

世界で動き出した「CSR（企業の社会的責任）」

社会・人間的側面を含む総合的な視点を求めて

創価大学経営学部経営学科 3年 杉野加奈 相川博美 白石由加里 澤田優

目次

はじめに

1. 新たな世界の潮流、CSR とは

-) CSR とは トリプル・ボトムラインを総合的に高めたもの
-) CSR に取組まざるをえない今日の状況

2. 日本企業の CSR に対する取り組み

-) 一部の企業が CSR に取り組みはじめてきた
-) トヨタ自動車の報告書から見る日本企業の CSR に対する取り組み
-) 欧州企業の取り組み ダイムラー・クライスラー社の CSR レポートから
-) トヨタとダイムラーに見る日欧の CSR の取り組みの方向性の違い

3. 日本企業と社会・人間的側面への取り組み 総合的な CSR に向けて

-) 社会・人間的側面の取り組みとは 社会・人間的側面の確認
-) なぜ日本企業は社会・人間的側面へ取り組んでこなかったのか
-) 社会・人間的側面について企業が積極的に取り組むには

4. 結論

-) 総合的に高めた取り組みが CSR
-) 日本企業にしかできない社会・人間的側面の充実へ

おわりに

はじめに

相次ぐ世界的な企業不祥事、限られた地球資源と環境汚染問題、労働環境・雇用の不平等化、発展途上国に対する搾取や不公正取引…。今日、企業が与える社会的影響力は増加の一途をたどる一方で、数々の問題を引き起こしている。これらを見無視することは企業にとってどんな影響をもたらすだろうか。社会的基盤を守らずに、企業は長期的な発展を望むことができるだろうか。

CSRとは企業がこれらの問題に対して積極的に関わろうとする取り組みであり、企業と社会の持続可能な発展のために企業が旗振り役となって「経済」「環境」「社会・人間」の視点に組み込むものである。現在、CSRは世界の新潮流となって日本に押し寄せてきている。小論の目的は、CSRの中核をなすトリプル・ボトムラインの3つの側面のうち、「社会・人間」的側面へと焦点をあてることによって、日本社会における「経済」「環境」「社会・人間」の総合的な視点を含んだCSRのあり方を追求することにある。そしてこの追求が、日本企業発の人間主義経営の実現に寄与するものであると我々は考えている。

1. 新たな世界の潮流、CSRとは

「企業の社会的責任」という言葉は昔から存在してきた。しかし近年、グローバル化による企業と社会の相互影響力の拡大やNPOなどの市民組織の興隆、過度なアメリカ型ガバナンスへの警鐘、個人の価値観の変化など、企業経営をめぐる社会環境が大きく変化してきている。そしてそれは「企業の社会的責任」の概念をあらためて検討させる契機になっている。これら21世紀の新たな社会要請の変化を念頭に置きながら、企業と社会の相乗発展に向けて企業が持続的な価値創造とより良い社会の実現を目指すための具体的な取り組みが、以下で考える「企業の社会的責任(CSR)」である。

）CSRとは トリプル・ボトムラインを総合的に高めたもの

CSRとはCorporate Social Responsibilityの略で、今日的な意味における「企業の社会的責任」のことである。CSRの概念は幅広く、企業が接する社会の文化、習慣、宗教、人々の価値観などによって社会からの要請の内容は異なるため、その統一的な定義をすることは不可能¹であるが、その実践のためには、CSRの中核である「経済(収益)」「環境」「社会・人間」の3つの側面に関わるステークホルダーを意識し、社会のニーズに応えながらその取り組みを推進するというトリプル・ボトムラインがあり、企業はこの3つを総合的に高めあって結果を出すことによって持続可能な企業に成長し、社会の発展に貢献していくことが求められている。このトリプル・ボトムラインの「経済」的側面とは顧客、株主、取引先、競争相手、従業員が主なステークホルダーであり、それらに対する価値の提供と市場の創造、自由・公正な取引などについて責任を果たすことを意味している。また、「環境」的側面とは、現在と将来の世代がステークホルダーであり企業は人類が直面している地球環境問題の解決のために循環型社会に向けた取り組みを率先して推進する責任がある。そして「社会・人間」的側面とは、従業員、経営者、

地域社会、市民社会、国際社会をステークホルダーとしており、企業はそれらに対してより良い企業、社会の創造に向けて取り組むという責任を果たす必要がある。

）CSR に取組まざるをえない今日の状況

現在、日本においても、企業が CSR に取り組まなければならない状況が必然的に出来上がってきている。

その理由の一つが 2007 年に予定されている CSR の ISO 化である。CSR は ISO シリーズとしてすでに国際規格化が準備されている段階であり、かつて ISO を取得しなかった日本企業が海外企業との取引に応じられなかった ISO ショックのように、CSR についても同様の CSR ショック（CSR に取り組まなければ取引できない）を引き起こす可能性があると考えられている。現にシャープでは、「ポータフォンの携帯電話製造を受注するには、CSR 報告書の提出を求められ、それがないと取引を断られてしまう」²という状況によって CSR に取り組みはじめている。CSR に率先している海外企業は、自社の取引先や調達先に対して CSR を推進してくるため、今後もし CSR に取り組まなければ、取引を断られる可能性が非常に高くなると思われる。

第二の理由として、社会的責任投資（SRI）の登場とその影響力の増大が挙げられる。「社会的責任投資（Social Responsible Investment）」とは、企業に投資を行う際、経済的側面だけでなく環境的側面や社会・人間的側面への対応を考慮している企業には積極的に投資を支援し、そうでない企業には投資を退けるという CSR に焦点をあてた投資傾向のことであり、経済（財務）、環境、社会の各基準に基づいて運用³され、現在、急速に成長してきている。SRI では CSR を推進している企業の株価が通常よりも高く評価されるため、企業にとっては CSR に取り組むことによって市場競争力の強化をはかることができる。また、ロームなどの日本企業では、株式の 40% 以上を外国人機関投資家に握られているため、欧米のスタンダードである SRI 市場に必然的に参入せざるをえなくなってきた。SRI 運用資産は米国ではすでに総運用資産の 12% 超を占め、イギリスやフランス、ドイツでは年金の一部を SRI で運用するよう定めるために会社法を改正している。日本においては、今年度から東京都教職員互助会が積立金の一部を SRI で運用を開始したことから、SRI のインパクトは今後さらに増すと思われる。

2. 日本企業の CSR に対する取り組み

）一部の企業が CSR に取り組みはじめてきた

これまで述べたような理由から、今年に入り日本企業の中で CSR を重視しはじめる企業がぼつぼつと現れはじめてきている。その結果、図 1 にみられるような企業では、「CSR 戦略室」や「CSR 研究室」の設置、「CSR 会計」の導入などによって CSR を全面的に戦略として位置づける姿勢を打ち出してきている。

図 1：CSR をめぐる日本企業の取り組み事例

リコー	社長直轄組織として CSR 室を設置	2003 年 1 月
西友	社会環境グループを新設、CSR 活動を PR	2003 年 1 月

ソニー	社会環境部を環境・CSR戦略室に拡充	2003年 3月
アサヒビール	CSRの視点に基づいた原材料購買基本方針を作成	2003年 5月
イトーヨーカ堂	事業活動で生じた価値の分配先を数値化するCSR会計	2003年 9月
松下電器	社長直属のCSR担当室を設置	2003年10月
シャープ	CSR推進室を設置	2003年10月
日本IBM	CSR推進組織を新設	2003年11月
住友信託銀行	CSRに積極的な企業に投資するSRIファンドを個人向けに販売	2003年12月募集開始
日本政策投資銀行	CSRの取り組み度合いで企業を格付け、優良企業に低利融資	2004年 4月導入予定

注) 読売新聞(2003年11月21日)に著者らが加筆。

近年、日本の多くの大企業は毎年「環境報告書」という冊子状の報告書を発行してきた⁴。これは自社の経済、環境、社会・人間的側面への取り組みの結果を広くステークホルダーや社会に知らせるためのものであり、今日では日本企業におけるCSRの取り組みを知るための重要なツールとなっている。我々は各社の報告書を比較検討した結果、日本企業のCSRには一定の方向性があると考えた。以下トヨタ自動車を参考にそれらを総括してみたい。

トヨタ自動車の報告書から見る日本企業のCSRに対する取り組み

トヨタ自動車(以下トヨタ)の本年度の報告書は「Environmental & Social Report 2003(環境社会報告書)」というものである。トヨタは1998年から毎年「環境報告書」を発行してきており、日本企業の中では比較的早い時期⁵からCSRとして環境問題に対する取り組みを行い、情報開示をしてきた。その内容は主に環境、社会・人間の分野に分ける⁶ことができる。

図2: トヨタ自動車の報告書「Environmental & Social Report 2003」からみるCSRの内容(一部要約)

<環境側面>		<社会・人間的側面>	
開発・設計・調達 燃費の向上 排出ガスの低減 社外騒音の低減 クリーンエネルギー車 サプライヤーと連帯、環境活動 欧州ELV指令の対応を要請 生産 社内監査 PRTR対象物質の低減 VOC排出量の低減 焼却廃棄物の低減 温暖化防止 福利厚生施設の管理の強化 グリーン電力購入 減圧浸炭焼入法による省エネ 省エネ技術の確実な発展 環境保全統括者(工場長)点検	物流 CO ₂ 排出量の低減 総走行距離の低減 低減単位輸送システムヘシフト 梱包・包装資材の使用低減 3R活動 リサイクル 解体技術開発 リサイクル処理技術開発 工程内端材のリサイクル 廃バンパーの回収・リサイクル 中古部品拡大 鉛使用の削減 リサイクル性車両構造の開発 リサイクルに配慮した素材 選び 塩化ビニル樹脂の使用量削減 ISO14001の認証取得 冷却液の長寿命化 環境講座の実施 情報支援活動	安全なクルマづくり 歩行者傷害軽減ボディ ISO対応チャイルドシート 導入 衝突安全ボディ(GOA) 交通安全への取り組み トヨタ交通安全キャンペーン 安全運転実技講習 トヨタ・チャイルドシート セーフ ティコミュニケーション 地域交通安全活動 交通安全スローガン・ポスター デザイン募集活動 社会貢献活動 里山学習館エコの森のハウス ボランティア活動 トヨタ クリ-ンネット 地域の清掃活動 災害ボランティアネット チャリティーバザー売上金 寄附 中国植林活動	サステナブル・モビリティ WBCSDへの参画 ヨハネスブルク・サミットに参加 従業員とのかかわり 働きやすい環境づくり 健康づくり メンタルヘルス 資格別教育、知識・スキル教育 女性が働きやすい環境づくり 育児支援施設 障害者雇用 ステークホルダーとの対話 環境報告書について意見交換

トヨタは、自社の製品が環境に負荷を与えるものとしての自覚が強く、そのために CSR としては環境的側面に対する取り組みが大変に多いものとなっている。車の開発から材料調達、生産、販売、リサイクルまで、というように、車のライフサイクルについて一貫した取り組みをすることで自社が地球環境に与えるダメージを少なくし、負荷を与えているゆえの責任を果たそうと努力していることがよくわかる。またトヨタは、この5年間で「ハイブリッド車のモデル拡大」「超低排出ガスの車の拡大」「燃料電池車の限定販売」「埋立廃棄物ゼロ達成」「全世界連結環境マネジメントの導入」を達成してくるなど、環境に対して着実な成果を出してきている。そのため、報告書の中身はトリプル・ボトムラインでいう環境的側面の記述が中心となっており、トヨタ報告書の全82ページ中の90%が環境報告書についての記述に費やされており、社会・人間的側面は約8ページほどで紹介されている。

）欧州企業の取り組み ダイムラー・クライスラー社の CSR レポートから

現在の CSR を主導しているのは欧州企業である。その欧州において、トヨタと同じ多国籍企業であり、同様の事業活動を行う企業としてダイムラー・クライスラー社（以下ダイムラー）がある。ダイムラーは世界190ヶ国以上に生産拠点と代表事務所をもち、CSRに積極的に取り組む有数の企業であり、その内容は非常に幅広く、昨年に「社会的責任への取り組み 未来へのコミットメント」という報告書を発表している。

図3：ダイムラー・クライスラーの CSR 活動の一部要約（CSR レポートを著者らがまとめたもの）

<p><地球規模の政治的対話></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アナン国連事務総長との対話 ・ブッシュ大統領との対話 ・ドイツ政府との対話 ・キング博士の遺徳を称える集会に参加 ・マンデラ元大統領との対話 <p><環境保全と貧困撲滅></p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然の繊維原料から部品製作によって、森林保護と現地の雇用創出、収入安定 ・UNEP と共同で自然遺産基金プロジェクト ・アラブ連邦で地下水発見活動、水の供給 ・世界中で環境問題ワークショップの開催 ・国際湖水ネットワークに最新技術提供 ・環境維持追求 ・南アフリカの中小企業に経営方法の伝授 ・タイの農民の余剰果物をドライフルーツ化するプラント建設、商業化と農民収入安定 	<p><文化・教育・平和></p> <ul style="list-style-type: none"> ・少数民族出身学生への奨学金 ・マイノリティ学生の大学進学のための夏期講習 ・児童文学会議の支援 ・モザンビークに国境を越えた平和公園建設 ・アパルトヘイト後に芽生えた文化の火を燃えあがらせるためにアフリカ限定芸術賞創設 ・世界各地のロックや管弦楽団公演の支援 ・9.11 テロ後に独と米の青少年交流の推進 ・世界子供基金の設立から関与 ・学校教育を受けていない青年に専門学校開く <p><人道></p> <ul style="list-style-type: none"> ・困窮者への食事提供車の寄贈 ・アフリカのストリート・チルドレンに芸術的な技能を習得させて自立させる活動の支援 ・失業者のための「識字のための読書」運動 ・ガンの子供達を助ける活動の支援 ・国際労使協議会、労働組合と寛容な職場作り 	<p><従業員ボランティア></p> <ul style="list-style-type: none"> ・読み書き困難な生徒を学校で年間10万時間の指導 ・恵まれない家族のために食事の寄付 ・家の修繕困難者のために家の塗装活動 ・ホームレス施設への寄付 ・ボランティア消防団の結成 ・嚢胞性繊維症患者支援のために、取締役が「命に捧げるレース」でマラソン完走 <p><交通安全></p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界道路交通安全パートナーシップ運動 ・各国の版社に独自の児童安全教育プログラムを作らせ交通安全教育の推進 ・青少年対象の交通安全教育施設の設立 ・販社と支店でチャイルドシート無料点検
--	--	---

図3からわかるように、ダイムラーは、「世界の貧困撲滅」「少数民族への教育的支援」「ホームレスに対するボランティア」「識字能力が弱い失業者のためのキャンペーン」といった、社

会・人間的側面への取り組みが地域・国際社会に密着したものであるとして充実⁷しており、人間に直接的に関わる問題に対してグローバルな規模で捉え、ダイムラーとしてしか提案できない解決策⁸を奉じていることである。またダイムラーの CSR レポートでは、各取り組みに対しての目的が明確にされている⁹。例えば、崩壊したアレクサンドリア図書館の復旧活動、オーストリア首相と共催のチャリティ・コンサートの企画などの文化・芸術活動については、「一国の文化に貢献することは、同時にその国の社会の発展にも寄与することになるし、逆もまた真である。一国の文化はその社会的、政治的発展を反映するからこそ文化交流に取り組むのだ」¹⁰「企業は社会やその資源から恩恵を受けると同時に、社会の保全と改善にも寄与しなければならない。企業が、人間的・社会的・文化的側面で社会に統合されてはじめて、長期的に成功を確保することができる」¹¹ということを理由としてその活動を支持しているのである。

このように世界中の社会、文化、地域社会のニーズに合わせた社会、人道、文化、学術などの多岐にわたるプロジェクトの計画と経済的な支援を一身に行うことができるダイムラーには、「健全で安定した豊かな社会があって初めて長期的に事業活動が行える」¹²という CEO ユルゲン・シュレンプの強い理念が、あらゆる CSR 活動の根底に染み渡っている。また、ドイツのシーメンスやアメリカの GM（ゼネラル・モーターズ）なども環境的側面に加えて、社会・人間的側面への活動にも重点を置いている。

）トヨタとダイムラーに見る日欧の CSR の取り組みの方向性の違い

トヨタとダイムラーの CSR の取り組み内容からわかることは、「トヨタは環境的側面への活動を重要視する一方、社会・人間的側面への取り組みが環境的側面寄りとなっている」ということである。特に、トヨタの「社会的貢献活動」の部分では、そのほとんどが環境的側面の活動といえる。それに比べて、ダイムラーの報告書からは、社会・人間的側面の活動は全て、社会・人間的側面の本質を捉えたものとなっている。

つまり、トヨタとダイムラーの CSR には、**社会・人間的側面の取り組みについて、環境という枠を除いたときに、取り組みの質が違う**のである。これはトヨタだけではなく、日本企業全般についても同様のことが言える¹³。多くの企業は社会・人間的側面といえる活動はあるものの、地域クリーンキャンペーンや環境保全のための人材育成プログラム、環境的側面を重視した従業員ボランティアなど、環境的側面に対する取り組みといえるような社会・人間的側面への活動となっている。つまり社会・人間的側面自体の取り組みが環境的側面よりになっているのである。

また、各企業が発表してきた報告書自体、GRI¹⁴が推進してきた「持続可能性報告書」ガイドラインの形に添うというよりは、ほとんどが環境報告書の形をとっており、環境的側面を偏重しているため、欧米のそれと比べても情報量が乏しいものとなっている。

しかし気づかれたかもしれないが、トヨタの今年度版の環境報告書は、そのタイトルを新たに「Environmental & Social Report 2003（環境社会報告書）」として「社会」という言葉を環境と同様の位置に据えている。同様に、昨年から今年にかけての日本企業の CSR に対する注

目度の上昇と欧米企業からの要請により、環境報告書を発表していた企業の多くが 2003 年度版の報告書から「環境・社会報告書」や「CSR レポート」「サステナビリティ・レポート（持続可能性報告書）」などのように従来の「環境報告書」から社会・人間的側面を意識したものにそのタイトルを変更している。これらの事実は、日本企業が社会・人間的側面に積極的に取り組もうとしている意識の表れと言えるが、残念なことに、報告書の内容は依然、環境的側面の記述が大半を占めているものとなっている。

本来の CSR の概念からいけば、CSR とは環境的側面のみを重視したものではなく、それぞれの側面について総合的に結果をあげていくものである。しかしそれを考慮しつつも日本企業は社会・人間的側面に対してうまく取り組めていないという現状があり、一部の側面に偏ってしまうことは、CSR によって享受されるべきメリットをしぼめてしまう可能性を残すことになる。

3. 日本企業と社会・人間的側面への取り組み 総合的な CSR に向けて

）社会・人間的側面の取り組みとは 社会・人間的側面の確認

社会・人間的側面について詳しくみてみると、それは自社特有の経営資源や得意分野を活かして社会貢献活動の推進や、そのプロセスにおける政治や行政との協働作業を通してより良い社会の実現を目指すものであり、また、企業と個人、家庭の関係を考えながら、働きやすい環境を提供する、という内容のものである。つまり、身近な企業内の職場環境から国際社会の中の一企業としての自覚に基づくグローバルな取り組みが求められるのが社会・人間的側面なのである。

図 4：国連「グローバル・コンパクト」

人権
1. 国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。
2. 人権侵害に加担しない。
労働基準
3. 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。
4. あらゆる形態の強制労働を排除する。
5. 児童労働を実効的に廃止する。
6. 雇用と職業に関する差別を廃止する。
環境
7. 環境問題の予防的なアプローチを支持する。
8. 環境に対して一層の責任を担うためのイニシアティブをとる。
9. 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。

この社会・人間的側面に対して、企業が自発的に取り組むように、世界では種々の規格やガイドラインが作られてきた。企業が世界経済の発展を責任ある形で貢献していくために、9 つの普遍的原則を支持し、実践することを約束するという「国連のグローバル・コンパクト」¹⁵や社会・人間的側面の労働の分野に焦点をあて、企業の社会的説明責任を認証しようとする SA8000、企業が自らの行動規範を自主的に定め、社会も企業を社会的に評価し、監視していこうとするシステム形成を目指すコード・オブ・コンダクト（行動規範）などが代表的である。

しかし日本企業はこのいずれに対しても積極的ではなく、例えば SA8000 は、日本企業で唯一 1 社¹⁶が取得しているに過ぎないものとなっている。それに比べ、前述したダイムラーは、

国連のグローバル・コンパクトを真摯に受け止め、積極的に支援している。

）なぜ日本企業は社会・人間的側面へ取り組んでこなかったのか

日本企業が社会・人間的側面について十分に取り組んでこなかった理由のひとつに、社会・人間的側面を CSR として捉えきれていないという問題がある。経済同友会は昨年、日本企業のトップに対して行った CSR についてのアンケートの中で、各社にとって CSR とはどのようなことかという質問をしている。その調査結果では、企業にとっての CSR とは、重要な順に「より良い商品・サービスの提供」「法令の遵守、倫理的行動」「収益確保、納税」「株主への配当」「地球環境への貢献」となっており、「世界の貧困や紛争解決への貢献」「フィランソロピーやメセナ」「人権の尊重・保護」などの社会・人間的側面は重視度が低い結果となっている。これからわかるように、日本では CSR という「経済や環境的側面についての取り組み」という考えが強く、総合的に高めるという CSR についての理解が足りないことが社会・人間的側面への積極的な取り組みを妨げる要因になっている。現に、トヨタでは、今年度の報告書の中で白水環境部門総括が、社会・人間的側面について「環境への対応を中心とした社会に対する責任」と述べている。

また第二の理由として、日本企業は高度経済成長期に環境無視、利益優先追求の経営を行ってきたことが挙げられる。その結果、公害問題・環境汚染が社会問題化され、消費者や企業は必然的に環境に問題意識の力点を置くようになり、環境問題に対するニーズが表面的にも潜在的にも高まってきたのである。

）社会・人間的側面について企業が積極的に取り組むには

それでは、日本企業が社会・人間的側面へとより積極的に取り組んでいくためには何かよい方途があるのだろうか。

やはり企業のトップに CSR の基本概念をしっかりと認知してもらうことが最も重要であろう。トップの意識改革は従業員にトップとの価値観を共有させ、その企業の企業文化を変えてゆくことができるため、その企業独自の CSR のあり方を全従業員とともに検討することができる。そして、その企業が社会・人間的側面について各種規格やガイドラインを取り入れることを決定するようになれば、社会・人間的側面についてより取り組みやすくなるだろう。それではそのトップ自身の意識を変革させるにはどうすればよいであろうか。

トップ・レベルの意識改革のために、NGO や NPO など各市民団体が企業に働きかけることは勿論大きな影響力となる。しかし、それに留まることなく、学生レベルから働きかけることもできるのではないだろうか。企業は新卒採用が当たり前となっている日本において、それぞれの分野に優秀な人材を求めており、毎年、新卒学生の企業選択の動向は大きな注目となっている。

例えば、欧米のビジネス・スクールの卒業生たちは、企業選択の重要な要因として CSR を求める傾向が強まっている。同様に、日本においても、リクルート学生の企業を評価・選択する

基準に総合的な視点を含んだ CSR に取り組む企業を基準とすることができるだろう。毎年、それら学生たちの「人気就職希望企業ランキング」というものが現れるが、それらの評価項目基準に CSR に対する取り組み度の項目を調査側が加え、CSR の重要性和知識を学生に普及させていくことは大きな力になるのではないだろうか。学生はそれを利用して企業選択手段のひとつとすれば、企業は優秀な人材確保のために社会・人間的側面を含めた CSR に取り組まざるをえなくなってくるだろう。

また、一市民レベルとしては、各企業が発行している環境報告書に含まれるアンケート用紙に積極的に意見を書き、企業側に社会・人間的側面の取り組みを促進させることが可能であろう。

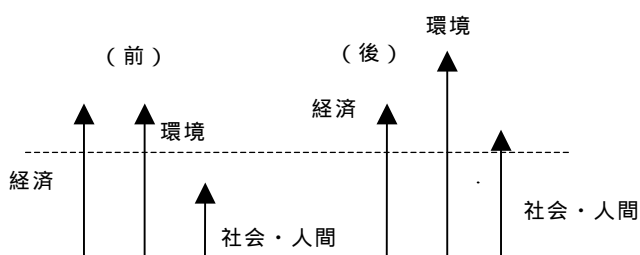
さらに社会全体で CSR を盛り上げていくためには、欧米に見られるソーシャル・ラベリングを導入することも有効だろう。これは社会・人間的側面の取り組みについて満たされている商品に対し、ラベルを貼って消費者に表示するものであり、サッカーのワールド・カップを運営している FIFA が公認ボールに児童労働によらないことを証明するシールを貼付していることが代表的である。ソーシャル・ラベリングを企業が実施するような方向性に社会が向かっていけば、企業の社会・人間的側面に対する取り組みを促進させることができるだろう。

4. 結論

）総合的に高めた取り組みが CSR

我々が求める CSR とは、経済、環境、社会・人間のトリプル・ボトムラインを総合的に高めた取り組みのことである。これは、経済、環境、社会・人間の3つの側面について同時並行的に取り組むということを指している。であるから、総合性を考えると、環境的側面に比べて社会・人間的側面への取り組みが少ない日本企業は、必然的に社会・人間的側面へと重点的に取り組むことで総合的な結果の出る、バランスのよい CSR へとすることができる。

図 5：「総合的に高めるとは？」



「単に同じベクトルの長さにするのではなく、総合的に従来のレベルからラインを上げて、結果を高めていくこと」

しかし、「総合的に高める」とは、この3側面の取り組みのベクトルを、必ずしも同じ長さにするのではない。これは「3側面について取り組みながら、全体のベクトルの底を上げつつ、結果を高めていくこと」である(図5)。つまり、日本企業が環境的側面に対して欧米を凌ぐよ

うな技術や取り組みができていように、各国・各企業にはそれぞれ技術や社会的背景、資源などによって得意とする側面が存在するものであり、その得意な領域の側面を伸ばしつつ、全体的に経済的側面や社会・人間的側面へのベクトルを伸ばすように注意しながら取り組むことが肝心である。

）日本企業にしかできない社会・人間的側面の充実へ

そのうえで日本企業が社会・人間的側面へ取り組むにあたり、日本社会に即した取り組みをすることが求められている。世界と日本は文化も社会的背景も異なる。たとえば欧州は、ベルリンの壁崩壊以後の紛争や移民の問題などによる社会的摩擦の問題が今日まで根強く残っている社会である。欧州社会における日本の倍ほどの失業率やホームレス、ストリート・チルドレン、マイノリティなどの問題は、日本社会においては中々受け止められにくいのが、欧州企業がそれらを社会・人間的側面の一環として取り組んでいることはそれらの問題が欧州社会共通の背景となっているからである。日本企業が日本の社会・人間的側面に取り組む時、考えられる問題とすれば、女性の社会進出支援や障害者雇用の推進、増加する青少年犯罪の抑制、少子高齢社会のための対策などが挙げられるのではないだろうか。つまり、日本の社会的背景に基づいた社会・人間的側面へのアプローチについて、企業自らが自社戦力を活かして解決の一步となるような提案を行うことである。

CSRへの取り組みに積極的なシーメンス（ドイツ）やロシュ（スイス）、GM（アメリカ）といった多国籍企業は、各国の文化に合わせたCSRを推進している。ロシュでは、「（CSRに対して）完璧を尽くすことは難しいが、ベストを尽くしている。文化の違いは受け入れる。例えば、解雇の順序は米国と欧州では違う。最低水準は世界共通だが、その上でそれぞれの国・地域で最善の方法をとる」¹⁷という見解を示している。

さて、ダイムラーが「世界の貧困問題」の解決を自社が取り組むべき社会・人間的側面の問題として捉えていたことを覚えているだろうか。貧困問題は、欧州という枠を超えた、地球規模の問題である。なぜ一企業が、自社の存在する国や地域、その社会を超えて、人類が直面している世界的問題に積極的にコミットしようとするのだろうか。

そのひとつの答えとして、「極貧の状態にあれば、『もう自分には失うものは何もない』という考え方が生まれてくる。そうした社会では、テロや戦争が起こっても何らおかしくない。つまり、途上国の貧困問題は、世界全体のサステナビリティ（持続的発展）を喪失させる危険性を十分に持っているのである¹⁸」という回答がある。これは、一時は企業が一方的に繁栄し「勝者」になったとしても、最終的には皆が「敗者」となってしまうということを表している。CSR、そしてとくに社会・人間的側面のあり方について議論しようとするとき、企業は自国・地域の文化や社会的背景というミクロ的な視点とともに、マクロ的な視点から、地球全体のあり方について考える必要が存在するのである。「シンク・グローバリー、アクト・ローカリー（Think globally, Act Locally）」という取り組みに加えて、今日の企業は「アクト・グローバリー（地球規模でも行動しなければならない）」としても行動していかななくてはならないのである。必ず

しも貧困問題とは限らないが、今、その姿勢を日本企業は考えるべき時に来ているのではないのだろうか。

おわりに

CSRは企業に新しい価値を要請するものである。つまり、企業自らが利益を追求する権利に加え、環境や社会・人間を守るという自主的な義務との間にバランスをとりながら、社会的責任を全うすることである。

今、企業人に必要とされていることは何か。

我々が熟考した末にたどりついた結論は、『企業人が自己に「公正」の精神を内在させること』であった。

本学創立者はかつて、『「公正」な精神の持ち主は、経済活動によって、ともすれば富める国、富める階層がますます富み、貧しい国、貧しい階層がますます貧しくなっていくといった矛盾を決して見逃さないであります』と言及した。

「公正」とは平等と正義の精神である。その精神を企業人一人ひとりが、自己に内在させること、それによってはじめてCSRとは可能になるものではないだろうか。そして、そのような精神を持つ企業人を有し、育成する企業、そのような企業こそ優良企業ではないかと我々は考えている。

¹ EUの考え方では「企業が社会や環境に関する問題意識を、その事業活動やステークホルダーとの関係の中に、自主的に組み込んでいくこと」と規定し、CSRが単なる慈善活動ではなくパフォーマンスでなければならないことを強調している。またイギリス政府は、「CSRは経済界が社会のニーズを組み入れて、新しいビジネスモデルを築く試みである」としビジネス主導のプロセスであるとしている。

² 日本経済新聞 11月6日。

³ 例えばアメリカには1999年から「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ株式指標」というものがある。これは環境、社会、経済の3分野から企業の持つ持続可能性(Sustainability)を測り、将来にわたって企業が発展可能かを判断する指標として注目されており、日本では「環境」の分野で富士通が選ばれている。またドイツのSRI評価機関であるエコム・リサーチでは、環境、社会・文化側面について合計200項目の評価基準で格付けされる。SRIについては、各評価機関毎に独自の評価基準が存在している。

⁴ 2001年の時点で400~500社が環境報告書を出しており、今後もこの傾向は増えると思われる

⁵ 企業の年次報告書として環境面や社会面での成果を盛り込んだ「持続可能性報告書」の推進を進めるGRI(グローバル・レポーティング・イニシアティブ)が設立されたのが1997年であることから、1998年にトヨタが報告書を出したという事は日本において先駆的だったといえる。

⁶ 経済的側面に企業が取り組んでいないのかということ全くそうではない。まず従来の企業は(日米欧ともに)経済的側面ばかり追求してきたため、もはやその項目は環境報告書には含まないという企業がある。またCSRについて考える際、資本を提供してくれる株主がいるからこそCSRについて取り組むことができるという考えが根本にあり、わざわざ報告書に書くまでもなくそれを踏まえた環境報告書の発行である、という企業側の考えが強いため経済的側面について詳しく記載されない場合がある。

⁷ 図4の表をみると、ダイムラーの環境的側面に対する取り組みが少なすぎるように思われるかもしれないが、ダイムラーは我々が参考にした報告書の他に「Environmental Report(環境報告書)」を発表しており、環境的側面と社会・人間的側面について1冊ずつ発表していることから、決して環境的側面に対しておろそかにしているわけではない。我々は小論が完成する間際になってダイムラーの環境報告書の存在を知ったが、資料請求をしたときにダイムラーから送られてきたのが、その「環境報告書」ではなかったことから、トヨタと比較したのはCSRレポート(ダイムラーの「環境報告書」ではなく、「社会的責任への取り組み 未来へのコミットメント」の方をこう呼ぶとする)の冊子となった。

⁸ 例えば、南アフリカやブラジル、東南アジアでは、現地の天然繊維を使って車の部品を作っている。これによって環境に優しい車を作ることができ、同時に、現地で必要とされる天然繊維をとるために働く人々が増え、雇用が拡大し、そうした人々は安定した収入を得ることができたため、都市部への人口流出が食い止められた。

- ⁹ 例えばダイムラーが「音楽は世界を包む」として音楽分野の活動を支援している理由について、「音楽には先入観を超え、民族や国々を結びつける力がある。このことからクラシック音楽演奏会は、経済、文化、社会の間に対話を維持し、大西洋を隔てたヨーロッパと米国との協力関係をも育む有力な手段となる。ダイムラーが大西洋両岸で、主要なオーケストラのコンサート・ツアーやゲスト演奏会を後援しているのもそのためである」という目的があるからである。
- ¹⁰ ダイムラー・クライスラー『社会的責任への取り組み 未来へのコミットメント 2002—』47 ページ。
- ¹¹ 同報告書、49 ページ。
- ¹² 同報告書、4 ページ。
- ¹³ シャープでは、大和川クリーンキャンペーン、若草山クリーンキャンペーン、地域清掃美化活動、親子見学会の定期開催、コミュニティー教育・環境セミナー、チャリティーイベント「ウォークアメリカ」に協賛などがある。また、リコーでは、森林プロジェクト、環境ボランティアリーダーの養成、タイ像の保護、特許の積極的開示、労働安全衛生マネジメントシステムの認証取得、富士山の清掃活動、リコー自然教室などがあり、環境的側面を重視している。
- ¹⁴ GRIとは Global Reporting Initiative の略で、オランダに本部を置く持続可能性報告書の推進をはかる団体である。
- ¹⁵ 企業が世界経済の発展を責任ある形で貢献していくために、9 つの普遍の原則を支持し、実践することを約束するというもの。
- ¹⁶ 日本企業で取得しているのは、トキワという企業 1 社である。
- ¹⁷ 経済同友会、前掲書、139 ページ。
- ¹⁸ 日本規格協会「企業の社会的責任」24 ページ。

参考文献

- 経済同友会『「市場の進化」と社会的責任経営』2003年3月
- 日本規格協会『企業の社会的責任』2003年4月
- 創価大学アジア研究所『グローバル化と「労働」に関する研究』2003年3月
- トヨタ自動車株式会社『Environmental & Social Report 2003』2003年8月
- ダイムラー・クライスラー『社会的責任への取り組み 未来へのコミットメント』
- ダイハツ工業株式会社『環境報告書』
- セブン・イレブン・ジャパン『環境報告書 2003』
- ソニー株式会社『Corporate Social Responsibility Report 2003 社会・環境報告書』
- 日本アイ・ビー・エム株式会社『環境・ウェルビーイングプログレスレポート 2002』
- 日産自動車株式会社『2003年3月期 環境・社会報告書』2003年3月
- 株式会社資生堂『2003年サステナビリティレポート（社会・環境報告書）』2003年9月
- 株式会社西友『サステナビリティ・レポート 2003』2003年6月
- 花王株式会社『環境・安全報告書 2003年版 花王のレスポンシブル・ケア』2003年8月
- いすゞ自動車株式会社『環境報告書 2003』2003年9月
- 出光興産株式会社『環境・社会報告書 2003』2003年9月
- 株式会社リコー『環境経営報告書 2003』2003年6月
- 三菱電機株式会社『環境・社会報告書 2003』2003年6月
- オムロン株式会社『環境報告書 2003』2003年7月
- 積水ハウス株式会社『環境報告書 2003年1月期』2003年4月
- 三菱商事『サステナビリティ・レポート 2003』2003年8月
- 旭化成株式会社『RC 報告書 2003』2003年6月
- アサヒビール株式会社『環境コミュニケーションレポート 2003』2003年8月
- シャープ株式会社『Environmental Report 2003』2003年8月
- 株式会社イトーヨーカ堂『企業の社会的責任報告書—社会・環境活動報告』2003年9月
- 富士ゼロックス株式会社『社会・環境報告書 2003』2003年9月
- 松下電器産業株式会社『環境経営報告書』2003年