

利己心と利他心

日本人の公共意識は衰退したのか。品格ある社会を形成するための制度改革とは。

「世のため人のため」の動機付けがカギ

山内 直人
(大阪大学教授)

公共意識は衰退していない

マンションの耐震強度偽装、航空機の手抜き整備、官製談合など、市場メカニズムの前提となる基本ルールに反する行為が相次いで表面化し、社会問題になつた。これらは、行き過ぎた市場原理主義への警鐘なのだろうか。それとも日本人の公共意識の衰退を示しているのだろうか。

ボランティアが活発化している。世界の貧困問題解決を呼びかけるキャンペーンが盛り上がりを見せ、地域の高齢者のために地道な介護活動を続ける市民団体も増えている。個々人の行動をみても、誰に強制されたわけでもないのに高価格のハイブリッド車や省エネ家電製品が売れ行きを伸ばしている。また、ボランティア活動に黙々と汗を流し、面倒なごみの分別を励行するといったことが、ごく日常的な風景としてみられる。

利己心からのボランティアも重要

経済学の創始者と目されるアダム・スミスは、個々の経済主体は自己的に行動しても、市場がうまく機能していれば、見えざる手に導かれて望ましい社会的状態が達成されるという予定調和の世界を描いた。

経済学では、個人は自分自身の効用(満足度)を最大にするよう行動し、企業は自社の株主のために利益を最大にするよう行動すると定式化される。

企業社会では、反社会的な違法行為に手を染める企業がある一方で、「企業の社会的責任(CSR)」を重視する企業も増え、企業とNPOが協働して社会問題を解決しようとする試みもみられるようになった。

このような効用最大化や利潤最大化の枠組みのなかで、他人や社会を思いやる気持ちを表現することは一見困難であるように見える。しかし、

伝統的な枠組みを少し拡張すれば、寄付、ボランティア、CSRといつた個人や企業の社会的行動を分析することができる。

ここで、利他心と利己心を区別しておくことが重要である。まず、他人が幸せになると自分も幸せになるというのは、純粹な利他心に基づくと考えられる。

一方、他人を幸せにするという行為や働きかけ自体に満足感を覚えることもあり、この場合は利己心によると考えることができる。この種の自尊心を満たすような倫理的満足感、充足感は、寄付やボランティアをしたとき、あるいは税金を納付するときなどに誰しも抱く感情であろう。

利他心と利己心の区別が重要である理由の一つは、政府の行動に対する反応が全く異なるからである。すなわち、一般に、利他的行動の方が利己的行動より他人や政府の行動の影響を受けやすいと考えられる。利他心が支配的であれば、他人や政府が問題を解決してしまうと、自分の出番はないと思い身を引いてしまう。これに対して、利己心が支配的であれば、自分の助けが必要とされなければ、自分が何とかしなければと思いがちだ。

例えば政府がホームレス対策に乗り出して十分な施策を打ち出してしまえば、利他的動機からのボランティア





ボランティアでごみ拾いをする高校生（大阪市北区）

イアはやる気が減退してしまう。これに対し、利己心が支配的であれば、ホームレスに手を差し伸べること自体から喜びを得るので、どのような政策が取られようと影響を受けにくい。

ただし、現実には多くの場合、利他心と利己心は渾然一体となつておらず、純粹な利他的行動や純粹な利己的行動は少ない。人により、また、場合によって濃淡の違いはあるにしても、利他心と利己心は同居しているのである。

日本では「陰徳を積む」といわれるよう、善行を施しても吹聴しないのが善しとされてきた。しかし、このことは日本人の利他的動機が強いということを必ずしも意味しない。人知れず心の中で満足感に浸ることは可能だからである。

それでは、企業の社会貢献活動やCSRはどのように理解すべきだろうか。企業の場合、組織自体が利他

的動機や利己的動機を持つと考えるより、株主、従業員、消費者などのいわゆるステークホルダー（利害関係者）が社会順応的な行動を欲し、または反社会的な

行動を忌避する態

度が、企業行動に影響を与えると考える方が自然ではないだろうか。短期的には費用がかかって、従業員や消費者の支持を取り付けることは長期的にみれば株主にとつても損ではないだろう。

世のため人のために役立ちたいと願う投資家は、その規範に沿った活動をする企業を応援しようとする。これはやがて社会的責任投資（SRI）と呼ばれるようになり、社会性のある企業の株式を組み入れた投資信託として商品化されるようになつた。欧米ではSRIが株式市場のなかで大きな位置を占めるようになっており、日本でも今後の成長が期待されている。

具体的にどれほどのインセンティブがあるのだろうか。例えば、私が寄付控除の対象になるNPO法人に10万円寄付したとする。この場合、私の直面する個人所得の限界税率が20%だと還付額は2万円足らずであり、寄付の実質的なコストは8万円強で済むという計算になる。これはわずかなインセンティブであるようにもみえるが、一定の寄付促進効果が期待できるだろう。

このように、人々の公共意識を高め、市場メカニズムを通じた社会問題の解決を図るには、個人や企業の社会的行動を促進するようなインセンティブを組み込んだ制度設計が求められる。

少子高齢化が進行し、格差拡大が喧伝され、団塊世代の退職と莫大な資産の世代間移転が始まろうとしている今日、退職世代の資産やマンパワーを公共目的で有効に活用するための骨太の制度改革が急務となつてゐる。それが公共意識に富んだ品格ある社会を形成するために避けて通れない道ではないか。

富を還元する 動機が必要

利他的なものであれ、利己的なものであれ、自発的な公共的行動は重

要だが、それだけで社会的に必要となる

されるサービスが十分供給できるわけではない。これは公共財の過少供給問題として知られており、これを解消するためには、「世のため人のため」をより強く動機付けるようなインセンティブが必要であろう。

例えば寄付税制について考えてみると、純粹な（時に宗教的な）利他による慈善でなく、税制優遇を期待して寄付をするのは動機が不純だという人もいるが、寄付をするときには税がどれだけ還付されるかを考慮に入れるというのはごく自然なことである。

歴史をひもとけば、日本でも多くの社会事業家が足跡を残している。例えば大阪の有力商人は、本業や投機で稼いだ利益を自ら運河や橋の建設に投じた。道頓堀、淀屋橋などの名称はその名残であるという。

しかし、現代の日本では、経済活動を通じて蓄積された富を社会に還元する仕組みはかなり弱いと言わざるを得ない。寄付やボランティアをみても、底辺の広がりはみられるものの、欧米と比較するとまだまだ低調である。

大な富を、東欧の民主化のために惜しげもなく投じた。ビル・ゲイツ夫婦は、莫大な個人資産を投じて財團を設立し、医療や教育の格差是正に心血を注いでいる。かつてはロックフェラー、カーネギー、スタンフォードといった企業家が、事業で得た巨富を注ぎこんで財團や大学を設立し、よりよき社会のために活用しようと腐心した。