

エコプレミアムクラブ

エコプレミアム流CSR

エコプレミアムクラブ  
慶應義塾大学経済学部

細田衛士

# 忘れられたCSR

- 逆説的な言い方だが、もともとのCSRは忘れられてしまった。
- そのような言葉を使うまでもなく、色々な流儀で多くの企業はCSRを実践していた。
- それがなんだか知らないうちに、マスコミの流行と歴史を知らない人々によって新しい概念として喧伝された。
- 歴史を知らないと同じ失敗を2度繰り返すことになる。

# CSRの歴史：その1

- 古くは1920年代のアメリカ、既にSRI(社会的責任投資)という概念があった.
- 社会的に望ましくないビジネス(酒、煙草など)には投資をしないという概念.
- また地域社会が良くなならない限り、ビジネスも発展しないという考え方がアメリカにはあった.
- かつての日本の起業家も同じように考えていた.

# CSRの歴史：その2

- 1960年代のアメリカでは、すでにCorporate Social Responsibility (企業の社会的責任) という考え方が定着していた。
- それ以降、企業市民 (Corporate Citizenship) やフィランソロピー (Philanthropy) などの形で展開した。
- 日本では、メセナ (Mecenat) やチャリティ (Charity) の形で現象面のみが伝わる。
- 根本のところを理解できていない。

# CSRの歴史：その3

- 1990年代の環境問題の高まりを受けて、SRIが復活。たとえば、エコファンドなどの名前で行われている。
- 2000年代、新しい環境保全の波が訪れる。これに、人権・福祉・ジェンダーなどの問題が加わり、新しいCSRの波が来た。
- しかし、「遵守」(Compliance)が強調されるなど、真の意味のCSRが理解されていない。

# 包括的に把握することの重要性

- SRIもフィランソロピーも企業市民もメセナも根は同じで、これが企業の社会的責任.
- 「対策室」において問題が片つくほど容易い問題ではない.
- 企業が、自らの立場を検証し、社会との関わりを深く認識し、社会そして世界の幸福のために何をしなければならないか、それを深く検討する契機になる概念がCSR.

# ミルトン・フリードマンの考え方

- 企業がなすべきことは、適正な競争のもとに利潤を最大化し、株主の幸福を極大化すること。
- そうすれば、市場メカニズムを通じて全員が幸せになる。
- 企業の社会的責任など余計な事を考える必要はない。（ただし、法遵守などは当たり前。）
- これはそれなりに聞くべき教えである。
- CSRを主張するなら、理論的にフリードマンに対抗できなくてはならない。

# ステークホルダーの意味

- なぜ企業はステークホルダーを大切にしなければならないのか.
- ステークホルダーとは？ステークホルダーとはストックホルダー（株主）の対語.
- フリードマン流に言えば、企業はストックホルダーの幸福を考えればそれで良い.
- CSRでは、ステークホルダーの幸福を考えなければならない.

# 企業の存在の意味・影響

- 企業は、経済的のみならず、「社会的」にも「文化的」にもさまざまな分野で直接的に企業に関わる人以外の人々に大きな影響を与える。
- 企業は、市場取り引き以外にも、社会から大きな便益を受けている。
- たとえば、優秀な人材の獲得は企業にとって死活問題だが、優秀な人材を得るためには、すぐれた学校教育が必要。

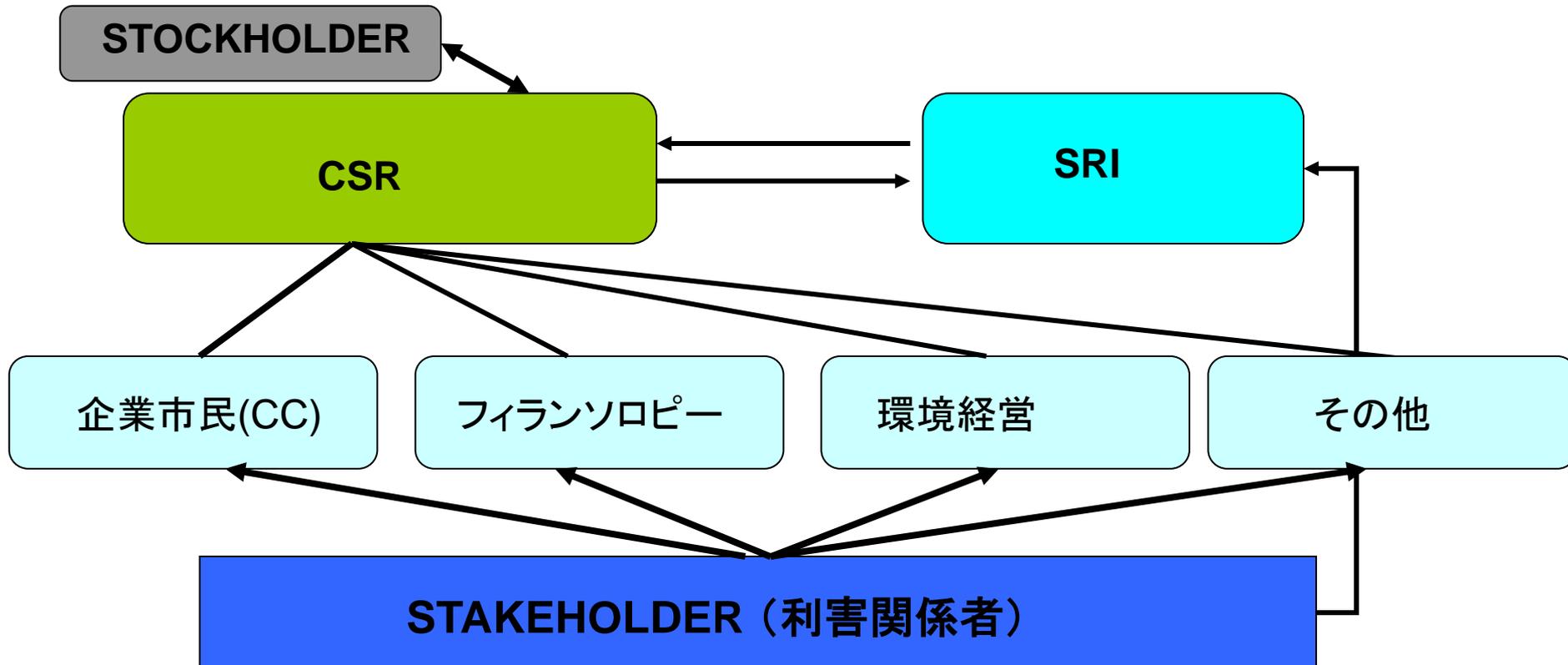
# 企業と地域

- 企業は地域のなかに存在している.
- 地域が衰えれば、企業にもマイナスの影響がある.
- 地域とともに生きることが必要. つまり、地域の活性化は、そこに生きる企業の活性化でもある.
- 日本の企業は、ややもするとこの点を忘れてしまう.

# 形から入るCSR

- 今流行のCSRは、ほとんどが形から入ったCSR.
- というのは、歴史や経済理論構造を全くおさえていないから.
- しかし、形から入ることも重要. 魂は後から入ることも十分ありえる.
- 魂を入れるには、しかし理論的思考と哲学(あるいは理念)が必要.

# CSRの包括的理解(2004年第1回エコプレミアムクラブシンポジウムより)



# エコプレミアムなCSR

- ところで、本来「法遵守」などは当然のことであって、CSRの構成要素足りえない。
- これが今新たに問題にされること事態が、歴史を踏まえた意味でのCSRを人々が理解していないことを意味する。
- 本来のCSR、より多くの人々の幸福のために、通常の経済取引以外の領域で、企業が責任を果たすこと。

# Authentic (本物) のCSRを

- 本物のCSRは、哲学・理念を基礎にもち、自己分析に基づき、冷静な判断による社会的責任の遂行および社会的貢献。
- したがって、本来ユニークなものであるはず。
- 他の企業が一樣にやっているものは、CSRの本質的要件とはならない。
- それでは独自性とは何か。

# 独自のCSR

- 別に、奇をてらったものが良いというわけではない。一見他の企業と同じように見えても、根底において異なる社会的責任の遂行や社会的貢献がある。
- そして、企業の組織化の上になされなければならない。トップの思いつきだけではNG。
- そして、ビジネスとCSRが哲学・理念でつながっていないなければならない。

# ところでエコプレミアムの基本概念

- 将来世代に美しい地球を残すことにおいて大きな貢献をなす.
- 他の企業より一段先を行く取り組み.
- たんなる法遵守を超えた取り組み.
- 自慢できるような方法と成果.
- 哲学・理念とともに具体的な目標があり、それが組織的に実現されること.
- 本物を目指して日々精進すること.

# つまり本物のCSRとは

- エコプレミアムという概念は基本的にCSRと同じもの.
- あえて言えば通常のCSRを常にグレードアップさせる概念.
- エコプレミアムの概念は、エコプレミアムのみには終わらない. 非常に応用範囲の広い概念.
- なぜなら、より多くの人々の幸福の向上を目指しているから.

# おわりに

- CSRの実践でさえ、歴史と理論を学ぶことが重要.
- そして、哲学・理念とともにCSRを実現する組織力が必要.
- 冷静な自己分析のもとに、他とは異なった何ができるのか徹底的な検討が必要.
- 他よりも常に上を行くためにはどうすれば良いか. それはエコプレミアム概念と共通するものがある.