

## 第2章 CSRの意義

### 1. 社会からみたCSR

CSRとは「企業の社会的責任」である以上、社会の利益になるように行われるのは当然のことである。それでは、社会は企業に対して何を求めているのであろうか。

企業の使命は社会に良質な財やサービスを安価で提供し、それを通じて良好な市民社会の構築の一助となることとされることが多い。また、高度経済成長期における日本においては、それを通じた日本経済全体の底上げ、世界と十分に渡り合える経済力の獲得といったこともあったであろう。

しかし、時代がめまぐるしく変化する中で、企業の経営環境も大きく変わりつつある。現在では、企業のグローバル化や事業の多角化が進み、以前にも増して他企業との競争が激しくなっている。そのような中で、全体から見ればごく少数ではあるが、経済的利益を追求するあまり、不祥事を起こす企業が近年見かけられるようになった。これは、社会から経営に必要な資本の提供を受け、社会に生産した財やサービスを供給することによって成り立っている企業の社会に対する裏切りである。不祥事は法的に違反するもの、あるいは法的には違反しない場合でも倫理上・社会通念上許されないものであり、起こしてはならないということは、本来当然の道理である。ところが、そのような道理を無視して不祥事を起こし、社会に損害を与える企業が後を絶たない。不祥事が発生した際の社会に与える影響は、その企業の財やサービスの直接の消費者のみならず、場合によってはその企業自身、従業員に倒産や解雇といった深刻な問題を発生させ、社会不安の増大を招き、その影響が拡大する恐れがある。

このようにCSRの意義としては、企業の社会に対する裏切りを防止し、様々な面で相互依存している社会に対して企業が責任を果たすように導くことが挙げられる。

ただし、これだけでは従来のコンプライアンスとはあまり変わらず、CSRとは言いがたい。これらの必要最低限の法令、規則を遵守した上でより積極的に企業が社会に責任を果たすことで、社会にとってさらにプラスとなるのである。この考え方は1980年代に文化・芸能活動などを援助する「メセナ」や社会的な奉仕活動である「フィランソロピー」などに資金を提供する動き

として表れていた。しかし、これらは資金を提供するだけで終わり、本当の企業の社会に対する貢献とは言いがたい面があった。これらの反省を活かして、現在のCSR活動においては社員と地域住民を含めた町の清掃活動や植林活動、また、自社の売り上げの何%かを公的な施設の建設のために寄付するというキャンペーンを行い、地域の目を企業に向けさせて、地域社会とともに社会のために活動を行う企業が増えつつある。このように、以前のように資金を出すだけで終わる社会貢献ではなく、企業の経営状態に依らず、資金面のみではなく人的な面でのつながりを持った、決して表面的ではない継続性のあるCSR活動を社会は求めているのである。

しかし、このように社会的責任を企業に果たさせるためにはそれを監視する立場が不可欠であり、それが社会 各ステークホルダー 自身である。企業に責任を果たさせるために社会が安穩としていていいわけではない。社会が企業の行動を監視し、社会にとって不適切な行動を取る企業が現れたならば、その企業に対して是正や、場合によっては社会からの離脱を求め、それとは逆に社会に資する行動を取る企業に対しては、積極的に評価していくべきである。そうすることで、企業にCSRをさらに果たさせることができるのである。

いずれにしても、CSRは企業が社会のために自ら行うべきことではあるが、企業に一任するのではなく、社会 各ステークホルダー も企業の監視などを通じて、企業と共によりよい社会の構築を目指していく必要がある。

## 2. 企業から見たCSR

先に述べたように、CSRとは「企業の社会的責任」であり、利するところがあるとすれば社会の側にあり、また、そうあるべきだという考えがCSRの議論においてはしばしば示される。

しかし、企業は利潤を追求するものであり、いくら企業にとって不可欠な社会のために果たすCSRとはいえ、企業にとってCSRが何の魅力もなければ、自ら積極的に果たそうという意欲は湧かないだろう。さらに、企業も社会の構成要素の1つであるのだから、企業に何らかのプラスがあってもよいはずである。それでは、あくまでも副次的ではあるが、CSRには企業に対してどのようなメリットがあるのだろうか。

まず挙げられるのは、企業のイメージアップである。CSRを積極的に果

たしている企業に対して、社会は良いイメージを抱き、悪いイメージを抱くということはまずないだろう。その結果、消費者はその財やサービスを継続的に購入する安定的な顧客となり、それが売り上げを安定的に向上させ、将来的に企業の利益拡大につながる可能性がある。

ただ、CSR活動を10だけ行ったから売り上げが2だけ伸びる、あるいは株価が3だけ上がるといった直接的な影響が現れるとは言いがたい。しかし、CSR活動を怠ったために反社会的な行動を引き起こし、それによって業績の悪化や株価の急落を招くことがあり、CSR活動が企業に影響を与えることは確かである。このように、CSRには将来のリスクを回避するための投資という意味があるといえる。

また、CSR活動によって企業に好意を持った安定的な顧客は、安定的な株主にもなりうる。CSR活動に積極的な企業で、そのイメージが向上しているのであれば、資産の運用先としてその企業を選択して継続的に投資を行い、企業にとっては安定的な資金調達源、資本の所有者として機能するだろう。また、株式持ち合いの解消によって株主が流動的になっていることが、安定的な株主を企業が求めることに拍車をかけている。従来、日本企業は株式を持ち合うことで、互いに安定的な株主となっていた。しかし、バブル崩壊以後の長期間にわたって続いた不況の克服のために、企業がリストラクチャリング<sup>1</sup>を進める中で、それらの株式を売却せざるを得なくなり、安定的な株主がいなくなるという事態が生じている。また、この間に行われた金融の自由化によって外国人投資家や、短期の売買を通じて利益を得ようとする投資家が増え、さらにグローバルにM & A<sup>2</sup>が進行する中で、ますます企業にとっては安穩としていられない事態となっている。このような環境において、企業が自身の存在を安定的に確立して経営を行っていくためには、安定的な株主が必要だと考え、その安定的な株主を獲得するために、CSR活動を1つの手段として行うことも考えられる。

---

<sup>1</sup> 企業再構築。企業が人・物・資金・技術の経営資源を再配分し、環境の変化に適應した事業構造にするための経営革新（『マイペディア』平凡社）

<sup>2</sup> Merger and Acquisition, 企業の合併・買収（『広辞苑第五版』岩波書店）

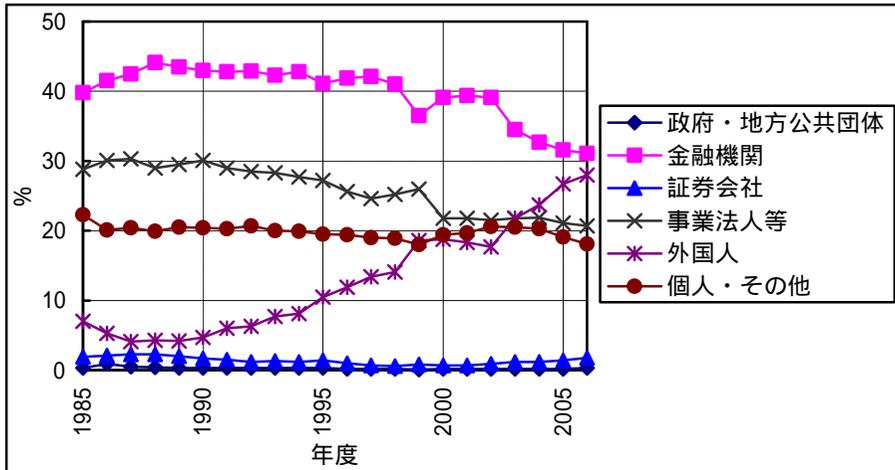


図 1-2-1 投資部門別株式保有比率の推移

(東京・大阪・名古屋・福岡・札幌証券取引所

平成 18 年度株式分布状況調査より作成)

さらに、企業に対する投資に関連して S R I (Socially Responsible Investment, 社会的責任投資) が挙げられる。これは、社会的責任を基準に行う投資活動である。

具体的に示すと、不祥事を起こした、あるいは環境を省みずに生産活動を行っているなど、反社会的な企業には投資をせず、社会的責任を果たす企業に投資を行うこと、投資した企業に株主の立場から C S R の実行を促すこと、地域社会に貢献するプロジェクトに投資を行うことの 3 つの側面から構成される。そしてこれらの行動を通じて、より良い社会を投資の面から創りあげていくことを意味する。

現時点では、日本において十分に普及しているとはいいがたいが、海外では表 1-2-2 に示すように、その規模は無視できるものではなくなっていることがわかる。そのため、今後日本でもその規模が拡大していくことが予想され、C S R を果たさなければ事業資金を調達できず、企業の活動が困難になることが考えられる。

ただし、C S R を積極的に果たしていくことで、このような投資を呼び込み、企業が成長を遂げて存続し続けることも可能であり、そのため C S R は将来のリスクの回避と同様に、企業にとってコストではなく投資だという見方もできる。

国名	残高（単位：10億ドル）
アメリカ	2,332.0
イギリス	326.6
カナダ	31.4
ヨーロッパ（イギリスを除く）	17.4
日本	1.9
オーストラリア	1.1
合計	2,710.6

表 1-2-2 世界の S R I 残高推計（2001 年）

（谷本寛治(2003)『S R I 社会的責任投資入門』日本経済新聞社）

また、日本企業について見てみると、現在はグローバル化が進む中で海外との関係を見捨てることは出来ない。そのために、C S Rの考えが進んでいる海外企業と取引を行う場合に、海外企業が日本企業などの取引先企業にC S Rを求め、それに従ってC S Rを果たしていなければ契約を結べない場合もある。したがって、取引において今まで重視されてきた品質やコスト、納期に加えて、環境や倫理などのC S Rに関することも求められるようになり、これも企業がC S Rを行う一因といえるだろう。

以上のような意義を持つC S Rを行う際に、S R Iの投資先の選定材料として、あるいは社会への貢献度を広く社会に示すと同時に企業経営の「費用対効果」の観点から、先行的に行われていた環境会計を発展させた形のC S R会計を導入する企業が増えている。これはC S Rに要した費用とその効果を金銭的に可視化しようというものである。もちろん、C S R活動というのは新たに追加費用がかかるものもあれば、顧客への接客の向上や地域社会に対して迷惑をかけないように心がけて事業を行う、あるいは従業員が地域社会での貢献活動に参加しやすい職場作りを行うなどといった、ほとんど追加費用が発生しないものやその費用を正確に計れないものが数多く存在する。しかし、これらの行動が企業のC S R活動に重要なことも事実である。そこで、可能な範囲でC S R活動に掛かる費用を可視化して「費用対効果」の評価を行い、その他の部分については第三者に評価を任せることもC S Rの推進には意義があることなのである。

また、C S R活動の推進のためにC S R会計だけでなく、従来の環境報告

書を発展させたCSRへの取り組みの報告書を社会に公表する企業が増えてきている。

このように、CSRは社会だけでなく企業側にとっても様々な意義がある。そして、その事実を認識した企業が現在増えつつあり、図1-2-6に示すようにCSRを意識した経営が行われるようになってきている。

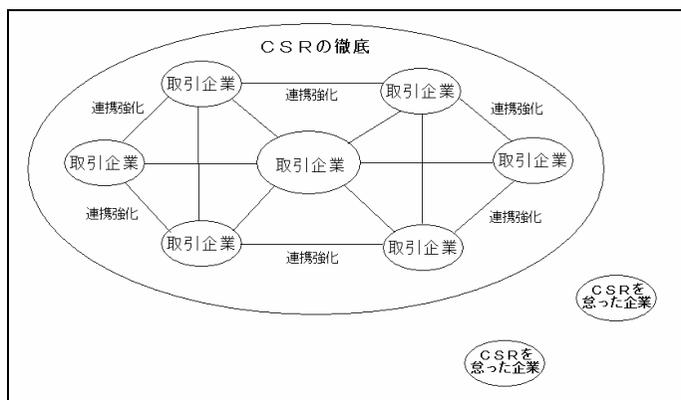


図1-2-3 取引企業間でのCSRの強化（日本電気(2004)）

『実践的CSR経営の進め方』日科技連出版社を参考に作成）

単位：百万円

	CSR関連コスト	内部経済効果 <sup>3</sup>	外部経済効果
社会貢献・福祉活動 (寄付活動, 施設等の提供, 社会貢献活動, 支援活動など)	1,390	53	953
倫理・コンプライアンス活動 (社員や代理店の教育・研修, 各種システムの構築など)	2,989	177	-
環境保全活動	4,291	20	588
CSR共通コスト	79	-	-
総計	8,750	250	1,541

表1-2-4 CSR会計の例 - 三井住友海上火災保険のCSR会計計算書

(三井住友海上火災保険『三井住友海上CSR Report 2006』より作成)

<sup>3</sup> 経済効果のほか、その他効果として物品寄付や文化活動、スポーツ推進活動などが挙げられている。

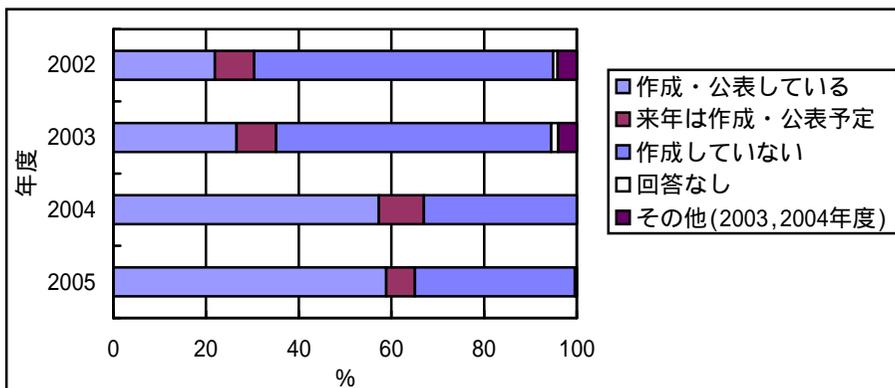


図 1-2-5 環境報告書（CSR報告書や持続可能性報告書を含む）  
作成・公表企業数の推移<sup>4</sup>  
（環境省『平成 17 年度環境にやさしい企業行動調査<sup>5</sup>』より作成）

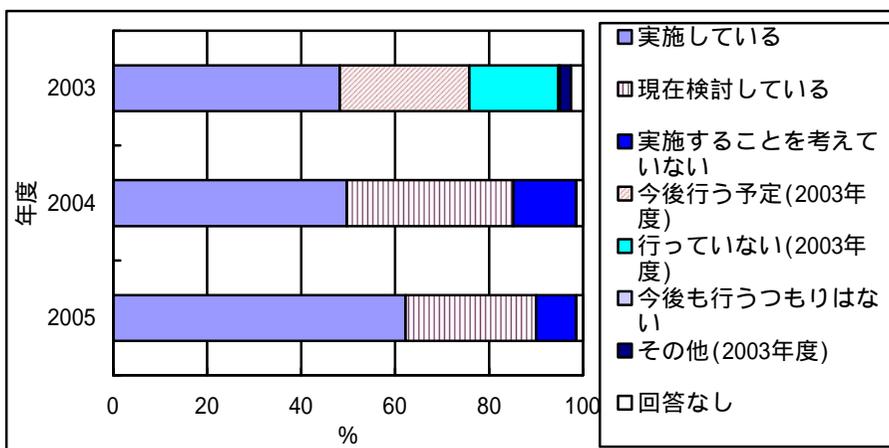


図 1-2-6 CSRを意識した企業経営の取組状況<sup>6</sup>  
（環境省『平成 17 年度環境にやさしい企業行動調査』より作成）

<sup>4</sup> サンプル数：2002 年度は 2967，2003 年度は 2795，2004 年度は 1399，2005 年度は 1585

<sup>5</sup> 日本の企業において環境に配慮した行動が定着し、環境保全に向けた取組が効果的に進められるよう、その実態を的確かつ継続的に把握し、これを評価し、その成果を普及させていくことを目的として実施。（環境省『平成 17 年度環境にやさしい企業行動調査』）

<sup>6</sup> サンプル数：2003 年度は 2795，2004 年度は 2524，2005 年度は 2691

### 3. 社会のためのCSR

以上に、社会と企業の面からCSRの意義を考察し、双方にとってメリットがあることを述べた。

社会にとっては、企業による不祥事を防止して社会への悪影響が発生しないようにするとともに、企業が社会に対する責任を自主的・積極的に果たすことによって既存の社会問題の解決を図り、よりよい社会の構築につながるというメリットがある。

そして、企業にとっては、CSRの実践によってイメージアップ、ブランド力の向上、それを通じた顧客や利益の拡大、将来のリスク回避や資金の獲得、取引企業の確保などのメリットがある。

しかし、企業について述べた際に強調したように、CSRが「企業の社会的責任」である以上、企業にとってメリットがあるからCSRを果たすための行動を取るべきであり、メリットがなければ何もなくてよいという性質のものでは決してない。企業が社会の一員であることを自覚し、社会に対して積極的に責任を果たしていくことが重要である。

ただし、企業も社会の構成要素であるので、CSRを果たすことで企業にとっても何らかのプラスとなり、それが社会全体のプラスになる側面もCSRが持ち合わせていることは否定出来ない。

いずれにしても、企業や各ステークホルダーなどのすべてを包含した社会全体に資する形のCSRが求められており、企業はその要求に応えていくべきなのである。そして、その要求に応えていくことによって、企業と各ステークホルダーすべての満足度が最大化した社会が形成されるのである。

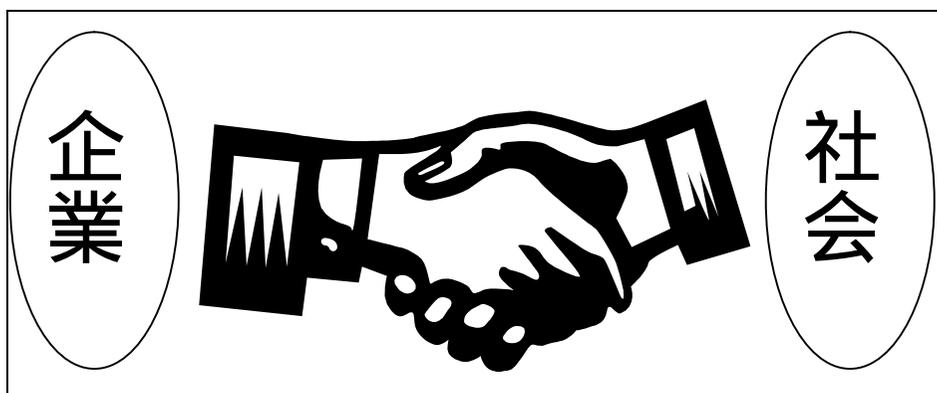


図 1-2-7 企業と社会が協力してよりよい社会の構築を