



足達 英一郎 (あだち えいいちろう)

株式会社日本総合研究所
創発戦略センター 上席主任研究員

1. CSRの原点

最近、「企業の社会的責任 (CSR)」という言葉が、にわかには新聞紙上を賑わせ始めている。今年になって、専門部署を作ったり、社内横断的なプロジェクトチームを設置したりという企業も多い。「環境報告書」が「サステナビリティ報告書」や「CSRレポート」に模様替えされ、環境問題以外に、顧客との関係や雇用の状況、社会貢献活動の実績などが盛り込まれるようになった。日本規格協会は、国際標準化機構 (ISO) の動きを先取りして、「企業の社会的責任」に関するマネジメント・システム規格をJIS化する検討を始めるといふ。日本経団連は、企業行動委員会と社会貢献推進委員会の下に「社会的責任経営部会」を設置し、議論を始めている。

では「企業の社会的責任」とは何であろうか。海外事業活動関連協議会 (CBCC) の定義「社会が企業に対して抱く、倫理的、法律的、商業的、かつ公共的な期待に応え、あるいはそれを上回る方法で、事業を展開していくこと」は、米国のBusiness for Social Responsibility (BSR) の定義“CSR means addressing the legal, ethical, commercial and other expectations society has for business, and making decisions that fairly balance the claims of all key stakeholders”を下敷きにしたものだが、「企業の社会的責任」が従来の「価値ある製品、サービスを市場に提供すること」「納税を通じて利益を社会に還元すること」とどまらないというコンセンサスはみられるものの、わが国においては、この数年来の企業不祥事の反省からか、議論が「コンプライアンス = 法令遵守」に矮小化されているらしい

がある。

この言葉が生まれてきた背景には、「グローバル化の進展に対する不安」があることを理解する必要があると筆者は考えている。製品、資本、人材、資材や部品などあらゆるものが国境を越えるようになった。多国籍企業が、世界中で市場を開拓し、生産拠点を作り、資材や部品調達を行うとき、経済的価値だけを過度に優先すれば、環境破壊、労働環境の悪化、雇用の不安定化、地域での所得格差の助長、製品安全性の欠如など負の側面が必ず現れる。「国家よりも存在感を増した企業に、ビジネスの論理プラスアルファを考えてもらわないと、世界がとんでもないことになってしまう」という懸念が「企業の社会的責任」論の原点にある。

2. 欧米企業の動向

加えて、欧米ではNGOの存在感が増している。NGOは政府やマスメディアに代わって、企業を監視し、批判キャンペーンやボイコットなどを通じてその行動を是正させる役割を果たしている。こうしたNGO（環境保護団体をはじめ消費者団体、労働者団体、株主団体など多様な企業を取り巻くステークホルダーを含む）からの要請も背景にある。

欧州が、最近の「企業の社会的責任」論をリードしているというのも、この2つの要因が最も顕在化している状況があるからだ。欧州には、米国主導のグローバル化に対する不信感が根強くあり、同時に中道左派勢力が後退しているといっても、社会的公正や社会階層の格差の増大への懸念が根強くある。さらに、Edelman Worldwideが毎年行っている世論調査によれば、「共感できる社会的組

織」として欧州では、すでにNGOが企業、マスコミ、政府のそのいずれをも上回っているという調査結果がある。

米国では、政府に「企業の社会的責任」論をリードしていこうという姿勢はみられないが、例えば、日本総合研究所が2002年の米国における株主提案802件を収集し、その内容をコーポレート・ガバナンスと社会・環境関連の2つに分類した結果では、全体の34%にあたる273件が社会・環境関連の株主提案だったことが明らかになった。環境分野では「たばこ事業からの撤退(20.7%)」「地球温暖化対策の強化(17.2%)」「社会・環境関連の情報開示の推進(13.1%)」「遺伝子組替作物・製品に対する姿勢転換(11.6%)」などの内容が多くなっている。一方、社会分野では「途上国の労働者の権利尊重(36.0%)」「特定国での事業活動からの撤退(13.3%)」「差別撤廃(10.4%)」などの内容が多くなっている。「特定国での事業活動からの撤退」では、人権侵害があると指摘される北アイルランド、ミャンマー、中国、インドネシアなどの国々における事業活動が問題視されている。

世界の先進企業は、こうした状況を捉えて「社会的責任」に積極的に対応していくことで、リスクマネジメントを強化するとともに、他社に対しての競争優位を築こうと考え始めた。こうした社会と企業との関係の変化が「企業の社会的責任」論の世界同時発生的な潮流を引き起こしていると言えるのである。

3. なぜCSRに取り組むのか

企業に変革を迫ることから始まった社会的責任投資(SRI)は、今日では長期的な運用成果を追求する機関投資家の間に普及し、世界

全体で300兆円を超える資産規模になっている。これは東京証券取引所第1部市場の時価総額を上回る規模である。11月に発表された米国のSRI統計では、2003年の資産総額は2兆1,750億ドルと2001年から株式市況下落のため、6.25%の減少となったが、SRI投資信託の設定数は増大を続けており、資金流入も一貫して増大の傾向にあると報告されている。欧州でも、2003年6月末のSRI投資信託の資産総額は、122億ユーロと2001年末に比べて16%の減少になったものの、設定数では12%増えている。これらSRIの伸長は、「企業の社会的責任」論の大きなトリガーとなっている。

また企業間取引において、「企業の社会的責任」の観点から調達基準を設定する動きも目立つ。「違法な児童労働の禁止」「強制労働、拘束労働などの禁止」「安全で健康な職場の提供」「従業員の権利である結社の自由の尊重」「生まれや信条による差別の禁止」「過酷な懲罰の禁止」「労働時間に関する法令の遵守」などをサプライヤーに要請する動きである。こうしたサプライチェーンにおける要請も「企業の社会的責任」論のトリガーとなっている。

ただ、一方で国内には、こうした「企業の社会的責任」論に違和感を指摘する声もある。「欧米の価値観の一方的な押し付けではないか」「国内のプレッシャーグループからの圧力は顕在化していない」「CSRは企業業績に本当に結びつくのか」などの声がその代表だろう。

しかし、筆者は、多くの日本企業にとって、「企業の社会的責任」は今後の企業戦略の要になると考えている。その理由は、日本社会の人口減少が避けられないという事実からだ。100年後には、日本は現在のタイ国と同じ規模

の人口の国となる。この過程で、国力を維持しようとするれば、当然、これまで以上に海外との関係を強化せざるを得ない。具体的には、資本のグローバル化、製品市場のグローバル化、生産拠点・人材のグローバル化、資材・製品調達のグローバル化という4つの側面、いかにステークホルダーの支持を取り付け、競争力を確保するかということが焦点になる。

失われた10年と言われた間でさえ、海外との関係は確実に強まっていることにあらためて注意を払いたい。全国の証券取引所の数字を合計した投資部門別株式保有比率の推移を見ると1992年の6.3%から2002年の17.7%と外国人の持ち株比率は10%以上も上昇している。経済産業省「我が国企業の海外事業活動」によれば、日本企業の全売上高に占める海外売上高の割合（ $\frac{\text{海外売上高}}{\text{国内本社売上高} + \text{海外売上高}} \times 100$ ）は、1991年の19.6%から2000年には30.1%と、これも10%以上も上昇している。わが国製造業の国内就業者数と日系企業の海外従業員数との比率の推移も1991年の10.2%から2000年には19.5%と上昇している。「企業の社会的責任」論が仮に海外からの外圧だとしても、もはや日本企業は国内市場の論理だけでは通用しないという認識を持つ必要がある。

4. 信頼できる企業像確立に向けて

本年10月24日、筆者は台北で開催された社会的責任投資シンポジウムにスピーカーとして参加した。このシンポジウムにはUNEP（国連環境計画）をはじめとする海外の関係者のほか、台湾で企業倫理を専門とする学識経験者、金融関係者も参加し、100人近い出席者を

前に 環境問題と金融の関係、日本におけるSRI、アジアにおけるSRI、SRI投信の事例、企業調査の実際、企業倫理の重要性、

台湾におけるSRIの可能性というテーマで丸一日をかけてプレゼンテーションと討論が行われた。

極めて印象的だったのは、こうした金融商品を政策ツールとして導入していこうという台湾の政府ならびに経済界の意欲が明確に感じられたことにある。財政部金融局（日本の金融庁に相当）、経済部（日本の経済産業省に相当）、台湾証券取引所、中華民国工商協進會（Chinese National Association of Industry and Commerce、日本の商工会議所に相当）のトップや幹部が会場に足を運び、CSRやSRIの意義を強調した。ダボス会議の主催者として知られる世界経済フォーラム（WEF）の今年の世界競争力報告でもアジア諸国で最高位につけている台湾は、CSRやSRIの重要性をいち早く理解しているということであろう。21世紀にグローバルマーケットで市場競争力を持つためには、あるいは世界から投資を呼び込むためにはどんな条件が必要になってくるのかを台湾の政府や経済界は敏感に感じ取

っていると言える。

「企業の社会的責任」は、これまで以上に海外との関係を強化せざるを得ない日本と日本企業にとっても、真のグローバル化への試金石としての重要な意味を持っている。貿易立国ニッポンの課題は、いまや“Made in Japan”製品を世界に売り歩くことだけにとどまらない。途上国を含む世界のマーケットで「信頼できる企業」像を確立し、世界中に広がる事業拠点で優秀な人材を確保し、世界の投資家から魅力ある投資対象として資金を獲得する必要がある。CSRが製品競争力の源泉となり、魅力ある職場として人を引き付け、将来の企業価値の鍵として投資家の評価の対象になる。こうした状況は、仮に国内ではNGOや社会的責任投資の影響力がなかなか強くなっていかないとしても、確実に世界の常識となってくる。

こうした文脈の中で、日本企業は「社会的責任」ということを位置付けていかななくてはならない。そして、商社には、日本と日本企業にとっての「企業の社会的責任」論のスポークスマンとしての役割が、大いに期待されているのである。

