

# 企業はCSR(企業の社会的責任)に どう取り組むべきか

経済のグローバル化、消費者意識の変化等に伴い、企業の社会的責任をより広い視野からとらえ直すことが重要になってきている。CSRのISO規格化の動きなど、企業の社会的責任が国際的に注目を浴びる中で、日本企業はCSRにどう取り組んでいくべきかを考える。



## 池田守男

日本経団連評議員会副議長・社会貢献推進委員兼長兼社会的責任経営部会長/資生堂社長

日本経団連の企業行動憲章のインパクトは大変大きく、会員企業の積極的な取り組みが期待される。アニュアルレポートとサステナビリティレポートの両方で企業の姿を見てもらい、社会からの評価を得ていきたい。多様な形で行われる企業のCSRの取り組みを画一的な規格で括るのは、企業活動そのものを規格化しかねないので避けるべきである。



## 立石信雄

海外事業活動関連協議会(CBCC)会長  
オムロン相談役

CSRは、世界の企業経営にとって、企業価値、ブランド価値、国際競争力を向上するうえで、大変重要になっている。日本企業は欧米と比較しても遜色がない多様な取り組みを行っているが、それが十分ステークホルダーズに発信されておらず、顔の見えない形になっている。また、CSRは企業の主体性、自主性に任せるべきであり、欧米の企業家と同様に、ISOの規格化には反対である。



## 桜井正光

リコー社長

CSRは、社会をいい方向に変えていくための新しい価値創造の分野である。対応から責任へ、責任から経営へという形で、CSRに挑んでいきたい。CSRは経営そのものであり、CSRの規格化は、経営そのものを規格化することにもなり疑問である。CSRはあくまでも自分たちの改革であり、CSR報告書などを宣伝に使うべきではない。



## 足達英一郎

日本総合研究所上席主任研究員

日本企業には、ステークホルダーの期待に応えることが企業の競争力になるという視点が弱い。エンゲージメントを前提にした欧米の情報開示のスタイルや、従業員の確保・活性化に注目したCSRのアプローチが日本企業の参考になる。CBCCを強化して、欧米のBSRやCSRヨーロッパと並ぶようなCSR推進団体をつくってほしい。



## 田中 清

日本経団連常務理事

造したCSR対話ミッションの団長として欧米の関係者と意見交換してこられた立石さんから、お話ししたいと思っています。

CSRは企業経営にとって世界的に大変重要なテーマになっている

立石 CBCCが一九八九年につくられた経

田中 企業の社会的責任については、経団連は一九七三年の総会決議で、企業の社会的責任を初めて取り上げ、翌七四年には「企業の社会性部会」を設置しました。その結果、企業と社会の対話を目的とする経済広報センターを設立することになりました。また、九一年には会員企業の申し合わせとして経団連企業行動憲章を初めて制定し、その後何回か改定して現在の企業行動憲章に至っています〔9頁参照〕。

従来は法令遵守の意味でのコンプライアンスや倫理が中心でしたが、最近では二〇〇一年にISOがCSRに関する国際規格を作成するかどうかの検討に入るなど、企業の社会的責任が国際的に注目されてきました。

国際的な動きという点で、まず、昨年十二月に海外事業活動関連協議会(CBCC)が派

たわけです。

日本のCSRを紹介するとともに、欧米の企業や関連機関のCSRに対する取り組み状況を調べるために、昨年の十二月に欧米ミッションに行ってきました〔本誌二〇〇四年三月号参照〕。

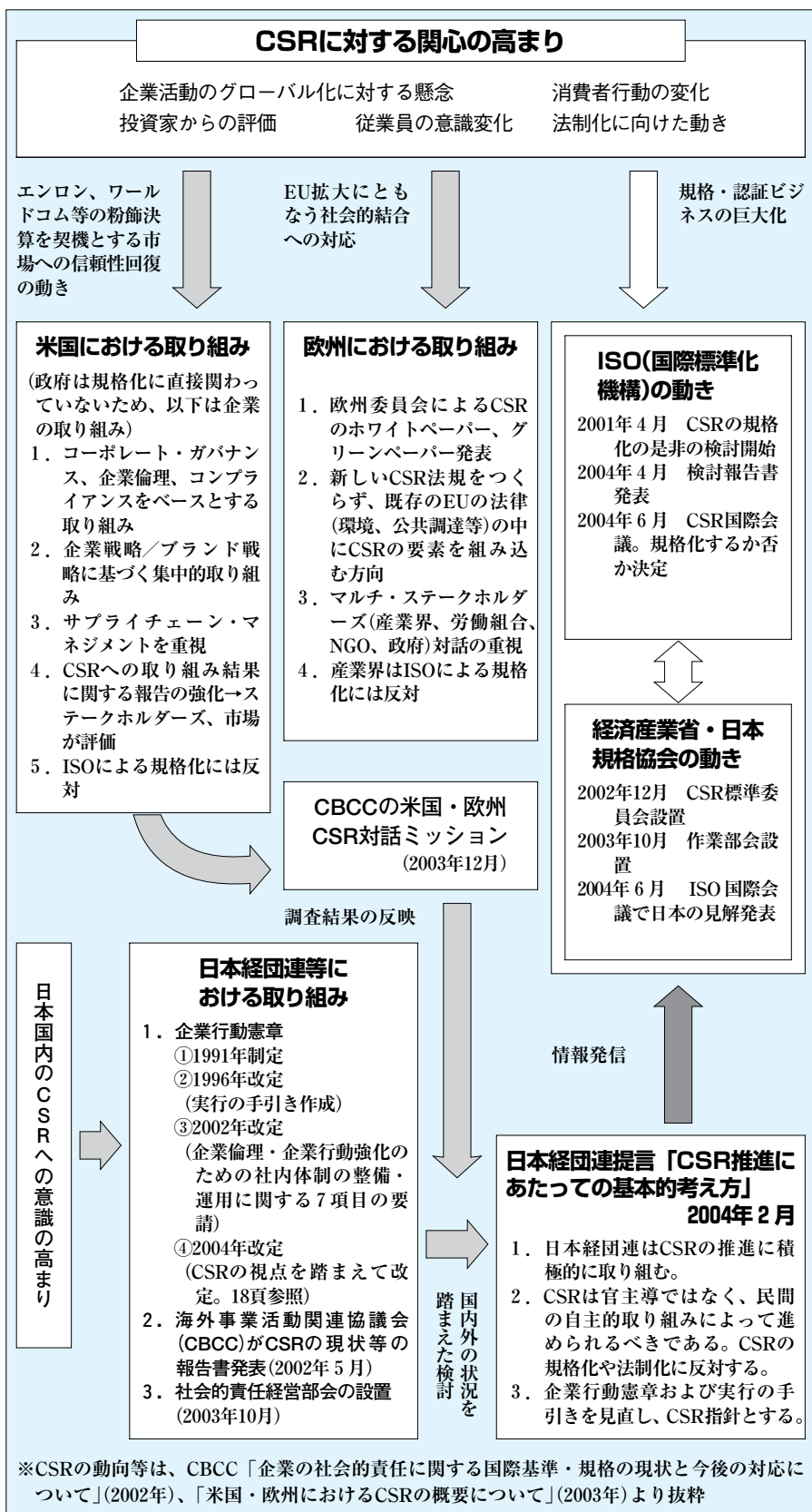
アメリカではコーポレート・ガバナンスや法令遵守、企業倫理をベースに置きながら、それを超えたところで社会にポジティブなインパクトを与えるような項目に関して積極的に取り組んでいます。しかも、トップのリーダーシップで自社の資源をフルに使いながら、組織体制もしっかりして取り組んでいる。もう一つの特徴はサプライチェーン・マネジメントで、自社の企業倫理や法令遵守を、まったく同じレベルで末端の生産委託会社まで行きたらせようと取り組んでいます。

欧州のほうは、欧州委員会やCSRヨーロッパ等を訪問しましたが、その時点では一五カ国の中で共通の規範をつくろうと動いていました。今は二五カ国になっていますから、なかなか大変だと思います。当面は、従来でキ上がった法制にCSR的な要素を組み込んで対応する形で進んでいます。

日本企業は、欧米と比較しても負けないくらいいろいろな形でステークホルダーズの要求に真摯に応じて、活動していると思います。ただ、残念ながらそれが十分ステークホルダ



「企業の社会的責任(CSR)をめぐる最近の主な動き」



立石信雄氏

田中 池田さんは、前回二〇〇二年十月の企業行動憲章の改定もまとめられ、今回は日本経団連がCSRを検討するために設けた社会

日本経団連の企業行動憲章のインパクトは大変大きい

田中 池田さんは、前回二〇〇二年十月の企業行動憲章の改定もまとめられ、今回は日本経団連がCSRを検討するために設けた社会



池田守男氏

ーズに発信されておらず、顔の見えない形になってしまっている。

CSRは、世界の企業経営にとって大変重要なテーマになっていきます。彼らは皆、異口同音に、CSR活動の目的として、企業価値の向上、ブランド価値の向上、国際競争力をつけることの三つを挙げていました。

日本企業はステークホルダーの期待に応えることが企業の競争力になるという視点が弱い

田中 日本総研の足達さんは、早くから企業の社会的責任投資(SRI)に注目して、欧米と日本の経営者のCSRに対する認識の違いについても研究されていますが、いかがでしょうか。

足達 企業の責任の範囲が拡大してきている。製品やサービスを市場に出して、利益を上げて税金を納めるだけでは、ステークホルダーが満足してくれない状況になっています。日本でのCSRの議論は、環境や雇用など日本的な経営の長所を見直すきっかけにはな

対応から責任へ、そして責任から経営へ

田中 リコーはCSRに積極的に取り組んでいる企業として取りあげられますが、どう受けとめて実行しておられますか。

桜井 CSRについては、まだまだ社会的責任の内容、範囲、対象がつかみ切れていないので、あまりはつきり言えないのです。

一般的には、CSRをコストとして見ているなかで、当社は異例だと思えますが、私どももやっている環境保全活動で言えば、ステ

と違います。

ただ、欧米と比較した時に気になることは、ステークホルダーの期待に応えることが企業の競争力になるという視点を日本企業がどこまで持っているかという点、まだまだ心もとない。CSRの意義を経営者に聞いたアンケート調査によりますと、欧米では、将来への投資であるという回答が一番多くなりますが、日本では、事業を行っていく上での必要なコストという答えが上位に来てしまっています。これは、日本ではNGOなどのプレッシャー・グループが海外に比べると弱いことが一つの原因だと思えますが、日本のCSRの議論を、コンプライアンス経営の徹底と、日本的な経営の再評価だけに終始させてしまっているはず

ステークホルダーが要求する以前に、われわれ自身が、今後は地球の環境負荷低減が大変大事なテーマとなり、企業はこれに自らの責任を持って当たらねばならないというところからスタートしています。私は、地球環境保全活動に対して三つのステップを置いていきます。

最初のステップは、環境対応、すなわち外圧対応の段階です。法規制があるから、ステークホルダーが要求するから、特にグリーン調達等々でお客様が要求する、あるいは競合企業がエコ商品を出してきたから対応するという段階です。第二段階は、社会的責任で、社会の価値が地球環境保全にあるということによって責任を持って当たる自発的な活動です。

ただ、企業は、経済的な企業価値を増大し、利益を生み出すことがなければ、企業の存続が危ぶまれ、継続的な保全活動ができません。したがって、地球環境保全と同時に、企業利益の創出を実現することが企業活動として大事です。これが第三段階の環境経営です。

CSRも、いわゆる社会的責任経営は、社会が企業に対してどのような価値を求めているのか、また企業はどのような社会的責任を果たさなければいけないのかをしっかりと認識することが非常に大事です。私たちは、対応から責任へ、そして責任から経営へと、ぜひ持続可能な活動として進めていきたいと思





桜井正光氏

を入れて、より具体的に企業活動が見えるようにしました。今回は、消費者、社会からの信頼のみならず、「満足」という言葉を入れました。

企業が社会の信頼を得るためには、経済性を追求する、利益を上げる、雇用も確保する、いい商品を出すという経済活動と同時に、社会性、文化性、人間性を同時並行で企業活動の中で追求していく姿が求められる時代になってきています。だからこそCSRが非常に大きくクローズアップしてきたと理解しています。

私も桜井さんとまったく同じ思いを持っています。企業活動において社会からの信頼を得るためには、守りと攻めがあります。まず、最低限守るべきことは徹底的にこれを守る姿勢を貫いていく必要がある。その上に立って、環境問題などにおいても攻めの経営で積極的に取り組んでいく。この両面を常にバランスよく保たせていく企業経営が必要です。

そういう流れの中で、これまでコンプライアンス中心でありましたが、今回CSRの視点をより明確に企業行動憲章の中に盛り込

せていただいた。この企業行動憲章は、会員企業の申し合わせではありませんが、大変大きなインパクトがあります。この申し合わせに対して会員企業が積極的に取り組んでいただければ、大変すばらしい日本の社会ができていくと思います。

### 法規制の遵守から価値創造へ

田中 CSRに対する各社の取り組みについてお伺いしたいと思います。リコーではCSR憲章をつくられましたが、全体としてはどのような取り組みをしていますか。

桜井 やはり攻めと守りがあります。CSRを守りと考えるのは、先ほどの「対応」の段階です。攻めの段階は、将来に対する社会的な要求事項、つまり新しい価値の創造だと思います。

今までは法規制の遵守、倫理の遵守の面からリコー行動規範をつくって行ってきました。これは守りですが、われわれが新しくつくったCSR憲章の精神は、われわれが自ら社会的責任を感じとり、自ら社会的責任を明確にし、そして積極的に責任を果たすという行動をとっていくということにあります。また、当社もグローバル企業になってきて、グローバルな価値観で、グローバルな広がりでの社会的責任を果たすことを基本とした憲章にしようということで行っていました。



銀座一町ぐらいいを掃除させていただいた。こういう創業者の思いを今日まで引き継いできています。

一九二一年からは、社是として五大主義を掲げています。モノをつくる生産者、販売する小売店、消費者の三者がともに栄えるものでなければならぬという共存共栄主義を中心にして、品質本位主義、消費者主義、堅実主義、徳義尊重主義です。その時代から消費者を常に大きなステークホルダーの一つとしてとらえていました。その後いち早く企業行動憲章に準ずるTHE SHISEIDO WAY(資生堂企業行動宣言)を社内で行いました。

THE SHISEIDO WAYは、企業理念を実現するために各ステークホルダーに対し当社がいかに進むべきかを示したものです。さらに、その細目を社員に徹底するために、「THE SHISEIDO CODE(資生堂企業倫理・行動基準)」もつくっています。



経営トップの役割は、地球環境保全など足もとではコスト扱いされそうなもので、将来社会を良くし、企業の成長と発展には非常に大事な課題についてリーダーシップを発揮することです。CSR推進室を社長直属にしましたが、正直なところ、よく分からないので、とにかく手元に置いて社員と相談して、当社のCSRを開発していこうということにスタートしました。リコーは進んでいると言われますが、進んでいないからCSRを社長直轄にしたのです。

説明責任につきましては、財務諸表等々で書き込めるところにはいろいろ書き込んできましたが、今でCSR報告書の発行は抑えてきました。なぜかといえば、どういう構成にしたらいのか、何を開示することが重要なかがまだまだつかみ切れていませんでした。最もやってはいけないことは、この報告書を宣伝に使うことです。環境保全もそうで

当社も、CSRをコストではなく投資とした経営を行いたいと思っていますが、市場経済の中でそういうものが評価される時代が一日も早く来てほしいという思いもあります。そういう一歩を踏み出そうとしているのが今日の状況だと思いますが、自主的な取り組みを規格化することに短兵急に走ることは避けるべきです。

日本の企業は、これまではどちらかというと陰徳を尊ぶという思想でしたが、市場経済において評価をいただくためには、もっともっとオープンにしていくな必要があると感じており、当社もサステナビリティレポートとアンリアルレポートを出しています。企業活動の経済性中心のものはアンリアルレポートで、サステナビリティレポートは、企業の人格、人となりやあらわすものにしていきたい。その両方で企業の姿を見ていただきながら、社会からの評価を得ていくことができたいと思います。

### 自社に最もふさわつつ CSRの実践を

田中 オムロンは、何十年も前から社会貢献活動をいろいろやってきておられますね。

立石 当社は、一九五九年に「社憲」という形で企業の社会的責任をうたいました。その内容は、「われわれの働きで、われわれの生



足達英一郎氏

すが、決して宣伝に使ってはならない。まず第一に、社会や地球環境を良くしていくと同時に、われわれ企業の成長と発展をも実現するための、経営革進活動であるということをしてわれわれがきちっと理解することです。そして次にその活動内容をしっかりと社会に公表し、意見をもらって評価を受け、検証し、そして社会にとっても、企業にとっても、さらに望ましい経営革新を開発し、推進していくことが大事です。したがって、何でもかんでも公表し、説明すればよいとも思っていないです。

### 陰徳からオープンへ

田中 資生堂も積極的に取り組まれています。特徴も踏まえてお話しください。

池田 当社は、一八七二年に銀座で薬局を創業して、それから化粧品産業に移っていきました。企業活動に対して信頼を得ることは、創業時から意識されていたようです。卑近な例ですが、創業者の夫人が、毎朝暗いうちに起きて、皆様のおかげでわれわれは商売をさせていただいているという感謝の念を込めて



活を向上し、よりよい社会をつくりましょう」というものです。この言葉自体は大変短い文章なのですが、この社憲は、企業は自らの努力で自らの働きがいや生きがいを追求する一方、企業は社会を構成する一員、いわば企業市民として、社会的責任を果たすとともに、その発展に貢献すること、すなわち「企業の公器性」こそ、その目的であることを宣言しています。これはまさに、今日のCSRの考え方に通じるものだと思います。この社憲の精神である「企業の公器性」には、二つの側面があり、一つは、企業本来の事業活動を通じて実現する公器性です。一方、企業としては、それだけでは不十分です。企業はその地域社会から大きな恩恵を受けており、ここに何らかのかたちで直接的な還元をしていく必要があります。当社はこうした考えのもと、本業を通じた公器性の実践のほかに、社会福祉、科学技術、文化芸術、地球環境、国際交流などの分野で積極的に企業市民活動を行っています。CSRがカバーする範囲は非常に広く、既存のCSRの国際基準・規格でカバーされている項目には、法令遵守、腐敗防止、消費者保護、環境保護、労働(児童労働など)、安全衛生、人権、地域貢献、地域投資などが含まれます。企業はそこから自社に最もふさわしいCSRの実践をしていく必要があります。そういう中で当社は、環境に対してグリーン

グループ、株主、あるいは従業員から、自社の宿題になるような課題をもらって、それに対して目標を設定して取り組みを進めていくスタイルもかなり定着してきています。そのあたりが今後の課題だと思います。

もう一つ、CSRを業績や競争力につなげるパスは幾つか言われますが、その中で従業員の獲得や定着、あるいは活性化というメリットが強調されることが欧州ではままたまあります。欧州でヒアリングしますと、社会から尊敬される会社になることが、いい人を採用し、定着させ、生き生きと社内を活性化させる近道だという回答が返ってきます。そういうアプローチでCSRに取り組むやり方もあります。シャープのように、小集団活動の中にCSRを位置づけ、労働組合も積極的にこれをバックアップしていくとしている例は参考になると思います。

### CSRの規格化には反対

桜井 環境保全活動でも、他の社会的責任の分野でも実感しているのは、皆現実的な今の価値の創造につながっていることに気がついていないということです。

たとえば、環境保全にしても、省資源の商品を出そうと思えば、部品点数、材料の消費量をどんと減らすわけで、これはコストダウンです。省エネルギーの工場をつくらうとす



ン調達なども含めて積極的に取り組んでいます。一九九八年から環境報告書をつくっていますが、今年からはサステナビリティレポートとして、幅広くCSR実践の内容を盛り込む予定です。

今の消費者行動を見ていると、いろいろ不祥事があって、企業を見る目が大変厳しくなっている。株主もそうです。最近の消費者は、ただ単に価格や品質だけではなく、それをつくっている企業が本当に地域社会に存在価値がある、存続してほしい企業であるかどうか、そういう観点で製品を選択するように大きく変わっている。ですから、CSRが投資であるうが、コストであるうが、それが回収できる時代にきていると思います。

### エンゲージメントや従業員の確保・活性化に注目したアプローチ

田中 足達さんは多くの企業の取り組みを見ると、生産工程を極端に減少させることになり、これも生産性を高める話になる。だから、地球環境保全の活動と企業の経済価値は表裏一体の活動です。また、今現在の経済価値の創造にならなくとも、必ず近い将来大きな価値創造につながる。その意識をきちんと持って、コスト意識で迷惑がってやるものではない。そういう要素を私たち経営者はどんどん探していくべきです。

社会的責任経営の対象領域は非常に広い分野にわたります。現在、欧州を中心に国際規格化の動きがあるようですが、国際的にみても地域的にCSRの意味や範囲は違います。社会的責任経営を突き詰めると経営そのものですから、経営そのものを標準化し、規格化し、総合点をとってレベル付けして何の意味があるのか? 消費者には、われわれの提供する商品価値で評価してもらえらる。投資家には、利益を生む行動や、将来の成長と発展の項目で評価してもらっている。各企業に独自のCSR、すなわち経営があつてよいはずですが、従業員の活性化がこれから非常に大事です。これからの価値創造の時代には、従業員のチャレンジ意欲がないと新しい価値創造はなかなかできない。価値創造を刺激するためには従業員の活性化が必要です。それには、社会的に大きな価値のある、そして自分の夢にチャレンジできて、達成感を味わえることが重

てきて、どんな印象をお持ちでしょうか。

足達 当社は、日本企業約二〇〇社のCSRの取り組みに関する情報を収集して、金融機関に提供していますが、今お話をうかがった三社は、まさに先頭を走っている企業です。海外との関係がどれだけ強いかが、ステークホルダーとの距離がどれだけ近いかが、取り組みが熱心かどうかのメルクマールになっていると感じています。全体から言いますと、CSRはコンプライアンス経営の徹底でいい、あるいは日本の経営の良さをどんどん発信していくことで十分という声もまだまだ聞かれます。確かに環境への取り組みは、おしなべて日本企業のスタート台は高いところにある。しかし社会側面の個々の取り組みや、情報開示は欧米と比べると、まだまだ改善の余地があります。今まではいいことをやっていることを、声を大にして言うものではないという感覚があつたからでしょう。また、女性の管理職数や、社内の機会均等は、身内の話であつて、外へ行ってべらべら言う話ではないという意識が非常に強かつた。ただ、ステークホルダーからあえて耳障りな声も聞いて自らが鍛えられる経営がCSRだと定義をすれば、こうした点は改善が必要になってきます。

欧米の取り組みを見ますと、エンゲージメントと呼ばれるいますが、NGOや消費者の要です。NHKの「プロジェクトX」で、世の中に役立つものにチャレンジし、あの人たちが皆涙するのは本当の達成感ですね。役員になつたとか、高額報酬を得られて満足感を得たわけではないですよ。そういう環境をいかに企業の中につくり上げるかが、今後の価値創造の時代、社会的責任経営の時代に大事な経営の要素だと思います。

### 欧米の企業家も ISOの規格化に反対

立石 ISOの規格化に対して欧米の企業家は総じて反対です。これだけ多様性のある世界の中で、それぞれステークホルダーの要請事項も国や文化によって違うのに、これしかないというものを押しつけることに対しては、アメリカの経営者も欧州も反対です。彼らが言っているのは、こういう活動はあ

くまでも企業の自主性と主体性に任せればいい。できるだけ早く説明責任あるいは情報公開でステークホルダーに流して、むしろステークホルダーの評価を受ける。そのほうが、ステークホルダーにより多くの付加価値を与えることができる。規格はミニマムしかできない。しかも、それが本当にその国に適応したものであるかどうか。国情によって違う、社会システムによって違う。

かといって何も無い世界では困るので、ヨ





るべきであるということは、正しいと思います。

### 多様性を持つCSRの精神を 企業活動の中に活かしていく

池田 CSRは企業活動そのものです。これからの時代は、画一的な企業活動よりも、各企業で本場に多様な価値観、新しい価値が創出されることが一番ふさわしい企業活動だと思います。消費者においても然りで、今まではあまりにも画一化され過ぎていました。また、そういう時代にならなければ、日本の将来はありません。

CSRを考えた時に、江戸時代の商いの心を思い出します。近江商人の「三方よし(売手が重要です。規格化、制度化に反対であるならば、経済界、企業側がイニシアチブを發揮していくしかありません。

昨年十二月にバン格拉デシュのダッカで開催されたアジア太平洋地域経営者サミットで、アジア各国からカントリー・レポートが出されています。これを見て、タイの経営者連盟が、AIDSの予防や人身売買を改めさせる運動に取り組むなどの事例を知り、私は感銘を受けました。

企業側のイニシアチブですが、米国にはBSR (Business for Social Responsibility)、欧州ではCSRヨーロッパという推進団体があります。幸い日本にはCBCCがあって、これまでの実績もあります。これを何とかヨーロッパで強化して、BSRやCSRヨーロッパに並ぶような、自らが活動する推進団体をつくれないうか。これがさらに発展すれば、たとえばCSRアジアというようなアジアの経営者、企業のCSR推進団体という構想もできるのではないのでしょうか。

立石 BSRやCSRヨーロッパのような団体は、日本でも必要です。CBCCとしても、過去一五年にわたる実績から、これまでの役割・機能を強化していくとともに、新しい時代の要請に応える新たな役割を果たしていきたいと考えています。日本経団連とも協議しています。

り手よし買い手よし社会よし」という言葉がありまして、「社会よし」ということが江戸時代から常に主張されていて、われわれの企業活動の中に意識しなくても遺伝子として持っていた。ところが、こういう時代になってきますと、それを意識した経営が必要になってきて、それぞれの企業が多様性を持つてCSRの精神を企業活動の中に活かしていくべきだと思います。

当社は、従業員の七割が女性で、女性の能力を100%発揮しない限り企業活動は前へ進みません。先ほどのエンゲージメントとして、私は年初に、日限は切らなかったのですが、女性管理職を三割にすると発言しまして、会社の組織や活動内容そのものをどういうふうに変えていくべきか、各部門で取り組ませています。

各企業の取り組みは多様な形で行われますから、それを画一的な規格で括るのは、逆に企業活動そのものを規格化しかねません。むしろ個性的な活動の姿を市場で評価していただく。ですから、説明責任、情報開示をこれまで以上に積極的にやっていくという企業責任もあります。

当社も遅まきながら今年四月にCSR部をつくって、取り組む命題をほとんど社内開示していきますと、社内でのそれぞれの活動もそういう視点で見直されつつあって、社内をよみがえらせる起爆剤になっている。CSRその

### サプライチェーン・マネジメント

立石 先週、中国に行ってきたが、CSRに対しての関心が大変強く、情報収集も盛んにやっているようでした。

アジアも含めて企業活動をやる中で一番大切なことは、本社のほうも、その国で何が起こっているかという情報をできるだけ早く察知して、それに対応できるように体制を現地の進出先にとらせることです。そうでないと日本企業は完全に取り残されます。ウオッチと同時に支援が必要です。

このたび、日本経団連の企業行動憲章が改定されるということですが、企業がこれだけグローバルに活動している中で、今回の憲章が本社から海外までひっくり返る一貫通で通用するようなものになっているかどうか、サプライチェーン・マネジメントのところが一番気になります。

池田 サプライチェーン・マネジメントにつきましては、今回の改定で「適正な取引」や「グループ企業や取引先に周知させる」などの文言を入れていきます。中身はこれからいろいろ検討していきたいと考えています。

### コンプライアンスと新しい価値創造

桜井 とにかく無駄なことは、それぞれの規格、基準をつくってレベルを設定して、経営とはこうあるべきだと評価をすることです。

ものが新しい時代にチャレンジする社内の改革になれば大変ありがたいと思っています。田中 ISOのような国際機関だけではなくて、今、経済産業省、環境省、厚生労働省など、各省がばらばらに取り組みはじめました。田中 今後、日本の経済界としてCSRをどのように推進していくべきか、日本経団連への注文等も含めましてお願いいたします。

### アジアのCSR動向に目配りと 日本の経済界のCSR推進団体を

足達 今後、日本企業が目を配っていかねればいけない部分として、海外動向、特にアジアのCSRの動向があります。タイでも、つい先だってCSRの規格ができて、実際に玩具メーカーなどで取得を完了する例が開始されています。日本の国際化はどんどん進んで製造業全体では国内就業者数と日系企業の海外従業員数の比率は五対一にまで達していますが、残念ながら海外での日本企業の行動の中でさまざまな摩擦がまだ続いています。

「現地の問題は現地で解決するよう指導している」ということではなくて、そういうもの一つ一つに目を配っていく必要があります。日本企業だけがグローバルな規範から逸脱しているということになってはまずいと思います。また、CSRは産業政策だという見方もあるものの、国が主導するのではないというこ

こんなところまでいくべきではありません。当然レベルを決めていくべきところは法規制であり、それを最低限守ることです。CSRは、社会からの要求に対して、あるいは私たち企業が社会をどういうふうに向かい変えていくかという意味で、新しい社会の価値創造の分野です。今ある、見えている価値の実現や、最低限守るべき法規制への対応という、コンプライアンスだけのことではない新しい社会的価値創造に対して、企業は大いに責任を持って、取り組んでいくべき課題だと思っています。

### 第三者認証には反対

立石 ISOは、諮問委員会をつくって、既存の国際基準や規格、ガイドラインなどの実態調査と、本場に規格化ができるのかどうかというフィードバックをやってきました。多分六月ごろには、TMB(技術管理評議会)が結論を出すと思います。

幅広い視点からCSRを考えることは必要だと思いますが、規格をつくれれば第三者認証につながるというのがこれまでの通例です。膨大なお金がかかる第三者認証には強く反対します。やはり、うちはこういうこともやっていますと自己宣言するような形ですべきだと思います。

田中 本日は、いいお話をありがとうございました。(二〇〇四年五月十七日 経団連会館にて)