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」とともに新団体ソーシャルビジネス・ネットワークを設立した⁽³⁾。

こうして様々な試行錯誤が進められる中、NPOと行政・企業の間にはなかつた新たな協力関係が構築されたり、特定の社会的課題の解決を意図した新規ビジネスがはじまったりというように、新たな価値創造の成功事例がうまれてきた。一方、資金提供者の意向が強く反映されるあまり協働の目的と意思決定内容にズレが生じていたり、目的を達成する前に協働関係が解消に至ったりする失敗事例もみられる。そこで協働において発生する問題を一つずつ克服し次のステップに進んでいくことによって協働の目的を成功裏に達成するため、社会的課題解決を目的とした3セクター間協働はいかなるプロセスを経て生成・発展していくのか明らかにすべく研究を蓄積していくことが求められる。

以下、第2節では社会的課題解決のための3セクター間の協働を定義する。第3節では、社会的課題解決のためのセクター間協働を対象とした先行研究を「NPO－行政間」「NPO－企業間」「3セクター間」「マルチセクター間」の4つに類型化して検討し、協働の発展プロセスに関する重要なポイントを抽出する。第4節では、3セクター間協働およびマルチセクター間協働の発展プロセスに関する先行研究を「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の3区分により整理・検討するとともに、協働参加主体間の調整を行う主体とその役割に関する議論を抽出する。第5節では、3セクター間協働の発展プロセスを示す。最後に第6節で今後の研究課題を示す。

(2) ソーシャルビジネスとは、「社会的課題を解決するために、ビジネスの手法を用いて取り組むもの」（経済産業省ソーシャルビジネス研究会2008, p.3）である。

(3) 筆者はソーシャル・イノベーション・ジャパンおよびソーシャルビジネス推進イニシアティブによる協働推進活動に従事した。このほか次のような特定地域での世代間交流や地域活性化活動などでも協働に参画してきた。

・埼玉県上尾市における地域住民間の支え合いの仕組みづくり（2011～）、

・千葉県市川市におけるまちづくり・商店街活性化イベントの企画・実施（2015～）

これらはいずれも、NPO・行政・企業・学識経験者など異なるセクターに属する組織から人々が集い、社会的課題の解決を目的として様々な活動（交流・イベント実施・政策提言・議論・情報発信など）を行う場であった。

2. 社会的課題の解決を目的とした3セクター間の協働の定義

社会的課題の解決を目的とした異なるセクターの組織による取り組みを表す用語としては、協働のほかにも戦略的協働、コラボレーション、パートナーシップ、アライアンス、連携など様々な用語が使われており、統一されていない。そしてこれら用語の定義は、論者によってさまざまである。そこで本節では、3セクター間の取り組みを対象とした先行研究において用いられている「戦略的協働」「協働」の定義を概観し、本稿における3セクター間協働の定義づけを行う。

「戦略的協働」は「NPO、政府、企業という3つの異なるセクターに属する参加者が、単一もしくは2つのセクターの参加者だけでは生み出すことが不可能な新しい概念や方法を生成・実行することで、多元的な社会的価値を創造するプロセス」(小島・平本2011, p5)、あるいは「異なるセクターに属する主体が協調し、個々の主体だけでは解決が困難な社会的課題の解決に向けて活動するプロセス」と定義されている(後藤2015, p6)。

「協働」は「社会の課題の解決に向けて、それぞれの自覚と責任の下に、その立場や特性を認め合い、目的を共有し、一定の期間、積極的に連携・協力することによって、公共的な課題の解決にあたること」(世古2009, p46)あるいは「異種・異質の組織が、共通の社会的な目的を果たすために、それぞれのリソース(資源や特性)を持ち寄り、対等の立場で協力して共に働くこと」(日本NPOセンター)と定義されている。

これらには次のような共通点がある。

- ・3つのセクターからの協働参加者が共通の目的をもつこと
- ・異質の主体がそれぞれの資源を持ち寄り、役割をもち、相補的協力関係をもつこと
- ・単独セクターではなしえない課題解決方法をうみ出していこうとすること

以上を踏まえ、社会的課題解決を目的とした3セクター間の協働を本稿では「NPO、政府、企業という異なるセクターに属する主体が社会的課題の解決を共通の目的として、資源を持ち寄りそれぞれが役割をもち分業することにより、単一もしくは2つのセクターではなしえない課題解決方法をうみ出していくプロセス」と定義する。

3. 社会的課題解決のためのセクター間協働に関する先行研究の検討

セクター間の協働事例⁽⁴⁾が増えるにつれ、行政管理や公共経営、企業経営、地域経営、福祉、環境のほか非営利組織論(NPO論)、組織間関係論など様々な分野の研究者がこれに関心をもち、協働形態の類型化、協働の誘因や制約、協働のプロセスに関する研究などを行うようになってきている⁽⁵⁾。これらの先行研究をNPOとの協働に参画するセクターという観

(4) 具体的には次のようなものがある：定期的な意見交換や会合、イベントの共催、行政/企業の企画立案や報告書とりまとめへのNPOの参画、NPOに対する資金・物品・人・情報・技術を用いた支援、NPOに対する金融商品の開発、NPOに対する事業委託、協働組織の設立、社会的課題の解決を目的とした商品・サービスの共同研究開発、など。

(5) 若林(2009)は、NPO-行政間の協働、NPO-企業間の協働が統合されずに別々に研究が進んできたこと、その理由として前者は行政管理や公共経営の研究者が、後者は経営学の研究者が別個に関心をもって議論していることを指摘している。そして今後はNPO-行政-企業という3つのセクターから成る関係性を協働として捉え、全体として研究していくことが必要であると論じている。

点によって類型化すると、「NPO－行政の2セクター間」、「NPO－企業の2セクター間」、「NPO－行政－企業の3セクター間」、「NPO－行政－企業に大学・研究機関、消費者団体や労働団体などを加えたマルチセクター間」の4つに大別できる。本節では、先行研究を類型ごとに検討し協働の発展プロセスについてどのような議論が行われているか把握したうえで、協働の発展プロセスに関する重要なポイントを抽出する。

3-1. 先行研究の類型および協働の発展プロセスに関する議論の検討

(1) NPO－行政の2セクター間協働に関する研究

協働形態の類型化、制度枠組みの調査や実施過程における課題（役割分担や責任配分など）に関する研究が多く見受けられる。世古(2009)はNPO－行政間の協働を①「支援」・「育成」重視型、②「協働」・「分権」重視型、③行革推進型の3つに分類し、未発達なNPOセクターを行政が支援する段階からNPOとの役割分担を進めるために補助金政策を見直すなどの政策変更を行う段階があることを示した。平(2014)は、全国の市区の協働推進部署を対象にアンケート調査を実施し、協働推進に関する指針の策定、協働に関する研修の実施、人事考課における協働経験の考慮の度合いなどの現状を明らかにし、今後の協働推進施策の課題を示している。こうした研究は協働を推進していくための制度環境の整備に重点が置かれており、協働がどのように生成され発展していくのか動態的プロセスを検討したものはみられない。

(2) NPO－企業の2セクター間協働に関する研究

協働形態の類型化、協働の誘因や制約に関する研究が多く見受けられる。横山(2003)は、企業の社会性の観点からNPO－企業の2セクター間協働を①企業の収益事業上、②企業の収益事業外、③両者共存の3つに大別し、さらに対立関係、取引関係、協力関係、共同事業の小分類を加えて7つに分類している。そして協働阻害要因と促進要因を検討し、協働の軸として前提条件、協働デザイン、戦略策定、協働ポリシーの4つを導き出している。佐々木(2005, 2009)は、協働形態の類型と協働の形成過程に関する先行研究を整理したうえで、協働は継時的にいくつかの段階を踏んで発展進化していくものであることを指摘している。「異なった主体が相互学習や相互信頼の過程を経ながら共同事業を行うまでの過程を、いくつかの段階に区分し、その段階進化のダイナミックな過程を明らかにすることが必要になりつつある」(佐々木 2009, p11)。こうした研究により、協働は阻害要因と促進要因の影響を受けながらいくつかの段階を経て継時的に発展していくことが明らかにされているが、発展プロセスの区分や区別を構成する要素は示されていない。

(3) NPO－行政－企業の3セクター間協働に関する研究

協働形態の類型化、実施過程における課題（役割分担や制度的枠組みづくりなど）、協働の発展段階に関する研究などがある。谷本(2003)は3つのセクターの関係を整理し、協働(谷本は「コラボレーション」という用語を使用している)の位置づけを表1のように示した。

そして協働(コラボレーション)には、政府・企業がNPOの活動を資金面・人材面・技術面で支援する「支援型」、社会的課題への取り組みや社会的事業においてNPOと政府・企業が協力しあったりNPOが政策・企画の提案を行う「協働型」、社会的事業の取り組み

表1. セクター間関係パターン

	関係パターン	NPOのタイプ
①支援 政府・企業→NPO	政府・企業の資源を活用した支援	<慈善型>
②-1監視・批判 NPO→政府・企業	直接行動・ボイコット アドボカシー活動	<監視・批判型>
②-2評価 NPO→政府・企業	政府・企業活動の 社会的評価	<事業型>
③競争／コラボレーション 政府・企業→NPO	社会的事業における新たな 関係	

出所：谷本（2003, p.42）に筆者加筆

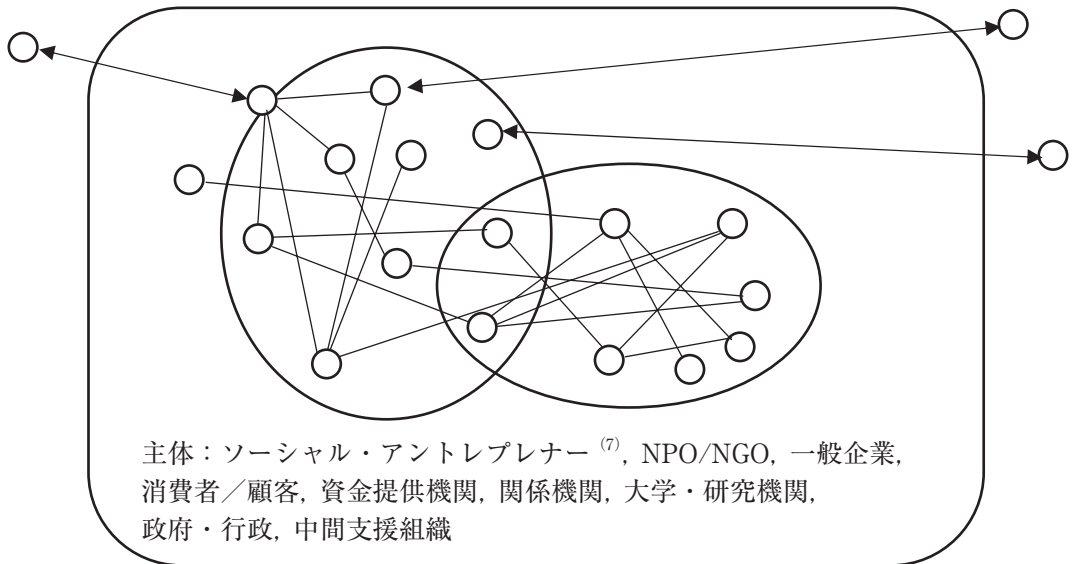
においてNPOと政府・企業が協力して新たな組織や仕組みを立ち上げる「共創型」の3パターンがあると指摘している（谷本2003, p.42）。資金力・人材・マネジメント力などが未熟な日本のNPOの状況を踏まえ、NPO, 行政, 企業, インターメディアリー組織, 大学それぞれに求められる役割と課題を示し、協働を進めていくプロセスとして次の8段階があることを示している：①共通課題・目標の確認, ②相互のミッション・利害の確認, ③異なる文化の認識, ④戦略的な取り組み, ⑤共同決定システム, ⑥コミュニケーション, ⑦リスク・成果の共有, ⑧評価システムの確立。東（2009）は、企業同士, NPO－企業間, 大学と地域, NPO－行政－企業間の各協働について検討し、これらに共通する5つの特徴「対等性あるいは平等性」「目的・ビジョンの共有性」「相互信頼性」「相互変容性」「価値創造性」を挙げ、これらを可能にした要因として「危機感」「楽しさ」「触媒」「組織変革」「拡張」の5つを示している。そして協働の開始から発展への段階だけでなく、協働に至る以前の計画段階から、協働の実行段階、実行後の再行動段階までライフサイクルを検討する必要があると指摘している。これらの研究は、協働の発展プロセスの区分についての考え方やその区分を構成する要素を示しており、本研究において動的プロセスの区分や区分ごとの要素を検討する上で参考になる。

(4) マルチセクター間の協働に関する研究

NPO－行政－企業に大学・研究機関, 消費者団体や労働団体などを加えたマルチセクター間の協働を対象とした研究はまだ少ないが、社会的課題の解決を目指してマルチセクター間でソーシャル・イノベーション・クラスターが形成されていくことに着目した研究（谷本他2013）がある。ソーシャル・イノベーション・クラスターは、ソーシャル・イノベーションすなわち「社会的課題の解決に取り組むビジネスを通して、新しい社会的価値を創出し、経済的・社会的成果をもたらす革新」（谷本他2013, p8）を生み出す組織集団を指し、次のように定義されている。「ソーシャル・エンタープライズ⁽⁶⁾, 企業／NPO, 中間支援組織, 資金提供機関, 大学・研究機関, 政府・行政など地理的に近接する主体が社会的ミッションに賛同して集まり、協力的かつ競争的な関係を構築することによって、社会的課題に新

(6) ソーシャル・エンタープライズとは「社会的課題の解決に様々なスタイルで取り組む事業体」である（谷本2006, p.2）。

図1. ソーシャル・イノベーション・クラスター



出所：谷本他(2013, p25)

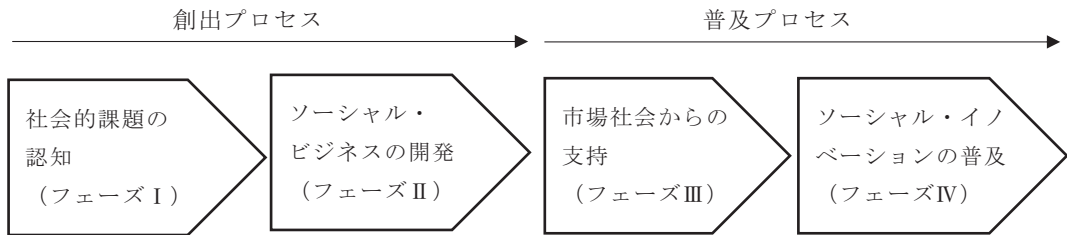
しい解決方法や新しい社会的価値を生み出し、新しい社会的事業を形成していく組織の集積状態」(谷本他2013, p25)。さまざまな主体が特定の社会的ミッションに関心をもって集まり新しい事業にかかわるようになった状態であり、時間をかけてつくられていくものである。

ソーシャル・イノベーションは、創出プロセスと普及プロセスから成るとされる(図2)。創出プロセスでは、社会的課題の認知を経て、異なる領域の主体が資源を動員し相互関係することを通して相互に学習し新たな価値を生み出していく。普及プロセスでは、生み出された新しいビジネスモデルが普及していき、関係主体に変化が起これるとともに新しい社会的価値が実現・普及していくとされる。両プロセスを通じてみられるソーシャル・イノベーション・クラスターには、①領域を越えた関係性、②オープンアクセス(クラスター内外の主体との相互関係性)、③コミュニティにおける制度や規範の変化、④動的な変化、という特徴があることが指摘されている(谷本他2013)。

この研究は、協働の発展プロセスそのものを分析対象にしているわけではないが、ソーシャル・イノベーションを創出し普及させていく動的プロセスを詳細に検討する中で、さまざまな主体の参加・退出によって徐々に複数の協働が出現していきそれらが同時並行的あるいは複合的に展開されることを示しており、個別の協働と複数の協働の関係を理解する上で参考になる。

(7) ソーシャル・アントレプレナーとは「社会的な課題とニーズをつかみ、新しいビジネススタイルを提案・実行する社会変革の担い手」(谷本2006b, p2)であり、「ソーシャル・イノベーションの遂行者」(谷本他2013, p9)である。

図2. ソーシャル・イノベーションのプロセス



出所：谷本他 (2013, p19)

3-2. 3セクター間協働の発展プロセスに関する重要なポイント

これらの先行研究からは、3セクター間協働の発展プロセスに関する2つの重要なポイントを見出すことができる。1つ目は、協働の具体的な取り組みには定期的な意見交換、共催イベント、社会的商品／サービスの共同開発、共同組織の立ち上げ・運営などさまざまなパターンがあるが、いずれも協働がはじまる前の段階から実行・発展を経て再行動段階に至るまでのライフサイクルとして分析する必要があること。2つ目は、最初に生まれた協働に次々と主体が加わっていったりスピナウトや模倣によって2次的な協働がうまれたりというように、徐々に複数の協働が生まれ、それらが同時並行的あるいは相互に作用しあいながら複合的に展開されるため、個別の協働と複数の協働全体の関係を捉える必要があることである。

例えば定期的な意見交換という取り組みを契機として社会的商品の共同開発という取り組みに発展していくような場合、定期的な意見交換がはじまる以前の段階も協働の生成段階としてプロセスに含めるとともに、どのような段階を経て定期的な意見交換が実行され発展していき再行動に至るのか、どこから社会的商品の共同開発という新たな協働が生成されどのような段階を経て実行され発展していくのかを区分を設けて分析することが必要である。定期的な意見交換に参加していた主体の一部が意見交換活動を継続しながらも社会的商品の共同開発という新たな個別の協働をはじめたような場合は、定期的な意見交換という個別の協働が社会的商品の共同開発という新たな個別の協働を生み出したというように、協働の取り組みの間の関係と継時的変化を理解し発展プロセスの中に位置づける必要がある。

この2つの重要なポイントを考慮に入れ、次節では東 (2009) による「計画段階」「実行段階」「再行動段階」という3段階のライフサイクルモデルを援用し、「生成段階」「実行段階」「再行動段階」という3区分を設定して、先行研究における個別の協働と複数の協働全体の発展プロセスに関する考え方の整理・検討を行う。東が示したモデルは協働がはじまる前の段階から再行動の段階までを対象にして3つに区分したものであり、3セクター間協働およびマルチセクター間協働の発展プロセスに関する先行研究で提示されているさまざまな区分や区分ごとの要素を整理・検討する上での枠組みとして適切であると考えられる。

4. 「生成段階」「実行段階」「再行動段階」という3区分による先行研究の整理・検討

東(2009)による協働の発展プロセスの3区分は次の通りである(なお東は「コラボレーション」という用語を使用している)(図3)。**①計画段階(協働前段階)**において、協働参画主体間の信頼が醸成され、問題となっていることについての危機意識が共有され、問題解決のためにビジョンが共有される。参画主体間を媒介する触媒(組織あるいは個人、当事者あるいは第三者)が信頼の醸成のために重要な役割を果たす。**②実行段階(協働発展段階)**において、参加主体が協働活動に面白さ・楽しさを感じ、お互いに学びながら変化していく。**③再行動段階(協働拡張段階)**において、ビジョンを再構築し、他の主体を巻き込み、組織そのものを(再)変革していく。

東のモデルにおいて「計画段階」と位置づけられた第一区分については、「生成段階」と修正することが適切であると考えられる。必ずしも最初から意図的・計画的に協働を形づくっていったわけではなくとも、社会的課題について他の主体とコミュニケーションを行ううちに協働に至る事例も含めて検討するべきと考えるためである。

本節では、3セクター間あるいはマルチセクター間の協働を対象として、個別の協働の発展プロセスに関する考え方を示した研究(佐々木1990;谷本2003;小島・平本2011;後藤2009,2015)および複数の協働全体の発展プロセスに関する考え方を示した研究(谷本他2013)を検討する。これらの研究には、協働参加主体間を調整する主体を抽出し発展プロセスにおける役割を示したものがあり、発展プロセスを検討する上で必要不可欠な議論であるため、併せてみていく。そして「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の3区分によりこれら先行研究の整理・検討を行う。

図3. 協働の発展プロセスの3区分

発展段階	計画段階	実行段階	再行動段階
協働の特徴			
対等性	確保 危機感の共有	保持 楽しさの埋め込み	保持
ビジョン共有性	策定 危機感の共有	実行	確認→再創造
相互信頼性	醸成	維持	拡大
相互変容性		共進化 組織の変革	再変容
価値創造性		創造	拡大 協働拡張のマネジメント

出所：東(2009, p205)に筆者加筆

4-1. 先行研究における協働の発展プロセスに関する考え方

(1) 個別の協働の発展プロセスに関する先行研究

佐々木(1990)は、組織と組織がまったく組織化されていない「烏合の衆」的關係からまとまりのある関係へと発展していく過程を組織間関係の連続体として捉えた。単独セクターで解決できない社会的課題に取り組むにあたり、「烏合の衆」的な未組織状態では人的エネルギーが拡散し浪費され、必要な時に必要な情報を利用できず様々なコンフリクトが連続するなど多くの問題がある。そこでこうした問題を解決しながら、組織間関係を完全に組織化された相補的協力関係へと計画的に管理し変革していく組織間開発の研究を行っている。組織間開発には次の4段階があると指摘している。

- ①課題設定段階：組織間関係システムを構成する潜在的組織を明確にする。
- ②方向設定段階：組織間関係システムを創造することの望ましさと実行可能性を評価するために潜在的な構成メンバー組織が集合する。
- ③構造化段階：実際の共同事業を継続・発展させるための機構やシステムを作り上げる。
- ④評価段階：時間の経過を通して組織間成果の評価やフィードバックによる継続的修正・変革を行う。

この4段階を「生成段階」「実行段階」「再行動段階」で整理すると、①②は生成段階、③は実行段階、④のうち評価は実行段階、継続的修正・変革は再行動段階に位置づけることが適切だと考えられる。

谷本(2003)は、NPO・行政・企業・経済団体・インターメディアリー組織・大学など、ミッションも文化も異なる主体が協働してソーシャルビジネスに取り組むには、基本的なベクトルあわせや利害調整のために事前の十分なコミュニケーションが必要であることを指摘している。そして協働構築プロセスとして、次の8段階を示している。

- ①共通課題・目標の確認の段階：どのような社会的課題にどう取り組むのか、実現可能な事業目標を明確化する。
- ②相互のミッション・利害の確認の段階：自他の価値やアイデンティティを確認し、双方のミッション・資源を活かせるかどうか見極める。
- ③異なる文化の認識の段階：文化や価値観の違いを理解し、協働の枠組みを定め、ルールを確認する。
- ④戦略的な取り組みの段階：共有したミッションをもとに具体的戦略を設定し、行動計画をたてる。
- ⑤共同決定システムの段階：互いの権限・責任の範囲、および共同決定の枠組みを明確化する。
- ⑥コミュニケーションの段階：情報共有を図り、事業プロセスを確認する。
- ⑦リスク・成果の共有の段階：互いのリスクと成果の配分に関するルールを明確化する。
- ⑧評価システムの確立の段階：事業成果を評価する。

この8段階は、①②③は生成段階、④⑤⑥⑦⑧は実行段階に位置づけることが適切だと考えられる。本研究においては再行動段階に該当する要素は見当たらない。

小島・平本(2011)および後藤(2009, 2015)は、新しい社会的価値の創造を目指して3セクター間協働が形成・実現・展開されていく「協働の窓」モデルを提示している。本モデルでは協働を生み出す要素として問題、解決策、組織のやる気、活動という4つの流れが

あり、それぞれ独自のパターンをもちつつ時間とともに左から右へと流れていくとされる。協働の潜在的参加主体はみなこれらの流れをもっており、流れの中に様々な問題や解決策、組織のやる気や活動を投げ込んでいく。しかしそれぞれが個々にただ存在し浮遊しているだけでは協働ははじまらない。流れの中にある協働の窓が開き、問題が問題として参加主体に定義・認識され、問題に対する解決策が生成・特定化され、組織のやる気が生成され、活動が一つにパッケージ化されていくことが必要であると議論している。そしてこの協働のプロセスとして次の4段階を示している。

- ①前史：NPO・企業・行政のすべての参加主体あるいは一部が特定の協働プロジェクトを開始する以前の期間である。この期間における各参加主体の様々な活動が協働プロジェクトの進展に直接的あるいは間接的に影響を及ぼす可能性がある。
- ②形成期：3つのセクターのすべての参加主体あるいは一部が特定の協働プロジェクトを開始し、協働の実現に向けた諸準備を行う期間である。
- ③実現期：アジェンダ、諸解決策、組織のやる気状況、活動状況が完全に結びつき、協働が実現されるまでの期間である。
- ④展開期：実現期の終わりに実現された協働を展開中の期間である。既存の協働が進展したり、波及したり、新たな協働が実現されたり、あるいは既存の協働が発展的に解消されることもある。

この4段階は、①②③は生成段階、④は実行段階に位置づけることが適切だと考えられる。再行動段階については④においてその可能性が示唆されるにとどまっている。

(2) 複数の協働全体の発展プロセスに関する先行研究

谷本他(2013)は、前節でみたとおり、ソーシャル・イノベーションの創出と普及のプロセスとして次の4段階を示している。

- ①社会的課題の認知の段階(フェーズⅠ)：ソーシャル・イノベーションの遂行者であるソーシャル・アントレプレナーが特定の社会的課題に出会い、取り組みを始めていくことにより最初のミッションが形成される。
- ②ソーシャルビジネスの開発の段階(フェーズⅡ)：ソーシャル・アントレプレナーがステイクホルダーを巻き込みながら支持や協力を獲得し、新しい仕組みやサービス、新しいビジネスモデルを生み出していく。新しい知識の創造プロセスでもある。
- ③市場社会からの支持の段階(フェーズⅢ)：新しく創出されたソーシャル・イノベーションが、商品／サービスの購入あるいは当該ソーシャルビジネス・モデルの活用という形で市場社会から支持されるようになっていく。
- ④ソーシャル・イノベーションの普及の段階(フェーズⅣ)では、ビジネスモデルの普及とステイクホルダーの変化が起こる。

この4段階は、①は生成段階、②③は実行段階、④は再行動段階に位置づけることが適切だと考えられる。本研究では、①から④のプロセスが必ずしも線形的に進んでいくとは限らず、互いに関連しあい行きつ戻りつを繰り返しながら、リカーシブ(再帰的)にゆっくりと進んでいくことが指摘されている。これは「生成段階」「実施段階」「再行動段階」の3区分および各区分を構成する要素間にもあてはまる指摘だと考える。

4-2. 協働の発展プロセスにおける調整主体の役割

(1) 個別の協働における調整主体に関する先行研究

佐々木(1990)は組織間開発において境界連結単位が果たす役割に着目した。境界連結単位とは「組織と環境の接点に位置し、外部からの情報、価値、文化を組織内意思決定中枢に転送しながら、組織を代表してさまざまなかたちで環境に働きかけるような個人ないしグループ」(佐々木1990, p77)を指す。境界連結単位は自らが所属する組織の他の構成員だけでなく他組織の境界連結単位とも交渉せねばならない。この二つの交渉相手はそれぞれ異なる利害を有していることから、境界連結単位は常に二重のコンフリクトを経験するとされる。また境界連結単位がもつ公式権限は相当限定されており他の影響力に依存するうえ、職務そのものが固定化されておらず一時的・流動的に対処することになるとされる。この境界連結単位の果たす機能は次の4つに大別されている。①ゲートキーパーとして情報を自組織の意思決定中枢に転送する「組織内での公式的境界連結機能」、②自組織内の他の構成員や意思決定中枢との調整を行う「組織内での非公式的境界連結機能」、③自組織の対外的イメージの創造・管理や他組織のもつ資源の獲得、組織間の利害調整と合意点の発見などを行う「組織外の公式的境界連結機能」、④個人的関係による外部情報の収集と自組織内の他の構成員や意思決定中枢への情報提供、組織間の利害調整と合意点の発見などを行う「組織外の非公式的境界連結機能」。

小島・平本(2011)および後藤(2009, 2015)は、「協働の窓」モデルにおいて参加主体を結びつけ協働プロジェクトをつくっていく調整機能として協働アクティビストという概念を提示している。協働アクティビストとは「自らの資源(時間, コミットメント, 人的ネットワーク, 名声等)を進んで投じ、協働の形成・実現・展開に影響を及ぼすことで協働を成功に導こうとする参加者」(小島・平本2011, p23)であり、組織ではなく個人とされている。「参加者のうちでも、特に重要な参加者である協働アクティビストが、①特定の問題を他の参加者に注目させたり、②自らが有効であると考える解決策を推し進めたり、あるいは③特定の組織のやる気を生成させたりする好機」(小島・平本2011, p14)を活用することによって、問題が問題として参加主体に定義・認識され、問題に対する解決策が生成・特定化され、組織のやる気が生成され、活動が一つにパッケージ化されていく。協働アクティビストは、パッケージを完成させるのに必要なパーツについてかなり具体的なイメージを持ちながら次の7つの役割を果たしていくとされる。①参加主体の特定、②問題に対する関心の喚起、③自らが有効であると考える解決策の推進、④問題と問題、解決策と解決策、組織のやる気と組織のやる気、活動と活動を結びつけることによる、アジェンダ、諸解決策、組織のやる気状況、活動状況の形成、⑤アジェンダ、諸解決策、組織のやる気状況、活動状況を結びつけることによる、一つの完全なパッケージの構成、⑥協働の場の主体的な設定と活用、⑦協働の進展のリード。

(2) 複数の協働全体における調整主体に関する先行研究

谷本他(2013)は、ソーシャル・アントレプレナーがステイクホルダー間の関係において重要な調整機能を担うと位置づけている。創出プロセス(フェーズⅠとⅡ)では、ミッションを形成しステイクホルダーに働きかけてニーズ情報を引き出すとともに支持と資源を獲得し、ビジネスを通じて多くの人々が理解し関与できるように翻訳し、伝えてい

る。普及プロセス（フェーズⅢとⅣ）では、ステイクホルダーとの継続的な相互作用を通してより多くの人々が関わりやすい仕組みをつくるとともに、創出された新事業に共感しその思いや価値を支持するようになった新たなステイクホルダーを獲得していく。こうしてソーシャル・イノベーション・クラスターが形成されていくとされる。

以上、3セクター間協働およびマルチセクター間協働の生成から再行動までの発展プロセスに関する先行研究と、そのプロセスにおける調整主体とその役割に関する議論をみてきた。これらを「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の3区分で整理し調整主体を抽出した結果を表2に示す。

5. 考察と3セクター間協働の発展プロセスの提示

前節でみたように、先行研究においては協働の発展プロセスの区分や各区分を構成する要素について論者間で違いがみられる。これらを「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の

表2. 協働の生成, 実行, 再行動のプロセス：先行研究との関係

先行研究	社会的課題解決を目的とした3セクター間／マルチセクター間の協働に関する研究				
	個別の協働の発展プロセスに関する研究				複数の協働全体の発展プロセスに関する研究
発展プロセス	東 (2009)	佐々木 (1990)	谷本 (2003)	小島・平本 (2011) 後藤 (2009,2015)	谷本他 (2013)
生成段階	①計画段階 (協働前段階)	①課題設定段階 ②方向設定段階	①共通課題・目標の確認の段階 ②相互のミッション・利害の確認の段階 ③異なる文化の認識の段階	①前史 ②形成期 ③実現期	<ソーシャル・イノベーションの創出> ①社会的課題の認知の段階 (フェーズI)
実行段階	②実行段階 (協働発展段階)	③構造化段階 ④評価段階 (評価)	④戦略的な取り組みの段階 ⑤共同決定システムの段階 ⑥コミュニケーションの段階 ⑦リスク・成果の共有の段階 ⑧評価システムの確立の段階	④展開期	②ソーシャルビジネスの開発の段階 (フェーズII) <ソーシャルイノベーションの普及> ③市場社会からの支持の段階 (フェーズIII)
再行動段階	③再行動段階 (協働拡張段階)	④評価段階 (継続的修正・変革)	—	—	④ソーシャル・イノベーションの普及の段階 (フェーズIV)
調整主体	触媒 (組織 / 個人, 当事者 / 第3者)	境界連結単位 (個人 / グループ)	—	協働アクティビスト (個人)	ソーシャル・アントレプレナー (個人)

出所：筆者作成

表3. 3セクター間協働の発展プロセス

	区分ごとの要素	調整主体の役割
生成段階	<p>①社会的課題の認知 特定の社会的課題に出会いそれを課題と認知した個人が、どのように取り組んでいけばよいか考え、実現可能な活動目標を明確化し、具体的取り組みに着手する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・社会的課題の認知 ・課題解決に必要と考えられる自らの資源の投入、活動開始
	<p>②ソーシャルキャピタルの形成 個人の着想と取り組みが他者からの共感を得て仲間となる協働参加者を得、協働のためのネットワークが形成されていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・潜在的な協働参加主体への働きかけ ・問題の定義・共通認識の形成 ・他者からの支持や協力の獲得
	<p>③潜在的な協働参加組織の検討 ネットワークを構成する各メンバーの所属組織が協働に参加することの望ましさと実行可能性を評価する（相互の資源を活かせるか、利害が一致するか、など）。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・潜在的な協働参加主体への働きかけ
	<p>④組織間の違いの理解と共通ミッションの策定 各組織の価値観やアイデンティティ、文化の違いを理解し、共通ミッションを策定する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・共通ミッションの形成の推進
実行段階	<p>⑤協働の戦略策定 協働参加組織間で共有したミッションをもとに具体的戦略を策定し、リスク分析を行い、課題解決となる活動の検討を行い、行動計画を立てる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・有効と考えられる解決策の提案 ・協働参加者内外のコミュニケーションの推進、支持や協力の獲得 ・目標達成に必要な資源の調達
	<p>⑥共同決定のシステム構築 互いに持ち寄る資源・役割の内容、権限・責任の範囲、成果の配分などを共同決定するシステムを構築する。</p>	
	<p>⑦進捗の共同管理 協働参加者間で情報を共有し、活動の進捗を確認する。問題が発見された場合は検討・再設計を行う。また更なる潜在的協働参加者に対するオープン・コミュニケーションにより、新たな主体・資源の巻き込みを図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・協働参加者内外のコミュニケーションの推進、支持や協力の獲得
再行動段階	<p>⑧評価 協働の進展にともなう活動成果の評価・フィードバックを行う。</p>	
	<p>⑨評価結果に基づく修正・変革 評価の結果およびフィードバックに基づき、継続的な修正を図る。</p> <p>⑩2次的な協働の情報収集と修正・変革 スピリアウトして生まれた2次的な協働、あるいは模倣の結果生まれた2次的な協働の動向について情報収集を行い、そこから得られた知見に基づき継続的な修正・変革を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2次的な協働に関する情報収集と、自らが参加する協働の参加者への共有

出所：筆者作成

3区分で整理することにより、協働がはじまる前の段階から協働実行を経て新たな協働として再行動したり別の2次的な協働をうみだしたりして拡大普及していく動的なプロセスをトータルに捉えることができ、各区分を構成する要素を網羅することができた。また段階が進む中で新しい課題が生じた場合には前段階に立ち戻って検討・再設計が行われるというような、行きつ戻りつ時間をかけてゆっくりと進むリカーシブなプロセスであるという重要な示唆が得られた。

そしてこのようなプロセスにおいて、協働参加主体を調整する役割を果たす主体が存在すると考えられること、この調整主体はオープン・コミュニケーションにより常に潜在的な協働参加主体に働きかけ、それらを結びつけて共通ミッションを形成し目的達成に必要な資源の調達を促すという役割を担うこと、その結果多様な参加主体が相互に学習し単独組織では生み出すことのできない課題解決策の創出と取り組みを可能にすること、という重要な示唆が得られた。

これら検討結果を踏まえ3セクター間協働の発展プロセスを表3に示す。

6. 総括と今後の研究課題

本稿では、社会的課題の解決を目的とした3セクター間協働がどのように生成され発展していくのか明らかにするという目的のもと、「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の3区分を設定して我が国における先行研究の整理および検討を行い、3セクター間協働の発展プロセスを提示することができた。これは今後さらに研究を進めていく上での分析枠組みとなる。しかしながら検討しきれなかった研究課題が多く残されている。

個別の協働と複数の協働全体の関係について、スピリアウトや模倣などによって2次的な協働が生まれ同時並行的あるいは相互に作用しあいながら複合的に展開されることを、本稿では3セクター間協働の発展プロセスの再行動段階に組み込んだだけにとどまっている。複数の協働がうまれていくことを、個別の協働の単線史上に位置づけることが適切であるかどうか検討する必要がある。また誰がどのように協働参加主体間の調整を行うのかということについて、先行研究における調整主体とその役割の議論を抽出し、発展プロセスの各段階中に組み込んだだけにとどまっている。調整主体が個人レベルであるかグループレベルであるか組織レベルであるか、また特定の主体だけが調整主体を務めるのか、あるいはどの参加主体も調整主体になり得て役割分担がなされるのかも検討する必要がある。

今後は、協働目的が社会的課題解決ではないものも含めてネットワーク論や組織間関係論、資源動員論、産業クラスター論などの先行研究を広くレビューし、検討する必要がある。たとえば産業クラスター論においてはマルチセクター間協働の発展プロセス、個別の協働と複数の協働全体の関係、調整主体とその役割について次のような議論がある。

産業クラスターは、グローバル化とIT化が進み企業・都市・地域・国・広域の地域ブロックなど各レベルで競争が激化する21世紀社会において、新しい付加価値を創造し競争力を上げることを目的として形成される多様な組織間の連携の場であり、ポーターは次のように定義している「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関(大学、規格団体、業界団体など)が地理的に集中し、競

争しつつ同時に協力している状態」(ポーター著, 竹内訳, 1999, p67)。ポーターは, クラスターが真の競争優位を獲得するまでには10年あるいはそれ以上の期間が必要であることを指摘し, 「誕生期」「進化期」「衰退期」から成る発展プロセスを示している。また複数のクラスターが重なり合う部分では, 異なる分野の知識・スキル・技術が混ざり合い新しいビジネスが生まれる刺激となるため, クラスターの発展がとくに活発になると指摘している。これは複数の協働が複合的に展開されることにより, 協働はより発展していく可能性を示唆している。

また調整主体については, 地域の特定の革新的企業がクラスター内外を情報面から結びつけるゲートキーパーとなり重要な役割を果たすという議論がある(金井2003)。「革新的企業は, クラスターにおいてゲートキーパー的役割を遂行することによって, 初期においてはクラスターの形成と発展に貢献するとともに, 後期になってからはクラスターが内向きになりロックイン現象⁽⁸⁾に陥るのを防止する」(金井2003, p61)。藤田(2005)は, クラスター参加主体の構成が固定化しているとやがて多様性が損なわれ革新的な事業活動を実施していくことが難しくなるため, 各参加主体が常にクラスター外にネットワークをつくり協働構成主体を継続的にゆっくり変えていくことが必要だと論じている。ポーターは, クラスターの成功事例には起業家的リーダーシップとオピニオン・リーダーの参加が共通してみられること, 進化期にはクラスター参加者がクラスター外部から人材や技術, 供給業者まで調達してくる役割を果たすことが多いことを指摘している(ポーター著, 竹内訳1999)。これらの議論には, 調整主体としての革新的企業や起業家的リーダーシップを持った個人が参加主体を結びつけることにより, クラスターに多様な主体が参加し参加者間に絶えざる学習と競争が展開され, 課題解決に資する新しいアイデアや仕組みがうみだされていくこと, クラスター外での新たなネットワーク構築によって協働参加主体の入れ替わりを促し, クラスターの発展段階に革新性と新たな価値創出の機会を確保していることを重要なポイントとして見出すことができる。こうした議論は社会的課題解決を目的とした3セクター間協働の研究にも多くの示唆を与えるものである。

さらに, 行政や中間支援組織が協議会や研究委員会などを設置しセクター間協働の発展プロセスについて調査研究を行った報告書等のデータも検討する必要がある。たとえばやまなしコミュニティビジネス推進協議会(2013)は, NPOやソーシャル・アントレプレナーとの連携・支援を進めようとする企業・行政を対象とした協働のガイドラインにおいて, ソーシャルビジネスを確立し社会にインパクトを与えるようになるまでの協働プロセスを「着想期」「ソーシャルキャピタル形成期」「ソーシャルビジネス・モデル形成期」「ソーシャルチャレンジ期」「ソーシャルインパクト期」の5段階に整理している。こうしたデータは本稿で提示した3セクター間協働の発展プロセスの再検討・修正に寄与する。

また複数の事例を対象に実証研究を行う必要がある。個別の協働と複数の協働全体の両方をみることができると, 協働に必要な資源について対内・外的に的確に伝え資源を獲得することに成功している調整主体が存在する事例を複数選定し, インタビューあるいは参

(8) ロックイン現象とは, 「ある地点に, 都市あるいは特定産業の集積がある程度起こると, その「集積の経済」という自己増殖的優位により, その集積の存在自体が立地空間にロックイン効果(凍結効果)を生じ, そこから個別主体が逃れられ難くなり, また新たな主体が引き寄せられる」(藤田2005, pp.25-26)状態である。クラスター形成初期には成長を促進する効果をもつ一方で, 長期的には変化や革新を妨げる可能性がある。

与観察を行う予定である。協働の動的な発展プロセスを丁寧に記述し、今回提示した発展プロセスの再検討・精緻化、調整主体とその役割に関する検討を行う。

こうした先行研究や調査データの検討および実証研究を通じて、社会的課題解決を目的とした3セクター間協働の発展プロセスに関する研究を進展させていくことが必要だと考えている。

参考文献

- 金井一頼(2003)「クラスター理論の検討と再構成—経営学の視点から」石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗『日本の産業クラスター戦略—地域における競争優位の確立』有斐閣, pp43-73.
- 経済団体連合会(1999)『社会貢献白書』日本工業新聞社.
- 小島廣光・平本健太編著(2011)『戦略的協働の本質』有斐閣.
- 後藤祐一(2009)「戦略的協働の理論的枠組み」,『経済学研究』第58巻第4号, pp.319-330.
- 後藤祐一(2015)『戦略的協働の経営』白桃書房.
- 佐々木利廣(1990)『現代組織の構図と戦略』中央経済社.
- 佐々木利廣(2005)「組織間関係論の課題と展開」赤岡功他編著『経営戦略と組織間提携の構図』中央経済社, pp. 29-45.
- 佐々木利廣, 加藤高明, 東俊之, 澤田好宏著(2009)『組織間コラボレーション—協働が社会的価値を生み出す』ナカニシヤ出版.
- 世古一穂編(2009)『参加と協働のデザイン—NPO・行政・企業の役割を再考する』学芸出版社.
- 平修久(2014)「自治体内部の協働推進施策について」『聖学院大学論叢』第26巻第2号, pp.51-65.
- 竹内弘高訳, マイケル・E・ポーター著(1999)「クラスターと競争—企業・政府・産業にとっての新しい課題」『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社, pp65-204.
- 谷本寛治(2002a)「NPO/NGOと政府・企業のコラボレーション」『NPO/NGOと政府・企業のコラボレーション研究委員会報告書』地球産業文化研究所, pp.1-7.
- 谷本寛治(2002b)『企業社会のリコンストラクション』千倉書房.
- 谷本寛治(2003)「NPO/NGOと政府・企業のコラボレーションの設計(<特集>中間組織における参加と協同)『社会・経済システム』第24号, pp.39-45.
- 谷本寛治(2006a)『CSR—企業と社会を考える』NTT出版.
- 谷本寛治編(2006b)『ソーシャル・エンタープライズ—社会的企業の台頭』中央経済社.
- 谷本寛治, 大室悦賀, 大平修司, 土井将敦, 古村公久(2013)『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』NTT出版.
- 東俊之(2009)「組織間コラボレーションの課題と展望」佐々木利廣, 加藤高明, 東俊之, 澤田好宏著『組織間コラボレーション—協働が社会的価値を生み出す』ナカニシヤ出版, pp.195-208.
- 藤田昌久(2005)「日本の産業クラスター」アジアとその他の地域の産業集積比較研究会編『アジアとその他の地域の産業集積比較—集積発展の要因—』日本貿易振興機構アジア

- 経済研究所, pp.13-34.
- やまなしコミュニティビジネス推進協議会 (2013)『ソーシャルチェンジのおこしかた』やまなしコミュニティビジネス推進協議会.
- 横山恵子 (2003)『企業の社会戦略と NPO—社会的価値創造にむけての協働型パートナーシップ』白桃書房.
- 若林正秋 (2009)「行政と NPO の協働に関する一考察」『政策科学』第17巻第1号, pp. 139-149.

参考資料

- 早瀬昇 (2014)「セクターを超えた主体的参加と有機的連携」, 市民セクター全国会議 (2014年11月21～22日)での配布資料

参考 URL

- 経済産業省 (2008)『ソーシャルビジネス研究会報告書』http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sbkenkyukai/sbkenkyukaihoukokusho.pdf (2015年11月4日確認確認)
- 日本NPOセンター http://www.jnpoc.ne.jp/?page_id=215 (2015年11月5日確認)
- 横浜市における市民活動との協働に関する基本方針 (横浜コード)「横浜市市民活動推進検討委員会報告書」(1999年3月) <http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/tishin/jourei/sisin/code.html> (2015年8月8日確認)

(2016.1.20 受稿, 2016.2.3 受理)

〔抄 録〕

現代社会が直面しているさまざまな社会的課題を解決していくためには、行政セクター・企業セクター・NPOセクターが協働のもと取り組むことが求められるようになっている。本稿では、これら3セクター間の協働がどのように生成され発展していくのか明らかにすることを目的として、我が国における先行研究の整理・検討を行った。協働が始まる前の段階から実行・発展を経て再行動に至るまでのライフサイクルとして分析する必要があること、新たな主体の参加や退出を伴いながら複数の協働との同時並行的あるいは複合的な協働として展開されていくため、個別の協働と複数の協働全体の関係を捉える必要があることが重要なポイントとして抽出された。この2つのポイントを考慮に入れ、3セクター間協働およびマルチセクター間協働の発展プロセスに関する先行研究を「生成段階」「実行段階」「再行動段階」の3区分により整理・検討するとともに、協働参加主体間の調整主体とその役割に関する議論を抽出し、3セクター間協働の発展プロセスを提示した。これは今後さらに研究を進めていく上での分析枠組みとなる。

〔論 説〕

介護保険請求額は、所得水準によって異なるか

— トービットモデルによる分析⁽¹⁾ —

佐藤 哲 彰

1. はじめに

我が国では「健康日本21」の2013年改定にあたり、個人の経済力の差に伴った健康格差の是正を柱のひとつとすることとなった。医療・介護サービスについては、必要な量のサービスが経済力にかかわらず投入されることを目指している。だが実際には、財政難もあって、かかった費用の一部負担が利用者に課せられている。そのような制度設計が、健康格差の原因となっている可能性がある。

これまで、介護サービスにおけるこの可能性に肯定的な含意を示す研究が、積み重ねられてきた(近藤2000, 山田2004, 酒井・伊藤2010, 近藤他2012, 齋藤・佐藤2015)。だが近年、介護サービスについてはそうっていないという含意を持つ研究が、発表されている。

Olivares-Tirado 他(2011)は、介護保険の最多額利用層を予測する際には、所得水準は有意な説明要因にならないと示している。相原・川副(2015)は、区分支給限度額に占める居宅介護サービスの利用負担額は、世帯所得(世帯員数の平方根で除した等価所得)とは有意な関係にないとしている。以上の2論文については、本稿との関係が深いため、2節で詳しく紹介する。

とはいうものの、Olivares-Tirado 他(2011)は某市の介護保険データを用いているが、その人が介護保険請求額ランキングの上位25%に入るかどうかだけにのみ焦点を当てたものである。

また相原・川副(2015)は分析対象に施設利用額を含まず、また要介護認定のない高齢者も含まない。そのためシステマティックな歪みが生じた可能性がある。

そこで本稿では、ある自治体の介護保険第1号被保険者データ、約9万件に基づき、介護保険請求額をトービット回帰し、特に所得水準との関係を見ることとする。本研究では資産・世帯構成・医療保険請求額のデータがないという制約があるものの、悉皆データという利点から、介護保険請求額全域を検討する点で、より一般的な含意を得ることを目指す。

2. 先行研究

第2節では本研究と密接な関係にあるOlivares-Tirado et al. (2011)と相原・川副(2015)をやや詳しく紹介する。

Olivares-Tirado 他(2011)は、介護保険予算の長期的増加をコントロールするという問

(1) 本研究は、千葉商科大学経済研究所のプロジェクトとして実施されたものです。同研究所の関係各位、データ使用に際してお世話になった方々、プロジェクトの栗林隆先生、朱珉先生、特に一緒に研究をさせていただいている齋藤香里先生には、今回の研究において様々な点で大変お世話になりました。感謝申し上げます。

題意識に基づき、マイクロデータを用いて、介護保険の高額利用者に焦点を当てた分析を行った。A市の2006年7月から1年分介護保険データより、介護保険利用限度額の1割以上を請求した862名を分析した。

ロジット分析の被説明変数は、各個人が支出額のランキング上位25%に入るかどうかである。

説明変数は、性別・年齢(75・85・95歳を境とする4区分)、所得(低中高)、介護保険限度枠に占める利用額の割合(増えたか否か)、機能低下の有無、要介護状態(低中高)、施設入所か否かである。

その結果、「限度額に占める請求額の割合」が増えることが、前記の「支出額上位25%に入る」かどうか、大きく影響していることが分かった。他に、年齢・機能低下・要介護レベルが高い・施設利用も統計的に有意な関係を持っていたとのことである。

所得は低所得者を基準に中・高所得者ダミー変数の係数の有意性をみた。それぞれマイナスの係数を得たが、 $p=0.266, 0.780$ であって、有意な関係とはならなかった。性別も統計的に有意ではなかった。

相原・川副(2015)は、慶大パネルの2009年1月調査のデータをもとに、介護認定を受けている65歳以上のいる149世帯を対象として分析を行った。

被説明変数としては、介護区分支給限度額のどの程度を居宅介護サービスに支払ったかを表す割合(以後居宅介護サービス利用率とする)であった。

説明変数としては、世帯規模を調整した所得として広く用いられている、世帯の等価可処分所得のほかに、要介護者については要介護度・性別・年齢、主介護者は誰か(配偶者/子・その他/なし)、資産状態として世帯預貯金額と持家の有無を用いた。

分析結果としては、利用率を低中高に3区分し、世帯所得も同様に3区分したところ、フィッシャー正確検定の $p=0.06$ と、弱い特異性があった。また、外れ値に頑健なロバスト回帰を行ったところ、世帯所得と介護サービス利用率には正の関係があったが、有意とは言えなかった。

この集中度係数は、全体では0.012と0に近く、被説明変数である利用率は、所得によってほとんど差がなかったと言える。だがこの集中度係数を詳しくみると、要支援群では、高所得者の利用率が若干高いが、要介護群では、むしろ低所得者の居宅介護サービス利用率のほうが若干高いとしている。この両者が打ち消し合って、全体では所得によって差がないという結果になったと思われる。以上の結果をもとに、居宅介護サービス利用率は、等価世帯可処分所得に依存せず、ほぼ均等である可能性を示唆する、と結論づけた。

だが、厚生労働省の介護保険事業状況報告(2009年1月)によれば、65歳以上の第1号被保険者に対する、65歳以上認定者数の割合は、約16.5%に過ぎない。高齢者の大部分が要介護認定を受けず、サンプルから除外される。この場合、切斷回帰を使わないと、係数が不当に小さくなり、関係性が過小評価される可能性が高いことが知られている。また、より重度のケースである、施設入居・入院に伴う支出も除外されている。したがって、高所得者に「認定なし」の割合がより高く(近藤2000, 齋藤・佐藤2015)、低所得者に「入居・入院」の割合がより高い(相原・川副2011)場合、これらをサンプル及び支出額に組み入れることによって、「所得水準と(医療)介護支出に負相関」という関係が出る可能性がある。

3. データ

本研究で分析するデータは、2014年3月末現在、某自治体に居住する、65歳以上の全員に関する介護保険業務データである⁽²⁾。

【年齢】だが「64歳」が25人含まれている：1949年4月1日生まれの25人は、3月末現在では誕生日前であるため64歳にもかかわらず、年齢計算法の規定により「65歳以上」扱いされて第1号被保険者となり、本データに含まれる。本稿では、そのまま64歳とした。

【所得段階】介護保険料の基準額に占める割合をもとに、次の11段階を設定した(表1)。本

表1 介護保険料の段階と保険料額

段階	対象者	割合	保険料額 年額(月額)
第1段階	生活保護の受給者又は老齢福祉年金受給者で、市民税世帯非課税の者	基準額 × 0.45	25,140円 (2,095円)
第2段階	本人及び世帯全員が市民税非課税で、本人の課税年金収入額と合計所得金額の合計額が80万円以下の者	基準額 × 0.45	25,140円 (2,095円)
第3段階	本人及び世帯全員が市民税非課税で、本人の課税年金収入額と合計所得金額の合計額が80万円超120万円以下の者	基準額 × 0.65	36,300円 (3,025円)
第4段階	本人及び世帯全員が市民税非課税で、本人の課税年金収入額と合計所得金額の合計額が120万円超の者	基準額 × 0.7	39,120円 (3,260円)
第5段階	本人が市民税非課税で、同世帯に市民税課税者があり、本人の課税年金収入額と合計所得金額の合計額が80万円以下の者	基準額 × 0.83	46,380円 (3,865円)
第6段階	本人が市民税非課税で、同世帯に市民税課税者があり、本人の課税年金収入額と合計所得金額の合計額が80万円超の者	基準額	55,920円 (4,660円)
第7段階	本人が市民税課税で合計所得金額が125万円未満の者	基準額 × 1.13	63,180円 (5,265円)
第8段階	本人が市民税課税で合計所得金額が125万円以上200万円未満の者	基準額 × 1.25	69,900円 (5,825円)
第9段階	本人が市民税課税で合計所得金額が200万円以上300万円未満の者	基準額 × 1.5	83,880円 (6,990円)
第10段階	本人が市民税課税で合計所得金額が300万円以上400万円未満の者	基準額 × 1.6	89,460円 (7,455円)
第11段階	本人が市民税課税で合計所得金額が400万円以上の者	基準額 × 1.7以上	-

出所：齋藤・佐藤(2015)を一部修正。

(2) 当該自治体は都市地域であり、当該自治体全体の8割以上が人口集中地区に該当する。この中に地域人口のほとんどが住んでいる。高齢化率も約2割と全国平均より低い。

稿では、2014年度（平成26年度）の介護保険料によっている。

第1～6段階は、本人所得だけでなく、同世帯に住民税課税者がいるかどうかも加味して段階を設定している。そのため、特に本人所得に限れば、第5段階以上に属する者よりも、第4段階に属する者のほうが、所得が高いという逆転現象があり得る。だが実務では、この順に保険料負担能力があるとみなして、保険料額を決定している。

【要介護度】要介護認定を受けていない者を「要介護『度』0」、要支援1・2を「要介護『度』1・2」、要介護1～5を「要介護『度』3～7」としている。

【地域変数】1～4は、それぞれ地域の北部・西部・東部・南部を表す。なお0.34%はこの地域外に居住しているため、欠損値となっている。

【介護保険請求月額】2014年3月分として介護保険を請求した額。

集計結果は、下記表2のようになっている。

表2 集計結果（分析対象者：91,613名）

平均介護保険請求額(円/月)	16,864.1	要介護度(0～7段階)	0.6
女性の割合	55.56%	要介護度0(非認定)	84.33%
平均年齢(歳)	74.3	要介護度1(要支援1)	2.04%
64-69歳	31.06%	要介護度2(要支援2)	1.79%
70-74歳	26.40%	要介護度3(要介護1)	2.91%
75-79歳	19.21%	要介護度4(要介護2)	3.17%
80-84歳	12.50%	要介護度5(要介護3)	2.25%
85-89歳	6.98%	要介護度6(要介護4)	1.87%
90-94歳	2.86%	要介護度7(要介護5)	1.64%
95-99歳	0.85%		
100歳以上	0.15%	地域「北」の者の割合	26.73%
		地域「西」の者の割合	27.11%
平均所得段階(段階)	6.0	地域「東」の者の割合	22.20%
所得段階1の者の割合	3.21%	地域「南」の者の割合	23.61%
所得段階2の者の割合	14.36%		
所得段階3の者の割合	4.93%	居宅サービス利用者割合	9.61%
所得段階4の者の割合	5.01%	ショートステイ利用者割合	0.88%
所得段階5の者の割合	17.55%	グループホーム利用者	0.26%
所得段階6の者の割合	9.62%	特定施設利用者割合	0.91%
所得段階7の者の割合	11.58%	特養利用者割合	0.96%
所得段階8の者の割合	13.44%	老健利用者割合	0.88%
所得段階9の者の割合	9.01%	療養型利用者割合	0.17%
所得段階10の者の割合	4.02%	小規模多機能利用者割合	0.09%
所得段階11の者の割合	7.27%		

表3 所得段階別 年齢階級、男女及び地域別の構成比

	60代後半	70代前半	70代後半	80代前半	80代後半	90代前半	90代後半	100歳以上	計	男性	女性	地域「北」	地域「西」	地域「東」	地域「南」	地域外
所得段階1	30.02%	29.37%	20.80%	11.74%	5.31%	1.97%	0.54%	0.24%	100.00%	52.18%	47.82%	22.26%	25.46%	22.50%	28.45%	1.33%
所得段階2	21.05%	19.17%	19.47%	16.64%	13.35%	7.42%	2.50%	0.40%	100.00%	16.28%	83.72%	27.89%	27.73%	22.39%	21.06%	0.94%
所得段階3	18.28%	28.29%	23.42%	18.08%	8.35%	2.72%	0.78%	0.09%	100.00%	24.57%	75.43%	27.76%	27.45%	21.07%	23.06%	0.66%
所得段階4	18.78%	28.63%	24.97%	16.34%	7.91%	2.51%	0.74%	0.11%	100.00%	58.97%	41.03%	26.89%	25.82%	21.86%	24.89%	0.54%
所得段階5	35.22%	24.60%	18.70%	10.93%	6.32%	3.04%	0.99%	0.19%	100.00%	5.98%	94.02%	28.77%	25.58%	22.36%	23.27%	0.01%
所得段階6	25.85%	35.08%	21.83%	11.65%	4.12%	1.01%	0.35%	0.11%	100.00%	19.33%	80.67%	27.99%	27.06%	21.91%	23.04%	0.00%
所得段階7	37.59%	30.77%	17.96%	8.86%	3.28%	1.26%	0.25%	0.03%	100.00%	54.21%	45.79%	26.15%	26.66%	21.36%	25.54%	0.29%
所得段階8	30.73%	26.83%	21.63%	13.05%	5.60%	1.73%	0.37%	0.06%	100.00%	79.73%	20.27%	27.24%	26.06%	22.06%	24.38%	0.27%
所得段階9	36.04%	24.04%	14.23%	12.92%	9.48%	2.69%	0.52%	0.08%	100.00%	82.55%	17.45%	25.68%	28.59%	22.29%	23.23%	0.21%
所得段階10	43.14%	28.47%	14.65%	8.56%	4.84%	1.71%	0.57%	0.05%	100.00%	81.87%	18.13%	24.84%	28.11%	22.45%	24.49%	0.11%
所得段階11	42.66%	24.57%	15.09%	9.57%	5.42%	2.04%	0.54%	0.11%	100.00%	77.43%	22.57%	21.33%	31.30%	24.09%	23.10%	0.18%
計	31.06%	26.40%	19.21%	12.50%	6.98%	2.86%	0.85%	0.15%	100.00%	44.44%	55.56%	26.73%	27.11%	22.20%	23.61%	0.34%

本分析の対象者のうち、女性が55.56%を占める。全体の平均年齢は74.3歳。75歳未満の前期高齢者が57.5%を占める。所得段階を単純平均すると、6.0である。所得段階5が最も多く(17.55%)、所得段階2(14.36%)、同8(13.44%)がそれに続いている。生活保護受給者等が該当する所得段階1は、高齢者全体の3.21%となっている。要介護認定を受けていない者は、全体の84.33%である。それを除くと、要介護度4(要介護2)が最も多い。要介護認定を受けている者は全体の15.67%であることを反映して、最も多い居宅サービス利用者も、全体の9.61%にすぎない。

介護保険請求月額平均は、16,864.1円に過ぎない。これは請求額0円の者が、全体の88.08%を占めている⁽³⁾ことが影響している。

表3は、所得段階別の年齢階級等の構成比である。「計」で表される全体の人口構成比に比べて、年齢が上がるほど、所得段階の低い層での構成比が増加する。また、男性に高所得者が多く、地域「西」に高所得者が相対的に多い。だが生活保護等受給者に該当する所得段階1では、若干異なった傾向が見受けられる。

4. トービット・モデルに基づく分析

介護保険請求を行った者は、全高齢者のわずか11.92%にすぎなかった。全体の88.08%が介護保険請求をしておらず、グラフィックには「縦軸の値がゼロ」となる。これに通常の回帰分析を行うと、回帰線が水平に近くなるとともに、請求額の理論値がマイナスとなる領域が少なからず発生する。また誤差項が歪むため、係数の推定値も歪む、などの深刻な問題が発生する。そこで、介護保険請求額を被説明変数とする、標準トービットモデルによる推定を行った。

表4は地域ダミーに関する表である。本題である所得について検討する前に、まずここで「地域ダミーが不要」(除外してもよい)ということを示す。この表の推計0は地域ダミーを含む推計、推計1は地域ダミーを除いた推計である。推計0の「変数除外テスト」(ネステッドLRテスト)は、推計0から地域ダミーを取り除いても、(対数尤度は)ほとんど変わ

(3) 要介護認定を受けていない者が全体の84.33%であり、他は要介護認定を受けたが介護保険請求を行っていない者である。

表4 地域ダミーに関して(推計0, 推計1)

	(平均値)	推計0					推計1					
		係数	限界効果 (注1)	有意	p値	tz値	係数	標準偏差	限界効果	有意	p値	tz値
性別(女性)	55.56%	18,049.6	2,099.8	****	0.000	7.83	17,898.5	2,307.2	2,082.2	****	0.000	7.76
年齢	74.3	1,905.8	221.7	****	0.000	16.04	1,894.0	118.8	220.3	****	0.000	15.94
所得段階	6.02											
所得段階の2乗	44.09											
所得段階1ダミー	3.21%	24,856.4	2,891.7	****	0.000	6.43	24,746.7	3,867.7	2,878.8	****	0.000	6.40
所得段階2ダミー【基準】	14.36%	0.0	0.0					0.0	0.0			
所得段階3ダミー	4.93%	-1,944.9	-226.3		0.592	-0.54	-1,968.8	3,626.0	-229.0		0.587	-0.54
所得段階4ダミー	5.01%	-1,219.2	-141.8		0.748	-0.32	-1,250.7	3,792.6	-145.5		0.742	-0.33
所得段階5ダミー	17.55%	-19,083.2	-2,220.1	****	0.000	-7.19	-19,150.6	2,655.1	-2,227.8	****	0.000	-7.21
所得段階6ダミー	9.62%	-22,468.2	-2,613.9	****	0.000	-6.14	-22,671.0	3,660.2	-2,637.4	****	0.000	-6.19
所得段階7ダミー	11.58%	-12,433.4	-1,446.5	***	0.001	-3.18	-12,567.1	3,903.6	-1,462.0	***	0.001	-3.22
所得段階8ダミー	13.44%	-5,346.5	-622.0		0.131	-1.51	-5,557.3	3,539.9	-646.5		0.116	-1.57
所得段階9ダミー	9.01%	-4,916.9	-572.0		0.214	-1.24	-5,474.2	3,953.5	-636.8		0.166	-1.38
所得段階10ダミー	4.02%	-10,435.5	-1,214.0	*	0.099	-1.65	-11,008.3	6,320.0	-1,280.6	*	0.082	-1.74
所得段階11ダミー	7.27%	-4,229.0	-492.0		0.351	-0.93	-4,850.9	4,525.5	-564.3		0.284	-1.07
要介護認定なし【基準】	84.33%	0.0	0.0				0.0		0.0			
要支援1ダミー	2.04%	250,538.1	29,146.6	****	0.000	49.60	250,629.3	5,008.3	29,156.2	****	0.000	50.04
要支援2ダミー	1.79%	286,024.2	33,274.9	****	0.000	56.18	286,065.3	5,055.5	33,278.5	****	0.000	56.59
要介護1ダミー	2.91%	338,599.2	39,391.2	****	0.000	70.57	338,663.7	4,791.9	39,397.4	****	0.000	70.67
要介護2ダミー	3.17%	390,277.3	45,403.3	****	0.000	82.76	390,386.8	4,788.5	45,414.4	****	0.000	81.53
要介護3ダミー	2.25%	455,748.0	53,019.9	****	0.000	95.23	455,893.6	4,955.0	53,035.0	****	0.000	92.01
要介護4ダミー	1.87%	482,491.7	56,131.1	****	0.000	98.88	482,735.1	5,070.7	56,157.5	****	0.000	95.20
要介護5ダミー	1.64%	508,265.8	59,129.6	****	0.000	103.10	508,498.9	5,132.8	59,154.6	****	0.000	99.07
地域「北」ダミー【基準】	26.73%	0.0	0.0									
地域「西」ダミー	27.11%	-4,947.0	-575.5	**	0.026	-2.22						
地域「東」ダミー	22.20%	-4,535.1	-527.6	*	0.059	-1.89						
地域「南」ダミー	23.61%	-2,267.1	-263.7		0.365	-0.91						
定数項		-456,277.2		****	0.000		-458,098.5	10,261.6		****	0.000	-44.64
対数尤度		-144,443.0					-144,446.0					
自由度		22					19					
変数除外検定(注2)		5.99			0.1123		【基準】					
推計1との自由度の差		3										
回帰式有意性(注3)		58,076.4		****	0.000		58,070.4			****	0.000	
擬似決定係数		0.1674					0.1674					
予測値と実際値の相関		0.8337					0.8336					

*が10%、**が5%、***が1%、****が0.1%有意で帰無仮説を棄却

(注1) 限界効果は、観測値周りの平均値。

(注2) ネステッドLRテスト。

(注3) 全係数0の尤度比検定。

らないかどうかをチェックしたものである。この $p = 0.1123$ であり、推計0と推計1では、対数尤度は「変わらない」という対立仮説は、10%有意でも棄却できない。そこで地域ダミーは推計に不要であるとみなし、以後、地域ダミーを除いた推計1を基準として、検討をすすめる。

表5は所得段階に関する表であり、本稿の中心的な関心がここにある。推計1は表1の再掲であるが、本稿で基本とする推計である。

推計1のあてはまりについては、(McFaddenの)擬似決定係数と、予測値と実際値の相関でみている。擬似決定係数は0.1674だが、この値は一般的な回帰式の決定係数に比べて低い値となることが知られている。そこで、実際の介護保険請求額と、トービット・モデルによる予測額の相関係数をみたが、0.8336と8割以上の相関があった。

表5 所得段階に関して(推計1～3)

	(平均値)	推計1(再掲)					推計2					推計3				
		係数	限界効果	有意	p値	t,z値	係数	限界効果	有意	p値	t&z値	限界効果	有意	p値	z値	
性別(女性)	55.56%	17,898.5	2,082.2	****	0.000	7.76	11,830.5	1,376.4	****	0.000	5.66	1,092.7	****	0.000	4.52	
年齢	74.3	1,894.0	220.3	****	0.000	15.94	1,859.4	216.3	****	0.000	16.04	224.7	****	0.000	16.66	
所得段階	6.02						-12,683.2	-1,475.6	****	0.000	-10.03	-287.4	****	0.000	-7.49	
所得段階の2乗	44.09						938.3	109.2	****	0.000	8.38					
所得段階1ダミー	3.21%	24,746.7	2,878.8	****	0.000	6.40										
所得段階2ダミー【基準】	14.36%		0.0													
所得段階3ダミー	4.93%	-1,968.8	-229.0		0.587	-0.54										
所得段階4ダミー	5.01%	-1,250.7	-145.5		0.742	-0.33										
所得段階5ダミー	17.55%	-19,150.6	-2,227.8	****	0.000	-7.21										
所得段階6ダミー	9.62%	-22,671.0	-2,637.4	****	0.000	-6.19										
所得段階7ダミー	11.58%	-12,567.1	-1,462.0	***	0.001	-3.22										
所得段階8ダミー	13.44%	-5,557.3	-646.5		0.116	-1.57										
所得段階9ダミー	9.01%	-5,474.2	-636.8		0.166	-1.38										
所得段階10ダミー	4.02%	-11,008.3	-1,280.6	*	0.082	-1.74										
所得段階11ダミー	7.27%	-4,850.9	-564.3		0.284	-1.07										
要支援1ダミー	2.04%	250,629.3	29,156.2	****	0.000	50.04	251,551.8	29,266.6	****	0.000	50.22	29,309.8	****	0.000	50.19	
要支援2ダミー	1.79%	286,065.3	33,278.5	****	0.000	56.59	287,094.4	33,401.7	****	0.000	56.77	33,448.7	****	0.000	56.74	
要介護1ダミー	2.91%	338,663.7	39,397.4	****	0.000	70.67	339,292.0	39,474.6	****	0.000	70.80	39,572.2	****	0.000	70.81	
要介護2ダミー	3.17%	390,386.8	45,414.4	****	0.000	81.53	391,080.9	45,499.9	****	0.000	81.67	45,605.5	****	0.000	81.67	
要介護3ダミー	2.25%	455,893.6	53,035.0	****	0.000	92.01	456,547.4	53,116.6	****	0.000	92.13	53,201.8	****	0.000	92.07	
要介護4ダミー	1.87%	482,735.1	56,157.5	****	0.000	95.20	483,172.1	56,214.2	****	0.000	95.31	56,352.8	****	0.000	95.32	
要介護5ダミー	1.64%	508,498.9	59,154.6	****	0.000	99.07	508,805.4	59,196.5	****	0.000	99.13	59,319.9	****	0.000	99.11	
定数項		-458,098.5		****	0.000	-44.64	-425,546.8		****	0.000	-41.87					
対数尤度		-144,446.0					-144,467.4					-144,502.2				
自由度		19					11					10				
変数除外検定(注2)		(非入れ子)					【基準】					69.66	****	0.0000		
推計2との自由度の差												1				
回帰式有意性(注3)		58,070.4		****	0.000		58,027.6	****		0.000		57,957.9	****	0.000		
擬似決定係数		0.1674					0.1672					0.1670				
予測値と実際値の相関		0.8336					0.8332					0.8322				

*が10%、**が5%、***が1%、****が0.1%有意で帰無仮説を棄却

(注1) 限界効果は、観測値周りの平均値。

(注2) ネステッドLRテスト。

(注3) 全係数0の尤度比検定。

トービット・モデルの係数は、そのまま限界効果として読むことができない。そこで限界効果を計算する。本稿における各変数の限界効果は、各観測データにおいて、その変数が限界的に1変わった場合に請求額へ与える(限界)効果の平均値である。推計1において、所得段階に関する限界効果をグラフにしたのが図1である。所得段階2を基準(=0円)とすると、所得段階1の限界効果は平均2,878.8円プラスと、抜きん出て高い。だが、所得段階3と4は、所得段階2と有意な差を認めなかった。所得段階5と6は、平均2,000円台のマイナスとなり、所得段階7以上はまたゼロに近づいている。

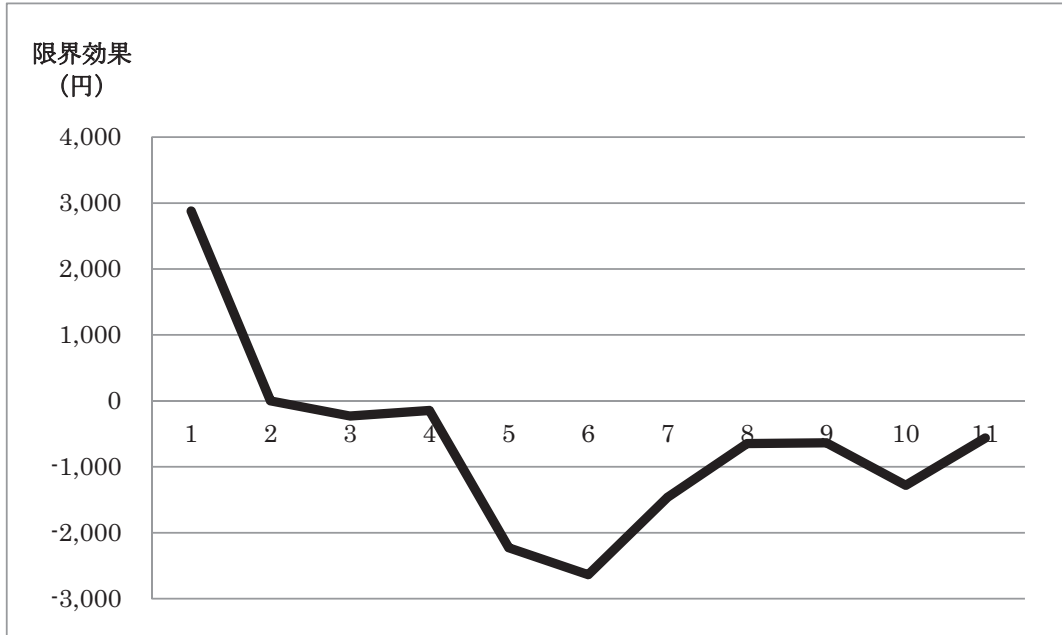
推計2は、所得段階ダミーのかわりに、所得段階とその二乗を変数として用いたものである。

まず、所得段階との関係を見る。所得段階をyとすると、回帰式はyについては

$$\begin{aligned} \text{介護保険請求額} &= 938.3y^2 - 12,683.2y + \dots \\ &= 938.3(y - 6.759)^2 + \dots \end{aligned}$$

つまり、所得段階yが約6.76段階のときに、介護保険請求額への影響が最小となる、放物線状となっている。なお限界効果の平均値でも、 $109.2y^2 - 1,475.6y = 109.2(y - 6.756)^2$

図1 所得段階別限界効果(推計1)
～所得段階2を基準化～



であるので、同じ約6.76段階で最小となる⁽⁴⁾。ダミー変数で表した場合に図1のような形となるため、二次曲線で近似すると所得段階7近くを頂点とした、やや左に長い放物線状になったと思われる。

表1において、所得段階をダミー変数で表した推計1と、二次関数で表した推計2を、所得段階以外の数値について比較すると、当てはまりも含めてそれほど大きな差はないように見える。この意味で、二次関数による表記はそれほど外れていないのではないかといえる。

推計3は、所得段階の二乗項を外したものである。所得段階の限界効果は、1段階あたり平均-287.4円であるが、有意な負の関係を見出している。回帰式の当てはまりは推計2とそれほど差がないように見えるが、変数除外検定(ネステッド対数尤度検定：対数尤度の差を検定)では、0.1%でも有意に棄却され、つまり二乗項を入れたほうがよいという結果になっている。

ここまでの所得段階に関する考察をまとめる。所得段階の限界効果は、ダミー変数でみた場合に図1のような形になる。それを反映して、線形近似(所得段階のみ)では平均-287.4円の負の限界効果となるが、むしろ放物線近似(所得段階及び所得段階の二乗)のほうがふさわしく、所得段階6.76という、平均6.0段階より若干高いレベルで最小となる、放物線状となる。

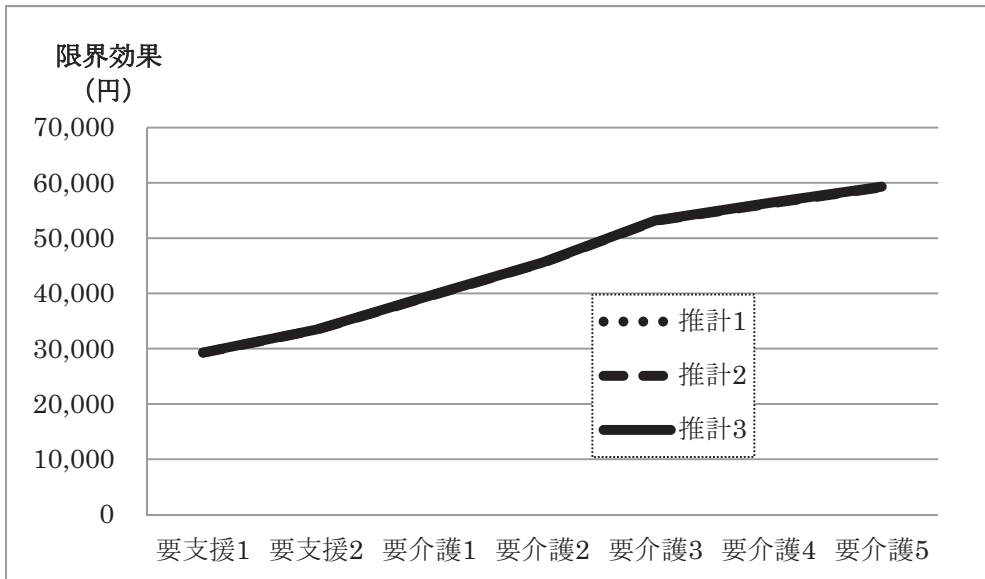
ついでに、表5から所得段階以外の限界効果について検討する。まず性別(女性)の限界効果についてだが、所得段階をダミー変数とした推計1で限界効果が2,082.2円と大きく、

(4) 本稿の限界効果は、各観測データにおける限界効果の平均値である。そのため、二乗項がある場合の限界効果は、解釈が難しくなるので、ここではこれ以上触れない。

表3 所得段階別 年齢階級、男女及び地域別の構成比

	60代後半	70代前半	70代後半	80代前半	80代後半	90代前半	90代後半	100歳以上	計	男性	女性	地域「北」	地域「西」	地域「東」	地域「南」	地域外
所得段階 1	30.02%	29.37%	20.80%	11.74%	5.31%	1.97%	0.54%	0.24%	100.00%	52.18%	47.82%	22.26%	25.46%	22.50%	28.45%	1.33%
所得段階 2	21.05%	19.17%	19.47%	16.64%	13.35%	7.42%	2.50%	0.40%	100.00%	16.28%	83.72%	27.89%	27.73%	22.39%	21.06%	0.94%
所得段階 3	18.28%	28.29%	23.42%	18.08%	8.35%	2.72%	0.78%	0.09%	100.00%	24.57%	75.43%	27.76%	27.45%	21.07%	23.06%	0.66%
所得段階 4	18.78%	28.63%	24.97%	16.34%	7.91%	2.51%	0.74%	0.11%	100.00%	58.97%	41.03%	26.89%	25.82%	21.86%	24.89%	0.54%
所得段階 5	35.22%	24.60%	18.70%	10.93%	6.32%	3.04%	0.99%	0.19%	100.00%	5.98%	94.02%	28.77%	25.58%	22.36%	23.27%	0.01%
所得段階 6	25.85%	35.08%	21.83%	11.65%	4.12%	1.01%	0.35%	0.11%	100.00%	19.33%	80.67%	27.99%	27.06%	21.91%	23.04%	0.00%
所得段階 7	37.59%	30.77%	17.96%	8.86%	3.28%	1.26%	0.25%	0.03%	100.00%	54.21%	45.79%	26.15%	26.66%	21.36%	25.54%	0.29%
所得段階 8	30.73%	26.83%	21.63%	13.05%	5.60%	1.73%	0.37%	0.06%	100.00%	79.73%	20.27%	27.24%	26.06%	22.06%	24.38%	0.27%
所得段階 9	36.04%	24.04%	14.23%	12.92%	9.48%	2.69%	0.52%	0.08%	100.00%	82.55%	17.45%	25.68%	28.59%	22.29%	23.23%	0.21%
所得段階10	43.14%	28.47%	14.65%	8.56%	4.84%	1.71%	0.57%	0.05%	100.00%	81.87%	18.13%	24.84%	28.11%	22.45%	24.49%	0.11%
所得段階11	42.66%	24.57%	15.09%	9.57%	5.42%	2.04%	0.54%	0.11%	100.00%	77.43%	22.57%	21.33%	31.30%	24.09%	23.10%	0.18%
計	31.06%	26.40%	19.21%	12.50%	6.98%	2.86%	0.85%	0.15%	100.00%	44.44%	55.56%	26.73%	27.11%	22.20%	23.61%	0.34%

図2 要介護度別限界効果推計



放物線近似とした推計2では1,376.4円、線形近似の推計3では1,092.7円となっている。いずれも統計的に有意な値である。つまり我々のデータによれば、年齢・所得段階・要介護度をコントロールしても、介護保険請求額は、女性が有意に1,000円から2,000円程度男性よりも高い。

ここで女性であることの限界効果は、推計2や3では、推計1より小さくなった。その背景だが、所得段階5・6では女性が圧倒的に多い(表3参照)。だが推計1において、この所得段階での限界効果は小さく(図1参照)、それが推計2や3では十分に表現できず、女性であることに一部帰着されたためかもしれない。あるいは所得段階1では、女性の構成比は低い(表3)。全人口では男性対女性が44.44対55.56と女性のほうが多いが、所得段階1

表6 要介護度に関して(推計1,4,5)

	(平均値)	推計1(再掲)				推計4				推計5			
		限界効果	有意	p値	z値	限界効果	有意	p値	z値	限界効果	有意	p値	z値
性別(女性)	55.56%	2,082.2	***	0.000	7.76	1,627.1	***	0.000	4.20				
年齢	74.3	220.3	***	0.000	15.94	2,294.9	***	0.000	83.19				
所得段階1ダミー	3.21%	2,878.8	***	0.000	6.40	12,808.3	***	0.000	17.69				
所得段階2ダミー【基準】	14.36%	0.0											
所得段階3ダミー	4.93%	-229.0		0.587	-0.54	-1,974.1	***	0.003	-3.01				
所得段階4ダミー	5.01%	-145.5		0.742	-0.33	-1,801.5	***	0.008	-2.66				
所得段階5ダミー	17.55%	-2,227.8	***	0.000	-7.21	-6,464.2	***	0.000	-13.46				
所得段階6ダミー	9.62%	-2,637.4	***	0.000	-6.19	-8,627.1	***	0.000	-14.06				
所得段階7ダミー	11.58%	-1,462.0	***	0.001	-3.22	-10,129.3	***	0.000	-15.65				
所得段階8ダミー	13.44%	-646.5		0.116	-1.57	-8,641.4	***	0.000	-14.27				
所得段階9ダミー	9.01%	-636.8		0.166	-1.38	-10,704.4	***	0.000	-15.51				
所得段階10ダミー	4.02%	-1,280.6	*	0.082	-1.74	-12,483.9	***	0.000	-11.99				
所得段階11ダミー	7.27%	-564.3		0.284	-1.07	-10,087.0	***	0.000	-13.19				
要介護認定なし【基準】	88.08%	0.0											
要支援1ダミー	2.04%	29,156.2	***	0.000	50.04				31,676.0	***	0.000	53.80	
要支援2ダミー	1.79%	33,278.5	***	0.000	56.59				35,999.0	***	0.000	60.66	
要介護1ダミー	2.91%	39,397.4	***	0.000	70.67				42,327.2	***	0.000	76.14	
要介護2ダミー	3.17%	45,414.4	***	0.000	81.53				48,488.3	***	0.000	89.17	
要介護3ダミー	2.25%	53,035.0	***	0.000	92.01				56,294.1	***	0.000	102.49	
要介護4ダミー	1.87%	56,157.5	***	0.000	95.20				59,729.8	***	0.000	107.10	
要介護5ダミー	1.64%	59,154.6	***	0.000	99.07				62,652.8	***	0.000	110.84	
対数尤度		-144,446.0				-164,018.1				-144,732.9			
自由度		19				12				7			
変数除外検定(注2)		【基準】				39,144.2	***	0.000		573.9	***	0.000	
推計1との自由度の差						7				12			
回帰式有意性(注3)		58,070.4	***	0.000		18,926.2	***	0.000		58,027.6	***	0.000	
擬似決定係数		0.1674				0.0545				0.1657			
予測値と実際値の相関		0.8336				0.4702				0.8263			

*が10%、**が5%、***が1%、****が0.1%有意で帰無仮説を棄却

(注1) 限界効果は、観測値周りの平均値。

(注2) ネステッドLRテスト。

(注3) 全係数0の尤度比検定。

では52.18対47.82と、女性のほうが若干少ない。一方、推計1では左右対称に近い放物線近似となるため、この所得段階1の限界効果の大きさが、十分表現できておらず、その分女性の限界効果が目減りしたことも考えられる(所得段階1であることが、男性であることの限界効果とされた面がより大きい)。

表5から年齢をみると、1歳増えると平均200円強の限界効果があり、統計的に有意な値となっている。性別・所得段階・要介護度・地域差をコントロールしても、年齢の違いによる差が残っている。

表5から要介護度をみると、要介護度が上がるほど、介護保険請求額も増える。これをグラフにしたものが図2だが、推計1から3でほぼ同じ値であるため、グラフでは一本の線のように重なり合っている。要介護度1(要支援1)から要介護度5(要介護3)までは線形に増加しているが、要介護度6と7(要介護4と5)では、その増加幅が減少している。

表6は、要介護度に関するものである。うち推計4は、推計1から要介護ダミーを除いたものであり、推計5は、要介護ダミーのみのものである。推計5のほうが、推計4よりも擬似決定係数でも、予測値と実際値の相関でも当てはまりがよい。要介護ダミーのみで、介護保険請求額と8割以上相関する予測値を作成できる。この意味で、介護保険請求額は基

本的に要介護度によって規定されている、と言える。

5. おわりに

本稿では、某自治体の高齢者悉皆データをもとに、介護保険請求額を被説明変数とするトービットモデルによる推定を行った。介護保険請求額は、基本的には要介護度によって説明可能である。対象者の要介護度のみ⁽⁵⁾から作成した予想請求額を、実際の請求額と比較したところ、8割以上の相関があった。そこで要介護度に加えて、年齢・性別や居住地域をコントロールして、所得段階と介護保険請求額の間関係をみたところ、所得水準が高いほど、介護保険請求額は減るという関係をもつことが分かった。これを一次関数で近似すると、負の線形効果となるが、二次関数で近似すると、最小点より左が長く、右が短い放物線となる。線形近似の場合に負の効果を持つのは、このためである。さらに、ダミー変数を用いて限界効果をみると、最貧層にあたる生活保護受給者の介護保険請求額が飛び抜けて多く、そこから所得平均までは、所得が増加するほど請求額が減少する関係が認められた。だが所得平均より高い局面では、一定の関係が見受けられなかった。ここからみると、Olivares-Tirado他(2010)で所得水準と有意な関係がなかったのは、所得水準が高い領域にのみ関心を払っていたからかもしれない。また、相原・川副(2015)で所得水準と関係がなかったのは、多額の請求がある施設利用サービス関連費が除かれていたからかもしれない。

これらの点に加え、本稿における最も当てはまりのいい推計1によれば、他の変数をコントロールしても、女性は平均2,082円男性よりも請求額が多く、年齢は1歳上がるごとに平均220.3円増えることも確認した。

本稿では低所得者のほうが、介護保険請求額が多いという結果となった。要介護度をコントロール(影響を排除)しているため、「貧困だと不健康となり介護サービスの利用が多い」という健康状態を経由した効果は排除されているはずである。従って、低所得者のほうが単身世帯等が多いなど世帯構成が違うためかもしれない。本稿では世帯人員のデータは得ることができなかった。世帯人員が多いと、そのうち誰かが十分な所得を得て住民税が課税され、所得段階が上がるかもしれない。また、家庭内に介護担当者を確保しやすく、介護保険請求額を低く抑えることが可能かもしれない。だが要介護度が同じでも、例えば認知症の有無によって利用の様相が異なる(遠藤・山田2007)。なお、認知症の発生率と所得には相関がないというEvans DAら(1997)、Karp(2004)の報告がある。

また我々が被説明変数として用いる「介護保険請求額」は、限度額に制約され、要介護状態が高いほど高額となる。従ってもし、高所得者ほど要介護度が低ければ、支給限度額も下がり、請求額も減る。このような関係を示している可能性もある。

参考文献

相原洋子・川副延生(2015)「世帯所得と居宅介護サービス利用率の関連」Panel Data

(5) なお、定数項も入れている。

Research Center at Keio University Discussion Paper Series DP2014-004

- 泉田信行(2008)「介護サービス利用に対する所得の影響 —施設介護サービスを中心に—」
季刊・社会保障 43-4
- 近藤克則(2000) 要介護高齢者は低所得者層になぜ多いのか：介護予防策への示唆. 社会
保険旬報, 2073, 6 - 11.
- 近藤克則・芦田登代・平井寛・三澤仁平・鈴木佳代(2012)「高齢者における所得・教育年
数別の死亡・要介護認定率とその性差—AGESプロジェクト縦断研究—」共著 医療と
社会 22(1),19-30頁 2012
- 近藤克則編著(2013)『健康の社会的決定要因—疾患・状態別「健康格差」レビュー』一般財
団法人 日本公衆衛生協会
- 齋藤香里・佐藤哲彰(2015)「高齢者の所得と介護需要の相関について—高齢者の所得格
差が要介護発生に与える影響—」『2015年真理大學財經濟學院與日本第三部門研究學會
国際學術交流研討會 論文集』真理大學財經濟學院, pp.57-73。
- 佐藤哲彰・齋藤香里(2016)「要介護状態の発生率は、所得水準によって異なるか —ロジ
スティック回帰による分析」千葉商大紀要第53巻2号
- 酒井美和・伊藤春樹(2010)「介護保険サービスの利用と所得について」医療福祉学部論集
編集委員会編『医療福祉研究』No.6, pp.25-36。
- 山田篤裕(2004)「居宅介護サービスの公平性—『国民生活基礎調査(平成13年)』介護票
に基づく分析」国立社会保障・人口問題研究所編『季刊・社会保障研究』40(3), pp.224-
235。
- Evans DA, Hebert LE, Beckett LA, Scherr PA, Albert MS, Chown MJ, Pilgrim DM,
Taylor JO. (1997) Education and other measures of socioeconomic status and risk
of incident Alzheimer disease in a defined population of older persons. *Arch Neurol*,
Nov; 54(11), 1399-1405.
- Karp A, Kåreholt I, Qiu C, Bellander T, Winblad B, Fratiglioni L. (2004) Relation of
education and occupation-based socioeconomic status to incident Alzheimer's disease.
Am J Epidemiol, Jan 15;159(2), 175-183.
- Olivares-Tirado P, Tamiya N, Kashiwagi M, et al. (2011) Predictors of the highest long-
term care expenditure in Japan. *BMC Health Service Research*, 11, 1-13.
(2016.1.26受稿, 2016.2.23受理)

—Abstract—

A portion of the cost of healthcare services is borne by a patient; this may possibly result in health disparities. In recent years, studies with results regarding long-term care services that contradict the abovementioned situation have been published in rapid succession. The present analysis considers these results and estimates a Tobit model with long-term care insurance billings as a dependent variable based on exhaustive data on approximately 90,000 elderly from a particular region. Considering the age, gender, residential area, and the level of care required, we examined the relationship between income level and long-term care insurance claim amount and found that the higher the level of income, the lower will be the claim amount. When this relationship was approximated using a quadratic function, the function was found to be parabolic, with a long tail stretching left from the minimum and a short tail on the right. In the case of a linear approximation, the relationship was found to be negative. In addition, when using dummy variables to consider marginal effects, the long-term care insurance claims of welfare recipients were found to be far greater for the poorest, and the more the income increased toward average income levels, the lower was the claim amount. However, for income levels higher than average income levels, no particular relationship was found.

消費者の目標がその後の行動に与える影響について

—選択肢に関する複数の目標に着目して—

赤 松 直 樹

1. はじめに

消費者行動を理解するために、消費者がどのような目標に対して動機づけられ行動しているのかについて分析することは重要である。消費者の目標とは「望ましい状態」であり(青木2010)⁽¹⁾、目標と現実の状態においてギャップを認識することで一連の購買行動が始まる(Blackwell et al.2005; Peter and Olson2010)。過去の研究では、ほとんどの消費者行動が目標志向であると想定されており(Bagozzi and Dholakia1999)、消費者の目標に着目した研究は今日に至るまで活発に行われている。

消費者の目標に着目した研究は、目標の捉え方に関する研究(e.g. Gutman1982; Lawson1997)、目標の活性化に関する研究(e.g. Chartrand et al.2008; Laran et al.2008; Fishbach and Dhar2008)、目標が消費者行動に及ぼす影響に関する研究(e.g. Ratneshwar et al.2001; Lee et al.2010)などに分類することができる。そのうち、本稿では目標が消費者行動に及ぼす影響について研究を行う。当該領域の既存研究では、目標の違いによって情報処理の仕方、知識構造、評価、選択などが異なることを示しているが、実験形式の調査が中心であり、研究者が被験者の目標を操作した上で、上記したような被説明変数が比較されている。この場合、同時に達成できない目標間(対立する目標間)や異なった条件付けによって被験者を分類することが多いため、同じ選択肢によって達成できる複数の目標については十分に考慮されていない。同じ選択肢によって達成できる目標は階層的に構造化され、複数存在することが示されていることから(e.g. 上田・柴田2003; 清水2006)⁽²⁾、それら複数の目標を考慮した上で、各被説明変数への影響について言及することは意義があるだろう。

特に、本稿では、被説明変数のうち選択に着目する。既存研究では、目標の違いによって選択結果が異なる点について言及しているが、同じ選択肢を選択している場合、つまり、選択結果が同じでも、選択に対する各目標の影響は消費者によって異なる場合が考えられる。この点について本稿では、同じ選択肢(セルフ式コーヒーショップ)を定期的に選択(利用)している消費者を分析対象として、当該選択肢が達成しうる目標と密接に関連している可能性が高い他選択肢(コンビニエンスストアのセルフコーヒー)を併用している消費者とそうでない消費者に分類し、当該選択肢(セルフ式コーヒーショップ)の選択に対する各目標の影響の違いについて分析を行う。

(1) 目標を階層的に捉えた場合には、「求められる最終的な状態の認知的表象」を目標とする立場も存在するが(Huffman et al.2000)、本稿では抽象性の程度に関わらず「理想とする状態」を目標として定義する。

(2) 既存研究では、購買場面において消費者が複数の目標を活性化する場合として、一度に達成できない対立する目標を想定しているものが多い(cf. Fishbach and Dhar2008)。

以上のことから、本稿の研究課題として「同じ選択肢を選択している消費者をその他選択肢との併用有無によって分類した上で、当該選択肢によって達成しうる複数の目標がその選択にどのように影響しているのかについて解明する」を設定する。

論文構成は以下の通りである。第2章では、目標が消費者行動に与える影響を中心に既存研究レビューを行い、研究課題と仮説を提示する。第3章では、仮説検証のための調査設計と分析方法について説明し、第4章では、分析結果と考察を行う。これらを受け、第5章では、分析結果を裏付けるための追加分析を実施し、その結果を整理する。最後に、第6章では、本稿のまとめと今後の展開について言及する。

2. 消費者の目標

2-1. 消費者の目標とは

消費者の目標とは「望ましい状態」を指し(青木2010)、目標と現実の状態にギャップを認識し当該目標を達成したいという動機づけが生じると、情報探索が促されると想定されている(Blackwell et al.2005)。消費者は目標達成のために相応しいと思われる情報を探索、解釈し、最終的には目標達成の手段となりうる製品・サービスを選択・消費する(清水1999)。つまり、購買意思決定プロセスの始めの段階でどのような目標に対して動機づけがなされるかによってその後の行動が大きく規定されているため、消費者行動を理解するために目標について議論することは重要である。

消費者の目標を捉える考え方として目標階層がある(Lawson1997; Bagozzi and Dholakia1999; Huffman et al.2000; Ligas2000; Baumgartner and Pieters2008; Peter and Olson2010)。目標階層は複数の目標が手段目的連鎖といった関係性を持っている状態のことを指しており、最も抽象性の高い目標(例えば、充実した人生)を達成するための手段(例えば、健康的な身体)が、より具体的な目標となり、さらにその目標を達成するためのより具体的な手段(例えば、摂取カロリーの管理)へと繋がっていく。ここで想定されている各階層の内容や名称は研究者によって多少異なるが、ある選択肢(製品・サービス)の選択・消費が階層的な関係にある複数の目標と何らかの形で関連している点は共通して指摘されている。例えば、Peter and Olson (2010)の場合、ある選択肢の購買・消費が、具体的な目標から順に「機能的結果」、「心理的結果」、「価値」と関連している点を指摘している⁽³⁾。機能的結果とは選択肢の選択・消費によって得られる即時的で具体的な結果であり、心理的結果とは機能的結果によって達成できる心理的な結果である。そして、価値とは望ましい最終的な状態や行動である。

消費者の目標の捉え方に関する研究では、以上のような目標の階層性に関する議論と、その一方で、同時に達成することができない目標、つまり、対立している目標の存在に関する議論があり(e.g. van Osselaer and Janiszewski2012)、前者は目標構造の垂直的側面、後者は水平的側面として整理されている(Baumgartner and Pieters2008)。そして、このような消費者の目標の捉え方に関する研究を援用しながら発展している研究として、目標がその後の行動に与える影響に関する研究がある。当該研究では、目標の違いによって情

(3) この場合、モデルの最も具体的な水準において選択肢の「属性」が位置付けられており、このことは、「属性」はあくまでも目標ではなく手段としてのみ捉えられていることを意味している。

報処理の仕方、知識構造、評価、選択などが異なることを確かめており、例えば、目標の階層性に着目した場合（垂直的側面）、消費者の達成したい目標が抽象的な場合と具体的な場合ではその後の情報処理の仕方が異なる点が指摘されている（e.g. Tybout and Artz1994; Lawson1997）⁽⁴⁾。このように、購買意思決定プロセスの始めの段階で活性化される目標によってその後の消費者行動は大きく規定されているため、適切なマーケティング活動の実施のためには、ターゲットとする消費者の目標をしっかりと捉えてその後の行動に対する影響について理解する必要がある。これを受け、次項では、消費者の目標がその後の行動に与える影響に関する研究についてレビューを行い、本稿における研究課題を議論する。

2-2. 消費者の目標と消費者行動

消費者の目標がその後の行動に与える影響については多くの研究によって確かめられている。主な被説明変数は、例えば、情報処理の仕方、知識構造、評価、選択などがある。

活性化される目標の抽象性の程度によって情報処理の仕方が異なる点は上記したが、それ以外にも、制御焦点理論（regulatory focus theory; Higgins1997; Liberman et al.1999）によって情報処理の仕方が異なる点が示されている。制御焦点理論とは目標の捉え方（焦点の当て方）として、促進的な側面（promotion focus; 例えば、「より健康になる」）もしくは予防的な側面（prevention focus; 例えば、「病気を予防する」）のどちらかに焦点を当てるかによってその後の消費者行動が異なる点を説明している（e.g. Herzstein et al.2007; Lee et al.2010）。具体的には、目標の促進的な側面に焦点を当てている消費者は抽象性が高い情報を獲得するが、予防的な側面に焦点を当てている消費者は抽象性が低い情報を獲得する傾向にある点が示されている（Lee et al.2010）。この際、目標の促進的な側面に焦点を当てる状況、または予防的な側面に焦点を当てる状況のどちらかに被験者を分類した上で、それぞれの情報処理の仕方について測定し、分析を行っている研究が主である。

消費者の知識構造については、活性化される目標によって形成されるカテゴリ－知識構造が異なる点が指摘されている（e.g. Ratneshwar et al.2001; 徳山2003; Loken et al.2008）。例えば、Ratneshwar et al. (2001) では、個人的目標（健康意識）を測定した上で、状況的目標（自動車の車内／急いでいる時）を操作し、個人的目標を保持している消費者でも、状況的目標が異なることで、提示した各選択肢間の類似判断の結果が異なることを示している。

各選択肢に対する評価についても、消費者の目標によって違いが確かめられている。具体的には、操作（条件の提示など）によって重要性が高められた目標を達成しうる選択肢の評価は高まり、一方で、対立する目標を達成しうる選択肢の評価は下がる傾向が示されている（e.g. Laran and Janiszewski2009; van Osselaer and Janiszewski2012）。例えば、Brendle et al. (2003) では、食品の試食を実施することで食品に対する目標が活性化された被験者群と試食を実施しない被験者群（食品に対する目標が活性化されていない）について、食品以外の製品に対する評価を比較し、前者の方が低い評価を下すことを示している。

また、評価の後に行われると考えられる考慮集合の形成や購買意図の形成といった

(4) 情報処理の様式の違いについては目標の曖昧性に着目した研究もあり（e.g. Park and Smith1989）。明確な目標（specific goals）と曖昧な目標（unspecific goals）では、情報処理の様式が異なる点を示している。抽象性が高くても明確な目標（例えば、「健康的な生活を送る」という抽象的だが明確な目標）の存在も想定できるため、目標の抽象性と曖昧性は区別して捉える必要がある。

選択に密接に関連する概念についてもその違いが確かめられている (e.g. Klenosky and Rathansl1988; Herzenstein et al.2007; 赤松2014)。例えば, Ratneshwar et al. (1996) では, 個人的目標 (食品に対する健康志向の程度) を達成する手段 (グラノーラバー) と状況的目標 (例えば, 夏のとても暑い日) を達成する手段 (アイスクリーム) を想定し, 個人的目標を測定した後に, 被験者ごとに状況的目標を操作することで, 考慮集合の中身を分析している。その結果, 個人的目標とそれに対立するような状況的目標が同時に活性化されている場合には, 対立する手段がともに考慮集合に入ることを示している。

以上, 消費者の目標がその後の行動に与える影響について, 情報処理の仕方, 知識構造, 評価, 選択を中心に整理してきた。ここから言えることは, 実験形式の調査が中心であり, 研究者が被験者の目標を操作した上で, 各被説明変数が比較されている点である⁽⁵⁾。また, その際には, 同時に達成できない目標間 (対立する目標間) によって被験者を分類する場面が多く, 同じ選択肢によって達成できる複数の目標については十分に考慮出来ていない点が指摘できる。同じ選択肢によって達成できる複数の目標がある場合には, それらの目標がどのように消費者行動に影響しているのかについても議論するべきであろう。本稿では, このような複数の目標は階層的に繋がっているという考えを前提として, 次項では仮説導出を行う。その際には, 被説明変数として選択に着目する。既存研究では目標の違いによって選択結果が異なる点について言及しているが, 同じ選択肢を選択している場合, つまり, 選択結果が同じでも, 選択に対する各目標の影響は消費者によって異なる場合が考えられるためである。

以上をまとめると, 本稿では, ある選択肢を選択 (利用) している消費者を対象とし, その選択に対する当該選択肢によって達成しうる複数の目標の影響が消費者によって異なる点を確かめる。分析対象とする消費者に関しては, 同じ選択肢 (セルフ式コーヒーショップ) を定期的に選択 (利用) している消費者であり, 属性が当該選択肢と類似しているために当該選択肢が達成しうる目標と密接に関連している可能性が高い他選択肢 (コンビニエンスストアのセルフコーヒー) を併用している消費者とそうでない消費者に分類し, 当該選択肢の選択に対する各目標の影響の違いについて分析を行う。その理由は, 同じような目標を達成しうる選択肢間の併用有無によって, 手段としての選択肢 (Gutman1982) と消費者の関係性が異なることが想定できるためである (cf. Peter and Olson2010)。即ち, 本稿の研究課題として「同じ選択肢を選択している消費者をその他選択肢との併用有無によって分類した上で, 当該選択肢によって達成しうる複数の目標がその選択にどのように影響しているのかについて解明する」を設定する。

2-3. 仮説導出

2-1. で整理したように, 消費者の目標は垂直的側面と水平的側面から捉えることができるが (Baumgartner and Pieters2008), 本稿では垂直的側面に着目し, ある選択肢によって達成できる複数の目標が手段目的連鎖のようにつながっていると想定した上で, 各目標が購買に与える影響について仮説導出を行う。その際には, ある製品カテゴリーを購買 (利

(5) 実験形式の調査ではない研究も存在する。例えば, Herzenstein et al. (2007) では, 制御焦点理論を援用して目標の捉え方 (促進的な側面/予防的な側面) をアンケート調査によって測定した上で被験者を分類し, 新製品の購買意図の形成について分析している。

用)している消費者を対象とし、当該製品カテゴリーによって達成しうる目標と密接に関連していると考えられる他製品カテゴリーの併用の有無によって消費者を区別した上で仮説導出を行う(当該製品カテゴリーのみを購買している消費者/他製品カテゴリーと併用している消費者)。

Peter and Olson (2010) に依拠し、ある製品カテゴリーを購買することで達成できる複数の目標として「機能的結果」、「心理的結果」、「価値」を設定し、被説明変数として「購買意図」を設定する。上記したように、機能的結果とは選択肢の購買・消費によって得られる即時的で具体的な結果であり、心理的結果とは機能的結果によって達成できる心理的な結果である。そして、価値とは望ましい最終的な状態や行動である。これらのことを考慮すると、

当該製品カテゴリーと属性が類似している他の製品カテゴリーでは、機能的結果に対する代替可能性が高い点が指摘できる。そのため、当該製品カテゴリーのみを購買する消費者は、機能的結果に加えて、代替可能性が低いと考えられるより抽象的な目標が当該購買に影響している点が推測できる。即ち、

仮説1「ある製品カテゴリーのみを購買している場合、機能的結果が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」

仮説2「ある製品カテゴリーのみを購買している場合、心理的結果が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」

仮説3「ある製品カテゴリーのみを購買している場合、価値が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」

が導出できる。

また、手段目的連鎖といった状態において各目標が密接に関連している可能性が高いことを考慮すると、購買意図に対して各目標の交互作用が生じている点も考えられる。即ち、仮説4「ある製品カテゴリーのみを購買している場合、当該製品カテゴリーの購買意図に対して各目標の交互作用が生じる」

が導出できる。

一方、併用している消費者の場合は、属性が類似している他製品カテゴリーによって代替が可能であることを意味しているため、当該製品カテゴリーの購買・消費から機能的結果よりも抽象的な目標を達成できている可能性は低いと考えられる。つまり、機能的結果のみが購買に影響を与えているために、併用状態が生じていると考えられる。また、この場合には、各目標の交互作用も生じることはないだろう。即ち、

仮説5「ある製品カテゴリーと属性が類似している他製品カテゴリーを併用している場合、機能的結果のみが当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」

が導出できる。

3. 調査設計と分析方法

マーケティング調査会社が保有するモニターに対し、インターネットを介してアンケート調査を実施した。2015年10月29日から30日の間に実施し、調査対象者は関東圏に住んでいる20歳から59歳の男女で、全回答者数は2213であった。以下では、アンケート調査

の商材と分析対象者について説明する。

商材は、セルフ式コーヒーショップ（例えば、スターバックス、ドトール、など）である。セルフ式コーヒーショップは、コーヒーやその他のドリンク、食べ物だけではなく、時間を過ごす場所としても評価されており、多くの消費者に利用されている⁽⁶⁾。その一方で、近年では、大手コンビニエンスストアにおいてセルフコーヒーが販売され（以下、コンビニコーヒー）、その本格的な味や値ごろ感から消費者の支持を得ており、セルフ式コーヒーショップも含んだコーヒー市場全体の構図に影響を与えているようである⁽⁷⁾。例えば、セブンイレブンは、2013年からコンビニコーヒーの販売を開始し⁽⁸⁾、一杯100円で本格的なコーヒーを提供したことで評価され、一年間で4億5000万杯を販売している。セルフ式コーヒーショップにおいて好調を続けていたスターバックスでさえも、この年の10月売り上げが前年同月比1%減と15カ月ぶりに減少した。以上のことから、セルフ式コーヒーショップの売上がコンビニコーヒーによって影響を受けている、もしくは、これから受ける可能性が指摘できる。このことは、セルフ式コーヒーショップの利用によって達成できる複数の目標のうち、いくつかの目標がコンビニコーヒーの利用によっても達成可能であると考える消費者の存在を示唆している。つまり、セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーは代替性が高いと考える消費者が存在するはずである。

そのため、本稿では、セルフ式コーヒーショップを定期的にご利用している消費者を対象とし、セルフ式コーヒーショップのみを利用している消費者とセルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーを併用している消費者に分類した上で仮説検証を行う。セルフ式コーヒーショップを定期的にご利用していたとしても、コンビニコーヒーとの併用有無によって、消費者とセルフ式コーヒーショップの関係性は異なり（cf. Peter and Olson 2010）、その購買に対して影響する目標も異なると考えられるためである。続いて、アンケート調査の項目について説明する。

各目標に関しては、Peter and Olson (2010)、上田・柴田 (2004)などを参考にして設定した⁽⁹⁾。設問「セルフ式コーヒーショップの利用」に関して、最も当てはまるものに○をして下さい」を設定し、機能的結果は「品質（味も含む）が良い」「店員のサービスの質が良い」「時間を過ごす場所（例えば、休憩、勉強、会話、など）として使い勝手が良い」、心理的結果は「プラスの心理的効果が得られる（例えば、楽しい、リフレッシュできる、など）」「社会的（友人や知人も含む）に評価されている」「気分が良くなる」、価値は「自分の理想とする生活に近づくことができる」「自分の理想とするライフスタイルに近づくことができる」「理想とする自分像に近づくことができる」、それぞれについて5段階のリッカート尺度で測定している。被説明変数である購買意図は、「セルフ式コーヒーショップを高く評価している」「今後（も）、セルフ式コーヒーショップを利用するだろう」「今後（も）、セルフ式コーヒーショップをひいきにするだろう」について、同じく5段階のリッカート尺度で測定し

(6) 2013年12月11日の日本経済新聞（朝刊）記事。

(7) 2013年12月11日の日本経済新聞（朝刊）記事。

(8) 『流通・消費2015 消費の法則』日経MJ編、2015年、日本経済新聞出版社。

(9) 上田・柴田 (2004) では、ビール・発泡酒類を対象として、目標階層を想定した上で各目標をインタビュー調査とアンケート調査（テキストデータ）を併用して測定している。そこでは、同じ機能的結果であっても、「後味が良い」「料理に合う」「刺激が得られる」といったより詳細な内容にまで踏み込んでいる。

ている。その他にも、コンビニコーヒーに対する購買実態を把握するためにいくつかの設問を設けたが、これらについては次節で説明する。

分析方法は、まず、セルフ式コーヒーチェーンを月2, 3回以上利用していると回答した被験者を抽出し (n:558), コンビニコーヒーとの併用の有無によって被験者を分類した⁽¹⁰⁾。そして、各目標 (説明変数) と購買意図 (被説明変数) の各測定値から合算変数を算出し、重回帰分析を行った。また、各目標の交互作用を捉えるために交互作用項も算出した⁽¹¹⁾。

4. 分析結果

仮説検証の結果を議論する前に、本アンケート調査において回答してもらったセルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーの行動に関する回答結果を整理する。表 (1) は、定期的にセルフ式コーヒーショップを利用している被験者を対象とし、「コンビニコーヒーのお陰でセルフ式コーヒーショップに行く頻度が減った」、「コンビニコーヒーとセルフ式コーヒーショップを使い分けている」に対する回答を集計した結果である。図表に網掛をしている部分が両設問項目に当てはまると回答した被験者 (114人) で全体の約20%を占めている。このことは、セルフ式コーヒーショップの利用によって達成できる複数の目標のうち、いくつかの目標がコンビニコーヒーの利用によって達成できることを表している。つまり、この場合には、セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーは代替可能性が高い点を指摘することができる。

表(1)セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーの利用について

		セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーを使い分けている					合 計
		全く当てはまらない	当てはまらない	どちらとも言えない	当てはまる	非常に当てはまる	
コンビニコーヒーのお陰でセルフ式コーヒーショップに行く頻度が減った	全く当てはまらない	42	2	15	24	10	93
	当てはまらない	4	46	27	45	12	134
	どちらとも言えない	2	17	98	62	11	190
	当てはまる	0	4	18	68	13	103
	非常に当てはまる	2	1	2	8	25	38
合 計		50	70	160	207	71	558

※コーヒーショップを定期的に利用している被験者 (月2, 3回以上) を対象としている

(10) 購買頻度については、「ほとんど毎日、飲用する (お店へ行く)」「週に2, 3回以上、飲用する」「週に1回、飲用する」「月に2, 3回は飲用する」「定期的ではないが、飲用するときがある」「飲用しない」「知らない」の中から最も当てはまるものを回答してもらった。

(11) ここでの交互作用項は、各目標の測定値を中心化した値の積である。

続いて、各目標（機能的結果、心理的結果、価値）を測定した計9項目からなる尺度の一次元性を確認的因子分析によって確かめた。モデルの適合度⁽¹²⁾は、概ね良い値であるため（GFI=.956, AGFI=.918, CFI=.977, RMSEA=.084）、一次元性を満たしていると判断できる。また、信頼性は α 係数を用いて判断し、各目標、そして購買意図を測定した3項目について基準を十分に満たしていることが確認できた（ α 係数機能的結果=.831, α 係数心理的結果=.869, α 係数価値=.930, α 係数購買意図=.883）。これらを受け、各目標と購買意図のそれぞれについて合算変数を算出した上で重回帰分析を行った。表(2)は、併用の有無ごとに各合算変数の平均値とその比較(t検定)の結果をまとめたものである。ここでは、価値の値のみ、セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーを併用している消費者の方が統計的に有意に高いことがわかった。この点については、以下の仮説検証の考察において言及する。

表(3)は、重回帰分析の結果(標準化係数)をまとめたものである。まずは、定期的にセルフ式コーヒーショップを利用しコンビニコーヒーは利用していない消費者(併用なし)に関する仮説検証の結果について記述する。機能的結果と心理的結果の主効果、機能的結果と心理的結果の交互作用項が、購買意図に対して統計的に有意に正の影響を与えている点

表(2)各合算変数の平均値の比較

	併用なし	併用あり	t 値	p 値
機能的結果	3.77 (.78)	3.77 (.82)	.015	.988
心理的結果	3.62 (.82)	3.69 (.81)	-.965	.335
価値	3.29 (.91)	3.43 (.89)	-1.723	.085
購買意図	3.89 (.76)	3.86 (.86)	.397	.692

※t値、p値以外の数値は各コミットメント得点の平均値、括弧内は標準偏差値を表している。
 ※サンプル数は、併用なし(n:192)、併用あり(n:366)である。

表(3)重回帰分析の結果(標準化係数)

	併用なし	併用あり
機能的結果	.495 ***	3.99 ***
心理的結果	.221 *	3.47 ***
価値	.028	.015
機能的×心理的	.445 ***	.081
機能的×価値	-.116	-.061
心理的×価値	-.246	.038
F 値	26.438 ***	56.129 ***
調整済み R2	.444	.475

※被説明変数は「購買意図」である。

※***、*は、それぞれ有意水準1%、10%を表している。

(12) 適合後の指標については、GFIとAGFIが0.90以上、CFIが0.95以上、RMSEAが0.05未満で非常に良い適合、0.1未満で他の指標を考慮して採用という基準を設定した(豊田2007)。

が示された。このことから、仮説1「ある製品カテゴリーのみを購入している場合、機能的結果が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」、仮説2「ある製品カテゴリーのみを購入している場合、心理的結果が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」は確かめられたが、仮説3「ある製品カテゴリーのみを購入している場合、価値が当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」は棄却された。仮説4「ある製品カテゴリーのみを購入している場合、当該製品カテゴリーの購買意図に対して各目標の交互作用が生じる」については一部認められた。3つの内1つの交互作用項のみが影響を与えている点が示されたが、その標準化係数は心理的結果の主効果を大きく上回っていることから、交互作用に着目する意義を指摘することができる。

次に、セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーを併用している消費者（併用あり）については、機能的結果と心理的結果の主効果が購買意図に対して統計的に有意に正の影響を与えている点が示された。そのため、仮説5「ある製品カテゴリーと属性が類似している他製品カテゴリーを併用している場合、機能的結果のみが当該製品カテゴリーの購買意図に正の影響を与える」は棄却された。代替可能性が高いと考えられる属性によって直接達成できる機能的結果だけではなく、セルフ式コーヒーショップの利用によってのみ達成できる（代替可能性が低い）と考えられる心理的結果が購買意図に影響していることから、セルフ式コーヒーショップによって達成できる目標とコンビニコーヒーによって達成できる目標を区別した上で、各製品カテゴリーを使い分けている消費者の存在が示唆できる。この点については、表2で示したように、価値がセルフ式コーヒーショップのみを利用している消費者よりも統計的に有意に高い点からも指摘できる。また、交互作用が生じていないことから、機能的結果と心理的結果を区別して捉えている点が指摘でき、このことから、機能的結果の達成だけならば機能的結果の代替可能性が高いコンビニコーヒーを購入することで可能であり、この点も併用状態を引き起こしている要因として考えられる。

以上のことから、併用の有無による違いは機能的結果と心理的結果の交互作用項が統計的に有意に正の影響を与えているかどうかを求めることができる。交互作用が生じているということは購買意図に対して各目標が密接に関連しながら影響を与えているわけで、各目標の手段目的連鎖の状態を想定すれば、当該製品カテゴリーに対して消費者は高関与な状態にある点が指摘できる（新倉2005; 青木2010; Peter and Olson2010）。また、セルフ式コーヒーショップのみを定期的に利用していることも考慮すれば、併用ありの消費者に比べて、消費者とセルフ式コーヒーショップの関係性はより強固である点が示唆できる（cf. Peter and Olson2010）。このことは、併用の有無によって選択肢と消費者の関係性が異なることを前提としてきた本稿の議論を裏付ける結果としても捉えることができる。

5. 追加分析

本稿の研究課題「同じ選択肢を選択している消費者をその他選択肢との併用有無によって分類した上で、当該選択肢によって達成しうる複数の目標がその選択にどのように影響しているのかについて解明する」に対して、仮説検証の結果から、併用の有無によって購買意図に対する消費者の目標の影響の仕方（交互作用が生じるかどうか）が異なる点を示すことができた。ここでは、併用の有無が消費者と選択肢との関係性の違いを表しており、

それによって購買意図に対する目標の影響が異なる点を指摘しているが、関係性自体を実際のデータで捉えられていない。そのため、本節では「選択肢によって達成しうる消費者の目標」と「消費者と選択肢との関係性」について追加分析を行うことで、関係性の違いによって購買意図に対する目標の影響が異なるといった仮説検証の結果を再検討する。

その際には、消費者の目標が消費者行動の起点となっているという消費者情報処理研究の立場から、目標が関係性に与える影響に着目する。消費者の目標が関係性に影響を与えている点、また、どのように影響を与えているのかについて実際のデータで示す。分析では、消費者と選択肢との関係性を捉えるために、消費者行動研究において重要な概念の一つであるブランド・コミットメントを用いることとする。即ち、消費者の目標がブランド・コミットメントにどのような影響を与えているのかについて分析を行い、仮説検証の結果を裏付ける一つの根拠を提示する。

5-1. ブランド・コミットメント

コミットメント概念は、リレーションシップ・マーケティングの中で発展してきた概念であり、そこではリレーションシップ・コミットメントと呼ばれ、「ある交換パートナーが、もう一方のパートナーとの間で現在進行中のリレーションシップを維持することが、そのために最大限の努力を払うことを正当化するほどに重要であると信じていること」(Morgan and Hunt1994; e.g. Gummesson et al.1995)として定義されている。消費者と売り手間のリレーションシップ・コミットメントに限定すれば、売り手との関係性の維持行動に対する消費者の心理的側面を示した概念として理解できる(Fullerton2003)。つまり、コミットメントは「関係性」を捉える概念として発展してきており、消費者とブランド間の関係性を捉える場合にはブランド・コミットメントと呼ばれているようである(cf. 青木2004; 井上2009)。

ブランド・コミットメントはいくつかの構成要素から成っていると考えられており、本稿では、そのうちの感情的コミットメントと計算的コミットメントに着目する(Amine1998; cf. Fullerton2005)。感情的コミットメントは、製品クラス内での特定ブランドに対する感情的ないし心理的な愛着を指し(Lastovicka and Gardner1977)、計算的コミットメントは、知覚リスクや競合ブランド間の知覚差異と言った認知的な評価を指している(Amine1998)。

5-2. 調査設計と分析結果

アンケート調査は2013年1月に実施し、20代から50代の女性(n:2000)に対して、チョコレート・ビスケット系菓子について回答してもらっている。その内、ブランド・コミットメントの設問項目を設定していた2つのブランド(ブランドA, ブランドB)に着目し、各ブランドを半年以内に購買したことがある消費者を分析対象とした。

感情的コミットメントは「愛着や親近感のようなものを感じる」「このブランドを信頼している」「(イメージが)自分に合っているブランドだ」、計算的コミットメントは「他のブランドを検討するのが面倒だから買っている」「違うブランドを買って、失敗するのが怖い」「たいした理由もなく(なんとなく)、買っている」を設問項目として設定し、それぞれ「そう思う」「ややそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4段階のうち最も自

表 (4) t検定の結果

		生理的目標のみ	生理的目標と 心理的目標	t 値	p 値
ブランドA	計算的コミットメント	2.21 (.66)	1.98 (.67)	-1.758	.081
	感情的コミットメント	3.23 (.52)	3.51 (.51)	2.833	.005
ブランドB	計算的コミットメント	2.14 (.69)	1.87 (.65)	-1.973	.052
	感情的コミットメント	3.11 (.52)	3.41 (.55)	2.684	.009

※t値, p値以外の数値は各コミットメント得点の平均値, 括弧内は標準偏差値を表している。

※サンプル数は, ブランドA (生理的目標のみ: 71 / 生理的目標と心理的目標: 46), ブランドB (生理的目標のみ: 42 / 生理的目標と心理的目標: 50) である。

身の考えに近いものを回答してもらった。信頼性は, 感情的コミットメント (α 係数ブランドA=.814; α 係数ブランドB = .949), 計算的コミットメント (α 係数ブランドA=.839; α 係数ブランドB = .893) ともに基準を満たしていたため, 合算変数を作成し分析に用いた。

消費者の目標に関しては, 目標の「持ち方」に着目した。ブランドごとに複数の消費シーンの項目を設定しており, その回答結果から目標の持ち方の変数を作成した。利用した消費シーンの項目は, 「小腹みだし」「食事がわりや軽食」「疲れたとき」「リラックスしたいとき」「気分転換したいとき」であり, 前2つのうちどちらか1つ以上に該当する場合は, ブランドに対して生理的な目標を有し, 一方で, 残り3つの消費シーンのうちどれか1つ以上に該当する場合は, 心理的な目標を有していると判断した。これにより, 生理的な目標の有無 (1,0), 心理的な目標の有無 (1,0) といった2変数を作成した。サンプル数の問題から, 分析に用いた消費者 (目標の持ち方) は, 各ブランドに対して生理的な目標のみを有している消費者, 生理的な目標と心理的な目標を両方有している消費者である。表 (4) は, 目標の持ち方によって, 感情的コミットメントと計算的コミットメントの合算変数の平均値を比較した結果である (t検定)。

計算的コミットメント得点は, 生理的な目標のみ有している消費者の方が統計的に有意に高いことが示された。一方で, 感情的コミットメント得点は, ブランドBの場合には生理的な目標と心理的な目標を共に有している消費者の方が高いことが示された。ブランドAの場合, 当該目標を共に有している消費者の値に天井効果が確認されたため統計的判断はできないが, ブランドBと同じ傾向が示されている。

上記したとおり, 分析対象とした消費者はブランドAもしくはブランドBを半年以内に購買した経験があるという点で共通しているが, 各ブランドと消費者との関係性は異なる点が指摘できる。具体的には, 達成しうる目標の数が少ない場合には計算的コミットメント, 一方で, 目標の数が多き場合には感情的コミットメントによって関係性が形成される傾向が示された。つまり, 目標の持ち方によって消費者とブランドとの関係性は異なるのである。このことから, 本稿の仮説検証の結果 (併用の有無, つまり, 関係性の違いによって, 購買意図に対する目標の影響が異なる) について, 消費者と選択肢との関係性が異なることは同時に各目標の捉え方も異なることを示唆しており, そのため, 購買意図に対する目標の影響が異なる, といった一つの解釈の可能性を指摘することができる。

6. まとめと今後の展望

消費者の目標が消費者行動に与える影響に関する従来の研究では、実験形式の調査が中心であり、研究者が被験者の目標を操作した上で、その後の行動や心理などを比較している。この場合、同時に達成できない目標間（対立する目標間）や異なった条件付けによって被験者を分類することが多く、同じ選択肢によって達成できる複数の目標については十分に考慮されていない。そのため、本稿の学術的貢献は、一つの選択肢によって達成できる複数の目標を測定した上で、購買意図に対する各目標の影響についてデータで確かめた点である。

研究課題「同じ対象を選択している消費者を併用の有無によって分類した上で、当該対象によって達成しうる複数の目標がその選択にどのように影響しているのかについて解明する」を設定し調査・分析を行った。その結果、セルフ式コーヒーショップのみを定期的に利用している消費者は、当該製品カテゴリーによって達成できる複数の目標のうち機能的結果と心理的結果の主効果とそれらの交互作用が購買意図に対して生じており、一方で、セルフ式コーヒーショップだけではなくコンビニコーヒーも利用している消費者は、機能的結果と心理的結果の主効果のみが生じていることが示された。以上のことから、併用の有無によって購買意図に対する消費者の目標の影響の仕方（交互作用が生じるかどうか）が異なる点を示すことができた。つまり、購買に対して複数の目標が関連して影響している場合の方が複数の目標が個別に影響している場合よりも、他製品カテゴリーとの併用の可能性は低いと言える。

本稿の限界は、セルフ式コーヒーショップとコンビニコーヒーは、同じ製品（コーヒー）を主に提供しているという点において共通であるため、セルフ式コーヒーショップによって達成できる複数の目標のうち、コンビニコーヒーの利用によっていくつかの目標が達成できる、つまり、両製品カテゴリーは代替可能性が高いと仮定して議論を進めてきた点である。この仮定とは異なり、各製品カテゴリーによって達成できる目標が全く違う消費者も存在するはずである。また、複数の目標を測定したものの、それらの階層性についてはデータによって確かめられていない点も挙げられる。

今後の研究の展開としては、上記限界を克服することに加えて、目標の活性化に関する研究の知見も分析に加え、より包括的に消費者行動を理解する点が挙げられる。本稿でも取り上げてきたように、消費者の目標がその後の行動に影響を与える点が示されているが、購買意思決定プロセスを考慮すれば、購買時においてどのように目標が活性化されるのか（要因、手がかり）について理解した上で、当該目標の影響を捉えるべきであろう⁽¹³⁾。例えば、同じ目標がTVCMを通じて活性化されたのか、友人からのクチコミを通じて活性化されたのかでは、当該目標に対する心理が異なるはずでそれがその後の行動にも影響することが予想される。消費者の目標は、その後の行動を大きく規定する概念であるため、消費者行動を包括的に説明、予測するためには必要不可欠な概念である。それゆえ、多くの研究課題が存在するがそれらに取り組む意義は大きいだろう。

(13) 目標の活性化に関する研究は、消費者の無意識（Bargh2002; Dijksterhuis et al.2005; Chartrand et al.2008）、手がかり（プライム）の提示タイミング（Sela and Shiv2009）、手がかりとしてのブランドの影響（Fitzsimons et al.2008）、消費者のコンテクスト（Laran et al.2008）などに着目して分析を行っている。

参考文献

- 赤松直樹 (2014) 「考慮集合のサイズとその影響要因—消費者の目標に着目して」『日経広告研究所報』, 第276号, 50-63頁.
- Amine, A. (1998), "Consumers' True Brand Loyalty: The Central Role of Commitment," *Journal of Strategic Marketing*, Vol.6, pp.305-319.
- 青木幸弘 (2004) 「製品関与とブランド・コミットメント～構成概念の再検討と課題整理～」『季刊マーケティング・ジャーナル』, 第23号第4巻, 25-51頁.
- 青木幸弘 (2010) 『消費者行動の知識』, 日本経済新聞出版社.
- Bagozzi, R. P. and U. Dholakia (1999), "Goal Setting and Goal Striving in Consumer Behavior," *Journal of Marketing*, Vol.63, pp.19-32.
- Bargh, J. A. (2002), "Losing consciousness: Automatic influences on consumer judgement, behavior, and motivation," *Journal of Consumer Research*, Vol.29, pp.280-285.
- Baumgartner, H. and R. Pieters (2008), "Goal-Directed Consumer Behavior -Motivation, Volition, and Affect-," In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr and F. R. Kardes (eds.), *Handbook of Consumer Psychology*, New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Blackwell, R. D., P. W. Miniard and J. Engel (2005), *Consumer Behavior, 10th ed.*, South-Western.
- Brendl, C. M., A. B. Markman and C. Messner (2003), "The Devaluation Effect: Activating a Need Devalues Unrelated Objects," *Journal of Consumer Research*, Vol.29, pp.463-473.
- Chartrand, T. L., J. Huber, B. Shiv, and R. Tanner (2008), "Nonconscious Goals and Consumer Choice," *Journal of Consumer Research*, Vol.35, pp.189-201.
- Dijksterhuis, A., P. K. Smith, R. B. van Baaren and D. H. J. Wigboldus (2005), "The Unconscious Consumer: Effects of Environment on Consumer Behavior," *Journal of Consumer Psychology*, Vol.15, pp.193-202.
- Fishbach, A. and R. Dhar (2008), "Dynamics of Goal-Based Choice -Toward an Understanding on How Goals Commit Versus Liberate Choice-," In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr and F. R. Kardes (eds.), *Handbook of Consumer Psychology*, New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fitzsimons, G. M., T. L. Chartrand and G. J. Fitzsimons (2008), "Automatic Effects of Brand Exposure on Motivated Behavior: How Apple Makes You 'Think Different'," *Journal of Consumer Research*, Vol.35, pp.21-35.
- Fullerton, G. (2003), "When Does Commitment Lead to Loyalty?" *Journal of Service Research*, Vol.5, pp.333-344.
- Fullerton, G. (2005), "The Impact of Brand Commitment on Loyalty to Retail Service Brands," *Canadian Journal of Administrative Science*, Vol.22, pp.97-110.
- Gummesson, G. T., R. S. Achrol, and J. T. Mentzer (1995), "The Structure of Commitment in Exchange," *Journal of Marketing*, Vol.59, pp.78-92.

- Gutman, J. (1982) , “A Means-End Chain Model Based on Consumer Categorization Processes,” *Journal of Marketing*, Vol.46, pp.60-72.
- Herzenstein, M., S. S. Posavac and J. J. Brakus (2007) , “Adoption of New and Really New Products: The Effects of Self-Regulation Systems and Risk Salience,” *Journal of Marketing Research*, Vol.44, pp.251-260.
- Higgins, E. T. (1997) , “Beyond Pleasure and Pain,” *American Psychologist*, Vol.52, pp.1217-1230.
- Huffman, C., S. Ratneshwar and D. G. Mick (2000) , “Consumer goal Structures and Goal-determination Process,” in *The Why of Consumption*, ed. S. Ratneshwar, David G. Mick, and Cynthia Huffman, NY: Routledge, pp.9-35.
- 井上淳子 (2009) 「ブランド・コミットメントと購買行動との関係」『流通研究』, Vol.12 (2), 3-21 頁.
- Klenosky, D. and A. J. Rethans (1988), “The formation of consumer choice sets: A longitudinal investigation at the product class level,” In M. Houston (Ed.) , *Advances in Consumer Research*, Vol.15, pp.13-18.
- Laran, J. and C. Janiszewski (2009) , “Behavioral Consistency and Inconsistency in the Resolution of Goal Conflict,” *Journal of Consumer Research*, Vol.35, pp.967-984.
- Laran, J., C. Janiszewski and M. Cunha Jr. (2008) , “Context-Dependent Effects of Goal Primes,” *Journal of Consumer Research*, Vol.35, 653-667.
- Lastovicka, J. and D. M. Gardner (1978) , “Components of Involvement”, in J. L. Malone and B. Silverman eds., *Attitude Research Plays for High Stakes*, American Marketing Association, pp.53-73.
- Lawson, R. (1997) , “Consumer Decision Making within a Goal-Driven Framework,” *Psychology and Marketing*, Vol.14, pp.427-449.
- Lee, A. Y., P. A. Keller and B. Sternthal (2010) “Value from Regulatory Construal Fit: The Persuasive Impact of Fit between Consumer Goals and Message Concreteness,” *Journal of Consumer Research*, Vol.36, pp.735-747.
- Liberman, N., L. C. Idson, C. J. Camacho and E. T. Higgins (1999) , “Promotion and Prevention Choices between Stability and Change,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.77, pp.1135-1145.
- Ligas, M. (2000) , “People, Products, and Pursuits: Exploring the Relationship between Consumer Goals and Product Meanings,” *Psychology & Marketing*, Vol.17, pp.983-1003.
- Loken, B., L. W. Barsalou and C. Joiner (2008) , “Categorization Theory and Research in Consumer Psychology: Category Representation and Category-Based Influence” *Handbook of Consumer Psychology*, ed. Curtis P. H., P. Herr and F. Kardes, pp.133-163.
- 新倉貴士 (2005) 『消費者の認知世界－ブランドマーケティング・パースペクティブ』, 千倉書房.
- Morgan, R. M. and S. D. Hunt (1994) , “The Commitment-Trust Theory of Relationship

- Marketing,” *Journal of Marketing*, Vol.58, pp.20-38.
- Park, C. W. and D. C. Smith (1989), “Product-Level Choice: A Top-Down or Bottom-Up Process?” *Journal of Consumer Research*, Vol.16, pp.289-99.
- Peter, J. P. and J. C. Olson (2010), *Consumer Behavior; Marketing Strategy Perspectives*, Richard D. Irwin.
- Ratneshwar, S., C. Pechmann and A. D. Shocker (1996), “Goal-Derived Categories and the Antecedents of Across-Category Consideration,” *Journal of Consumer Research*, Vol.23, pp.240-250.
- Ratneshwar, S., L. W. Barsalou, C. Pechmann and M. Moore (2001), “Goal-Derived Categories: The Role of Personal and Situational Goals in Category Representations,” *Journal of Consumer Psychology*, Vol.10, pp.147-157.
- Sela, A. and B. Shiv (2009), “Unraveling Priming: When Does the Same Prime Activate a Goal versus a Trait?” *Journal of Consumer Research*, Vol.36, pp.418-433.
- 清水聰 (1999) 『新しい消費者行動』, 千倉書房.
- 清水聰 (2006) 『戦略的消費者行動論』, 千倉書房.
- 徳山美津恵 (2003), 「ブランドのカテゴリー化に関する一考察－目的のレベルが個別ブランド間の類似性判断に及ぼす影響－」, 『消費者行動研究』, Vol.9, No.1・2, 39-52頁.
- 豊田秀樹編著 (2007) 『共分散構造分析 Amos 編－構造方程式モデリング』, 東京図書.
- Tybout, A. M. and N. Artz (1994), “Consumer Psychology,” *Annual Review of Psychology*, Vol.45, pp.131-69.
- 上田隆穂・柴田典子 (2003) 「製品利用におけるオケージョンと価値体系：ラダリング法とテキスト・マイニングの活用～ビール・発泡酒を事例として～」『マーケティング・ジャーナル』, Vol.22, No.3, 18-32頁.
- van Osselaer, S. M. J. and C. Janiszewski (2012), “A Goal-Based Model of Product Evaluation and Choice,” *Journal of Consumer Research*, Vol.39, pp.260-292.
- (2016.1.14 受稿, 2016.1.22 受理)

[抄 録]

消費者の目標が消費者行動に与える影響に関する従来の研究では、実験形式の調査が中心であり、研究者が被験者の目標を操作した上で、その後の行動や心理などを比較している。この場合、同時に達成できない目標間（対立する目標間）や異なった条件付けによって被験者を分類することが多く、同じ選択肢によって達成できる複数の目標については十分に考慮されていない。そのため、本稿の学術的貢献は、一つの選択肢によって達成できる複数の目標を測定した上で、購買意図に対する各目標の影響についてデータで確かめた点である。

研究課題「同じ対象を選択している消費者を併用の有無によって分類した上で、当該対象によって達成しうる複数の目標がその選択にどのように影響しているのかについて解明する」を設定し調査・分析を行った。その結果、併用の有無によって購買意図に対する消費者の目標の影響の仕方（交互作用が生じるかどうか）が異なる点を示すことができた。つまり、購買に対して複数の目標が関連して影響している場合の方が複数の目標が個別に影響している場合よりも、他製品カテゴリーとの併用の可能性は低いと言える。

〔論 説〕

地方財政制度の選択と地方分権に関する研究*

白 木 智 昭

目次

- 1.はじめに
- 2.本論におけるアプローチ及び前提とする制度・概念
- 3.地方分権のもとでの財政調整の効果
- 4.地方財政制度と財政調整の関係
- 5.中央集権のもとでの財政調整の効果
- 6.財政制度の選択と地方分権
- 7.おわりに

1.はじめに

この論文の目的は、中央と地方における財政関係、すなわち「分権化の程度」が、地方財政に対する中央統制にどのような影響をもたらすのかということを示そうとするものである。

そこで本論では、中央統制の影響が端的に表出する制度である地方間の「財政調整」に着目して分析を行う。中央政府がイニシアティブを有する「財政調整」が、地方自治体の財政行動に及ぼす影響を明らかにすることで、例えばわが国のように中央集権化された地方財政制度が長期にわたって維持されている要因の一端を明らかにできると考えている。

特に「分権化の程度」については、その差異を明確にするため、「連邦制」のように完全な形で地方分権が成立している地方財政制度と、わが国のような中央集権的な地方財政制度とを取り上げる。そして、両タイプの国において想定される極端なケースを想定し、財政調整を通じた中央統制の影響を比較検討する。

まず2節では、本論におけるアプローチを明示するとともに、前提とする制度及び概念を整理する。

続いて3節では、完全な地方分権が成立している地方財政制度のもとで、財政調整が実施された場合の効果を考察するとともに、そのメカニズムの本質を示す。

さらに4節では、前節で想定した制度とは対照的な中央集権的な地方財政制度のもとで行われる財政調整が、地方財政に対する中央統制を強化するプロセスを解明する。

そして5節では、3節のモデルを修正し、わが国のような中央集権地方財政制度のもとで実施される財政調整の効果を検討する。特に財政調整が、その配分基準や配分方法の操作を通じて中央統制を強化し、中央政府の企図する計画の実現を地方団体に徹底させる手段になることを示す。

*この論文は、白木(2015)をもとに加筆修正したものである。

最後に6節では、前節までの検討を踏まえ、現実の地方財政制度とその選択に関わる政治過程を考察し、地方分権の実現に向けたわが国の課題を、政治経済学的な観点から検討する。

2. 本論におけるアプローチ及び前提とする制度・概念

(1) 本論におけるアプローチ

中央政府と地方政府（地方自治体）との間での財政調整に関する研究は、政府間の一般的な補助金の配分について検討したBuchanan (1950), Musgrave (1961) 等の古典的研究に始まる。

わが国においても、どのような場合に財政調整が必要とされるのか、個人に対する所得再分配との関係はどう整理されるのか、望ましい調整規模はどの程度であるのかといった、財政調整制度のあり方に関する理論的な研究が進められてきた。

そうした視点での主な研究としては、林 (1999)、三井 (2002)、佐藤 (2006)、持田 (2007)、麻生 (2009)、宇田川 (2010) 等がある。

林 (1999) は、地方交付税制度の改革が地方自治体の財政行動に与える影響を検証し、地方分権の推進は財政調整制度の改革を伴って初めて実現可能であることを指摘している。

三井 (2003) は、連邦制経済に関する理論モデルに基づき、地方財政調整制度が存在することにより過密・過疎が促進される可能性を明らかにし、その弊害を指摘している。

佐藤 (2006) は、公共政策は政治家、官僚、地方自治体等のステイク・ホルダーによる「ゲームの均衡」として実現することから、財政移転制度の改革は政治ゲームのルールの変更として捉えるべきであるとしている。

持田 (2007) によれば、わが国の政府間財政は、中央政府が地方自治体に多くの事務を義務付けておきながら十分な財源を与えず、財源保障を通じて中央政府がコントロールを行うことに力点を置いた制度であると指摘している。

一方、麻生 (2009) は、Buchanan (1950) の議論に触れながら、財政調整制度のあり方を論じる際には、便益や負担は個人に帰着すること、効率性と公平性の両面からの評価が必要であること等に注意すべきであるとしている。

また、宇田川 (2010) は、Buchanan (1974) のモデルに修正を加え、政治制度におけるデモクラシーの有無によって、どのような財政制度が選択され、それが個人の効用水準にどのような影響を及ぼすかを検討し、中央集権的な財政制度はその効用水準の低下を招くことを論証している。

先行研究において共通して指摘されているのは、地方財政制度と財政調整制度とが相互に影響を及ぼし合う点である。なぜなら、財政調整制度は中央政府がイニシアティブを有していることから、中央統制が端的に表出する制度であり、結果として地方自治体の財政行動に影響を与えるためと考えられる。

そこで本論ではこの点に着目し、財政調整制度を理論的に捉え直すとともに、わが国の地方財政の状況を念頭におきながら、中央集権的な財政調整制度が地方財政制度にどのような影響をもたらすのかということを検討してみたい。

Buchanan (1950, 1974) のような個人レベルでの財政収支の視点を継承しつつ、先行研究でみられた地域間での財政調整に関する問題を明確にするため、本論ではMusgrave

(1961) で検討されているような地域間比較のアプローチを導入する。

(2) 本論において前提とする制度・概念

ここでは、次節以降の議論を明確にするため、本論で用いる用語、あるいは前提としている制度や概念を整理しておきたい。

(i) 地方分権地方財政制度

本論においては、完全な地方分権が確立している地方財政制度を「地方分権地方財政制度」とし、以下のように定義する。

- ① 地方自治体による、自主財源、自由裁量に基づく行財政運営を可能とする制度である。
- ② 歳入面では、地方税に関する課税対象及び税率を地方自治体が自由に決定でき、歳出についても支出額及びその対象を地方自治体が自由に決定できる制度である。
- ③ 初期状態では、中央政府によるいかなる財政調整（平衡交付金や各種補助金等）も存在せず、各地方自治体の財政支出は全て自主財源により賄われている。

(ii) 中央集権地方財政制度

中央政府による完全な統制のもとで地方行財政が展開される制度を「中央集権地方財政制度」とし、以下の通り定義する。

- ① 各地方自治体は、中央政府が決定したプランに従い、それぞれの住民に対して予め定められた水準の公共サービス（例えば、ナショナル・ミニマム・スタンダード）を提供する。
- ② ナショナル・ミニマム・スタンダードを供給するための財源となる地方税は、中央政府により課税対象、税率ともに規定され、全国一律の水準で徴税される。
- ③ ナショナル・ミニマム・スタンダードを提供するために地方税収入で不足する財源は、各地方自治体に対して中央政府が財政調整を行う。

(iii) 財政調整と所得分配

本論では、ある地域に居住する住民個人の財政収支の観点から、財政調整の影響について分析を行う。この場合、「財政調整」とは、いわゆる「所得分配」と概念的には近似したものになると考えられる。

そこで本論では、混乱を避けるため、両者を以下のとおり区別して取り扱う。

- ① 「所得分配」とは、「個人所得水準の均等化」を目的としたもので、税制や社会保障制度等を通じ、地方自治体の介在なしに中央政府単独の政策として実行するものである。
- ② 「財政調整」とは、中央政府による地方財政への関与を通じて、「地方公共サービスの供給水準を均等化」するものである。
- ③ 「公共サービスの供給水準の均等化」とは、個人の財政収支の観点からは、財政からの「便益の均等化」として捉え直すことができる。したがって、結果としてみれば、財政からの「便益の均等化」を図ることを通じて、実質的には個人所得水準が均等化されることとなる。

(iv) 財政調整制度

本論で想定する財政調整の手段は、地方自治体間の財政力の均衡化を図ることを目的とした「平衡交付金制度」を想定している。

例えば、平衡交付金の一類型であるわが国の地方交付税は、地方自治体に対して用途を限定しない「一般財源」として交付されることから、地方自治を阻害しない財政調整制度であるとされている。

しかし、交付金額の算定は中央政府により策定される地方財政計画に基づいており、その配分の際に複雑な基準が規定されていることから、実際の運用においては多分に中央集権的な側面を有している制度と考えられる。

3. 地方分権のもとでの財政調整の効果

本節では、完全な地方分権が成立している地方財政制度において、財政調整が実施されたケースを検討する。特に、財政調整が実施されることによって生じる中央統制の影響について考察する。

(1) モデルの前提

地方分権が徹底された地方行財政制度の典型は「連邦制」である。その特徴は、各地方自治体が完全に独立した存在であり、共通の純粋公共財（例えば、国防や外交）を提供するためにのみ連邦を組織する点にある。

ここでは、連邦制に限りなく近い、地方分権が確立されているある国家を想定し、そこで展開される財政調整の効果を検討する。

まず論旨の明確化のため、以下のような仮定をおく。

- ①中央政府と地方自治体の二段階の政府組織が存在している。
- ②地方分権地方財政制度が確立されており、初期状態では一切の財政調整は行われていない。
- ③中央政府は何らかの事情（例えば、地方公共サービスの供給水準に著しい地域間格差が生じ、国内の均衡発展を阻害する事態を招いており、中央政府はその是正を国民から求められているといった状況）により、平衡交付金による財政調整を行うことを決断したものとする。
- ④単純化のため、地方税は個人にかかる比例所得税のみとする。
- ⑤中央政府は、平衡交付金の財源を国税として比例所得税により徴収する。
- ⑥財政調整実施後においても、それ以前と同様に各地方自治体は独自の判断と権限で地方税を課税すること、あるいは地方税率を変更すること、地方公共サービスの水準を自由に決定することが可能であるとする。

(2) 地方分権のもとでの財政調整の効果

ここで利用する記号は以下のとおりとし、全て住民一人当たりの水準を示している。

- ・ Y_i : 地域 i における住民一人当たりの所得水準
- ・ \bar{Y} : Y_i の全国平均値

- ・ N_i : 地域 i の総人口
- ・ G_i : 地域 i における住民一人当たりの財政支出額
- ・ S_i : 地域 i における住民一人当たりのネットでの平衡交付金受取額
- ・ t_i : 地域 i における住民一人当たりの地方所得税率
- ・ \bar{t}_i : t_i の全国平均値
- ・ t_c : 平衡交付金の財源とするために中央政府が国税として課税する住民一人当たりの所得税率

平衡交付金の交付基準は、それを受け取る前の段階における当該地域の所得水準と全国平均との差異に求められる。

つまり、所得の全国平均値よりも居住する地域の所得水準が低い地域の住民は平衡交付金を受け取ることができ、逆に居住する地域の所得水準が全国平均よりも高い地域の住民は平衡交付金を受け取ることができないという制度を想定している。

ここでは地方自治体の総数を n 個、そのうち m 個の地域の所得水準が、全国平均以下であるとする（ただし、 $\frac{n}{2} > m$ ）。

このような前提を踏まえて、以下では、地方分権地方財政制度における財政調整の効果を分析する。

まず、地域 i における財政支出 G_i は、

$$G_i = t_i Y_i + S_i \quad (1)$$

ただし、 $i = 1, 2, \dots, m, m + 1, \dots, n$

となる。これは地域 i における地方所得税収 $t_i Y_i$ に、ネットの平衡交付金受取額 S_i を加えたものである。

ここで定義より、当該国内は平衡交付金を受け取ることができる地域 j と、平衡交付金の財源を供出する地域 k に分類される。

その受取額 S_j 及び支払額 S_k はそれぞれ、

$$S_j = \bar{t}_i (\bar{Y} - Y_j) - t_c Y_j \quad (2)$$

ただし、 $j = 1, 2, \dots, m$

$$S_k = - t_c Y_k \quad (3)$$

ただし、 $k = m + 1, \dots, n$

となる。

(2) 式の第一項は、所得の全国平均値 \bar{Y} と地域 j の所得水準 Y_j との差に地方所得税率の全国平均値 \bar{t}_i を乗じたもので、地域 j における平衡交付金の必要額を示している。

また第二項は、地域 j の所得 Y_j に国税率 t_c を乗じたもので、これは、平衡交付金の財源として中央政府が徴収した国税額を示している。第一項から第二項を差し引くことにより、

ネットでの平衡交付金受取額 S_j が得られる⁽¹⁾。

つまり (2) 式は、所得の全国平均値 \bar{Y} と地域 j の所得水準 Y_j との差によって生じる、地方自治体財政からの便益の均等化を意図した財政調整制度の姿を示している。

一方 (3) 式は、地域 k における所得 Y_k に国税率 t_c を乗じたもので、これは平衡交付金の財源としての支払額を示している。地域 k の住民は平衡交付金を受け取ることはできないため、住民個人の平衡交付金収支は支払い超過（符号はマイナス）となる。

そこで、当該国で必要とされる平衡交付金は、

$$\bar{t}_i \sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j = t_c \sum_i Y_i N_i \quad (4)$$

となる。

(4) 式の左辺は、各地域において必要とする平衡交付金額を集計したものであり、当該国の平衡交付金総額を示している。

一方右辺は、国内の総所得 $\sum_i Y_i N_i$ に国税率 t_c を乗じたもので、これは、平衡交付金の財源として全国から徴収される国税総額を示している。

ここで、(4) 式を国税率 t_c について解くと、

$$t_c = \frac{\bar{t}_i \sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \quad (5)$$

となる。

(5) 式の分子は、国内で必要とする平衡交付金総額、分母は国内の総所得である。したがって (5) 式において、国税率 t_c は、当該国内で必要とされる平衡交付金総額を満たすための国税率として改めて定義できる。

(5) 式を前述の (2) 式、(3) 式にそれぞれ代入すると、

$$S_j = \bar{t}_i \left[\bar{Y} - \left\{ 1 + \frac{\sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} Y_j \right] \quad (6)$$

$$S_k = - \left\{ \frac{\bar{t}_i \sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} Y_k \quad (7)$$

となる。

定義より、平衡交付金受取地域 j の所得 Y_j は、所得の全国平均値 \bar{Y} よりも低いことから、

(1) ここでは、平衡交付金の受取地域、非受取地域の区別なく、一旦中央政府が平衡交付金の財源として全ての国民から国税を徴収し、その後該当する地域に対してのみ平衡交付金を配分するといった制度を想定している。したがって、受取地域におけるネットの平衡交付金受取額は (2) 式が示すように、平衡交付金受取額から国税支払額を引いた額となる。

$$\frac{\sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} > 0 \quad (8)$$

となるので、(6)式より、ネットでの平衡交付金受取額 S_j は、当該地域の所得水準 Y_j が低いほど、また地方所得税率の全国平均値 \bar{t}_i が高いほど、多くなることになる⁽²⁾。

(3) 地方分権と整合的な財政調整制度

本節では、所得水準 Y_j の低い地域ほど地方自治体の財政力が弱く、地方公共サービスの供給水準が低いという想定に基づいている。つまり、ここで検討した財政調整とは、地方自治体財政からの便益の均等化を目的とした政策であると理解できる。

したがって、所得水準 Y_j の低い地域ほど、ネットの平衡交付金受取額 S_j が大きいということは、政策の意図を反映した制度が構築されていることを示している。

これを中央政府からみた場合には、平衡交付金受取地域 j の所得水準 Y_j 、地方税率 t_j (あるいは平均地方税率 \bar{t}_i) は、ともに操作できない変数であることから、財政調整を通じて地方自治体に対する中央統制を強化する余地は少ない。

一方、住民にとっては、所得水準 Y_j を低下させる、あるいは地方税率 t_j を引き上げることで、ネットの平衡交付金受取額 S_j を既に享受している以上に増加させたいという誘因はなく、財政調整制度が肥大化する可能性は低い⁽³⁾。

本節での検討結果は、地方公共サービスの供給と地方税負担の決定を地方自治体に委ねることで、地方分権を阻害することなく、一定水準の地方公共サービスの提供を担保することは可能であることを示している。

このような財政調整は、個人の財政収支の観点で見れば、財政からの便益の均等化を通じた所得再分配と類似の結果をもたらす点には留意すべきである。前述のとおり、本論では財政調整を個人所得の再分配と同一視してはいないが、中央政府の政策として公平性の観点から個人所得水準の均等化を図るという政策自体は否定されるものではない。

その意味では、財政調整とは、地方自治体財政からの便益の均等化を図ることで、実質的な意味で個人所得の水準を均等化する政策として捉え直すこともできる。

4. 地方財政制度と財政調整の関係

(2) 平衡交付金受取額がネットでゼロ ($S_j = 0$) となる地域については、

$$\bar{Y} = \left\{ 1 + \frac{\sum_j (\bar{Y} - Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} Y_j$$

という条件を満たす必要がある。定義より $(\bar{Y} - Y_j) > 0$ であることから、平衡交付金受取額がゼロとなる地域の所得水準は、当該国内の平均所得水準よりも低いことになる。

(3) 交付金受取地域の増税は、地方税率の全国平均値 \bar{t}_i を上昇させるが、その上昇幅 $\Delta \bar{t}_i$ は、当該地域の増税幅 Δt_j より小さいと考えられる ($\Delta t_j > \Delta \bar{t}_i$)。したがって、

$$\Delta t_j Y_j > \Delta S_j$$

となり、増税額の方が平衡交付金受取額の増加分よりも大きくなることから、住民の財政収支は悪化する。

(1) ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給と財政調整

前節で検討した財政調整制度の特徴は、地方公共サービスの供給と税負担の決定を、それぞれの地方自治体に委ねながら、財政上の能力格差を縮小させ、住民に対して一定水準以上の行政サービスの提供を可能とすることにある。

一方、現実にはわが国のように、財源ばかりでなく支出の内容、各種の施策を実行する権限に至るまで、中央政府の監督が細部に行き届いた、中央集権的な地方財政制度も存在している。

このような国における国民の多くは、公共サービスに対する選好の個人差は、小さいという感覚を有していると考えられる。そして、地方公共サービスについても国内全ての地域で同水準の公共サービス、いわゆるナショナル・ミニマム・スタンダードを享受することにより利益を得ると期待するであろう。

その結果、地方公共サービスは画一的で、地域差はほとんど無いように供給されるものと予想される。

こうした状況では、中央政府(中央省庁・官僚機構)は、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給を実現するため、地方自治体に対してイニシアティブを行使することになる。国民は、ナショナル・ミニマム・スタンダードの実現を保証するような中央政府の指導力の発揮を歓迎するであろう。

さらに、一部の地方公共サービスについては、それを提供する地方自治体の所管地域を越えて国内全域に広く利害を及ぼすため、中央政府がその費用を負担すべきであるという意見が主張されることも考えられる。

結果として、地方自治体が中央政府の指定する活動を引き受けることや、中央政府が奨励あるいは実現を希望する政策や事業の実施を条件として、地方自治体へ財源が提供されることになる。

中央政府によるこれらの政策は、地方公共サービスの相対価格の変化を生じさせることになる。競合するいくつかの地方公共サービスの選択に際して、中央政府からの財源による代替効果が作用し、中央政府が実施を迫る地方公共サービスは、ほとんどの地方自治体で実施されることになる。結果として中央政府の指導は実を結び、その意図する政策が実現するであろう。

(2) 地域間の財政力格差と財政調整

ここで問題となるのは、中央政府が提供する財源だけでは事業の実施に十分でない場合、地方自治体は不足する財源を独自に確保する必要が生じることである。

しかし、全ての地方自治体が事業を実施するのに十分な財政力を有している訳ではない。財源確保のためには地方税率の引き上げを必要とする地方自治体も少なからず存在するはずである。

これら「貧困」地方自治体は、中央政府が実施を割り当てた事業について、当該地域の住民の負担増加を回避あるいは抑制しながら実施するために、中央政府に対して追加的な援助を要求すると考えられる。

ここに至って、当該国内の全ての地方自治体が標準的な地方税率を採用するだけで、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給が実現するように、中央政府が地方自治体の財

政力の格差を縮小するための資金を提供するといった制度が構想されることになる。

それは例えば、地方自治体間の財政力の格差を是正することを目的とする、わが国の地方交付税制度のような「平衡交付金」といった制度である。このような制度では、わが国で見られるような「基準財政需要額」、「基準財政収入額」といった交付金の配分基準もあわせて求められることになる。

ここでは、基準財政需要額を、ある地方自治体においてナショナル・ミニマム・スタンダードを供給するために必要な財政支出額とする。一方、基準財政収入額は、当該地方自治体の支出総額に占める基準財政需要額の割合（算定率）を想定し、標準的な地方税率によって得られる地方税収入にその割合（算定率）を乗じて導出されるものとする。そして、その基準財政需要額と基準財政収入額との差額を「財源不足額」として、地方自治体へ平衡交付金が交付されるという制度を想定する。

こうした地方財政調整制度を前提とすれば、各地方自治体にとっては、基準財政需要額の引き上げを中央政府に要求することが合理的な戦略となる。

地方自治体による基準財政需要額の引き上げ要求は、平衡交付金総額に占める自らのシェア拡大を目指す活動であるが、全ての地方自治体が同様の活動を行うならば、結局は平衡交付金総額を拡大する要求へと至ることになる。

中央政府は対応可能な財源がある限りにおいては、平衡交付金総額の増額要求に応じるであろうが、もちろんそれには限界がある。

中央政府にとっては、例えば基準財政収入を引き上げること、すなわち基準財政需要を賄うために地方税収入を振り向ける割合（算定率）を引き上げることで、交付額を抑制することが可能である。

各地方自治体が行う地方財政活動には、基準財政需要として想定する財政支出の他に、各地域固有のニーズに対応するための地方財政支出がある。しかし、平衡交付金の交付額を抑制するためにその算定率を引き上げるということは、地方財政支出のほとんどが、基準財政需要をカバーするために支出されるという事態を招くことになる。こうした結果は、地方財政の支出・収入の両面で中央政府による統制が強化されることに他ならない。

5. 中央集権のもとでの財政調整の効果

以下では、前節で想定したような中央集権的な地方財政制度における財政調整の効果について、3節のモデルを修正して検証してみたい。

(1) モデルの前提

3節で検討した地方分権地方財政制度における財政調整の特徴は、各地域における地方公共サービスの供給と税負担の決定を、それぞれの地方自治体に委ねながら、財政上の能力格差を縮小させ、住民に対して一定水準以上の行政サービスの提供を可能とすることにある。

そこで本節では、完全な地方分権地方財政制度と対照的な、わが国のような中央集権的な地方財政制度における財政調整を検討し、中央統制との関係について考察する。

これまでと同様、論旨を明確にするために以下のような前提をおく。

- ①中央政府と地方自治体の二段階の政府組織が存在している。
- ②中央政府（国会の多数派及び中央省庁・官僚機構）は、中央・地方の財政関係を通じて、目標とする公共サービス（ナショナル・ミニマム・スタンダード）を供給する。
- ③ここで想定する国家では、地方で提供される公共サービスであっても、その水準について、民主主義的な手続きを経て選出された議員により構成される国会での承認を必要とする。一方、実際の行財政運営は中央省庁と官僚機構が担っており、国会と一体的に中央集権的な地方行財政制度を形成している。
- ④中央政府は、各地方自治体が独自に供給する公共サービスを含めて、各地域において提供される公共サービスの供給水準を均等化するために平衡交付金を支出する。
- ⑤単純化のため、国税、地方税ともに個人にかかる比例所得税のみとする。なお、国税については平衡交付金の財源としてのみ徴収されるものとする。
- ⑥各地方自治体は、支出の内容、地方税率について独自の決定権を有しておらず、中央政府が計画するナショナル・ミニマム・スタンダードの供給を担う機関として位置付けられる。

(2) 中央集権のもとでの財政調整の効果

本節で利用する記号は以下のとおりとし、全て住民一人当たりの水準を示している。

- ・ Y_i : 地域 i における住民一人当たりの所得水準
- ・ N_i : 地域 i の総人口
- ・ B_i : 地域 i における住民一人あたりの基準財政需要額
- ・ G_i : 地域 i における住民一人当たり財政支出額
- ・ S_i : 地域 i におけるネットの住民一人当たり平衡交付金受取額
- ・ t_s : 住民一人当たりの標準地方所得税率
- ・ t_c : 平衡交付金の財源とするために中央政府が国税として課税する住民一人当たりの所得税率
- ・ t_r : 各地方自治体の基準財政収入額を導出するための算定率

本節で想定する平衡交付金の仕組みは以下のとおりである。

まず、ある地域 i の地方自治体において、ナショナル・ミニマム・スタンダードを供給するために必要な財政支出額を基準財政需要額 B_i とする。

一方、地方自治体にはナショナル・ミニマム・スタンダードの供給が義務付けられており、財政支出総額のうち一定割合を支払う必要がある。このことは、地方税収入の一定割合が、ナショナル・ミニマム・スタンダード供給の財源となることを意味している。

ここで想定する基準財政収入額を導出するための算定率 t_r は、まず地方財政支出に占める基準財政需要額の割合（例えば75%）を求め、標準的な地方税率にその割合を乗じることで導出される。

したがって、基準財政収入額は当該地域の住民一人当たり所得 Y_i にこの算定率 t_r を乗じることで求められる。

平衡交付金の交付基準は、基準財政収入額 $t_r Y_i$ が基準財政需要額 B_i を下回る場合であ

り,

$$B_i > t_r Y_i \quad (9)$$

となる。

つまり、中央政府が決定する基準財政需要額 B_i よりも、基準財政収入額 $t_r Y_i$ が低い地方自治体に対して、住民に対する比例所得税により徴収された財源をもとに中央政府から平衡交付金が交付され、そのギャップを埋めるという制度を想定している。

地方自治体の総数は n 個存在し、うち m 個の地方自治体は平衡交付金の交付基準である (9) 式を満たしているものとする (ただし、 $\frac{n}{2} > m$)。

このような前提を踏まえて、以下では、中央集権地方財政制度における財政調整の効果を分析する。

まず、地域 i における財政支出 G_i は、

$$G_i = t_s Y_i + S_i \quad (10)$$

ただし、 $i = 1, 2, \dots, m, m+1, \dots, n$

となる。これは地域 i における地方税額 $t_s Y_i$ に、ネットの平衡交付金受取額 S_i を加えたものである。

ここで定義より、平衡交付金を受け取ることができる地域 j と、その財源を供出する地域 k に分類され、その受取額 S_j 及び支払額 S_k はそれぞれ、

$$S_j = B_j - t_r Y_j - t_c Y_j \quad (11)$$

ただし、 $j = 1, 2, \dots, m$

$$S_k = - t_c Y_k \quad (12)$$

ただし、 $k = m+1, \dots, n$

となる⁽⁴⁾。

(11) 式より、平衡交付金受取地域 j において、基準財政需要額 B_j から、地域 j の基準財政収入額 $t_r Y_j$ 及び平衡交付金の財源として徴収される国税額 $t_c Y_j$ を差し引くことで、ネットの平衡交付金受取額 S_j が導かれる。

一方 (12) 式より、地域 k の所得 Y_k に国税率 t_c を乗じたもので、平衡交付金会計への支払額が導かれる。定義より、地域 k の住民は平衡交付金を受け取ることはできないため、住民個人の平衡交付金収支は支払い超過 (符号はマイナス) となる。

そこで、この国で必要とされる平衡交付金は、

(4) ネットでの平衡交付金受取額がゼロとなる地域は、(11) 式より、

$$B_j - t_r Y_j = t_c Y_j$$

と示すことができる。ここで定義より $t_c \neq 0$ であるから、 $B_j > t_r Y_j$ となる。したがって、ネットでの平衡交付金受取額がゼロとなるのは、基準財政需要額 B_j が基準財政収入額 $t_r Y_j$ を上回っている地方自治体となる。

$$\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j = t_c \sum_i Y_i N_i \quad (13)$$

となる。

(13) 式の左辺は、地域jにおける平衡交付金の必要額（基準財政需要額 B_j と地方税額 $t_r Y_j$ の差）の全国合計であり、平衡交付金総額を示している。

一方右辺は、国内の総所得 $\sum_i Y_i N_i$ に国税率 t_c を乗じたもので、これは、平衡交付金の財源として全国から徴収された国税総額が示されている。

ここで、(13) 式より、

$$t_c = \frac{\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \quad (14)$$

となる。

(14) 式の分子は平衡交付金総額、分母は国内の総所得である。したがって(14) 式において、国税率 t_c は、当該国内で必要とされる平衡交付金総額を充足するための税率として改めて定義される。

この(14) 式を(11) 式、(12) 式にそれぞれ代入すると、

$$S_j = B_j - \left\{ t_r + \frac{\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} Y_j \quad (15)$$

$$S_k = - \left\{ \frac{\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} Y_k \quad (16)$$

となる。

ここで(9) 式より、交付金受取地域jの基準財政収入額 $t_r Y_j$ は、基準財政需要額 B_j よりも低いことから、

$$\left\{ t_r + \frac{\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \right\} > 0 \quad (17)$$

となる。

したがって(15) 式より、地域jの住民が受け取る平衡交付金交付額は、基準財政需要額 B_j が大きいほど、基準財政収入額 $t_r Y_j$ が小さいほど、また所得水準 Y_j が低いほど大きくなる。

基準財政収入額 $t_r Y_j$ を縮小するには、算定率 t_r を引き下げる必要があるが、その結果は、

(14) 式で示すとおり平衡交付金の財源である国税率 t_c の引き上げを招く。

このことは、(16) 式より、平衡交付金の財源を供出する地域 k に属している地方自治体から、平衡交付金受取地域 j の地方自治体への配分額を増大させることになる。

ここで、平衡交付金受取地域 j の財政支出 G_j は、(10) 式、(11) 式より、

$$G_j = B_j + \{ (t_s - t_r) Y_j - t_c Y_j \} \quad (18)$$

となる。

(18) 式の右辺第二項は、地方税収入 $t_s Y_j$ から、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給に必要となる基準財政収入額 $t_r Y_j$ と、平衡交付金の財源である国税支払額 $t_c Y_j$ を引いたものである。これは、平衡交付金受取地域 j において、地域固有のニーズに基づく地方公共サービスを提供するための財源を示している⁽⁵⁾。

一方、平衡交付金の財源を供出する地域 k の地方自治体における、平衡交付金財源へのネットの支出額 G_k は、(10) 式、(12) 式より、

$$G_k = t_s Y_k - t_c Y_k \quad (19)$$

となる。

本節の想定では、地域 k の地方自治体においても、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給は義務付けられている。そこで、地域 k における地方税額 $t_s Y_k$ から、ナショナル・ミニマム・スタンダードを達成するために必要な地方支出（基準財政需要額 B_k ）を引いたものを、当該地方自治体の余裕財源 R_k とすれば、

$$R_k = t_s Y_k - B_k \quad (20)$$

と定義できる。

この(20) 式を、地方税額 $t_s Y_k$ について整理すると、

$$t_s Y_k = B_k + R_k \quad (21)$$

となり、(21) 式を(19) 式に代入して整理すると、

$$G_k = B_k + (R_k - t_c Y_k) \quad (22)$$

となる。

(22) 式の右辺第二項は、余裕財源 R_k から平衡交付金の財源となる国税支払額 $t_c Y_k$ を引いたものである。これは、平衡交付金の財源を供出する地域 k の地方自治体において、地

(5) ここでは、(18) 式の右辺第二項が正となるように、標準地方所得税率 t_s が十分に大きいと仮定している。仮に右辺第二項が負とすると、平衡交付金受取地域 j に属している地方自治体の平衡交付金を含む収入総額は、基準財政需要額を賄うことができず、当該国内では平衡交付金制度は機能しないことになってしまう。

域固有のニーズに基づく地方公共サービスを提供するために支出される地方財政支出額を示している。

(3) 財政調整を通じた中央統制強化のプロセス

平衡交付金受取地域 j の住民の主たる関心は、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給水準に照らして、自身が受け取る地方財政からの便益がどうであるかという点に向けられるであろう。

したがって、平衡交付金受取地域の地方自治体の首長や住民にとっての合理的な戦略は、現行の地方公共サービスの供給水準が何らかの理由（過疎、寒冷地等）で「不十分」であることを主張し、中央政府にシヨナル・ミニマム・スタンダードの供給水準の引き上げを通じて、当該地域における平衡交付金受取額 B_j の増大、あるいは平衡交付金総額に占める当該地域の受取額のシェア拡大を求めることになる。

一方、平衡交付金を受け取らない地域 k の地方自治体の首長や住民は、中央政府に対して平衡交付金の交付基準の見直しを働きかけ、自らも平衡交付金受取地域の地方自治体グループに入ることができるように努めるであろう。

上記のいずれの行動も、中央政府にナショナル・ミニマム・スタンダードの供給水準、あるいは地方財政調整制度の見直しを求めるものであり、結果として地方自治体の活動に対する中央統制の強化を招くことを意味する。

一般に中央政府を構成する中央省庁・官僚機構は、各種ハードの整備を行う「事業官庁」と、公共サービスに関する国内計画の立案を行う「計画官庁」の二つに大別される。前者は自らの事業を実施するために予算確保・拡充を図ろうとし、後者は自ら事業を実施するのではなく、地方自治体に財源を提供し、事業実施を引き受けさせるとともに、地方自治体の活動を統制することを目指して行動する。

本論で想定する平衡交付金制度を前提とすれば、地方自治体の財政力は向上するとともに平準化しており、多くの地方自治体において、住民に対して追加的な地方税負担無しに、新たな地方公共サービスを供給することができるであろう。

そうであれば、計画官庁はその企図する計画を各地方自治体の実施するように誘導することは容易であると考えられる。

前述のとおり(14)式から、

$$t_c = \frac{\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j}{\sum_i Y_i N_i} \quad (14)$$

平衡交付金の必要額 $\sum_j (B_j - t_r Y_j) N_j$ の増大は、国税率 t_c の引き上げを必要とする。

しかし、平衡交付金の財源 $t_c \sum_i Y_i N_i$ は、中央政府予算の一部であり、その増大（国税率 t_c の引き上げ）には限界がある。

仮に国税率 t_c を一定とする条件のもとで、なお基準財政需要額 B_j の引き上げを図るとすれば、基準財政収入を算定するための地方税率 t_r を引き上げる必要がある。

前述の(18)式から、

$$G_j = B_j + \{ (t_s - t_r) Y_j - t_c Y_j \} \quad (18)$$

基準財政収入額を算定するための地方税率 t_r の引き上げは、独自の地方公共サービスを提供するための財源を縮小させることを意味している。

平衡交付金受取地域 j の地方自治体の財政支出は、主として基準財政需要を充足するための支出により構成され、結果として、更なる中央集権化が促進されることになる。

一方、平衡交付金の財源供出地域 k においては、ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給水準の引き上げによる基準財政需要 B_k の増大と、それに付随する国税率 t_c が上昇することで影響を受ける。

まず基準財政需要 B_k の増大は、(20)式より、

$$R_k = t_s Y_k - B_k \quad (20)$$

余裕財源 R_k の縮小を招くことになる。

一方、国税率 t_c の上昇は、(22)式で示すとおり、

$$G_k = B_k + (R_k - t_c Y_k) \quad (22)$$

右辺第二項部分である、地域 k の地方自治体における、独自の地方公共サービスの提供を縮小させることになる。

このように、中央集権地方財政制度のもとで実施される財政調整は、地方公共サービスの供給能力に関する地域間格差を縮小させる効果を有しているものの、その配分基準や配分方法の操作を通じて中央統制が強化され、中央政府の企図する計画の実現を地方団体に徹底させる手段になると考えられる。

つまり、地方財政と中央財政が一体的に運営され、地方自治体の判断による独自の財政運営は存在せず、それぞれがいわば車の両輪のようなものとして運営されていることを意味している。これはまさに今日のわが国の地方財政の姿そのものであり、中央財政と地方財政は不可分の関係にあることを表している。

6. 財政制度の選択と地方分権

(1) 地方財政制度の現実

前節で検討したタイプの平衡交付金は、当該国内の全ての地方自治体における地方公共サービスについて、ナショナル・ミニマム・スタンダードを実施させる機能を有している。

ひとたびその制度が導入されるならば、各地方自治体の首長や地方官僚、さらに住民は、平衡交付金制度の拡張を追求することになる。そして、これらのプロセスを通じて、ほぼ同水準の地方税制度と同内容の地方歳出(地方公共サービス)が、当該国内に普及すると想定される。

この状況に至れば、各地方自治体の財政活動(各地域で提供される地方公共サービス)は、個人の居住地選択や企業の立地選択に対して中立的なものとなる。個人や企業は、私的な活動を通じた所得水準の向上によって、自らの効用を最大化しようとするであろう。その結果、人口や産業が大都市圏へと集中することになると考えられる。

人口や企業の特定地域への集中が一定規模を越えれば、混雑や公害といった外部不経済を発生させることになる。当該地域では、それら不経済を緩和あるいは解消するように、地方公共サービスに対する住民の特別なニーズが生じることになる。

当該地域の地方自治体の首長や地方官僚は、これら特別なニーズに対処する必要があるが、中央集権地方財政制度(標準的な地方税率や画一的な地方財政支出)のもとでは、そうしたサービスを提供することはできない。そこで、当該地方自治体では特別なニーズに対処するため、追加的な税負担を住民に求めることになる。当該地域の住民や企業は、その追加的な税負担との関連で、提供される地方公共サービスの有用性を評価することになる。

このように、中央集権地方財政制度において、地方公共サービスはある状況まで画一化・標準化が進行すると考えられるが、地方自治体の裁量に基づく地方公共サービスの提供が完全に無くなる訳ではない。中央集権地方財政のもとであっても、時間の経過や状況の変化により、地方公共サービスの画一化・標準化とは逆の方向に進むこともあり得る。

その意味では、地方分権地方財政制度に比べれば地方分権の「程度」は小さいかもしれないが、中央集権地方財政制度であっても、地方自治体の裁量の余地は存在している。

現実には、完全な中央集権と地方分権の中間に存在しているのであり、そうした現状認識に立てば、中央集権システムのもとであっても、地方分権地方財政制度の構築に向けた取り組みは可能と言える。

(2) 地方財政制度の選択

地方財政制度の選択は、民主主義の政治制度のもとでは、政治過程を通じて決定されることになる。ナショナル・ミニマム・スタンダードであれ、基準財政需要額であれ、その内容を規定するのは政治過程である。

政治過程のアクターである政治家は、自己の選挙区に有利となるような制度の構築や、既存の制度を利用してより多くの資金を自己の選挙区に誘導することを試みるであろう。

このように政治家は自己の選挙区への利益誘導を通じて再選の可能性を高めるといった活動を行うと予想されるが、それは政治家として合理的な行動と言える。

当該政治家が自己に有利な制度を構築するには、議会において「多数派」を形成する必要がある。そこで、自らの選挙区を含めて、その制度によりメリットが生じると予想される選挙区出身の政治家とともに、多数派の形成を目指すことになる。ここでの政治決定ルールが単純多数決に基づくものであれば、彼らが目指すところは「過半数」の獲得である。

一方、政治過程で決定された制度の運用を担うのは、中央政府の官僚機構である。

彼らにとっては、所属する省庁の「権益」や「権限」の拡大が重要であり、地方財源の配分先がどこかということには関心が薄いと考えられる。むしろ、所属する省庁の利益に合致するならば、前述のような政治家の活動をサポートすることもあり得るだろう⁽⁶⁾。

(6) 公共サービスの供給に関する効率面での評価がない場合、官僚にとって経費削減を行うインセンティブは無く、自己の所属する行政組織の権限や予算の拡大を通じて、自らの給与、地位、影響力等の増大を追求すると

別所(2010)は、財政赤字の発生と政治過程に関する実証研究により、わが国の地方財政の規律維持について検討を行っている。

それによれば、地方自治体では財政赤字バイアスが存在しているものの、地方財政の規律維持の面で、中央政府から地方自治体へ出向する官僚が一定の役割を果たしていると指摘している。

しかし、財政部門を所管する総務担当部長に出向官僚を迎え入れている都道府県では、出向官僚を迎え入れていない都道府県と比べて、地方債残高・総支出が多くなっているとしている。

また、所属省庁別にみると、総務省からの出向官僚は、他省庁からの出向者に比べて、歳出削減や公共投資削減には貢献しているが、それは総務省が監督官庁として、地方自治体の財政行動を統制しようとしているためと推察している。

こうした研究結果をみると、中央集権システムのもとで、政治家や官僚の自己利益を追求する行動が合理的であるならば、運用面でそれを是正することは期待できないとみる方が現実的であろう。

特に、本論で検討した平衡交付金のような所得分配型の財政調整制度は、一般課税として徴収される国税収入を、特定地域に対して差別的に配分する制度に他ならない。こうした制度による所得再分配の究極は、多数による少数の搾取であり、多数派を形成する地方自治体群による、少数の豊かな地方自治体からの所得移転の常態化であろう。

本論で想定する政治過程が現実であるならば、こうした極端な政治決定が生じないようにするための改革の対象は、政治過程に参加している各主体の行動ではなく、政治決定のルールや選挙制度であるべきであろう。

(3) 地方分権の実現に向けたわが国の課題

これまでの検討を踏まえると、わが国において地方分権地方財政制度を構築するための改革としては、以下のような方向性が考えられる。

第一に、自己に有利な制度の構築を図る政治家の合理的な活動が多数派の形成だとすれば、そのコストが高くなるように、例えば単純多数決から2/3あるいは3/4といった政治決定ルールへの変更である。

第二に、国会議員の選挙制度の改革が考えられる。周知のようにわが国では、大都市圏と地方圏との間における「一票の格差」が存在している。そしてそのことが、多数派を形成する地方圏の地方自治体群による、少数の豊かな大都市圏の地方自治体からの所得移転を常態化させているとの批判がある。

寺井(2002)は、都市・地方間の一票の格差を是正する国会議員選挙制度改革が、わが国の中央政府による地域間所得再分配政策に与える効果についてシミュレーション分析を行っている。

それによれば、国会議員定数を人口に比例的に配分する選挙区割りの変更は、地域間所得再分配を縮小させる効果があり、そして地域間所得再分配の縮小は再分配前・後の所得をともに上昇させる効果があるとしている。

考えられる(Niskanen [1971])。

さらに、国会議員定数を人口に比例的に配分するように変更しても、それによって過疎地域のように人口の少ない地域が、必ずしも経済的に不利益を被る訳ではないことを指摘している。

こうした研究結果は、財政調整制度の縮小により、そこから得ていた利益が減少したとしても、制度維持コストの削減による所得上昇で相殺できることを期待させるものである。

第三に、中央集権地方財政制度の特質である、地方財政の支出と収入の非対称的な運営の改革が求められる。

前節で検討した中央集権地方財政制度では、全国一律の地方税制度を適用する一方、地方財政支出の面では、各地方自治体の地域構造に応じた差異が許容されている。つまり、一般的な課税による財源をもとに、特定地域へ差別的な利益をもたらすような支出を行う制度となっている。

そこで、特定地域への「差別的な支出」に「差別的な財源」を結び付けること、例えば財政調整の財源として「目的税」を導入することで、そうした状況を変えることができると考えられる。

一般的な租税論の視点では、目的税制度は税収の用途を拘束するため、政府の予算配分の効率性を損ない弾力的な財政運営を妨げることから、好ましい制度ではないとされてきた。これは「目的非拘束の原則」と呼ばれるもので、一般税による財源調達が正当化される根拠となっている。

しかし、ここで直面している問題は、一般税により調達した財源を差別的に利用しようとする弾力的な運用に起因しているのであり、特定の支出に対して特定の税がセットになることで、こうした運用を困難にする効果が期待できる。

納税者である各地方自治体の住民は、当該目的税の導入により、地方公共サービスの供給費用である支払税額と、そこからもたらされる便益とを直接比較することが可能となり、各々の費用・便益の収支計算を通じて、特定地域への差別的な支出に賛同しなくなる可能性がある。

7. おわりに

わが国においては、長年にわたって地方分権の推進が求められながらも、実質的な改革が進まない状況にある。その背景には、本論で検討したように、中央集権地方財政制度に内在する問題があると思われる。

このように考えれば、地方分権地方財政制度への移行には、財政調整制度の修正や運用の見直しといった表層的な改善ではなく、政治決定ルールの見直しといった根源的な課題設定が求められていると理解できる。

そのためには、ナショナル・ミニマム・スタンダードといった標準的な地方行政を縮小させるとともに、地方税を中心とするシンプルな地方財政制度を再構築し、各地方自治体が独自に地方公共サービスを供給できるように裁量の拡大を図る必要がある。

地方税は、当該地域固有のニーズに対して供給される地方公共サービスの対価として、当該地域の住民から徴収されるものである。ナショナル・ミニマム・スタンダードの供給を理由として、地方税収入をそれに振り向けるといった事態は、地方分権の姿とはかけ離

れたものである。

各地域独自の地方公共サービスの供給ニーズは厳然と存在しており、その供給量は中央政府が判断すべきものではない。

仮に国民がナショナル・ミニマム・スタンダードを要求するとしても、その供給のために地方支出をどの程度それに振り向けるかという決定は、各地域の住民の判断に任されるべきである。

標準的な地方行財政からの脱却は、そうした地方独自の取り組みの結果であり、わが国における地方分権地方財政制度を構築するための出発点になるものと考えられる。

最後に今後の課題について触れたい。

本論で想定したモデルは、国税と地方税ともに「所得税」を用いている。

歴史的に見れば、独立期のアメリカをはじめ多くの国々では、当初は土地や家屋に対する税、いわゆる資産税を中心とした地方税体系であった。

地方分権の徹底を提起するならば、財政調整の廃止はもちろん、資産税を中心とする地方税体系を前提としたモデルを構築する必要があると考えられる。

一方、白木(2013)でも指摘したように、現代の先進諸国では、資産税だけでなく、所得税さらには消費に対する税も含んだ地方税体系になっている。

それらの国では、資産税中心から、所得や消費に対する課税を加味した地方税体系へ移行する過程で、中央政府の関与(所得や消費等のデータ提供)を許容してきた経緯があると考えられる。

実際わが国においても、戦後直後の改革において地方分権的な地方行財政制度を目指したものの、結果として中央集権的な制度が形成されるに至った。このようなわが国の経験は、地方行財政制度の公共選択として興味深い。

これらに関して考察するには、例えば、戦後以降にわが国で実施された地方行財政、地方税等の制度改革をフォローする必要があるが、これらは今後の課題としたい。

参考文献

1. 麻生良文(2009)「水平的財政調整制度の役割について」『会計検査研究』No.39, 会計検査院。
2. 白木智昭(2013)「地方自治制度と地方税制度に関する研究」『Research Paper Series』No.63, 千葉商科大学経済研究所。
3. 白木智昭(2015)「地方財政制度と財政調整に関する研究」『Research paper series』No.71, 千葉商科大学経済研究所。
4. 宇田川璋仁(2010)「政治選択と財政の制度選択は連鎖する」『財政研究』第6巻, 日本財政学会。
5. 佐藤主光(2006)「政府間財政関係の政治経済学」『フィナンシャル・レビュー』第82号, 大蔵省財政金融研究所。
6. 寺井公子(2002)「選挙制度改革と地域間所得再分配」『日本経済研究』No. 46, 日本経済研究センター。
7. 林宜嗣(1999)「地方分権と財政調整制度」『経済学論究』第53巻第3号, 関西学院大学。

8. 別所俊一郎 (2010)「財政規律とコミットメント」『会計検査研究』No.42, 会計検査院。
9. 三井清 (2002)「地方財政調整政策と時間的整合性」『研究所年報』第19号, 明治学院大学産業経済研究所。
10. 持田信樹 (2007)「日本の政府間財政」『格差社会と財政』(日本財政学会編)有斐閣。
11. Buchanan, J. M. (1950) “Federalism and Fiscal Equity.” *American Economic Review*, Vol.40, No.4.
12. Buchanan, J. M., (1974) Who Should Distribute What in a Federal System?” in H. Hochman and G. Peterson eds., *Redistribution through Public Choice*, Columbia University Press.
13. Musgrave, R. A. (1961) “Approaches to a fiscal theory of political federalism,” in *Public finances: Needs, Sources, and Utilization*, Princeton University Press.
14. Niskanen, W. A. (1971) *Bureaucracy and Representative Government*, Aldine-Atherton.

(2016.1.20 受稿, 2016.2.22 受理)

〔抄 録〕

わが国では、長年にわたって地方分権の推進が求められながらも、実質的な改革が進まない状況にあるが、その背景には、中央集権的な地方財政制度に内在する問題があると考えられる。

本論では、わが国の地方財政の状況を念頭におきながら、中央集権的な財政調整制度が地方財政制度にどのような影響をもたらすのかを検討した。

地方分権が成立している状況と対比する形で、中央集権的な地方財政制度のもとで行われる財政調整の効果について考察したところ、わが国のような中央集権的な地方財政制度は、地方財政に対する中央統制を強化する可能性があることが明らかになった。

地方分権地方財政制度への移行には、財政調整制度の修正や運用の見直しといった表層的な改善ではなく、政治決定ルールの見直しといった根源的な課題設定が求められている。

そのためには、ナショナル・ミニマム・スタンダードといった標準的な行政を縮小させるとともに、地方税を中心とするシンプルな地方財政制度を再構築し、各地方自治体が独自に地方公共サービスを供給できるように裁量の拡大を図る必要がある。

〔論 説〕

労働者健康福祉機構の虚偽報告事件の事例研究

—「天下り」問題を中心に—

樋口 晴彦

キーワード: 組織不祥事, リスク管理, 障害者福祉, 天下り, 独立行政法人

はじめに

本稿は、独立行政法人労働者健康福祉機構（以下、「独立行政法人」を略す）が長年にわたり虚偽の障害者雇用状況報告書を提出していたという障害者雇用促進法違反事件に関する事例研究である。

本事件の背景として、天下り人事が労働者健康福祉機構の組織体質に悪影響を及ぼしていた問題が認められた。そこで、本研究では、天下りに関する先行研究を集約した上で、天下りの弊害について、【類型Ⅰ】天下り幹部の主体性の喪失と従属意識、【類型Ⅱ】天下り幹部の近視眼的姿勢、【類型Ⅲ】プロパー社員の思考停止の3類型に整理し、これらに共通する組織体質を「天下りによって醸成された無責任体質」と総括した。

本事件を誘発した原因メカニズムとしては、虚偽報告の開始と継続、そして障害者雇用の是正対策の遅れに関して「天下りによる無責任体質のリスク」、関係者が不正行為に対して心理的抵抗を感じなくても済むように自己正当化していた問題に関して「不正行為の自己正当化のリスク」の2類型を抽出した。

1. 事件の概要⁽¹⁾

労働者健康福祉機構は、旧労働福祉事業団を母体として、「独立行政法人労働者健康福祉機構法」に基づき2004年に設立された厚生労働省所管の独立行政法人である。

同機構の主たる事業は、労災病院(30箇所)、吉備高原医療リハビリテーションセンター、総合せき損センター、労災看護専門学校(9箇所)、治療就労両立支援センター(9箇所)、産業保健総合支援センター(47箇所)等の施設運営である。2014年4月時点の体制は、正規職員15,795人(役員7人を除く)、嘱託職員3,936人であった。また、2013年度の経常収益は306,220百万円、経常費用は308,755百万円、当期総利益は4,014百万円の赤字であった。

1.1 障害者雇用促進制度

障害者雇用促進法は、「身体障害者又は知的障害者の雇用義務等に基づく雇用の促進等のための措置、職業リハビリテーションの措置その他障害者とその能力に適合する職業に

(1) 労働者健康福祉機構では、本事件の真相を究明して再発防止策を講ずるために「第三者委員会」を設置して調査・検討に当たさせた。本稿における事実関係の認定は、主として同委員会の調査報告書(以下、「第三者委員会(2014)」とする)に依拠している。

就くこと等を通じてその職業生活において自立することを促進するための措置を総合的に講じ、もつて障害者の職業の安定を図ること」(第1条)を目的とする法律である。

同法は、「すべて事業主は、身体障害者又は知的障害者の雇用に関し、社会連帯の理念に基づき、適当な雇用の場を与える共同の責務を有するものであつて、進んで身体障害者又は知的障害者の雇入に努めなければならない」(第37条)と規定し、毎年6月1日時点の障害者の雇用数や実雇用率(常用雇用障害者数を常用雇用労働者数で除したもの)などを記載した「障害者雇用状況報告書」を公共職業安定所に提出するとともに、障害者の実雇用率を法定雇用率以上にすることを事業者⁽²⁾に義務付けている。

2014年時点での法定雇用率は、一般事業主が2.0%、国・地方公共団体・特殊法人(独立行政法人含む)が2.3%であった。特殊法人の法定雇用率が民間企業よりも高く設定された理由は、「特殊法人は、国や地方公共団体の事業を効率的に行うために設立されたものであって、その財産的基盤も国や地方公共団体に置いているので、率先して障害者の雇用を促進すべき立場にある」(第三者委員会(2014), 7頁。傍点筆者)とされている。

1.2 虚偽報告の状況

2014年8月22日、労働者健康福祉機構の甲総務部長は、同26日に予定されていた厚生労働省独立行政法人評価委員会に備えて勉強する過程で、同機構における障害者雇用状況について乙人事課長に質問した。これに対して乙人事課長は、実際には法定雇用率を未達成にもかかわらず、達成したように偽装した虚偽の障害者雇用状況報告書を提出していたと回答した。それを受けて調査が行われた結果、少なくとも資料が残存していた期間(2004年度⁽³⁾から2014年度)について、虚偽報告を続けていた事実が判明した。

法定雇用率の達成を偽装する手法としては、障害者雇用率の分母となる常用雇用労働者数については嘱託職員を除外した「定員数」を計上し、分子の常用雇用障害者数については実際よりも水増ししていた(表1参照)。2012年以前の実際の障害者雇用率は1%未満であり、法定雇用率との乖離が非常に大きい。この点について、第三者委員会報告書格付け委員会の塩谷善雄委員は、「障害者雇用のために組織的努力を重ねたものの、目標に届かなかったため、少しばかり数字を操作した、といった程度の偽装ではない。機構ははじめから、組織的な取り組みをほとんど行わず、架空の虚偽数字を創作・公表することで、世を欺いてきた。そこには、極めて深刻な倫理崩壊がある」(第三者委員会報告書格付け委員会(2015), 11頁)と批判した。

2014年11月、川崎公共職業安定所は、障害者雇用促進法第86条第1号違反(虚偽報告)

-
- (2) 法定雇用率未達成の事業者からは障害者雇用納付金を徴収する納付金制度も設けられているが、労働者健康福祉機構のような特殊法人は同制度から除外されている。
- (3) 第三者委員会(2014)によると、2003年以前については、紙媒体あるいは電子データの記録を確認できなかったが、「ヒアリングの結果によれば、遅くとも平成12年頃には既に継続的に虚偽報告が行われていたことが認められる。(中略) ①平成16年の実際の障害者雇用率は0.57%であつて、法定雇用率(2.1%)との差が相当にあるため、平成16年に近い時点では法定雇用率を達成していたとは考えられないこと、②平成16年より前において障害者雇用率が大きく変動したことを推認させる事実(多くの障害者の退職等)も見あらず、平成16年より前において急激に障害者雇用率が低下したとは考えられないことなどからすれば、機構においては、相当以前から、障害者雇用率の未達成及び虚偽報告が継続していたものと推認される」(同18頁)とのことである。

表1 報告状況の推移

(単位: 人, %)

		2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
常用雇用労働者数	実数	15,933	15,675	15,927	16,222	16,050	16,406	16,749	18,293	18,858	19,473	19,841
	報告数	13,745	13,707	13,706	13,888	13,859	13,993	14,251	15,223	16,242	16,825	18,032
障害者数	実数	40	35	34	42	40	49	60	71	91	148	186
	報告数	139	136	139	137	133	137	146	171	181	205	224
障害者雇用率	実数	0.57%	0.50%	0.47%	0.56%	0.53%	0.69%	0.82%	0.77%	0.93%	1.42%	1.76%
	報告数	2.16%	2.11%	2.13%	2.12%	2.10%	2.11%	2.22%	2.10%	2.12%	2.32%	2.32%

(第三者委員会(2014), 別紙5)

の容疑で同機構と元理事など3人⁽⁴⁾を横浜地検に告発した。2015年3月、横浜簡裁は、労働者健康福祉機構に罰金30万円、3人にそれぞれ罰金20万円の略式命令を言い渡した。また、同機構では、現・元理事長を始めとする36人(うち退職又は退任者14人)に対して、報酬の一部自主返納や停職などの処分を実施した⁽⁵⁾。

2. 事件の特徴

本事件の特徴として、労働者健康福祉機構の歴代の人事担当者が関与していたこと、首謀者が存在しなかったこと、厚生労働省からの出向者やOBが関与していたこと及び障害者雇用の是正対策が遅れていたことの4件が認められる。

2.1 歴代の人事担当者の関与

労働者健康福祉機構の組織図では、理事長の下に本部と各施設が配置されている。本部は、総務部、職員部、経理部、医療企画部、医療事業部、産業保健・賃金援護部、内部監査室、経営企画室から構成されている。

障害者雇用状況報告書の作成業務は総務部人事課が所管しており、人事課人事班の班員が原議書を起案し、主査、人事班長、人事課長、総務部次長、総務部長の順に決裁が行われていた。本報告書の最終決裁権者は総務部長であり、理事長あるいは理事の決裁は必要とされなかったが、総務担当理事に対して説明あるいは相談を行うことが少なかった。

第三者委員会の調査によると、表2に示すとおり、歴代の人事担当者のほとんどが虚偽報告を認識していた。その事情としては、「(本報告書の決裁は、)基本的には持回り決裁方式により行われていた。その理由は、起案担当者らは、決裁者に対し、実態と異なる虚偽報告を行うことを説明した上で、決裁を得る必要があると考えていたことによる」(第三者委員会(2014), 15頁)とされる。

(4) 元理事(2012年の虚偽報告に関与)、元総務部長(2012年の虚偽報告に関与)、前総務部長(2013年の虚偽報告に関与)の3人。なお、障害者雇用促進法第86条違反の罰則は30万円以下の罰金で公訴時効は3年であるため、2011年以前の虚偽報告については刑事責任を追及できなかった。

(5) 処分者の中には、大臣官房審議官(前総務部長)、長崎・和歌山・滋賀の労働局長(前二者は元総務部長、後者は元人事課長)など厚生労働省からの出向者やOB計14人が含まれていた。ちなみに、厚生労働省でも、彼らに対して減給や更迭などの処分を実施した。

表2 関係者の認識状況

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
総務担当理事	認識					否認		遅くとも2012年には認識		否認	
総務部長	遅くとも2006年には認識			認識			認識		認識	認識	
総務部次長	認識	否認	認識				遅くとも2011年には認識		認識	認識	認識
人事課長	認識	認識			(入院のため 決裁せず)	認識		認識		認識	認識
人事班長	認識		認識		認識			認識		認識	
主査	記憶なし	認識		認識		認識		認識		認識	認識
起案担当者	認識	認識		認識	認識	認識		認識		認識	

* 枠が結合されているのは同一人物。(第三者委員会(2014)に基づき筆者作成)

表3 厚生労働省出身者の就任状況

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
理事長	OB(元労働省次官)										
総務担当理事	OB					OB				出向者	
総務部長	出向者			出向者			出向者		出向者	出向者	
総務部次長											
人事課長	出向者	出向者			出向者	出向者		出向者		出向者	出向者

* 枠が結合されているのは同一人物。(第三者委員会(2014)に基づき筆者作成)

2.2 首謀者の不在

多数者が関与する不正行為に関しては、メルシャン循環取引事件⁽⁶⁾やオリンパス不正会計事件⁽⁷⁾のように、関係者に指示を出す首謀者が存在することが通例である。しかし本事件に関しては、「関与者らはいずれも積極的に虚偽報告を行いたいとは思っておらず、特定の人物が虚偽報告を行うように明確な指示を行ったという事実も認められない」(第三者委員会(2014), 46頁)とされる。

2.3 厚生労働省出身者の関与

労働者健康福祉機構では、表3に示すとおり、歴代の総務担当理事(2011～2012年を除く)、総務部長、人事課長の3ポストが、厚生労働省のOBあるいは出向者によって占められていた。厚生労働省は同機構を監督する立場にあること及び障害者雇用促進法の所管省庁であることに鑑みると、同省出身者が虚偽報告に関与していた事実は重大である。

この点について、第三者委員会(2014)は、「本来厚生労働省出向者は、機構の前例にとらわれず、しがらみのない立場で管理職として業務を遂行し、不適正・不適切な業務があれば、これを積極的に是正することが期待されているはずである。しかし、実際には、決裁ラインにいた同省出向者の大半が虚偽報告に関与し、それを是正しようとはしなかった」(同46頁)と批判した。

2.4 是正対策の遅れ

表4は、労働者健康福祉機構と、独立行政法人等(国立大学法人等を含まず)・国・民間

(6) 樋口(2012a)参照。

(7) 樋口(2014)参照。

表4 障害者雇用率の比較

		2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
労働者健康福祉機構	法定雇用率	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.30%	2.30%
	実雇用率	0.47%	0.56%	0.53%	0.69%	0.82%	0.77%	0.93%	1.42%	1.76%
独立行政法人等	法定雇用率	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.30%	2.30%
	実雇用率	1.55%	1.97%	2.26%	2.28%	2.35%	2.22%	2.22%	2.37%	2.34%
	達成機関率	51.5%	59.3%	84.0%	83.9%	83.7%	86.7%	84.5%	76.0%	80.8%
国	法定雇用率	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.10%	2.30%	2.30%
	実雇用率	2.17%	2.17%	2.18%	2.17%	2.29%	2.24%	2.31%	2.44%	2.44%
	達成機関率	97.4%	100.0%	100.0%	97.4%	97.4%	100.0%	100.0%	97.5%	97.5%
民間企業	法定雇用率	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	2.00%	2.00%
	実雇用率	1.52%	1.55%	1.59%	1.63%	1.68%	1.65%	1.69%	1.76%	1.82%
	達成企業率	43.4%	43.8%	44.9%	45.5%	47.0%	45.3%	46.8%	42.7%	44.7%

(厚生労働省報道発表資料に基づき筆者作成)

企業の障害者雇用状況を比較したものである。法定雇用率を達成した機関の比率は、独立行政法人等が80%前後(2008年以降)、国が90%以上と高く、民間企業でも40%以上を維持している。それに対して労働者健康福祉機構では、実雇用率が法定雇用率を満たしていないだけでなく、独立行政法人等・国・民間企業の数値を常に大幅に下回っており、障害者雇用に非常に消極的であったと言わざるを得ない⁽⁸⁾。

ちなみに、2012年以降に同機構の実雇用率が大きく上昇したのは、2011年当時の人事課長が、障害者雇用状況報告書の決裁後に「病院局長会議や人員配置協議の場で、各病院施設に対して障害者雇用に促進するよう積極的に指導した」(第三者委員会(2014), 33頁)ことに加えて、2012年以降には、各施設に年度ごとに提示される「人員配置協議基本方針」の中に、「決められた障害者雇用枠が埋まっていない施設については、人員配置協議において理由の説明を求める」(前同34頁)などの雇用促進を求める文言が盛り込まれたことによる。

このように労働者健康福祉機構の姿勢が変化した背景として、2016年に労働安全衛生研究所との統合が予定されていたことが挙げられる。統合時には職員数について詳しい説明を求められることが不可避であるため、同機構としては、是正対策を早急に進めざるを得なかったのである⁽⁹⁾。

3. 天下りに関する先行研究

本事件では、4.で後述するように、天下りによって醸成された労働者健康福祉機構の組織体質が大きく影響していた。その一方で、天下り問題が行政改革に関連する非常に大き

(8) 障害者雇用促進法は虚偽報告に対する罰則を設けているが、「虚偽報告に伴う刑事罰については具体的に認識していた者は少数であり、刑事罰の存在が動機に与えた影響はほとんどなかった」(第三者委員会(2014), 45頁)とされる。

(9) 「統合の時までには実際の数字を公表するべく、公表時に、常用雇用労働者数が1年間で数千人の単位で増加すると不自然であることから、平成28年までに徐々に常用雇用労働者数を実際の数字に近づける意味があった」(第三者委員会(2014), 41頁)。

なテーマであるにもかかわらず、「学術研究を見てもジャーナリズムを見ても、天下りのみを研究(取材)対象として包括的に扱ったものはない」(中野(2009), 24頁)とされるため、現時点における天下り関係の先行研究を整理する必要がある。

3.1 天下りの定義

天下りの定義として中野(2009)は、「下の者の意向や都合を考えない、組織が介在した、上からの一方的な押しつけ」と述べ、広義に解釈すれば、退職後の再就職だけでなく、出向・配置転換などの在職中の人事異動も対象となり、民間企業が子会社や関連企業に社員を出向させたり、退職後のポストを斡旋したりするのも含まれるとした(同31-32頁)。また、市村(2010)は、「官僚機構による、組織的かつ慣行的かつ保身的な斡旋や呼び寄せ行為」(同19頁)と定義した上で、天下り先に実質的な拒否権がないことを特徴に掲げている。

本研究では、先行研究と同じく天下り先に対する強制という面に着目するとともに、再就職だけでなく出向も広範に行われていること、民間企業でも天下り問題が存在することなどを勘案して、天下りを「相対的に立場の弱い組織に対し、構成員の出向や退職者の再就職などの形で雇用を実質的に強制すること」と定義する。

3.2 天下りが行われる事情

中野(2009)は、官庁版天下りの態様として、①当該公務員の能力に着目したケース、②情報入手のために中央官庁とのコネクション形成に着目したケース、③中央官庁からの仕事の発注、補助金の交付などを目的としたケース、④支配-被支配関係に基づく植民地化の4件を指摘した。このうち「支配-被支配関係」について、「天下りを受け入れる側の状況にかかわらず、一方的に中央官庁側が天下りを押しつけ、特定のポストを長期間にわたって支配している状態」(同313頁)と述べている。

その上で、特殊法人に関して、「①予算・決算について毎年、予算・事業計画・資金計画を作成して主務大臣の認可を受けること、②事業の実施に当たっては主務大臣の認可を必要とするものが多いこと、③資金調達に関しては事業収入もあるものの、その大部分を政府に依存していること(財政投融资資金からの借入、政府保証債の発行、補助金等)、④人事面においても役員については主務大臣の任命(もしくは主務大臣の認可を受けて法人の長が任命)となっていること、⑤業務全般について主務大臣は監督上必要な命令を行うことができることなど、中央官庁は特殊法人をコントロールできる手段を持っており、支配-被支配関係に陥りやすい構造となっている」(同286-287頁。傍点筆者)と指摘した。

猪木(1995)は、官庁側の事情として、「停年前からの退職を慣例とすることによって、若年層の官僚の昇進を早め、官僚組織の活性化を図るということ、もうひとつは、特殊法人への「天下り」は、「組織内部での異動」という側面をもち、この異動の際の選抜と配置のパターンには、省庁在任中のパフォーマンスへの評価が組み込まれているということである。すなわち、特殊法人への「天下り」が一種の「遅れて支払われた報酬」という側面を持つ」として、「特殊法人への「天下り」が、人材配分のメカニズムを作動させ、資質の高い人材を官僚組織が吸収できるようにしてきたことは確かであろう」と論じた(同72-73頁)。

また、天下り先の特殊法人側の事情として、「特殊法人がプロパーの職員だけでは人材面で不十分なため、「天下り」役員を必要とする、あるいは特殊法人が主務官庁から許認可を

受けたり、大蔵省から予算編成と査定をうける場合、主務官庁や大蔵省からのOBが折衝の窓口となると、事がスムーズに進行する」(同71頁)と指摘した。

真淵(2009)は、天下りを正当化する論拠として、①官庁活性化説(早期退職を慣行とすることで官僚組織の活性化を図る機能)、②賃金補償説(民間部門との賃金格差を補償する機能)、③能力活用説(官庁の優れた人材を社会に提供する機能)、④ネットワーク説(行政と民間を結びつける接点としての機能)、⑤影響力均等化説(天下りの受け入れにより最大手以外の企業にも行政への影響力を与える機能)の5件を紹介した上で、「従来の正当化理由は説得的ではなくなってきた。しかし、天下りへの期待が、官僚のインセンティブを高めてきたことも確かである」と指摘した(同63-70頁)。

市村(2010)は、官庁版天下りの事情として、「同期横並び昇進」(同31頁)の慣行を維持し、年配の官僚の早期退職を促進するための便法として利用されていると指摘した上で、現役官僚の意向に関しては、「官公庁の人件費を見かけのうえで少なくするために、出向という手も使われる」(同24頁)とした⁽¹⁰⁾。また、天下り先の民間企業側の事情については、「もっぱら役所からの情報収集と働きかけ」(同21頁)と説明した。

以上の諸研究では、天下り元の事情として早期退職による人事活性化、天下り先の事情として人材の獲得、情報やコネクションの入手を掲げるものが多い。その一方で、特殊法人に関しては、総務・人事系統の枢要ポストが歴代の天下り先となっているケースが認められる。早期退職者の受け入れだけであればポストを指定席化する必要はないことに鑑みると、中野(2009)が指摘したように、「支配-被支配関係に基づく植民地化」が天下り元の目標の一部となっている事例も少なくないであろう。

3.3 民間企業の天下り問題

天下り問題は、官庁関連に限定されるものではない。この点について伊丹(2002)は、「決して官庁組織に特有の問題ではなく、民間企業にも多く見られる現象であることが、すぐわかる。子会社、関係会社、業務上の利害関係企業への再就職という名の、「天下り」である。民間版天下りのほうが、規模ははるかに大きいであろう」(同124頁)と指摘した。

民間版天下りの事情について、伊丹(2002)は、「それは、「自社の従業員たちの第二の人生の雇用確保」という理由による、関係組織の設立や派遣なのである。官庁の場合と本質はまったく変わらない」とした(同124頁)。

また、佐伯・柴田(2008)は、「親会社のエリート集団の中でトップに上り詰めた人たちが、そこまでいけなかった他のエリートにしかるべき地位と報酬を保証することで、それなりの納得感を得て、組織全体の和を保とうとしている、子会社はその受け皿として利用され、エリートたちの既得権保護システムの支配下に置かれているとも言えます。もう一つ、天下りには、人事の停滞を避けるための「人材循環」としての機能があります。一定の年齢に達した親会社の役員・管理職たちを子会社に出すことによって、次世代の昇進ポストを確

(10) 特殊法人等労働組合連絡協議会が1998年3月に発表した「腐敗と汚職の温床「天下り」を禁止するための提言」は、官庁版天下りの事情として、「現在の国家公務員の人事は、天下りを前提としている。退職勧奨によって定年まで勤務できないことが天下りに繋がる」と指摘するとともに、現役官僚の意向に関しては、「人事交流と称して出向が広範に存在するが、指定ポストとなっているものも多い。職員からは必要性を疑問視する声も多い」とした(特殊法人等労働組合連絡協議会(1998), 100頁)。

保し、人事を回転させるわけです。(中略) 余った人材をどこにもっていくかというのは、親会社の人たちにとって、言葉に表せないぐらい重要なことなのです」(同88-89頁)と説明した。

以上の先行研究によれば、民間版天下りについても、天下り元の事情として早期退職による人事活性化、天下り先の事情としてコネクションの入手が挙げられ、官庁版天下りと基本的に同一の構図と認められる⁽¹¹⁾。また、総務・人事系統のポストが歴代の天下り先となり、「支配-被支配関係に基づく植民地化」のケースが少なくない点も同様である。

3.4 天下りの弊害とその類型化

官庁版天下りの弊害として、中野(2009)は、「天下りが政官業癒着の接点となるケースが出現するなど、さまざまな意味で社会全体に弊害をもたらしたこと⁽¹²⁾」及び「毎年数千人規模で天下りを受け入れるために、不要と思われるような非営利法人をスクラップできなかつたり、新たな非営利法人を創設するなどの結果、非営利法人が肥大化し、財政赤字の要因の一部を作り出していること」の2件を指摘した(同515頁)。

猪木(1995)は、①癒着の温床を形成すること、②役員や一部中間管理職が外部から転入することにより、プロパー職員の勤労意欲を阻害することの2件を指摘した(同73頁)。市村(2010)は、①税金の無駄遣いを生むこと、②官民の癒着や利権の温床化を促進すること、③天下り先のプロパー社員のやる気を阻害し、組織のモラルを低下させること⁽¹³⁾、④政策が歪むことの4件を指摘した(同20-21頁)。曾我(2013)は、①政府の腐敗(特殊法人などのグレーゾーン組織が天下りポストの確保のために作られること)、②レントシーキング(天下り先の民間企業が見返りを期待していること)の2件を指摘した(同374頁)。

以上の諸研究を要約すると、官庁版天下りに伴って生じる弊害は、「天下り元と天下り先の癒着」、「非効率な業務の温存」、「プロパー社員の意欲の阻害」の3件に整理できる。

次に、民間版天下りの弊害について、伊丹(2002)は、「親会社業務とのスムーズな連携とか、その人材の経験・能力の有効利用とか、意義はありうるであろう。しかし、その意義を超えて、じつは大量の民間版天下りが起きているのではないか。それが、子会社の経営の非効率の大きな理由の一つになっている。資金効率を無視した投資をさせている。経済的存在意義がなくなっているのに、組織だけが残っている。弊害のリストもまた、官庁版天下りとあまり変わらない」と指摘した(同124頁)。

佐伯・柴田(2008)は、「大企業の役員などが子会社の高級幹部に舞い降りる「民間版天下り」については、その実態や弊害がおおびらに議論されることは滅多にありません。(中略) 天下りにもプラス面もないわけではありませんが、圧倒的にデメリットと弊害の

(11) 先行研究では民間版天下りの有用性についてあまり触れていないが、筆者が事情聴取したインフラ関連企業の天下り経験者は、出向先のポストは親会社よりもランクが上であるため、若くして管理職としての経験を積むという人材育成の面で役立つとともに、グループ企業の内情や現場の作業内容を把握する上でも意義が大きいと説明した。

(12) 「押しつけ的な天下りの見返りに多額の補助金が流れていたり、規制の維持による経済的利益の確保があったりする場合、その損失は送り出す側と受け入れる側だけにとどまらず、社会全体に及ぶ」(中野(2009), 328頁)。

(13) 「(天下りした者は、)プロパーの社員や職員から見れば、治外法権の存在となる」(市村(2010)19頁。傍点筆者)。

方が多い、というのが正直な現実の姿です」(同2-3頁)とした上で、具体的な問題として、①トップダウンなし、ボトムアップなし、②長期戦略を立てようとしない、③事なかれ主義と問題先送り、④研究開発に不熱心、⑤新規設備投資に消極的、⑥すぐ縮小均衡に走る、⑦根本治療でなく対症療法で乗り切ろうとする、⑧コストダウンに不熱心、⑨不良在庫品の適切な処理をせず先延ばしする、⑩資金調達に自主性なし、⑪親会社へのゆがんだ依存心を生む⁽¹⁴⁾、⑫天下り経営陣の態度が社員の仕事への情熱と愛社精神を奪う⁽¹⁵⁾の12件を列挙した(同60-65頁)。

民間版と官庁版の天下りの弊害を比較すると、プロパー社員の意欲を阻害するという面では共通しているが、民間版では経営判断上の様々な失敗を取り上げている点が注目される。官庁版天下りでは、天下り先が民間企業である場合には天下りポストが実権を伴わないケースが通例であること、天下り先が特殊法人である場合には業務の性質として経営判断がさほど求められないケースが多いことから、経営判断上の失敗が表面化しにくいと考えられる。

先行研究の中では、前述のように佐伯・柴田(2008)が天下り先の業務に与える弊害について具体的かつ網羅的に指摘したが、内容の整理が十分とはいえない。そこで、佐伯・柴田(2008)の指摘事項を以下の3類型に整理した上で、これらに共通する組織上の特徴を「天下りによって醸成された無責任体質」と総括する。

- ・【類型Ⅰ】天下り幹部の主体性の喪失と従属意識(①トップダウンなし、⑧コストダウンに不熱心、⑩資金調達に自主性なし)
- ・【類型Ⅱ】天下り幹部の近視眼的姿勢(②長期戦略を立てようとしない、③事なかれ主義と問題先送り、④研究開発に不熱心、⑤新規設備投資に消極的、⑥すぐ縮小均衡に走る、⑦根本治療でなく対症療法で乗り切ろうとする、⑨不良在庫品の適切な処理をせず先延ばしする)
- ・【類型Ⅲ】プロパー社員の思考停止(①ボトムアップなし、⑪親会社へのゆがんだ依存心を生む、⑫天下り経営陣の態度が社員の仕事への情熱と愛社精神を奪う)

【類型Ⅰ】は、天下り幹部が「天下り元の人事異動の一環として天下り先に配置された(=依然として天下り元に帰属している)」と自らを位置づけているため、経営者としての主体性を喪失し、天下り元の意向に迎合しがちとなる問題である。こうした心理が生み出される背景として、天下り元の関心が「支配-被支配関係」の維持に向けられ、天下り先の主体的発展を期待していないケースが少なくないことが挙げられる⁽¹⁶⁾。

【類型Ⅱ】は、天下り先における天下り幹部の在籍期間が短い上に、天下りの前任者(天下り元での先輩であることが多い)への遠慮⁽¹⁷⁾があるため、長期的視点に基づく改革に対

(14) 「(子会社側の社員は)表面上は天下り組への反発を抑え、腹の中では舌を出しつつも、どこかで天下りシステムにぶら下がっている、というゆがんだ心理構造になっている」(佐伯・柴田(2008)、69-70頁)。

(15) 「人間は物を深く考えなくてすむ状態が続くと、考えることをやめてしまうものです。そうした集団症状を私は「組織性思考障害」と名づけています」(佐伯・柴田(2008)、68頁)。

(16) 「概して親会社は子会社を完全なコントロール下に置きたがり、子会社が自ら発展しようとする遠心力よりも、親の元を離れさせないための求心力を大切にします」(佐伯・柴田(2008)、170頁)。

(17) 「天下り人事では、前任者と後任者が顔見知りだったり、かつては同じ職場の先輩・後輩同士だったりというケースが多いのです。改革や改善を推し進めようとする、どうしても前任者否定のニュアンスを帯びます。先輩の顔に泥を塗るようなことは誰だってやりづらい。だから社内改革や組織改善に着手できない」(佐伯・

して消極的になる問題である。そして【類型Ⅲ】は、【類型Ⅰ】や【類型Ⅱ】の問題を抱える天下り幹部の仕事ぶりにプロパー社員が幻滅する一方で、天下り元に従属していれば大丈夫という依存心が職場に蔓延する問題である。

ちなみに、官庁版天下りの弊害として前述した3件についても、「天下り元と天下り先の癒着」は【類型Ⅰ】、「非効率な業務の温存」は【類型Ⅱ】、「プロパー社員の意欲の阻害」は【類型Ⅲ】と整理できる。

4. 本事件における天下りの影響

本事件では、虚偽報告の開始と継続、そして障害者雇用の是正対策の遅れに関して、天下りによって醸成された無責任体質が大きく影響していたと認められる。

4.1 労働者健康福祉機構に対する天下り状況

官庁の幹部職員（退職時に局長級以上）の再就職に関する中野（2009）の調査によれば、労働者健康福祉機構の前身である労働者福祉事業団に対し、旧労働省の事務次官3人が理事長、同じく職業訓練局長（職業能力開発局長）の1人が理事長、4人が理事として再就職していた（同192-194頁）。また、厚生労働省設置後の2001年から2007年にかけても、計9人が同機構に就職している（役職不明）。こうした幹部職員の再就職状況に加えて、事業規模の大きさを勘案すると、労働者健康福祉機構が労働関係官僚の重要な天下り先であったことは否定できない⁽¹⁸⁾。

同機構の理事長ポストは2011年から公募とされ、事件発覚時には、国立がん研究センター前理事（元東京大学医学部附属病院長）が理事長に就任していたが、その他の役員（理事4人及び監事2人）のうち理事2人が厚生労働省出身であった。また、2.3の表3が示すとおり、歴代の総務部長と人事課長は厚生労働省からの出向者で占められていた。

この件について第三者委員会（2014）は、「機構においては、これまで、総務部長及び人事課長には、厚生労働省（旧労働省入省者）からの出向者が必ず充てられている。この理由は必ずしも明らかではないが、機構にとっては厚生労働省出向者が同省との折衝を行うことにメリットがあるということのようである」（同56頁）と曖昧な説明をしているが、前述の「支配－被支配関係」が存在したと考えるのが妥当であろう。

4.2 虚偽報告の開始と天下り問題

労働者健康福祉機構が虚偽報告を開始した事情については、当時の資料が残っていないが、所管省庁である厚生労働省から障害者雇用の改善を求められた一方で、現実問題として雇用拡大が困難であったことから、安易な解決策として虚偽報告を開始したのではない

柴田（2008）、101頁）。

(18) 中野（2009）は、旧労働省関係の天下り状況について、「所管する産業がほぼ皆無なこともあって、旧労働省の天下り先は豊富ではない。天下り先の多くは特殊法人・財団法人などの非営利法人である。（中略）2000年以降の公表されている天下り先を見てみると、旧厚生省と類似した特徴を示している。すなわち、特殊法人・独立行政法人・公益法人に偏りなく天下っているだけでなく、複数を受け入れている組織が少なからず存在する」（同116-117頁）と分析した。

かと推察される。このような不正行為をボトムアップで発案したとは考えにくく、幹部による指示あるいは暗黙の示唆に基づいていた可能性が高い。

同機構の障害者雇用率が未達成だと天下り元の厚生労働省に申し訳ないという迎合的思考は、【類型Ⅰ】の「天下り幹部の主体性の喪失と従属意識」の現れである。また、抜本的な対策を講じずにその場限りの弥縫策に逃げた管理者の対応ぶりは、【類型Ⅱ】の「天下り幹部の近視眼的姿勢」であり、いずれも天下りによって醸成された組織体質と認められる。

4.3 関係者の自己正当化と天下り問題

本事件に関与した総務担当理事以下の人事担当者たちは、虚偽報告により個人的利得を得ることはなかった⁽¹⁹⁾にもかかわらず、疑問や反対を表明せずに虚偽報告の手続きを淡々と進める者が少なくなかった。2.2で前述したように首謀者が特に見当たらないのは、誰も積極的に反対しようとしなかったために、首謀者の役割が必要とされなかったからである。

本来であれば、不正行為を自ら実行することに心理的負担を感じるはずであるが、2.4で前述したように是正対策が放置されていた事実を鑑みると、関係者がそうした葛藤に深く悩んでいたとは認めがたい。その事情として、心理的負担を感じなくても済むように虚偽報告を自己正当化していたことが挙げられる。自己正当化の態様としては、前例踏襲や上司の沈黙、組織防衛の意識が認められ、その背景には、天下りによって醸成された組織体質が存在した。

4.3.1 前例踏襲と上司の沈黙

第三者委員会(2014)によれば、「以前から組織として行っていたのであれば従わざるを得ない」(同45頁)という前例踏襲の意識が関係者の間に存在した。例えば、歴代の起案担当者(2004年時点を除く)は、前任者からの引継ぎなどにより虚偽報告の事実を認識したが、そのまま淡々と起案を進めていた。一般的に前例踏襲は賢明な処世術と見做されているが、前任者には業務に関する指示権限がなく、法的には弁解理由にならない。

また、虚偽報告に関して上司に相談したにもかかわらず、上司が具体的な指示を出さなかったことを自己正当化の理由としたケースも認められる⁽²⁰⁾。しかし、上司が明確な指示を下さないのであれば、部下として指示伺いを繰り返すべきである上に、たとえ上司の沈黙を「暗黙の了解」と認識したとしても、違法行為に関する指示は業務命令として無効であり、それに従う義務を有しない。

このように前例踏襲や上司の沈黙を自己正当化の口実としたのは、自ら判断することを放棄したに等しい。人事班長以下の下位職員に関しては、【類型Ⅲ】の「プロパー社員の思考停止」が発生していたと推察される。上司である厚生労働省出向者が虚偽報告を放置している以上、プロパー職員の部下としては、自己保身のために思考を停止せざるを得な

(19)「本件報告の関与者は、いずれも自ら虚偽報告を行うことを積極的に発案して関与したのではなく、虚偽報告の性質上、関与者個人の利益を図る目的から行われたものでもない」と認められる(第三者委員会(2014), 45頁)。

(20)「虚偽報告に疑問のある者が上司へ相談したものの、上司が虚偽報告を是正するための具体的な指示を行わなかったため、虚偽報告を行わざるを得なくなり、次年度以降においては既に自らが虚偽報告に関与してしまっているために、改めて虚偽報告を是正するきっかけを失ってしまっている」(第三者委員会(2014), 55頁)。

かったと言えよう⁽²¹⁾。

幹部職員についても、2007年～2009年の決裁に関与した総務部長が、「総務担当の〇〇理事に相談したが、〇〇理事から特段の指示はなかった」(第三者委員会(2014), 26頁)と弁解した。総務部長は本報告の最終決裁権者であるにもかかわらず、総務担当理事に相談したことを自己正当化の理由に掲げたのは、労働者健康福祉機構の幹部職員としての自覚が乏しいと言わざるを得ない。その意味では、【類型Ⅰ】の「天下り幹部の主体性の喪失と従属意識」が影響していたと推察される。

4.3.2 組織防衛の意識

2011年から2013年にかけて、虚偽報告の取り止めについて関係者が検討したが、正確な数字を報告した場合には過去の報告との整合性が取れず、以前から虚偽報告を続けていた事実が発覚するとの理由で見送られた。言い換えれば、過去の虚偽報告の発覚によるダメージを回避するという組織防衛の見地から、今後も虚偽報告を継続せざるを得ないとの判断に至ったのである。

当時は、特殊法人改革を求める世論が非常に強く、病院施設の運営を主たる事業とする国立病院機構と労働者健康福祉機構を統合すべきという意見も出ていた⁽²²⁾。そのため、本件不祥事が発覚した場合、機構統合の形で労働者健康福祉機構が消滅するのではないかと関係者が危惧したとされる⁽²³⁾。

さらに注目すべきは、組織防衛の対象となる「組織」の中に、監督官庁である厚生労働省も含まれていたことである。特に厚生労働省からの出向者(総務担当理事・総務部長・人事課長)には、厚生労働省及びその官僚集団⁽²⁴⁾を守ろうとする組織防衛の意識が強かったとされる⁽²⁵⁾。

労働者健康福祉機構の役職に就任していたにもかかわらず、厚生労働省に対する配慮を重視していたことは、【類型Ⅰ】の「天下り幹部の主体性の喪失と従属意識」と認められる。ただし、出向者の立場とすれば、省内での自らの評価を下げないように行動することは、

(21) 第三者委員会(2014)は、「組織におけるコンプライアンスに関しては、役員及び最上位の職位者をはじめとする上位職位者の有する認識と意識が最重要であり、そのことなしに下位職位者がいかに研修等を重ねても実効性は期待しがたい」(同58-59頁)と分析した。

(22) 2012年1月20日に閣議決定された「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」では、労働者健康福祉機構の講ずべき措置として、「国立病院機構との連携を進めつつ、将来の統合も視野に入れた具体的な検討を行う」と規定している。

(23) 「関与者らからのヒアリングにおいては、虚偽報告が発覚すれば、特殊法人改革等で厳しい批判にさらされている機構がさらに厳しい立場に追い詰められ、存続さえ危ぶまれると考えたとの供述があった。このような特殊法人改革等による組織合理化等の要求(定員削減や国立病院機構等との統合)に対する過剰ともいえる反応が、組織防衛的な発想をさらに強めたことは否定できない」(第三者委員会(2014), 46頁)。

(24) 2007年～2009年の決裁に関与した総務部長は、2002年から2004年にかけて労働省障害者雇用対策課長として障害者雇用促進法を所管する役職にあった。そのような人物でさえも虚偽報告を継続したという事実は、厚生労働省の業務よりも、同省を構成する官僚集団を優先する心理が存在したことを示唆している。

(25) 「出向者にとっては、機構業務の是正を行うことよりも、機構及び過去の出向者さらには厚生労働省に傷がつかないようにすることが重要となっていた」(第三者委員会(2014), 46頁)。「厚生労働省の出向者にとって、機構が不祥事を起こした場合、機構のみならず、厚生労働省の監督責任や歴代の厚生労働省出向者の責任が問われかねないことから、不正は正に踏み出せなかった」(前同56頁)。

自己保身の面からも当然と言えよう⁽²⁶⁾。

ちなみに、労働者健康福祉機構と国立病院機構の統合を恐れる心理も、やはり厚生労働省の組織防衛という側面を有している。統合後も個々の病院施設は維持されるので、現場における変化は比較的小さいが、2つの本部機能が1つに統合される結果、厚生労働省官僚の天下りポストの減少が避けられないためである。

4.4 是正対策の欠如について

2.4で分析したとおり、2012年以降に障害者の実雇用率が大きく改善したのは、2016年に労働者健康福祉機構と労働安全衛生研究所との統合を控えていたことによる。言い換えれば、それ以前には障害者雇用の是正対策が計画的に推進されていなかった。

表5が示すように、労働者健康福祉機構の財務状況は、経常費用が経常収益を上回る事が多く、当期総利益は2010年度と2012年度を除き赤字となっていた。そのため、同機構の第1期中期計画(2004～2008事業年度)及び第2期中期計画(2009～2013事業年度)では、人件費の抑制と施設管理費の節減を図り、期前よりも一般管理費を15%程度削減することを目標としていた。

このような状況下では、障害者雇用の促進は、人件費の負担増という形で中期計画に逆行するおそれがあるため、天下り幹部が是正対策に踏み切れなかったものと推察される。その意味では、【類型Ⅱ】の「天下り幹部の近視眼的姿勢」と認められる。

表5 労働者健康福祉機構の財務状況

(単位：百万円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
経常収益	287,042	285,081	288,688	288,980	287,413	299,644	304,798	306,106	306,721	306,220
経常費用	298,054	291,733	293,085	292,489	289,914	304,082	303,189	305,466	305,927	308,755
当期総利益	▲12,694	▲7,245	▲4,095	▲4,705	▲2,702	▲5,001	1,454	▲2,651	257	▲4,014

(労働者健康福祉機構の各年度事業報告書に基づき筆者作成)

4.5 小括

以上のとおり、労働者健康福祉機構の虚偽報告に関して、天下りによって醸成された無責任体質が大きく影響していたと認められる。ちなみに、第三者委員会(2014)は、「今回の虚偽報告の発覚は、厚生労働省から出向してきた甲総務部長が明らかにしたことがきっかけであり、外部からの出向者が不正発見・是正に貢献したということも確かである。したがって、厚生労働省からの出向が直ちに不適切であるということにはならない」(同56頁)としたが、総体的に観察すれば、甲総務部長の対応は極めて例外的であり、むしろ個人的・属人的要素によるものではないかと推察される⁽²⁷⁾。

(26) 筆者が事情聴取した独立行政法人の元職員は、「官僚の再就職規制の関係で、独立行政法人に対する現役官僚の出向数が増えているが、彼らは短期間で出身省庁に戻る事が予定されているために、むしろ官僚OBよりも出身省庁に対する従属意識が強くなりがちであり、独立行政法人の独立性を大きく損なう要因となっている」と説明した。

(27) 筆者は、この辺りの事情について調査するため、労働者健康福祉機構に連絡して甲総務部長への面談を申し入れたが、「当人から、本件は第三者委員会の報告書に書かれていることがすべてなので、申し訳ないが面談については遠慮させていただきたいとのことでした」との回答であった。

5. 内部監査の未実施と内部通報制度の機能不全

2.1で前述したように、労働者健康福祉機構の本部には内部監査室が設置されていた。しかし、「本件報告については、総務部人事課以外の者がチェックを行う仕組みが実際上存在しなかったことが発覚を妨げた一つの原因であると考えられる。（中略）従前、機構においては、本部内の不正を想定しておらず、内部監査部門（監査員）による監査は専ら各施設・病院に対する監査に止まっており、監事による本部監査についても本件報告のような業務まで行き届いていなかった」（第三者委員会（2014）、54頁）とされる⁽²⁸⁾。

内部統制システムの構築に当たって、空白部分を設けるべきでないことは当然であるが、現実には、幹部や重要部署に対する内部統制が不十分となる傾向が認められる。この点について梅田・久本（2003）は、「いかにも日本的な遠慮意識や「まさかそんなことをするはずがない」という希望的観測が障害となってリスクを直視できず、その結果、内部統制システムの空白が生み出される」（同112頁）と指摘した。本事件でも、人事課という重要部署である上に、厚生労働省出向者が課長に就任していたため、内部監査が不徹底になっていたと推察される。

その一方で、内部監査で業務の細部に至るまでチェックすることは、現実問題として困難である。虚偽報告のような不正行為の摘発に当たっては、関係者による内部通報に期待するところが大きいですが、本件に関して内部通報は行われなかった。

幹部が不正に関与していた場合、「たとえ通報したとしても、事件は隠蔽されるだけであり、通報者は身元を特定されて排除されるのではないかと下位者が予断を抱くことは避けがたい⁽²⁹⁾。特に天下り問題が存在する組織では、【類型Ⅲ】の「プロパー社員の思考停止」と結びついて、内部通報制度の機能不全を起しやすと考えられる。

また、虚偽報告を認識していた職員の多くは、過去に自らも関与していた「共犯者」と考えられるので、内部通報を躊躇うのは当然と言えなくもない。この問題に対処するため、第三者委員会（2014）が「通報者及び調査に協力した者については処分の減免を行うことを前提にした内部通報・調査制度を設けることを検討すべきである」（同55頁）として、いわば「社内版司法取引制度」を提言したことは注目に値する⁽³⁰⁾。

その一方で、労働者健康福祉機構では、2010年に内部通報制度を設けていたが、本事件の発覚に至るまで通報件数はゼロであった。同機構の内部通報制度の詳細については不明であるが、全国各地の施設に約2万人もの職員を雇用していることを勘案すると、制度自体が形骸化していたことを示唆している⁽³¹⁾。

(28) 第三者委員会（2014）は、内部監査の実効性を担保するための留意点として、「（監査部門に）十分な人員を配置することが必要であるのはもちろん、能力・経験を有する職員を配置することが必要である。さらに、監査担当職員と監査対象部門との間でのなれ合いを防ぎ、独立性・公正性を確保するために、担当職員を専任とすること、監査対象部門に勤務経験のある者は同部門に対する監査を回避することなどの措置が必要である」（同55頁）と指摘した。

(29) 「本件報告のような特定の部門における組織的な不正については、匿名で通報をしても通報者が特定される危険が高い上、通報により、通報者自身及び上司を含めた他の関与者が処分を受ける可能性があるために、内部通報を躊躇することが考えられる」（第三者委員会（2014）、55頁）。

(30) 労働者健康福祉機構が2014年12月26日に発表した「障害者雇用状況の虚偽報告に係る再発防止策」は、「当機構における内部通報制度及び職員懲戒制度において、通報者及び調査に協力した者については、処分の減免ができる制度に改め、職員に対し周知する」とした。

(31) 樋口（2011a）は、内部通報制度を機能させるための留意点として、①通報者の保護に関する規定を明文化して

6. 事件の原因メカニズム

本事件の原因メカニズムを三分類・因果表示法にしたがって整理⁽³²⁾すると、以下のとおりとなる(図1参照)。

① 直接原因

原因A 障害者雇用状況について長年にわたり虚偽報告を続けていたこと

② I種潜在的原因

原因B 人事決裁ラインのすべての担当者が不正に加担したこと

原因C 人事課に対する内部監査が行われていなかったこと

原因D 内部通報制度の機能不全

③ II種潜在的原因

原因E 天下り幹部の主体性の喪失と従属意識(A, Hの背景)

原因F 天下り幹部の近視眼的姿勢(Iの背景)

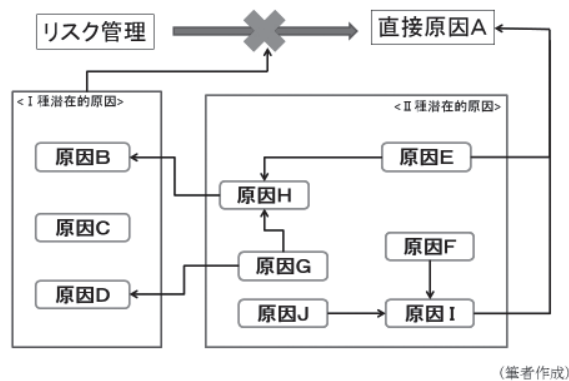
原因G 天下りに伴うプロパー職員の思考停止(H, Dの背景)

原因H 関係者による不正行為の自己正当化(Bの背景)

原因I 障害者雇用の是正対策の遅れ(Aの背景)

原因J 厳しい財務状況(Iの背景)

図1 事件の原因メカニズム



いること、②法律事務所など社外の信頼できる機関に通報窓口を設置していること、③匿名での通報を認めるなど通報者の秘密保持に努めていること、④組織内だけでなく、協力会社、取引先など広い範囲からの通報を受容すること、⑤潜在的通報者(不正の端緒情報を有する者のこと)にとって使い勝手のよい制度に設計すること、⑥制度の広報に努めることの6点を指摘した(同92頁)。

(32) 三分類・因果表示法は、組織不祥事の原因メカニズムを包括的に理解するために、筆者が樋口(2011b)で考案したフレームワークである。組織不祥事の原因を直接原因とI種・II種潜在的原因に分類した上で、因果関係の連鎖の中で一段階上流側に位置することを「背景」と付記し、原因メカニズムの図示に当たっては、矢印の方向で背景を表示する。

直接原因とは、組織不祥事を発現させる直接の引き金となった問題行動であり、何らかの違反行為が組織不祥事を構成するケースでは、当該違反行為自体が直接原因となる。潜在的原因とは、直接原因を誘発又は助長した因果関係に連なる組織上の問題点であり、直接原因の発生を防止するためのリスク管理の不備に関するI種潜在的原因と、それ以外のII種潜在的原因に大別される。詳しくは樋口(2011b)を参照されたい。

7. 考察

本事件を誘発した原因メカニズムとして、虚偽報告の開始と継続、そして障害者雇用の是正対策の遅れについて、天下りによって醸成された無責任体質が大きく影響していた問題に関して「天下りによる無責任体質のリスク」、関係者が不正行為に対して心理的抵抗を感じなくても済むように自己正当化していた問題に関して「不正行為の自己正当化のリスク」の2類型が認められる。

7.1 天下りによる無責任体質のリスク

本稿では、佐伯・柴田(2008)の指摘事項を整理し、天下りの弊害について、【類型Ⅰ】天下り幹部の主体性の喪失と従属意識、【類型Ⅱ】天下り幹部の近視眼的姿勢、【類型Ⅲ】プロパー社員の思考停止の3類型に大別し、これらに共通する組織体質を「天下りによって醸成された無責任体質」と総括した上で、労働者健康福祉機構内に醸成された無責任体質が本事件の背景となっていたことを分析した。

それを踏まえて、天下りが業務に及ぼす弊害を「天下りによる無責任体質のリスク」と整理し、「天下りが継続的に行われた結果、天下り先の経営幹部や従業員が自己の職責に対して無責任となる組織体質が醸成されるために、業務上の様々な問題が惹起されるリスク」と定義する。この問題については、本稿が初めての事例研究であり、今後さらなる実証研究の蓄積が必要である。

その一方で、多くの民間企業で天下りが人事制度の重要な一翼をなしている上に、そのメリットも無視できないことから、天下りの廃止は現実問題として困難であろう。そこで、天下りを維持しつつ、その弊害をなるべく縮小するという次善の対策が求められる。経営実践上の含意としては、天下り先のトップには現場経験の長い者を充てること⁽³³⁾、天下りの在籍期間を長くしてプロパー社員と一体化させること⁽³⁴⁾、天下りのポストを固定せずに当人の実力と適性に応じて配置すること⁽³⁵⁾などにより、天下り先の経営に一定の独立性を確保する方策が挙げられる。

7.2 不正行為の自己正当化のリスク

犯罪学者のクレッシーは、横領犯罪が発生するメカニズムとして、困窮・機会・正当化

(33) 「管理部門のスタッフというのは、自分で何か決断しなければいけない場面に立たされた経験が少なく、そのため失敗の責任を取らされることがほとんどない人たちです。(中略)一つの失敗が自滅にもつながりかねない世界で生きてきたラインの人とは、サラリーマンとしての経験が決定的に異なります。(中略)少なくとも実戦経験を積ませていない人を天下らせて経営トップにすべきではない」(佐伯・柴田(2008), 174-175頁)。

(34) 「人事の停滞などを避けるため、どうしても親会社から子会社に人を送り込み続けなければならないのであれば、将来の子会社社長・役員候補を若いうち、遅くとも課長クラスの年齢で子会社に送り込み、プロパーと変わらぬ意識をもたせるべきです」(佐伯・柴田(2008), 181頁)。

(35) 労働者健康福祉機構が2014年12月26日に発表した「障害者雇用状況の虚偽報告に係る再発防止策」では、「受入ポストや出向者の果たすべき役割等を十分に検討した上で、同一ポストへの継続的な受入れによる弊害にも留意しつつ、必要かつ合理的と認められる限度において行う」(傍点筆者)とした。

の3要因の結合を指摘した⁽³⁶⁾。彼の学説は、「動機・プレッシャー」「機会」「姿勢・正当化」の3件をリスク要因とする不正のトライアングル論に発展し、今日の監査実務において広く用いられている⁽³⁷⁾。

2013年に企業会計審議会監査部会が新たに設定した「監査における不正リスク対応基準」でも、付録1の「不正リスク要因の例示」として、不正のトライアングル論の3要因を提示した。その一方で、不正のトライアングル論の適用に関しては、「動機や正当化といった要因は観察することが困難な要因であり、不正対策の多くは内部統制等を通じた機会という要因を重視している」(田中(2014), 63頁)とされ、「機会」を減らすことに力点が置かれている。

しかし、日本における組織不祥事の傾向として、「米国ではエンロン事件のように経営者や管理者が自らの利得のために行う不正 (corruption) が顕著であるのに対し、日本ではそうしたタイプの不祥事が少ない」(樋口(2012b), 307-308頁)とされ、何らかの自己正当化に基づき不正が行われるケースが少なくない。例えば、樋口(2013)が分析した東海ゴム工業の労働安全衛生法違反事件は、顧客企業に対する供給責任を果たすために、補修担当者が敢えて無届工事を実施したものである。

そこで、不正のトライアングルの中で「正当化」に着目し、「不正行為を自己正当化する事情が存在するために、心理的抵抗が軽減されて不正行為の実行が容易になるリスク」を「不正行為の自己正当化のリスク」と定義する。

経営実践上の含意としては、コンプライアンスが如何なる事情よりも優先されることを企業の行動規範などで明示するとともに、本稿で指摘した「前例踏襲」「上司の沈黙」「組織防衛」などの事情が不正を正当化するわけではないと社内教育で繰り返し説明することが有用である。こうした対策は「企業倫理の制度化」として既に論じられているが、その具体的方策の有効性について、今後実務的な検証を進めていく必要がある⁽³⁸⁾。

おわりに

天下りの人事慣行は、官庁関係だけでなく民間企業でも広く見受けられ、本研究が指摘した「天下りによる無責任体質のリスク」が様々な企業グループを蝕んでいるおそれはない。そのインパクトの大きさについて、伊丹(2002)は、「九〇年代の日本の低迷の一つの大きな背景として、官民を問わず、「天下り」による組織生産性の低下という大問

(36) “Trusted persons become trust violators when they conceive of themselves as having a financial problem which is non-shareable, are aware that this problem can be secretly resolved by violation of the position of financial trust, and are able to apply to their own conduct in that situation verbalizations which enable them to adjust their conceptions of themselves as trusted persons with their conceptions of themselves as users of the entrusted funds or property.” (Cressey (1953), p.30)

(37) 監査や内部統制における不正のトライアングル理論の適用については、田中(2014)が詳しく解説している。

(38) 「今後は、制度導入の有無ということよりも、むしろ制度が導入されていることを前提として、「制度が実際に組織内でどこまで機能しているのか」、「それが組織の倫理性向上といった成果にどの程度(あるいは、どのように)結びついているのか」、「より実効性のある制度運用や周知徹底の方法とは」、さらには「制度化の限界」や「日本企業に特有な倫理確立の方法」などの点に焦点を当てた調査を新たに企画する必要がある⁽³⁸⁾」(中野他(2009), 161-162頁)。

題があったのではないかと述べている(同125頁)。

残念ながら、現時点では、民間版天下りに関しての研究は、官庁版天下り以上に遅れている⁽³⁹⁾。日本経済の成長の鈍化と人口の高齢化に伴い退職者の再雇用が社会問題に浮上する中で、今後、民間版天下りの実状とその弊害について研究を進めることが必要であり、本研究が「天下りによる無責任体質のリスク」について問題提起したことには重要な意義があると思量する。

それから、本研究に付随する形で、以下の2点について指摘しておきたい。

第1は、独立行政法人の独立性をどのように評価するかという問題である。赤井(2003)は、「行政改革の目玉として導入されたのが独立行政法人制度である。(中略)従来型の法人ではその予算配分に関して監督官庁からの事前関与・統制がなされ、その結果、事業の硬直性、事後的な結果に対する責任の曖昧性により非効率な運営がなされているとの指摘があったが、独立行政法人では、裁量性が確保される一方で、結果に対する責任が明確化され、ハードな予算制約を通じた効率化が期待されている」(同2-3頁)⁽⁴⁰⁾とした。

しかし、本事件を観察する限り、労働者健康福祉機構には「天下りによる無責任体質」が植え付けられ、経営責任の明確化とは程遠い状態と言わざるを得ない。特殊法人に対する天下り問題については、単に退職官僚の再就職という側面だけでなく、現役官僚の出向を含めた「支配-被支配関係に基づく植民地化」という観点からあらためて検証し、経営責任の明確化とその前提となる独立性、特に人事権の独立性⁽⁴¹⁾を確保する方途について議論していく必要がある。

第2に、虚偽報告の反復性と拡大性について指摘しておく。虚偽報告を始める際には、「取りあえずこの局面をしのげれば」という刹那的視点に陥っているケースが少なくないと考えられる。しかし、ひとたび虚偽報告を行えば、その事実を隠蔽するために、以後の報告でも虚偽を重ね続けなければいけない。

さらに、それと関連した案件についても、やはり虚偽の説明を開始せざるを得なくなる。本事件では、労働者健康福祉機構が、障害者雇用状況報告書との整合性を取るために、高年齢者雇用安定法に基づき提出していた「高年齢者雇用状況報告書」及び厚生労働省に提出していた同機構の組織図でも、常用雇用労働者数について嘱託職員を除外した「定員数」を計上していたことが判明している⁽⁴²⁾。

(39) 「欧米ではあまり見られない、大規模な企業コントロールシステムであるにもかかわらず、本日にいたるまで、経営者団体や経営学者、あるいはマスコミや株主が、この問題に正面から取り組んだ研究や考察がほとんどない」(佐伯・柴田(2008), 3頁)。

(40) これと同旨として、宮脇・梶川(2001)は、「特殊法人は、主務官庁などにより細部にわたる事前関与・統制を受けているといわれているが、逆にこの統制により、法人自らは裁量権に乏しく責任は限定的であると主張されることがある。この結果、法人における自律性・自主性が欠如し、納税者に対する責任意識が乏しいことが指摘されている。一方、主務官庁は、法人に対する統制が自己目的化し、納税者へのサービス提供の観点からの監督を行なうという意識は薄い」(同103-104頁)と述べ、こうした特殊法人の問題点を克服すべく、国とは別の法人格を有する組織を創設して、経営責任の明確化及び事業運営の効率性・透明性を向上させることを目的として、独立行政法人の制度設計が行われたとする。

(41) 「特殊法人役員への人事異動が、ほとんどの場合、(特殊法人側ではなく)主務省庁の官房秘書課の裁量によって決定されるということである。これは特殊法人内での中間管理職や役員人事の人事権の独立性が低いことを示唆している」(猪木(1995), 70頁)。

(42) 高年齢者雇用安定法では、虚偽報告に対する罰則は設けられていない。

以上のように、虚偽報告には、いったん開始すれば止めることができず、どんどん範囲を拡大して多くの社員を巻き込んでいくリスクがある。虚偽報告は倫理的に許されないと
いう観点だけでなく、長期的視点から考えた場合に、企業にとって虚偽報告の代償があま
りに大きく「割に合わない」という発想に基づいて社内教育を行うことも効果的であろう。

<参考文献>

- Cressey, D. R. (1953) *Other People's Money: A Study in The Social Psychology of Embezzlement*, Free Press
- 赤井伸郎 (2003) 「公共サービス提供主体の組織構造とガバナンス - 特殊法人, 地方財政, 地方公社の非効率性の検証 -」『商大論集』54 (6), 1-40 頁
- 伊丹敬之 (2002) 「高齢化ニッポン「民間天下り」のジレンマ」『プレジデント』40 (1), 123-125 頁
- 市村浩一郎 (2010) 『天下りの真実 12兆円もの血税を使う「公益法人」の通信簿』PHP 研究所
- 猪木武徳 (1995) 「戦後日本の官僚組織と特殊法人 - 人的資源の移動という視点より -」『学術月報』48 (5), 68-73 頁
- 梅田徹・久本之夫 (2003) 『コンプライアンス経営を強化する! 内部通報制度の考え方・作り方』日本能率協会マネジメントセンター
- 佐伯弘文・柴田昌治 (2008) 『親会社の天下り人事が子会社をダメにする』日本経済新聞出版社
- 曾我謙悟 (2013) 『行政学』有斐閣
- 第三者委員会 (2014) 『報告書』
- 第三者委員会報告書格付け委員会 (2015) 『第5回 格付け評価』
- 田中智徳 (2014) 「不正の現状と不正対策の新たな視点 - 不正のトライアングル理論の再検討 -」『月刊監査研究』493号, 54-69 頁
- 特殊法人等労働組合連絡協議会 (1998) 『『官僚・天下り問題』研究シリーズ3 通産官僚・厚生官僚, 日本銀行』
- 中野千秋・山田敏之・福永晶彦・野村千佳子 (2009) 「第5回・日本における企業倫理制度化に関する定期実態調査報告」『日本経営倫理学会誌』第16号, 151-163 頁
- 中野雅至 (2009) 『天下りの研究 その実態とメカニズムの解明』明石書店
- 樋口晴彦 (2011a) 「ジーエス・ユアサ循環取引事件」『捜査研究』60 (2), 86-95 頁
- 樋口晴彦 (2011b) 「組織不祥事の原因メカニズムの分析 - 18事例に関する三分類・因果表示法を用いた分析と原因の類型化 -」『CUC Policy Studies Review』30号, 13-24 頁
- 樋口晴彦 (2012a) 「メルシャン循環取引事件の事例研究」『千葉商大論叢』50 (1), 71-83 頁
- 樋口晴彦 (2012b) 『組織不祥事研究 - 組織不祥事を引き起こす潜在的原因の解明 -』白桃書房
- 樋口晴彦 (2013) 「東海ゴム工業の労働安全衛生法違反事件の事例研究」『危機管理システム研究会研究年報』11号, 1-9 頁
- 樋口晴彦 (2014) 「オリンパス不正会計事件の事例研究」『千葉商大論叢』51 (2), 189-231

頁

真淵勝 (2009) 『行政学』有斐閣

宮脇淳・梶川幹夫 (2001) 『「独立行政法人」とは何か 新たな公会計制度の構築』PHP 研究所

(2015.10.27 受稿, 2015.11.12 受理)

— Abstract —

Study of the False Report Case in Japan Labour Health and Welfare Organization (JLHWO) -Around the Issues of the Golden Parachute system (Amakudari) -

The study pointed out that the False Report Case in JLHWO was derived from its organizational nature built by the Golden Parachute system (Amakudari), one of the Japanese unique practices which have been little researched.

The study showed three adverse effects of Amakudari, (Type 1) loss of independence among Amakudari executives, (Type 2) short-sighted attitude of Amakudari executives, and (Type 3) brain freeze of employees, and summarized them as irresponsible organizational nature grown by Amakudari. The study also extracted another typical mechanism to induce organizational misconducts from the case, the risk of self-justification.

〔研究ノート〕

ダイバーシティ経営戦略における女性従業員の処遇問題

奥 寺 葵

はじめに

競争環境のグローバル化をはじめとする市場環境の変化は、企業経営に対して、経営上の不確実性を増大させるとともに、ステークホルダーの多様化をもたらしている。また、少子化による生産年齢人口の減少に対応するために、企業としては、従来型の人材確保・活用策を変革することが避けられない時代になりつつある。

こうした中で企業は、多様化する顧客ニーズを捉えてイノベーションを生み出すとともに、市場環境の急激な変化や不確実性の増大に柔軟に対応し、かつ投資家から信頼を得るために、多様な属性や価値観を持った人材を確保し、それぞれが能力を最大限発揮できるようにする「ダイバーシティ経営」の推進が求められている⁽¹⁾。すなわち、「ダイバーシティ経営」は、企業が存続するために不可欠な人材活用戦略であり、「持続可能な成長」を目指す企業にとっては取り組まなければならない施策とされているのである。

特に、近年、女性従業員の処遇問題は、「ダイバーシティ経営戦略」の1つとして位置付けられるようになり、女性従業員の処遇問題への取組が求められている。

従来、女性従業員の処遇問題は、国が推し進める人権問題対策として扱われてきた。しかし、企業にとっては、人権問題のような「べき論」として扱われるのではなく、戦略として扱われる。例えば、正社員の女性への配慮が、戦略上プラスならば、企業は女性従業員の処遇問題に優先的に取り組むかもしれない、逆に戦略上マイナスならば、女性従業員の処遇問題の対策は後まわしか、制度だけ作って活用されないかもしれない。したがって、女性従業員の処遇問題への取組は個別企業の戦略次第であるといえよう。

本稿では、女性従業員の処遇問題を「ダイバーシティ経営戦略」の1つとして取り組み、それを具体的な経営上の成果として結実させた企業の事例を取り上げる。そして、事例から共通項として抽出される「ダイバーシティ経営戦略」における女性従業員の処遇問題の基本的な考え方と進め方を検討する。

第1章 先行研究における日本企業の女性従業員の処遇問題に関する課題

日本企業における女性従業員の処遇問題に関する先行研究は、「女性労働」あるいは「女性雇用」の範囲で論じられることが多い。特に、「女性労働」の視点からの先行研究については、主に社会政策的視点や労働経済ないしジェンダーという社会学の視点から考察されており、考察の観点は次の6つが挙げられる。

(1) 経済産業省編『ダイバーシティ経営戦略～多様な人材を活かして、変化する市場を生き抜く～』2013年

第1の観点は、日本の女性労働の特色であるM型就業⁽²⁾から捉えたものである。明治以降の女性労働についての特徴を踏まえたうえで、均等法以後の問題点、均等法施行の影響を総合的に考察し、M型就業の意味を日本の雇用慣行や制度・政策的な視点から捉え⁽³⁾、均等法施行以後も労働力率のM型曲線傾向が維持されているのは、依然として家庭の責任が女性に課せられていることによるとされている。

第2の観点は、日本型企业社会と家族問題から捉えたものである⁽⁴⁾。従来の日本型企业社会の構造を支えてきた性別分業が、その構造の変化と共に性別分業構造の解体が迫られているとし、日本の労働市場で差別されてきた女性問題を、日本型企业社会のパラダイム転換に伴っていかに取り扱うべきかという課題を投げかけている。また、家族問題に関連させて、生活という視点から労働のあり方を模索する研究も現れている⁽⁵⁾。いわば、労働時間から生活のあり方を探求し、「より人間らしい生活」に向けて「仕事と家庭」の問題に焦点を合わせたものであり、労働面に生活概念を投影させた研究と言える。

第3の観点は、就業観、就業意識から捉えたものである⁽⁶⁾。日本的雇用慣行、日本の産業社会における分配原理および生活意識の3要素から勤労意識について分析し、終身雇用と年功制を支持する層と自己啓発型の能力開発を支持する層の二極化に分岐することが論じられている。均等法施行後の女性労働について、実態とその影響や効果の点に焦点を置いた研究である。

第4の観点は、経営史の立場から捉えたものである⁽⁷⁾。女性労働の実態や企業での問題的状况を、戦前から戦後の高度成長期を通じてバブル崩壊後の時代に至るまで、社会・経済、産業構造の変化を背景に分析研究している。均等法については、結論として女性の労働条件の改善・解決に期待するほどの効果が得られず、むしろ労基法改定やコース別管理の導入によって、仕事と家庭の両立の困難さや職場の人間関係の問題などが発生し同時に、就業の多様化を進展させているとしている。

第5の観点は、能力主義管理の導入と共に、グローバリゼーションの進展も女性労働に影響を与えると捉えたものである⁽⁸⁾。従来の女性労働を取り巻く日本の特性と問題点の指摘に傾倒している部分が多く、ややイデオロギー的色彩が濃いだが、今後の研究課題としての余地は大きい。

第6の観点は、女性労働の主要な課題でもある仕事と家庭の調和から捉えたものであ

(2) 日本の多くの女性は、初めの就職はフルタイムで一般事務職につくが、20歳代の後半に結婚・出産や子育てで初職を去る。その後子育てが一段落し、再度働く女性は増加する。30歳代に谷ができ、労働職率はM字カーブを描く。これをM字型就業形態という。金谷千恵子「女性とCSR」谷本寛治編著『CSR経営』中央経済社、2004年、100ページ。

(3) 例えば、大森真紀『現代日本の女性労働』日本評論社、1990年、80-90ページ、187ページ、228ページ。

(4) 例えば、安川悦子「日本型企业社会と家族問題」『日本型企业社会と社会政策』啓文社、1994年、23-50ページ。

(5) 例えば、田中洋子「企業に合わせる家庭から家庭にあわせる企業へ」『日本型企业社会と社会政策』啓文社、1994年、51-81ページ。

(6) 例えば、今田幸子「働き方の再構築」『日本労働研究雑誌』日本労働研究機構、第42巻第6号、2006年、2-13ページ。今田は、女性労働に限定してはならないが、勤労意識の視点から女性労働に対する諸制度、支援策のあり方の展開について示唆している。

(7) 例えば、藤井治枝『日本型企业社会と女性労働』ミネルヴァ書房、1996年、208-218ページ、236-246ページ。

(8) 例えば、川口和子「グローバリゼーション下の女性労働」『グローバリゼーションと日本の労使関係』労働運動総合研究所編、新日本出版社、2000年、123-140ページ。

る⁽⁹⁾。仕事と家庭の調和を実現するための政策的観点を示している。

以上のように、均等法施行以後の女性労働に関しては、その研究視点は、施行以後の女性雇用への影響と問題点の究明に向けられている。近年の能力主義的な働き方が注目される中で、法整備の時代を迎え、女性の働く場での活躍の機会や働きやすさが、明確なカタチで実現されつつあるか、という疑問を抱かざるを得ない。先行研究もこの疑問の解明に注力している。

これらの先行研究から以下のような、重要な課題が挙げられる。社会政策やジェンダーといった社会学視点と比較して、経営学や労務管理の枠内で女性労働について取り上げられる例は多いとはいえない。経営学や労務管理の枠内では男性を対象とするのが一般的であり、女性労働をテーマとして取り上げる例は少ない。女性労働を「経営学的フレーム」での分析、考察の例は少なく、あってもほとんどが1990年代後半の成果である⁽¹⁰⁾。しかし、日本における女性の地位や立場は、働く場、すなわち職場において最も顕著に浮き彫りにされること、また、今日の企業経営において女性労働の能力の活用が要請されていることから、「企業経営の中の女性労働」という視点からの女性従業員の処遇問題の分析・考察は歴史的必然性をもつものといえる。

第2章 日本企業における女性従業員を取り巻く環境の変化

本章では、実態レベルでの課題を把握するために、日本企業における女性従業員を取り巻く環境を検討する。均等法が施行(1986年)されてから30年が経過した。この間、女性従業員を取り巻く環境は大きく変化し、職域の拡大などさまざまな分野で女性の進出が図られている。その大きな変化として次の5点が挙げられる。まず第1の変化は、女性が労働市場に進出するようになり、日本企業の人事システムの下で、周辺労働者として位置づけられてきた女性の人数が増加したことである(図表1)。そして、企業は、周辺労働者としての位置づけをそのままにして、女性を活用するようになっていく。その活用とは、まず非正規従業員としての正規従業員並みの活用と正規従業員としての活用である。正規従業員としての活用の方法には次の2つの方法が存在する⁽¹¹⁾。第1の方法は、女性の能力を引き出そうとするが、賃金を従来そのままにしておくものである。そのため、女性に教育・訓練や配置転換を施したり、単純作業以外にも責任のある仕事を任せたりする。女性従業員の側としても、責任を任されるとやる気をもって仕事に臨めるので、こなす仕事量は活用しない場合より増え、しかも長期勤続になる傾向になる⁽¹²⁾。第2の方法は、女性を男性と同じ処遇にするというものである。すなわち、女性に男性と同様に教育訓練や経験を積み、同じ処遇にすることによって、男性と同じだけの生産性を求めるということである⁽¹³⁾。

(9) 前田信彦『仕事と家庭生活の調和』日本労働研究機構、2001年、9-23ページ、132-143ページ。

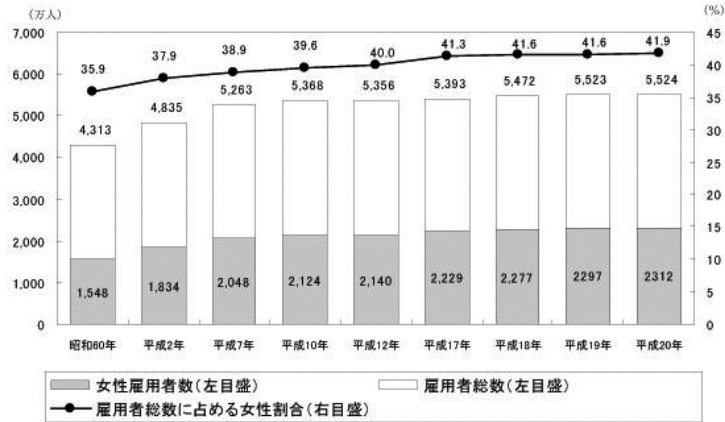
(10) 藤井治枝、渡辺峻編著『現代企業経営の女性労働』ミネルヴァ書房、1999年、2-3ページ。

(11) 大内章子、藤森三男『日本の企業社会』『三田商学研究』第37巻第6号、1995年2月、4ページ。

(12) 女性を補助の仕事でのみ活用している企業では女性の定着率が低く、女性にも教育訓練や配置転換を実施している企業では定着率が高まるという。樋口美雄『日本経済と就業行動』東洋経済新報社、1991年、277ページ。

(13) これは早くからは、昭和27年に男女同一の給与体系、人事考課制度導入した高島屋をはじめとした百貨店などの流通業界、昭和50年代後半以降技術系専門職として大卒女子を採用しているメーカーで導入されてき

図表1 雇用者数及び雇用者総数に占める女性割合の推移



資料出所：総務省統計局「労働力調査」

次に、第2の変化は、家族形態、人口構成、教育の変化である⁽¹⁴⁾。まず、それまで企業が前提としてきた家族形態に変化が現れてきた。企業が前提とする家族とは、男性が一家の長となり、専業主婦とその子供を扶養する家族である。1965年には雇用者世帯の73.8%がこのような専業主婦を持つ世帯であった⁽¹⁵⁾。しかし、共働き世帯の割合が増加し(図表2)、また単身赴任の増加、晩婚化・未婚化、離婚の増大によって単身世帯が増えてきたというように、家族の形態が変化してきた。次に、出生率が低下し、高齢化社会を迎えて人口構成が変化してきた。このことによって、若年労働者が減少、つまり、企業は従来のように新卒者のみを対象とした採用を行うことが困難になる。また少子化により、子供1人あたりの親の介護の負担が多くなり、介護を必要とする親を持つ中年の従業員に対し、企業が全面的な就業を求めることが難しくなっている。さらに教育が変化している。1つは女性の高学歴化であり、もう1つは国連の女子差別撤廃条約批准⁽¹⁶⁾に伴う男女家庭科共修である。このことにより、性別による役割分業意識が減少するものとされている。これら教育の変化は時間はかかるが労働力の変化に現れるであろう。

第3の変化は、ライフサイクルや個人の意識の変化が挙げられる。それは平均寿命の伸長、女性の高学歴化と就職率の高まり(図表3)、雇用労働者化によってもたらされている⁽¹⁷⁾。また同じ女性労働者でも、就職経験の有無、結婚・出産の有無による立場の違い、正規従業員か非正規従業員か、正規従業員でも活用されているか否かによる働く形態の違い

た。氏原正治郎『ワーキングウーマン』(社)社会経済国民会議、1986年、69ページ。岩田龍子「マネジメントへの影響」花見忠、篠塚英子編『雇用均等時代の経営と労働』東洋経済新報社、1987年、125ページ。

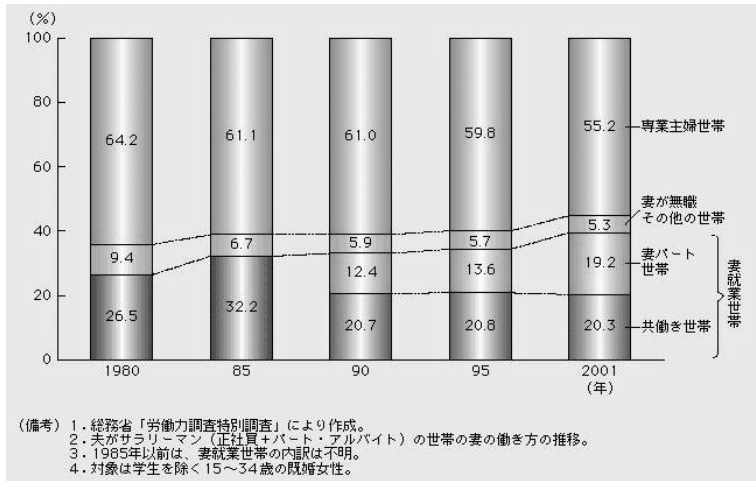
(14) 大内章子、藤森三男、前掲稿、5-6ページ。

(15) 総務庁統計局『就業構造基本調査(昭和46年)』106ページ。

(16) 条約は正式には、「婦人に対するあらゆる形態の差別の撤廃に関する条約」であり、日本はこの条約の批准によって、男女雇用平等法の制定、国籍法の改正とともに、1993年より中学校、1994年より高校で家庭科の男女共修を実施することになった。

(17) 4年制大学卒業者の就職率は、1965年の男子学生67%、女子学生67%から、女性のそれが高まり、1991年、1992年の女性の就職率は男性を上回るほど(約80%)男子学生と変わらなくなった。文部省「学校基本調査」。

図表2 共働き世帯と専業主婦世帯



資料出所：『平成15年版 国民生活白書』

(<http://www5.cao.go.jp/sekatsu/whitepaper/h15/honbun/html/15311040.html>より。2011年8月26日アクセス。)

によって、意識は様々である⁽¹⁸⁾。企業はこうした多様な女性労働者に対応しなければならない。

第4の変化は、日本の女性労働の環境を特徴づけるM型曲線についてである。M字のボトムにあたる年齢階級(20代後半～30代半ば)が、1980年代半ばから底を上げる傾向にある⁽¹⁹⁾。家庭および子供を持つ女性が働くことを選択することが常態になっているが、その反面、依然として非正規社員としての女性の増大や均等法や労働基準法の改正などの法的整備の進展、および能力主義的管理の強化と非正規社員の急増の動向が、社会的、文化的、生理的存在としての女性へ与える影響が大きくなっている。

第5の変化は、法律面での変化である。それは女性が働くにあたっての環境を整備するというもので、男女雇用機会均等法、育児休業法、介護休業法の3つが挙げられる。それに伴い、企業は雇用において男女差別をしないためのコース別雇用管理制度、男女を対象にした育児休業制度、介護休業制度の導入が求められている⁽²⁰⁾。

これらの制度の導入の背景には、企業が生きている人間を資源とし、前述したような環境の変化があるからこそ、企業は女性従業員の処遇のあり方を考え直さなくてはならない、という考え方がある。こうした中で企業はごく一部の女性だけに男性と同等に働く機会を与えた。その狙いは、第1に、女性を活用としようとする施策の一環であり、第2に、国際的に迫られている男女差別の是正を示すことである。実際に導入したのがコース別雇用管理制度であり、基幹的な業務と補助的な業務といった業務内容の違い、転居を伴う転勤の可否、昇進・昇格の可能性を組み合わせ、従来男性が行ってきた業務を総合職、女性が行ってきた業務を一般職に明確に区分したのである。そして、男性は全員総合職に、

(18) 大内章子, 藤森三男, 前掲稿, 6ページ。

(19) 熊沢誠『女性労働と企業社会』岩波書店, 2000年, 2-14ページ, 46ページ, 49-50ページ。

(20) 大内章子, 藤森三男, 前掲稿, 6ページ。

図表3 大学卒業予定者の就職内定状況の推移

	10月1日現在の の内定率		12月1日現在の の内定率		2月1日現在の の内定率		4月1日現在の 就職率	
							〈単位 %〉	
	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子
平成8年度 (平成9年3月卒)	81.1	73.9	76.0	87.0	86.2	93.2	92.2	95.8
平成9年度 (平成10年3月卒)	87.3	76.4	78.8	87.6	87.5	92.5	90.5	94.8
平成10年度 (平成11年3月卒)	59.2	71.3	73.5	83.5	84.7	90.7	89.2	93.2
平成11年度 (平成12年3月卒)	57.7	66.4	68.8	77.3	77.1	83.8	89.5	91.9
平成12年度 (平成13年3月卒)	59.7	66.0	71.0	77.7	79.7	83.9	91.2	92.3
平成13年度 (平成14年3月卒)	60.6	67.6	73.6	78.6	80.5	84.3	91.5	92.5
平成14年度 (平成15年3月卒)	60.1	67.0	73.6	79.0	80.9	85.4	92.2	93.2
平成15年度 (平成16年3月卒)	59.1	61.1	72.4	74.4	81.2	82.8	93.2	93.0
平成16年度 (平成17年3月卒)	59.2	62.9	72.9	75.3	81.5	83.5	93.8	93.3
平成17年度 (平成18年3月卒)	62.9	68.1	75.5	78.9	84.0	87.3		

資料出所：厚生労働省・文部科学省「大学等卒業予定者就職内定状況等調査」

女性はごく一部を総合職に、その他の多くを一般職にした⁽²¹⁾。

コース別雇用管理制度は、主にそれまで男女分業型の職場形態をとってきた企業で、均等法を契機に大卒女子に門戸を開いた大企業を中心に導入された⁽²²⁾。この制度によって、優秀で男性並みに働ける少数の女性のみを総合職にすることによって、性別による差別がないことを企業は示せる。また男性並みに働ける女性なら、人材不足を補える利点を持つ。さらに、優秀な女性によって男性が刺激されるという人材及び組織の活性化にもつながる可能性があるものと期待された。しかし、近年、経済不況に伴う女性の就職難の深刻化と職場での男女の処遇の平等化が予想に反して進んでいない⁽²³⁾という問題が指摘され、コース別人事制度の問題点を指摘し、さらに論者によってはこの制度の廃止まで求める、あるいはその方向へ進むという主張⁽²⁴⁾もなされている。

以上のように、均等法が施行されてから25年以上が経過したが、この間、女性従業員を取り巻く環境は大きく変化し、職域の拡大などさまざまな分野で女性の進出が図られている。少子高齢化の進展が見込まれる中、コア人材層の拡充に向けて、女性社員の活用や登用が重要になると考えられる。しかし、実態をみると、雇用者総数に占める女性の割合が

(21) 大内章子、藤森三男、前掲稿、6-7ページ。

(22) 労働省「女子雇用管理基本調査」平成元年度および平成4年度。脇坂明『職場類型と女子のキャリア形成』お茶の水書房、1993年、2ページ。

(23) 八幡成美、橋本秀一、福原宏幸「労働調査研究の現在」『日本労働研究雑誌』420号、1995年、11ページ。

(24) 例えば、脇坂明『職場類型からみた女性のキャリアの拡大に関する研究』岡山大学（経済学研究叢書）1993年。中村恵「女子管理職の育成と総合職」『日本労働研究雑誌』415号、1994年。大沢真知子「短大・大卒女子の労働市場の変化」『日本労働研究雑誌』405号、1993年。富田安信「女性の仕事意識と人材育成」『日本労働研究雑誌』401号、1993年。

41.3%⁽²⁵⁾ である一方、管理職に占める女性の割合は部長で1.8%、課長で3.0%⁽²⁶⁾にとどまっております。欧米と比較するならば、依然として日本企業において女性の活用・登用は遅れていると言わざるを得ない。また、日本女性の労働力率は、依然としてM型曲線は変わらない状況にある⁽²⁷⁾。

第3章 日本企業における女性従業員の処遇に対する取組

本章では、前章までに検討したように、日本企業においてなかなか改善されない女性従業員の処遇問題を把握するために、日本企業が採ってきた施策を検討する。

企業の取組については個別企業で様々であり、制度を設けていても機能しているかは外部からは判断しにくい。しかし、経営戦略に貢献できる形で「ダイバーシティ経営」に取り組み、それを具体的な経営上の成果として結実させた企業を選定した「経済産業省ダイバーシティ経営企業100選」においては、企業の取組とそれが「経営上の成果」につながったかを客観的に把握できる判断材料となり得る。初回の平成24年度は、全国各地の多様な業種の大企業・中小企業43社が表彰されている。

ここでは、「経営上の成果」としては、大きく4つに分けて考えられている。第1に、対価を得る製品・サービス自体を新たに開発したり、改良を加えたりする「プロダクトイノベーション」。第2に、製品・サービスを開発、製造、販売するための手段を新たに開発したり、改良を加えたりする「プロセスイノベーション」。第3に、顧客満足度の向上、社会的認知度の向上などの「外的評価の向上」。第4に、従業員のモチベーション向上や職場環境の改善などの「職場内効果」である⁽²⁸⁾。図表4では、表彰された43社のうち、女性活用戦略に取り組み、かつ経営上の成果につなげたとされている事例をまとめたものである。

図表4 女性活躍推進の経営効果について（事例）

企業名	女性活用戦略	経営効果
六花亭製菓株式会社	○「公休利用制度」（年1回の公募で、2週間から最長2ヶ月の公休が付与）を用いて保育資格を取得した女性社員を中心に社内保育園を立ち上げるなど、優秀な人材の適材適所を叶えるための職域開発と両立支援施策の実施を同時に実現。	<p><プロセスイノベーション></p> <p>○製造、販売、流通などの部門間で頻繁にジョブローテーションを実施。複数部署の業務に精通させることで繁忙期の柔軟な人員対応等が可能に。生産効率の向上や改善も実現。</p> <p><職場内の効果></p> <p>○質の高い休暇取得や、各自の改善提案が直接的に自身の評価</p>

(25) 「労働力調査 平成17年」

(26) 「女性雇用管理基本調査 平成15年度」

(27) 堀真由美, 前掲稿, 73ページ。

(28) 経済産業省編, 前掲書, 9ページ。

企業名	女性活用戦略	経営効果
		につながる仕組により、社員の仕事への集中力やモチベーションが向上。
花王株式会社	○2006年から男性社員の育児参加促進活動を開始。男性社員のみならず女性社員の配偶者も含めて、「育児は家族で協力しあうもの」という意識啓発に取り組む。その結果、女性管理職比率は2006年度の3.7%から2012年度には7.9%に上昇。男性の育児取得率は約40%。	
キリンホールディングス株式会社	○当初より女性の少なかった営業や生産現場に、2004年頃から女性の登用開始。採用・育成機会の均等化を図る。その結果、女性支社長やビール工場の部長、海外マネージャなど、従来男性が占めていた役職への登用が進み、女性管理職比率は2006年の1.5%から2013年では管理職の女性比率は3.4%、係長クラスを入れた女性リーダー比率では2006年の1.9%から4.5%に上昇。 ○ボトムアップによる取組の必要性から、女性社員の活躍を支援する女性社員のネットワーク作りとして「キリンウィメンズネットワーク」を2007年に立ち上げ。役員に対して女性活躍のための提言を実施することで、両立支援制度や、女性リーダー育成プログラムなどが誕生し、女性社員自身の意識変革やキャリア支援の機会となっている。	<プロダクトイノベーション> ○商品開発プロセスに女性がビールを飲むことが出来ないという声をもとに、女性が商品企画から関与して生まれた“キリンフリー”や、世界の家庭の手作り飲料を取り上げるというコンセプトで開発された高付加価値商品の“世界のKitchenから”シリーズなど、商品企画・開発がなされ、業績向上に貢献。 <プロセスイノベーション> ○女性営業職が消費者目線に立った提案をスーパーや飲食店などへ行ったことで営業成績を上げた。

企業名	女性活用戦略	経営効果
サトーホールディングス株式会社	○病児保育支援制度、シングルマザー採用枠など従前より法定基準を上回る独自の制度を導入。	<p><外的評価の向上></p> <p>○カスタマケアグループの女性エンジニアが顧客ニーズを把握する業務を担当し始めたことで、継続受注件数を拡大するとともに、顧客満足度が向上。</p>
サントリーホールディングス株式会社	○現場の問題についてボトムアップで課題解決を図るために小集団での活動を実施。例えば、「子育て環境プロジェクト」からは復職前後の育児支援施策、「短時間勤務者ユニット」からは多様な働き方への改革、「営業女性ユニット」からは女性の職域拡大と環境整備。	<p><プロセスイノベーション></p> <p>○女性管理職が増加した結果、新商品開発のプロセスにも女性が関与。顧客ニーズに即応した商品開発の実現、業績拡大に貢献。</p> <p><職場内の効果></p> <p>○社員意識調査でも、柔軟な働き方が会社にも個人にもプラスになっているとの結果が出ており、社員のモチベーションも向上。</p>
株式会社資生堂	○「キャリアサポートフォーラム」や「きやりなびランチ」など女性社員のキャリアに対する意識向上のための取組を進める他、事業所内保育所「カンガルーム」の設置・運営や、「イクメンランチ」で男性の育児参加への意識啓発を実施。	<p><プロセスイノベーション></p> <p>○2005年に立ち上がった「メガブランド戦略」では、低迷していたシャンプー・リンス市場でNo.1を奪回するため、部門を横断したプロジェクト体制が生まれ、社内でもトップクラスの女性マーケッターを中心に意思決定を持たせた。その結果、洗い上がりの手触り感を重視し、洗練されたパッケージを採用するなど従来にない視点での商品開発が行われ、シャンプー・リンス市場で発売直後にシェア1位を獲得。</p>

企業名	女性活用戦略	経営効果
株式会社東芝	○2004年に社長直属の専任組織「きらめきライフ&キャリア推進室」設置、ワークライフバランスや女性のキャリア形成への支援等を推進。2005～2006年には女性リーダー養成のための「きらめき塾」を開講、200人超が参加、その後マネジメント層に昇進。	<プロダクトイノベーション> ○2009年、ユーザー起点の商品企画を目的として女性社員を中心とした「マゴコロ推進室」を立ち上げ、白物家電の新企画としてシリーズ化、メンバーは自身の所属組織と兼務で企画立案を実施。
株式会社日立製作所	○2006年、社長直轄の「ダイバーシティ推進プロジェクト」活動を開始。ダイバーシティの「試金石」として女性の活躍支援を促進。意識改革や各種啓発活動に加え、メリハリのある働き方を進めることによる「働き方の見直し」も同時に強化。	
富士電機株式会社	○女性社員のキャリア意識醸成と能力開発、女性幹部社員登用を目的として、幹部候補者向けの能力開発研修や総合職向けのメンター制度を実施。また、育児休職からの復職者がその上司とお互いの状況・価値観を共有する研修に参加することで、復職後のキャリアプランの形成・協力体制を確立。	<外的評価の向上> ○技術系女性社員による理工系採用プロジェクトの活動により、理工系女子学生の採用数が拡大。
株式会社リコー	○2003年より「キャリアリカバリー施策」として、休業・短時間勤務者の評価・昇格に際して、休業前と復職後の評価及び成果を対象に昇格査定を行うことにより、マイナスの影響をなくす制度を導入。その結果、利用率・復職率ともにほぼ100%で推移。 ○女性の育成施策として、管理職、管理職候補層、若手係長層、若手と段階を分けて研修プログラム、勉強会等を実施するほか、	<プロダクトイノベーション> ○海外マーケティング部門における女性駐在員の増加と共に、海外マーケティング部門における女性管理職も増加。リサーチや企画段階など現地と密なコミュニケーションが必要とされる場面で活躍。女性社員の丁寧な気配りやフォロー等により顧客等により顧客との意思疎通が順調に進むようになったことで、ビジネスを円滑に進める体

企業名	女性活用戦略	経営効果
	<p>両立支援再雇用制度や非正規社員から正規社員への登用など、多様なキャリアパスの支援を実施。その結果、女性管理職のワーキングマザー率は40%に上昇。</p>	<p>制作りに成功。</p>
<p>日産自動車株式会社</p>	<p>○女性の意思決定層への参画が課題であり、部長級候補の女性を対象にした役員によるメンタリングや、管理職候補の女性へのキャリアアドバイザー配置などを実施。その結果、全社的なダイバーシティマインドが向上するとともに、意思決定層としての女性管理職比率が2004年の1.6%から2012年には6.7%と約4倍に増加。</p>	<p><プロセスイノベーション> ○女性社員の目線を活かした製造ラインの改善等により生産性向上を図っている。</p> <p><プロダクトイノベーション> ○商品開発の面では「女性の魅力創出グループ」を開発部門に設置。使い方や動作における男女差を検証し、現場へフィードバックすることで、「セレナ」や「ノート」など女性顧客のニーズを反映した商品を開発し、順調な売り上げを継続。</p> <p><プロセスイノベーション> ○乗用車「ノート」の商品企画責任者に女性が抜擢され、チャイルドシートへの子どもの乗降や荷物の出し入れがしやすいようにと最大で約90度開く後席ドアや、駐・停車をサポートするアラウンドビューモニターを装備するなど、女性にとっての使い易さを追求した開発を実現。その結果、発売3ヶ月で売上目標を達成。ガソリン登録者5ヶ月連続販売1位を獲得。</p>

企業名	女性活用戦略	経営効果
サラヤ株式会社	<p>○「食品衛生インストラクター」と呼ばれる対企業の食品衛生管理構築のサポート業務を行う専門スタッフには女性が多く、ノウハウや技能を有する彼女らに長期的に活躍してもらう環境整備に取組。業務プロセスを細分化し、在宅勤務者に書類作成を分担させたり、繁忙期のみ派遣調査員として委託したりすることで、繁閑に応じて現場のスタッフ数を柔軟に対応させるとともに、勤務地・時間の制限を柔軟化し、スタッフの多様なキャリア形成が実現。</p>	<p><外的評価の向上> ○働きやすい環境づくり等の取組により、就職希望者が前年比10%ずつ増加、優秀な人材獲得につながっている。 <職場内の効果> ○衛生インストラクターの人員配置の柔軟化と業務プロセス改善により、生産性向上と社員のモチベーションの向上の両者がともに実現。</p>
TOTO株式会社	<p>○2010年度から、「ダイバーシティ推進活動」として、ウイメンズフォーラム(3年以上役職経験ありの36歳～40歳代向け)、女性ステップアップ研修(部門として1つ上の役割を期待している方向け(35～42歳))、メンタリングセッション(入社5年目女性総合職向け)と、階層別に、女性社員の育成研修を実施。 ○働きやすい環境づくりのために社員の声を反映しながら、育児フレックス勤務の拡充、時間単位の有給休職制度の導入といった制度面の改正を実施。</p>	<p><プロセスイノベーション> ○女性技術者中心のチームにより、感性品質の数値データが研究により開発された「エアインシャワー」は、広くイノベーションへ貢献した社員を表彰する「TOTOビジネスマスターズ」優秀賞を2012年に女性で二人目として受賞。 <プロダクトイノベーション> ○清潔志向の女性顧客ニーズを汲み入れて開発されたウォシュレットのノズル・便器を除菌する「きれい除菌水」の売上が伸び、業績向上に貢献。 <職場内の効果> ○女性活用推進への男性の理解度も高まり、女性のチャレンジ意欲も引き出された。</p>

企業名	女性活用戦略	経営効果
NECソフト株式会社	<p>○女性のキャリア観(ライフイベントとキャリア形成との関係で長期的プランがたてにくい等)の傾向をマネジメント層に啓発するノウハウ集やフォーラムの開催等により、多様な人材が活躍できる組織風土を構築するためのマネジメントスキル向上に取組。</p>	<p><プロセスイノベーション> ○ワークライフバランスの実現と生産コスト低減・品質向上を目指した生産革新活動では、女性管理職からの提案も踏まえ、限られた時間内で生産性を向上させ成果を出すための業務プロセス改善の検討を推進、業務の効率化を実現。 <職場内の効果> ○意識調査で長時間労働の解消や労働時間管理の意識が組織に根付くとともに、上司のマネジメントの公平性なども実感されるなど、組織風土の変化が数量的な結果として明確に。</p>
株式会社NTTデータ	<p>○3年間の育児休業制度や小学校3年生までの短時間勤務制度などの両立支援制度を整備。 ○2008年から「女性社員の定着率向上」を目指し、各種セミナーやメールマガジン等の情報提供を実施。制度を利用しつつも、より会社に貢献する意識を高めるため、トップメッセージの強化、より身近で具体的なロールモデルの提示、女性管理職からの情報発信、女性社員同士のネットワークづくりなどによる意識改革やマネジメント改革に取組。</p>	<p><プロセスイノベーション> ○両立支援制度の拡充や在宅勤務・裁量労働制などの導入・推進、ソフトウェア開発自動化への取組やプロジェクトマネジメント力の向上により、役割分担や作業管理の適正化が進み、時間制約のある社員でも業務の割当が可能に。 <職場内の効果> ○女性社員だけでなく育児や介護を抱える男性社員の働き方への対応も可能に。社員満足度調査結果は毎年継続的に上昇。</p>

企業名	女性活用戦略	経営効果
株式会社りそな銀行	<p>○「女性に支持される銀行No.1を目指す。そのためには女性が働きやすい会社にする」というトップメッセージを発信し、2005年～2007年には「女性リーダー研修」を実施。ワークショップの成果を経営陣に発表する機会を設けることで、マネジメントやリーダーシップなど従来経験する機会が少なかった能力開発・発揮の場をのべ100名程度の女性社員に提供し、ロールモデルを輩出。</p> <p>○経営直轄の諮問機関「りそなWomen's Council」を発足。これまで社員・パートナー社員転換制度の導入や「りそなパパママ会」の開催など、女性が働き続けられる職場環境の改善や多様な働き方の実現をはじめ、社員全員がイキイキ働ける職場への風洞改革を目指して、検討・提言を続けている。</p>	<p><プロセスイノベーション></p> <p>○女性営業職の「お客様を知りお客さまの約に立ちたい」思いが信頼を得て、「金融サービス業」を目指す同社におけるリテール部門という強みの更なる強化につながった。</p> <p><プロダクトイノベーション></p> <p>○2006年には、女性社員による商品企画・かお初を行うプロジェクトチーム「私のチカラプロジェクト」を発足。投資信託や女性専用住宅ローン、医療保険などを販売し、成果を上げている。</p> <p><職場内の効果></p> <p>○両立支援制度、女性社員のキャリア意識が高まり、モチベーションも向上した結果。女性の退職者比率が約3.4にまで低下、ワーキングマザー比率が2008年以降18.6%まで急激に上昇し、優秀な人材獲得にも寄与。</p>

出所) 経済産業省編『ダイバーシティ経営戦略～多様な人材を活かして、変化する市場を生き抜く～』2013年より筆者作成。

以上の取組を実施した大半の企業では、女性社員の活用・登用を進めるために、トップ方針として推進されている。これらの企業がこうした制度に取り組んだ目的は、次の4つが考えられる。第1に、消費者のニーズの把握である。女性の方が情報の中にきめ細かさがあり、品揃えの改善につながる。第2に、これからの少子化の時代に人材の確保という観点から、男性中心の職場を変えていくことが必要である。第3に、企業のグローバル化の時代において欧米から見て、女性が人権侵害されていると思われるイメージダウンにつながり、ビジネスに支障がでる。第4に、女性社員のモチベーションの向上である。女性従業員にキャリアのイメージを植え付けて、定着率を高めつつ、やる気を引き出すためである。

このように、「ダイバーシティ経営戦略」における女性活用戦略は、経営戦略を実現するうえで不可欠な多様な人材を確保し、そうした多様な人材が意欲的に仕事に取り組める職場風土や働き方の仕組みを整備することを通じて、適材適所を実現し、その能力を最大限発

揮させることにより「経営上の成果」につなげることを目的としている。

むすび

日本企業における女性従業員の処遇問題への取組は、ダイバーシティ経営企業100選表彰企業の事例で見ると、制度作りや運用も充実しているように見える。しかしながら、そうした企業はごく一部であり、第2章の統計で見ると日本企業における女性従業員の処遇問題は未だ解決されてはいない。女性の労働市場への進出が増大するに伴って、雇用環境におけるジェンダー的視点から見た場合の問題は依然として存在するものの、先行研究の焦点は、女性の労働力化への認識の高まりへの考察と女性労働の期待する姿を描くところに焦点が当てられつつある。少子化、高齢化による労働力の減少、さらにはIT化の進展など、労働・社会構造の大幅で急激な変化と均等法以後の男女共同参画社会への傾斜は、女性労働に新たな局面を期待されたが、女性活躍推進の取組は、業種や企業によって、その力の入れ方にはまだかなりの強弱の差があるのが実態である。しかし、今後、若年労働力が減少していく中で、業種・企業の違いを問わず、女性の活用は進めていかなければならないであろう。いずれにせよ、ステークホルダー全体の共生を図る経営に向けた経営システムを追求する時期にきているといえよう。ダイバーシティ経営は、企業が競争優位を築くための経営戦略の一環として位置づけられる人材活用戦略である。そのため、経営全体の方向性に整合的に設計される必要がある。したがって、ダイバーシティ経営の成果の「プロダクトイノベーション」、「プロセスイノベーション」、「外的評価の向上」、「職場内の効果」が女性従業員の確保、定着、能力発揮などの過程でその成果が複合的に現れるプロセスを分析する理論枠組みが今後必要とされる。この点に関しては次稿で考察する。

(2016.1.21 受稿, 2016.2.12 受理)

— Abstract —

In recent years, treatment problems of women employees, will be positioned as one of the "diversity management strategy", efforts to the treatment problem of female employees has been required.

Traditionally, treatment problems of female employees have been treated as a human rights issue measures to promote the country. However, for the company, rather than being treated as a "should be logical," such as human rights issues, is treated as a strategy. For example, consideration of women's regular employees, if the strategy on the plus, companies might work on a priority basis to the treatment problem of female employees, if the strategy on the minus On the contrary, measures of female employees of treatment problems postpone or may not be utilized to make only system. Therefore, efforts to female employees of the treatment problem will say that is up to the strategy of individual companies.

In this paper, I approach the treatment problem of female employees as one of the "diversity management strategy", it picks up a specific management on a case of was culminated company as a result. Then, consider the basic idea and how to proceed with treatment problem of female employees in the "Diversity Management Strategy" which is extracted as a common term from the case.

〔研究ノート〕

我が国の倒産制度の現状と課題

—「三方良し」の視点から—

菅野 健一

はじめに（背景と目的）

倒産に関する研究は、数多く、経営学、法学、会計学、統計学、金融工学等様々なアプローチで多くの論文が内外で発表されている。一方で「倒産」という言葉は法律上厳密に規定された用語ではなく、慣用語であり、企業の経営破綻に係わる総称として通常用いられている。近時、次の3点から倒産に関する状況が大きく変化しており、従来の枠組や関連する諸制度だけでは倒産に関わる問題を解決することが困難になってきている。

1点目は、2008年の金融危機等に対する中小企業対策として2009年に施行された中小企業金融円滑化法（以下、円滑化法と略称）とその後の金融庁による金融円滑化政策により、本来破綻してもおかしくないような抜本的な経営改善が必要な企業が5、6万社程度延命し倒産を逃れている懸念がある⁽¹⁾ことである。民間信用調査会社の帝国データバンクおよび東京商工リサーチによる倒産統計⁽²⁾の数字にはこれらが含まれていないため、統計で倒産の全体像が掴めないという問題が生じている。2点目は、バブル経済崩壊後の倒産の増加、大型化に対応するために倒産法の改正や、私的整理手続が充実⁽³⁾しその殆どが債務者と金融機関の間で秘密裏に実行されるため把握が困難になっているという問題である。3点目は、休廃業・解散の扱いである。東京商工リサーチの発表によると休廃業・解散（以下、総称して「廃業」という）が近年増加傾向にあり、廃業件数が倒産件数を大きく上回る状況⁽⁴⁾が続いている。高齢化に伴う人口減少と歩を併せるように、企業経営者の高齢化の進行から、後継者不在等を理由に廃業するケースが増加しており、我が国の企業数が年々減少している⁽⁵⁾。こうしたことから、企業の市場退出に関する問題という意味では倒産より寧ろ廃業により注目する必要がでてきたといえる。

(1) 第186回国会参議院財政金融委員会会議録第9号2014年5月15日16ページ等参照。

(2) 帝国データバンクによる「全国企業倒産集計」と東京商工リサーチによる「全国企業倒産状況」が政府の各種統計等にも利用されており、現状、倒産統計のデファクト・スタンダードの地位を得ている。

(3) 南[2013]391～404ページ。

(4) 東京商工リサーチHP「2014年『休廃業・解散企業』動向調査」

http://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20150209_07.html (2016年1月20日アクセス)によると2014年の休廃業・解散件数は29,414件で同年の倒産件数9,731件の約2.8倍であった。尚、本調査における休廃業・解散の定義を、休廃業が「資産が負債を上回る資産超過状態での事業停止」、解散を「法人格を消滅させるために必要な清算手続に移行させるための手続」とし、同社の定義する「倒産」とは明確に区別している。本論文における休廃業・解散（総称として「廃業」という）の定義は本定義を用いることとする。

(5) 『中小企業白書』[2014]128ページによると我が国の中小企業数は、1999年の484万社から順次減り続け2012年には385万社に減少しているとある。

本論文では、上記3点の変化を踏まえた上で、我が国の倒産制度の現状と今後の課題について考察することとし、本論文の構成を、1. 企業倒産の定義に関する先行研究の整理、2. 債権者の視点からみた倒産制度の現状と課題、3. 債務者の視点からみた倒産制度の現状と課題、4. 「三方良し」⁽⁶⁾の視点からみた今後の課題、とする。

我が国では、起業促進の観点から最低資本金制度が廃止され実質1円の資本金で株式会社が設立できるような法改正⁽⁷⁾が行われ、また、所謂アベノミクスの成長戦略にも起業促進が重要項目として盛り込まれている⁽⁸⁾が、産業の新陳代謝を進めるためには、入口論だけではなく出口をスムーズにする事が不可欠である。倒産は利害関係者にとり一見最悪の出口に思えるが、制度設計を上手くデザインすることで、再スタート可能な出口、利害関係者の被害を最小限に抑える出口とすることができる可能性を秘めている。倒産制度の現状を解明し課題を明らかにすることで、今後の我が国経済の発展に寄与するような新たな制度設計のための考察を試みる。

1. 企業倒産の定義に関する先行研究の整理

1.1. 先行研究の調査

倒産に関する多くの研究を調査した結果、企業倒産予知の実践的なアプローチの視点から過去の先行研究を比較分析した白田 [1999] とERM (エンタープライズ・リスクマネジメント) の枠組から倒産と再生を定義した太田 [2009] の先行研究が包括性と独自性という点で優れている。また、両者の定義は視点の違いから大きな差異がある。以下、白田と太田の研究を土台に倒産の定義に関する先行研究の整理を行うこととする。

1.2. 白田の研究⁽⁹⁾

白田は、先行研究における倒産の定義を比較検討した文献が見当たらないとし、主要な国内外の先行研究が企業倒産をどのように定義しているか調査し比較を行っている。

海外の先行研究の調査比較においては、倒産事象に対する呼称として「Failure」と「Bankruptcy」があり、多くの研究者が「Failure」の中に「Bankruptcy」の概念が含まれるとしているが、その定義は一様ではないものの殆どの研究者が、債務不履行状態 (Insolvency) にあり経済的責務を履行できなくなった状態を倒産として定義していると分析している。

一方、我が国では「倒産」という用語を企業の破綻状態を包括的に表す言葉として用いており、英語の「Bankruptcy」より「Failure」に近い内容であるとしている。また、我が国

(6) 鎌倉時代から第二次世界大戦まで活躍した日本三大商人といわれる近江商人の心得で「売手良し、買手良し、世間良し」。

(7) 1990年改正の旧商法で最低資本金制度が設けられ、株式会社は資本金1000万円以上(旧商法第168条の4)が必要となった。2003年2月に新事業創出促進法が改正され、特例措置として資本金1円での株式会社や有限会社の設立が法的には可能となり、起業促進に一定の成果が出たことから、旧商法や旧有限会社法を統合して2006年5月に施行された会社法では、最低資本金制度は廃止された。

(8) 首相官邸HP「我が国再興戦略 - JAPAN is BACK - 2013年6月14日」http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf (2016年1月20日アクセス) 参照。

(9) 白田 [1999] 7 ~ 23 ページ。

における研究では、海外における研究で用いられる債務不履行 (Default)、支払不能状態 (Insolvency)、破産 (Bankruptcy) といった直接的な表現が使われていないと指摘している。尚、太田 [1996] の定義である「経営活動の持続が何らかの原因で困難、もしくは不可能な状態」(28ページ) については倒産の基準を経営の持続に置いており類を見ない定義と批判し、廃業のケースや再生型倒産手続きとのミスマッチがあるとしており興味深い。更に、帝国データバンク、東京商工リサーチによる定義を分析し、倒産の定義として、法的倒産と直に法的処置がとられるであろう、または法的倒産がとられた状態と同様である手形の不渡りによる銀行取引停止処分や任意整理などの私的整理の場合に用いられる「事実上倒産」という概念の2つがある点を述べている。また、倒産企業の研究を実証分析的アプローチで行う場合には倒産企業の財務・決算データの収集が不可欠であり、財務・決算データを多数保有する帝国データバンク等の信用調査機関の倒産の定義に従わざるを得ないとした上で、自らの研究における倒産を、企業が経営に行き詰まり破綻した状態にあることとし、具体的な要件として資本の維持ができないことと経済的責務の履行が不可能となることの2つを満たす状態にあることと定義している。

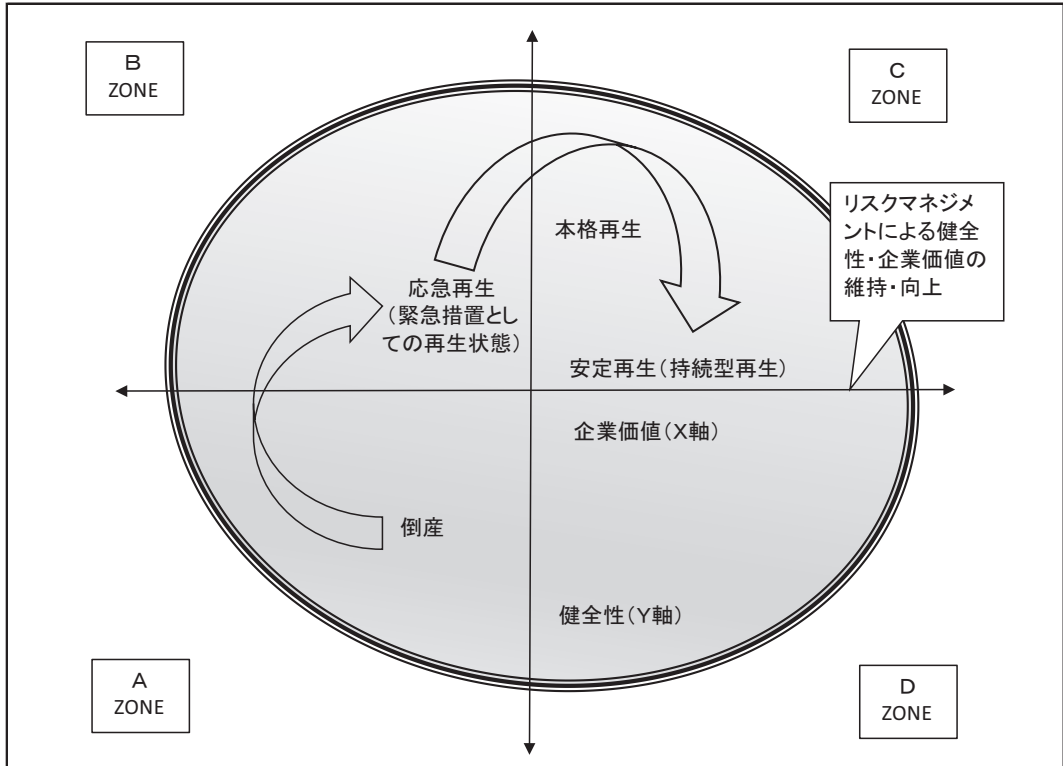
1.3. 太田の研究⁽¹⁰⁾

太田は、ERMをリスクのマイナス面に対応する管理活動たる「保守的リスクマネジメント」とリスクのプラス面に対応する管理活動たる「進取的リスクマネジメント」の2つを含む統合的リスクマネジメントと定義し、このERMの枠組を用いて企業にとっての最大のリスクである倒産と再生の理論構築を行っている。倒産は企業の究極的な局面を表すものであり、再生はその局面からの脱却を表すとし、倒産を、経済活動の持続が困難か不可能な状態、もしくは経営機能の崩壊状態を示すと定義している。経営機能には組織、生産・流通、金融という3つの機能の側面があり企業の経営基盤を構成しているとし、当該企業が事業機会もしくは、事業遂行に関連するリスク、特に倒産にかかわるプラス面かマイナス面のリスクに対応できなかったことにより、これら3つの機能の全てもしくは一部が機能不全となった時に倒産が生じるとしている。この倒産と再生の関係を時間軸でとらえ、(図表1)のように表現している。倒産局面(A ZONE)脱却するためには、まず財務健全性(縦軸)をマイナスの位置からプラスの位置に移行させるためのリスク対応が要求される。リスク対応が成功したとき、これを応急再生(=Emergency Turnaround = B ZONE)を果たせたという。次に応急再生が形成できれば、企業価値(横軸)を倒産前の状態まで戻すためのリスク対応が要求される。企業価値が倒産前の状態にまで戻ることができた状態を本格再生(Full-Scale Turnaround = C ZONE)と呼び、この本格再生の状態を長期にわたり維持、向上できれば、持続型再生(Sustainable Turnaround)の状態となる。

太田の倒産の定義は、上記のように企業の倒産からの再生という危機的状況におけるERM活動にフォーカスしたユニークなものであり、白田のような批判はできるが、倒産を市場退出ではなく再生の出発点として捕らえている点に独自性がある。白田の倒産に関する定義、研究が、債権者の目線から見た伝統的なものである一方、太田の定義、研究は、経営困難に陥った債務者の再生という新たな目線に立ったものであり、企業数が年々減少

(10) 太田 [2009] 3～32ページ。

図表1 倒産・再生のERM



(出所) 太田 [2009] 11 ページ。

し、5、6万社の倒産予備軍を抱えるといわれる現在の我が国においては時機を得た視点の研究であると評価できる。

2. 債権者の視点からみた倒産制度の現状と課題

2.1. 債権者からみた倒産

倒産という言葉は、債務不履行 (Default)、支払不能状態 (Insolvency) の状態をあらわしており、極めてネガティブな響きがある言葉である。また、「Failure」が表すとおり、経営の失敗を強くイメージさせ、我が国では倒産した経営者は人生の落伍者のような扱いを受けてしまうきらいがある。倒産という言葉、またその定義は、白田の研究の検証の際にも触れたように、伝統的には金融機関や取引債権者が債務者の経営の失敗から実損を被る場合を想定している。

総合商社で長年に亘り審査業務を行ってきた北澤は倒産には、事業活動の停止、支払不能または支払停止、債務カットの三点が必要で、特に債務カットの事実の有無が最も重要なポイントであると指摘している⁽¹¹⁾。債権者の立場からすると一時的な債務不履行や支払

(11) 北澤 [1992] 63, 64 ページ。

不能が問題なのではなく、実際に自社の債権がカットされ損失が発生するかどうかが大事故であり、取引先が倒産したかどうかの最終的な判断の決め手になるという説である。

筆者も総合商社の審査部の一員として、また、一般企業や金融機関を中心とした法人会員企業に対し、企業の倒産格付情報を提供する会社であるリスクモンスター⁽¹²⁾の経営者として企業審査、与信管理の業界（倒産事例に対しては債権者の立場）に20年以上属している。倒産に様々な形態があるものの、実務の観点から最も重要視してきたことは、取引先の支払不能や事業停止に対し、自社（または情報を提供している会員企業）が経済的損失の発生を事前に回避、または最小限に防ぐことができるかという点である。通常、一般商取引の代金決済は商品納入や役務提供後一定期間後⁽¹³⁾に支払われるため取引先と自社の間の取引関係が継続する期間における取引先の支払能力の審査を継続し、危険な兆候が見られる場合、債権保全手段をとる。この実務を一般に「与信管理」⁽¹⁴⁾といい、金融機関でも当然に行われている。

災害被害等による突然死的な経営破綻も存在するが、通常の場合、企業の内容は徐々に悪化し、いくつかの段階を経て倒産に至るため、債権者の関心は専ら倒産に至るプロセス（図表2）にある。倒産への遭遇は債権者にとって「与信管理の失敗」ということになる。一方で、我が国の倒産法制は、債務者が経営に行き詰まり、債権者への債務を全額弁済できない場合に、債権者夫々による個別の回収行動を制限し、債権者の集団的満足の最大化を図ることが目的とされており⁽¹⁵⁾、様々な破綻事例に対応するために（図表3）のような多様な倒産メニューを揃えているが、これらメニューへの債権者の興味は、失敗の後始末たる債権回収活動の難度の違い⁽¹⁶⁾にあると言っても過言ではない。

このため、前述の白田の研究をはじめ倒産予知に関する研究はいかに倒産を事前に見抜くかという点にフォーカスしたものとなっている。尚、これらの研究は、夫々定義は多少異なるが倒産した企業の財務諸表等の分析を行い、夫々の倒産予知モデルを構築している⁽¹⁷⁾が、筆者が所属するリスクモンスターでは、東京商工リサーチが有する約260万社の企業情報データ・ベース等を利用して、倒産企業だけではなく廃業企業も含めた形で倒産確率の算出を行っている（図表4参照）。廃業データを含めた理由は、経済的な損失の有無という点である。取引先が廃業した場合、直接の貸倒れは発生しないが当該取引先との取引が消滅することにより、これまで得られていた収益を今後失うという将来的な損失を被ることとなる。企業経営上、取引先を失う痛手を無視することはできないという考えであり、太田の倒産の定義に近い考え方ともいえ、白田をはじめとした倒産予知に関する研究

(12) 2000年9月創業。東京証券取引所JASDAQ市場上場（証券番号：3768）。

(13) 我が国では手形制度の充実もあり、決済期間が諸外国に比べ非常に長く、歴史的に企業間信用が企業の資金調達手段として重要な役割を担ってきた一方で、与信金額が膨らむことから、貸倒れ被害による経営悪化や連鎖倒産等の弊害も大きく、与信管理が企業経営にとって重要な役割を占めている。

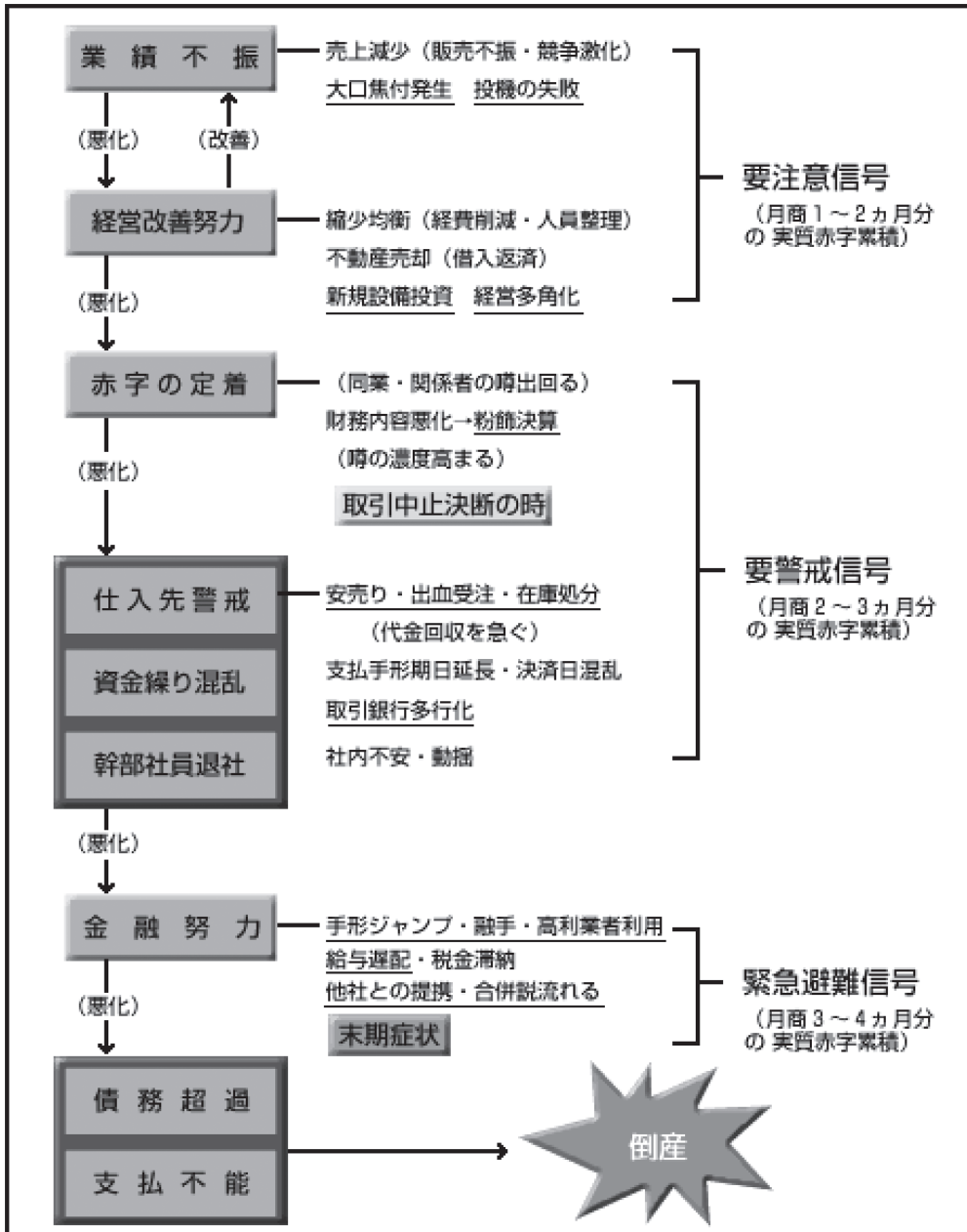
(14) 与信管理の定義については与信管理協会[2014]2～4ページ、リスクモンスター[2015]6,7ページ参照。

(15) 山本他[2015]6ページ。

(16) 取引先が倒産した場合、十分な担保を取得していない限り債権回収率はどの倒産メニューにおいても低位に留まることが常であるが、中でも破産等の法的倒産手続は債権者の権利が法律で制限されるため、債権回収が容易ではない。一方で私的倒産手続は法律に基づかない倒産手続のため、公序良俗や民法、刑法といった一般法規に違反しない範囲で債権回収活動を行うことができるといった違いがある。

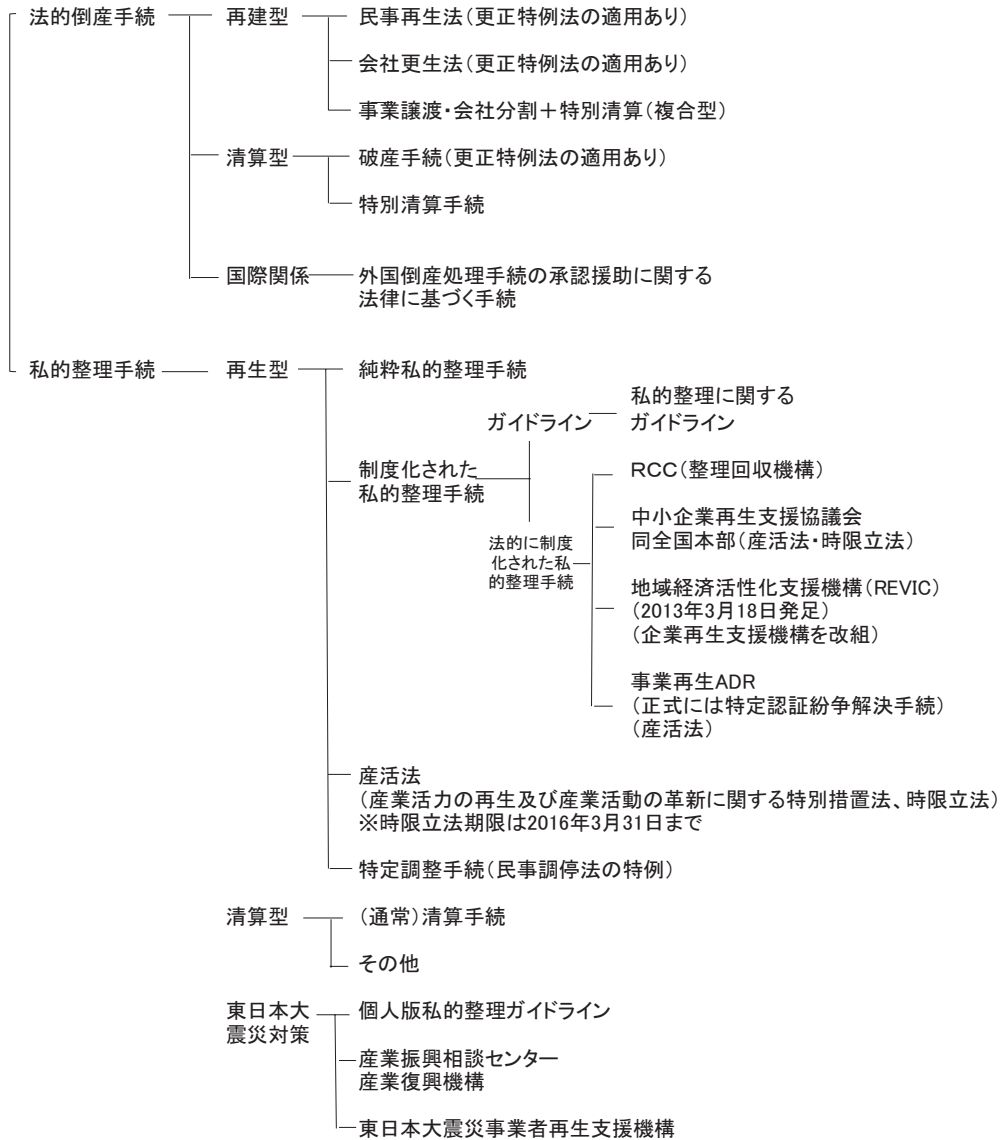
(17) 結果、分析対象企業を明確にするという観点から倒産の定義を厳密化しているともいえる。

図表2 倒産に至るプロセス



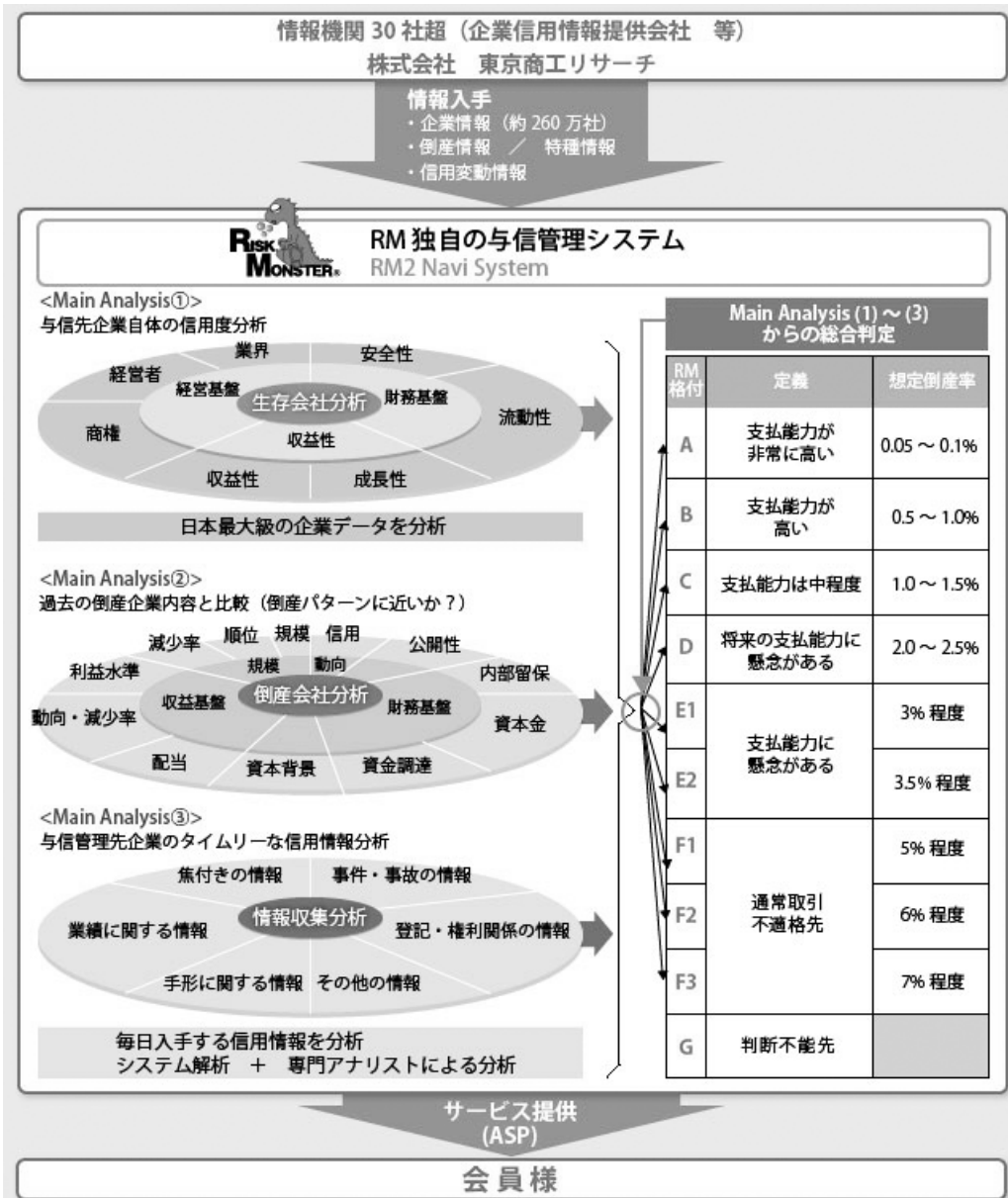
(出所) リスクモンスター [2015] 3ページ。

図表3 我が国の倒産法制



(出所) 松嶋, 横山 [2013] 89ページ。

図表4 リスクモンスターの倒産格付の概念図



のスタンスとは一線を画している。

2.2. 期限の利益喪失約款

与信管理の実務では「取引基本契約書」(以下、「基本契約」という)といわれるような契約を締結し、基本契約内に「期限の利益喪失約款」を盛り込むことが推奨されている⁽¹⁸⁾。債務者は支払期日まで代金を支払わなくて良いという期限の利益を有しており、承諾なくこの利益を失うことはない。民法137条に当然に期限の利益が失われる場合として、債務者が破産開始決定を受けたとき等の規定があるが、支払不能、停止をはっきりと示す現象である手形不渡りがあった場合でも、債務者の支払期限が到来していない場合は、期限の利益が確保され、債権者は債権回収行動を起せないという問題がある。債務者の支払不能・停止(または近くそのような事態に陥ると予想される緊急の場合)に債権保全・回収行動を即座にとれるように債務者の期限の利益を喪失させるための特約を盛り込むことが必要となる。期限の利益喪失条項には、法的倒産手続の申立、不渡り、支払停止、合併による消滅、事業の廃止・譲渡・変更、解散決議、契約履行を困難にする事由の発生、資産・信用・支払能力の重大な変更、詐欺・背信的行為等が規定されており、債務者の債務不履行リスクに対し、広範囲且つ時間的に前倒しで備えている。実務は先行研究の倒産の定義より時間軸的に先に且つ広い範囲をカバーしており、債権者の早い段階での債権保全・回収行動が債務者の倒産を債務者の意図よりも早期に引き起している可能性も否定できない。

尚、金融機関と債務者たる一般企業が融資等の取引を行う際にはいわゆる「銀行取引約定書」が基本契約と同様の趣旨で締結され、期限の利益喪失約款も当然に含まれている⁽¹⁹⁾。

2.3. 金融機関による債務者区分

債務者の経営悪化や危機時機において、資金の提供元であり、企業が日々の資金の出し入れを行う口座を管理している金融機関の判断、行動は重要であり、極論すれば、企業が経営悪化時に倒産するかどうかは金融機関が鍵を握っているといえる。1980年代から1990年代初頭にかけて金融機関が不動産業界へ過剰与信し、バブル経済崩壊とともに巨額の不良債権を抱えることとなった。その結果、我が国の金融システムが揺らぎ「失われた20年」と言われる長期にわたる経済低迷の原因を作った。この不良債権問題の解消、金融再生のために、2002年10月に「金融再生プログラム」⁽²⁰⁾が金融庁より公表され、様々な政策が投入されてきた。その中核の仕組の一つとして、金融機関が貸出資産等の価値を自ら査定して分類し公表する「自己査定」がある。1998年の3月期決算から導入され、以後6ヵ月毎に現在まで連綿と実施されてきている⁽²¹⁾。自己査定は1999年7月から検査官が金融機関を検査する際の手引書として金融庁(当時は金融監督庁)が作成した「金融検査マニュアル」の

(18) 与信管理協会 [2014] 91 ~ 103 ページ, リスクモンスター [2015] 382 ~ 399 ページ参照。

(19) 1962年に銀行取引契約の合理化・明確化を目的として全国銀行協会が「銀行取引約定書ひな型」を策定し銀行界の足並みを揃えていたが、金融自由化の進展や自己責任の原則に基づく銀行界への創意工夫の要請等により2000年に「ひな型」は廃止され、以降各銀行の裁量で銀行取引約定書が夫々制定されている。

(20) 本プログラムにおいて不良債権問題解消の新しい有力手段として経営不振企業に対する事業再生支援の強化が採用された。

(21) 銀行は金融再生法と銀行法の2つの法律によって保有する不良債権等の状況を開示することが義務付けられている。

適用が開始されたことにより、金融検査マニュアルの内容を踏まえて、各金融機関が自主的に作成している「自己査定ルール」に基づき実施されている。各金融機関は図表5のとおり、自己査定で貸出先の「債務者区分」を実施し区分に応じて将来の破綻リスクを織込んだ貸倒引当金を計上する。「要管理先以下の債務者に対する貸出債権が一般に不良債権とみなされる」⁽²²⁾ことから、銀行実務においても経営破綻の大分前の段階から債務者の事業再生支援を含めた様々な債権保全・回収行動が実施される。要管理債権は図表5のとおり金融機関に経済的損失が発生しているケースであり、この点が最重要視されていることが分かる。

3. 債務者の視点からみた倒産制度の現状と課題

3.1. 法人の倒産手続の現状

我が国では、長く経営破綻した企業の倒産形態の主流は銀行取引停止処分であった⁽²³⁾が、いわゆる「夜逃げ」のような事案も多く、法に基づく清算手続が行われないため債務者・債権者双方にとり、また、反社会勢力の事件への関与等もあり、社会全体としても問題があった。現在では、2000年に東京地方裁判所が始めた小額管財手続の運用が全国に広がり、2004年の破産法改正もこれを後押ししたため破産手続の簡素化と管財事件の予納金の低額

図表5 銀行の自己査定－債務者区分と引当率－

債務者区分	債務者の状況	引当率
正常先	業況が良好で財務内容にも問題がない	債権額の1%未満
要注意先	業況が低調・不安定で、財務内容にも問題がある	債権額の3－5%程度
要管理先	元本・利息の支払いが3ヵ月以上延滞している。銀行が利息の減免や融資期間の延長に応じるなど貸出条件を緩和している	(債権額－担保評価額) × 15－30%程度
破綻懸念先	破綻はしていないが経営難に陥っている	(債権額－担保評価額) × 70%程度
実質破綻先	法的・形式的には破綻していないものの、深刻な経営難に陥っていて再生の見通しもない	(債権額－担保評価額) × 100%程度
破綻先	法的整理を申し立てたり、銀行取引停止処分を受けたいして法的・形式的に破綻	

(出所) 加藤 [2013] 12ページ。

(22) 加藤 [2013] 11ページ。

(23) 園尾 [2015a] は、我が国には江戸時代前期に慣習として定着した「分散」という村役人の管財による債務者財産の債権者への分配と債務の免責を柱とする自己破産の仕組が深く根付いていたため、債務者への制裁が厳しいドイツ、フランスを範として制定された明治・大正破産法が国民に受入れられず形骸化し、債権者の防衛手段として導入された銀行取引停止処分による市場退出の制裁が長く主流であったとしている (65～69ページ)。

化⁽²⁴⁾が実現し、債務者にメリットが生じただけでなく、債権者にも放置債権の処理や税務上の損金処理が容易に行える等のメリットが生じ両者が賛成できる手続となったことに加えて、管財人選任件数の増加により弁護士に需要が発生し東京地裁にて管財人を希望する弁護士の増加に対し破産申立件数の多い弁護士に優先的に破産管財人に任命するという方針をとった⁽²⁵⁾ことにより、倒産手続として破産の利用件数が8割以上を占めるという劇的な変化が生じた(図表6参照)。実務的な制度変更を行うことにより、債権者・債務者・社会全体の「三方良し」を創出した好例であり、今後の倒産制度を検討する上で参考となる。

尚、図表6の東京商工リサーチの統計は、債権者の視点からの統計であり債務不履行の有無、債権カット等債権者が経済的に損害を受けるかどうかという観点で編纂されている。

図表6 企業倒産件数と破産件数の推移

(年度)	私的倒産手続			法的倒産手続			倒産件数 合計
	銀行取引 停止処分	構成比	その他 (内整理等)	破産	構成比	その他 法的倒産 手続	
2000	13,631	72.6%	978	3,185	17.0%	993	18,787
2001	12,687	64.8%	1,202	4,460	22.8%	1,216	19,565
2002	10,705	57.6%	1,276	5,437	29.3%	1,169	18,587
2003	7,865	50.9%	1,060	5,457	35.3%	1,084	15,466
2004	6,065	46.0%	979	5,342	40.5%	800	13,186
2005	4,804	36.5%	724	6,677	50.7%	965	13,170
2006	4,825	36.2%	325	7,313	54.8%	874	13,337
2007	4,699	32.7%	378	8,353	58.1%	936	14,366
2008	4,748	29.4%	411	9,738	60.3%	1,249	16,146
2009	3,396	23.1%	315	9,964	67.6%	1,057	14,732
2010	2,445	18.7%	239	9,507	72.8%	874	13,065
2011	2,115	16.6%	226	9,588	75.5%	778	12,707
2012	1,849	15.8%	174	9,038	77.1%	658	11,719
2013	1,365	13.0%	133	8,440	80.1%	598	10,536
2014	1,131	11.9%	108	7,717	80.9%	587	9,543

(注) その他法的倒産手続は会社更生、民事再生、特別清算の3つの法的倒産手続の合計値。

(出所) 東京商工リサーチ「倒産月報」を基に筆者作成。

(24) 裁判所の判断で管財事件と判断された場合に破産管財人として任命される弁護士の報酬等の財源として破産申立時に申立人が一定の金額を予納金として支払わなければならない、負債総額に応じて基準が決まっている。小額管財手続は財団収集業務がない、短期間での手続終了が見込まれる等の小規模案件を最低20万円の子納金で申立てできる制度であり、東京地裁民事20部に係属する破産事件の95%が小額管財手続によって処理されている。東京弁護士会法友会、債務整理・企業再生研究会 [2012] 34, 44, 49ページ参照。

(25) 園尾 [2015b] 60, 61ページ。

る。債務者の視点にたてば、再建型の法的倒産手続である会社更生・民事再生を統計に入れるのであれば、私的倒産手続の統計に再建型の私的整理手続の件数を集計しカウントするか、再建型の手続をそもそも倒産統計から除外する等の変更が必要と思われる。事業を継続し再建を目指している企業群を清算し市場から退出していく企業群と同じ統計で管理することに違和感がある。各方面の関係者の日夜の努力にも係わらず我が国で事業再生が苦戦しているのは、倒産法制の立付や影響力のある統計により事業再生が清算のイメージの強い倒産の枠組の中の一つとして組み込まれてしまっていることも一因と言える⁽²⁶⁾。

3.2. 債務者への制裁の観点から見た破産法の国際比較

倒産法の基本であり、各倒産形態の最後の受け皿でもある破産法を債務者への制裁という観点から欧州主要国およびアメリカと比較する。

フランスやドイツでは18世紀以来、会社の取締役役に破産申立義務を課し過怠破産に対しても刑事罰に準じた個人破産による制裁や懲役刑等の重い制裁を与えている。イギリス、アメリカにおいても刑法や特別法によるペナルティを強いている。一方で我が国では歴史的な背景から破産法の改正の度に破産申立義務が緩和され、2004年に破産法の全面改正を実施したが破産申立義務の規定は存在せず、過怠破産も処罰の対象から外された。我が国では倒産犯罪は倒産法に規定されているが、欧州主要国およびアメリカにおいては破産者に対する刑罰は原則として刑法に規定されており破産者に刑罰を課すことが破産法制の重要な内容となっている。我が国の倒産債務者に対する制裁は他の先進諸国に比べ緩いものとなっており、図表7の日仏独の倒産犯罪件数比較が示すとおり悪質な詐欺破産行為がない限り破産者は処罰されいという特徴がある。また、破産者や破産会社の取締役に対しての資格剥奪や事業関与の禁止のペナルティについても米英仏独各国は厳しく、我が国では破産法改正の度に緩和され、現行破産法では弁護士・公認会計士・司法書士などの資格剥

図表7 日仏独の倒産犯罪件数の比較

年	日本		フランス	ドイツ	
	破産法違反	和議・再生法違反	倒産犯罪	倒産犯罪	倒産申立遅延
1995	4	0	1,457	—	—
1996	7	0	1,432	778	3,951
1997	3	0	1,525	969	5,007
1998	3	0	1,578	1,179	5,873
1999	7	0	1,577	1,147	5,993
2000	14	0	1,576	1,105	6,361

(注) 件数は有罪件数。ただし、ドイツの倒産申立遅延件数は認知件数。

(出所) 園尾 [2015a] 72 ページ。

(26) 松嶋・横山 [2013] 22 ページにはマスコミが民事再生や会社更生事件の記事でかつては「事実上倒産」という文言を使っていたが、再建にマイナスとの批判を他方面から受け、現在は「倒産」という表現を使わずに報道しているとの記載がある。

奪のみが残っているだけとなっている。総じて、2004年に全面改正された現行破産法は債務者の再生を重視したものであり、国際比較でみても債務者に極めてリーズナブルな内容となっており、前述のとおり小額管財手続等の実務的改善策と併せて明治以降の「破産アレギー」の改善に寄与している⁽²⁷⁾。

3.3. 国による債務者（債権者）への過剰支援

冒頭で述べたとおり、リーマンショック後の中小企業の資金繰り対策として2009年12月に実施された円滑化法は2度にわたる延長の末2013年3月に終了したが、同法に伴って導入された金融検査マニュアルの「金融円滑化編」は今でも存続しており、貸付条件の変更も引続き行われている⁽²⁸⁾ことから、事実上同法は存続している状況にある。図表6の倒産件数の推移が示すとおり同法が危機時期における緊急対策として効果があったことは間違いないが、5、6万社程度の倒産予備軍を抱える結果となり、これら企業にどう対応していくのかという難しい宿題が残った。政府はこの5、6万社への対策として、3万社を金融機関によるコンサルティング機能での対応、1万社を各都道府県に設置された公的機関である中小企業再生支援協議会⁽²⁹⁾での対応、残り2万社に対しては、2012年度補正予算で「実現可能性の高い抜本的な経営再建計画（通称：実抜計画）」作成支援に405億円の巨額の予算を計上してスタートした税理士等のスペシャリストからなる経営革新等支援機関（認定支援機関ともいい2015年12月2日時点で全国に24,578機関がある）⁽³⁰⁾での対応で賄うとしているが、主に顧問税理士が認定支援機関として再建に係わることの実効性の問題⁽³¹⁾や、条件変更の繰り返しによる経営者のモラルハザードの問題、貸し手である金融機関のモラルハザードの問題により思うように処理が進んでいないという指摘がある⁽³²⁾。

貸し手のモラルハザードの問題は、前述した金融検査マニュアルの改訂の問題である。即ち、図表5のとおり貸出条件の緩和先はその状況に応じて非保全債権の15～30%を引当金計上による間接償却をしなければならないが、金融検査マニュアルの緩和と円滑化法の実施により「実抜計画」があるまたは策定できる見込みがあれば要管理先に分類しなくてよくなった。結果、銀行の自己査定において要注意先から要管理先を除いた先である「その他要注意先」が急増し、預金取扱金融機関の同債務区分に対する債権額は2007年3月末の50.8兆円から2012年3月末には63.2兆円に跳ね上がり不良債権予備軍が大量に積みあがってしまった⁽³³⁾。バブル経済崩壊による不良債権問題解消のために講じられた自己査定の仕組が骨抜きになるリスクを抱えたともいえる。

大規模災害発生時のような緊急時の政府による債務者支援は必要不可欠であるが、長く円滑化法のような緩和政策を続けていると、経営困難に陥っている債務者の再生可能性は時間の経過とともに薄れ、後に債権者にも多額の貸倒れ負担として帰ってくることにな

(27) 園尾 [2015a] 69～76ページ。

(28) 金融庁HP <<http://www.fsa.go.jp/news/26/ginkou/20150625-1.html>> (2016年1月14日アクセス) 参照。

(29) 中小企業庁・金融庁 [2015] 参照。

(30) 中小企業庁HP <<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/kakushin/nintei/kan.htm>> (2016年1月14日アクセス)

(31) 村山 [2014] 39, 40ページ。

(32) 松嶋 [2014] 10, 11ページ。

(33) 加藤 [2013] 13～18ページ。

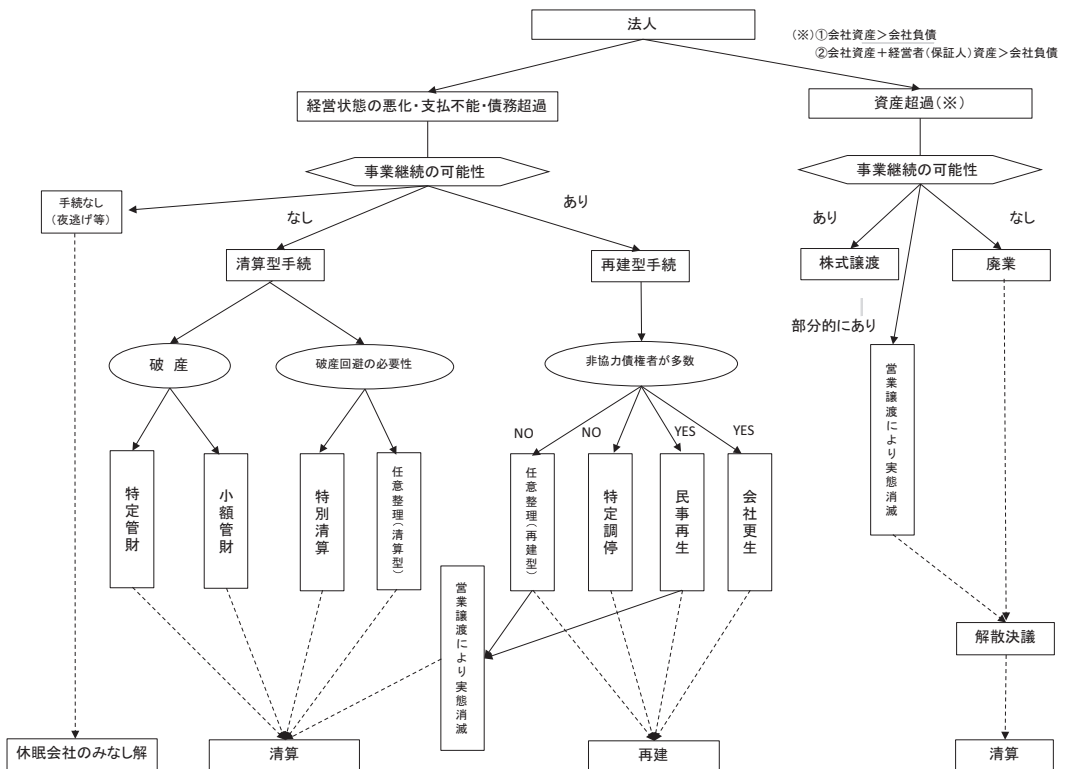
り、両者にとって好ましくない。また、金融機関の不良債権問題の再発は社会全体にとってもあってはならない悪夢である。本業不振の企業の再建は容易ではなく、大企業に比べ経営資源の限られる中小企業においてはより困難を極める。貸出条件の繰返しを内容とするような実効性の薄い実抜計画の策定支援に405億円もの予算をつけるのであれば、再生困難な債務者の早期市場退出を進め、その痛みを軽くする施策に予算を振り向けることが本筋といえる。

尚、円滑化法と同類の債務者および債権者（金融機関）への過剰と思われる政府支援として、欧米主要国の規模を遥かに超える10兆円超という巨額の予算で運営されている信用保証制度があり、同制度を縮小して廃業支援金制度を創出するべきという提言が経済界から提出されており⁽³⁴⁾、本制度についても今後の研究テーマの一つとしたい。

3.4. 法人の倒産手続の選択肢

図表8のとおり多くの選択肢が用意されているが、大きな分岐点は、倒産手続か廃業かを分ける債務者の財務内容が債務超過か資産超過かという点と、清算か再建・事業継続かを分ける事業継続の可能性の有無という点の2点である。事業継続の可能性には様々な要

図表8 法人の倒産・廃業選択肢チャート



(出所) 東京弁護士会法友全期会、債務整理・企業再生研究会編 [2012] 4ページ等を基に筆者作成。

(34) 経済同友会 [2015] 6～10ページ。

素⁽³⁵⁾があるが、会社や事業を清算した場合よりも全体または一部を継続した方が債権者、従業員、または株主（主に廃業の場合）といった利害関係者のメリットが大きいか否かといういわゆる「清算価値保障原則」といわれる経済合理性の有無が焦点となる⁽³⁶⁾。特に倒産手続の場合、前述のとおり債権者の最大の関心事は債権の毀損の有無や大小であるため、事業継続・再建の場合、これらの観点から大口仕入先や金融機関等の債権者を納得させる合理的な計画を示し、事業継続後の仕入れ面や資金面での支援を取り付けることができるかどうか重要となる。

2000年に米国の連邦倒産法第11条を範にDIP型⁽³⁷⁾の法的再建手続である民事再生法の施行を皮切りに、私的整理ガイドラインや企業再生ADR等の制度化された再生手続が複数導入され、事業再生手続は図表3のとおり充実してきている。事業再生手続に関する直近の課題は、欧米先進国や韓国をはじめとしたアジア各国においても既に導入されている多数決による私的整理手続の整備であり、商事法務研究会の主催で「事業再生に関する紛争解決手続の更なる円滑化に関する検討会」が開催され2015年3月に具体的な多数決制度案を盛り込んだ報告書が提出されており、今後の動向に注目したい。

3.5. 個人の倒産手続の選択肢

我が国は個人事業者が多く国内企業数総数3,863,530社の内、個人事業者が2,175,262と過半数を占めている⁽³⁸⁾。また、大多数の法人の経営者は金融機関等の債権者に対し連帯保証を行っており、法人が破綻した場合は経営者個人も同時に破産等の倒産手続を取るケースが殆どであり、法人倒産の意思決定に多大な影響を与えているため、個人の倒産手続についても検討する必要がある。

個人の倒産の場合は、債務者に経済生活の再建の機会を与える必要があることから、代表的な倒産手続である破産手続をはじめその中心的な機能は免責手続にある（図表9参照）。個人破産の場合は、破産者に殆ど所有財産がなく手続開始と同時に廃止となる「同時廃止」となるケースが大半を占め、免責不許可となるケースも殆ど無い。免責とは破産者が返済できずに残った債務を帳消しにすることであり、従業員への未払給与や税金・年金等の非免責債務は一部あるが、免責の確定により債務者の再スタートが担保されることとなる。また、法人破産の場合は法人の財産は全てが破産財団となり管財人の管理下で換価処分されることとなるが、個人の場合は生活維持のために処分されない財産（自由財産）として99万円以下の現金や生活必需品等の差押禁止財産、破産手続開始決定後に取得した財産が認められており、更にこの他の財産でも裁判所の裁量で自由財産として扱うことが認められている。我が国の破産法は総じて個人破産者にとってリーズナブルな内容になっているといえる。

次に廃業について検討する。廃業は経営者の個人資産を含めて資産超過の状況にある企業による債権者等の利害関係者に損害を与えずに市場から退出する選択肢である。事業規

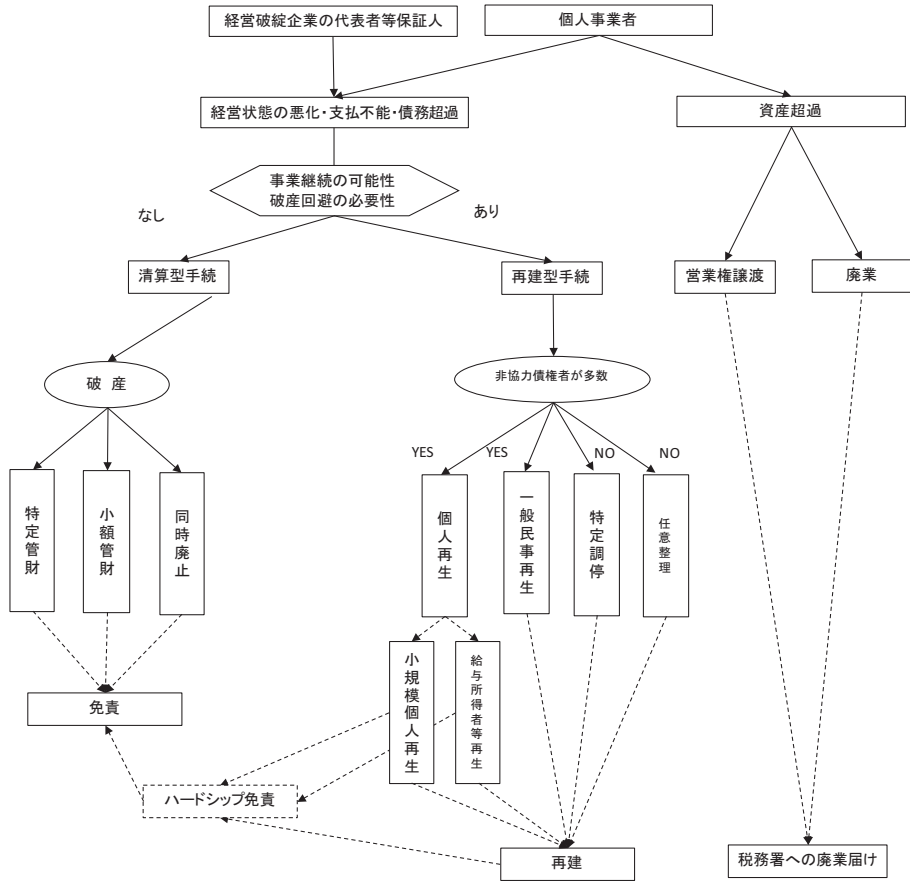
(35) 太田[2009]は、企業の再生可能性を判断する視点として、組織、生産・流通、金融という3つの経営基本機能の回復が可能であるかどうかという点を検討する必要があると指摘している（34～36ページ）。

(36) 松嶋・横山[2013] 82、83ページ。

(37) 「Debtor in Possession」の略語。倒産手続開始後も債務者の経営陣が事業経営権・管理処分権を失わず手続を遂行する倒産処理手続の形態。

(38) 『中小企業白書』[2015] 567、568ページ。

図表9 個人の倒産選択肢チャート



(出所) 東京弁護士会法友全期会, 債務整理・企業再生研究会編 [2012] 5ページ等を基に筆者作成

模が相対的に小さい個人事業主に多い形態であり、経営者の年齢と相関が高い。『中小企業白書』[2014] 276～282ページによると、廃業した企業の組織形態として87.8%が個人事業者であり廃業者の86.3%が60歳以上とあり、廃業の可能性を感じたきっかけとしては、経営者の高齢化・健康の問題が38.1%で1位、売上の減少が28.1%と続く、また44.1%の企業が経常黒字で廃業しているとある。人口分布と同様に経営者のボリュームゾーンが団塊の世代にあり、団塊ジュニア世代への継承が進んでいないことから経営者の平均年齢は年々上昇しており⁽³⁹⁾、今後、団塊の世代が70歳代を迎えるが、多くの高齢経営者が事業承継の準備に着手していない状況が伺える⁽⁴⁰⁾ことから、円滑な廃業の促進を含めた市場退出の仕組（経営者の円滑な引退の仕組）を早期に構築する必要がある。

(39) 東京商工リサーチ HP https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20141002_01.html (2016年1月15日アクセス)によると、2014年の社長の平均年齢は60.6歳であり前年比0.2歳上昇した。

(40) 『中小企業白書』[2014] 251ページは、事業承継の準備に着手していない企業経営者の割合が、60歳代で約8割、70歳代で約6割、80歳代でも5割あると報告している。

4. 「三方良し」の視点からみた今後の課題

4.1. 新陳代謝の促進と倒産制度

市場経済において、事業環境の変化や競争条件の悪化、自己の経済的または健康問題等の非経済的要因等により、一定数の企業の市場退出が生じることはある意味当然であり、経営効率の落ちた企業が退出することで企業・産業の新陳代謝が進むことは社会全体で望ましいことと言える。我が国では新陳代謝がスムーズにいかず、生産性の低い企業の退出が進まないため過当競争に陥っており、中小企業を中心に諸外国に比べ総じて収益性が低く経済成長を阻害している要因の一つとなっているという指摘が各方面からある⁽⁴¹⁾。廃業を含めた倒産制度の改善は、今後の我が国経済の発展のために重要な意味を持っているといえる。本稿によって明らかになった改善の糸口を基に今後の課題をまとめ、各項目について研究を進めることで、我が国固有の事情にあった市場退出の仕組の提言を早期にまとめる所存である。

4.2. 「三方良し」を実現するための早期決断の重要性

本稿によって我が国の倒産制度は、債権者・債務者・政府が夫々近視眼的なアプローチで調和せず、経営悪化企業の事業再生、実質経営破綻企業のスムーズな市場退出による経営者個人の再生や産業の新陳代謝の促進といった債権者・債務者・社会全体の「三方良し」となっていないことが明らかになった。倒産法制は他国に類をみない債務者の再生に配慮した内容が整備されているが、債権者の強固な姿勢との調整が上手くいっておらず、政府も市場退出か事業再生かといったシビアナ最終決断の先延ばしをアシストするような政策を連発して、債権者・債務者双方へのモラルハザードを誘発している。一時の延命政策は将来の不良債権問題の再燃という多大な国民負担を引き起こしかねない。バブル経済崩壊後、我が国を代表するような企業が経営不振に陥るケースが散見され⁽⁴²⁾、倒産の枠組が多数利用されてきた。我が国の大多数を占める中小企業にとっても、延命ではなく、債務者に抜本的な決断を早期にしてもらおう仕組を構築することが、中・長期での債権者・債務者・社会全体の「三方良し」を実現することになると確信する。

4.3. 早期決断を促すための横断的パッケージの必要性

早期決断を促すために、独・仏のように破産申立義務の制度を導入することは、先述のとおり歴史的背景から簡単ではなく、経営者の高齢化問題に直面していることから時間がなく現実的でない。以下のような横断的な政策パッケージでの対応が必要といえ、今後の研究課題としたい。

① 倒産の定義等の改善

倒産というネガティブな言葉を改め、清算型の倒産手続を「市場退出手続」、再生型の倒産手続を「事業再生手続」と改め、債権者・債務者双方の「倒産アレルギー」を解消するとともに、「市場退出手続」には廃業を加え、「事業再生手続」には私的再生手続を網羅し、個人事業と法人とは別の統計にする等の統計の整備を行う。

(41) 木下 [2012]、経済同友会 [2014] [2015]、徳田 [2010]、松岡 [2015] 等。

(42) 2000年度から2014年度の15年間で上場企業が176社倒産している。

② 債権者の意識改革，事業再生を考慮した与信管理の仕組の構築

債務者の経営危機時における債権者の過剰な債権保全行動により，債務者が事業再生の機会を失い，結果として破産等による市場退出を選択せざるを得ないケースを避けるために，与信管理の仕組に「清算価値保障原則」が活かせるような諸々の改善を行う。具体的には，銀行の自己査定「要注意先」「要管理先」の区分を見直し，早期事業再生と円滑化法による問題企業5, 6万社への対応も含めた早期市場退出による再チャレンジが行いやすいようなものに改めるとともに，先述した私的再生手続における多数決制度の制度化を早期に進める。

③ 債務者のモラルハザードの抑制（中小企業のガバナンスの向上）

上記②の債権者の理解を得るためには，債務者，特に「所有と経営の分離」がないオーナー企業，同族企業のガバナンスの向上が不可欠であり，正確な決算情報の作成と債権者への情報提供がその土台となる。会社法442条は株主だけでなく債権者への決算書の閲覧権を規定しているが，一般取引債権者に対し，決算書を開示している企業は稀である。また，会社法440条は貸借対照表（大企業は損益計算書も）を公告することが義務づけられており罰則も規定されているが，殆ど遵守されておらず違反の取締りもないことから形骸化しており，改善を要する。また，中小企業の決算書の信頼度は低く，税負担軽減のための利益隠しや債権者からの与信確保のために利益水増し等の粉飾決算が常態化しているという指摘が多くある⁽⁴³⁾が，非公開企業の場合，粉飾決算についての会社や株主に対する刑事責任（会社法960条，963条，964条）はあるもの債権者等第三者に対する責任としては，民事責任（会社法429条）があるのみで不十分といえ改善を要する。更に，自己資金の少ない企業程，市場退出の確率が高いという研究結果も報告されている⁽⁴⁴⁾ことから起業促進策として実施された最低資本金制度の撤廃等の関連諸規定を見直すことも検討すべきである。安易な起業促進は市場退出予備軍を増やす可能性があり，債権者の不信感を募らせる懸念だけである。会社法改正以降の小資本金で起業した会社の実態調査等による検証が必要である。尚，債務者が早期に事業再生や市場退出を決断できない理由には様々なものがある⁽⁴⁵⁾が，個人保証の問題が一番重く，この問題を解決すべく，法人と経営者の関係の明確な区分・分離や正確な財務諸表の提出等のガバナンスの整備を条件とした無保証融資の促進や，早期事業再生決断による保証履行時に「清算価値保障原則」に基づく債権者の回収可能額上昇分を考慮して破産法の「自由財産」にプラスして残存資産として認める⁽⁴⁶⁾等の施策である「経営者保証ガイドライン」が2013年12月に公表され，運用が開始されている。「三方よし」になる可能性のある政策であり今後検証していきたい⁽⁴⁷⁾。

④ 債務者過剰優遇の政策の改善

前述の「金融円滑化法」関連の諸施策および「信用保証制度」については，中・長期の「

(43) 櫻庭 [2015] 35, 36ページは，中小企業の決算書は通常税法ベースで作成されており会社法違反の「意図しない粉飾決算」が状態化していると指摘している。

(44) 樋口他 [2007] 46～49ページ。

(45) 久保田 [2015] 29ページ。

(46) 森 [2014] 16, 17ページには，同ガイドラインの利用により自宅や800万円を越える財産を残した事例が報告されている。

(47) 小野他 [2008] 28～33ページは，米国で再チャレンジが多い要因の一つとして自宅等の差押禁止財産の範囲が広いことを指摘している。

三方良し」の視点から見直しが必要である。税制にも問題がある。我が国の欠損法人の割合はバブル経済崩壊以降急上昇し、直近は70%を超える水準で推移している。欧米先進国、韓国は概ね50%前後であり突出している⁽⁴⁸⁾。要因は様々であると思われるが、前述のとおり慢性的な赤字の会社は事業継続性が無い会社といえ、早期の市場退出が中・長期的な視点での「三方良し」につながると思われ、この状況を他国並みの水準に落すような外形標準課税の強化等の税制の変更も含めた横断的な対応の検討が必要と思われる。

むすび

我が国の倒産の現状と課題につき、先行研究、債権者の視点、債務者の視点から検討を行ってきた結果、現在の倒産に関する諸制度が産業の新陳代謝の促進による経済活動の発展、活性化という社会全体の利益につながるようにデザインされていないということが明確になった。我が国では他国に勝る債務者優遇の倒産法を筆頭とした諸制度、諸政府支援策が投入されているが、その反射として債権者が与信管理を強化し、債務者が抜本的な再生・市場退出といった決断を早期にできずに機会を失うという負の循環に陥っている。

安倍首相の2015年通常国会における所信表明演説において、アベノミクスの成果として大手信用調査会社の倒産統計による倒産件数の減少が強調されている⁽⁴⁹⁾が、問題の本質を捉えているのか疑問を感じざるを得ない。経済のグローバル化やIT技術、AI（人工知能）の発展により、企業の栄枯盛衰のサイクルは今後益々早まることが予想される。我が国に必要なことは、起業のハードルを下げ、企業の粗製乱造のリスクを背負うことではなく、長きにわたり染み付いている「倒産」のネガティブなイメージを払拭し、スムーズな事業再生・市場退出による再チャレンジを可能とする新たな仕組みを構築することである。人口高齢化に伴い経営者の高齢化が急ピッチで進んでいるため時間がなく、倒産法制の改正等に留まらない横断的な政策パッケージの速やかな検討、投入が必要である。

参考文献

- 1 江頭憲次郎, 中村直人 [2012]『論点体系 会社法4 株式会社IV, 持分会社』第一法規。
- 2 太田三郎 [1996]『企業倒産の研究』同文館。
- 3 太田三郎 [2009]『倒産・再生のリスクマネジメント』同文館。
- 4 小野有人, 西川珠子, 前川亜由美 [2008]「米国における活発な再チャレンジは資金調達環境が原因か」『みずほ総研論集』2008年Ⅲ号, 8月。
- 5 加藤峰弘 [2013]『事業再生と銀行－経済学的接近と法制度概説』昭和堂。
- 6 北澤正敏 [1992]『取引先倒産と与信管理 (増強版第3刷)』商事法務。
- 7 久保田博三 [2015]「円滑な廃業のための支援と外部機関の活用⑥廃業支援に携わる外部専門家の現場から」『銀行法務21』第792号, 10月。
- 8 木下信行 [2012]「我が国企業の低収益性等の制度的背景について」『IMES Discussion

(48) 経済同友会 [2015] 2, 3ページ。

(49) 首相官邸「第百八十九回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説」http://www.kantei.go.jp/jp/97_abe/statement2/20150212siseihousin.html (2016年1月20日アクセス)

Paper Series 2012-J-12], 12月。

- 9 経済同友会 [2014]「新陳代謝を促進するスマート・レギュレーションで生産性を飛躍させよ」, 5月。
- 10 経済同友会 [2015]「金融・資本市場からの規律による産業構造の改革を目指して」, 3月。
- 11 櫻庭周平 [2015]「中小企業における会計参与の役割」『事業再生と債権管理』第29巻1号, 4月
- 12 商事法務研究会 (2015)「事業再生に関する紛争解決手続きの更なる円滑化に関する検討会報告書」, 3月
- 13 白田佳子 [2000]『企業倒産予知情報の形成』中央経済社。
- 14 園尾隆司 [2015a]「破産者への制裁の歴史と倒産法制の将来」『民事訴訟雑誌』第61号, 3月。
- 15 園尾隆司 [2015b]「事業再生と倒産法制－債務者の破産申立義務をめぐって」『事業再生と債権管理』第148号, 4月。
- 16 『中小企業白書』[2014, 2015]。
- 17 中小企業庁・金融庁 [2015]「中小企業再生支援協議会の活動状況について～平成27年度第2四半期～」。
- 18 東京弁護士会法友全期会, 債務整理・企業再生研究会 [2012]『倒産手続選択ハンドブック(改訂版)』ぎょうせい。
- 19 徳田秀信 [2010]「我が国中小企業の収益性と競争力～主要国との国際比較に基づく実証分析と政策課題の検討～」『みずほ総研論集』2010年Ⅳ号, 12月。
- 20 樋口美雄, 村上義昭, 鈴木正明, 国民金融生活公庫総合研究所 [2007]『新規開業企業の成長と衰退』勁草書房。
- 21 松岡真宏 [2015]「わが国の開業率の低さは真実で問題なのか?」『FRONTIER・EYES』第10号, 8月。
- 22 松嶋英機 [2014]「地域企業の事業再生」『事業再生と債権管理』第28巻3号, 10月。
- 23 松嶋英機, 横山兼太郎 [2013]『ゼロからわかる事業再生』きんざい。
- 24 南賢一 [2013]「事業再生の変遷とこれからの立法的・実務的課題」[2013]『松嶋英機弁護士古希記念論文集・次代をリードする再生論』商事法務。
- 25 村山賢誌 [2014]「中小企業の経営改善は進むか～経営革新等支援機関に対する期待とその課題」『中小企業支援研究』創刊号, 3月。
- 26 森浩志 [2014]「私的整理手続の現状と経営者保証ガイドラインの適用事例」『事業再生と債権管理』第28巻3号, 10月。
- 27 山本和彦, 中西正, 笠井正俊, 沖野真己, 水元宏典 [2015]『倒産法概説(第2版補訂版)』弘文堂。
- 28 与信管理協会 [2014]『与信管理入門』きんざい。
- 29 リスクモンスター [2015]『与信管理論(第2版)』: 商事法務。

(2016.1.20 受稿, 2016.2.24 受理)

[抄録]

倒産という言葉は法律上厳密に定義された言葉ではなく慣用語である。我が国では歴史的な背景から倒産に対するネガティブなイメージが強く、その実態や現状について正しい理解が進んでいるとは言い難い状況にある。中小企業経営者の高齢化が急ピッチで進行しており、産業・企業の新陳代謝の促進は我が国経済にとって待ったなしのテーマとなっている。企業の市場退出、事業再生の仕組としての倒産制度は起業促進策との両輪として強化されるべきである。

本稿では、倒産に関する先行研究を整理すると共に、倒産制度の現状分析と課題抽出を近江商人の心得である「三方よし（売手よし、買手よし、世間よし）」の視点から行い、現状の倒産制度が効率的に機能していない実態を明らかにすると共に、改善のための各分野にわたる横断的な政策パッケージの必要性を示した。

平成27年学外研究活動報告

(平成27年1月～12月)

本報告は会員から報告のあったものを掲載してあります。——◇運営委員会

〔学会報告〕

報告者名	題 目	学 会 名	月
神 保 雅 人 [㊦]	1-loopレベルでのILCにおけるfermion対生成を用いたMSSMシナリオの検証可能性	日本物理学会	3
神 保 雅 人 [㊦]	GRACE/SUSYを用いたMSSMにおけるILCでのLSP生成過程の解析	日本物理学会	3
M. Jimbo [㊦]	One-loop effects of MSSM scenarios in 3rd generation fermion pair production at ILC with GRACE/SUSY	Asian Linear Collider Workshop	4
Akiko Moroo	<i>Barbaroi</i> in Attic (and Greek) Inscriptions	Oxford Epigraphy Workshop, University of Oxford	6
師 尾 晶 子	古代ギリシアにおける移住と移民	第39回地中海学会大会	6
趙 軍	「墮落為醜陋工具的“提携”與“共榮”——侵略戦争與“大亞洲主義”的末路」(中国語)	台湾中央研究院近代史研究所主催「全球視野下的中国近代史研究」国際学術研討会(台北)	8
趙 軍	「惲代英研究在日本」(中国語)	華中師範大学主催「記念惲代英誕辰120周年学術研討会」(武漢)	8
田 中 美 子	少子化対策の盲点—東京都心のベビーカー使用者意識調査の分析結果から—	第88回 日本社会学会大会 報告(査読付) 於)早稲田大学	9
石 毛 雅 章	The Clarendon Ledgerを読み解く—『アリス』初版本(1865)の印刷について	日本ルイス・キャロル協会	10
師 尾 晶 子	ギリシア碑文に現れる《バルバロイ》の用法	古代史の会10月例会	10
Takako Hashimoto [㊦]	Super-CWC and super-LCC: Super fast feature selection algorithms	2015 IEEE International Conference on Big Data	10
星 田 昌 紀	ビジネス読書会における傍観者効果についての研究	経営情報学会	11
師 尾 晶 子 [㊦]	歴史とレトリック—古代地中海世界における虚構・真実・説得 シンポジウムの司会と進行	2015年西洋史研究会大会	11

Takako Hashimoto ㊦	Event Detection from Millions of Tweets Related to the Great East Japan Earthquake Using Feature Selection Technique	2015 IEEE 15th International Conference on Data Mining Workshops (ICDMW 2015)	11
Takako Hashimoto ㊦	Topic Extraction from Millions of Tweets using Singular Value Decomposition and Feature Selection	Asia-Pacific Signal and Information Processing Association Annual Summit and Conference (APSIPA ASC) 2015	12

〔寄稿〕

報告者名	論文名	掲載誌名その他	月
M. Jimbo ㊦	Light stop scenarios and their phenomenology in one-loop order	Nuclear and Particle Physics Proceedings, Vol.258-259	1
師尾晶子	トロス司教座聖堂出土碑文の概要(5) 2014年度の発掘から	『史苑』75巻2号	3
師尾晶子	書評：P. Marzavou and N. Papazarkadas eds. <i>Epigraphical Approaches to the Post-Classical Polis</i> . Oxford, 2013.	『西洋古典学研究』63巻	3
田中美子	地方再生のための生涯学習・社会教育政策を考える(査読付) —地域のひとづくりと自己組織性の視覚から—	『社会教育』Vol826 一般財団法人「日本青年館」	4
橋本隆子	「Emergingな話題」を探索する研究に携わって	映像情報メディア学会誌 2015年9月号	9
橋本隆子 ㊦	Topic transition detection about the East Japan great earthquake based on emerging modularity over time	<i>International Journal of Computational Science and Engineering (IJCSE)</i> , Vol. 11, No. 3, 2015	9

〔著書〕

執筆者名	書名	発行所	発行月
鮎川ゆりか	これからの環境エネルギー —未来は地域で完結する小規模分散型社会—	三和書籍	4
趙軍 ㊦	近代史研究所編『章開沅先生九秩華誕記念文集』(全664ページ)	華中師範大学出版社	7
中村元彦 ㊦	試験研究費の会計と税務(第2版)	税務研究会	11

[訳書]

訳者名	訳書名	原著者名	原書名	発行所	月
平井友行 [Ⓔ]	議会の進化	ロジャー D. コン ルトン	Perfecting Parliament	勁草書房	10

千葉商科大学国府台学会
会長 島田晴雄 (学長)
国府台学会運営委員会委員
(ABC順)

- 遠藤 隆 (商経学部)
藤江 俊彦 (政策情報学部)
○合原 理映 (商経学部)
五反田 克也 (国際教養学部)
池田 武俊 (サービス創造学部)
丸浜 千紘 (人間社会学部)
小栗 幸夫 (政策情報学部)
奥寺 葵 (商経学部)
◎相良 陽一郎 (商経学部)
櫻井 聡 (商経学部)
清水 正昭 (商経学部)
谷川 喜美江 (商経学部)
山内 真理 (商経学部)
趙 軍 (商経学部)
-

- ◎委員長
○副委員長

©

平成 28 年 3 月 31 日発行

千葉商大論叢 第53巻 第 2 号

(通巻第 177 号)

編集発行者 千葉商科大学
国府台学会

発行所 千葉県市川市国府台 1-3-1
(〒272-8512)
電話 (047) 372-4111 (代)

印刷所 有限会社 銀座タイプ印刷社
東京都中央区銀座 3-2-12
(〒104-0061)
電話 (03) 5876-8444 (代)

CHIBA SHODAI RONSO

(The Journal of Chiba University of Commerce)

Vol. 53 No. 2 March 2016

Articles

- What Psychological Factors Motivate Moral Behavior?
—Preliminary Study for Elucidating the Effective Method of Business Ethics Education—
..... NAKAMURA, Shusei (1)
- The Effects of Audience Attitude on the Storytelling Language ANDO, Kazuyo (27)
- Wedding Services System in Japan
— Pack Weddings and the Potential for Innovation— IMAI, Shigeo (45)
- Voluntary Simplicity
—Theoretical Understanding of “Avoiding/Decreasing Consumption”— OHIRA, Shuji (61)
- Customer Evaluations of Salespeople
—From a Perspective of Consumer Psychology— ISHII, Hiroaki (83)
MATSUMOTO, Daigo
ANDO, Kazuyo
MIYAZAWA, Kaoru
- The Effects of Declining Birth Rate on Economic Growth: A Simulation Analysis ... MIZUNO, Nobuhiro (97)
UTSUMI, Yukihisa
- Preventing the Tax Avoidance Caused by Tax Haven and Transfer Pricing EBATO, Junji (105)
- Development Process of Cross-Sector Collaboration to Tackle Social Issues SAITO, Noriko (117)
- How Does Long-term Care Insurance Bills Differ According to Income Level ?
—A Tobit Analysis— SATO, Tetsuaki (135)
- Effects of Consumer Goals on later Consumer Behavior
—Focusing on Multiple Goals that Relate to Choice— AKAMATSU, Naoki (149)
- A Study on Local Public Finance System for Decentralization USUKI, Tomoaki (165)
- Study of the False Report Case in Japan Labour Health and Welfare Organization (JLHWO)
—Around the Issues of the Golden Parachute System (Amakudari)— HIGUCHI, Haruhiko (187)

Notes

- Treatment Problem of Female Employees in Diversity Management Strategy OKUDERA, Aoi (209)
- Current Status and Issues of the Bankruptcy System in Japan
— From the Point of View of the 'Sanpo Yoshi' (Benefits for All Three Sides)— SUGANO, Kenichi (225)

News

- Research Activities outside the University (247)

KONODAI INSTITUTE

Chiba University of Commerce

Konodai, Ichikawa, Chiba, Japan