

グローバル化時代の企業の社会的責任を考える

谷本 寛治

要約

企業の社会的責任とは、経営活動のプロセスに社会的公正性や倫理性を組み込んでいくことである。グローバル化の光と影が交錯する中、企業活動を監視・評価するNGO、国際機関、経営者団体、国連などが新しい企業行動基準（環境、人権、労働などについて）を提示する動きが活発になってきている。企業は社会的責任を果たすべきか否かの議論をする時代はすぎ、いかに果たすべきか、いかに経営戦略に組み込んでいくかが問われるようになっていく。企業は株主のみならずステイクホルダー（従業員、顧客、環境、コミュニティなど）との関係の中で社会的に責任ある活動を行うことが求められており、企業経営を評価する基準も変化しはじめていく。企業が社会的・環境的に高いパフォーマンスをあげ、そのことが評価され財務的パフォーマンスの向上にも結びついていく、という市場社会のメカニズムが形成されつつあり、そのことが持続可能な発展（sustainable development）に寄与していくのである。

本稿では企業の社会的責任の新しい潮流について考えていくことにする。まずはじめに、ここで述べようとしている企業の社会的責任といった内容について、日本で研究している人は実はそんなに多くはない。最初に、なぜそうなのかを述べながら、日本企業の社会的責任の現

状について触れていこう。

いわゆる社会科学の学問は、時代、世の中の動きからかけ離れてはありえない。企業責任とか社会貢献に関する研究者が、どうして少ないのかというと、これまで日本の企業社会において、そういった問題をあまり重視し

てこなかった、あまり求めてこなかったからである。ではこれまで、企業と社会の接点はどこに求められてきたかという点、基本的には、企業活動を通じて経済的なパイを大きくし、それをできるだけ公正に配分し、みんなが豊かになることが社会に共有される価値であった、といえる。

基本的な理解がその範囲にとどまっているため、ここで述べようとするような社会的責任や社会貢献に関する言葉の誤用がよくみられる。経済団体の方々とお話する時にもそういったことを感じる。この手の活動が日本の企業社会の中で定着していない表れだという気がするのである。

こういった背景があったため、経営学とか経済学が対象としているはずの企業の立場から、社会的責任について正面きって議論されることは、あまりなかったのである。

一 「企業の社会的責任」は変わってきている

それでは、企業の社会的責任について、少し解きほぐしながら、先ほど述べた基本的な用語の概念の混乱を整理していこう。

企業の社会的責任が問われた一九七〇年当初の内容と、九〇年代後半になって言われていることの内容とが、実はかなり変わっていることを、述べておかなければならない。

一九七〇年代アメリカでは、公民権問題、ベトナム戦争にまつわる問題、南アフリカのアパルトヘイト問題、公害問題、消費者問題が問われた。そういった問題に関わる企業の反社会的行為に対して「社会的責任を問う」動きが企業の社会的責任論の出発点であった。そこでの議論がその後ヨーロッパ、日本へと飛び火していくのである。

二〇〇一年三月、関西経済連合会（関経連）の企業と社会委員会が「企業と社会の新しい関わり方―地域社会の活性化に向けて」を出した。この作成に私は主査としてかかわったが、「社会的責任」という言葉を入れる入れないで、議論になったことがある。というのは、一九七〇年代半ばに「社会的責任論」がブームになった。それは反公害運動、消費者運動に端を発し、企業の反社会的行為を批判するものであった。それゆえ、「社会的責任」というのは、社会や市民団体から批判される、責任を問われることだという感覚があった。だから、そういった言葉に対する違和感、抵抗感があったのである。

しかし、今日の「社会的責任」とは、先に結論を言っておくと、「通常の経営活動そのものの中に社会公正性や責任を組み込んでいくこと」である。人を雇うことにおいても、人権の問題がかかわってくる。少数民族、障害者、女性に対する差別の問題もある。モノを作り、消費し、捨てる、当然そのあと、どうするのか、という問題がある。つまり、経済性と社会性のバランスとは、よく言われることではあるが、いま問われているのは単にこの二つの間でバランスをとるというレベルの問題ではないのである。効率性を優先する経済活動の中に、いかに社会性を組み込むか。社会的公正性、環境への配慮を組み込んだモノづくりとか、人事政策であるとか、そういうことが、問われつつある。それを踏まえた市場競争が始まろうとしているのだ。そういう新たな市場のメカニズムが、規範が、つくられつつある。

企業の環境問題にしろ人権問題にしろ消費者問題にしろ、そのことが市場において評価されだし、企業価値のあり方が、一九九〇年代後半から欧米社会の中では変わってきている。日本でも、そういった動きの端緒が開かれはじめている。

市場のメインストリーム（主流）は、単刀直入に言えば基本はスペキュレーション（speculation）、すなわち

投機だと思う。ところが、市場の周辺に、消費者や機関投資家から、企業が社会的責任を果たすことを評価しようとする動きが出てくると、企業は「うちは余裕がない」と逃げることはできなくなる。そういった企業は市場から評価されなくなるということである。

二 「市場社会」とは

「市場」と言うと、経済学を学んだ人はいわゆる市場モデルを思い浮かべると思う。しかし、それは教科書の世界である。実際の市場は、そのベースに、社会あるいは国際関係、政治的な要素がストレートに結びついている。

周知のとおり、資本は、国境を越えて自由に移動するものである。そのような状況で、日本の国内市場だけを見て、内輪の論理で対応してはどのようにもならなくなってしまう。日本の資本も外に出ていく。外に出ていくときには、郷に入れば郷に従わざるを得ない。現地で根を張らざるを得ない。そうすると、現地の市場社会で求められている、あるいは国際的に求められているスタイルに適応せざるを得なくなる。そのとき、日本のスタイルで通してしまつて失敗した例は一九八〇年代にたく

さんみられた。

そういつた海外での日本企業への批判を受けて、経団連は一九八九年、CBC（海外事業活動関連協議会・Council for Better Corporate Citizenship）を設立し、対策を考えるようになった。

それでは、「郷に入れば郷に従え」で活動すればそれでいいのか、というと、それだけでも問題がある。例えば環境対策にしても、規制の厳しい国内を逃れ、規制の緩い国外にシフトしていくことの倫理性が問われる。また国内・外で基準を使い分ける二重基準（ダブルスタンダード）自体が問われているのである。つまり社会的責任にしても、ある国では厳しく問われるかもしれないけれども、日本国内では求められることもないから対応しない、という姿勢そのものが、問われはじめている。

ところでこれまで日本では法人間の株式相互持ち合いが非常に強かったが、それが崩れてきて、個人株主と機関投資家が増えてきている。その中で、外国人持ち株は一九九〇年代半ばあたりから一気に増えてきた。アメリカの年金基金などを中心にした機関投資家が、コーポレート・ガバナンスの基準について、日本に厳しい提言をするようになってきた。この流れの中で、ソーシヤル・スクリーニング（社会的評価基準）についても、外国人

株主・機関投資家が日本企業に求めるようになる日は遠くないであろう。

こういった動きは世界の潮流となっており、それが市場のメカニズムに組み込まれはじめているのである。

三 企業に期待される役割

ところで企業が市場社会の中で期待される役割は、決して固定的なものではない。

これまで企業はより安く製品を市場に出していき、得た収益を株主や従業員に配分するかたちで活動してきたが、そういうスタイルだけでは、成り立ちにくくなってきた。環境が変わってきた。日本の企業社会を考えてみても、企業の役割として期待されるものは、戦後まもなくの頃、高度経済成長の頃、低成長の頃、そして一九九〇年代後半から二〇〇〇年代へと至り、明らかに変化してきている。

企業の役割が変化してくる中で、企業を評価する基準は売上高やマーケットシェアであるとか、ROE（株主資本利益率）だけではなく、社会的基準も入るようになってくる。さきほど述べたように、社会的責任は余裕があるときに配慮しようというレベルではなく、経済活動

そのものの中で社会性が問われるという規範がつくられつつある。すなわち、「経営活動のプロセスに社会的公正性や環境への配慮などを組み込んでいくこと」である。社会的基準は、時代とともに変化し、また地域や国によっても異なる。しかし同時にグローバル化によって共通する部分も広がっている。

四 その背景

市場社会において、このような変化が広がるようになってきた背景を、簡単に確認しておこう。

① 経済基本主義の限界。「経済成長してパイを大きくし、配分することで社会が豊かになる」という考え方は、通用しなくなってきた。そういうかたちでの経済成長は、もう難しくなってきたし、「豊かさ」の意味も変化している。

② 経済活動のグローバル化の進展。日本の市場という閉じた中だけで経済活動を理解することが、困難になってきた。日本の企業も海外進出し、同時に国内市場にもグローバル化の波が押し寄せている。

③ ポスト「ポストモダン」。一九七〇年代以降、近代のあり方、産業社会のあり方そのものを問いかえす動き

が「ポストモダン」の運動であった。ただ、「ポストモダン」を推進していく担い手や運動は、当時まだ弱かった。「ポストモダン」に「ポスト」をつけたのは、九〇年代以降、NPO/NGOが影響力をもつようになって、システムをつくりかえていく主体が多様なかたちで現れてきたからである。

④ これまでのシステム（国家・国連等）の行き詰まり、境界を超えた課題。アメリカでは、一九八〇年代レーガン政権の中で財政が緊縮され、ソーシャル・サービスに関する予算も削られた。そこで例えば、大都市の中にくまなくきた貧困層の地域を再開発していかうと、地域のNPOや企業がとともに問題を解決していく試みをおこなっている。

⑤ NPO/NGO活動の拡大、その組織化・専門化、ネットワーク化。NPOやNGOなど市民の活動が組織化し専門化され、企業や政府の活動を監視・評価していく、あるいは企業とNPOが協力し合うなどの動きが、一九九〇年代から出てきている。また、こういった活動の展開は、インターネットの広がり抜きには考えられない。

⑥ インターネットの広がり。インターネットによる情報発信・公開・共有、ネットワーク化、参加の急激な発

展、という新しいコミュニケーションのステージが与えるインパクトは大きい。

五 企業の社会的責任—日本における問題点

ところで、企業の社会的責任に関わる用語の誤解が非常に多いことに注意しておく必要がある。

① 「社会貢献」と「社会的責任」の混同について。「社会貢献」という言葉からすれば、「われわれは本業そのもので社会に貢献している、これ以上する必要はない」と言う人もいる。しかし、アメリカでフィランソロピー (philanthropy) 活動と呼ばれ、おこわれてきた活動は、本来、本業を超えたレベルでの話であった。もちろん、本業の技術を通じた社会への支援のあり方もある。

フィランソロピーとは、もともと「博愛」という意味であるから、本業を通して社会に役立つことを超えたレベルの活動であるが、日本語として「社会貢献」という言葉に訳されたところから、本業と本業を超えたレベルの取り組みとの差異に関して誤解が生まれたといえる。

② 「社会貢献活動」の意義と限界を確認しておこう。政府、企業、第三セクターであるNGO/NPOを考えると、日本では第三セクターが非常に貧弱であったため、

これから育てていかなければならない萌芽期にある。企業社会といわれるように、様々な資源—人材、技術力、資金などが企業に集中してきた。それをいかに生かすかが問われているのである。したがって、最近では社会貢献活動を通して企業とNPOのコラボレーションを進めようという動きが増えており、今後そういった動きを支援していく制度的な基盤づくりが求められている。

しかし、そのことと企業が社会的に責任ある経済活動をおこなうといった問題とを混同してはいけない。つまり「企業が社会に還元する」という発想は、社会貢献であり、社会的責任活動の一部にすぎないのである。

③ 責任の理解の仕方について。責任概念を説明するとき、よくピラミッドを描いて、一番下に「法的責任」、その上に「経済的責任」、一番上に「社会責任」が位置づけられる。倫理が最上段に位置づけられることもある。確かにそんな教科書も多い。しかしこういう考え方をしていると、余裕がなければ最上段の責任を果たすところまでいかない、景気に大きく影響される活動だという話になってしまふ。しかし、それはちがう。

基本的な経済活動をおこなうに際し、法律的責任もあれば、社会的責任も問われるし、倫理的責任もあるわけである。このようなピラミッドを描いて、下から順番に

取り組んでいけばいい、という理解の仕方では、誤解を生んでしまうのである。

④なぜ社会的責任を果たすのかというときの理由づけとして、アメリカで「啓発された自己利益」(エンライトンド・セルフインタレスト: enlightened self-interest)が言われた。この説明はよくなされるが、しかし、非常に曖昧な概念である。社会にとって良いことはまわり回って自分たちの会社にも良い影響を及ぼすことになる、という意味であるが、実際にどのように回るのか、また、これで具体的な企業行動のガイドラインが描けるのか、という問題がある。

やはり、個々の企業として自分たちの鍵になる「ステイクホルダー(利害関係者)との関わり」を明確に打ち出さなければいけない。現在、何となくNPOがブームになっているからという程度の認識で、「NPOと何か協働できませんか」という相談を持ちかけられると、ほんとうに戦略性がないのだな、と感ずるのである。

六 企業の行動基準

こういった背景の中で、一九九〇年前後から国際的にはさまざまな企業行動基準が出てきている。簡単に、い

くつかを紹介しておこう。

①コー・ラウンド・テーブル(Caux Round Table)は、一九八六年日米欧の経営者がスイスのコー(Caux)で結成した組織が、持続可能な経営活動をめざし責任ある企業行動を確立していくために打ち出したステイクホルダーを配慮していく行動原則である。

②セリーズ原則(CERES Principles)は、一九九九年にアメリカのNGOの連合体が定めた環境の基準である。さらに一九九〇年代半ばに、GRI(Global Reporting Initiatives)というガイドラインを出した。当初これは環境活動に関する報告書のガイドラインであったが、今日ではトリプル・ボトムライン、つまり財務的、社会的そして環境の三つの内容を含んだ報告書を提案している。環境報告書だけではなく、社会報告書や財務報告書をもひつくるめたスタイルの報告書が、ヨーロッパの企業で広がりはじめている。

③ここ数年、EUが企業の社会的責任、決して労働問題だけではない広い意味でのガイドラインのあり方をどうするか、議論を積み重ねている。また、OECDの多国籍企業の行動についてのガイドラインも参考になっている。

④SA8000は途上国における労働・人権問題に絞

った企業行動基準である。これは、とくに途上国において極端に劣悪な労働環境・労働条件で工場を運営しているスウェット・ショップ (sweat shop) の問題について ISO 的なスタイルの基準を示すものである。これはアメリカの NGO が中心になって、南米・北米・ヨーロッパの企業や企業を評価する団体などがいっしょになってつくった規定である。ISO 的だという意味は、大まかな基準だけを決めておいて、あとは個々の企業が目標を設定して認証を受けるスタイルだからである。スウェット・ショップの過酷さについて日本では、「搾取工場」と書く人もいるほどである。

⑤一九九九年にワールド・エコノミック・フォーラム、通常ダボス会議で、アナン国連事務総長が、グローバル・コンパクト (Global Compact) という企業の行動基準を提唱した。グローバル・コンパクトは、人権と労働と環境の三つの領域で企業行動のポイントを示している。人権というのはスウェット・ショップの問題に関して、ILO の規定や SA 8000 などをベースに定めている。実際には、二〇〇〇年から動きだし、世界的にも一〇〇社あまりが承認している程度である。まだ、日本では知名度は低いですが、一度その内容をみることで、グローバルなレベルで、いま何が求められているかを知ること

とができる。

七 社会的責任投資

社会的責任投資 (SRI: Social Responsible Investment) は、財務的指標と社会的指標によって企業投資をしていこうというものである。社会的な基準をもって投資決定しようとする SRI の手法は、一九八〇年代以前からもあったが、非常にマイナーな運動であった。一部の社会運動家の批判の手段にすぎなかったからである。教会や大学などが投資するときに、こういう基準を使っていた。

アメリカでは、教会も大学も資産運用で積極的に投資をする。ICCR (Interfaith Center on Corporate Responsibility) は、教会グループが集まって株主行動を中心に行っている団体である。教会グループが資産運用するにあたって、スウェット・ショップで大きな利益をあげている企業に投資するのはまずい。あるいは、煙草もしくはアルコールを禁じている宗派もある。それらに関連する企業に投資することは、彼らの主義主張としてできない。投資している会社の経営陣に対して、株主行動をおこなったり、その手前で対話を求める教会グループ

がICCRである。

アメリカでは、特に一九九〇年代後半になって、SRIが急速に伸びている。社会的、環境的な配慮をもって活動している企業に投資しようとする個人投資家が増えたのみならず、機関投資家がソーシャル・スクリーニングをおこなうようになったことが、最大のポイントである。年金基金を代表とする機関投資家が非常に興味をもつようになったのである。

機関投資家は一九九〇年代半ば以前は、そうした社会的基準を使う投資はしない、とはつきり言っていた。われわれは、社会運動をしている市民グループではない。あくまで受託者責任の中で資産運用をしているだけだ、と言っていた。ところが、一九九〇年代後半あたりから変化している。企業の社会的責任への意識が高まる中、社会的な責任を果たしていない企業は市場において評価されないという動きが定着しはじめているからである。

環境対策は余裕のあるかぎりを取り組むとか、あるいはスウェット・ショップ問題でいいかげんな対応をとっていると企業は評価を落とす。そういった対策をきちんとしていない企業は持続可能な発展を維持することはできない。そんな会社の株はもたない、あるいは経営に口をはさむことが、受託者責任を果たすということであ

る。例えば、CALPERS（カリフォルニア州公務員退職年金基金）は、はつきりと株主行動の国内基準を出している。三十数項目をあげ、明確な一覧表を出している。またイギリスの年金法では、年金基金は二〇〇〇年から投資方針声明の中にSRIの基準を開示することが決められている。

市場での企業評価は、財務的指標と社会的指標をトータルにみる評価に変わりつつある。SRIは、アメリカでは投資市場の一二％にまで伸びているし、ヨーロッパでも近年大幅に伸びている。市場の周辺に、そういった評価を求める声広がって定着してくると、企業は無視できなくなる。そこがポイントである。

八 社会的評価システムの意義

社会的に責任ある企業を市場が評価する市場メカニズムとは、企業の活動について社会的に評価する団体が、企業に関する経済的な情報、社会的な情報について、消費者や個人投資家、機関投資家に提供し、投資の力、消費の力を通して企業に社会的に責任ある行動を求めるところである。企業活動に関わるさまざまな経済的・社会的問題に対して、人びとが日常の消費や投資の活動を通じ

て自らの意思や価値を反映させること、また株主総会において株主提案をおこなうことなどによって、企業に働きかけるものである。

このシステムは、法律的な規制に依存するものでも、企業の自主的倫理的な規制に委ねるものでもなく、市場社会における企業評価から企業活動に影響を与えていくものであり、いわば市場メカニズムを活用したものであるといえる。

九 日本における社会的責任投資

もつとも、社会的責任投資という新しい制度を上から市場に与えるだけで簡単に変化がもたらされるわけではない。アメリカ、イギリスなどにおいて盛んである背景には、一九七〇年代以降の市民の運動があった。さらに、何となくあの会社は良いという曖昧なイメージで評価するのではない。経済指標と同じように、きちんとデータを客観的に評価する機関が社会的信頼を得て定着していなければならない。

日本の場合、いま九本のSRIがあるが、トータルで一十億円を超える程度であり、市場に与える影響はまだほとんどない。市民運動が弱く、また企業を評価する団

体は、まだほとんどない。この状況の中では、すぐには定着しないだろう。

日本でも今後、市民意識が高まり、SRIが伸びていくことを期待している。しかし、外国のSRIファンドの進出や、機関投資家がソーシャル・スクリーニングを持ちこんでくるかたちで、日本の企業社会にインパクトを与える方が早いかもしれない。

付記 本稿は、二〇〇二年四月八日、部落解放・人権研究所 企業部会主催の学習会において行った講演のテープ起こしをもとに、まとめたものである。