

# 金融排除を超えて—金融機関と倫理

福 光 寛

## 目 次

はじめに—企業倫理とリスク管理—

1. 金融機関における倫理とリスク管理
2. 金融機関主体型の社会性のある金融商品の提供
3. 顧客主体型の社会性のある金融商品の提供

おわりに—イスラーム式銀行とエコマネーの意義—

参考文献

## はじめに—企業倫理とリスク管理—

アングロサクソン型の企業統治の議論が依然盛んだが、その場合に企業倫理や企業の社会性に言及することなく、企業利益や企業価値の最大化という命題を企業の経営目的として掲げる論者もいる。

しかし現実の企業が長期にわたって存続するためには、顧客、従業員、株主、地域社会など様々な利害関係者 *stakeholders* と長期的に良好な関係を築くことが必要である。そのために企業は社会規範に率先して従う倫理性 *ethics or morale* をもたなければならない。経営学のテキストでは、このような企業倫理や企業の社会的責任 *social responsibility* の必要性を否定するものはすでに少数派になっている (cf. 森本 1995, p. 111)。

しかし倫理や社会性と、企業利益や企業価値の最大化など企業の経営目的との関係になると意見が分かれている。一般には倫理や社会性への配慮は企業イメージの改善などそれなりの便益の反面、経費負担となり、企業利益を減らすと理解されている。こうした通俗的考え方の最大の問題は、倫理や社会性への配慮が企業利益の最大化という目標と対立すると捉えて

しまう点にある。言い換えると、倫理や社会性の追求は利益追求という目的と矛盾しない範囲で、つまり便益がコストを上回る範囲でのみ行うことが正しいことになってしまう点にある。このような価値観（功利主義 utilitarianism）はそれに従うかどうかは別にして、一つの有力な判断基準として私たちが常に意識しているところである（See, Dobson 1993, Boatright 1999）。

岡本 [1994] はこの「難問」に対して、企業の短期の維持発展には企業の収益性・成長性が目的となるが、企業の長期の維持発展には社会性の追求そのものが目的となる。なぜなら企業の長期の維持発展では、社会性を追求した方が収益性や成長性も高まるからだとの「回答」を示した。社会性は倫理性と言い換えることもできる。岡本と同じ趣旨だと思えるが、高 [1996] は企業倫理を「公正を実現するためのさまざまな企業活動」を定義した上で、企業の倫理的実践は、長期的には企業にとって「それ自身の生存と成長を可能ならしめる組織現象」という意味での「効率」を高める蓋然性が高いとした。

このような近年の組織学会での議論は、倫理や社会性の追求が企業統治の目的となることを解明しようとした努力と言えよう。しかし現実の企業はしたたかである。

もともと現実の企業は、株主（投資家）のほか、供給業者、従業員、顧客、地域社会、など多数の利害関係者 (stakeholders) によって支えられていることを意識している。一方的に相手から収奪するような取引で儲けることは、長期にわたって継続できない。なぜなら、これらの利害関係者は、取引の停止、不継続、損害賠償請求などの行為により、社会性に反した企業行動への対抗手段を取り、そのことが企業活動の継続を脅かすこともあるからである。表1は2000年に実際に日本の大企業をめぐって生じた3つのケースで、いずれのケースでもそれぞれの企業トップの倫理性が鋭く問われただけでなく、各企業は企業活動に大きなダメージを受けた。事件の

背景に各企業のリストラが共通して影を落としていることも見落とせない(過度の効率優先 職場規律・忠誠心の低下)。

ではなぜこのような対応を利害関係者は取ったのだろうか。対企業取引において、顧客側は企業に対して顧客に対する誠実さ・顧客の依頼についての忠実義務を欲しており、これらの不祥事はこのような期待への裏切りの象徴と意識され、直接関係の無い商品についてまで購入拒否などの激しい反応を引き起こすからではないか。公正な価格・公正な取引・公正な商品に対する期待。そうした倫理を互いに守ることが商業取引のルール基礎にある。これをリスクや評判 reputation の問題と考えることもできる。そしてこのような顧客の期待を裏切ることは、当該顧客を離反させるだけでなくその企業の評判を傷つけることで、ほかの多くの顧客の離反につながる。つまりそうした事実が判明すると評判が下がって他の取引を得るのに支障をきたす(営業活動の自粛 購入拒否の波及 信用失墜による売れ行き不振・仕入れ困難 信用回復のための経費)。また違約行為として損害賠償を訴えられるかもしれない(訴訟費用 損害賠償金 再発防止対策費)。このようにして倫理に欠けた企業行動は結果として企業の存続を脅かしかねない(cf. 青山監査法人 [1998])。

このようなリスクを前提にすると企業はこうしたリスクを回避するための措置を取るはずだと考えられる。これがリスク管理 (risk management) である。その場合の要点は、リスクが発生する可能性をいかに低下させるかにある。そのような企業体質を作る上で、倫理規範を掲げることは極めて有効だと考えられる。そのような規範があると企業は、その規範からみて高い評価を得ようと努力することを従業員に促しやすいからである。さらにこうした努力は、企業のブランドイメージ・顧客や従業員の定着(継続的購入 購入の推奨 高い忠誠心 安定的労使関係)を高め、商品の安定した売れ行きを支え、労務コストを結果として低下させる。それは一種の相互作用であり、結果として、企業価値の高評価、行政当局や地域メディアの

表1 企業トップの倫理観が問われた事例

---

雪印乳業	<p>2000年6月末に加工乳製品で死者1人を含む1万3420人の有症者を出した食中毒事件を起こした。事件の公表・製品回収措置を遅らせて被害を拡大させたことは、食品メーカーとして危機管理体制が不備だとして批判された。加えて事件を起こした加工乳を製造した大阪工場は衛生管理ができてなかった。バルブの洗浄が3週間も行なわれず、返品製品の再利用では運転手が手作業でタンクに注入していた。直接の原因は、同社の主力工場である北海道大樹工場で2000年3月末に停電事故が起こったとき、製造ラインに放置された脱脂粉乳に毒素が繁殖したにもかかわらず廃棄処置を取らず、これを加工乳製造の原料としたことにあった。消費者の不信と大手スーパーなどの取扱い停止などの影響により売上は7月以降大幅に減少した。また高品質の象徴だった雪印ブランドへの消費者の信用は一気に低下した。2001年2月には、工場の閉鎖、人員の削減などリストラ策の発表に追い込まれた。事件の初対応において回収の判断が遅れたのは、製品回収により信用が傷つくことや製品回収コストを恐れたためだった。当初の対策会議に、石川社長（当時）は経営トップにもかかわらず長時間居所不明で欠席した。石川社長は財務畑出身で社内ではまじめな人柄が評価されていたが、記者会見での失言など事故後の対応で社内外から批判を受け、事件後1週間で辞任表明に追い込まれた。この事件は、1999年9月の茨城県東海村の臨界事故とともに近代的な工場のなかで、マニュアル外の行動に従業員が取ることによる人災（ヒューマンエラー）の典型だった。大阪工場では設備が古い中で、能力以上の生産量を確保するための現場の創意工夫が洗浄不足につながった。本社の事業本部制とエリアごとの支社制度が絡みあって組織が複雑になっており、意思疎通の悪さや責任の所在の不明確さが生じていた。事故を起こすまでは製品の品質管理の高さは同業者の一目置くところであり、量販店重視の営業は大手スーパーやコンビニからそれなりの評価もあった。</p>
三菱自動車	<p>リコール（無料の回収、修理）制度ができた1969年以降、恒常的に運輸省に届けずに秘密裏に修理する違法行為（道路運送車両法違反 虚偽報告）を続けていた。三菱自動車は1970年に三菱重工業から分離した会社であるから、会社創業以来30年以上、不法行為を続けていたことになる。2000年6月半ばに運輸省に対しクレーム情報の隠し場所を通報する匿名の内部告発があった。運輸省は立ち入り検査を行い、2000年7月中にリコール隠しを公表した。その後、2000年9月に川添社長（当時）は辞任を表明した。顧客の安全より企業の体面を気にしてリコール隠しを続けたとの批判を受けた。2001年に入ると中国で販売している四輪駆動車のブレーキの欠陥を発見後半年間公表しなかったことが日本国内でも報道され始めた。2001年2月には再度、欠陥を公表、日米双方で計150万台の大量のリコールを発表、またその直後には大量</p>

---

## 金融排除を超えて—金融機関と倫理

の人員削減、工場閉鎖などのリストラ策も発表した。三菱自動車は1996年に米国生産子会社が300人以上の女性従業員からセクシャルハラスメント訴訟を受け、1997年には総会屋に対する利益供与事件で現職の担当取締役を始め4人が逮捕されるなど、企業倫理面で批判を受ける問題が続き、その度に社長の辞任劇を繰り返してきた。この間進行していたリストラで退職に追い込まれた社員が内部告発に走ったと指摘される。

---

ブリジストン 2000年8月 米子会社のブリジストン・ファイアストーン (BFS) がリコール事件を起こした。BFS のタイヤを装着したフォードのレクリエーション車 (SUV) エクスプローラーで事故が多発、148人の死者が出た。タイヤ自身の問題は一部で、低い空気圧での走行やフォード車の設計にも問題があるとの見方が有力だが、フォード側が知名度のあるナッソー CEO (最高経営責任者) がテレビ広告を始めマスコミに頻繁に出演して火消し役を勤めたのに対し、BFS は日本人 CEO が公式記者会見に一度顔を出したほかは顔写真入り新聞広告を出したにとどまったなど、トップの対応のまずさに批判が集中した。1988年にブリジストンはファイアストーンを買収した。その後、初代日本人 CEO (1991-1993) として現地に送り込まれた海崎洋一郎氏 (事件当時、親会社のブリジストン社長) は、BFS の経営建て直しで名を上げ、その後も BFS の経営に影響力があつたと見なされているが、2000年9月に入るまで事件の対応を現地任せにした。BFS では海崎氏が社長であった頃、生産体制の効率化が進められる中で大規模な労働争議が頻発した。その最中に生産された製品に欠陥が多く検品も不十分だったとされ、海崎氏に今回の一連の事故について直接責任があるとの声もある。今回の事件では元従業員が BFS に不利な証言をする場面も続き、強引なリストラ展開のリスクを見せつけた。結局、ブリジストンは2000年10月、BFS の社長を交代させ米国人の副社長を CEO にし、さらに2001年1月には海崎氏の退任を内定した。

---

資料：新聞報道などによる。

好意的扱い、つまりはリスク管理にもつながる。

このような意味で企業の社会性に敏感な会社は、企業ブランド価値の管理に熱心だともいえる。法律で規定されている先の倫理問題を企業が取り組むのは、問題を起こさない企業体質 (従業員の意識改革) を作り上げることがリスク管理の基礎になるということであり、社会との良好な関係 (社会からのいい会社との評価) が企業ブランドの基礎になるという認識の表明でもあると理解できるのではないか。

ところで倫理問題は金融機関についてはどのような形で現れているか。

表2 企業の社会貢献度調査2000における評価項目例

企業の社会貢献度調査2000における評価項目例

1. 社員にやさしい（雇用努力・合意形成努力・時間のゆとり・自己啓発援助……）
2. ファミリー重視（介護休業・資金援助・医療保健援助・時間的配慮）
3. 女性が働きやすい（雇用と登用・定着への配慮・出産育児・セクハラ防止……）
4. 障害者雇用（対応態勢・雇用努力・配属と定着・生活支援策……）
5. 雇用の国際化（採用時の配慮・雇用の公平・機会の均等・現地化の度合）
6. 消費者志向（システム化・情報提供努力・トラブルの有無・個人情報保護……）
7. 地域との共生（理念の明確化・情報交換・制度整備・交流活動……）
8. 社会支援（理念の明確化・寄付活動・福祉援助活動・社員の啓発）
9. 環境保護（環境方針・実施態勢・行動計画・目標管理……）
10. 情報公開（開示方針・広報の独立性・情報収集努力・情報開示努力……）
11. 企業倫理（倫理規定・規定範囲・浸透努力・実施態勢……）

資料：朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度 2000』。

金融倫理についての草分け的な論文に Dobson (1993) がある。多大な反響を呼んだこの論文において、Dobson が最初に指摘するのは評判というものだが、企業の価値を膨らましもし減らしもするということであり、そこから倫理を重視する経営行動を導く可能性である。しかし続けて企業価値最大化といったこれまでの命題からは、先ほども功利主義的価値観のところでも述べたが、明らかに非道徳的行為であっても、その費用便益がトータルで企業価値を損なわなければ許容されるという矛盾が残るとする。その上で Dobson は、個人的な財産の獲得で表される物的な豊かさ external good の追求ではなく、市民社会の中で尊敬を勝ち得るといった精神的な豊かさ internal good の追求が、人間の行動の現実的かつ望ましいモデルだということを金融理論家は認識するべきだと論じ、価値観そのものの変更視点に移している。つまり価値観そのものを倫理を含んだものに変更するべきではないかというのが、ここから出てくる論点である。言い換えれば功利主義を超えるためには、金融機関の使命そのものに倫理を含めることが必要だということであろう。

金融における倫理問題を包括的に議論して注目されたものに Boatright

表3 金融取引と倫理

---

金融取引と道徳はいかに関係しているか

仲介者あるいは受託者としての責務と取引の主体者である自社の利益が衝突したとき、顧客の利益より自社の利益を図ろうとする誘惑がある

手数料のより大きな商品売ることへの誘惑がある

できるだけ安く買いできるだけ高く売ることが利益源泉になる

売って手数料を沢山得るためには

虚偽あるいは不正確な情報を流す 重要な情報を隠す

顧客に不適合な商品を販売する

回転商い 顧客に不利な商品への乗り換えを勧める

自社の利益だけでなく市場情報で個人的利益の追及機会も豊富

事前に買うことでの確実な値上がり益が得られる

空売りによる確実な値下がり益が得られる

顧客間の利害が衝突したとき手数料の大きな顧客が上客として、ほかの顧客の利益を犠牲にすることに誘惑が強い

手数料支払い決定権者への賄賂の提供に誘惑がある

手数料のより大きな顧客を他の顧客より優遇することに誘惑がある

手数料次第で証券発行者の利益を投資家の利益より優先する

金融取引における不正を最小化するには

活発な競争による不効率な金融業者の淘汰

利害関係人の明示など情報開示の徹底

利害相反行為や個人取引の禁止など規則の制定

業務ごとの分社あるいは事業部門の独立性の強化

---

資料：Boatright 1999 & 2000

(1999 & 2000) がある。Boatright は包括的である反面、Dobson に比べ主張はやや曖昧である。その優れている点は金融取引で倫理が問題になる面を網羅的に挙示して、金融取引と倫理との深いつながりを示した点である(表3)。表3で指摘されているような反倫理的行為を金融機関から受けることは、顧客の側は公正な金融サービスを受けられなかったという意味で金融排除 financial exclusion を被ったことになる。

ところで顧客や社会が求めている価値観を金融機関が使命として掲げて実現しようとするものの延長上に、従業員の意識改革を進めることでリスクを最小化するというリスク管理上の問題も存在している。その中でも、

金融機関にとって自らのリスクとの関係がはっきりしてきたのが環境リスクの問題である。これに注意を払うことが、金融機関のリスク管理からも必要になるという論点を以下の第1節では述べる。

ところで金融排除の問題も、本来は環境リスクと同じく訴訟などによって、損害賠償などを請求されるリスク問題を含んでいる。また金融ビッグバンは業者の規制緩和と合わせて消費者の保護を並行して進めるべきであった。しかしようやく2001年4月に施行された金融商品販売法をとってみても、極めて限定された範囲での業者側の説明義務を規定しただけだった。最大の課題であった時間のかかる司法手続きに代わる公的な紛争処理機関は実現できなかったし、安全な運用を望んでいる顧客やリスクを理解できないような顧客にリスクのある金融商品を販売することを禁止する適合性の原則や、要請もしないのに電話や訪問で勧誘する「不招請の勧誘」の禁止も規定できなかった(A00/1/20, N00/3/24, A00/3/24)。

金融機関に比べ知識において差のある消費者の自己責任を唱えるのは正しくないはずだが、金融業界はこれらの業者規制に反対し金融審議会第一部会(蛸山昌一部会長)は結果として業者の意向を受け入れた。そしてたとえば適合性の原則は、業者が「勧誘方針」を自主ルールとして公表することでお茶を濁すことになったが、このやり方は問題の解釈を業者に委ねるもので消費者の納得が得られる道ではなかった。この結果、日本の金融ビッグバンは消費者保護が未完成のため業者のためのビッグバンになってしまった。こうした進め方は国民世論の間に金融機関への反発を生んでおり、金融機関にとっても好ましいことではない。ただ時間がかかるにせよ、この状態はいずれ是正され、消費者保護体制が整えられることも期待されている。そのときに始めて金融機関は金融排除をすることによるリスクとして、本格的に損害賠償などのリスクにさらされ、金融機関と消費者とは対等な関係に立てることになる。このような段階になれば金融排除をしないことが、金融機関の経営リスクを減らすことになるという問題が本格的に

考えられよう。

第2節以下では金融機関の社会性の追求の具体的な現れ方を検討する。まず公益団体への寄付から社会貢献型金融商品の提供へという流れが確認される。つまり本業（事業）のなかに社会性を取り込むことが課題になってきている流れが指摘される。そして社会貢献型金融商品に二つの類型があることが明らかにされ、そのうち金融機関主体型は実際には寄付の変形になっているといった限界が示される。

第3節では顧客参加型の社会貢献型金融商品の内容が説明され、金融機関の使命として社会貢献や倫理が明確化されない間は、これが問題の一つの解決だとの考え方が示される。このようにして業務のなかに社会性のある取組みがまず定着したあとに、使命そのものが社会性（倫理性）の実現だという金融機関が登場するのではないか。

「おわりに」では、以上とは異なる二つの世界、つまり使命として倫理性が明確なイスラーム式銀行と地域通貨とが説明され、金融機関の使命の変更あるいは追加に基本的な解決の方向性があるとの先の論点が再度示される。

## 1. 金融機関における倫理とリスク管理

企業が社会性や倫理を要請される領域の一つに環境リスク問題がある。しかしこの領域ほど、企業のリスクマネジメントと社会倫理の関係が簡明に示される領域は稀かもしれない。つまり環境への配慮が企業自身のリスクマネジメントにもなるということだが、その典型的な問題に土壤汚染・地下水汚染の問題がある。企業が保有している土地でこうした汚染が発見されると何が問題になるかである。

たとえば工場の敷地などで地下水が産業廃棄物で汚染されていた場合、地域住民の反発による操業困難、将来的には敷地の売却の困難、そして結局は多額の原状復旧費用の支出が必要となると考えられる。また汚染され

## 金融排除を超えて—金融機関と倫理

表 4 地下水・土壌汚染の報道例

1997/10	東芝愛知工場名古屋分工場 1996年から1997年にかけての内部調査で敷地内の地下水から発ガン性物質検出された（環境基準の800倍にあたるトリクロロエチレン）が地元自治体に通報していないことが、環境庁への内部告発 e-mail により明らかになった。翌年になって、工場敷地外の地下水の汚染が明らかになり再調査が行なわれたところ、別の個所で基準値の1万5000倍という高濃度の汚染が明らかになった（98/6）。地下水汚染が明らかになった東芝の工場でのほかの所在地は以下のとおり。埼玉県深谷市、神奈川県川崎市、静岡県富士市、大分県大分市、大阪府茨木市。
1998/6	松下電器グループの松下電子応用機器高槻工場敷地内で環境基準の9400倍のテトラクロロエチレン（発ガン性物質）による地下水汚染が大阪府の調査で判明したが、同社では内部調査で数年前から汚染の事実を把握しながら地元自治体に通報していなかった。地下水汚染が明らかになった松下電器グループの工場のこのほかの所在地は以下のとおり。北海道千歳市、新潟県新井、滋賀県草津市、大阪府門真市、大阪府守口市、徳島県脇町。
1999/12	日産自動車座間工場跡地が国内最大級の自動車展示場としてオープン。座間工場は日産が自社の廃棄物処分場として利用してきたため環境面に問題があり売却できなかったとの指摘がある。
2000/3	在原製作所藤沢工場（神奈川県藤沢市本藤沢）で藤沢市の立入検査の結果、最大で基準値の8100倍のダイオキシン汚染が判明。藤沢市では引地川下流で1998年にダイオキシンが検出され、2000年に入り汚染源の特定のための調査が進められ、在原の藤沢工場に立入検査を行ったところ排出源が同工場の焼却炉の排水であったことが特定された。この排水が1992年頃から雨水排水とともに引地川に流されていたことから、引地川から相模湾に汚染が蓄積かつ広がっていると考えられ、相模湾の魚介類への影響や湘南海岸の観光に与える影響も懸念される。
2000/9	日産自動車荻窪事業所跡地（杉並区桃井）の土壌や地下水から最大で基準値の1633倍のトリクロロエチレンが検出されたことが、日産から東京都と杉並区に報告された。日産では2000/10から半年かけて浄化処理するとのこと。日産は1994年の内部調査でも高濃度の汚染を確認していたが、そのときは開示しなかった。
2001/1	東京ガスがかつてガス製造工場として使用していた3ヶ所（大田区大森 荒川区南千住 相模原市向陽）の所有地の土壌汚染を公表 対策費用は50-60億円
2001/3	大阪府此花区の住友金属工業産業廃棄物処分場跡地がユニバーサルスタジオジャパンとしてオープン。有害な産業廃棄物の処分場そのものであったため処理費用が必要だったと指摘されている。

資料：新聞報道による。

た土地はそのままでは転用・転売が困難で、現状復旧には多額の費用が必要になる。表4に近年話題になった土壌汚染の例を掲げた。この1997-1998年の間の東芝や松下電器グループの場合、社内調査で事前に汚染の事実を把握していたにもかかわらず、地元自治体に汚染確認の事実を通報していなかったことも批判された。法律的な義務としてではなく、道義的にそのように行動すべきであると批判された。

このような経験を踏まえて環境リスクマネジメントの基本は、発生抑制とともに地元自治体（地元住民）と環境リスク情報を共有し認識の共有を確保することにあるとされるようになってきている（cf. 萩原 2000）。このような観点から企業に対し積極的に情報開示することが提言されるようになってきている。住民を排除するのではなく参加させることがここでもキーワードになっているのである。事実、表4でも2000年9月の日産自動車のケースや2001年1月の東京ガスのケースでは、企業側が汚染情報を自ら開示している。

このような企業への融資を行う金融機関とすれば、相手の企業の不動産がこのような問題を抱えているかどうかで、担保不動産の評価が大きく異なることになる。だからであろうが、すでに欧州では多くの金融機関が土壌汚染や廃棄物排出など環境リスクを融資審査基準の一つに入れている（N00/2/3）。日本国内でも、銀行が企業融資を行う場合に、企業の環境対策の進捗度を判断材料に加えようとする動きがある（N99/10/26）。銀行が倫理に目覚めたとも言えるが、融資先の企業が隠れた環境負債を持つことを融資判断の材料とすることは、明らかに銀行にとってのリスクマネジメントである。

そもそも隠れた環境負債を持つ企業は、収益を不安定にする大きな環境リスクを抱え込んでいる。表5に汚染土壌の浄化費用の算定式を挙げたが、このようなリスクがあると企業は保有不動産の戦略的活用ができないだけでなく、将来にわたり行動を大きく制約されることになる。逆に環境対策

表5 土壤汚染の調査費用・浄化費用の試算

調査費用	0.1万円/㎡	深度 1m	10,000㎡	1,000万円
浄化費用	19.2-28.8万円/㎡	深度 3m	10,000㎡	19.2-28.8億円

資料：山本 2001。

注：なお最近の報道では、清水建設が、土壌を泥水化後、汚染物質を分離することで土壤浄化費用を3-4割低減できるようになったという。本表と同一条件の30,000㎡で従来費用は25億円。清水の新技术なら15億円程度である (N01/4/3)。

を進めた企業は、省エネ／省資源などのコスト削減効果を得ているだけでなく、環境リスクを削減している。融資判断にこうした判断を活かそうというのが環境審査である。

すでに工場跡地などを担保に融資する場合、施設の使用履歴や汚染調査などのデータの提供を求めることが一般化しつつある (cf. 西頭 2000)。住友銀行、興銀、東京三菱銀行、日本政策投資銀行などでは、2000年春から2003年をめどに環境対策を融資審査に反映する国内の標準的システムを作ろうと共同研究を進めている (N01/2/3)。おりから公的な規制も強まるうとしている。東京都は、2001年10月以降 敷地面積が3000㎡以上の土地に施設などを建てる場合、土壤調査を義務付ける条例を施行する予定である (N01/3/13)。

それでは融資における環境審査の実際はどのようなものか。

最近、これまでも話題にされてきた欧州の銀行、UBS の環境融資審査の手順が紹介された (安達 2000)。同行の審査システムは1994年から4年がかりで作られたもの。それによると100万フラン以上の融資案件は必ず以下の3段階の環境審査を受けるという。

- ① トレーニングを受けた担当課長がチェックリストに従い第一次スクリーニングを実施する。
- ② 環境リスクガイドラインにより審査部門が融資適合性を判断する。
- ③ ②のうち詳細な審査が必要とされたものを専門機関に紹介。専門機関では聞き取り調査などを実施。結果が相手企業の格付けに反映される。

環境リスクが高いと判断された企業に対してはリスクに見合う貸出金利の引き上げ、改善の約束などを求める。

そもそも欧米では、銀行融資の場合だけでなく、企業提携や不動産買収にあたって、あらかじめこのような環境リスクを調査することがすでに一般的だという。欧米企業との提携や欧米金融機関からの投融資がめずらしくなくなるなかで、日本の企業も環境リスクを無視できなくなっているのである (N99/5/23)。

なおとくにアメリカの銀行が、この問題で神経を尖らせる理由の一つは融資者責任の法理によって、汚染除去費用を金融機関が請求されるケースがあるからである。

アメリカでは1980年の包括的環境対処・補償・責任法（通称 スーパーファンド法）Comprehensive Environmental Response, Compensation, and Liability Act of 1980 によって、土壌や地下水の汚染が発覚した場合、土地を所有する企業だけでなく購入資金を融資した金融機関などにも汚染浄化／修復費用の負担義務が生ずるようになっている。融資者の浄化責任は、①担保権を実行して該当施設を所有している場合、そして②担保権の実行の有無にかかわらず該当施設の管理者と認定される場合に、発生する（楠本 1995）。このような金融機関の責任を融資者責任、レンダーライアビリティ lender liability＝融資者責任と呼んでいる。なお融資者責任を広く認めると金融機関が融資に慎重になり過ぎる問題があり、1996年9月末の資産保全、融資者責任、預金保険保護法では融資者責任の明確化が行なわれている（小澤 1999）。ともあれ融資者責任に伴うリスクに対応して米銀では、一定額以上の不動産担保融資に際しては担保物件の環境調査を一律に実施している (NE00/5/31)。

ところで、土壌や地下水の汚染問題はそもそも産業から出る廃棄物の問題でもある。この廃棄物をめぐる法規制が強化されつつあることも、企業に環境問題への対応を急がせている。こうして日本の金融機関としても、

## 金融排除を超えて—金融機関と倫理

対応が進んでいるで企業に比べ、対応が遅れている企業は将来、大きな環境リスクを抱えていると判断する必要が出ており、環境リスクという社会問題を経営に取り入れざるを得なくなっているのである。

なおこの問題での法規制の強化も以下のように急ピッチであり、環境リスクを意識した経営を心がけ、廃棄物の発生を抑え、再資源化の仕組みを作ることが最終的に企業のコスト競争力を強化するという企業側の認識も高まっている（N01/1/13 ほか）。

1997年4月から容器包装リサイクル法が施行され、ペットボトルやガラス瓶のリサイクルが始まっている。1998年6月の廃棄物処理法改正を受けて、処分場の管理基準が強化／明示されている。1999年4月には省エネルギー法が施行され、2003年以降、段階的に一定の省エネルギー基準を上回る製品しか製造できなくなる（表6）。2001年4月には、自治体に環境配慮型商品の購入を義務付けるグリーン購入法が施行され、またテレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンの4品目の回収とリサイクルの義務がメーカーに課す家電リサイクル法も施行され、メーカーには、リサイクル率が義務付けられている（重量比でエアコン60%、テレビ55%、冷蔵庫・洗濯機各50%など）。

表6 改正省エネ法施行による主な製品の目標年度・目標水準

エ ア コ ン	2004冷凍年度	1997年度比63%のエネルギー効率改善
テレビ受信機	2003年度	1997年度比16%の消費電力量改善
ビデオ録画機	2003年度	1997年度比59%の消費電力量改善
ガソリン乗用車	2010年度	1995年度比23%の燃費改善

資料：N99/4/1

## 2. 金融機関主体型の社会性のある金融商品の提供

ところで今日、環境問題のような社会性や倫理に目覚めた企業 (enlightened corporations) の多くは、商品やサービスの提供そのものの中に、社会が支持するであろう価値観を含め始めている。それは企業の社会性そのもの

のについての重要な方向転換でもある。

従来、企業は社会性や倫理性を、得た利益を公益団体に寄付するといった形で発揮していた。最近の動向では企業は社会性のある商品やサービスを販売し、顧客はそれを購入することとで企業と顧客は社会性について一種の対話を始めることになった（表7—1）。

たとえば、合成化学物質や遺伝子組み替え物質を含まない食品、天然素材でできた衣類、リサイクル可能な素材で作られた電気製品。かつて企業トップの判断で利益の一部を公益団体に寄付したとき、それは一方的な寄付であった。公益団体の活動と企業の活動とは無関係だった。だがここで社会性のある商品やサービスの提供で問題は企業と社会との相互関係になった。社会がそうした企業の社会性のある商品やサービスの取組みを支持するかどうか、仮に支持すればそうした企業の商品生産量が伸び、社会で

表7—1 企業における社会貢献の考え方の転換

従来の社会貢献の位置付け  営利事業 ↓ 寄付 charity 非営利機関＝非営利事業 非市場原理で提供 一方的恩恵的 paternalistic
新しい社会貢献の位置付け  営利事業    商品サービスに社会性を先取り付与 市場原理での展開 消費者との相互作用

注：市場原理的行動と非市場原理的行動の対比は松野 [1997] から得た着想である。

谷本 [2000] がいうようにつぎの段階では、企業の使命そのものに社会志向的なものを掲げたものが登場するということになる。

表 7—2 非営利事業分野（教育 福祉 医療 社会教育 文化 芸術 スポーツ  
まちづくり 環境保全 災害救援など）事業主体の比較

---

営利事業者が行うケース
営利原則 労働に見合う賃金必要
営利の目標と非営利の目標が相克し目標が曖昧化する

---

NPO=nonprofit organization が行うケース
相互扶助的原理 利他的 地域社会が必要とするサービスを自ら提供
営利事業者に比べ目標が具体的で明確 寄付者やボランティアが自己管理的（自発的・意思決定・目標決定への参加）で社会貢献から責任感・達成感・使命感などを得ていることに依存している
迅速性 低廉性 信頼感が特徴 なお特徴確保には情報開示必要
多様性の要求・質の向上の要求に組織に柔軟性があり非営利的であるので迅速に対応できる 非営利であるので情報の非対称性分野の契約相手方としてまた寄付の相手方として信頼感がある

---

参照：田中・足立 2000，谷本 2000，田中敬文 1999，塩沢 1998.

売られている商品やサービスの中でそうした社会性を反映した商品が増えてゆく。企業がそうした選択肢を用意することが、企業の社会貢献として考えられ始めた。またもちろん、市民自身の社会性のある取組みが商業化されてゆくという面もでて来ている。谷本 [2000] はこのことを NPO（非営利組織）事業が商業化されるという視点と、NPO 的ミッション（使命）を持った社会志向型企業が登場してくるという視点から、分析している。

このような動向は金融機関についても見られる。

まず金融機関は第二次大戦後、公益団体を数多く設立してきた。1990年末段階でのその状況調査によると、おおまかにいえば戦後初期に設立されたものには教育助成が目的のものでは多く、やがて1970年代に入ると福祉・環境を目的とするが多くなり、さらに1980年代には国際交流や文化芸術が主たるテーマになっていったなど、テーマに変遷があることがわかる。いずれにせよ利益の一部を公益団体に寄付するという形での社会性の発揮を日本の金融機関は長く続けてきたのである（詳しくは福光 [1994] を見よ）。

そして日本の金融機関は近年に入って社会性のある金融商品の提供に取

金融排除を超えて—金融機関と倫理

表8 社会貢献型金融商品の二つの類型

金融機関主体型（顧客排除型）	
社会貢献型預金	福祉定期など 対象の選定は金融機関あるいは行政当局の判断 対象の選定に一般預金者や株主は関与できず排除されている
社会貢献型融資	社会性のある融資先に低い利子率を設定するなど 設定規模 どこに寄付するかは金融機関側の判断 対象の選定に一般預金者や株主は関与できず排除されている
顧客主体型（顧客参加型）	
寄付導管型商品	ボランティア貯金など 対象の選定は金融機関 第三者による監査を受け入れるものもある 顧客預金者は商品を選ぶことで参加できる
投資型商品	出資先の選定は金融機関が行い顧客は関与できない 第三者による監査を受け入れるものもある 顧客投資家は商品を選ぶことで参加できる

り組み始めている。ところでこのような社会性のある商品には二つのタイプがある（表8）。この区別の基準は、「寄付」にあたるお金の出し手が顧客なのかあるいは金融機関なのかという点である。たとえば障害者などに金利の割増をする福祉定期預金、太陽熱利用製品・介護機器購入時の融資金利優遇などでは、出し手は金融機関であろう。他方、金利寄付型の預金、環境重視型の企業に投資する投資信託である環境ファンドなどの出し手は、顧客であろう。つまりこの二つのタイプのうち、前者は従来型の利益を公益団体に寄付するタイプの「社会貢献」にむしろ属するのではないか。

福祉定期預金は1975年に登場した。しかし福祉定期預金は金利低下局面での弱者保護のため政治的に導入された面があり、個々の金融機関として進んで取り組んだとはいいいにくい。すなわち福祉定期預金は年金生活者など収入に限界のある人々への利下げの影響に配慮して、一定の金額まで預貯金の金利を優遇しようというもので、1975年以来、預貯金金利の低下局面で郵政省・大蔵省の協議で断続的に設定され、取扱うかどうかは形式的

には各金融機関の任意。しかし多くの民間金融機関としては、政治的配慮から横並びで行ってきた面がある。取扱期間は原則1年間、預入限度額は300万円。直近のもの年4.15%で1992年8月から取扱いを開始し、その後、期限が毎年延長されている（cf. 海尾 1999 ほか）。

ところが、低金利が続いているなかの2000年秋から2001年春にかけて民間金融機関の中から福祉定期預金の取扱い廃止を決めるものが続出したことは、民間金融機関の福祉定期預金への取組みの姿勢の弱さを示すものになった。各金融機関では運用利回りの低下から福祉定期預金は残高ベースで3%超の大幅な逆ざやとなっていることを廃止の理由に挙げた。他方、郵便貯金は2001年2月に継続を決定、結果として受け皿となった郵便貯金の福祉定期が急増した（2000年3月末現在1兆3744億円。2001年2月末の残高は1兆7247億円で前年同月末比23.0%増）。この件は福祉定期の取扱いについて民間金融機関内部で実は合意が取れていなかった、本音では扱いたくなかったことを伺わせる（cf. NE01/2/14, NFD01/3/9, N01/3/28, N01/4/1）。

これに対して、社会貢献型融資は新しい融資分野の開拓に向けて、金融機関が智恵を絞ったという違いがあり、福祉定期に比べると民間金融機関が自発的に設定してきた側面がある。社会貢献型融資は、社会的に望ましい方向に向けての融資を、相対的低利で提供するといった定義付けが可能だろうが、今後の融資先を開拓している側面があり、金融機関の姿勢は福祉定期預金よりは積極的である。こうしたタイプの融資が最初にどれかということとはむつかしい。たとえば1994年に調査したとき（福光 1994）には、介護ローンの事例があり、福祉定期同様に1970年代に遡れるものとしては教育ローンがあった。最近では（N00/8/13）、低公害のハイブリッドカー向け融資を通常の自動車ローンよりも低金利で融資している例がある（三和、西日本、静岡、東和、愛知、びわこ銀行など）。あるいは、太陽光発電システムや太陽熱温水器など省エネ型の住宅設備の購入資金に対し低利ローンを提供している例もある（西日本、静岡、東和、愛知、びわこ銀行など）。

こうした実例を見ていると、民間金融機関が自主的に行っていることが確認される反面、これらの融資を選択的に低利で行う根拠にいささか疑問が残る。社会貢献型融資といえは聞こえはいいし反論はしにくいだが、その理由付けは十分か疑問が残る。一般預金者も株主も関与できないところで、金融機関は思いつきで融資の選別をしているのではないか。それは利益を公益団体に寄付するという従来型の社会貢献になしうる批判と似ていてのではないか。そのこと自体はいいことだが、預金者や株主の意向が反映しないところで、思いつきで善行が行なわれているとの印象が残る。銀行の頭取が自分の所得の一部を寄付するのは何の問題も無い。しかし銀行の利益を特定の分野や公益団体に分けるにはそれなりの理由付けが必要であろう。そもそもその金融機関は誰のために設立され、何を目標に経営されているのか。そうした設立の目的に照らして選択的融資は肯定されることなのかどうか。

これらに対して、お金の出し手である預金者、投資家に判断をゆだねる顧客主体型タイプの社会貢献型金融商品が1990年代前後から登場している。お金の出し手が納得して資金を出している点で社会貢献型金融商品としては、明らかにこちらが正道であるように考えられる。顧客主体型の社会貢献型金融商品は、いわばそれが顧客の意思だという形で、判断に当たる部分を顧客に委ねているからである。

しかし民間金融機関の使命に、社会性や倫理性が含まれていれば、顧客に判断の委譲をしなくても金融機関は主体的に社会貢献型商品を提供できるはずだ。顧客主体型社会貢献商品が正道に見えるのは、金融機関の使命について金融機関自身が社会性をなお明確にしてないことと私たち自身の判断にブレ（迷い）があることを反映している。

### 3. 顧客主体型の社会性のある金融商品の展開

顧客主体型の金融商品のなかで日本で先に登場したのは、寄付導管型

と私が名付けるものである。この商品に共通した特徴は、預貯金あるいは金銭信託であって、公益団体への寄付金機能を付属させた点である。いずれの商品も顧客の寄付の導管になっている。

この種の商品としては安田信託が1989年10月に開始した「ほほえみ」が最初である。設定例は1991年に入ってから急増した。たとえば1991年6月の東海銀行の「国際愛の口座」など（詳細は福光1994を見よ）。背景には、郵便局に国際ボランティア貯金が1991年1月に登場し顕著な成功を見たことがある（表9）。後述するエコファンドのときと同じく隠されていた顧客ニーズが表面化し、民間金融機関は追随を決めたのである。その意味ではほとんどの銀行は郵便局との対抗上、社会貢献型金融商品の提供に引き込まれたのである。これらの社会貢献型金融商品は金利の一部を寄付するものが多かった。

国際ボランティア貯金の場合には支払い利子のうち、税金に20%、残り80%を寄付に2割16%以上、受取は8割64%以下という仕掛けである。このような利子の一部を寄付する社会貢献型金融商品は、その後の低金利のなかで、寄付金枠を減少させ、残念ながらその社会的意義を縮小させて行っ

表9 郵便貯金国際ボランティア貯金の実績（単位 万人 万円）

	加入者数累計 新規	寄付金配分額	配分団体
1991/3	213 (213)	91,358	102
1992/3	674 (461)	232,636	185
1993/3	1,045 (371)	218,563	185
1994/3	1,379 (334)	236,272	197
1995/3	1,674 (295)	248,272	235
1996/3	1,946 (272)	157,569	233
1997/3	2,194 (258)	157,568	223
1998/3	2,428 (234)	106,190	209
1999/3	2,538 (110)	124,227	204
2000/3	2,584 (46)	118,023	202
2001/3	2,608*(24)	65,041	198

資料：総務省郵政事業庁 \*は2000/5末現在

た。

今一つの顧客主体型の社会貢献型金融商品として、社会的責任投資あるいは道徳的投資 (social responsible investment or ethical investment) がある。

社会的責任投資としてはエコファンド、そして会員制ノンバンクへの出資の動きが注目される。後者は会員制の貸金業であるが、不特定多数からの預り金を禁止する出資法の規定を会員制という形で回避したものである。エコファンドと会員制ノンバンクはかなり性格が似ているが、あえていえば会員制ノンバンクの方がより狭いいわばより同志的な出資であり、収益よりは投融資の社会性を重視する程度がエコファンドより高いのではないか。エコファンドには環境問題で志のある人の投資もあれば、環境に関心のある企業への投資が儲かりそうだから投資した人の投資も含まれているが、会員制ノンバンクへの出資は証券会社で勧誘するわけではないのでより社会性を重視した人たちのお金が集まっているといえよう。

さてエコファンド（環境ファンド）は1999年に登場した。これは環境に配慮している企業銘柄を選定して投資するものである。

エコファンドは銘柄を選ぶときに環境問題への取組みによって企業を選別しているとされる。銘柄選別は財務分析に加えこのような環境分析を加えて絞り込んだ銘柄をユニバース（投資対象銘柄）とし、さらにそこから選択する。環境分析は運用会社ばかりでなく第三者の格付け機関の分析を使うことも多い。第三者機関では公開資料から有望銘柄を絞り込むので、企業としては環境対策を積極的に公開してゆくことが必要になる。

環境分析の共通した評価項目はつぎのようにまとめることができる（西村，2000a&b）。

- a) 経営方針での指摘・経営者レベルでのコミットメント
- b) 企業活動全般における環境マネジメント（環境管理システム）

研究開発・原料調達・生産・物流・販売など各過程でいかに効率的に環境負荷・環境リスクを減らしているか

c) 製品やサービスの面での環境配慮

d) 株主や市民に対する情報公開・コミュニケーション

エコファンドにはそれまでの社会貢献型金融とは異なるお話が含まれている。それはこのようなファンドの収益率が高いという話である。環境に配慮するような企業は、新しい市場のニーズへの感度も高く、それが収益率の高さに現れるとも解釈されている。ただ銘柄選定の実際のプロセスを見ると、環境配慮で優秀であると同時に財務分析などでも基準をクリアした企業を選択対象（ユニバース）に含めている（ファンドごとの傾向は以下の各ファンド紹介記事を参照：山根 1999, p. 24, 山口 2000, 『月刊地球環境』 June 2000, pp. 38-53.）。環境基準を満たすことは投資の選択対象とする要件ではあるが、環境基準を満たしたから投資するといった単純な関係にはないのである。環境基準にも合格する優良財務企業が、投資対象となっており、環境はフィルターの一つに過ぎない。同様に投資家はこの投資が社会的あるいは倫理的に納得できるという理由からではなく、単に収益率のよい投資案件の一つとしてエコファンドを選択したのかもしれない。

この設定が相次いだ背景には、このような投資家のニーズを掘り起こしたところ、このニーズが意外に高かったことがある（表10）。99年8月に日興証券が売り出した日興エコファンドは当初数10億円（50から100億円）と予想されたが、実際には3ヶ月間で600億円集めたという（N99/10/26, NE 99/12/9）。日興エコファンドの成功のあと、類似したエコファンドの販売

表10 1999年に設定されたエコファンドの事例

ファンド名	運用会社	設定時期	当初設定額	1999年12月
日興エコファンド	日興 A M	99/8/20	226億円	856億円
グリーンファンド	安田火災 G 投信	99/9/30	186億円	401億円
エコファンド	興銀第一 L A	99/10/22	241億円	224億円
エコ博士	U B S 投信顧問	99/10/29	80億円	107億円

資料：鈴木 2000 ほか

## 金融排除を超えて—金融機関と倫理

が相次いだ。2000年に入ると他社のエコファンドの純資産残高がは株価の下落もあり縮小が目立つが、日興エコファンドの残高はなお健闘し2000年4月末に1399億円を記録している (AE00/5/20)。

エコファンドのブームが続くかどうかは疑問もあるが、エコファンドの販売により、投資家の側にこのような社会性に配慮した投資へのニーズがあることが郵便貯金の国際ボランティア貯金の場合と同様に確認されたことにむしろ大きな意義がある。つまり顧客のニーズは隠れていただけで、顧客はこうした商品の提供を望んでいたということである。これらの「成功例」に共通するのは、資金の出し手がどれだけ拠出するか判断するという顧客主体型とも言うべき透明性だろうか。社会的使命を明確にしていな金融機関が行う社会貢献型金融商品については、このような透明性が望ましいように考えられる。

これに対して金融機関のなかにその使命そのものを社会貢献に置くものも登場している。その例として、投資家が主体になって、社会性を追求する仕組みである会員制ノンバンクについて紹介する。知られている事例は2例ある。

まず1994年4月に江戸川区の市民グループが設立したのが「未来バンク」。2000年4月末現在の組合員数約270名、出資金額8,900万円、融資累計額2億4,000万円、融資残高5,700万円となっている。98年7月末までは融資件数は54件、融資総額は1億2,000万円であったから順調に成長していることが伺える。融資対象は太陽光発電の設備費などのつなぎ融資が主体。出資は1万円以上からとなっている (AE98/5/23, NE98/8/17)。未来バンクのホームページによると出資者を順調に拡大している (表11)。

さらに1998年8月に神奈川県に貸金業者として登録したのはWCB。出資者は神奈川県内のワーカーズ・コレクティブやその会員など当初400人弱。出資金額は4,000万円。99年1月末には500人強。5,300万円。発足時の報道では県内で保育、福祉、リサイクルなど地域サービス型の事業を手

金融排除を超えて—金融機関と倫理

表11 未来バンクの推移 (単位 人 万円 概数)

	組合員数	出資金額
1995/4/29	100	2,000
1996/5/18	150	3,000
1997/5/24	200	4,600
1998/5/23	220	6,200
1999/5/22	240	7,500
2000/5/28	270	8,900

資料：未来バンクのホームページ。

がける会員に融資の予定とのことであった (NE98/8/17, NE99/2/9)。

この二つの会員制ノンバンクは、いずれも現在の規模では専従の person 費を出せるには遠いし、社会全体から見れば小さな存在だが、出資者の意向に沿った資金運用を行うというコンセプトは新鮮である (N98/11/19)。すでに使った用語によると、これらの「金融機関」はその設立目的にあたる使命そのものが、出資者の意向に沿った社会貢献になっており、投融資先の限定がその使命と矛盾しないことは明らかである。

おわりに——イスラーム式銀行とエコマネーの意義——

一般に金融機関には資金を仲介するという社会的機能がある。資金の最終的出し手である預金者や出資者は、通常は資金の受け手に誰を選ぶかは金融機関の選択に任している。その選択には価値観 (どのようなことを優先させるか) は入っていないと私たちは思っている。しかし実態はそうでもない。誰もが納得する例として反社会的、反道徳的と考えられている分野には表立って資金を貸さないという問題がある。たとえば暴力団や風俗営業業者に表立って資金を貸さないということがある。

しかしこのほかの分野については現在の日本の金融機関では判断基準が不明確だという大きな壁がある。金融機関は自らの使命 (mission) として、社会規範に従うことを明確化し、社会に向けて掲げて見せることでこの壁

を乗り越える必要がある。たとえば倫理綱領 (code of behavior) を制定し、判断基準を明確にし (あるいは判断する手続きを明確にし)、それに従った経営を行うことが必要だ。そのような使命や判断基準の明確化がないまま、社会貢献型金融商品の販売に取り組んでも、従業員も顧客も、経営者の単なる思い付きか、気まぐれとしか理解できないだろう。そして肝腎の取り組みそのものも継続性がなく立ち消えになるだろう。

金融と倫理の問題をめぐるイスラーム式銀行とエコマネーの運動も注目されるが、これらはその使命、価値観が明確化されている点が、特徴となっている。この点は会員制ノンバンクとも似ている。

イスラーム式銀行というのは、イスラーム教の戒律 (シャリーア Sharia) に従った運用を行う金融機関を作るという動きなのだがそこにはイスラーム教徒である預金者の意向に沿った金融機関を作って、イスラーム教徒の自宅に眠っている資金を社会開発に役立てるというイスラーム社会の問題もある。しかしそれは同時に預金者の持っている宗教観 (倫理観) に合わせた金融機関を作る問題でもあって、それを実現するということには、すでに述べてきた社会的責任投資に通ずる顧客の参加という問題を含んでいる。とくに注目されるのは各金融機関にはイスラーム法学者によって構成されるシャリーア・コミッティー (パネル) があり、各取引のシャリーアとの適合性を確認していることである (cf. 木下 2000, 榎本 2000 ほか)。このような第三者あるいは専門家による判断の仕組みは、倫理問題で客観性を保つ仕掛けとして参考になる。

なおイスラーム式銀行について今少し見ておきたい。イスラーム教の世界では金利 (リバー riba) を取ることがイスラームの戒律に反するとされる。「借入者が事業の成功にかかわらず一方的に損失のリスクを負うのに対し、貸主は何ら損失のリスクを負わずに、あらかじめ確定した利息を受け取ることがイスラームの公正に反する」(桑原 1998b) という。確定利子の支払いは許されない (木下 2000)。つまりイスラーム式銀行では預金に

利息は払われない。しかしあらかじめ提示した収益分配 dividend を行う貯蓄預金はある。また銀行を介して出資が行われている。銀行による企業への短期貸付は、目的物を銀行が一度買い取り、その後、あらかじめ約定した期間と条件で顧客が銀行から買い戻す形を取る。銀行による企業への投融資は、事業への資金の拠出の形を取り、得られた利益を事前の合意にしたがって分配する。損失は出資したものが負担する。豚肉や酒が禁忌であるので、豚肉や酒を扱う企業には投融資しない。なおシャリーアの解釈は国によって違いがある (N01/1/10, N01/1/14, N01/2/1)。

ところで厳格なイスラーム式の銀行とは何か。以下のように指摘されている ([//cwis.usc.edu/dept/MSA/economics/nbank1.html](http://cwis.usc.edu/dept/MSA/economics/nbank1.html))。

- a) 元金を超える金額の支払いを事前に約束した貸付は禁じられる。
- b) 事業投資に出資者として加わり利潤とリスクを負担することは奨励される。預金者も含め事業資金供給の利潤とリスクを負担するべきである。
- c) 貨幣は交換手段であり、リスクを負担しない貸付にはいかなる収益請求権もない。貨幣はビジネスに投資されて資本になる。
- d) 投機取引は禁止される。オプション、先物、先渡しなどは認められない。
- e) イスラームに反する事業は禁じられる。アルコールの販売やカジノ建設への資金供給や他の銀行への利付き貸付は行うことはできない。

金融派生商品をイスラーム法に適合としかどうかは近年意見が分かれている。適合するとの解釈もある (cf. 田中 1997, 木下 2000)。このようなイスラーム式銀行の設立が1970年代以降、積極的に進められてきたのは、宗教的戒律に反していると思われる商業銀行との接触を拒むイスラーム教徒 (ムスリム) に経済的發展を確保するためだった (cf. 田中 1997)。そしてお金がどのように使われるかについて預金者の意向を配慮した銀行であるイスラーム銀行は、古いようでいて、しかし預金者の意向=倫理観に沿っ

た資金運用を心がける枠組みであることが、すでに述べた社会的責任投資と似ていて新しい。

ところでイスラーム式銀行とともに、日本国内で最近注目を集めているものに地域通貨の運動がある。通貨もそれ自体は価値観を含まないものに見える。しかし地域の振興のため、地域内だけで流通し、利子を生まない地域通貨構想には、通常の貨幣では地域は衰微するという考え、あるいは人と人との対話を妨げるという考え、価値観が反映している。

この地域通貨の一種に近年、日本で展開されているエコマネーがある。これはある地域内の特定分野に流通するお金であり、住民はサービスを提供することでこのお金を受け取り、またこのお金を支払ってサービスを楽しむことができる。住民同士の交流にも地域の活性化にも役立つという。さらにサービスの対象を介護・福祉・環境のように限定することで共通の価値観＝倫理観をもつ者でネットワーク（コミュニティ）を作る意味もある。エコマネー提案者の加藤雅春氏によれば、エコマネーはエココミュニティ ecommunity（造語）を構成する経済 economy・自然 ecology・コミュニティ community に関する活動を媒介するものだという。

エコマネーは1999年以降、日本各地で実験が行われ、2000年初頭現在で国内では30ヶ所以上で発行されている（//www.ecomoney.net）。たとえば滋賀県草津市で1999年6月に導入された地域通貨「おうみ」の事例は有名である（N01/2/4）。なお世界全体では地域通貨は2000ヶ所以上で発行されており（N00/1/8, NE00/1/28, N00/8/24, N00/10/25）、とくにカナダの LETS（local exchange trading system：地域交換取引制度）はしばしば紹介されている（AE99/2/3, N99/11/28）。しかし地域通貨の流通は相互に信頼が成り立つ狭い範囲にとどまる。また、住民同士の付き合いが希薄で匿名性を互いに好む大都市の住民に地域通貨はわずらわしく、その普及には限界があるだろう。

イスラーム式銀行やエコマネーが示すのは、貨幣にせよ金融機関にせよ、それらの各類型は一つの価値観を示しており、顧客がそれを使うことは顧

客の価値観の問題と無関係ではないという、我々が日頃意識していない問題である。消費者である我々がどのような金融システムを支持するかは我々自身の道徳観の問題でもあるのだ。

この論考の主な論点を最後にまとめておきたい。まず一般の企業同様に金融機関の倫理の取扱いは、利益を寄付するところから社会性のある商品・サービスの提供、さらに経営の使命への社会性（倫理性）の取り込みという流れにある。社会性のある商品・サービスは、金融機関主体型と顧客主体型とに区分できるが、近年は顧客主体型が目ざされている。顧客主体型商品の増加は、金融機関の使命についての私たちと金融機関双方の迷いを反映している。金融機関が、金融排除を起こさないように行動することは、功利主義的にもリスク管理面からも要請されるが、しかし功利主義的行動には限界があるので功利主義から金融機関の倫理的対処を導くことは限界がある。だとすれば、金融機関は社会性（倫理性）を経営の使命として高く掲げることで、金融排除を起こさないような企業体質を作っていくべきではないか。

#### 参 考 文 献

- Aggarwal (2000), Rajesh K., and Tarik Yousef, "Islamic Banks and Investment Financing", *Journal of Money, Credit, and Banking*, 32-1, Feb. 2000, pp. 93-120.
- Boatright (1999), John R., *Ethics in Finance*, Blackwell Publishers, 1999.
- (2000), "Conflicts of Interest in Financial Services", *Business and Society Review*, 105-2, Summer 2000, pp. 201-219.
- Davenport (2000), Kim, "Corporate Citizenship: A Stakeholder Approach for Defining Corporate Social Performance and Identifying Measures for Assessing it", *Business & Society*, 39-2, June 2000, pp. 210-219.
- Dobson (1993), John, "The Role of Ethics in Finance", *Financial Analysts Journal*, 49-6, Nov.-Dec. 1993, pp. 57-61.
- (1997), "Ethics in Finance II", *Financial Analysts Journal*, 53-1, Jan.-Feb. 1997, pp. 15-25.

- Glickman (1996), Marshall, “Investing Your Money with a Conscience”, *Consumers Research*, June 1996, pp. 18-21.
- Harrington (1992), John C., *Investing with Your Conscience*, John Wiley & Sons, Inc., 1992.
- Hutton (1998), R. Bruce, Louis D’Antonio, and Tommi Johnsen, “Social Responsible Investing”, *Business and Society*, 37-3, Sept. 1998, pp. 281-305.
- Sauer (1997), David A., “The Impact of Social-Responsibility Screens on Investment Performance”, *Review of Financial Economics*, 6-2, 1997, pp. 137-149.
- Sparkes (1995), Russell, *The Ethical Investor*, Harper-Collins Publishers, 1995.
- Taub (1988), Richard P., *Community Capitalism*, Harvard Business School Press, 1988.
- Wilson (1995), James Q., “Capitalism and morality”, *Public Interest*, 121, Fall 1995, pp. 42-60.

#### 日本語文献

- 青山監査法人『新しい経営監査』東洋経済新報社, Oct. 1998.
- 朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度2000』PHP 研究所, April 2000.
- 安達英一郎「拡大する環境と金融の接点—エコファンドの未来—」『資源環境対策』36-4, April 2000, pp. 33-37.
- 井熊均「環境管理と企業評価に直結」『日経ビジネス』Oct. 23, 2000, pp. 51-54.
- 上野光世「エコマネーがやってきた」『月刊消費者』May 2000, pp. 50-51.
- 榎本直樹「イスラム金融@マレイシア」『ファイナンス』36-1, Oct. 2000, pp. 28-33.
- 岡本大輔「企業目的としての社会性」『組織科学』28-1, Sept. 1994, pp. 59-73.
- 小澤隆「米国スーパーファンド法」『外国の立法』204, Dec. 1999, pp. 99-112.
- 小塩隆士「市場機能が徹底する時代」NE01/2/26.
- 海尾守「福祉定期預金の取扱実務」金融図書コンサルタント社, Aug. 1999.
- 榎田秀樹「エンデの遺言『地域通貨』は機能するか」『現代』35-1, Jan. 2001, pp. 50-61.
- 片倉ともこ『イスラームの世界』岩波書店, Jan. 1991.
- 加藤三郎編著『かしこいリサイクル Q&A』岩波書店, Mar. 2001.
- 加藤敏春「社会福祉と地域と経済—エコマネーの視点から」『月刊福祉』00/1, pp. 36-41.
- 「地域再生担うエコマネー」NE00/10/25.

## 金融排除を超えて—金融機関と倫理

- 加藤佳美「コミュニティマネーを用いた地域の活性化」『さくら銀行経済情報』  
Mar. 2000, p. 21.
- 金田信一郎「雪印 地に堕ちたブランドは蘇るか」『日経ビジネス』Nov. 27,  
2000, pp. 56-60.
- 川村淳一「注目浴びる社会的責任投資」『大和投資資料』April 2000, pp. 23-55.
- 川村雅彦「企業の環境格付け」『ニッセイ基礎研究所報』14, June 2000, pp. 32-69.
- 関西経済連合会 企業と社会委員会（座長谷本寛治）『企業と社会の新たな関わり方』Mar. 2001.
- 木下宇一郎「急成長する新金融手法—伝統にもとづきさらに拡大・深化するイスラム金融について」『海外投融資』9-1, Jan. 2000, pp. 34-37.
- 楠本くに代『金融機関の貸手責任と消費者保護』東洋経済新報社, Feb. 1995.
- 『金融機関のレンダーライアビリティ』東洋経済新報社, July 1997.
- 桑原尚子 [1998a]「金融制度へのイスラム法の導入」『アジア経済』39-5, May 1998, pp. 59-77.
- [1998b]「東南アジアのイスラム銀行」『アジア研ワールド・トレンド』38, Sept. 1998, pp. 12-15.
- ポール・M・ケネディ「利益と倫理は相反せず」N01/3/18.
- 斉藤栄子「銀行と環境問題」『リージョナル・バンキング』April 2000, pp. 26-31.
- 「金融機関の企業評価における環境評価の組み込み」『季刊環境研究』118, Aug. 2000, pp. 24-28.
- 「企業評価と環境経営」『NQI Report』14, Sept. 2000, pp. 7-10.
- 斉藤慎『企業評価の新しいモノサシ』生産性出版, Oct. 2000.
- 産経新聞取材班『ブランドはなぜ落ちたか 雪印, そごう, 三菱自動車 事件の深層』角川書店, Jan. 2001.
- 塩澤修平「日本における NPO の経済的規模」『経セミ』317, Mar. 1998, pp. 24-27.
- 柴田武男「銀行の公共性」水口剛他『ソーシャル・インベストメントとは何か』日本経済評論社, June 1998, pp. 187-192.
- 「社会的責任投資の内外の動向」『資源環境対策』36-8, July 2000, pp. 775-778.
- 鈴木健「環境と企業信用の結合とエコファンドの推進策」『季刊環境研究』118, Aug. 2000, pp. 35-40.
- 高巖「企業における倫理と効率」『組織科学』30-2, Dec. 1996, pp. 50-58.
- 田中浩一郎「イスラム金融の現状と課題」『NIRA 政策研究』10-11, Nov. 1997, pp. 12-15.

- 田中敬文「NPO とは何だろう」『経セミ』530, Mar. 1999, pp. 82-86.
- 田中高輝『ボランティアの時代 NPO が社会を変える』岩波書店, July 1998.
- 田中高輝・足立清史『高齢者 NPO が社会を変える』岩波書店, Nov. 2000.
- 田村聡悟「墮ちたブランド『雪印』評価されない再建策」『エコノミスト』Nov. 27, 2000, pp. 76-77.
- 谷本寛治「NPO と企業の境界を越えて」『組織科学』33-4, June 2000, pp. 19-31.
- 千葉浩一郎「環境面からみた企業評価と経営」『興銀調査』296, 2000, pp. 2-128.
- 筑紫みずえ「環境への配慮が企業を変える」『日本経済研究センター会報』Mar. 15, 2001, pp. 22-25.
- P. ドラッカー著 上田惇生・田代正美訳『非営利組織の経営』ダイヤモンド社, July 1991. Peter F. Drucker, *Managing the Non-Profit Organization*, Harper Collins Publishers, 1990.
- P. ドラッカー著 田中弥生訳『非営利組織の「自己評価手法」』ダイヤモンド社, Oct. 1995. Peter F. Drucker, *The Drucker Foundation Self-assessment Tool for Nonprofit Organizations*, Jossey-Bass Inc. Publishers, 1993.
- 西頭恒明「顕在化する土壌・地下水汚染」『日経ビジネス』Oct. 23, 2000, pp. 48-50.
- 西部忠「カナダにみる『地域通貨』制度の可能性」A99/2/23.
- 「貨幣の未来, 信頼を基礎に」N00/8/24.
- 西村実 [2000a]「環境配慮度で企業が格付けされる」『月刊地球環境』31, June 2000, pp. 38-43.
- [2000b]「環境格付けが企業経営に及ぼす影響」『季刊環境研究』114, Aug. 2000, pp. 29-34.
- 萩原一平「発生抑制がリスク回避に最も効果的」『月刊地球環境』31, June 2000, pp. 72-75.
- 福田俊之「三菱自動車を崩壊の淵へ追い込んだ中村元会長」『エコノミスト』Nov. 27, 2000, pp. 78-80.
- 福光寛「銀行の社会貢献」『立命館経済学』43-4, Oct. 1994, pp. 1-15.
- 「変貌するコーポレート・ガバナンス」『成城大学経済研究』147, Dec. 1999, pp. 65-119.
- 松野弘「現代企業の社会性」『企業診断』44-8, Aug. 1997, pp. 64-71; 44-9, Sept. 1997, pp. 82-93.
- 水口剛「エコファン드는環境を守るか」『月刊消費者』Dec. 1999, p. 66.
- 森野栄一他「座談会 人が回る, モノが回る」『週刊金曜日』2001/2/23, pp. 10-13.

金融排除を超えて—金融機関と倫理

- 森本三男『経営学』日本放送協会, Sept. 1995.
- 安田知代「助け合いを育む地域通貨」『たしかな目』Dec. 2000, pp. 20-23.
- 安田直人「何もできなかったブリジストン首脳陣の失敗の本質」『エコノミスト』  
Nov. 27, 2000, pp. 72-75.
- 山口敦雄「『環境』も投資尺度の時代がやってきた」『エコノミスト』Mar. 21,  
2000, pp. 25-26.
- 山根浩二「環境を睨んだ企業活動」『郵政研究所月報』135, Dec. 1999, pp. 4-26.
- 山内直人「転換期のアメリカ NPO」『ESP』317, Sept. 1998, pp. 40-43.
- 「NPO の財政基盤を強化するには」『経セミ』530, Mar. 1999, pp. 87-90.
- 山本勇「汚染の発見と浄化は早ければ早いほど損失が少ない」『月刊地球環境』  
32, April 2001, pp. 88-90.
- 吉田「米国における土壌汚染と金融機関の責任」『金融』Mar. 1993, pp. 13-17.

著者連絡先 e-mail: fukumitu@seijo.ac.jp