

## 日本企業の社会貢献活動による途上国支援の可能性と限界

キーワード： CSR（企業の社会的責任）社会貢献 途上国 ステークホルダー

### 研究の背景

近年、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility: CSR）という言葉が頻繁に見聞きするようになった。しかし、CSRについて統一された定義はなく、CSRがカバーする領域は法令遵守から少子化対策まで多岐に渡っているのが現状である。企業の社会貢献（Corporate Philanthropy: 以下 CP と略称）活動も CSR の一環として求められるようになってきている。また、国際開発の分野でも、企業が CSR にもとづき、途上国支援の役割の一端を担うことが企業外部から期待されている。

しかし、現実には日本企業の CSR としての CP 活動はさほど活発ではない。ましてや途上国支援には結び付けられていない。

### 問いと仮説

そこで本論文では、「日本企業の CSR において、CP 活動が活発ではないのは何故か。また、CP 活動に途上国支援が含まれることが少ないのは何故か」という問いを立てた。この問いに対して検討すべき仮説として、「日本企業の CSR においては、通常の企業活動をきちんと行うこととする考え方が根強く、利益追求に直接結びつかない CP 活動は敬遠される。途上国支援も利益に結びつかないために CP 活動として取り上げら

れることが少ない」とする。企業が CSR、特に CP 活動を行うかどうかは、企業の目的が単に利益最大化のみにあるとみなすか、あるいは社会的存在として、それ以上の行動が求められているとみなすかによって違ってくる。

### ステークホルダーからみた CSR

CSR を考える上で、重要になるのがステークホルダーである。企業活動が何を目的とするかは、企業にとってのステークホルダーの範囲が重要となる。ステークホルダーが株主だけならば、企業は利益を最大化するためにのみ努力すればよい。企業の立地する地域の住民までステークホルダーに含まれば、企業は地域社会へ配慮した CP 活動を行うだろう。更に地球環境や途上国までステークホルダーに含まれば、企業は環境問題の解決や途上国の支援も自らの責任の範疇として捉えるようになるだろう。

### 日本企業の社会貢献（CP）活動の現状

企業へのインタビュー、ホームページ、CSR 報告書に記載された活動内容の分析を通して明らかになったことは、日本企業の CSR そのものに対する考え方が「義務の遂行」の枠を出ていないということである。

つまり、多くの日本企業は CSR を法令遵守や経済的な義務の遂行という、企業にとって「当然やるべきこと」に置き換えたに過ぎなかった。

そのような CSR の認識の下で、日本企業が CP 活動を行う動機は大きく二つに分かれる。ひとつは、CP 活動が自社の利益に結びつくことである。「利益につながること」は広く解釈されて、取引先や地域社会から支持を得ることや、自社の宣伝まで含まれることもある。CP 活動が「企業利益」という目的を達成するための手段として捉えられているとも言えよう。途上国支援も同様で、企業に関係のある途上国なら支援の対象となるが、関係のない国・地域を CP 活動の対象とすることは稀である。

日本企業が CP 活動を行うもうひとつの要因は、外部からの圧力によるものである。加盟する経済団体からの要請や NGO や SRI（社会的責任投資）からプレッシャーなどが主なものである。外部からの圧力はステークホルダーの広がり結びついている。企業が株主だけをステークホルダーとし、利益最大化のためなら手段を選ばない、という姿勢が企業不祥事に結びついた。このような状況への反省から、企業はステークホルダーを広く取ろうとしている。つまり企業にとってのステークホルダーは株主だけでなく、従業員、取引先、自社の立地する地域社会、そして究極的にはサステナビリティの概念によって地球規模にまで拡大している。

### CP 活動の新しい動き

利益優先型や外部からのプレッシャーによる CP 活動が主流を占める中で、自社の

利益を越えて途上国への支援へと向かう新しい動きが出てきている。このような新しい CP 活動であれば、企業が直接関係を持たない途上国であっても支援をする可能性が開けてくる。こういった CP 活動の代表例として、従業員が中心になって行うボランティア活動に対して企業がそれを制度的・金銭的にバックアップするというケースが挙げられる。ここでの CP 活動では、企業利益よりも「良いことをすべきである」という従業員のボランティア意識や、やる気が尊重されている。このような活動を企業が認めたり推進したりするようになった背景としてふたつ挙げられる。ひとつは、ヒトを重視する産業社会の変容であり、企業は従業員のやる気ややりがいを大事にしようとする。もうひとつは、地球全体をステークホルダーとし、地球規模の持続可能性に貢献することも企業の役割のひとつであると見方の浸透である。CSR が社会的に認識されるようになったことも企業を CP 活動に向けさせる要因となっている。

### 今後の課題

支援が常に「注目を浴びやすいところ」に集まるのは、PR などの利益目的の支援であっても、「良いことをするため」の支援であっても変わらない。これは援助に共通する課題でもある。この課題解決のためには、ステークホルダーとしての消費者、NGO が、本当に支援を必要としているのは誰なのかを正しく見極める目を持つことが重要である。消費者が賢くなることも、今後 CP 活動を含めた途上国支援・開発援助全体を充実させるためには必要であろう。