

本業を通じた社会貢献

國部 克彦（こくぶ かつひこ）

神戸大学大学院経営学研究科 教授

最近の日本企業のCSR報告書における傾向として、本業を通じた社会貢献の記事の増加があげられる。多くの企業のCSR報告書では、本題に入る前に、「特集」と称して様々な記事を掲載しているが、そこに本業を通じた社会貢献が解説される場合がしばしばみられるようになってきた。すべての企業は何らかの社会的ニーズを満たすためにビジネスを行っているのであるから、本業が「社会的」であることは当然で、また企業としても自社の最も得意な分野をアピールしたいので、このような記事が増加することは理にかなっている。

CSRの理論からすれば、本業を通じた社会貢献がCSR活動の中心に据えられるべきであるから、このような傾向は基本的には歓迎すべきである。しかし、CSR報告書での情報開示をもって、日本企業のCSRが本業を中心とした社会貢献に軸足を移しつつあると考えるのはいささか早計かもしれない。というのも、何をもって、本業を通じた社会貢献とみなすのか、企業側にも整理されていない場合が少なくなく、多くの情報提供は1回限りのもので（「特集」として開示していることはその年度限りの場合が多い）、継続的に開示されてはいないからである。

また、本業を通じた社会貢献は、CSR報告書においてかなりのスペースを占めるものの、CSR活動の目標に落とし込まれていない場合も多い。つまり、CSR報告書で本業を通じた社会貢献を強調しながら、それ

はCSR活動のページとはほとんど関連性を持たないという奇妙な現象が頻出しているのである。私は、本業を通じた社会貢献こそ、企業が果たすべき最も重要なCSRだと考えているので、そのような情報開示がCSR報告書でなされることは積極的に評価するが、CSR報告書で開示する以上、CSR経営の体系の中に組み込まれていなければ意味が半減してしまう。

本業を通じた社会貢献を強調するのであれば、そしてCSR報告書で開示するのであれば、それをCSR経営の目標に何らかの形で関連させて、少なくとも毎年開示することが望ましい。そうでなければ、企業の宣伝とみなされても仕方がないであろう。さらに、踏み込んで指摘すれば、CSR活動として示す以上は、その活動に営利を超える責任を見出し、それを明示するとともに、多少の経済状況の変化にも動じることなく、その方向性を追求していくことを社会に対して約束するべきである。

さらに、本業を通じた社会貢献の意義を深く分析することも大切である。それによってどのような社会的課題が解決されたのかを究明すれば、そこに社会改善の目標値を設定することもできるであろう。それは、利益目標とは違う企業の価値を社会に示すことでもある。本業を通じた社会貢献の開示動向が、企業のCSR活動に組み込まれて、企業活動全体にCSRの視点が浸透することを期待している。