

# 資本主義の未来を拓く人間主義の可能性に関する一考察

安 田 賢 憲

## 1. 問題意識と分析視角

レスター・サローは、その著書『資本主義の未来』（1996年）の中で、資本主義の一面について以下のように語っている<sup>1</sup>。

「産業革命が起こり、物質的な生活水準を上げることが成功と考えられるようになってから、世界のどこを見渡しても、資本主義以外の経済体制は結局どれもうまくいかなかった。もはやそれ以外の原理で経済を発展させる方法は、誰も思いつかない。経済を支配するのは市場であり、市場だけである。この点を疑う人はいない。資本主義だけが、人間の個性を生かし、卑しいものとされる貪欲や私利追及をうまく利用して、生活水準を上げることができる。すべての人の欲求や願望を満たそうとすれば（他人にはそれがつまらないものに思えても）、どんなシステムでも、それを半分すら満たすことはできない。19世紀と20世紀に資本主義に対抗したファシズム、社会主義、共産主義はことごとく消え去った。」

一方で、先進国における経済成長率の鈍化、金融市場の不安定化、実質賃金の減少などの現実を踏まえ、サローは以下のように問う。

「そうなったのは、資本主義の中の何かが変わったからだ。資本主義が生き延びるとすれば、こうした受け入れがたい結果を修正するために、何かを変えなければならない。しかし、その「何か」とは何か。「何を」「どのように」変えればいいのか。」

このサローの問いについて、人間主義（Humanism）の観点から考察してみたい。但し、ここでいう人間主義とは、西洋哲学を基調とする人間主義や経営学<sup>2</sup>やマイクロ組織論<sup>3</sup>などで論じられている人間主義ではなく、創立者の人間主義である。

1 レスター・C・サロー著、山岡洋一・仁平和夫訳（1996年）『資本主義の未来』TBSブリタニカ。

2 野中郁次郎、竹内弘高（1996年）『知識創造企業』東洋経済新報社。

3 山中馨（2004年）「人間主義経営論の試み」『創価経営論集』第28巻、115-127頁。

とはいえ、創立者の人間主義の定義や特徴が定式化されているわけではない<sup>4</sup>。そこで本稿では、創立者のこれまでの論考<sup>5</sup>と山中（2016年）が主張する創立者の人間主義に関する3つの特徴：①「生命尊厳」の思想、②「全体人間」を理想とする人格の陶冶、③「自他共の幸せ」を目指す実践哲学<sup>6</sup>、を手掛かりに定義することを試みたい。本稿では、創立者の人間主義を、「東洋哲学を基調とするもので「生命尊厳（the Dignity of Life）」を第一とし、人間の主体的な可能性を信じ抜くことで、人間の内面的な束縛である欲望を克服する、理性をリードすべき深い智慧を開発する、また他者に寄り添い、敬意を払い、自他共の幸福を追求（the pursuit of happiness for both self and others）する、などの包括的価値観であり、実践哲学」と定義し、その立場からサローの問いを考察する。そして、そのプロセスを通じて、人間主義経営の方途を探ってみたい。

## 2. 資本主義の本質とその課題

ビジネスの基本は、消費者が欲しい時に、欲しいものを、欲しいタイミングで、合理的な価格で提供し、その対価を得ることである。そのために、企業はさまざまな創意工夫を重ね、事業活動を行う。

こうした企業が依って立つ基盤が、資本主義市場経済システムである。資本主義とは個人の利己心に基づき「資本家の自由な商品生産とその販売によって利潤を追求しようという体制」であり、なんらかの生産手段を資本として私有する資本家が、自己の労働力以外に売るものを持たない労働者から労働力を商品として購入し、それを上回る価値を持つ商品を生産して利潤を得る経済構造である。一方、市場経済とは、「財やサービスの売買が行われる場所（市場）で自由に取引が行われる経済」と定義される。

この資本主義システムの本質は、わかりやすく一言でいえば、「Show Window」と解釈することができよう。Show Windowは、目にした消費者の注意や関心を惹き、消費意欲を大いに刺激

4 創立者は言葉を定義することは、言語によってその内容を「固定化」「限定化」し、そのことで対立概念を排除してしまう、あるいは形骸化してしまう、などといった事態を招く危険性があるため、仏法に基づく自らの主張に関しては定型化することに重きを置かず、時代と状況の実質把握の方に重きを置く、との立場をとっている。そのため、本稿では一応、便宜的に人間主義について定義しているが、そのことで却って概念を矮小化、軽量化させている、と認識している。

なお、言葉の定型化に関する創立者の見解については、以下を参照されたい。池田大作「2002年 SGI 提言」聖教新聞 2002年1月26日、ならびに池田大作「2011年 SGI 提言」聖教新聞 2011年1月26日。

5 創立者の人間主義の定義にあたっては、主に以下の4冊の対談集をベースとした。①池田大作、アーノルド・トインビー（1975年）『二十一世紀への対話』文芸春秋。②池田大作、J・デルボラフ（1989年）『二十一世紀への人間と哲学－新しい人間像を求めて』河出書房新社。西洋哲学と東洋哲学の人間主義の違いについてはこの書籍の3章を参照のこと。③池田大作、A・アタイア（1995年）『二十一世紀の人権を語る』潮出版社。この書籍の3章では東洋哲学における人間主義に詳しい。④池田大作、J.K. ガルブレイス『人間主義の大世紀を：わが人生を飾れ』潮出版社。

6 山中馨（2016年）「CSR、CSV、SDGsにみる人間主義経営の真像」『創価経営論集』第40巻、1-18頁。

し、最終的に購買に結びつけることを目指して作られる一つの広告宣伝、販売促進のツールである。その眼目は、自らが提供する財やサービスをいかに「欲しい」と思わせられるか、である。欲しいと思わせ、購入してくれる人が多ければ多いほど利潤を獲得することができる。このメカニズムはまさに資本主義の本質といえる。つまり、資本主義の本質とは、誤解を恐れずに言えば、Show Windowのように人の欲望を喚起する「欲望増幅システム」といえよう。

さて、この資本主義が行き過ぎるとどうなるか。マックス・ウェーバーは、「精神のない専門人」や「心情のない享楽人」<sup>7</sup>が、また、フランシス・フクヤマは、「『欲望』と『理性』だけでつくられていて『気概（人間としてふさわしい尊厳や道德上の高潔さを切望する心、哲学）』に欠けた人間、長期的な私利私欲の打算を通じてくだらない要求を次々に満たすことにかけては目鼻の利く人間」がどんどん増加していこう<sup>8</sup>、と警鐘を鳴らす。

このような人間観を現代に照らして例えれば、自身の立身出世のために他人を利用し、蹴落とすことに躊躇のない人、自分のことを棚に上げて絶えず社会が悪い、組織が悪いと原因を外に求めてしまう人、法律に触れさえしなければ何をしても良いといった良識の低い人、他人の失敗を必要以上に弾劾し、他者の痛みに寄り添えない人、などが挙げられよう。

このような人が増加する背景として、創立者は「市場原理は規範化されてしまい、「市場に委ねれば万事うまくいく」という誤った幻想が拝金主義を許容・増長し、勝者が敗者の不幸の上に自らの幸福を築くことを正当化する風潮がはびこる社会を生み出してしまっている。<sup>9</sup>」と警句している。

このような拝金主義に違和感を持たない、自分の幸せのみが大切という人々が増加する傾向は、資本主義というシステムが総じて人間性を脆弱化させしめる証左の一つといえよう。その意味で、サローが警鐘を鳴らすように、資本主義の延命を図るべく、「人間性の脆弱化の是正」、あるいは「人間性の回復」を目指して人間主義の観点から是正・修正されるべきといえる。

### 3. 人間性の脆弱化を是正するための視点

創立者は、人間主義を基調とした社会の実現を目指し、さまざまな機会を用いてさまざまな地球的問題群に対する提言活動を行っている。その代表的な提言活動の一つにSGI提言がある。これは毎年1月26日に発表されるもので、2016年で41回を数える。その中で、創立者はさまざまな課題に対する提言をしているが、本稿では、資本主義が抱える課題である人間性の脆弱化という課題を人間主義という視点から改善するために論じられた論考のうち、3つの論点について考察してみたい。

7 マックス・ウェーバー著、中山元訳（2010年）『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』日経BP社。

8 フランシス・フクヤマ著、渡部昇一訳（1992年）『歴史の終わり（上）』三笠書房。

9 池田大作「2009年SGI提言」聖教新聞2009年1月26日。

### (1) 人道的競争：「人道」を基盤とした市場競争を志向する

2009年のSGI提言で創立者は、リーマンショックについて触れられ、「百年に一度の規模」と称される金融危機、経済危機が多くのことから仕事と財産を奪い、多くの人の行き場のない怒りや不満、不安を生み出したことに強い懸念を示された。そして、この危機の本質的な病根が社会に蔓延する「マモニズム（拝金主義）」という時流にあると喝破された。その上で、この時流は市場原理に基づく経済のグローバリゼーションが進展する過程で増幅され、世界中に拡散されたと指摘した。

一般に市場というメカニズムは競争原理が働くため、「より優れた価値を創造しよう」、「より高い効率を目指そう」といった意欲や創意工夫を引き出す。それゆえ、上手く使いこなせば社会により多くの豊かさをもたらす。一方で、市場競争は勝者と敗者という格差を生み、その差を拡大せざるリスクを孕んでおり、その功罪を吟味した上で、管理しながら使う必要がある。このリスクを是正し、健全な経済成長と社会厚生とのバランスを図るのが政治であり、その役割は少なくない。しかし、それが十分に機能せず、逆に、近年、前述したように手段たる市場原理が規範化されてしまい、そのことが拝金主義を許容・増長し、リーマンショックを引き起こしたといえる。

創立者はこの現状を打開し、健全な経済成長と社会厚生の両立を図るために、今こそ牧口常三郎が提唱した「人道」を基盤とした市場競争、人道的競争（Humanitarian Competition）を志向すべきであると強く主張する。牧口は人道的競争を「要は其の目的を利己主義にのみ置かずして、自己と共に他の生活をも保護し、増進せしめんとするにあり。反言（はんげん）すれば他の為に、他を益しつつ自己も益する方法<sup>10</sup>」と定義し、「生存競争は軍事的競争、政治的競争、経済的競争をへて、これからは人道的競争を目指すべきだ」と主張している。

この「自分にも他人にも世間にもプラスになる競争を目指すべきだ」との主張は110年以上前のものであるが、昨今話題となっている、社会的価値と経済的価値の同時追求を目指すCSV（Creating Shared Value）の考え方、BOP（Base of Pyramid）市場を対象としたソーシャル・ビジネス、さらには近江商人の「三方よし<sup>11</sup>」などの概念と軌を一にしており、その先見性は高く評価されるべきであろう。

近年、社会的価値と経済的価値の両方を同時追求する企業は徐々に増加している。今後、こうした企業を増加させるためにも、この「人道」を基盤とした競争を志向するとの考え方を浸透・普及させていくことは極めて重要といえよう。そして、その普及にあたり、われわれ創大生が果

10 牧口常三郎（1903年）『人生地理学』『牧口常三郎全集第2巻』所収、第三文明社。

11 三方よしとは、近江商人のビジネスに関する考え方で、当事者の売り手と買い手だけでなく、その取引が社会全体の幸福につながるものでなければならないという価値観をいう。この他、近江商人の価値観として以下のような価値観：陰徳善事（自己顕示や見返りを期待せず、人のために尽くしなさい）、売って悔やむ（顧客の望む時に売り惜しみせず販売し、後にあんな低価格で売ったのは惜しかったと後悔するような取引をせよ）、などがある。

たすべき役割は大きいと考える。

## （2）「深きに就く心」を以って善の価値を掘り起こす

2010年のSGI提言で創立者は<sup>12</sup>、マモニズムという時流は、金銭や利益を手にする経済的能力を至上視する価値観が主たる価値基準となる世相を形成する一方で、それ以外の価値観を希薄化あるいは消失させる。その結果、それが人々の欲望の無限拡大、無限解放を容認し、経済や科学技術の暴走を招く温床になっていると指摘した。そして、「価値観を欠く科学技術というものは、コントロールが効かず、人間社会を根底から脅かす凶器と化しかねない」と危惧し、こうしたリスクを回避するために、シモーヌ・ヴェーユの言葉を引用して、とくに善（good）に関係する価値観、例えば徳、高貴さ、名誉、誠実さ、寛大さといった概念を掘り起こし、甦らせていくことが重要である、と主張した。

そして、善の価値を掘り起こしていくために、一人一人が「深きに就く心（the spirit seeking the depths）」、「強る心（striving to strengthen）」を持ち、人間性を練磨する不断の精神闘争を行っていくべき、と強調した。

ペシミズム（悲観主義）やニヒリズム（虚無主義）が蔓延し、閉塞感が漂う厳しい現実の中で、善の価値を掘り起こしていくには大きな困難が伴う。しかし、「あえて苦難に挑戦しながら、不断の精神闘争の溶鉱炉の中で、徹底して己を鍛え上げていく中でしか人間性の回復の道は開かれない」とし、まずは自身がその一人となり、そして、その連帯を築く運動を展開していくことが時代の要請であるとした。

所詮、物質的豊かさは外在的なものでしかない。大切なのは、内在的な豊かさ、心の強さである。ともすれば「易き」に流れがちな人間の弱さを常に戒め、理想を追い、自己を鍛え、向上させ続けることが、前述した人道的競争の推進者たりうる道であるといえよう。

1972年に『成長の限界』という「人類危機」のレポート著したローマクラブは、末尾にこう記している。

「人間は変革しようと欲する世界を探求すると同時に、人間自身—その目標と価値—について探求しなければならないということを述べておきたい。これら二つの課題へ献身することは、果てしないものであるに違いない。問題の核心は、人類が生き残れるかどうかにとどまらず、無価値な存在に墮することなしに生き抜くことができるかどうかということである<sup>13</sup>。」

先にも述べたように、昨今、CSRやCSVという考え方が定着しつつあり、多くの企業がさまざまな試験的な取り組みを行っている。その際に必要なのは、「進歩を促す非常識な人<sup>14</sup>」を増やす

12 池田大作「2010年SGI提言」聖教新聞2010年1月26日。

13 D・H・メドウズ他，大来佐武郎監訳（1972年）『成長の限界』ダイヤモンド社。

14 ジョン・エルキントン、パメラ・ハーティガン「資本主義の創造的破壊—社会的企業は何をもたらすのか」五井財団本編『これからの資本主義はどう変わるのか』英治出版。

ことであり、物質的豊かさを追求する社会環境下にあつて、そういった現実には振り回されることなくあえて苦難に挑戦する一人一人を目指していくという気概をもつことが極めて重要といえる。

### (3) 公正の精神に基づき「経済の再人間化」を目指す

2015年のSGI提言で創立者は<sup>15</sup>、貧困や飢餓などに直面する人々の状況の改善を目指してきた国連の「ミレニアム開発目標 (Millennium Development Goals: MDGs)」に続く、新たな枠組み「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs)」に賛意を表した上で、「政治と経済の再人間化」の回路を社会にビルトインする挑戦が必要と指摘した。

ここでいう「政治と経済の再人間化 (Rehumanization of Politics and Economics)」とは、政治と経済が、現実社会で生きている一人一人の生命と尊厳と生活の「安心の依り所」となり、「生きる希望」を取り戻すための足場を築く役割を果たすことを意味する。

本稿では、経済活動の主体である企業に焦点を当て、「経済の再人間化」という視点から検討してみたい。

創立者は、政治と経済の主眼は絶えず「人々の苦しみを取り除くこと (alleviation of human suffering)」へ向け直されるべきであり、そのためには、米政治哲学者マーサ・ヌスバウムが指摘するように、「相互有利性 (mutual advantage)」を社会の唯一の基本原則であるかのように考える発想から脱却し、誰も排除しない「人間の尊厳」に基づく社会の再構築をすることが大切だと指摘した<sup>16</sup>。

相互有利性とは、互いの存在が利益を生むということであり、この概念の中には、いわゆる、強者と強者が手を結び、Win - Win 関係を構築することなども含まれる。競争戦略論の観点から言えば、ビジネスを有利に進めるために強者による Win - Win 関係を構築することは戦略上、妥当性の高い極めて有益な考え方である。しかしながら、この種の議論において、相互に関係を構築するパートナー以外の存在を考慮しないことは前提となっており、それ以外の観点から関係を見つめ直すといった視点は欠落している。今後、人道的競争を志向する、善の価値を掘り起こしていくといったことを念頭に考慮する時、この視点は、ビジネス上、忘れてはならない視点になると思われる。

また創立者は、1991年にフィリピン大学で行った「平和とビジネス」と題した講演の中で、企業が利潤極大化のみを目的とし、徒らに企業成長や資本蓄積を目指すのであれば、行き着く先は貧富の差の拡大などの社会不安の増大であり、ひどい場合は戦争の引き金にさえなりかねない。それゆえ、企業は人間の論理、すなわち、部分益に執着せず、全体益に立脚し、人々の暮らしに貢献することはもちろん、さらに平和構築に貢献することを意識し、目指すべきだ、と主張

15 池田大作「2015年SGI提言」聖教新聞2015年1月26日。

16 マーサ・C・ヌスバウム著、神島裕子訳(2012)『正義のフロンティア 障害者・外国人・動物という境界を越えて』法政大学出版局。

した<sup>17</sup>。つまり、自社の利益の最大化といった部分益ではなく、平和構築といったレベルでの全体益まで考慮していくことの必要性を強調した。そして、そのために、経営者は平等と正義という二つの価値観を包含する「公正（fairness）の精神」に基づき、「利益追求と社会正義」、「経済成長と環境保全」などといった矛盾する問題を昇華する判断、選択、行動を目指すべきと訴え、「事業を左右せよ、事業に左右されるな」と警句した。

類似の視点として忘れてはならないのは、ノーベル平和賞を受賞したムハマド・ユヌスのビジネス観であろう。彼はビジネスの在り方を2つに大別する。一つは、個人的利益を追求するビジネスで企業の所有者の利益を最大化することを目的とするものであり、もう一つは他者の利益に専念するビジネスで人間の利他心に基づき、他者の利益を稼ぐことを目的とするものである。そして、後者をソーシャル・ビジネスと定義する<sup>18</sup>。ソーシャル・ビジネスの定義については諸説あり、ここではその議論は割愛するが、重要なことは、経済活動の主体であると同時に、現実社会で生きる人々の生活の基盤であり、生きる足場たりうる企業において、「自社の利益」という視点から「他者の利益」というより広い視点を持つ必要性が主張されている点である。近年、こうした視点が徐々に認知され、今後、ますます重要になると考えられる。

再人間化とは、「弱者を切り捨てない」という意味合いを含む。このことは組織の効率性（efficiency）の観点からみれば不効率であり、マイナスの意味合いを持つ。それゆえ、再人間化を志向するには、それを補完するに足るほど組織の有効性（effectiveness）をより高め、これまで以上に知恵を働かせ、優れた価値を創造することが必須となる。そのためには、①模倣困難性が高く、希少性の高い価値を創造する仕組みを構築する、②コア・コンピタンスを徹底的に強化する、③企業の構成員からより質の高いコミットメントを引き出す、などが必要となろう。

再人間化への挑戦とは、これまで以上に難しい判断、選択、行動が求められる。その意味でその実現は極めて困難と言わざるを得ない。それゆえ、「努力によって、人は自分の持っている以上のものを自分の中から引き出し、自分自身を自分以上に高める」といった意志をもち、その努力を厭わない人材を数多く輩出することも必須となる。

#### 4. 最後に

資本主義の基本的発想は、市場を介した利潤追求である。その結果、人々は経済的自由と外在的豊かさを手に入れる一方、自然環境などの人類の公共財に対する悪影響や人間性の脆弱化という弊害を被ることになった。これら弊害のうち、人間性の脆弱化という課題はより深刻であり、その是正のための一試案として、本稿では、創立者の人間主義に基づく3つの論考に基づき、①人道的競争を志向する、②「深きに就く心」を以って善の価値を掘り起こす、③公正の精神に

17 池田大作「平和とビジネス」フィリピン大学記念講演 1991年4月21日。  
(<http://www2.sokanet.jp/download/koen/15.pdf>)

18 ムハマド・ユヌス著、岡田昌治監修（2010年）『ソーシャル・ビジネス革命』早川書房。

基づき経済の再人間化を目指す、ことに挑戦するべきだと指摘してきた。

資本主義の弊害を是正しようとする潮流が大きくなる兆しはさまざまところで起こっている。国連が新たに設けた開発目標である SDGs では、「あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符と打つ」、「全ての年齢の人々の健康生活を確保し、福祉を推進する」などの人間の尊厳が例外なく守られるべきとの方向性が打ち出されているが、これら目標はこうした潮流を太く深くする取り組みの一つといえよう。

一時の熱狂的なブームは去ったとはいえ、BOP ビジネスやソーシャル・ビジネスに関する注目度も少なくない。また CSR の取り組みは年々活発化しており、米国では 2016 年度に S&P500 社のうち 81% がサステナビリティ報告書を発行し、日本でも上場企業の多くが社会の公器として環境報告書、CSR 報告書などを発行するに至っており、今や企業は社会的責任を果たすべきだとの認識は十分に定着している。

しかしながら、トマ・ピケティ（2014 年）が『21 世紀の資本』の中で明らかにした「資本収益率は経済成長率を常に上回ってきた」という歴史的事実は、こうした潮流があるにせよ、今後も富の集中と貧富の格差の拡大を回避することはかなり困難であることを示唆する<sup>19</sup>。それゆえ、ピケティは「資本主義は適度に管理される必要がある」とし、富の集中と格差を是正するために累進課税の富裕税を導入することを提唱し、政治の役割に期待する。その意味で、資本主義の弊害を是正するために政治が果たす役割は依然として大きい。

とはいえ、マモニズムという大きな時流が経済的な能力を至上視する価値観を生み出し、それが頓挫すると途端にベシミズムやニヒリズムが生まれ、逆に、順調だと欲望の無限拡大を容認し、経済や科学技術の暴走を招きかねない人間性が脆弱化した現代にあって、「人間主義を時代精神（spirit of the age）<sup>20</sup>」とし、人間性を回復する挑戦は時代の試練であり、歴史の要請と言っているのではないか。

そして、その挑戦の舞台は経済活動の主たる担い手である企業の中にこそある、と主張したい。なぜなら、企業が変われば社会が変わるからである。もし企業の競争の在り方や利益に対する考え方が変われば、貧富の格差は縮小しうる可能性は高い。また、企業のあらゆる構成員が、自らの生活基盤であると同時に自己実現の場所でもある自らの職場において、職務を受動的、他律的、機械的に担うのではなく、主体者として全体観に立ち、深きに就く心をもって、能動的、自律的、創造的に担っていけるような状態を構築できることができれば、時代は大きく変わるに違いない。

そのために、いかにして人間主義を企業経営の現場で定着させるか。また、いかにして人間主義を時代精神とするか。これらに関する考察は別稿に譲りたい。ともあれ、この難事業に取り組むのは、人間教育の最高学府で学ぶ創大生の使命であることは間違いない。共々に研さん、挑戦をして参りたい。

19 トマ・ピケティ著、山形浩生他訳（2014 年）『21 世紀の資本』みすず書房。

20 池田大作「2008 年 SGI 提言」聖教新聞 2008 年 1 月 26 日。