INAF&早稲田大学東アジア国際関係研究所・共同国際シンポジウム

文化的再生産の萌芽―清朝後期の同仁堂にみる企業フィランソロピー

2022年10月22日

INAF理事、早稲田大学現代中国研究所招聘研究員
松本 理可子

「同仁堂」とは

1669年創業（今年で353年）の中国を代表する中医薬企業。
1723年に清朝宮廷御用達となる。
現在の中国北京同仁堂（集団）有限責任公司。

「フィランソロピー」とは

民間による社会貢献活動のこと。CSRとフィランソロピーの違いは、フィランソロピーが本業の余力をもって活動するのに対して、CSRは本業を通じて、社会的責任や信頼を得るものであり、陽徳（開示）、透明性を確保することが求められる（明致、2011: 2）。

「文化資本」とは

・ブルデューのいう文化資本

⇒主に3つに分類（身体化、客体化、制度化）

ブルデュー（Bourdieu, 1995）

⇒これらは価値を生み出す「資本」となりうる文化

⇒同仁堂における企業フィランソロピー

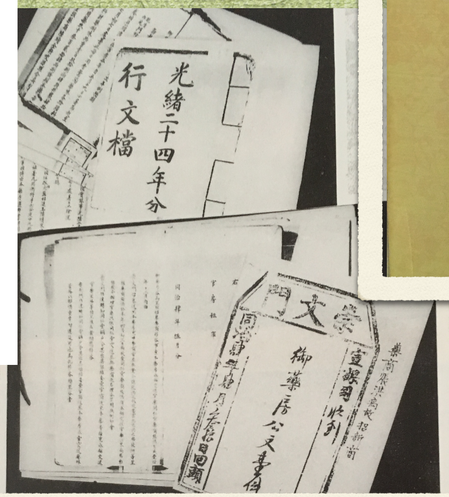
「文化の再生産」とは

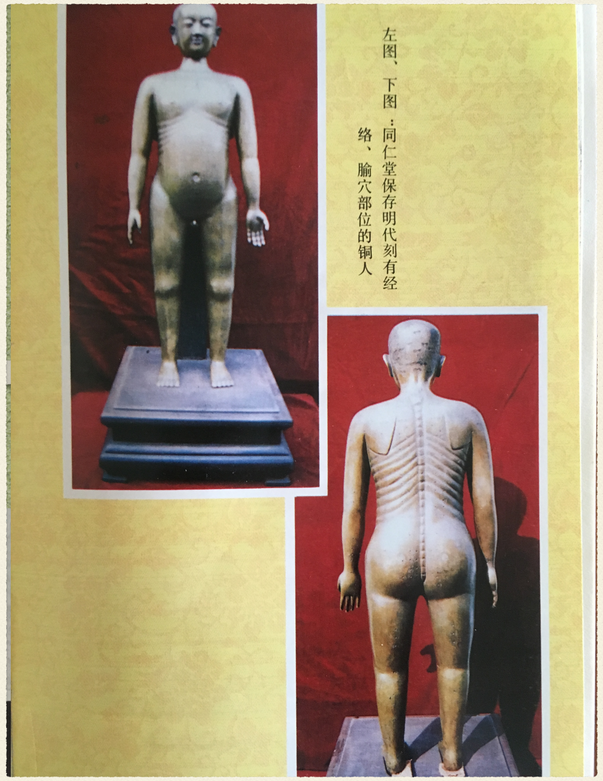
・文化資本の再生産を促すのは学校システム（教育システム）

ブルデュー、パスロン（Bourdieu & Passeron, 1991）

⇒対象を企業に援用

⇒企業においても文化的再生産が行われるのでは?





左图、下图：同仁堂保存明代刻有经络、腧穴部位的铜人

具体例

・全国から集まる科挙の受験生に無料で薬を提供

・冬には粥、夏には暑気払いを提供する場を設置

・学費不要の塾を開校

・北京城の掘割工事周辺に「同仁堂」の紅い文字入りの大きな灯籠を掲げ、受験生の宿近くで「楽」の字が書かれた灯籠を配布

・最新ドイツ製の給水車と消防用具を購入、付近で火事があると駆けつけて消火活動を実施

リサーチ・クエスチョン

清朝御用達の絶対的地位（①安定した経営、②中薬材選定での優先権、③政府に保証された薬価管理）に甘んじることなく、

⬇

「清朝期の同仁堂をフィランソロピーへと突き動かしたものは何か」

派生的な問い:

一般庶民の歓心を買う必要はあったのか? 北京といえば首都。この上、全国に知名度を上げる必要はあったのか?

先行研究ー中国のフィランソロピー

・フィランソロピーを「道徳資本」として収益力強化の手段と考えた廖（2009）
・「互いに利益がある」を核心とする「社会的交換理論」を取り上げ、企業がフィランソロピーに参画することこそが優位の競争資源とする畢、秦（2009）
・フィランソロピーを「政府の失敗」を補うものと捉える畢（2015）

⬇

いずれの研究も21世紀現在の企業を対象、明らかにフィランソロピーを企業へ確実に収益をもたらすものと定義

<u>定義が確立された現代と封建時代の企業を比較できない</u>

先行研究ー同仁堂

・清朝期の同仁堂のフィランソロピーに直接言及した散（2002）、辺（2009）、先人（2015）

・清朝政府との関係性を取り上げた陳（2014）、章（2015）

⬇

時の経営者の「美談」として描きがちで物語風に語るだけ

清朝後期の同仁堂を清朝政府との関連でしか捉えていない

<u>同仁堂のフィランソロピーに「篤志家の善行」以上の意味を見出さず</u>

仮説

同仁堂のフィランソロピー要因として考えられるもの：

時代背景に着目し、

1. 中国独自の事業（善会・善堂や商業ギルド）の一環
2. キリスト教の影響
3. 儒教や道教の影響

1．中国独自の事業

どうやら当時の欧米人の間では、キリスト教徒の支配しない社会では病院やその他の救済施設は無いものだ、とするのが一般的な考え方であったらしい。ところが医療使節団として実際に上海に来てみたところ、彼らがそこで行おうとしていた事業とよく似たものが、ヨーロッパ社会やキリスト教の影響を受けたわけでもないのにすでに早くから行われていたのであった。キリスト教の布教を兼ねて、中国社会で医療を施そうとするものにとって、この「発見」は大きな驚きであったに違いない（夫馬、1997: 8-9）。

1.1　善会・善堂

善会・善堂の活動は、育嬰堂・老人堂・普済院と多岐にわたる。
⇒名目上の管理者であっても、それほど熱心ではない官僚たちと、清朝政府の威厳と評判を落とさなければ黙認という雍正帝の姿勢
⇒太平天国動乱による被害修復のために、官僚制以外の公共機能が発達。その「公共領域」を拡大させたのが善会・善堂であり、それらの活動の鍵が「福祉」と「教育」である（Rankin, 1986: 92-93）。

⬇

荒廃した地域での鰥寡孤独政策は差し迫った「必然」
同仁堂にとって「必然」ではなかったが、「必要」とされていた

1.2 商業ギルド

1.2.1 一般的なギルドの特性

・善会・善堂への寄付=公益事業参加=官庁に対する協力は見返りゆえ
・ある特定の同業ギルドが同郷者で占められることはよくある話
・「ゆりかごから墓場まで」、ギルド成員の義地も有り

⬇

宴飲、祭祀、互助の三要素（根岸、1998: 16）
内規に統制されたギルドという組織フィールド

1.2.2 組織フィールドとしてのギルドと同仁堂

同仁堂が所属する薬商ギルドは結束がゆるく、同郷性は時代が下るにしたがい稀薄になり、義地も所有せず

⬇

同仁堂をフィランソロピー活動に向かわせたものは、組織フィールド内の「見えざる手」なのか? ディマジオとパウエル（1983: 150）が、組織フィールドの内部制度による同型性が生じていくメカニズムを3つに分類。同仁堂と照合すると、

⬇

強制的同型性（上位の組織からのプレッシャーによる）⇒上位組織が同仁堂
模倣的同型性（めざましい業績の組織への模倣による）⇒同仁堂が勝ち組
規範的同型性（複数の組織を横断する専門職による）⇒時代的に該当せず

2. キリスト教の影響

・西欧におけるフィランソロピーはキリスト教が下地にあるが、
・宣教師らによる医療活動などが布教を円滑にする最大限の方法であったことは事実だが、

⇒康熙帝時代の「典礼論争」により、キリスト教には厳しい環境
⇒雍正帝時代にはキリスト教そのものが禁止されている状態
⇒同仁堂関係者に当時、キリスト教徒はいなかった

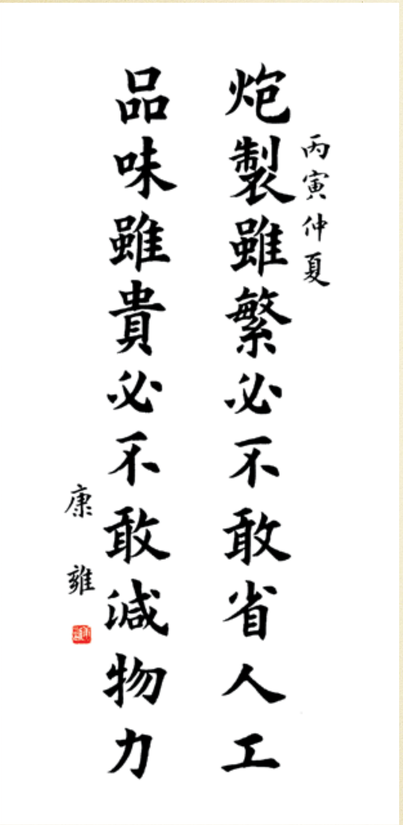
⬇

<u>清朝政府によって禁じられていたものを信奉する可能性は少ない</u>

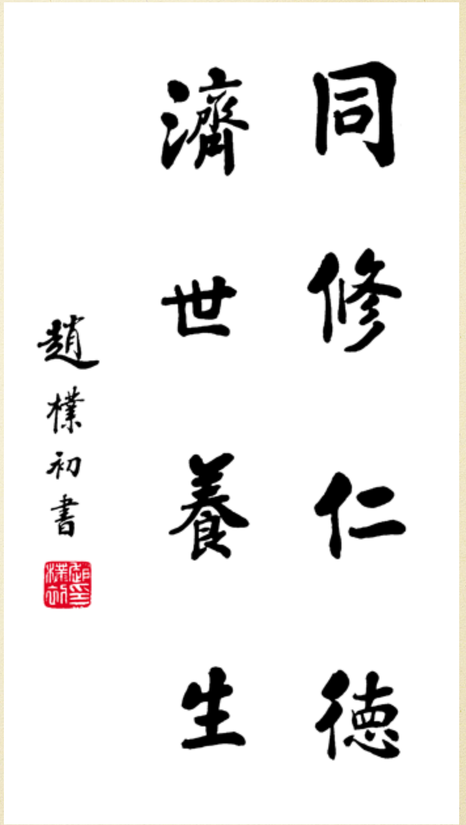
3. 儒教や道教の影響

・当時の中国社会では、知識人は儒教から、一般庶民は道教や仏教からの影響が大
・同仁堂文献資料には、たびたび、儒教からの引用が散見される

⇒創業者・楽氏は儒教の影響を受けた代々の鈴医
⇒「仁愛」思想を体現するものとして中医中薬を生業にした経緯
⇒「養生思想」と道教



昔の人の戒め



企業精神

同仁堂の企業精神は現代の企業理念・文化と同じか?

（現代の）企業文化論という経営モデルの根底にあるのは、強い企業文化による組織統合を経営業績達成のための「最適解」とみなす、一種の効率性モデル的な発想（佐藤、山田、2004: 268）。

⬇

同仁堂がその企業文化を強力に推し進め、かつ従業員に徹底した記録はなし

⬇

創業者一族が同仁堂経営にあたり、精神的支柱として儒教由来の「同修仁徳、救世養生」に忠実であれと、心の拠り所にしたもの

<u>数々のフィランソロピーは同仁堂の企業精神を体現</u>

同仁堂のフィランソロピーがもたらした効果

・現代の“儒商文化”の基礎
・全国的な知名度の確立
・本業とは別の余力によるという、現代の企業フィランソロピーの先駆け
⇒現代のコーズ・リレーテッド・マーケティングとは一線を画す
・新中国成立後、政府との関係を軽視したために同仁堂と明暗を分けた鶴年堂。
同仁堂が政府と一般庶民とのバランス感覚を養うきっかけ
⇒現代のパブリック・リレーションズへ

まとめ

・キリスト教は典礼問題以降、清朝政府から厳しく禁じられており、清朝御用達の同仁堂が信奉する可能性は低い。
・善会・善堂は荒廃した「公共領域」を修復しようという、民間から出た差し迫った「必然」であり、同仁堂にとっては「必然」ではなかったが、同仁堂が重視する養生思想から「必要」なものであり、道教にもつながる。また、社会からも「必要」とされた。
・同仁堂への儒教の影響は、全社を覆う「企業文化」ではなく、創業者に戒めをもたらす、心の拠り所としての「企業精神」だった。
・組織フィールドとしての薬商ギルドに属しながら、同仁堂の活動はその優位性のため、独立性が非常に高かった。
・同仁堂によるフィランソロピーの要因はひとつではない。中国の独自の事業（善会・善堂や商業ギルド）、道教や儒教などが合わさった複合的なものである。それは同仁堂の文化資本として現代にまで再生産されている。

参考文献（日本語）

・明致親吾（2011）、「CSRの基礎概論――企業が社会に果たす役割」『龍谷大学：企業のSR実践論』2011年4月20日、1-2ページ。

・加藤繁（1942）、「清代に於ける北京の商人会館に就いて」『史学雑誌』第53編第2号、151-181ページ。

・佐藤郁哉、山田真茂留（2004）、『制度と文化――組織を動かす見えない力』日本経済新聞社。

・根岸佶（1998）、『中国のギルド』大空社。

・ブルデュー, P.（1995）、『ディスタンクシオンI 社会的判断力批判』（石井洋二郎訳, 原著は1979年発行）藤原書店。

・ブルデュー, P. & パスロン, J=C.（1991）、『再生産［教育・社会・文化］』（宮島喬訳, 原著は1970年発行）藤原書店。

・夫馬進（1997）、『中国善会善堂史研究』同朋舎出版。

参考文献（英語）

・Rankin, Mary B. (1986), Elite Activism and Political Transformation in China: Zhejiang Province, 1865-1911, Redwood City, CA: Stanford University Press.
・DiMaggio, Paul J. and Powell, Walter W. (1983) “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, ” American Sociological Review, 48(2), pp.147-160.

参考文献（中国語）

・北京同仁堂ホームページ、（http://www.tongrentang.com/ppwh/trtwh/index.htm、2022年10月5日最終アクセス）。
・畢素華（2015）、「官弁型公益組織的価値突囲」『学術研究』第4期、40-46ページ。
・畢文芬、秦啓文（2009）、「基於社会交換理論視角分析企業的公益慈善事業」『無錫商業職業技術学院学報』第9巻第3期、35-36、93ページ。
・辺東子（2009）、「穿古，同仁堂」『北京紀事』第2期、63-65ページ。
・陳宗鳳（2014）、「中国五大老字号中成薬企業歴史及其特色比較」『雲南中医中薬雑誌』第35巻第9期、90-93ページ。
・廖亜紅（2009）、「社会責任与社会道義之間」『内蒙古電大学刊』第2期、5-6、24ページ。
・散絲（2002）、「北京老行当 同仁堂」『北京紀事』第Z4期、53ページ。
・先人（2015）、「“吃虧” 同仁堂」『前線』第12期、107ページ。
・章永俊（2015）、「修合無人見 存心有天知——同仁堂300年興衰史」『企業家信息』第2期、109-112ページ。