

CSR（企業の社会的責任）

このところ、わが国企業の間で「CSR」(Corporate Social Responsibility、企業の社会的責任) に対する関心が急速に高まり、CSRを意識した経営に取り組む動きが広がっています。但し、ひとくちに“CSR”と言っても、法令遵守や危機管理対策など、企業が存続するための前提条件に位置付けられるレベルの責任はもとより、環境問題への対応や地域社会への貢献活動、情報開示の拡充など、より広い範囲での取組みに至るまで、様々な種類の責任が含まれます。

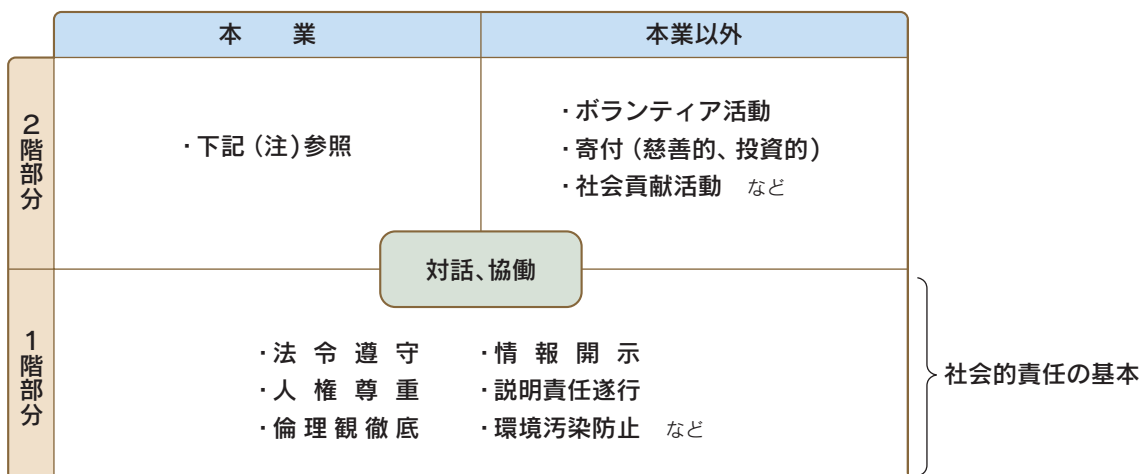
こうした概念自体は新しいものではなく、わが国企業も従来から、有用な製品・サービスの提供や雇用の創出、利益還元としての寄付などの形で社会的な責任を果たしてきました。しかし、これまでと異なるのは、株主や顧客を始め、取引先や地域住民、従業員など、企業を取り巻くステークホルダー（利害関係者）との関係を強化し、それぞれの満足度を高めることが結果として、企業の持続的な成長に繋がるという考え方が重視されるようになってきたことです。こうした傾向は今後、わが国でも社会的責任投資（SRI）、すなわち、従来の財務・収益分析に加え、CSRの視点から企業を評価・選定し投資する手法が広まるにつれて、益々強くなると見込まれます。

CSRへの組織的な対応、例えば、専担部署を設置してCSR関連の取組みを統括するといった動きは主として大企業の間で見られる現象ですが、このことは、中小企業にとってCSRへの対応が不要という意味ではありません。と言うのは、自社の商品や企業ブランドにマイナスの影響が及ぶリスクを減らす観点から、原材料や部品、商品の調達・仕入先や業務委託先など、グループ会社や取引先企業に対してCSRに配慮した経営を要請するケースが増えているからです。

今後を展望してみても、CSRの規格化や評価手法の開発など、企業に対して社会的責任の遂行を求める潮流が加速する方向にあります。もっとも、企業に期待される役割・責任は、国や地域、企業規模や業種等によって異なるだけに、ステークホルダーとの対話や協働を心掛け、単に一過性のブームとして対処するのではなく、自社の経営理念や事業内容等に照らして取組方針を明確にしたうえで、CSRの考え方を社内に浸透させていくことが大切です。

土方 研也

CSR（企業の社会的責任）の枠組み



(資料) 三重銀総研作成

(注) 本業を通じた活動か否かという視点から区分すると、例えば、銀行であれば、環境保全や地域貢献を意識した預金商品やローン商品の提供などが該当する。