

第15回企業白書

「市場の進化」と社会的責任経営

企業の信頼構築と持続的な価値創造に向けて

議論から実践へ：

経営者による具体的実践を促進する「企業評価基準」を提唱

経済同友会は、第15回企業白書『「市場の進化」と社会的責任経営 企業の信頼構築と持続的な価値創造に向けて』を取りまとめました。今回の白書は「企業の社会的責任（CSR; Corporate Social Responsibility）」を中心テーマとしております。

昨今国内外の企業不祥事の頻発を背景に、「企業の社会的責任」を問う声が高まっています。本白書では、約1年にわたる調査研究をもとに、今日的な意味で世界的に使われる「CSR」は、単に法令遵守や社会貢献といったレベルにとどまらない、CSRは企業にとって「コスト」ではなく、経済・環境・社会のあらゆる側面において社会ニーズの変化をいち早く価値創造へと結び付け、企業の持続的な発展を図るための「投資」であることを明らかにし、日本経済・社会の活力再生につながるものとして積極的に位置付けております。

さらに、いまやCSRは議論の段階から実践の段階に移るべきであるとの認識に立ち、CSRの実践と、その継続を支えるコーポレート・ガバナンスの確立について、経営者自らが現状の仕組みと成果を評価し、さらに将来の目標を設定し、その実現をコミット（約束）することによって、実践を促進していくための「企業評価基準」を提唱していることが、大きな特徴です。

経済同友会は、2003年度はこの「企業評価基準」に基づいた評価の実施を会員所属企業に呼びかけ、まずは回答データの分析によって業種や規模別の平均像を公表し、先進的な取り組みについては当該企業の上承が得られれば事例として紹介していく予定です。さらに評価基準の改良、改善を図りつつ、この取り組みを継続的に推進していく予定です。

【経済同友会が提唱する「市場の進化」】

経済同友会は、活力と人間らしさに溢れ世界にも魅力ある新しい国づくりを進めるため、21世紀の経済社会を支える理念を探求し、それを2000年12月に『21世紀宣言』として発表しました。

その中で、社会と企業の関係について「我々経営者は、経済的価値の創造と増大という本来の目的はもとより、企業が人々の価値観や生き方にますます大きな影響を持つ社会的存在であることを改めて認識し、企業と社会との相互信頼をより確かなものにしていく必要がある。そのために、経営者は、絶えず、社会のリーダーとしての責任を自覚し自己を律して、社会の期待と企業の目的の調和を目指す『市場の進化』の実現に向けてイニシアティブを発揮し続けなければならない」と謳っています。

「市場の進化」とは、市場の評価が極端に「経済性」偏重に陥ると企業活動の行き過ぎた「結果第一主義」や「株主利益至上主義」を招き、社会の価値観との間に著しい乖離をもたらす恐れがあることに警鐘を鳴らし、市場を「経済性」のみならず「社会性」「人間性」を含めた総合的な企業価値を評価する市場へと進化させていくことを求めたものです。また、企業も市場からの評価をただ受身に捉えるのではなく、市場や社会に積極的に働きかけ、市場をその方向へ導く努力をすべきであるという意味も込めております。

【企業の社会的責任（CSR）を日本の活力再生の原動力に】

ISO（国際標準化機構）が品質や環境と並んでCSRの規格化を検討しており、本年のサミットの議題の一つとしてCSRが提案されるなど、近年「企業の社会的責任（CSR）」が注目を集めています。

その背景の一つに企業不祥事の頻発があったことは否定できませんが、むしろ以下のような社会の大きな変化に注目し、CSRを企業と社会の相乗発展を目指す取り組みとして積極的に考えていく必要があります。

- グローバル化の中で企業の活動領域が広がり、一企業と社会が相互に与える影響も格段に大きくなった。
- 多くの情報と専門知識を持つNPO、NGOなどの興隆に特長付けられた新しい社会のガバナンスの下で、企業を見る目が厳しくなってきた。
- いわゆる「株価偏重型米国式経営」の行き過ぎに対し、新たなバランス経営の必要が生じた。
- 個人の価値観が、新しい働き方やライフスタイルを求めて大きく変化してきた。

そして経済同友会は、欧州調査、日本の経営者に対するアンケート調査などを通じて、今日的な意味でのCSRの本質を探究し、以下の結論を得るとともに、CSRの具体的、発展的かつ継続的实践によってこそ、競争優位の長期的な持続が可能になり、それこそ、「市場の進化」のコンセプトでめざす企業像(「経済性」のみならず「社会性」「人間性」を含めた総合的な企業価値が市場で評価される企業)にほかならないと位置付けました。

- CSRは、将来のリスクを低減するとともに、社会のニーズの変化をいち早く価値創造や新しい市場の創造に結び付けることによって、企業の持続的な発展や競争力向上につながる。したがって「コスト」ではなく「投資」として位置付けるべきである。
- CSRは、企業の持続的発展とともに、社会との相乗発展をめざすものである。その意味で、今の日本企業に失われた信頼とダイナミズムを回復し、日本経済・社会の活力を再生するための挑戦である。
- したがって、CSRは「法令遵守」や「社会貢献」といったレベルにとどめるのではなく、企業理念/戦略の展開という企業経営の中核に位置付けるべき課題である。

【具体的実践に向けて「企業評価基準」を提唱】

その上で経済同友会は、議論の段階は過ぎ、いまや具体的実践に一刻も早く踏み出すべきであるとの認識の下、具体的実践を促進していく手法として新たに「企業評価基準」を提唱します。

「企業評価基準」は以下の特徴、構成です。

[特徴]

- 経営者が社会の価値観の変化に「気づく」ことによって、より優れた経営をめざしていくことのできる基準である。
- (欧米などの)一定の価値観に基づく画一的な評価ではなく、多様な取り組みの中から先進的事例を発掘・評価するものである。
- 現状の評価だけでなく、概ね3年後を目安に実現をめざす目標を設定し、経営者がそれをコミット(約束)し、実践を促進するものである。

[構成]

「企業の社会的責任」(市場、環境、人間、社会の各分野) 83項目

「コーポレート・ガバナンス」(理念とリーダーシップ、マネジメント体制、コンプライアンス〔法令・倫理等遵守〕、ディスクロージャー〔情報開示〕とコミュニケーション) 23項目

合計で110項目。

CSRに焦点を当てた企業評価・格付けは、近年の欧米を中心とした「社会的責任投資(SRI)」の急成長に伴い、活発化してきています。これに対して、経済同友会が提唱する評価基準は、上記の特徴を活かしながら、日本の経済界からの積極的なイニシアティブとして展開していきたいと考えております。