

企業の社会的責任（CSR、Corporate Social Responsibility）に注目が集まっている。そのCSRに優れた企業を選び出し、投資するものがSRI（Socially Responsible Investment＝社会的責任投資）である。では、CSRは企業経営にとって望ましいのだろうか。

結論を述べれば、CSRは企業を構成する、人物（製品やサービス）、資金」の面でプラスの効果がある。このプラスの効果を、「証券アナリストジャーナル」（二〇〇四年九月号）、社会的責任投資特集 からピックアップしておこう。表は、その特集に掲載されている論文（森木重喜氏・足達英一郎氏・CSR評価とSRIの実践、川北英隆。社会的責任投資・解題）に基づいてまとめたものである。

この表で分かれるのは、CSRは企業経営の特効薬ではないことだ。漢方薬のような、じっくりとした効果しかもたらさない。その典型が企業ブランドの確立や、従業員の満足度の向上である。二酸化炭素の排出量削減効果にしても、その削減のための投資が必要だから、当初は企業業

績にとってマイナスだろう。以上のような性質を無視し、業績向上だけを目的にCSRに飛びつけば、期待はずれに終わってしまう。

言い換えると、CSRは企業文化そのものである。当然のことながら、企業は閉じた組織ではない。原材料を仕入れ、製品やサービスを提供するのが企業活動である。人を雇わなければならない

いし、工場や店舗を建てなければならない。このような活動を通じて、企業は外部、すなわち社会全体に対して開かれる。

その社会といかに上手に付き合うのがCSRである。この意味で、CSRは企業文化と密接に関連するわけである。

独自のな地位を与えられている組織であっても、社会との付き合い方を一歩誤れば、甚大な損失を被ってしまう。昨年から今年にかけて著名な企業や団体が危機的状況に陥った

**MARKET EYE** マーケット・アイ

**企業の社会的責任**

川北英隆  
同志社大学政策学部 教授

のも、企業文化が社会に適合していなかった好例である。

そう考えれば、CSRなんて英語で言わなくても、立派な企業は今までも社会と上手に付き合い、社会的責任を果たしてきている。顧客に喜んでもらえる製品やサービスを提供し、ブランドを確立し、従業員に誇りと報酬を与えてきている。もちろん時代の流れ

を敏感に感じとり、研究開発への投資し、環境への対応も進めている。

締めくくり、今後の企業文化としての金融市場との付き合い

を強調しておこう。かつての企業は銀行と上手に付き合い合ってきた。それが金融市場との付き合いはほぼ完結した。しかし今後を考えると、証券市場との付き合い方が大事になってきている。

借入の代替として社債を用いる必要性が高まっているだけではない。投資家に安心感を与え、収益性をア

ピールし、株価を高めることが、企業戦略として要求されている。買収される脅威を低下させ、逆に他の企業や事業部門を買収し、事業を発展させる原動力として、株価を位置づけなければならない。

そのためには、業績を高めると同時に、投資家に対する誠実な情報開示とIR活動が重要になる。良い情報も悪い情報も堂々と提供し、誠実で自信にあふれた企業だとの評価を投資家に確立することが、戦略としての株価対策そのものである。

CSRが望ましい理由

理由	具体的な例
長期的なコスト削減	二酸化炭素排出コストの削減
リスクの軽減	訴訟、製品の不買運動リスクの回避
企業ブランド・イメージ	誠実、先進的な企業イメージの確立
事業革新	社会的二重の先取り、製品化
人材の確保	従業員の満足度向上
投資家への信頼	公表資料の信頼性向上、株価上昇等