

業と比べて)劣ってはいないとする研究、CSPとCFPには関係がみられないとする研究などが存在する。また最近では、CSRの取り組みは企業リスクを低減させるとする研究、CSPとCFPの関係は企業とステークホルダーの関わり方によって異なるという研究、経営者とステークホルダーが共謀すればCFPに負の影響をもたらすとする研究など多様な研究がみられる。

わが国において、このCSPとCFPの関係を調査した研究が、首藤恵・竹原均「企業の社会的責任とコーポレート・ガバナンス(上)(下)―非財務情報開示とステークホルダー・コミュニケーション」『証券経済研究』第62・63号(2008.6、2008.9)である。結果は、企業規模や産業特性をコントロールしてもなお、CSRに積極的な企業は成長性や市場評価の面で優良なパフォーマンスを示しているというものであった。

一方、奥田真也「環境並びに品質投資の情報開示に対する証券市場における反応」『大阪学院大学流通・経営学論集』第34巻第1号(2008.7)では、環境投資は証券市場で負の情報と捉えられていることを示している。

わが国では、CSRの取り組みやその情報開示が普及している一方で、CSPとCFPの関連を検証し、CSR活動が企業価値にどのような影響を及ぼしているかという研究はきわめて少ない。CSRについての研究は、今や、何を社会的責任とすべきかという規範論的思考であった時代から、理論や実証を思考する時代へと移り変わっているといわれる。今日の経済危機にあっても、企業がCSR活動を推進し、自身の持続的発展を達成するためにも、CSR活動と企業の経済価値との関係を明らかにする研究の蓄積が望まれている。

【Reference Review 54-5号の研究動向・全分野から】

人間福祉学部教授 小西砂千夫

100年に一度の金融危機といわれるなか、『週刊東洋経済』2008年11月8日号は、そのレポートを行っている。『エコノミスト』2008年12月16日号、野口悠紀雄「日本経済は未曾有の試練に直面している」は、日本の経済危機はアメリカ発ではなく、日本独自の深刻な問題があるという。それは「自動車をはじめとする輸出産業中心の産業構造が維持不可能になった」ということであるという。トヨタをはじめとする日本車が優秀であったとしても、アメリカの住宅バブルが、アメリカでの日本車の売り上げを下支えしてきた。金融危機は、日本の輸出産業を支えてきた環境を大きく変えた。さらに邦銀への本格的な影響はこれから続く指摘する。日本経済の危機はかつてない重大なものであると指摘している。

『都市問題』99巻11号の吉野直行「郵便貯金の将来と財政投融资」は、郵便貯金を取り巻く状況が厳しくなっていることを指摘している。2007年に財務省への預託の残高がゼロになったが、銀行預金が趨勢として増加しているのに対して、郵便貯金は1999年の259.7兆円をピークに残高が低下し、2007年度には180.8兆円となっている。その背景には、郵便貯金の安全性が民間金融機関と変わらなくなっている、投資信託に郵便貯金からシフトしているなどの理由を挙げている。さらに、郵便、貯金、保険の3つを兼営することによる費用効率性という意味での範囲の経済性が発揮しにくくなっていることも経営環境の悪化に大きく影響している。吉野氏は郵便貯金の運用は、今後は全国ネット網の強みを生かして民間金融商品の窓口販売を志向すべきではないかと述べている。

神川和久「シャウプ勧告再考」『税大ジャーナル』9号、2008年10月号は、シャウプ勧告の思想や基本理念を現代的視点から再考し、制度設計上の特徴や限界を検証し、わが国がめざすべき抜本的税制改革の方向性について考察したものである。「シャウプ勧告の基本理念は、課税の公平を真摯に追求し、税の持つ富の再分配効果を最大限に発揮させることであった」である反面で、「シャウプ勧告の提案する制度は、我が国の行政機構が未熟であったこともあるが、経済環境の激変により次々と変容を遂げることとなる」と述べている。また現代における抜本的税制改革においても、「税制論議が経済政策に偏重することは望ましくない」という立場を明らかにしている。そこでは富の再分配にあたって税制を一体的に考え、公平な課税を実現する方向が望ましいと述べている。

神野直彦「人間福祉の財政学的アプローチ」『人間福祉研究』（関西学院大学人間福祉学部）、1巻1号は、同学部が掲げる人間福祉の理念の具体化に向けての方向性を明らかにしたものである。資本の自由化が進んだ現代経済においては、資本統制を国民国家が完全に行うことはできないので、所得再分配は現金給付だけではなく現物給付を通じて行う必要がある。現物給付は地域社会で営まれている生活にあわせて給付する必要から、地方政府が相互作用のように提供される必要があると述べる。現物給付が提供されていないと、格差が拡大して社会秩序が乱れて経済発展も行き詰まると指摘している。

食品偽装と企業倫理

経済学部准教授 西村 智

はじめに

産地偽装や消費期限のごまかしなどの食品偽装事件が相次いでいる。食べて真偽が判別できるものはまだよいが（次から買わないので）、それが難しい場合、消費者は、生産者、あるいは販売者を信じるよりほかはない。後者のような財として、有機食品、非遺伝子組み換え食品などがあげられる。これらの財は、売り手と買い手の信頼によって成り立っているので「信頼財（credent goods）」と呼ばれる。消費期限の改ざんや飲食店における食べ残しの再利用なども偽装が発覚しにくいという意味で、信頼財同様の性質を持っているといえる。

経済学的に言えば、信頼財における売り手の裏切りは、売り手と買い手の情報格差（情報の非対称性）を悪用したものであり、市場メカニズムによっては解決することのできない問題（市場の失敗）である。このような市場の失敗に対しては、制度の再設計、あるいは、啓発活動等による精神面への働きかけが求められ、政府の介入が正当化される。

以下では、食品偽装と企業倫理に関するいくつかの最近の研究を紹介する。

1. どのような企業で偽装が起りやすいのか

荒井一博・山内勇（2008.7）「食品偽装と市場の信頼」『一橋経済学』第3巻第1号は、食品産業の労働者を対象とした独自のウェブ調査を用いて、食品偽装などの不正がどのような要因によって生み出されるのかを分析している。その結果、企業の経営方針や組織文化・雰囲気がかきわめて重要な要因であることを発見している。消費者第一や社会的貢献などの理念を重視する企業では偽装が起りにくく、逆に、不透明な人事制度や消費者軽視、社員の自主性欠如という性格を持つ企業では偽装が起