

政府主導による中小企業 CSR の推進¹

～中小企業 CSR の普及を目指して～

明治学院大学 西村万里子研究会 産業分科会

川内俊 小池智之 服部良亮 松尾あさみ 宮内涼

2009年12月

¹本稿は、2009年12月12日、13日に開催される、ISFJ日本政策学生会議「政策フォーラム2009」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、西村万里子教授（明治学院大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

要約

本稿は近年注目されている CSR を研究したものだ。CSR 言えば、大企業のものという印象が一般的かもしれないが実はそうとはいきれない。中小企業も CSR は行っているのだ。しかしその内実は行ってはいるがあまり効果がなかったり、むしろマイナス効果を生んでいたりという状態だ。そうしたことから私たちは中小企業がもっと CSR を行い、その基盤である地域社会の活性化につなげられないかということを考えた。そのために「中小企業 CSR」なる中小企業がどういった CSR に力をいれるべきかを提示し、CSR をやることに對して正当な評価を得られるような体制を生み出すことを政策提言としたい。

なお本稿は 1 章にて現在の中小企業をとりまく現状を、昨年秋の経済危機以降のデータをもとに、その苦しさを論じた。

次に 2 章では中小企業が現在行っている CSR を論じた。中小企業は、大企業から言われるがまま CSR を行っているばかりで、そこに自主性はなにもない。しかもその押し付けられた CSR により経営に悪影響を及ぼすことが多々ある。こういった現状の問題点も列挙している。

続いて 3 章において私たちが考えた「中小企業 CSR」を説明する。これは中小企業がどういった CSR を行わなくてはいけないのかを提示したものだ。そのポイントは 3 点あり自発性と、経営意義があることと、地域密着性である。この 3 点を満たす CSR を中小企業がおこなうことによるメリットも示し、私たちが考える「中小企業 CSR」がいかに有効であるかを論じる。

そして 4 章では海外との比較分析を行う。どういった CSR をしなくてはいけないかだけを提示しても実行に移せなくては意味がない。そこで海外ではどのような制度・体系のもとに CSR が行われているのかを研究し、日本との違いを見出す。本稿では比較の対象にイギリスとデンマークを採用し、日本の問題点を見つけ政策提言へとつなげる。

最後の結びに政策提言とした。私たちは 1～4 章までを踏まえ、CSR 庁のようななんらかの専門機関を設置する。さらに中小企業が CSR を行うことに意義を感じられるように認証制度を整える。と同時にどういった CSR を行えば認証を受けられるのかを独自の規格をもって提示する。中小企業が CSR から活性化させていき、地域への活性化へとつなげる。これを政府の地域活性化政策として私たちは提言したい。

本稿は以上のような内容で構成されている。

目次

はじめに

第 1 章 中小企業の現状

- 第 1 節 中小企業の定義
- 第 2 節 経営状況の悪化

第 2 章 中小企業の CSR の現状

- 第 1 節 一般的な CSR
- 第 2 節 中小企業の CSR とその問題

第 3 章 中小企業 CSR

- 第 1 節 中小企業 CSR とは
- 第 2 節 なぜ中小企業に CSR が必要か
- 第 3 節 中小企業 CSR を行うメリット

第 4 章 イギリスとの制度比較分析

- 第 1 節 CSR の海外事例
- 第 2 節 日本の CSR 体系
- 第 3 節 海外と日本の比較

第 5 章 政策提言

- 第 1 節 政府への政策提言
- 第 2 節 ベストプラクティスの紹介
- 第 3 節 まとめ

先行論文・参考文献・データ出典

はじめに

CSR、企業の社会的責任。この言葉が日本で多く聞かれるようになったのは2003年頃である。この当時はCSRという言葉すら知らない企業が多く存在した。しかし6年がたった今ではCSRという言葉聞いたことも無いという企業はまずない。TVコマーシャルにおいても環境保全活動や貧困地域に対する援助をアピールする企業があるほどである。企業が社会的責任を意識するようになることはもちろん、そこに関わる消費者などのステークホルダーもCSRを行う企業に対する注目が高まっているといえる。

ただ、社会的責任がひろく広まりつつありプラスの効果をもたらす一方、マイナスの被害を受けるものもある。そこで私たちは中小企業に着目した。大企業が海外向けのアピールをするために様々なことを中小企業に強いることで、中小企業が損をする例が多々あることを私たちは発見した。そこで私たちは中小企業のCSRに対する考え方や意識、手法を改善し定着させる方法を考えなければならないのではないかとということと中小企業の重要なステークホルダーである地域との関わりも考えなければならないのではないかとという2つの問題意識を抱いた。従来の大企業から強いられたものを「CSR」と信じて疑わない中小企業に対して、もっと自発的に且つ効果の高まる方法があるのだという意識を抱いてもらうことや、その手法を明確にしてあげること。中小企業といえば、既に地域に根付いた活動をしているだろう。しかし従来の地域密着とは違う形。すなわちCSRというアプローチで地域密着をできないかということを考えたい。

また本論文の執筆にあたっては、専門家の先生にお話を伺い現状把握に努め、ヨーロッパとりわけイギリス、デンマークの制度をもとに日本との比較分析を行った。まず1章において昨年秋の経済不況以降、中小企業が苦しんでいるという現状をいくつかのデータから提示したい。そして2章で中小企業が現在行っているCSRの現状。3章で私たちが考える中小企業CSRの提示。ここで中小企業が現在行っているCSRとは違い、どういったCSRをしていかななくてはいけないかを論じる。そして4章で海外事例をもとに制度比較分析を行った。ここでCSRが、海外では政府主導で行われており、一方の日本では民間で行われているという違いに着目し、なぜ日本では海外の例に倣えないのかまた日本が現行の体制を引き継げばいいのか、それとも海外の例のようになった方がいいのかを分析する。そして最後に私たちの政策提言、すなわちどうしたら中小企業がCSRを行うか。またその制度を導入するにはどういったことが必要かという政策提言をし、本論文の結論としたい。

第 1 章 中小企業の現状

第 1 節 中小企業の定義

本稿では中小企業の定義を中小企業庁の定義から行う。以下の表がその定義である。

	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他産業
資本金	3億円以下	1億円以下	5千万円以下	5千万円以下	3億円以下
従業員	300人以下	100人以下	50人以下	100人以下	300人以下

本稿で登場する中小企業とは上の表に当てはまる企業である。

経営状況の悪化

(1) 日本経済を取り巻く環境

我が国の経済状況は 2007 年 11 月から景気は後退しはじめ、実質 GDP 成長率は世界経済の持続的な成長を背景とした輸出の増加と、それに伴う設備投資の増加によるものであった。家計部門の所得が落ち込み、消費需要は総じて伸び悩んだことから、外需が経済成長を支える形となっていたが、その後のリーマンショックなどの経済危機と世界経済の減速が生じたことにより、外需が大幅に減少し、輸出型の製造業を中心に生産は急速に減少していった。

(2) 中小企業を取り巻く環境

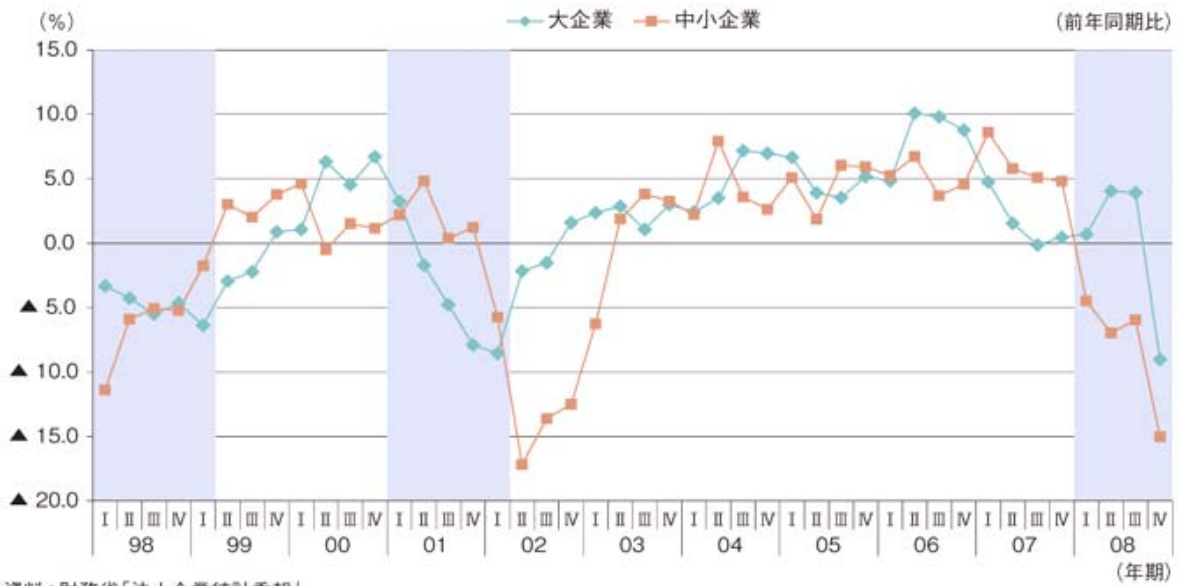
原油・原材料価格の高騰と急落、世界的な金融危機により我が国の景気は急速に悪化し、中小企業もこの煽りを受けた。中小企業庁のデータによると中小企業の売上高が景気後退に入った 2008 年から大幅に下落していることがわかる。(図 1)

続いて中小企業が 1、2 年先に自社と業界に対してどのような業況感をいっているのかというものをグラフ化した。(図 2) これによるとやや悪い、悪いというマイナスイメージを足し合わせたものが自社に対しては 75 パーセント、業界に対しては 85 パーセントにも及んでいる。実際の現場にいる中小企業の人々が今後明るい印象を抱いていないという現状が見て取れる。

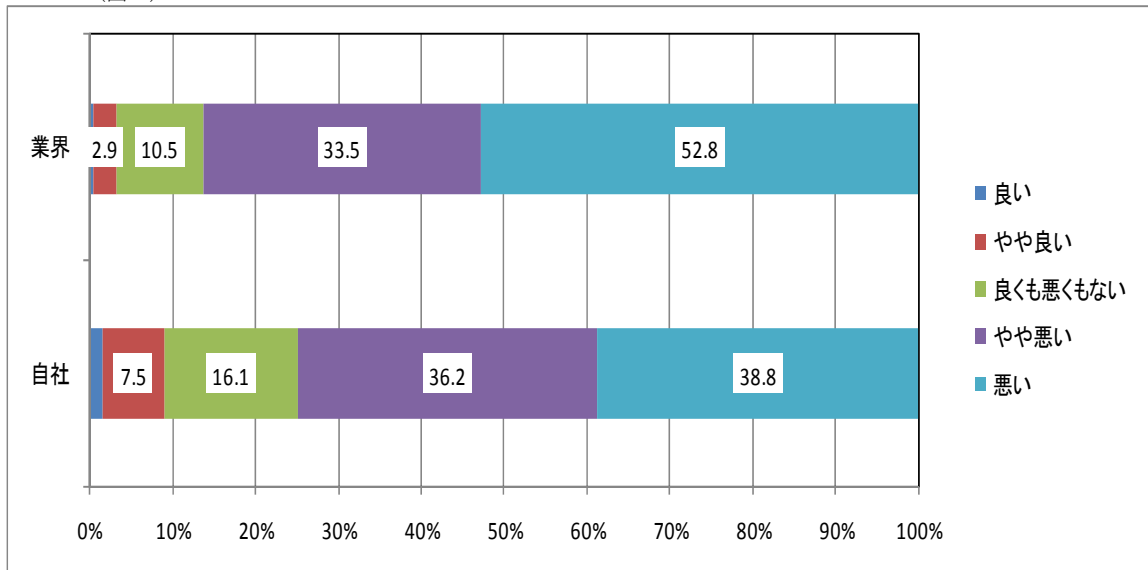
続いて廃業件数のグラフを取り上げた。グラフをみてわかる通り 2008 年秋以降の金融危機以降、廃業に追い込まれることが増えている。(図 3)

以上から実数として売上高や廃業数などの面でも中小企業が追い込まれていることがわかり、さらに業況感という精神的な要素としても追い込まれてしまっていることがわかる。

(図 1)



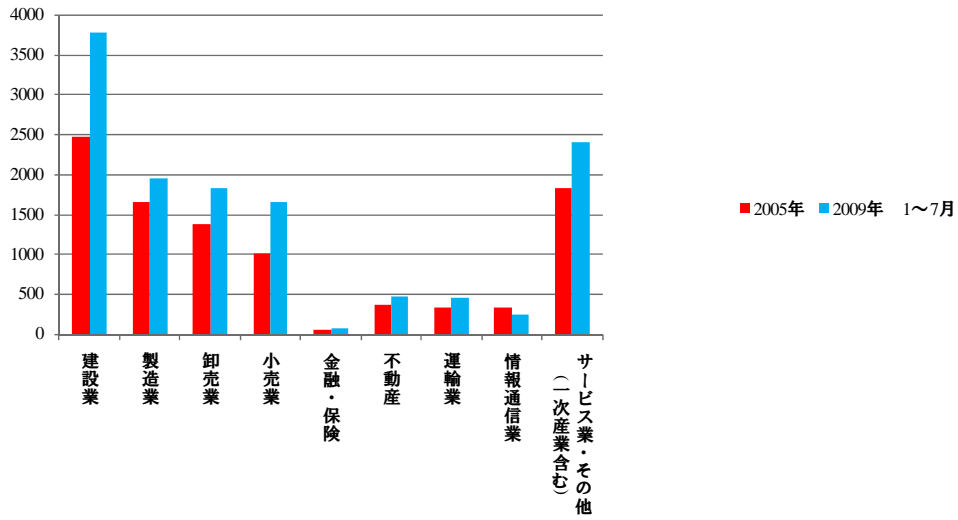
(図 2)



中小企業庁『中小企業白書』（2008）より作成

<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/index.html>

(図3)



中小企業庁「中小企業白書」(2008)より作成
<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/index.html>

第2章 中小企業の CSR の現状

第1節 一般的な CSR の現状

中小企業で行われている CSR を論じるにあたって、まず大企業も含めた一般的な CSR とはどういったことかを論じたい。

CSR とは一般的に「企業の社会的責任」と呼ばれているが、現在までのところ国際的に合意された統一的な定義はない。そのため CSR はそれぞれの組織や団体に独自に定義づけがなされている。例を挙げると日本規格協会が定義する、CSR とは「企業が法令遵守にとどまらず、市民、地域及び社会を利するようなかたちで、経済、環境、社会問題においてバランスの取れたアプローチを行うこと。また、その結果を主体的に公表し、説明責任を果たしていくこと」²とある。

また、CSR が進んでいるとされる EU の欧州委員会が公表したヨーロッパの枠組みを推進するための企業の社会的責任、通称「グリーンペーパー」のなかでは、CSR を「本質的に会社が自発的により良い社会と環境保全に寄与することを決意する概念」³と説明している。

さらにグリーンペーパーを反映させ 2002 年に発表された「企業の社会的責任：持続的な発展への企業貢献」いわゆる「ホワイトペーパー」では、CSR の定義を「企業が社会及び環境問題を自己の企業活動に統合することで、自主的にステークホルダーとの相互関係に統合させること」⁴となっている。

そして、日本の、財団法人経済同友会は CSR の本質を「企業と社会の持続的な相乗発展に資すること・事業の中核に位置づけるべき投資であること・CSR は自主的取り組みであること」⁵と示している。

以上、様々な定義があるが、基本的に考え方は似ている。すなわち企業が様々なステークホルダーに対して責任を果たすということではどの団体も共通している。

しかし、国によって CSR が登場した歴史が違うので、各国の特徴というものも見られる。欧州での CSR の発展のきっかけは EU 統合といわれ、EU 統合の際に雇用問題などの社会問題の解決に企業が果たす役割に期待が高まり、EU 統合に向けて大きな役割を果たしたといわれている。特にイギリスでは政府も CSR を積極的に支援し、CSR 庁なるものも存在し、報告書や法制度の整備も進んでいる。この例は CSR を制度化した先進事例といえる。

またアメリカにおいては、SRI（社会的責任投資）の考え方が古くから存在した。1920年代に、タバコ、アルコール、ギャンブルなどにかかわる企業に対しての投資を、教会がやめたことが発端となり、その後もベトナム戦争で軍事物資を製造する企業に対

² 榎本徹（2005）『CSR活用ガイドー問われはじめた企業の社会的責任』オーム社 p.4 より引用

³ 同上 p.5 より引用

⁴ 同上 p.6 より引用

⁵ 同上 p.6 より引用

して市民が抗議運動を行うなどして、70年代には SRI ファンドも登場し、規模が徐々に大きくなった。そんな中、不祥事によって信頼を失う企業が出現し、法令順守、コーポレートガバナンスが注目されるようになり、CSR は将来の株価下落などのリスクをマネジメントするものとしてとらえられてきた。

第2節 中小企業の CSR とその問題

中小企業の CSR に対する認識としてみずほ総合研究所の「CSR（企業の社会的責任）は普及するか—当社アンケート調査に見る中小企業・大企業の現状と課題」（2005）⁶という研究をもとにしたい。これはみずほ総合研究所が独自に大企業・中小企業に「CSR」についてアンケートを行い、その結果から大企業・中小企業の現状と課題について考察したものである。全国の2400社にアンケートを送付し、回収数は619社で有効回答率は25.8パーセントである。この調査によると、大企業においては6割が積極的にCSRを行っているが、中小企業においては約2割程度にとどまっている。またCSRに対しての印象は総じてよくなく、「CSRをやることによる効果が見込めない」や「対費用効果が悪い」という意見が見られる。

そういった認識がある中で中小企業のCSRは、クライアントからの要請に応じて下請けである中小企業がCSRを受動的に行うという構図がみられる。仕事を供給してくれるクライアントの指示に従わなかったら契約を打ち切られる恐れがあるため、中小企業は半ば強制的にCSRを強いられて、その要求が逆に中小企業の経営を妨げている状態にある。例えば、国際規格を満たさないと発注をしないとと言われてしまったり、CSRを行う部署を設置することを強いられたりするというものである。そうすると、ただでさえ少ない人員をその要請のために割かなくてはいけなくなる。このように押し付けられたCSRの意味を深く理解しないまま大企業の言われるがまま実行するのみにとどまってしまう。その結果、中小企業のCSRが、無駄な労力を投じただけでその場しのぎの無意味なものとなり、本来のCSRの在り方、すなわち企業が自主的に行うという事とはかけ離れてしまっている。

またCSRとは中小企業に限らず、大企業を含むすべての企業において行われてきた活動である。日本におけるCSRは先ほども挙げた「三方よし」の考えに起源する。よって「CSR」を「CSR」と意識しないで企業活動が行われており、いま存在する日本の企業に成長と存続をもたらしている。しかし、不況になるたびに企業が従業員のリストラを行う企業、産地偽装するなどして品質を偽る企業、景況の変化に対応できず廃業する企業、地域住民に配慮しない環境汚染を行う企業などキリがないほど頻繁に起こり、当たり前のことが行われていない状態、つまりCSRが行われていない状態が増加した。その中でもCSRとして意識されないが、経営理念として独自の活動が結果的にCSRになっている企業も日本には数多く存在する。例えば、愛知県碧南市にあるスギ製菓株式会社では何年も前から会社周辺の美化清掃活動に取り組んでいた。しかし、その当初の目的は社員の人間教育という意識にとどまっており、CSRを意識した取り組みではなかった。このように、CSRの目的とは異なった活動が実はCSRだったという事例は数多く見られる。

ここまでCSRをやっている中小企業の例を挙げたが、反対に中小企業がCSRをやらないとどういったことが起きるかという現状を挙げたい。中小企業がその企業にあった正しいCSRを行わないことにより、本来得られるはずの可視化できない利益を逸してしまう。それは中小企業において課題になっている、優秀な人材の獲得や地域のステークホルダーから

⁶ みずほ総合研究所（2005）「CSR（企業の社会的責任）は普及するか—当社アンケート調査に見る中小企業・大企業の現状と課題」

<http://www.mizuho-ri.co.jp/research/economics/pdf/report/report05-1012.pdf>

の信頼などのことであり、人材育成や地域貢献などの社会貢献活動から得られる将来的な利益を見逃している。大企業においても信頼の喪失は痛手となるが、狭い範囲や数少ない相手と取引を行う中小企業では信頼の喪失や地域から見放されることは経営に直に影響する。C S Rを行っていない企業は以上のようなことが起こりうるという現状がある。

第3章 中小企業CSR

第1節 中小企業CSRとは

これまで論じてきた「中小企業のCSR」は、あくまで現在行われている中小企業のCSRを総称したものである。これから論じる「中小企業CSR」とはこれまでとは違い、私たちが考えた中小企業が行うべき新たなCSRを総称したものである。本稿を読みすすめる上で、その点に注意していただきたい。

それでは、その「中小企業CSR」の具体的内容を論じたい。この中小企業CSRを考える上で、中小企業はどんな内容のCSRを行うと効果が上がるのかという視点から考察した。結論から言えば「中小企業CSR」のポイントは3つある。一つは[自発性]、次に[経営意義がある]最後に[地域密着]。それぞれ順に説明したい。先ほどから述べているとおり、中小企業が現在行っているCSRは上から指示されたものばかりである。国際規格を取らないと契約を打ち切ると言われ、上の大企業が外部へのアピール手段として行うCSRの煽りを受けているだけであり、そこに中小企業自体の独自性は何もない。そうすると、中小企業としては契約を維持するために少ない人員の中から人数を割り、その効果もわからないままに余分なコストをかけなければならない。その結果、長く続けようという考えが生まれる、すなわち継続性が生まれない。つまり、社会に対する責任も果たせないことになる。CSR・社会的責任を果たそうとして、社会に責任を果たせない結果になるのでは本末転倒である。そこで中小企業のCSRには、まず自発性が必要ということになる。その企業独自のことを自ら行うようにすることがまず必要ということである。

それに加えて、そのCSRが経営意義のあるものである必要がある。現状でも挙げたように、中小企業では意味のないこととしている場合がある。いくら独自にCSRを展開しても意味がない、つまり効果が見込めなくてはやはり長続きはしない。利益を求める企業が効果のないことを続けるはずはないからである。せっかく独自のCSR活動をしていても長続きしなくてはしょうがない。したがって、中小企業がおこなうCSRには慈善やボランティア的なものでなく、経営意義を求めるということになる。

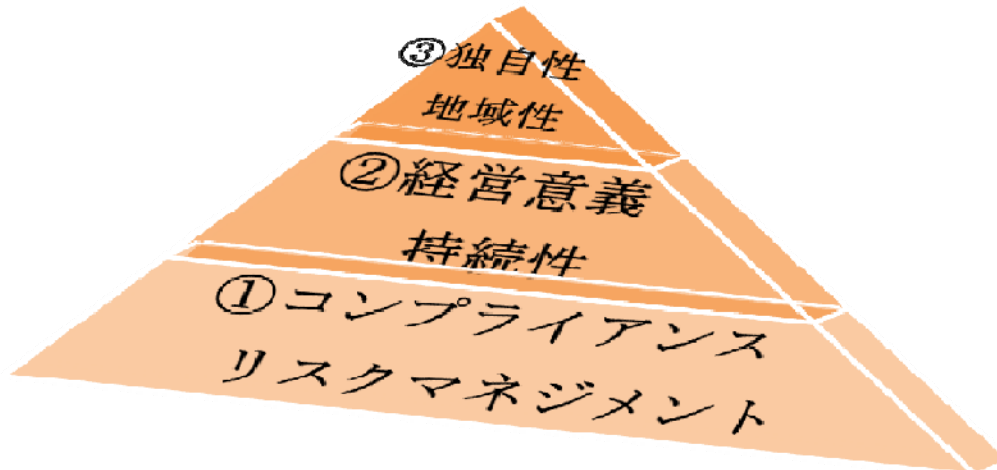
最後に地域密着。中小企業が大企業のような利益度外視のイメージアップ戦略的なことをしている余裕は到底ないものであり、より限られた範囲のより限られた活動が求められる。中小企業といえばその基盤は地元地域にあり、経営を円滑にするうえでも地元地域を意識した活動をする必要がある。

以上の3点、まず自発的であり、それが経営にとって意義のあるものであり、尚且つ地域に根ざしたものを中小企業CSRと呼び、これを私たちが考える中小企業が行うべきCSRとする。

図4は以上の内容を図にしたものであり、「中小企業ピラミッド」と呼ぶ。これは私たちが独自に考えた中小企業のCSRモデルである。①のコンプライアンス・リスクマネジメントは、このピラミッドの土台となるものであり、中小企業が本業を支えるための根幹となる非常に重要なCSRで、かつ「基本的なCSR」ともいえる。②の持続性・経営意義は、本業を通してのCSR活動をすることで、その中小企業が長期的利益の獲得などを見込めるCSRのことである。そして、最後に③の地域性・独自性は、本業・地域を豊かにするCSR

活動である。しかし、各地域での特性などが異なってくるため、それに伴い CSR のモデルも地域で異なってくる。また、③の地域性・独自性は、①と②が行えているからこそ実現できる CSR といえであろう。

中小企業 CSR ピラミッド(図4)



- ① 本業を支える基本的な活動（基本的 CSR）
- ② 本業を通しての活動（事業的 CSR）
- ③ 本業・地域を豊かにする活動（選択的 CSR）

第2節 なぜ中小企業にCSRが必要か

中小企業 CSR と言ってもそれをなぜ行わなくてはいけないのか。確かにCSRをするのはコスト的に厳しいという意見が多数存在する。そんな中、なぜ中小企業にしかも経営が苦しいとされる今CSRなのか。そこで、我々は横浜市立大学CSRセンターLLPセンター長の影山摩子弥先生にお話を伺った。⁷影山先生は横浜市の「横浜型地域貢献企業認定制度」という地域貢献型のCSRを行う中小企業に対して認定を与えて、認定企業には助成金を支払うという制度の発案者である。その影山先生にどうして中小企業にCSRを勧めようとしたのですかと伺うと、まさに今、中小企業だからこそCSRが必要ということをおっしゃっていた。小泉政権の構造改革以降、経済の市場化が推し進められ中小企業もし烈な競争を強いられている。頑張れば生き残れる・より利益を得られる。だから頑張れ。ということだが裏を返せば、頑張らなければ、中小企業はつぶれてしまうということでもあった。そのため、中小企業は頑張るにはがんばるが元の企業体力が弱い場合廃業してしまう企業が増えてしまった。そこで中小企業が生き残るためには、まず経営をきちんと行わなければいけない。特定のステークホルダーを相手にしている中小企業が適当な経営を行うと一瞬にして信用を失い、唯一の取引相手も失って廃業へとつながることになる。また経営が苦しい中で、現状にもあった通り上からの押し付けが強まると、コストダウンなどを強いられて利益が減り苦しくなる。そうすると必然的に不正を行ってでも生き残ろうという考えになる。例えばコンクリートの中の鉄筋を減らしたり、賞味期限の切れたものを使いまわしたり、産地を偽装して高く売ったりなど、どれもここ数年に起きた事例である。そういった上

⁷ 2009年10月6日、横浜市立大学（神奈川県金沢区）にて取材

からの押し付けから発生してしまう不正をなくすためにも独自の活動すなわちCSRで法令順守を行い、企業防衛に努めることが今の中小企業に必要であるといえる。

第3節 中小企業CSRを行うメリット

以上のような中小企業CSRを行うとどんなメリットがあるのか。まず、その企業の地域における信頼が上がる。BtoCの会社、特に地場産業では、売上に大きく貢献してくれる地域住民に対する責任を果たすことでその信頼が上がり経営にも大きく影響がある。また、直接地域住民と関係していないようなBtoBの企業でも、地域の人との関係は大事である。例えば、ある地方の運送会社は直接的には住民を顧客にしているわけではないが、その地域を毎日のようにトラックで通っている。その会社は正月に餅つきを行い、ついた餅を住民に配った。普段、音などで迷惑をかけているだろうし、地域の方にお礼やお詫びも込めて行ったことということである。この活動により、住民はその会社のことを「すごくいい会社だ」というように印象がよくなり、新たな顧客を紹介してくれたりすることもあったという。また音がうるさいなどと文句を言われる心配もなくなったという。これは自発的でしかも経営に影響した地域のための活動といえ、その効果も見込んでいる。

信頼があがり、仕事が増え会社の業績があがってくると、雇用が増える。企業にとって優秀な人材はなによりもの資源である。しかし中小企業、特に地方では優秀な人材の確保は困難となっているのが現状である。会社が業績をあげてしかも、自分が幼いころからその会社の活動に参加することがあるとしたら、その会社で働こうという意識も生まれてくる。すなわち地元への帰属意識が生まれるのである。これは雇用に限ったことではなく、地域住民にとっても「自分の街の会社」という意識が生まれるためその企業をとっても大事にすることにつながる。街の人に大事にされれば、その街を拠点とする会社にとってはとても有利であることは当然である。そしてまた利益があがり、信頼が増えるといった好循環が生まれる。

さらに、そういった流れの中で製品の品質もあがり余計なコスト削減等も考えずに済むため不正が生まれなくなる。

このように好循環がうまれるというメリットが中小企業CSRにはあるといえる。

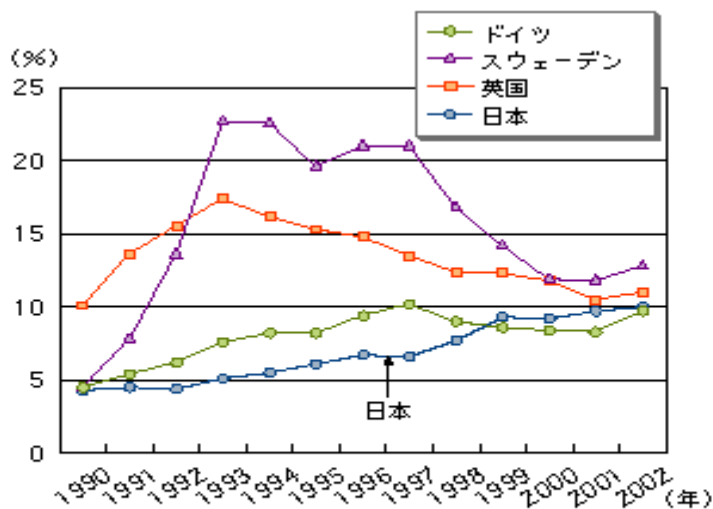
第4章 海外との制度比較分析

第1節 CSR制度の海外事例

ここまで日本の現状や日本の中小企業にどんなCSRを導入したらいいのかを述べてきたが、ここで海外との比較から日本の現行制度の問題をあらいだし提言へとつなげたい。

まず、CSR先進地域であるヨーロッパの制度を取り上げる。ヨーロッパ型のCSRとは日本型CSRにない側面を持ち合わせた概念である。その特徴は雇用などの失業問題から問題提起された社会の一体性の維持、環境保護、経済発展の3つの要素から成り立ち、持続可能な競争力のある社会を作るという点が挙げられる。特にヨーロッパの失業問題は深刻(図5)で、失業問題から多くの社会問題へと波及していくものと考えられているため、人的資本を重要視している。さらにヨーロッパ型CSRは日本型CSRとは違い、コンプライアンスやフィランソフィー(慈善活動)をCSRとはしておらず主体性を求めている。

(図5)



(資料) OECD「Labour Force Statistics 1982-2002」から作成。

そして、ヨーロッパ型CSRの最大の特徴は、政府やNGOが積極的にCSRを推進しているところである。2000年のリスボンEUサミットでは、持続的な発展可能な目標達成に向けて企業に対し協力を求め、翌年のヨーデボリサミットでは環境保護の項目が盛り込まれた。中小企業に対するCSRの提言も、欧州委員会が議長を務めるマルチステークホルダー・フォーラムで行われ、中小企業へのCSR促進の必要性を説いている。さらに、ヨーロッパのNGOの社会的信頼の高さが、企業のCSR政策に大きな影響を与える重要なステークホルダーとなっている点も日本と異なる。

ここでより詳細な各国の体制を挙げる。

〈ケース1〉イギリス

まずはイギリスに注目した。なぜイギリスに注目したのかというと、イギリスはCSR最先端国と言われ、またCSRの歴史も長いからである。イギリスのCSRは、1920年代の、たばこ、アルコール、ギャンブルに関連する企業への投資回避運動に起源していると言われている。資本主義国家としても歴史のあるイギリスでは、その後もこの「社会的責任投資」いわゆるSRI (Socially Responsible Investment) が盛んに行われ、それに伴いCSRを促進する法制度も進んだ。以下でその具体的な制度を挙げたい。

2000年に年金法が改正され、資産運用における開示義務が強化された。具体的には、年金基金の運用受託者に対して、①「投資銘柄の選定、維持、現金化にあたって、社会、環境、倫理面の考慮を行っている」とすれば、その程度②「投資に関連する権利行使（議決権の行使を含む）の基本方針」が存在する場合は、その方針についての情報の開示を義務付けたものである。SRIを年金運用に直接義務付けたものではないが、イギリスのCSRの発展の歴史を考えると注目できる。それまでイギリスではSRIの主体は個人投資家であり、年金基金や生命保険などの機関投資家は皆無に近い状態であった。⁸1999年7月の時点でSRIを考慮していた職域年金基金はほとんどなかったが、2000年7月には投資原則ステートメントでSRIを明言した基金が全体の59%（資産規模では78%）を占めるまでに至っている。⁹

また、2002年には「企業責任法」の法案が国会に提出された。この法案の内容は、企業が前年度の業務に関する「環境、社会、経済および財政的影響」や「雇用・実務」について年次報告書を発行すべきことの義務づけや、業務の環境や社会および経済的な悪影響を最小化するためのすべての措置をとることを企業トップの法的義務として、違反があった場合は制裁の対象とすることなどである。結果としては実質的審議に入らないまま廃案となったが、国にCSR委員会を設置し、ガイドラインの作成を進めるといった、CSRを積極的に進めていくという点で画期的なものであった。

1985年会社法改正の動きも、現在は廃止されたものの、イギリスのCSR推進への積極的な姿勢が見られるものである。ロンドン証券取引所やNY証券取引所、NASDAQに上場しているイギリス企業に対して、年次報告書に記載する項目に、財務報告に加えて「環境問題に関する情報（当該企業が環境に与える影響を含む）」、「当該企業の被用者に関する情報」、「社会およびコミュニティの問題に関する情報」を報告することを義務付け、当該企業のこれらに関する方針と、その方針がどの程度実現しているかについて、情報を公開しなければならないとした。2005年3月にこの改正は施行され、同年4月には適用されるはずであったが、産業界や政府内部からも強い反対があり、結果的には施行前に凍結、2006年に正式に廃止された。¹⁰

このような法制度をはじめとした政府主導によるCSRに対する取り組みは、1997年のブレア政権から活発化したと言われている。

1999年にはイギリスの貿易産業省の後ろ盾を受けて英国規格協会、NGO、CSRのコンサルティング会社で、経済・環境・社会を統合したCSRシステムの普及を目的としてSIGMA (Sustainability Integrated Guidelines Management) プロジェクトを立ち上げ、2003年にはシグマガイドラインを公表した。このガイドラインは複数のマネジメントシステムを統合するガイドラインとして注目された。シグマガイドラインが提供する13のツールキットには、一般的によく知られているAA1000やGRIガイドラインなどの経営コンセプトも含まれている。¹¹

⁸ 米山秀隆 (2004)『よくわかるCSR』日刊工業新聞社 p.26

⁹ 「企業の社会的責任に関する基礎調査」2005年3月 独立行政法人 国際協力機構 アイ・シー・ネット株式会社

¹⁰ 労働政策研究報告書NO88 「諸外国において任意規範等が果たしている社会的機能と企業等の投資行動に与える影響の実態に関する調査報告」第2章「イギリスの法制度と実態」
www.jilgojp/institute/reports/2007/documents/088_02.pdf

¹¹ 米山秀隆 (2004)『よくわかるCSR』日刊工業新聞社 p.104

2001年4月には、イギリス政府は通商産業省にCSR担当部局を設置し、世界初のCSR担当（閣外）大臣をおいた。基本的に職務内容は、政府内のCSR関連プログラムの省庁間調整、CSR年次レポートの発行、EUや国際機関と協力したCSR普及活動、CSR模範企業の表彰などで、CSRのウェブサイトも開設されている。また、通商産業省だけでなく、教育技能省、労働年金省、環境省、外務省、内務省、財務省などもCSRに関するプログラムを施行している。2001年に実施された政府のCSR関連活動に対する監査では、CSR関連の政府プログラムは60あった¹²とされている。

さらに、2005年3月には、CSR大臣により「CSR国際戦略枠組み」が発表され、イギリスのCSRに対する重要な問題に対するイギリス政府の方針やアプローチが明らかにされた。CSRに対する認識向上、実務の形成、実行と3段階に分かれてアプローチが提示されているものの、最低限の基準を順守させるための法的枠組みを整えるという以外は、基本的には企業の創造性を尊重し自主的な取り組みを促進するだけにとどまっている。¹³

CSRに関する主要な政策としては、CSRを行っていることを貿易相手の倫理的貿易イニシアティブや、改正年金法の制定、改正会社法の草案作成などがあげられる。

また、最終的には廃案にはなったものの、2002年ごろに企業責任法という法案が国会で審議された。このような点からも、政府のCSRに対しての積極性がうかがえる。

2007年7月のNEWSWEEKでは、世界のCSRランキング上位15社のうち6社をイギリスの企業が占め、1位の企業は2社あり、その2社ともがイギリス企業であった。¹⁴また、イギリスは日本と同じ議院内閣制という政治体制をとっているという点で比較分析しやすく、CSRを積極的に進めているイギリスを研究することは、日本にCSRを普及させることを考えるうえで有効なこととであると考えた。

イギリスは資本主義国家としてもっとも歴史のある国であり、資本主義の発展とともに企業も発展してきた。その結果として労働問題や公害問題などの社会問題・貧困問題も発生するようになっていった。そんな中、これらの問題を解決するためのボランティア活動やNPOの活動も強い市民意識によって発展した。そんな市民の意識の高さからもヨーロッパのCSRの先駆者的な面がみてとれる。

またイギリスにおけるCSRは、政府が積極的に推進役を担っている点でも特徴的である。欧州統合により、EU域内でのヒト、モノ、カネが自由に移動できるようになったが、これに伴い地域間の成長格差が生じ、失業率も増大するという懸念が生じた。また、ユーロ導入の条件として、財政赤字を毎年GDP比3%以内にするのが求められたため、政府が失業対策や地域復興などに関してできる政策も限定的なものにとどまらざるを得ない状況になった。¹⁵また、1990年代半ばに、ヨーロッパは若者の失業問題は深刻化し、イギリスも失業率15%を超える高い失業率に悩まされた。ヨーロッパの各国政府は様々な対応をとったが、若者の失業の改善にはつながらず、欧州において「失業を出さないこと」はCSR活動として大きな役割を担っている。

¹⁶

以上からイギリスでとられる政策の変遷と特徴は明らかになった。続いて中小企業の実態を論じたい。イギリスにおける中小企業の占める割合は99%と、日本同様に高い水準である（対企業数）。イギリスの中小企業も地域社会を支える重要な役割を果たしているといえる。しかし、イギリスの中小企業の場合、全体の約9割が「Micro Firm」と呼ばれる従業員10人以下の零

¹² 「企業の社会的責任に関する基礎調査」2005年3月 独立行政法人 国際協力機構 アイ・シー・ネット株式会社

¹³ 労働政策研究報告書NO88「諸外国において任意規範等が果たしている社会的機能と企業等の投資行動に与える影響の実態に関する調査報告」第2章「イギリスの法制度と実態」
www.jilgojp/institute/reports/2007/documents/088_02.pdf

¹⁴ 2007「NEWSWEEK」<http://newsweekjapan.jp/>

¹⁵ 米山秀隆（2004）『よくわかるCSR』日刊工業新聞社 p.23

¹⁶ 同上 p.26

細企業であり、家族経営の場合も多い。この点では、日本のものとは異なるといえるだろう。そのようなイギリスの中小企業（零細企業）には「家族経営の企業にステークホルダーというコンセプトは馴染まず、情報開示や格付けなどの負担は大きすぎる」との考えもあり、中小企業へのCSRの促進は難しいと考える人もいる。

実際のところ、イギリスの中小企業のCSRに関しては、現在進めている段階であり、中小企業CSRが普及しているとはいえない。しかし、マルチステークホルダー・フォーラム報告では、「(CSRについて) 知られているのは大企業の経験が中心であるため、(中小企業に対しては) 十分な分析や勧告ができていない。」と述べる一方で、「CSRに取り組んでいる中小企業の動機、実態の把握、CSRを行っていない中小企業へのCSR促進法などについて理解が必要である。一より多くの中小企業のCSRへの関与を得るためには、中行企業を巡る様々な状況と能力に応じて取り組めるようにする必要がある。」と報告されており、中小企業のCSR普及の遅れを認めるとともに、その必要性についても公言している。

〈ケース2〉デンマーク

もう一つ、別の国の制度としてデンマークを挙げたい。EUでは、CSRは政府主導で行われており、その中でもイギリスはCSR先進国であるということは先にも述べた。これと同様に、デンマークにおけるCSRも政府主導で行われており、イギリスとともにCSR先進国とされている。

そもそも、福祉国家としての歴史を持つデンマークは、CSRが注目される以前から1950年代のノーマライゼーション運動や、1980年代の失業問題、環境問題への取り組みがさかんに行われてきているなど、CSRの取り組みは「国家の役割」¹⁷であると考えられてきた。これらを背景として、デンマークにおけるCSRは、雇用と労働、社会的統合、環境に重点が置かれている。つまり、デンマークにおけるCSRは、雇用創出、失業者への再教育、社会的包括、環境に重点が置かれているということが特徴として挙げられ、政府が積極的に政策を打ち出していることがわかる。(図6)

(図6)

デンマークにおける主なCSR政策	内容
コペンハーゲンセンターの設立	政府が「企業のCSR」に関する調査期間としてコペンハーゲンセンターを設立。社会的責任、公共と民間のパートナーシップの推進などを目的に、レポートやニュースレター各種調査の実施、会議やセミナーの開催などが活動として挙げられる。2007年6月に閉鎖され、すべての活動はデンマーク商工企業庁に移管された。
社会・倫理報告書ガイドラインの採択	社会福祉省が社会・倫理報告書のガイドラインを作成。企業や公共団体が社会的影響を測るために利用できるものとなっている。
年次決算法制定	企業に対し、環境への影響や環境保全に対する取り組み等、環境や社会問題に関する情報を年次報告書にて開示することを義務付けた。
政府によるCSR調達	デンマーク議会は「公共機関は、納入する作業や、補助金をもらう企業に対して社会的な義務を課すことができる」とする法案を成立させた。
Social Indexの開発とSマークの付与	デンマーク社会福祉省によって開発された企業のCSRのレベルを測るツール。企業内の雇用と社会的抱合を中心した評価指標であり、ある一定基準の評価をクリアすると「Sマーク」が与えられ、各企業の製品などに使用できることになっている。
企業の財務報告書におけるCSR情報の記載の義務付け	民間企業、政府系企業、機関投資家を含むデンマーク企業がCSR方針、実施方法、実施結果を開示することになる。将来的には、責任ある企業活動を行うコミュニティとして、地域全体がレピュテーションを高め、デンマーク企業の国際競争力向上や商機につなげられるときたいされている。

¹⁷ 独立行政法人 国際協力機構アイ・シー・ネット(2005)「株式会社企業の社会的責任

(Corporate Social Responsibility : CSR)に関する基礎調査報告書」 p. 3-17

(独立行政法人 国際協力機構アイ・シー・ネット (2005) 「株式会社企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility : CSR)に関する基礎調査報告書」 p.3-18を元に作成)

このようにデンマークは様々なCSRに関する政策を行っており、デンマークのCSRは政府主導という形で現在に至っている。さらに、デンマークは環境報告書作成が義務化されており、「Social Regnskaber」と呼ばれる中小企業のための社会的報告に関するガイドラインが制定されており、また、デンマークにおける中小企業の経営者や従業員へ継続的にCSRのためのトレーニングプログラムを展開しているなど中小企業に対しての政策も積極的に行われているといえる。その他にもCSRの研究機関であるコペンハーゲンセンターや、国際学・人権センターの設立など、CSRの研究にも積極的に取り組んでいる¹⁸。

デンマークで行われているCSR政策の中で、政府が評価機関を設立し、CSRを行っている企業に対してインセンティブを与えるという政策の意味合いは非常に大きなものであると考えられる。

2000年にデンマーク社会福祉省は、開発された企業の社会的責任のレベルを測るツールとして「Social Index」を開発した。これは、従業員・職員及び地域社会に対して社会的責任を果たすということに対する首脳陣の姿勢、社会的責任に根ざした人事政策、労働能力が低下した従業員・職員（長期失業の危険がある）に対する配慮、高齢従業員・職員に対する配慮、家族に対する配慮を筆頭に、18の評価項目により構成された評価指標である。この評価指標自体は、1から100までのスコアを算出するようになっており、対外的にわかりやすいものとなっている。スコアが60を超えると、認定証である「Sマーク」が与えられる。

この「Sマーク」とは、公的機関、民間企業の社会的貢献に関する認定制度で、申請に基づき「ソーシャル・インデックス事務局」が指名した独立審査機関による審査に合格した企業・機関に付与される。Sマークの認定は3年間有効であり、求人広告、パンフレット、年次報告書、ホームページなどに使用することができる。

デンマーク政府が定期的に行っている評価作業により、社会貢献度に関する職場の実態が明らかにされ、新たな努力目標が設定される。このツールを活用する企業・機関は年々増加しており、CSRを果たすことに向けた企業や機関の具体的な政策や経験等を蓄積した「CSR デンマーク・データベース」も開設されている。このように、デンマーク政府が企業のCSRを評価するということは、企業にとって有効なものであると考えられる。

第2節 日本のCSR体系

第1節の海外事例に対応して日本のCSRを取り巻く環境、またその体系がどうなっているのかを論じたい。

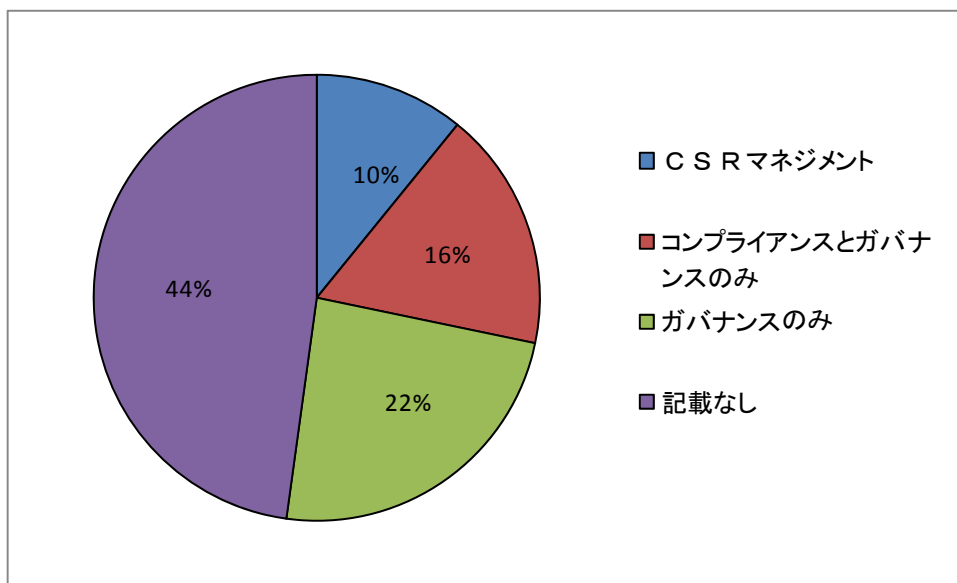
日本にとってCSRという言葉は先ほども述べたとおりそもそも輸入された概念であり、日本の多くの企業はCSRをコンプライアンスと環境保護と認識している。(図7)日本人の多くはCSRが何か新しい考えであるかのように捉えていたり、その言葉の意味すら認識していなかつ

¹⁸ 独立行政法人 国際協力機構アイ・シー・ネット (2005) 「株式会社企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility : CSR)に関する基礎調査報告書」 p.3-19

たりしている状況にある。このことから、まず国民がCSRを正しく理解し、その重要性を認識する必要があり、日本の中小企業が身の丈にあったCSRをきちんと行うことができるような環境を政府が作ることも考えなくてはならない。

現在の日本におけるCSRの主流は、先ほど挙げたヨーロッパ型ではなくアメリカ型CSRの概念を輸入した形をとっている。それはフィランソロフィーと社会貢献の考えを元にして、環境面とコンプライアンス面を取り入れた形のことである。当時、最大の取引相手国であったアメリカとの貿易摩擦から日本がこういった考えを知り、CSRを満たしていなかった日本企業がアメリカ国民に受け入れられない事態を契機に、アメリカ型CSRが輸入された。経団連も1989年に経常利益の1%以上を目安に社会貢献のために拠出することに努める企業を支援する「1%クラブ」を設立、欧米のパーセントクラブのあとを追う形になっている。

(図7)



しかし、日本のCSRの基礎になっているアメリカ型CSRの特徴は、CSRとフィランソロフィーがイコールの関係になっていて、自発的なフィランソロフィーや奉仕活動がおこなわれていたり、政府の代替機能をも果たす寄付財団が多数存在していたりと、独自の文化を色濃く反映させた概念である。したがって、この機能を持ち合わせていない日本にはアメリカ型CSR概念は、そぐわないといえる。

そもそも、CSRの概念の輸入先はアメリカであるが、現在の日本における「CSR」は、欧米諸国とは異なり民間主導で行われている。これは、産業界の影響が大きいと考えられる。日本にもCSRを法制化するとまでは言えないが、国家規格をISO規格化に先立って策定しようという動きがあった。2002年12月には、日本規格協会内にCSR標準委員会が設置されて、CSRへの本格的な取り組みが始まった¹⁹。さらに2003年10月には同委員会の傘下に設けられた作業グループから、CSRの規格化を含む、何らかのフレームワークづくりの重要性が指摘された²⁰。

しかし、この動きに対して産業界からの慎重論や反発も起きた。日本経済団体連合（以下、「経団連」）は2004年2月に「企業CSR推進にあたっての基本的考え方」を表明しており、そ

¹⁹ 森哲郎（2004）「ISO 社会的責任（SR）規格はこうなる」 日科技連 p.26

²⁰ 同上

の中で「CSR は官主導ではなく、民間の自主的取り組みによって進められるべき²¹」としている。この理由として、経団連は「本来 CSR に配慮した経営や情報発信、コミュニケーションの手法等は、企業の自主性、主体性が最大限に発揮され分野であり、民間の自主的かつ多様な取り組みによって進められるべきとしている²²」。さらに、「CSR における官主導の取り組みは、簡素で効率的な政府づくりにも反するとして、CSR の規格化や法制化に反対する²³」と明確に記している。

また、経済同友会（以下、「同友会」）も 2004 年 1 月の CSR 自己評価調査に関する発表で規格化の動きにも言及しつつも「拙速を避け、十分な議論を尽くす必要がある」としており、慎重な姿勢を見せている。さらに、同友会は経団連のように CSR の法制化について明確な発言をしてこそないが、概ね経団連と同じような立場をとっているといえる。

そこで、産業界は自らが主体となって CSR を推進している。経団連は企業が自主的に CSR を推進する上で役に立てられるよう「CSR 推進ツール」を作成し、企業に対し積極的に活用することを促している。この「CSR 推進ツール」とは、「企業行動憲章」と「企業行動憲章実行の手引き」などを参考として、課題分野・ステークホルダー毎に諸課題を整理した「CSR 主要要素のマトリックス」と、これに含まれる諸課題に対する具体的な事例を集めた「CSR 主要項目と参考事例」の 2 つから構成されているものである²⁴。経団連は、このような形で CSR の推進に取り組んでいる。

同友会は、企業の社会的責任を専門とした委員会を組織し、企業に CSR に関する自己評価レポートをしてもらい、それを元に分析を行い、日本企業に関する取り組みの進展状況と将来に向けた課題を明らかにし、各企業が CSR をより活用できる体制を整えることに取り組んでいる。

しかし、そもそも経団連や同友会という社団法人自体が大企業の役員などで組織されており、果たしてこれらの中小企業に対する配慮が為されているという確証はない。現に、中小企業にも CSR は広まりつつあるという現状ではあるが、先にも述べたように大企業から押し付けられた CSR のような経営上意義の無い CSR を中小企業は行っており、中小企業に配慮した取り組みでは無いと考えられる。

このように、日本は欧米諸国と異なり、民間主導で CSR を推進しているものの、中小企業に配慮されているとは言い難い状況にあるといえる。

ではどうやって日本に CSR を根付かせるか。それには、日本社会が CSR を受け入れる必要がある。つまり、社会の構成員である国民一人一人が CSR に対し関心を持つことを意味し、まずは当事者である企業に意味のある CSR が普及することが大前提となる。図 8 はマルチステークホルダー・フォーラム報告書において、企業が CSR を行うための要因をまとめたものである²⁵。ではヨーロッパの国々でも CSR を導入する難しさが見てとれるが、CSR を促進させるための要因は日本に置き換えてもあてはまる。

²¹ 日本経済団体連合（2004）「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的考え方」

²² 日本経済団体連合（2004）「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的考え方」

²³ 同上

²⁴ 日本経済団体連合（2005）「CSR 推進ツール」

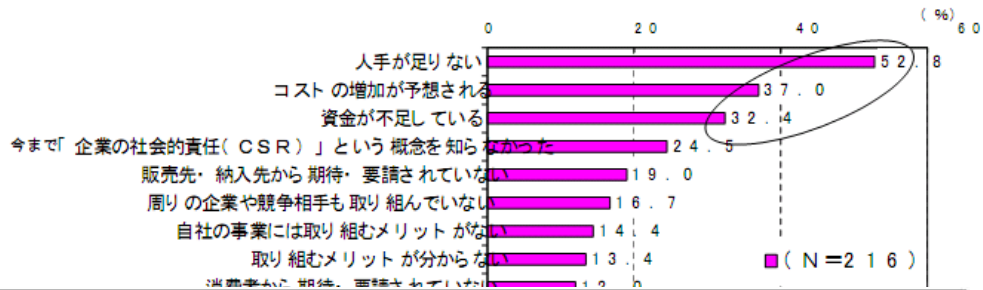
²⁵ 藤井敏彦（2005）『ヨーロッパの CSR と日本の CSR』日科技連出版社 p.54

図 8

内的促進要因（動機）	外的促進要因	CSRを妨げる要因	CSR成功のための要素
<ul style="list-style-type: none"> ・環境効率向上によるコスト削減 ・優秀な人材獲得、引き止め、育成 ・投資家の評価向上 ・企業イメージのUP ・リスクやコストの回避、最小化 ・品質、効率、学習、技術革新などの改善 ・ステークホルダーからの期待の予測 	<ul style="list-style-type: none"> ・CSR実施企業に対し理解のある投資家 ・環境や社会面を選択要因として重視する消費者及び企業 ・CSRに関する情報を提供する公的機関 ・社会上の影響を監視評価、改善を促すNGO ・労働組合 ・良いCSRを行う他社、ビジネスネットワーク 	<ul style="list-style-type: none"> ・便益（見返り）が不確定 ・他社CSRの取組事例や情報の不足 ・人的、資金的に労力がかかるイメージ ・なにをすればいいかわからない ・CSRの言葉の意味がわかりにくい ・自社の影響がどの領域まであるのかわからない 	<ul style="list-style-type: none"> ・上級管理職のコミットメント ・CSR取組ビジョンを企業文化へ統合する ・CSRを企業戦略として統合する ・適切な目標設定、計画立案、評価する ・企業のCSR学習 ・消費者、投資家の間でCSRが広く認知されること

（図 7）CSRに取り組めない理由（中小企業：項目別の複数回答）

ま
S
る
る
る
う



CSRに取り組む目的・理由

■ 中小企業



図 10

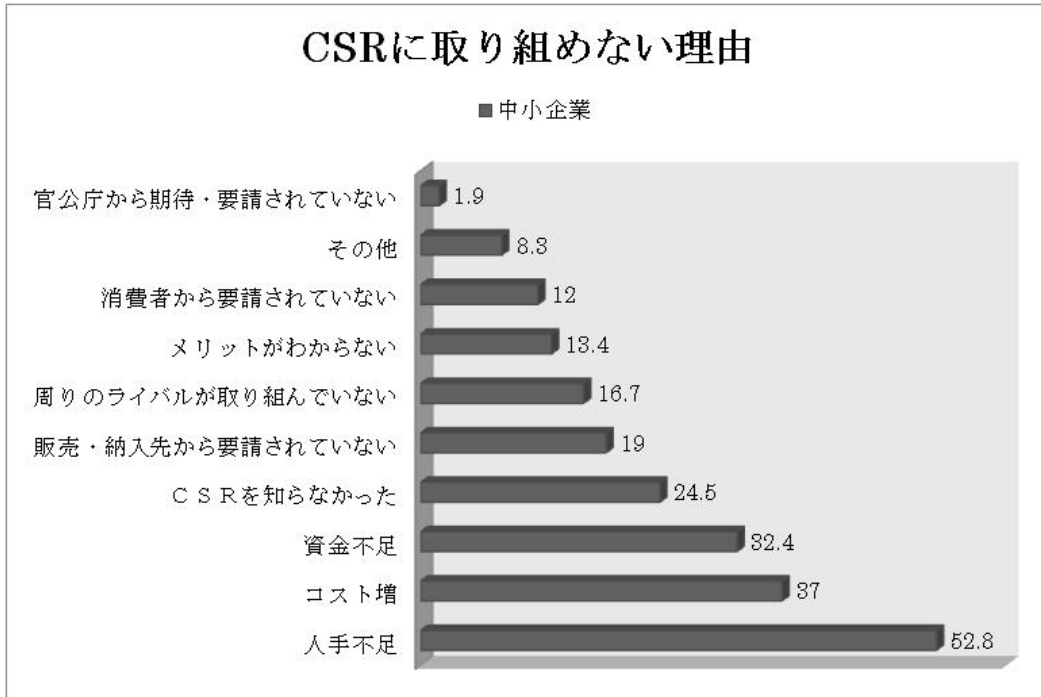
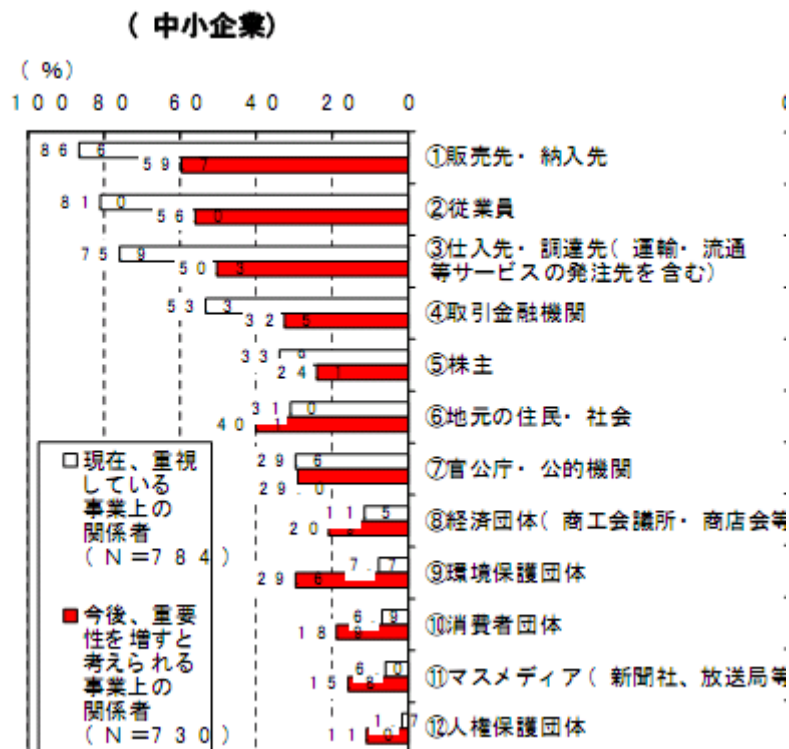


図 1 1 では、ステークホルダー（現在、重視している事業上の関係者と今後、重要性を増すと考えられる事業上の関係者）に関するアンケートで、中小企業が「現在、重視している事業上の関係者」をみると、「販売・納入先」が 8 6.6%と最も多く、以下「従業員」81.6%、「仕入れ先・調達先」75.9%と続いているが、「今後、重視している事業上の関係者」と比較してみると「環境保護団体」が 2 1.9%、が 1 2.0%、増えており、第 4 位に「地元住民・社会」の項目がきている。このことから、中小企業にとって三大ステークホルダーは、現在は「販売・納入先」、「従業員」、「仕入れ先・調達先」であるが、今後「環境保護団体」、「消費者団体」、「地元住民・社会」等に配慮する企業が増える可能性がある。

図 1 1



第3節 海外と日本の比較

ここまでの第1節と第2節で、イギリスとデンマークと日本のCSRの体系がどのようなものになっているのかを論じてきた。この節では、それを踏まえて比較分析を行いたい。

まず、イギリスとデンマークと日本における大きな違いとして挙げられるのが、CSRを推進しているアクターの違いである。イギリスやデンマークといったCSRが先進しているヨーロッパの国の中でも、とりわけ先進しているような国は、政府主導でCSRを推進している。しかし一方で、日本は「経団連」や「経済同友会」などといった民間主導で推進されている。このような違いは、その国のCSRの発展における歴史的背景が異なっていることが要因の一つといえるであろう。確かに、日本が政府主導でCSRを推進すると、日本においては経団連が「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的な考え方」で発表している「CSRは官主導ではなく、民間の自主的かつ多様な取り組みによって進められるべき²⁷」に反するものとなり、産業界から「自発性が失われる」との批判が想像される。また、CSRは企業が行うことであるため政府がそこに介入するという点に関して、疑問に思うかもしれない。

しかし、第1節で述べているように、現にイギリスでは「CSR庁」や「CSR担当大臣」を設置、デンマークにおいては、評価機関の設置などというように「政府主導」による様々なCSRの推進政策を行い、成功を収めているという事例がある。さらに、現在の日本においては、中小企業のCSRは経営上意義が無いものとなっているなどといったCSRにおける問題が生じている。また、中小企業自体の経営が悪化しているなどといった経営の根幹に関わる問題も生じており、これらを解決するには産業界などの民間主導に頼るものではなく、日本政府が主体となって推進する必要があるといえる。

次に、ステークホルダーの違いも挙げられる。イギリスやデンマークなどのCSR先進国においては、NPO、NGOによる影響が大きいものであり、先にも述べたようにヨーロッパのNPOやNGOの社会的信頼や市民に対しての影響力の高さが、企業のCSR政策に影響を与えており、重要なステークホルダーとなっている。その一方で日本ではNPO、NGOの影響力はイギリスやデンマークに比べ非常に弱いものであり、企業のCSR政策に影響を与えるまでには至っていないという状況にある。

以上のことから、CSRは政府が主導で行い、「中小企業CSR」を実現させるための土台を形成する必要があると我々は考える。そこで、この考えをもとにして次章の政策提言を述べていきたい。

²⁷ 日本経済団体連合（2004）「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的な考え方」

第5章 政策提言

前章までの研究を踏まえ我々は、CSRが意味のあることと認識され、企業が社会的責任を当たり前を果たされる社会へ移行するためには、「評価」される必要があると考える。そのためには、現在行われている中小企業のCSRを評価する体制を作り、国が主導してCSRを推進しなければ現状を変えることはできない。中小企業のどんなに小さなアクションでも、それが社会に重要な影響を及ぼしていればそれは評価されて当然であり、小規模だからといって見逃していれば、経営基盤の弱い中小企業はモチベーションをなくしCSRなど無意味になってしまう。

第1節 政府への政策提言

我々は中央政府に対し、地域経済ひいては日本経済の持続的な発展などに繋がる、中小企業CSRを普及させるために次の政策提言を行う。

1、 CSR庁もしくはCSR専門機関の設置

CSR庁の主な役割は、地域ごとに中小企業のCSRを調査して独自の基準で評価を行うことで、基準を満たした中小企業はCSR規格を認証できるシステムを構築することである。評価はCSR庁が行うので公平性は保たれ、評価機関は各都道府県に設置するので中小企業CSRの取り組みが細かく評価されるうえ、地域ごとのNPOや自治体、団体などと連携して行うことも可能と考えられる。

2、 中小企業CSR認証規格の策定

CSR規格は3章で述べたように、中小企業の形にあった規格内容に設定される必要がある。認証制度により企業が受けるメリット（インセンティブ）は以下の点が挙げられる。

- ・政府により規格認証企業をホームページ等で全国、世界に向けて発信されることにより企業のブランド戦略にもなりうる「広報支援」を受けられる
- ・全国から中小企業CSRの具体的な事例が集まるため、中小企業は政府（評価機関）からCSRに関する情報提供が受けられる。
- ・CSR規格が政府発行の認定規格になることで、取引先に要請され仕方なく取得している場合が多かった国際規格取得の風潮を変え、企業経営の妨げになるような押しつけられたCSRではなく、身の丈にあったCSRを中小企業が主体的に行えるようになる。
- ・地域の中小企業と連携を希望する大企業とを結びつける「斡旋ネットワーク」を作り、地域貢献とイノベーションが実現できる。
- ・認定を受けた企業は「優良企業」として認知され、取引の選択要因になることが期待できる。

さらに CSR 規格が制度化されることで、社会や企業、市民が得るメリットとしては以下の点があげられる。

- ・ CSR に対する市民の関心や認知度が上がり、評価される意味が大きくなる
- ・ 認定企業のなかでも特に高い評価を受けた企業には、表彰とインセンティブとして「CSR 助成金」が給付され、その助成金は認定企業が主に活動している「地方自治体」にも給付される。自治体に助成金が給付されることから、産学官の地域連携が助長され地域活性化につながる。
- ・ CSR 庁が地域ごとに CSR フォーラムを無料開催することで、中小企業に CSR が推進される。
- ・ 中小企業 CSR ブームがおき、より多くの中小企業が CSR を行うようになる。そこから CSR に注目する市民や企業にとって重要なステークホルダーになりうる NGO/NPO が誕生し、地域社会全体の活性化、健全化が促される。

以上の点から CSR 庁（評価機関）の設置は、中小企業に CSR を普及させるうえで有効な手段だと考えられる。そしてその評価の基準となるのが「中小企業 CSR 規格」である。これは、第 2 章で紹介した景山氏の考案した横浜型地域貢献企業認定制度を参考に、我々が考える中小企業 CSR の定義に則って、コンプライアンスやリスクマネジメントを土台に「持続性」、「経営意義」、「地域性」、「独自性」の観点から作成した規格である。

中小企業 CSR 規格項目

認証条件としては、中小企業 CSR の根幹でもある 1、2 項目は絶対条件として、選択的で主体性が求められる 3～11 の項目に関しては 3 項目クリアなら認定するなどの条件を加え、規格の有効期間は 2 年と定める。

1、 コンプライアンス

- ・ 法令遵守
- ・ 法改正への対応
- ・ 市民税の納入

2、 リスクマネジメント

- ・ 危機管理体制のチェック機能
- ・ 情報管理体制

3、 雇用、労働、衛生

- ・ 出産育児
- ・ 介護サポート制度
- ・ 高齢者、障害者積極雇用、定着、職場環境
- ・ 国際規格、国や県などの雇用関連
- ・ 優良品事業所の表彰認証取得
- ・ 長く働き続けられる職場
- ・ 安全・安心して働ける職場
- ・ 長時間・安心・安全に働ける、働きやすい職場

- ・従業員のワーク・ライフ・バランス推進にむけた取り組み
- ・

4、環境

- ・環境関連国際規格等認証取得・表彰
- ・地域のエコ認証の認定・環境協定の締結
- ・地域環境活動への参加
- ・環境に配慮した生産活動
- ・環境報告書作成・公表
- ・環境運動（緑化活動等）
- ・環境関連の寄贈、事業協力
- ・独自性のある取組

5、地域貢献度

- ・地元雇用
- ・地元取引（地元企業の優先選択）
- ・地産地消
- ・地域ブランドの販売、確立
- ・業績による地域貢献
- ・地元での事業継続
- ・独自性のある取組

6、人材育成

- ・国や県などの教育関連表彰、地域事業所顕彰
- ・地元の青少年育成
- ・ふれあいのある家庭づくり事業推進への協力
- ・親力向上への支援
- ・学校教育への協力
- ・地域教育推進への協力
- ・教育関連の寄付・寄贈・事業協力
- ・独自性のある取組

7、健康、福祉、文化、スポーツに関する地域のまちづくり貢献

- ・国や県などの健康、福祉、文化、スポーツ関連認証取得や表彰、地元のまちづくり表彰、景観賞表彰
- ・地元福祉のまちづくり
- ・ユニバーサルデザイン製品の製造に係る方針策定・実施
- ・献血活動への協力
- ・喫煙対策
- ・保健福祉関連寄付・寄贈・事業協力
- ・文化の振興
- ・スポーツの振興
- ・文化・スポーツ振興に係る寄付・寄贈・事業協力
- ・独自性のある取組

8、地域の経済、産業、観光の活性化・推進

- ・国や県などの産業関連認証取得・表彰
- ・産業の振興

- ・ 起業家に対する支援
- ・ 産業振興に係る寄付・寄贈・事業協力
- ・ 独自性のある取組

9、協働まちづくり

- ・ 市民憲章表彰
- ・ 地域コミュニティ参画
- ・ NPOへの支援と協働
- ・ 災害時における応急対策業務等に関する協力協定締結
- ・ 安心のまちづくり
- ・ 交通対策
- ・ 国際交流の推進
- ・ その他協働のまちづくりに係る寄付・寄贈・事業協力
- ・ 独自性のある取組

10、消費者、顧客対応（品質管理、消費者教育）

- ・ 品質関連国際規格等認証取得・表彰、食品衛生自主管理認証等、地域の優良建設工事表彰、情報関連国際規格等認証取得・表彰
- ・ 消費者、顧客対応体制、従業員教育
- ・ 消費者への情報提供、情報収集
- ・ 消費者教育
- ・ 独自性のある取組

11、企業、自治体、組織との連携

- ・ 地元企業との業務提携、技術開発
- ・ 地元企業と共同の地域貢献活動
- ・ 産学官等連携

第2節 ベストプラクティスの紹介

ここでは全国の中小企業のCSRの事例を紹介し、CSRのやり方やメリットを知ってもら

会社概要	分野	内容	メリット
繊維会社	環境 雇用 地域貢献	ニットの中に土を入れコンクリートなどの庭の緑化を可能に。 全員が正社員。そのほとんどは中途採用。 低いコストで小学校・幼稚園の緑化。	中国の砂漠化緑化でビジネスが広がる。 エリート意識もなく様々な経験が生かせる 補助金を受ける
印刷会社	雇用・地域	開発した印刷機械を高額で売るのではなく地域の従業員の雇用を確保	地域の従業員・その家族の生活の安定
運送業	地域貢献 福祉活動 福祉活動	チャリティーコンサートの開催 売り上げの一部をボランティア団体に寄付するシステムの開発 社員がボランティア活動に参加	地域住民の交流の場となる 収益の増加・寄付金の収集 お金をかけた社員研修より社員が多くの方が学べる
社員食堂等	環境 地域貢献	割り箸をリサイクルして再生紙として活用 母子家庭や子育てを支援し、地域社会のつながりを重要視	市民団体からも支持を得る 従業員が安心して働ける
事務用品	国際貢献 地域貢献	カンボジアに資金援助やカンボジアの現状についての講演会 社会貢献をすることで地域の住民から愛される企業に	企業のイメージアップ 社員の意欲の向上
お菓子の製	福祉活動 地域貢献	福祉作業所で障害者とともにお菓子作りをする交流会の開催 ボランティア団体と連携し、障害者との交流	社員研修になる 自分たちでは気がつかないことをアドバイスしてもらえる。
タクシー業	消費者の二 地域貢献	消費の二先までの送迎 社屋の空き部屋を利用して「かご網教室」を開催し、地域のお年寄りを招待	リピーターの増加 ネットワークの広がり・新しいアイデアの創出
建設業	環境 地域貢献	環境土木部というセクションを立ち上げ、下水道工事の際に発生する騒音・振動を抑える コンクリート廃材のリサイクル化で資源の有効利用を促進している 台風や大雨などによって被害が出た際に社員がボランティア活動を行い地域の災害支援	
建設業	地域貢献 環境・地域	NPOと今協力してピオトープをつくり、地域住民に無料で開放 地元自治体や農家と連携したわさび栽培事業	地域経済への貢献に取り組みながら企業として存続し続ける 地域活性化・地域産業の振興と雇用の捻出・新しい販路の確保
不動産	環境	テナントと協力して食品売り等のごみをJAIに無料で提供	テナント・メンテナンス事業者との達成感・地元テレビなどで報道され対外的なPR
ビルメンテ	雇用	知的障害者・野宿生活者の積極雇用	サービス価格の上昇を抑える・人材の優位性の発揮

連携CSRの提案

連携CSRとは企業と企業、NPOと企業、地域と企業など大学や行政以外にも様々な形をもって連携が行われているCSRのことである。各々の活動が経営上の意義を持ち、地域貢献を果たしている点で、経営基盤の弱い中小企業にとって理にかなったCSRである。

<連携CSRモデル>



ここではその一例を紹介する。

・企業と企業の連携

株式会社クレベン

透水性樹脂舗装材、土壁材、デザインコンクリート、竹チップ舗装、その他

<活動内容>

中部電力(株)、(株)テクノ中部と共同で、火力発電所から発生する石炭灰をゼオライトに加工したリサイクル材「シーキュラス」を土壁に配合し、自然界のものを消費せず、処分に困るものを有効に使うことに成功。この連携のメリットは、石炭灰の処分に困っている発電所側とその資源を使い地域の住宅材に活用する中小企業の考えがうまくマッチしたことである。

・地域と企業の連携

株式会社松田建設

総合建築業

<活動内容>

地元の製材屋や消費者などの方々と一緒に森を守るネットワークを形成。また、地域住民を対象に地域で活躍する講師を招いたり、地球温暖化、省エネ、ごみ問題、森林保全、木の心地よさ、など伝えたりするプログラムを展開。エコ情報の提供、エコグッズの展示、地域で環境活動をしている人々をつなぐ役割を果たす。受注件数が約3倍に増加するというメリットがみられた。環境活動に取り組むことにより従業員の意識、企業全体の意識づけがなされ、コスト削減や、クリーンなイメージを地域住民から獲得した。

・ N P O と企業の連携

特定非営利活動法人 こども環境活動支援協会 LEAF

LEAF 企業会員プロジェクト・環境学習都市にしのみやパートナーシップ認定事業

<趣旨>

次代を担う子どもたちが、地球環境に配慮した暮らしや活動ができる地球市民へと成長してくれることを願い、体系的な環境学習のしくみづくりや、生活や地域に根ざした環境教育(学習)システムの開発およびその推進役となる人材の育成などを目的とし、市民・事業者・行政が連携、協働し、子どもたちの環境活動を地域や学校などあらゆる場において支援する。

<概要>

さまざまな業種の企業と N P O、教育関係者が協働して開発した体験型プログラムを、兵庫県西宮市内の小・中・高等学校にて実施。「衣」「食」など 6 つのテーマに分かれ、各企業の活動と消費者の役割を「循環」の仕組みの中で理解できるような環境学習プログラムを開発、実践している。

<活動内容>

地球環境保全に取り組む企業のポリシーや活動内容についての社員による授業、企業・農家との連携による農体験普及など

<メリット>

地域貢献:市内小学生全員を対象としているため、子どもたちの活動を支える地域や学校、家庭の大人たちのサポートネットを全市域につくれる。地域の活性化(2007年、兵庫県西宮市「中核市移行記念西宮市まちづくり賞」受賞)

環境:環境学習活動を地域社会のシステムの中に埋め込むことで、誰もがいつからでも日常的に継続して関わるができる。2002年、グリーン購入ネットワーク主催「グリーン購入大賞(民間団体部門)」を始め、さまざまな環境に関する賞を受賞。

<企業にとってのメリット>

学校教育に求められている「生きる力を育む教育」への支援を行うことで社員がやりがいを感じるとともに、子どもたちと企業の社員が相互に学び合うことができ、協会主催のイベント・講演会等に無料参加できる。

第3節 まとめ

以上の政策提言が実現させることで、低迷している地域経済の重要な役割を担う中小企業が活性化される。これまでも見てきたように CSR をすることで中小企業に良い影響をもたらすことがしめされ、CSR を行う中小企業もどんどん世に知られている。3章で述べたような「中小企業 CSR」は社会的責任という視点もそうだが、企業は地域に根付き周りのステークホルダーに配慮するといったあたりまえのことを定義したもので、CSR 規格はそれらを助ける道具でしかない。もちろんCSR 規格の策定で様々な論議はあるだろうが、中小企業になんらかの新しい変化がうまれることと地域が活性化されることには相違ないだろう。CSR 庁の設置や規格作成が、政府発の地活性化策の一つになるということである。またこれまでなにをしていいのかも分からなかった企業に対しても明確なガイドラインとなり、その効果にも期待ができる。

私たちは本稿の政策提言によって「中小企業 CSR の明確化」を提言し、そこから副次的に発生する地域活性化という効果を見込む。しかし、中小企業CSR を考えたとき、本当に大切なことは、企業で働くすべての人がCSR を心がけることで社会は良い方向に向かい、それを行政や市民が助けることでCSR の望まれた形ができるのではないかと我々は考える。

先行論文・参考文献・データ出典

《先行論文》

八木孝幸（2008）「日本の中小企業におけるCSRに関する一考察」『上武大学ビジネス情報学部紀要』第7巻第1号 p.43-56

みずほ総合研究所（2005）「CSR（企業の社会的責任）は普及するかー当社アンケート調査に見る中小企業・大企業の現状と課題」：

<http://www.mizuhori.co.jp/research/economics/pdf/report/report05-1012.pdf>

《参考文献》

藤井敏彦著（2005）『ヨーロッパのCSRと日本のCSR－何が違い何を学ぶのか』日本技連出版社

日経CSRプロジェクト（2006）『CSR－働きがい束ねる経営』日本経済新聞出版社

小林俊治、齊藤毅憲編著（2008）『CSR経営革新－組織の社会的責任ISO26000への拡大』中央経済社

松本恒雄、杉浦保友編（2007）『EUスタディーズ4企業の社会的責任』勁草書房

佐々木憲昭編著（2007）『変貌する財界－日本経団連の分析』新日本出版

森哲郎著（2004）『ISO社会的責任（SR）規格はこうなる－生き残るためのマネジメント』日科技連

榎本徹著（2005）『CSR活用ガイド－問われはじめた企業の社会的責任』オーム社

独立行政法人 国際協力機構アイ・シー・ネット（2005）『株式会社企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility：CSR)に関する基礎調査報告書』

勤労者マルチライフ支援センター（2006）『社員・会社・地域が元気！地域密着型企業社会参加活動事例集』さわやか福祉財団

CSRイニシアチブ委員会（2007）『やさしいCSRイニシアチブ－取り組みガイドと53事例－』日本規格協会

日本規格協会（2004）『CSR企業の社会的責任－事例による企業活動最前線』日本企画協会

米山秀隆（2004）『よくわかるCSR』日刊工業新聞社

《データ出典》

経済産業省 <http://www.meti.go.jp/> 最終アクセス日 2009/11/4

中小企業庁 <http://www.chusho.meti.go.jp/> 最終アクセス日 2009/11/4