

CSR 報告書は誰が読むのか

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

CSR 報告書や環境報告書と呼ばれる企業報告書が経営実務として定着して久しい。先進的な企業が環境報告書を発行し始めたのが、1996年のISO14001の発行前後であるから、すでに10年あまりが経過している。

これらの報告書は法律で規定されているわけではない。「環境配慮促進法」では、大企業が環境報告書を発行する努力義務を定めているが罰則等はない(ただし、大学などの国が設立した特定事業者には環境報告書の発行が義務付けられている)。環境報告書については環境省がガイドラインを発行し、CSR報告書に関しては、国際的な民間団体であるGRIが「サステナビリティ報告ガイドライン」を発表しているものの、いずれも強制力はない自主的な基準である。法律で強制されない報告書が、大企業を中心に自主的に発行し続けられていることは、これまでの日本企業のビジネス慣行からすれば、非常に珍しいことである。

ところが一方で、「CSR報告書がどの程度読まれているのか？」と悩む担当者も少なくない。これが法律で強制されている報告書であれば、それがどの程度読まれるかは大きな関心事とはならないが、自主的な実務であればその効果を理解したいというのは自然な要求である。CSR担当者にとっては、自社のCSR報告書が多方面で話題になり、多くの読者に読んでほしいと思うのは当然であろう。そして、思うほど読者の反応がない場合には、CSR報告書が難し過ぎるから読まれないのではないかと錯覚して、内容を簡易化し過ぎてより一層読者離れをおこすという事態

も存在している。

この問題を解決するためには、われわれはCSR報告書を読者ニーズがあるから出すのか、それとも企業として説明責任があるから発行するのか、という本質をまず理解する必要がある。CSRの本質に立ち返って考えれば、読者の情報ニーズがあるから報告書を作成するということが出発点にあるのではなく、企業という社会の公器の透明性を高めるために報告書を作成することがスターティングポイントになることを十分に理解する必要がある。

つまり、企業が社会に対して開かれた存在であることの証明書がCSR報告書なのである。もちろん、興味を持って読んでくれる読者が多数いることが望ましいが、必要な人が必要なときにいつでも参照できる情報を公開しておくことの方が重要である。CSR報告書は、レスポンスは明示的には返ってこなくても、投資家、取引先、将来の従業員になるかもしれない学生等が開かれていることが大切なのである。そのことが企業に対する社会の信頼を高めることにつながるのである。

さらに重要なことは、CSR報告書を作成することは、会社の内部者がより自分の会社のことを知る貴重な媒体であると同時に、企業経営の中にCSRの精神を注入していく手段としても機能するのである。報告書が発行することが触媒となってCSR実務を活性化させていることはCSRに携わる担当者は程度の差こそあれすべて実感しているところであろう。報告書の効用は想像しているよりも幅広いことがもっと理解されるべきであろう。