

特集

# グローバル化時代の企業と人権

中村 清二

## 要約

グローバル化した今日、新たな質をもった企業の社会的責任の確立と、そのなかに位置づいた人権・部落問題の取り組みが求められている。その一方で、そうした誠実な企業を支援していく社会的仕組みづくりが急がれている。これは、企業のあり方にとどまる問題ではなく、我々がどのような社会をつくっていくかという問題でもあるからである。第三期を切り拓く部落解放運動にとっても、その果たす役割と意義は大きなものがある。

## 一 変化する社会ーグローバル化のなかで

二〇〇三年六月、フランスで開かれたエビアン・サミットで採択された宣言の一つに「成長の促進と責任ある市場経済の増進」があり、その中で「一、コーポレート・ガバナンス」「二、腐敗と透明性」とならんで、「三、企業の社会的責任」が以下のように宣言された。

持続可能な開発のための世界首脳会議の成果を踏ま

え、我々は企業の社会的及び環境面での責任を強化するための自主的努力を支持する。

我々は、関心を有するすべての国と共に、ビジネスが責任を持って行動できる環境作りを含む、持続可能な経済成長を支えるイニシアティブに取り組む。我々はまた、企業の経済的関心と一貫する、OECD多国籍企業行動指針や国連グローバル・コンパクト原則といった、企業の社会的及び環境面での責任を促進する、企業による自主的努力を歓迎する。我々は、企業に対

して、他の主体と協力して、OECDの行動指針や一九九八年の労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言等の既存の文書の実施を補い推進することに取り組みよう奨励する。(外務省仮訳)

まさに近年の企業の社会的責任をめぐる状況を象徴した「宣言」といえる。こうした状況が、グローバル化する世界のどのような変化から生まれてきたのか、そしてそれが一時的なものでなく不可逆的なものであることを見ていきたい。

### 1 巨大化する企業とステークホルダーの拡大

今日、企業の社会的責任を考える際の重要な点として、まず第一に、多国籍企業に象徴されるように、その経営活動がグローバル化のなかでますます巨大化していることがあげられる。少し古いものだが、「表1 一九九五年度経済力ランキングトップ100」<sup>1)</sup>を見ても明らかのように、国家以上の大きな経済的影響力をもつ企業が数多く存在する。このように経営活動がもたらす世界的(国内的)影響力とその利害関係者はこれまでになく大きなものとなっている。

にもかかわらず、国内では存在している社会的公正さや人権を確保するための企業への「規制」が、世界的規

模では存在していない。したがって、企業自身によるコーポレート・ガバナンス(企業統治)・社会的責任は、当然ながらこれまで以上に重要であり、かつその範囲は拡大してきているのである。

日本においても、二〇〇一年三月、関西経済連合会・企業と社会委員会がそのことを指摘し、さまざまな利害関係者の存在と責任を具体的に「表2 社会的に責任のある企業行動のガイドライン」としてまとめている。<sup>2)</sup>

### 2 NGO・NPOの発展や消費者の厳しい視線

一方、市民社会の成熟と相まって、非政府団体(NGO)や非営利団体(NPO)の発展にも著しいものがある。財政力や動員力といった量的な影響力の拡大や、一九七〇年代までのような企業への監視・批判を中心とした活動だけでなく、今日では、問題解決のための具体的方策を「提案」し、さらにはそれを事業化し企業とも協働するというように、活動内容自体も大きく発展してきているのである。

そして、インターネットをはじめとした情報技術の発達、NGO・NPOの世界的規模での活動をより効果的にしているといえる。

また消費者(運動)の視線も厳しくなってきた。

表1 1995年度経済力ランキングトップ100 (国並びに多国籍企業)

1位-100位

□国 □企業

順位	国または企業	GDPまたは売上 (百万ドル)	順位	国または企業	GDPまたは売上 (百万ドル)
1	米国	6,648,013	51	ダイムラー・ベンツ	72,253
2	日本	4,590,971	52	I B M	71,940
3	ドイツ	2,045,991	53	マレーシア	70,626
4	フランス	1,330,381	54	松下電器産業	70,454
5	イタリア	1,024,634	55	G E	70,028
6	英国	1,017,306	56	シンガポール	68,949
7	ブラジル	554,587	57	トーマン	67,809
8	カナダ	542,954	58	コロンビア	67,266
9	中国	522,172	59	モービル	64,767
10	スペイン	482,841	60	フィリピン	64,162
11	メキシコ	377,115	61	イラン	63,716
12	ロシア	376,555	62	日産自動車	62,618
13	韓国	376,505	63	フォルクスワーゲン	61,487
14	オーストラリア	331,990	64	シーメンス	60,673
15	オランダ	329,768	65	ベネズエラ	58,257
16	インド	293,606	66	B P	56,992
17	アルゼンチン	281,922	67	東京三菱銀行	55,243
18	スイス	260,352	68	クライスラー	53,195
19	ベルギー	227,550	69	フィリップモリス	53,139
20	オーストリア	196,546	70	東芝	53,089
21	スウェーデン	196,441	71	アイルランド	52,060
22	三菱商事	184,510	72	パキスタン	52,011
23	三井物産	181,661	73	チリ	51,957
24	インドネシア	174,640	74	ニチメン	50,882
25	伊藤忠商事	169,300	75	ニュージーランド	50,777
26	G M	168,829	76	東京電力	50,343
27	住友商事	167,662	77	ペルー	50,077
28	丸紅	161,184	78	兼松	49,878
29	デンマーク	146,076	79	ユニリバー	49,638
30	タイ	143,209	80	ネッスル	47,767
31	フォード	137,137	81	ソニー	47,619
32	香港	131,881	82	フィアット	46,467
33	トルコ	131,014	83	VEBA	46,278
34	南アフリカ	121,888	84	N E C	45,593
35	サウジアラビア	117,236	85	本田技研	44,090
36	トヨタ自動車	111,139	86	UAP-Union	43,929
37	ロイヤルダッチ・シェル	109,853	87	アリアンツ	43,486
38	ノルウェー	109,568	88	エジプト	42,923
39	エクソン	107,893	89	アルジェリア	41,941
40	日商岩井	97,963	90	エルフ	41,729
41	フィンランド	97,961	91	ハンガリー	41,374
42	ウォルマート	93,627	92	フィリップス	40,146
43	ポーランド	92,580	93	富士通	39,007
44	ウクライナ	91,307	94	日本興業銀行	38,694
45	ポルトガル	87,257	95	ドイツ銀行	38,418
46	日立製作所	84,233	96	ルノー	36,876
47	N T T	82,002	97	三菱自動車	36,674
48	A T & T	79,609	98	デュボン	36,508
49	イスラエル	77,777	99	三菱電機	36,408
50	ギリシャ	77,721	100	ヘキスト	36,407

出所：斎藤慎「企業評価の新しいモノサシ」（生産性出版、2000年）60頁より転載。Institute for Policy Studies (IPS), "The Rise of Global Corporate Power", 1996. フォーブス誌と世界銀行「世界開発報告書1996」のデータをもとにIPSが計算。企業の売り上げは1995年度、GDPは1994年度のもの。

商品選択に際し、価格や品質だけでなく、その企業の社会的責任も一つの重要な基準と考える流れが強まっていることである。これは、購入を通して「より良い社会づくり」に少しでも貢献したいという消費者の選択である。少し高い価格であっても社会的責任を果たしている企業の商品を選ぶ、という調査結果にもそのことが反映している。<sup>5</sup> さらに、企業不祥事や会計疑惑といった法令遵守違反に対しては、これまでにない厳しい批判と選択を消費者から受けるのである。

### 3 国連のグローバル・コンパクトやISOでの社会的責任・規格化の検討

国際レベルでも、一九九九年にアナン国連事務総長が、労働・人権・環境を企業と国連が連携して守っていくためのグローバル・コンパクトを提案し、現在、八〇〇近い企業がこれを支持する署名を行っている。<sup>4</sup>

さらに地域レベルでは、EU（欧州連合）が二〇〇〇年に、「より良い雇用と社会的統合を伴う持続可能な経済成長」にとつて、企業の社会的責任は欠かすことのできない要因として位置づけた。促進のための制度的社会的条件の検討を進め、二〇〇一年にはグリーン・ペーパー「企業の社会的責任に関する欧州枠組みの促進」を、二〇〇二年にはホワイトペーパー「企業の社会的責任 持続

可能な発展への企業貢献」を出している。<sup>5</sup>

また、ISO（国際標準化機構）が近年、企業の社会的責任を規格化する方向で検討を進めているし、民間レベルでは、すでに労働・人権問題の認証システムであるSA8000や、財務・環境・社会のトリプル・ボトムラインを押さえた企業報告書ガイドラインとして「グローバル・レポートイニング・イニシアティブ」（GRI）が広がり出している。<sup>6</sup>

### 二 今日の企業の社会的責任とは

以上見てきたように、市場を取りまく社会状況は大きく変化しており、それに伴い企業の社会的責任の内容も発展してきている。そして「社会に対する責任を果たすことこそが、企業の持続的な成長と発展につながる」という認識も広まりつつある。

そこで以下、今日の企業の社会的責任をどのように考えていくか、旧来の考えと対比して検討していきたい。これまでの考え方は基本的に企業利益をあげ、それを税金や安定雇用、さらに寄付や従業員のボランティア活動支援などにより社会に還元していく、という枠組みであったといえる。しかし、今日求められている内容は、

表2 社会的に責任ある企業行動のガイドライン

	目 標	手 段 (例示)
株 主	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株主にとって魅力的な企業となること</li> <li>・株主価値を一層重視した、競争力あるコーポレート・ガバナンスの追求</li> <li>・ディスクロージャーとアカウントビリティの充実</li> <li>・社会的責任投資 (SRI) の広がり認識し、中長期的な企業価値の向上に努めること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取締役会の活性化 (外部取締役の導入・活用)、監査システムの見直しなど不断の改革</li> <li>・より公平かつ透明度の高いインベスター・リレーションズの追求 (株主・投資家への情報開示の充実)</li> <li>・SRIにおける社会的スクリーニング・株主行動への対応</li> </ul>
従業員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用の創出に努めること</li> <li>・人材育成・支援 (キャリア開発の機会、エンプロイビリティの向上) に努めること</li> <li>・公正な労働慣行の実現</li> <li>・職場環境の安全性の確立</li> <li>・生きがいをもって働ける場の形成</li> <li>・進出国における現地人の採用と公正な評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人事政策・考課基準の明確化、評価についての透明性・公平性の促進</li> <li>・女性・高齢者・障害者の雇用・昇進における差別撤廃と働きやすい職場環境の形成</li> <li>・女性役員の登用</li> <li>・様々な休暇制度の利用可能性の向上</li> <li>・途上国においてスウェットショップ*1を利用しないこと (サプライチェーンにおいても)</li> <li>・国際的な行動規準の導入 (SA8000など)</li> </ul>
顧 客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客のニーズや要望を受け止め、その品質に責任をもつこと</li> <li>・製品の素材、製造方法、安全性に関する情報の公開</li> <li>・顧客との信頼関係の構築</li> <li>・環境や人権対策に関するグローバルな潮流の認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造物責任の明確化 (PL法の遵守)</li> <li>・情報公開の促進</li> <li>・マーケティング・広告における公正性・倫理性の確立</li> <li>・苦情処理制度の機能強化 (形骸化回避の取り組み)</li> <li>・顧客のプライバシー保護 (とくにeコマースにおいて)</li> <li>・国際的な行動規準の導入 (ISO14000シリーズ、SA8000など)</li> </ul>
環 境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営活動の全プロセスにおいて環境保護・保全に努める環境マネジメントの確立 (環境方針・実施体制の確立とゼロエミッション、省エネ・省資源の推進、循環型経済社会の実現等に努めること)</li> <li>・環境リスクの認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・環境監査システムの導入 (ISO14000シリーズ、EUでのEMAS*2の認証)</li> <li>・環境報告書、環境会計の導入</li> <li>・環境に配慮した製品の開発 (ライフサイクル・アセスメントの実施、エコラベルなど)</li> <li>・グリーン調達促進 (系列企業への支援)</li> <li>・リサイクルシステムの構築</li> <li>・環境教育の実施</li> </ul>
コミュニティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所が所在するコミュニティの社会的ニーズや文化・制度の把握と良好な関係の構築</li> <li>・グローバル・コミュニティ (国際社会) の抱える課題を理解し支援すること</li> <li>・地域の市民団体やNPOとの交流と協働関係の構築</li> <li>・サイバー・コミュニティの広がりとその影響力の認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会貢献活動の理念の明確化</li> <li>・様々な経営資源—資金 (寄付)、人材 (ボランティア支援制度)、施設の利用、技術 (経営管理など) —を活用したコミュニティ支援</li> <li>・ビジネスのコアの機能を活用した地域活性化への関与 (社会貢献として/ビジネスとして)</li> <li>・インターネットを積極的に活用した企業情報の開示</li> </ul>

\* 1 : スウェット・ショップ : 児童労働や劣悪な労働条件で働かせる搾取工場。

\* 2 : EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) : 環境管理・監査規則。EUにおいて1995年4月から運用されている環境マネジメントシステム及び監査に関する制度。

「経営活動のプロセスに社会的公正・倫理性、環境への配慮を組み入れ、株主だけでなく顧客、従業員、コミュニティ、サプライチェーンや請負業者、環境などに対して責任を負う」ことである。<sup>7)</sup>

具体的には、第一に、企業の本来業務（専門技術）を活用した社会的支援、第二に、環境配慮型商品・障害者や高齢者支援商品（サービス）の開発、フェア・トレード、地域再開発事業などの社会的商品・サービス・事業の開発、そして第三に、表2で示したような、従業員をはじめさまざまな関係者に対する社会的責任、などである。すなわち、「経済的成果の配分の仕方」ではなく「経済活動の仕方そのもの」が問われているのである。

今やこうした社会的責任を果たすことは、企業にとって「コスト」ではなく、将来へのあるいは社会への「投資」として位置づける発想が求められているのである。本年三月に出された経済同友会の『第一五回企業白書』も明確にそのことを指摘している。<sup>8)</sup>あるいは「企業市民」という言葉がよく使われているが、これも従来のような「企業もコミュニティの一員であるから」という意味合いだけでなく、「社会との関わりを広く捉えた」存在としての企業を意味する、と理解すべきである。したがって、どのような内容の社会的責任をどのよう

に果たすかは、企業にとってまさに経営上の戦略的位置づけを要する課題であり、どこかの一部署だけが担当するという課題ではない時代なのである。そして、こうした試みに挑戦する企業は、欧米のみならず、日本でも急速に現れてきている。<sup>9)</sup>

### 三 人権・部落問題と企業

企業の人権・部落問題の取り組みは、大きくは一九七五年の「部落地名総鑑」差別事件発覚に端を発し、以来、企業内の人権啓発を中心に就職困難層等の雇用などさまざまな取り組みが進められ、多くの成果をあげてきた。しかし、近年、取り組みのマンネリ化や、全体化していないなどの課題も出てきており、新たな展望が模索されている。<sup>10)</sup>人権・部落問題解決における企業の社会的責任が改めて問われているわけである。だからこそ、上記で述べたような企業の社会的責任の新たな認識（段階）をベースに、人権・部落問題の取り組みや位置づけを再構築していくことが重要ではないかと考える。

そのためにはまず第一に、社会的責任の取り組みの戦略的位置づけを企業内において明確にすることが不可欠である。土台がしっかりしていなければ、その上に何を

築こうとしても、遅かれ早かれ限界が出てくるからである。第二に、そのなかに人権・部落問題をしっかりと位置づけ、取り組み内容を再構築していくべきである。そして、第三に、これらの実効性を担保する、社会的責任の統括的な部署を確立することである。現状では、人権、環境、コンプライアンス、そして社会貢献などの担当部署はそれぞれ違い、有効に連携していないからである。

また部落問題は、企業にとつての利害関係者という側面からみると、従業員の問題であることはいうまでもなく、地域の問題でもあり、顧客の問題でもある。こうした視点からも、部落問題に対するアプローチを検討すべきである。例えば、電機メーカーが、本業である情報機器を活用したインターネット指導やデータベース作成といった社会的責任の取り組みを進めている。これ自体は極めて興味深い取り組みである。他方、大阪府二〇〇〇年調査でも明らかにしたように、被差別部落の場合、パソコンやインターネットの普及率が平均の五割ぐらいであり、情報化時代の今日、デジタル・デバイドを新たに生み出しているという実態がある。問題は、人権・部落問題を視野に入れた社会的責任の取り組みが進められているかどうかである。

あるいは、顧客や従業員の個人情報保護は、国際的に

も国内的にも企業の大きな課題となってきた。他方、就職差別の問題、特に身元調査の問題は、長年来、企業にとつて極めて大きな位置を占めてきた課題である。問題は、この二つが別々の問題ではなく、個人情報保護という点ではまったく同質の問題であると認識され（部落問題関係情報の方がよりセンシティブな情報とはいえるが）取り組まれているかどうかである。

また今日、若年者の雇用問題が急速にクローズアップされているが、大学進学率が低く高校中退率が高い被差別部落の青年の雇用状況は極めて深刻である（府二〇〇〇年調査では一五〜一九歳の失業率が約一五%に対し、部落は約三〜%にも達している）。

他にもこうした事案は数多くあるが、要は社会的責任や人権・部落問題をみる視点により、現状認識は大きく左右される。したがって、繰り返しになるが、社会的責任の戦略性が確保され、そのなかに人権・部落問題がしっかりと位置づくことの重要性を再認識すべきである。そして企業内の人権啓発活動も、こうした認識や具体的な取り組みのための出発点であり通過点（手段）であり、決してゴール（目的）ではないといえる。

また、こうした人権・部落問題の取り組みを進められるかどうかは、やはり企業のトップの姿勢によって大き

く左右されることはいうまでもない。

#### 四 誠実な企業が発展できる社会の仕組みを

日本でも馴染みのアメリカの大手おもちゃ会社トイザラスは、「一九八〇年代におもちゃピストルの販売を中止」した。「ピストルによる犯罪の撲滅を願う以上、それが正しいと判断した」からである。しかし、こうした社の理念と現実の開きは大きい。トイザラスがおもちゃピストルを売らなくても、他のおもちゃ販売店はいくらでも売っているし、すばらしい理念を掲げたトイザラスのみが売上を損なう、という結果を生み出すからである。<sup>11)</sup>

これは象徴的な事例だが、現実にはこれに類した状況があふれている。つまり企業が誠実に社会的責任を果たそうとすればするほど、コストがかかったり「不正な利益」を放棄せざるをえず、他社との競争に遅れをとるという危険性が大きくなるのである。

我々はこうした「危険性」を是正し、むしろ誠実な企業ほど発展していける社会の仕組みをつくっていく必要がある。なぜなら、そうした「危険性」を温存している社会自身の改革を放置していれば、不十分にしか目的は達成されないからである。

以下、すでに取り組みされている、誠実な企業が発展できる社会の仕組みづくりを三点にわたって紹介したい。

第一は、どの企業がどのような社会的責任をどこまで果たしているのか、を評価する評価機関が必要である。こうした情報がまず社会に広く伝わるのが重要である。現在、欧米を中心にさまざまな評価機関（非営利団体もあれば会社形態もある）が存在し、企業をさまざまな指標で評価している。日本においても朝日新聞文化財団が早くから取り組みを進めてきたが、近年、株式会社インテグレッタクスや特定非営利活動法人パブリックリソースセンター、(株)日本総合研究所なども本格的に評価活動を始めている。<sup>12)</sup>

もちろんこれについては、ホームページや報告書などによる企業の情報公開が重要であることは言うまでもない。

第二に、こうして評価された企業に対して、積極的に投資していく「社会的責任投資」(Socially Responsible Investment = SRI) が大切である。

近年、SRIが高く評価されているが、具体的には、SRIスクリーン運用、株主行動、コミュニティ投資、の三種類に大別される。SRIスクリーン運用は、従来の財務的評価に加えて社会的な評価(スクリーン)にかけ



表3 世界の社会的責任投資の残高推計(2001年)  
 (単位) 10億ドル

米国	2332.0
英国	326.6
カナダ	31.4
その他欧州	17.6
日本	1.9
オーストラリア	1.1
Total	2710.6

(出所) ラッセル・スパークス氏の推計による

(出典: 日刊工業新聞/2003.1.20)

る)を組み込んだ投資手法で、資産運用の考え方から発展したものである。株主行動は、企業の株主の立場を利用して、株主提案や議決権行使などにより経営者層に対し社会的な配慮を働きかけることである。コミュニティ投資は、地域のスラム化・貧困や福祉問題などの改善のための投資である。

アメリカでは、二〇〇一年九月時点で、SRI資産残高が二兆三四三〇億ドルと一九九五年と比べ約六倍にも達しており、金融商品総運用資産に占める割合は一一・八%となっている。

日本でも、一九九九年から一連の投資信託「エコファンド」が、二〇〇〇年には環境のみならず雇用・消費者・社会貢献の四分野をカバーした「あすのはね」ができ、個人投資家を中心に大きな反応が見られたが、総資

産残額はまだまだ少ない。しかし本年七月末には、企業年金を対象に初めてSRIが設定されるなど、新たな動きも続いている。

また、地方自治体が独自の企業評価に基づいて入札委託契約の際、一定の優遇を行うという新たな動きも注目したい。

第三に、法制度の整備である。EUでは、社会的責任の自主的努力を促進するための条件整備が検討されている。またアメリカについてSRIが発展しているイギリスでは、二〇〇〇年に年金法を改正し、年金基金を運用するにあたって社会的責任の視点をどのように考慮したかの情報公開を義務づけ、SRIの発展を側面的に支援するとともに、社会的責任の促進のための担当大臣も設けている。同様の年金法の改正は、ドイツやオーストリアでも二〇〇一年に実施されている。フランスでは二〇〇一年五月に環境レポート・社会レポートの発行を企業に義務づけるとともに、二〇〇二年六月「持続可能な成長」担当大臣を設けている。オランダでは、グリーンインベスト(環境に対するSRI)への税制優遇措置を設けている。

他方、アメリカでは、SRIに対して行政による関与はまったくないが、企業の不正に際しては、「連邦量刑

ガイドライン」のように罰金金額を誠実な企業に対しては配慮し、不誠実な企業に対しては大幅に加算する、という厳しい政策をとっている<sup>(15)</sup>。

日本では法制度上、社会的責任を促進していくような取り組みは何も存在していないが、早晚、何らかの対応が必要となってくると予想される。

## 五 終わりに—今後の課題

最後に、誠実な企業を支援していく社会的仕組みづくりにおける日本の課題を示しておきたい。

第一に、企業の評価機関そのものが少なく、評価対象としている企業の回答数も少ないという点がある。また社会面も含めた企業の情報公開が遅れているということも影響しているが、企業の社会的責任に関する情報量があまりにも少ない。

第二に、「人権の視点」からの評価活動が弱い点がある。この背景には、数少ない評価機関が財務・環境・社会の三分野を総合的に評価するという枠組みで調査を実施していること（これ自体は意義のあることなのだが）や、人権の取り組みをどのような基準で評価するかという点での難しさがあること、などがあると思われる。

第三に、日本ではSRIのまだ一〇本程度で少なく、内容的にもほとんどが環境中心となっている点がある。

第四に、一部では株主行動が実践されてきたが<sup>(16)</sup>、年金基金をはじめとした機関投資家によるSRI全般に対する関心が低い。EU各国にみられた法制度の改善を日本も早急に実施すべきだが、一方で、労働組合も直接・間接関与している共済・年金基金の運用に、もっとSRIの視点を位置づけていくべきである。

第五に、企業の社会的責任を調査研究する大学の研究者（研究機関）や、企業（経営者）自身による実践交流の場（組織）が極めて少ない点がある。このことは、結果としてさまざまな取り組みの裾野を狭くしている。

## 注

- (1) 斎藤慎「企業評価の新しいモノサシ 社企責任からみた格付け基準」生産性出版、二〇〇〇年一〇月。
- (2) (社) 関西経済連合会 企業と社会委員会「企業と社会の新たなかわり方」二〇〇一年三月、五頁。
- (3) 斎藤前掲書、一〇三頁。
- (4) 高島肇「グローバル・コンパクトと日本」『部落解放研究』一四七号、二〇〇二年八月。
- (5) Scott T. Davis「第三章 CSRと欧州連合(EU)」

高巖ほか共著『企業の社会的責任―求められる新たな経営観』（財）日本規格協会、二〇〇三年四月。

- (6) ISOの社会的責任・規格化の動向については、辻義信「第二章 国際的な動向に見るCSRの現状」（高巖ほか前掲書所収）が詳しい。SA8000の認証を受けた日本企業については、「SA8000事例…トキワ」『月刊アイソス』№68、二〇〇三年七月）、GRIについては『GRI サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン 2002』を参照されたい。

- (7) 谷本寛治編著『SRI 社会的責任投資入門 市場が企業に迫る新たな規律』日本経済新聞社、二〇〇三年六月。この他、経団連社会貢献担当者懇談会編『この発想が会社を変える』（産経新聞ニュースサービス、二〇〇一年七月）や「障害者の海外旅行記」をテーマとする今西正義・JTBバリアフリープラザ統括部長の連載（読売新聞「夕刊」第一金曜日に掲載）がある。

- (8) (社) 経済同友会『第一五回企業白書 「市場の進化」と社会的責任経営』二〇〇三年三月。

- (9) 日本経済新聞「社会的責任」取引先に要求」二〇〇三年五月一日（夕刊）、「法令・環境など社会的責任活動 東芝、専門組織設け強化」二〇〇三年七月一日。「リコー 一流オリジナルCSRを現在位置付け中」『月刊アイソス』№68、二〇〇三年七月。Business for Social responsibility 作成／(社) 海外事業活動関連協議会翻訳『企業の社会的責任に対応するための社内体制の構築』二〇〇二年一二月。

(10) 同和問題に取り組む全国企業連絡会「全国同企連は、斯くして誕生した！」二〇〇三年二月。大阪同和問題企業連絡会編『企業のなから 証言 部落問題と向き合っ』解放出版社、一九九八年八月。

- (11) 斎藤前掲書、二四一頁。
- (12) 企業の評価機関については、谷本前掲書の「第五章 社会的責任投資の事例」。

- (13) 社会的責任投資については、谷本前掲書の「第三章 社会的責任投資の発展」。

- (14) 自治労／自治体入札・委託契約制度研究会『社会的価値の実現をめざす自治体契約度の提言―政策入札で地域を変える―』二〇〇一年一〇月。

- (15) 連邦量刑ガイドラインについては、高巖／T・ドナルドソン『ビジネス・エシックス 企業の市場競争力と倫理法令遵守マネジメント・システム』文眞堂、一九九九年、三〇九頁。

- (16) 森岡孝二「日米における社会派株主運動と企業改革」『経済研究年報』大阪経済法科大学経済研究所、二〇〇三年三月。