

研究員の主張

企業と個人の新しい関係のすすめ

企業の社会貢献活動を通じた社会参加

荘銀総合研究所
齋藤 亜紀

企業の不祥事から学ぶこと

二〇〇二年一月に雪印乳業子会社の雪印食品の取引先企業による告発で発覚した牛肉偽装事件から二年がたつ。事件直後、スーパーの店頭からは雪印ブランドの製品は姿を消し、三カ月後には雪印食品は解散する事態となった。その後、八月にも日本ハム子会社の日本フーズで牛肉偽装事件が発覚、また東京電力の原子力発電所のトラブル隠しが明らかになるなど、一年のあいだに業界を代表する企業による不祥事が立て続けに起きた。このことを通じてこれらの企業では企業の社会的役割や社会に及ぼす影響は忘れられ、自社の利潤だけを追求するあまり、倫理観を欠いた行動が日常的に行われていたこと。また、社会貢献や共生、豊かな生活の創造といった企業理念を掲げていながらもそれが現場に浸透していなかったことが指摘された。

だがこれは不祥事が起きた企業だけでなく、他の企業に対しても、企業の社会的役割や社会に与える影響の大きさ、社会的責任や社会貢献活動について考えさせるきっかけに

もなった。最近では企業の社会的責任を規格化する動きが始まり、経済産業省、ソニー、松下電器産業や日本経団連などが中心となって「企業の社会的責任」に関する基準を策定し、二〇〇四年に日本工業規格（JIS）として取りまとめられる予定となっている。

企業の社会貢献活動の歴史

日本における企業の社会貢献活動の歴史をみると、第二次世界大戦前には事業成功者が個人として寄付・慈善活動を行っていたが、本格的な企業の社会貢献活動は七〇年代のオイルショック以降に盛んになった。しかし当時の社会貢献活動は、企業が引き起こした公害問題などから生じた企業批判に対処するためや、悪くなった企業イメージを払拭することが目的の社会貢献活動が多かったため、景気低迷によって社会貢献活動も後退してしまつた。その後、八〇年代後半からの景気回復のなかで「企業があげた利益の一部を社会に還元する」という考え方にもとづいた社会貢献活動が増え、多くの企業に社会貢献部な

どの専門部署が設置され、寄付活動や慈善団体や芸術文化活動への支援などが盛んになった。九〇年は「フィランソロフィー元年」と呼ばれ、経団連（当時）に経常利益の一パーセント相当額を社会貢献活動に充当しようという「パーセントクラブ」や、企業によるメセナ（芸術文化支援）活動の活性化を目的とした公益法人「企業メセナ協議会」が設立された。しかし、寄付活動やコンサートの企画運営などが中心の社会貢献活動は、企業の業況に左右されやすく、企業に余裕がなくなると、活動経費や人材が削減されたり、場合によっては休止せざるをえなくなるなど、継続性に乏しい活動も少なくなかった。

社会貢献活動の新しい動き

最近、企業の社会貢献活動に新しい動きがみられるようになった。それまで「カネはだすが力が見えない」といわれた横並びの企業の社会貢献活動が、企業それぞれの強みや資源を生かした個性的な活動へと変化している動きである。多くの企業がこれまでの社会

貢献活動の意義と目的を見直し、企業それぞれの特徴や強みを生かした、効果的で継続性のある社会貢献活動が行われるようになってきたことである。

アサヒビール株式会社では二〇〇二年から「アサヒアートフェスティバル」と題した地域の文化活動振興を目的とするイベントを本社周辺と全国で開催している。このイベントはアサヒビールが自社だけで行うのではなく、地域のNPOと連携し、それぞれの資源や知恵を出し合うことで企画・運営している。またアメリカンファミリー保険会社は社会貢献活動のテーマを「がん・子ども・家族」とし、がんによって生計維持者を亡くしたがん遺児の高校生に返済不要の奨学金を給付するための基金運営や、長期の入院や通院が必要な子どもと家族に対する経済的・精神的負担の軽減を目的とした総合支援センターを設立するなどの社会貢献活動をおこなっている。

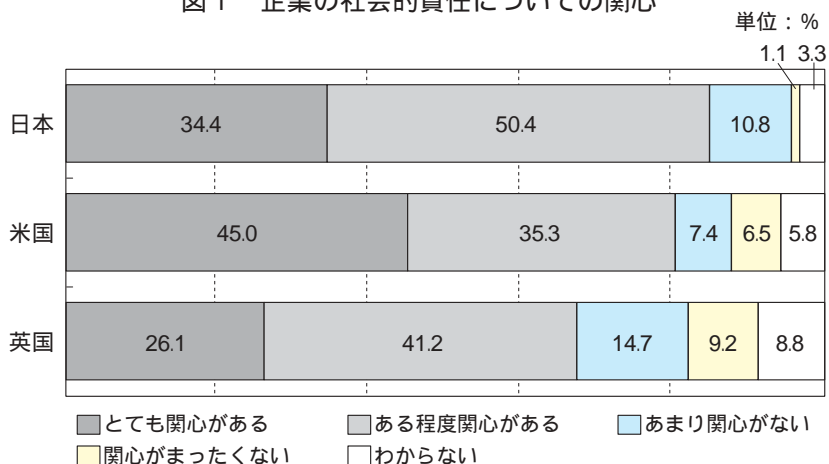
社会貢献活動を評価する

一方、企業の社会性や社会貢献活動に対する関心は企業だけでなく個人にも広がっており、SRI（社会的責任投資）といわれる投資手法の登場もその一つである。SRIは市場で資金を運用する際に収益性だけでなく法令遵守、企業倫理、環境や地域社会への対応など社会性を考慮し投資先を選定しており、投資という行動を通じて、個人による企業の社会貢献や社会性の評価手段でもある。

日本では九九年に環境に配慮した企業を選定し投資するエコファンドが登場し、現在日本のエコファンドが販売されている。欧米で

はSRIが拡大しており、企業の社会的責任の評価を投資によって行うことは日本よりも一般化しているといわれている。しかし、二〇〇三年に環境省が行った「社会責任投資に関する日米英比較調査」の結果（図1）によれば、投資に興味をもっている人々において、日本は米英国と同じくらい「企業の社会的責任」に関して関心をもっていることが明らかになっている。このことは日本でも欧米並みにSRI投資が広がる要素はあるが、日本ではまだ今のところ、企業の社会的責任への関心を行うに移す機会が少ないと思われる。

図1 企業の社会的責任についての関心



資料：社会的責任投資に関する日米英3か国比較調査報告書(環境省)

良きパートナーとなるために

今後、企業の社会貢献活動をすすめ継続させていくためには、企業と個人のそれぞれに役割が期待されているのではないだろうか。企業に期待されているのは、社会貢献活動がより効果的で継続性のある活動となるために、自社の強み、資源を生かした社会貢献活動を行うっていくことであり、そのためには地域や住民と密接にかかわりあい、そのニーズにあつた活動をしていくこと、さらに活動を通して協力しあうこと、活動の成果を評価してもらふことが必要であろう。

また個人に期待されていることは、日頃から企業活動に関心を持ち、その活動を評価、支援していくことだろう。具体的には、その企業がどのような企業理念に基づいて企業経営をしており、またその企業から作り出されている製品やサービスの製造や流通プロセスは適正かどうかということなどの企業活動に関心を持つことである。その企業理念に共感し、納得のいく企業活動をしている企業であれば、その商品やサービスを積極的に購入すること、SRIなどを通して投資すること、また企業の行う社会貢献活動に参加することを通して、その企業活動を支持するができ、さらに企業の社会貢献活動を支援することにつながる。

企業と個人は単に商品やサービスをやりとりする関係だけでなく、連携し協働しながら共によりよい社会を目指すパートナーでもある。それぞれの小さな行動の積み重ねが、豊かな社会づくりにむけた大きな力となることを期待したい。