

## 企業法研究（招待論文）

# 中国企業の社会的責任の評価体系と制度環境

山東大学法学院教授 肖 金明(中国)  
(日本語訳：戦 東昇)

もし社会の経済発展の成果が本当に大衆の手まで分配されないならば、それは道義上大衆の支持が得られず、かつ危険なものである。なぜならば、それは必然的に社会の安定を脅かすからである。

——アダム・スミス『道徳情操論』

市場の力と全世界の理念の威力を結合させよう。私営企業の創造力と弱者層の需要および我々人類の未来の要求を結び付けよう（注1）。

——アナン

私たちが提唱すべきは、企業は社会責任を負い、企業家の体には道徳的な血液が流れているべきであることである（注2）。

——温家宝

西側諸国の企業の社会的責任は、もともと慈善事業とかかわっていた。最初、企業は社会のために製品、就業及び税収を提供すれば、社会的責任を全うしているといえた。しかし、18、19世紀になると、企業の社会的責任は、すでに純粋に経済的な特徴を捨て、慈善が企業の社会的責任であると見なされた。今日からすると、慈善事業に参加することは、伝統的な企業の社会的責任である。ある種の企業発展には、工業の製品の副作用、環境汚染の消極的な効果などの外部効果があるために、企業の責任はだんだん消費者の権益、人権、生態環境、コミュニティなどの領域までに拡大している。中国の企業の社会的責任はグローバル化と改革開放に関連している。一方、30年余りの改革開放の政策は国外の製品、設備、技術及び資金のみならず、西側市場経済国家の現代的企業制度、企業統治枠組み、企業の社会的責任、企業の環境責任の理念などをもたらしてきている。他方、中国の改革は、計画経済体制の下で企業が社会局面を処理することを打破してしまい、市場経済の条件の下で、企業がどのように社会的責任を負うべきかについては、すでに企業の発展及び社会の進歩の難題になっている。20世紀に入り、1990年代以降、全世界社会の責任の運動は活発になりつつある。中国の企業はグローバル化の巨大な挑戦に直面しており、そのうち2つがキーポイントである。一つは、企業の競争力を強めるためにその自主的な創造能

力を高めることである。もう一つは、企業の総合的効果を発生させるために企業の社会的責任を強めることである。科学的かつ合理的な企業の社会的責任の評価制度を作り上げ、企業が社会的責任を果たす制度の環境を築き、企業の社会的責任が実現されるレベルを全面的に高めることは、すでにグローバル化、科学的な発展、調和のとれた社会と密接に関連する緊急の課題になっている。

## 1 企業の社会的責任の定義及び問題

企業の社会的責任は、その意義が大きい、争いのある概念である。1924年にオリヴァー・シェルドンが企業の社会的責任の概念（注3）を提出し、20世紀30年代にアメリカ学者のバーリーとDoddが『ハーバード・ローレビュー』を拠点として、会社が誰に責任を負うのかをめぐる論争を展開して以来、企業の社会責任の内包、外延、特徴に関する議論は絶え間なく、共通認識の形成は困難であった。1970年代になってもなお企業の社会的責任が株主の利益の最大化にあるとする考えに固執する学者が存在する（注4）としても、企業の社会的責任の実践は、全世界の課題になり、そして企業の公民、社会的企業の理念・実践と互いに機能している。企業の公民と企業の社会的責任の関係からすると、一般的に言えば、企業の公民の精神と理念は、企業に対して、国家の法律、業界の規則と国際標準を守ること、腐敗と賄賂を遠ざけること、商業の道徳と経営の準則を提唱してそれに従うことを要請し；安全生産、機会の平等及び給料の公平を含める従業員、顧客及び株主の利益ならびにコミュニティに貢献し、性別、年齢、人種差別に反対し、従業員の福利と権益を保障し、製品の品質を改善し、消費者の権益を保護し、株主の利益を守る、コミュニティの建設と発展に参加することなどを提唱し；環境の品質を守ること、クリーンエネルギーを使うこと、気候の変化に対応すること、生物多様性を保護することを含める自然を大切にし、生態を保護し、環境保護の責任と資源を節約する責任を負うことなどを奨励し、；災害を救助し貧困を救済し、弱者を助け、教育、科学、文化、衛生、スポーツ事業の発展などを支持することを含める社会的公平に関心を持つことを推進して、慈善事業に参加することを促進する。このことからみると、企業の公民の理念と企業の社会的責任の理念には共通性があり、それらは類似または同様な精神の傾向、価値観、関係のモデル及び実践の態度がある。

企業の社会的責任の概念と内包に対して完全な共通認識が形成されていないが、一般的には、企業の社会的責任は道徳感に満ちた概念であり、それは企業が「誰に責任を負うのか」、「何の責任を負うのか」及び「どのように責任を負うのか」のようないくつかの命題を提出し、その意味は資本の権力の制約を実現し、企業の生存と発展の方法を再構成するところにあるとされる。「誰に責任を負うのか」に関しては、企業の社会的責任の理念は、株主の利益だけのための負責の範疇を越え、株主、従業員、消費者、コミュニティ、取引先、政府などの利益の関連者への社会的責任を強調している。「何の責任を負うのか」に関

しては、これは1つの開放性の問題で、国家と政府、社会とコミュニティ、取引先と消費者、企業と従業員に対して責任を負うという理念の下で、企業は、法律に従って経営をやり遂げ、法律に従って納税し、安全に生産し、および企業従業員の職業健康などの合法的権益を保障し、コミュニティの建設、環境保護、エネルギー節約への参加、社会の公平の実現、社会的公益の保障において役割を果たすべきである。「どのように責任を負うのか」に関しては、企業が社会的責任を負うのは、社会的責任の理念を認め、企業文化とガバナンスを革新し、企業の社会的責任の理念と標準的な運営モデルに適合するように作り上げなければならない。同時に、政府、業界、企業と社会が企業の社会的責任の領域において一体として行動する合力を形成するために、政府の指導と規律、業界の指導と促進、社会の監督と評価などが必要である。

企業の社会的責任と企業の利益は背離したものではない。ある意味で、企業の社会的責任の履行は企業の発展の状況に適応する。通常、効果と利益が十分な企業はしばしば社会的責任を履行する点で態度がよくて、あるいは、社会的責任の履行の良好な企業はその収益がしばしば比較的に良いと言える（注5）。社会的責任を良く履行する企業は、もっと良い社会的資本を勝ち取ることができ、従業員の創造力を高めること、政策の環境とコミュニティ関係の改善等を含めて企業の発展の新しい競争力を構成する。企業の利益・発展が企業の社会的責任と正の相関を持つ以外は、企業の社会的責任の履行の原動力は、企業の「反省」、業界の自己規制、社会の期待、多国籍企業の圧力、および政府の科学的な発展と経済社会を調和させる発展戦略の規律・指導からもたらされる。たとえば、企業の社会的責任の履行の原動力は恐らく企業自身の社会的道徳感から生じるかもしれない。フランキを代表とする倫理学派は、倫理が利潤に優先するつまり企業法人は道徳的な人格を有し、道徳的な義務を履行し、社会の全体的利益に対する責任を引き受けるべきである—と主張する。企業が利潤の最大化の追求から社会福祉の最大化の追求へ向かって進む道徳的な動力を生み出すことができるか否かは、一定の程度企業の社会的責任の現実的な状況を決定している。再び例を挙げると、中国企業の社会的責任の履行の現状は決して人を満足させるものではなく、環境汚染、偽造・劣悪、従業員の権益の損害、企業と周辺の住民との衝突など企業の社会的責任の理念・基準と相反する一連の経済的行為が社会的不満をもたらしている（注6）。このような局面をもたらす要素は多いが、政府の主導の下での経済成長と発展の方法を含めて、利益の最大化を発展の方向づけをする経営行為と見なす企業がなお存在する。政府がその役割を変えて経済発展方式の転換を主導するとき、政府は企業にその生存の方法がそれに応じて変化するように必ず求めており、その中には、政府は企業が社会的責任の理念を実践することを提唱すること、政策の支持を通じて企業にもっと良く社会的責任を履行するように励ますことが含まれる。さらに例を挙げると、グローバル化の背景の中で、伝統的市場競争と国際貿易の規則はいま変化が生じつつあり、通常の価格、品質、納期を除き、社会的責任の行為と成果（合法性）はすでに供給商が多国籍企業の注

文書を獲得しうるかどうかの付加条件になった(注7)。少しの疑いもなく、中国企業の生存、競争、協力は多国籍企業の影響を受け、企業はグローバル化の背景の中で生存・発展しなければならない。必ず、全世界の同業の価値観と行為の基準を同じものと認め、企業の理念と社会との関係を調整し、企業の社会的責任の理念を意識的に履行し、社会的責任の基準に従わなければならない。

近年、企業の社会的責任問題は、中国の政府、行政部門、業界の組織、企業、社会の各方面の関心・興味を引き起こしており、関連するこれらの方面の議論は絶えず深くなり、相応する行動もますます広がりつつある。中国では、企業の社会的責任の促進のメカニズムはすでに形成されており、政府が企業の社会的責任に関心を持つばかりでなく、業界の組織は企業の社会的責任の促進において重要な役割を果たしているし、企業自身もこれについて努力している。中国工業経済連合会は『中国における工業企業の社会的責任に関する指針の実施細則』を発表しており、中国銀行業協会が発表した最新の業界社会的責任に関する報告書においても、銀行業の金融機関が社会的責任の管理を強化すべきであると明確に提案した。2006年は企業の社会的責任の発展の元年と見なされ、2006年に企業の社会的責任報告書を発表した本土の企業は18社のみであったのに対し、2010年に社会的責任報告書を発表した本土の企業は600社を上回った。にもかかわらず、中国の企業の社会的責任の履行状況は国際水準と比べると巨大なギャップがまだある。中国国内の企業の社会的責任に関する重視の程度と履行情況からみると、外資企業は本土の企業より良く、大企業は中小企業より良い。科学的かつ合理的な企業の社会的責任の評価の体系を作り上げ、企業の社会的責任の制度の環境を築き上げることは、中国企業の社会的責任の状況の重要なルートを改善するものである。

## 2 企業の社会的責任の評価指標システムの整備

企業の社会的責任の理念の普及と実践は、若干の定義を発展・変化させたのみならず、またそれに応じてそれぞれ特徴のある基準をもたらしている。すでに、国際労働機関の関連する公約、国連の人権の宣言などのような政府及び政府間組織が定める基準があり、国連グローバル・コンパクト(GC)、倫理取引規範(ETI)、SA8000、ISO 26000などを含む非政府機関制定の民間基準もある。ディズニー、ウォルマート、ナイキ、イケアなどの多国籍企業もサプライ・チェーンに関する行為規範を制定した。

企業の社会的責任の評価に関する研究の成果は多くて新しい発展も見られるが、アーサー・キャロルが提唱する企業の社会的責任の金字塔的理論は言及しなければならない。キャロルは企業の社会的責任を経済的責任、法的責任、倫理的責任、社会貢献の責任の4つの指標に分けて、そして比較的に完全な企業の社会的責任の評価指標システムを形成している。そのシステムは、14の2級の指標と36の3級の指標を含んでいる。経済的責任は、

社会・株主に対する経済的責任、資源に対する経済的責任、債権者に対する経済的責任、従業員に対する経済的責任など4つの2級の指標を含み、法的責任は、国際公約と国際標準の遵守、国家の法律と政府の規定の遵守、業界の規範と内部の規則制度の執行など3つの2級の指標を含み、倫理的責任は、消費者の利益の保護、従業員の利益の保護、コミュニティの建設、資源と環境の保護などの4つの2級の指標を含み；社会貢献の責任は、社会寄贈、危険にさらされあるいは困っている者を助けること、教育事業の投入など3つの2級の指標を含んでいる。

現実的な意義を備えあるいは実践的価値を説く企業の社会的責任の標準はさらに多く存在しており、ある種の国際的標準、地域の標準、国家基準、業界標準などを含んでいる。たとえば、1971年6月、米国経済開発委員会は「商事会社の社会的責任」の報告書を発表しており、その中に若干の社会の進歩を促進する行為を列挙し、そして会社を実施に付するように求めている。経済成長・効率、教育、育成訓練、人権と機会の平等、都市の再建と開発、汚染の予防・対策、資源の保護・再生、文化と芸術、医療のサービス、政府に対する支持などが含まれている。そのうち、一種類は、純粹に自由意志による行為であり、企業が能動的に実施する。もう一種類は、自由意志によらない行為で、政府が激励メカニズムの助けを借りあるいは法律法規の規定を通し誘導または強制的に実行する。企業の社会的責任の国際標準といえば、SA8000は、企業の道徳規範に関する最初の自由意志による国際標準として、企業の引き受けるべき社会的責任を定めている。主として、人権、労働者の権益、環境の3方面がある。そのうち、労働者の権益は核心で、少年工、強制労働、健康と安全、組合の結成の自由、団体の交渉権、差別、懲戒性の措置、勤務時間、給料、管理体系などの広範な内容にかかわっている。国際標準化機構の発表したISO26000（社会的責任の中核主題に関する指針）（注8）は、組織管理、人権、労働慣行、環境、公正な事業活動、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの開発に関する7つの主題を含んでいる。さらに、7つの中核主題には36の分枝の課題がある（注9）。

中国も自らの企業の社会的責任の標準と評価の体系を形成することを試みている。2008年、国有資産管理委員会は、「中央企業の社会的責任の履行に関する指導意見」を発表しており、企業に対して、社会的責任の理念を企業統治に融合するように求め、法律に基いて経営することを堅持し、誠実に信用を守り、利益を得る能力を絶えず提供し続け、製品の品質とサービスのレベルを適切に高め、資源の節約と環境保護を強化し、自主的革新と技術の進歩を進め、生産の安全を保障し、従業員の合法的権益を守り、社会的公益事業に参加することを要求している。当該意見は、企業が社会的責任の理念を実践する一行動方針であり、本当の意味上の企業の社会的責任の評価の体系を形成していないにもかかわらず、この意見が言及した重要な点は、巨視的な意味において企業の社会的責任の内包を覆う。最近、「フォーチュン」（中国語バージョン）は銀則企業管理諮詢（上海）有限会社と共同

して「中国企業の社会的責任の100 ランキング」を出し、環境、社会、企業統治の3つの領域をめぐる評価の体系を作り上げ、12項目の2級の指標を設け、さらに45項目の3級の指標及び180項目の採点の指標を細分化している。12項目の2級の指標は、4項目の環境の領域の指標（環境管理、汚染の予防・対策、資源の使用、気候の変化と生物多様性）、4項目の社会的領域の指標（労働関係、消費者、コミュニティ、サプライ・チェーン）、及び4項目の企業統治領域の指標（理事会の構造、公正市場の政策、社会的責任の戦略と承諾、社会的責任のコミュニケーション）を含んでいる。

企業の社会的責任の内容が非常に豊富で、企業が社会的責任を履行する形式も多様である。企業の社会的責任は、その経済性、法律や合意を守る範疇を突破し、そして最初の慈善事業、汚染処理から、労働者・消費者の権益の保護、コミュニティ関係の改善、コミュニティの発展のサポートにかけて発展している。企業は経済発展の重要なものだけではなくて、社会の建設者でもある。中国が社会モデルをチェンジして成功することができるかどうかは、経済と社会が歩調を合わせて発展することができるかどうか依存する。そのうち、政府、社会、企業は互いに責任を引き受け、それぞれに異なる役割を果たし、それらは相互に取り代わって互いに補完し合うべきである。企業が経済発展と社会の建設への意味からみると、特に企業の社会的責任が強調されなければならない。科学的かつ合理的な企業の社会的責任の評価の体系を作り上げることを通じて、企業に社会的責任の理念を強化するように指導し、法に従う経営、法律に基いて納税、株主の利益、従業員の権益、消費者の権益、コミュニティの発展、環境保護、エネルギーの節約、慈善の寄付、公益の事業などにおいて良好な表現をもとめ、だんだん企業の社会的責任の全世界の一体化を実現する。

### 3 企業の社会的責任に関する制度環境の構築

企業の方策と運営に社会的責任を取り入れるために、企業の道徳感と企業の倫理的規範の機能が強調され、企業が道徳的な自律の主体になるように同時に企業の社会的責任の制度化が実現され、法律規定の拘束を通じて企業の社会的責任の行為が促進しなければならない。世界の範囲からすると、多国籍企業はほとんど先進国に起源し、企業の社会的責任において良好な記録がある。しかし、若干の多国籍企業は途上国において社会的責任が適切に履行されないということは確かに存在する。世界の小売商の巨頭のウォルマートが中国で労働組合の結成を拒否すること、及びケンタッキー・フライドチキンの労使紛争、食品の品質問題のように、多くの多国籍企業は中国で賄賂を行い、租税を不法に回避し、独占経営に嫌疑がかかっている。また、多くの外資企業の製品が安全基準に達せず、低い労働条件を設けることもある。多くの多国籍企業に対しては、社会的責任を負うことについて中国の本土の企業に比較すればよいが、以上の問題も存在する。このような状況を導く原因は多様であり、1つの重要なものは中国企業の社会的責任に関する制度環境の欠如にあ

る。

企業の社会的責任の制度環境の構築は、法律の基礎的機能を重視しなければならない。20 世紀の 90 年代初期の統計によると、アメリカは 10 年以内に 27 の州が会社法を改正し、企業に株主の利益のみならず、従業員、政府、コミュニティなどを含める「利益の関連者」に対して責任を負うように求めていた。企業に関連する法体系においては、会社法典、商業の会社法、反差別の公約、同一労働同一賃金に関する公約、最悪の形態の児童労働の禁止に関する公約などは、企業の社会的責任のために法的根拠を提供している。中国では、企業の社会的規範は、労働法、労働契約法、安全生産法、社会保険法、消費者の權益保障法、環境保護法、公益事業寄贈法において明らかに規定されている。会社法第 5 条は、会社は経営活動を行うにあたっては、法律と行政例規を遵守し、社会公德と商業道德を遵守し、誠実に信用を守り、政府及び社会公衆の監督を受け入れ、社会的責任を負わなければならないと明確に定めている。社会的責任の履行は、会社法の基本原則及び企業の法的義務になっている。実際には、多国籍企業の社会的責任の規範は、中国の労働法及びその他の関連の法律法規の規定の範疇を越えるわけではなく、労働法の基準に達していない場合もある。企業の社会的責任の制度環境の構築は、企業の社会的責任に関する法制度の体系を作らなければならない。日本の経験を参考にして、特に省エネ法の経験を通じて柔軟かつ直接的な措置と間接的な措置を両方とも取り入れる制度の体系の作り方を設け、企業の社会的責任の制度の体系を強化し整備している（注 10）。一方、法律が企業の社会的責任の領域において役割を果たすように、企業の社会的責任に背離する違法行為に対して制裁の力度を増大することは強化されなければならない。他方で、激励メカニズムの創立、手当、奨励、評価などの制度を通じて、業界組織及び企業が意識的に社会的責任の理念を実現するように促進すべきである。

企業の社会的責任の履行に関する制度環境の構築は、オープン型の企業の社会的責任の制度の体系を作り上げなければならない。政府及びその部門、業界組織、企業及び社会的組織は、国際標準、地域標準及びその他の国の標準を十分に参照にして国情に合う企業の社会的責任についての標準及び評価体系を定め、そして企業の社会的責任に関する国際標準の制定・改正に積極的に参加すべきである。企業は国家標準、地域標準、国際標準を十分に尊重・参照・実行し、相応する社会的責任を履行すべきである。前述したように、多くの多国籍企業は、その注文書に社会的責任の条項を書き込み、仕入先に対して、社会的責任の審査を通せれば電子の注文書のシステムに入ることができ、企業の社会的責任の標準的な認証を通せなければ注文書を得ることができないように求める。それゆえ、これは、企業に対して、多国籍企業が企業の社会的責任の要求を国際標準に結び付け、企業の社会的責任制度の一部として参照・遵守するように求めるものである。企業の社会的責任の制度の体系は、従業員の權益、消費者の權益、環境保護、慈善事業、コミュニティの発展な

どの各領域の実質的規定を含み、評価の指標・標準・規制・方法などを含む企業行為を指導・規律し、企業が社会的責任の履行を監督する企業の社会的責任の評価の制度を含む。政府及びその部門は、指導的役割を果たし、企業の社会的責任の評価の制度を創立・整備し、企業の社会的責任に関する評価枠組みの体系を革新すべきである。業界組織は、自律と制約の構造を創立し、業界の企業の社会的責任の体系と評価の制度を制定し、企業の社会的責任の履行を監督・指導すべきである。企業は、企業社会的責任の要求を満たすために統治機構、規範制度を革新すべきである。企画方策と具体的運営に社会的責任の理念を取り入れるにあたって、特にアメリカ、日本などの企業のように社会的責任に関する専門的行動計画を制定し、そして実施しなければならない(注11)。

企業の社会的責任に関する制度環境の構築は、法律の施行及び企業の社会的責任に関する法律の条項の効力を強化しなければならない。2000年に、イギリスは、「オープン型投資信託の条例」において基金会社に企業の社会的責任を資金の募集に取り入れる状況を報告するように求めている。2001年に、フランスは、フランス証券取引所に上場する企業が社会と環境に関する報告を提出しなければならないことを強制している。2001年に、ドイツ「基金法」は、会社が社会・環境に関する政府の政策を実行しなければならないことを定めている。現在、中国企業の法的責任に関する制度環境はよくない。それは、必要な企業の社会的責任を法的レベルに組み入れておらず、企業の社会的責任を規定する法律の条項が有効に実施されないためである。製品品質法は生産者・販売者が製品の品質を保証すべきであると定めており、環境保護法は、汚染物質の排出者が汚染処理を引き受け、汚染物質の排出料金の支払い義務を負うことと定めており、労働法は、使用者が就業の差別及び児童労働を禁止することと定めており、労働契約法は、労働契約の締結・履行・解除から企業の労働者に対する社会的責任を詳細に定めている。企業の社会的責任に関する法律条項の実施の不足は、企業が不法に児童を雇い、勤務時間外に残業をさせ、労働者への賃金支払を遅滞させ、男女が同一労働に従事しても賃金が異なるという現状が多く存在し、企業の社会的責任の制度環境を悪化させている。現に存在する規定を厳格に実行し、法律の明確な企業の社会的責任を履行することは、企業の社会的責任のレベルを高める基本的な保障で、企業の社会的責任の制度環境を作り上げる基礎の作業である。

### 結び 社会的責任の理念を企業文化に取り入れること

制度はもとより、文化の違いはもっとも根本的な問題である。日本企業の社会的責任の理論と実践は、10年あまりに発展している。2003年は、日本企業の社会的責任の運動の元年と見なされるが、その以前に日本企業には類似した存在モデルがあり、日本企業が環境・社会の理念に実践することは昔から始まっていた(注12)。2003年以降、日本政府、民間組織、企業は企業の社会的責任の理念の普及及び実践を非常に重視している。日本の経済産業省と民間組織である日本経済団体連合会は協力して、2003年から企業の社会的責任に



関する日本国内の標準を制定することを試み、2004年5月に「企業行動憲章」を制定した。企業はCSR推進委員会などの管理機構及び推進機構をあまねく設け、特に企業の社会的貢献及び環境管理を重視している。日本企業の社会的責任の実践には著しい成果がある。それは、日本企業の文化的建設による。日本企業は企業の社会的属性を比較的に強調して、生命と地球の生存を核心とする統一的経営の理念を推進している(注13)。多くの企業は自己企業の理念と行動の方針を出した。たとえば、オムロン株式会社は、CSRの3つの基本方針—事業を通じてより良い社会を作ること、企業活動を進めるうえで、常に公明正大であること、社会が抱える課題に当事者として自ら取り組むこと—を提出している。また、リコーの「人を愛し、国を愛し、勤めを愛する」という「三愛精神」という方針、NECの「自然(nature)、教育(education)、コミュニティ(community)」がある。これらの会社の方針及び企業戦略の精髓は、日本の企業文化の核心を構成し、日本企業の社会的責任の履行の動機になっている。ある意味では、民族文化に基づく形成された日本の企業文化と企業の社会的責任の理念は、軌を一にする。日本は全世界の社会的責任の理念が東アジアの文化及び企業の価値観とどのように融合するかの道をすでに発見した。

中国は伝統的文化の歴史が長く、儒教・仏教・道教の文化は中国社会の個人、グループの行為モデルを形成する能力を有し、企業の生存・発展モデルに対しても大きな影響を与えるであろう。企業の社会的責任の理念が中国の伝統的文化とどのように融合するのかは、非常に意義のある課題である。疑いなく、企業の社会的責任の評価制度を創立・整備すること、及び企業の社会的責任の制度環境を作り上げることは、企業の社会的責任の理念を促進する実践にとって意義が大きい。それ以外にも、企業文化が企業の存在・発展に対して重大な影響を有することを十分に認めなければならない。政府、業界、企業及び社会全体と一緒に企業文化の建設を進めることは、企業の社会的責任の実践を促進する不可欠な部分である。特に企業がその自体の統治機構を改造するとともに、企業文化の建設を重視し、そして企業の社会的責任の理念をその中に取り入れ、本土の文化と企業の社会的責任の理念のドッキングを実現すべきである。企業公民の立場からみると社会的責任を内在の責任・義務と見なすことを実現することは、社会的責任の理念を企業文化に内在化し、企業の規範に外在化し、企業企画の方策及び日常管理に表すこと、及び、企業の社会的責任の履行に関する内在の原動力と長い効果の構築に役に立つ。

#### (脚注)

(注1) 世紀の変わり目にあたって、グローバル化で起こってきた各種の社会のマイナス影響(貧富の両極への分化を含む)に焦点をあて、国連事務総長のアナンは、大量の弱者層と環境を守るために「全世界の協議」の創立を呼びかけていた。「全世界の協議」の重点は、企業が人権、労働者の権益、環境保護などを含む内在的社会責任を負うべきであるところにある。

(注2) 2010年2月2日、中国国务院総理の温家宝は、イギリスケンブリッジ大学で講演を行っ

た際に、道徳の欠如が今度の金融危機の発生における根本的原因の一つであると指摘している。若干の人々は利益に目がくらんで正義を忘れ、公衆の利益を損ない、道徳的なアンダーラインを喪失した。企業は社会責任を負い、企業家の体には道徳的な血液が流れているべきである。温家宝は、講演の中で近代経済学の父のアダム・スミスの『道徳情操論』における有名な論断を引用し、現在の金融危機に効果的に対応するために、道徳的な役割を非常に重視すべきであると強調している。道徳は世界の中で最も偉大で、道徳的な光芒は日光より更に光り輝いている。本当の経済学の理論は、決して最高な倫理道徳の準則と衝突しない。経済の学説は、公正及び誠実・信用を代表し、最も弱者層の福祉を含めてすべての人を平等に促進すべきである。

(注3) シェルドンは、会社の社会的責任が、会社の経営者が産業の内外に関する各種の人々の需要を満たすことに結び付けるとし、会社の社会的責任が道徳的な要素を含め、会社の経営戦略がコミュニティに対して提供するサービスは社会の利益の促進に有利であると考える。  
See Oliver Sheldon. *The Philosophy of Management*. Edited by Global Control, 1924, 74.

(注4) 1970年9月、アメリカ経済学者のフリードマンは、『ニューヨーク・タイムズ』に「株主利益の満足を実現させるのが会社の社会的責任」を発表しており、「会社の組織が負う社会的責任は一つかつ一つしかない。すなわち、それは、自己の資源を利用して会社の株主の利益を実現することを目指す行為—これらの行為は公開的・自由的及び詐欺のない競争が行われるというゲームのルールに従いさえすれば—に従事することである」とする。

(注5) ハーバード大学の研究者は、11年にわたるある調査研究において、関連する利益グループの面でするのが良い。企業はその売上高の増加が株主の権益のみに関心を持つ企業の4倍であることを発見した。See Dowling 2001, *Creating corporate reputation, identity, image, performance*.

(注6) 中国企業の社会的責任の欠如の最も顕著な表現は、企業が利潤を求める過程で環境の保護を軽視することであり、その他に信用できないこと及び偽物づくりなども主要な表現である。ある調査によると、54.1%の企業経営者と54%の消費者は、企業の社会的責任の不履行について最も際立っているのは環境汚染であると認めている。別の中国科学院の推計によると、環境汚染に関しては中国の発展のコストが世界の平均的水準に比べて7%を超えており、環境汚染と生態の破壊による損失は、GDPの15%を占める。誠実と信用の欠如による普遍的な偽物づくりの現象は、そのことによって消費者の福祉損失について、毎年2500-2700億元があり、GDPに占める割合は3-3.5%である。『中国経済週刊』2005年第41号を参照。

(注7) 道徳的仕入の承諾を保証し、会社のブランドと名誉を守るために、ウォルマートは供給商の社会的責任あるいは合規性評価に関する一連の基準を定めている。それによって、供給商の社会的責任の管理成果(合規性)を評価し、そして青い灯、黄色の灯、オレンジ灯、赤い灯の企業タイプを区別して、異なる色の灯は異なった資格を表し、赤い灯の企業はその供給商になりえない。ウォルマートは、広東、福建などで労働者監督部門を前後して設立し、2002年に5000社あまりの中国企業を審査しており、深センの1000社の企業の中で、101

社の企業は労働法規の基準に達しないため協力を拒絶された。近年、カルフル、エイボン、通用電気など 50 社余りの企業も中国の供給商に対して社会的責任の審査を行うことを開始した。

(注 8) 1997 年公布の SA8000 (social accountability 8000) は、ISO9000 品質マネジメントシステム、ISO14000 環境マネジメントシステムと同じように、労働環境、労働条件、労働者の権利を守ることを主要な内容とする新興の管理標準の体系であり、第 3 の機関が認証した審査の標準である。それは供給商の供給した製品が社会的責任の標準的な要求に適合することを確保することを通じて、労働者の基本的な利益を保護する。

(注 9) 2010 年 11 月、国際標準化機構は社会的責任の指針である ISO26000 を発表した。これは全世界最初の本当に意味上の社会的責任に関する標準であり、当該標準の付属書には 75 の社会的責任に関するイニシアチブ、規則、ツールを入れた。これらのイニシアチブ (規則とツールなどを含む) は、政府間のイニシアチブ (8)、複数利益関係者のイニシアチブ (23)、単独の利益の関連者のイニシアチブ (10) 及び業界の規則 (34) の 4 種類に分類することができる。この標準は、認証規格ではなく、取引と関連契約に関わらないガイダンス文書である。しかし、この 4 種類のイニシアチブは、企業が定める社会的責任の規範より権威であるため、組織行為と市場競争に大きな影響を及ぼし、取引と商業活動規則の核心内容になっている。

(注 10) 20 世紀 70 年代に日本政府の制定した省エネ法は、法律の実施に関する体制・措置を創出し改正している。たとえば、トップランナー制度を創出し、相応の製品の省エネの標準を確定し、標準に達していない企業に対して警告、公告、命令、罰金など法的措置をとることであり、また、省エネラベルの制度を創出し、消費者に省エネ製品に関する環境保護の情報を提供し価格システムを通じて省エネ製品の普及を促進することである。さらに、省エネ型製品販売事業者評価制度を創出し、国から経済産業大臣賞、環境大臣賞が授与され優良店舗のマークが配られることなどである。その他、政府は省エネの環境保護を行う中小企業に対して補助金、税収特惠、低金利の融資などの措置を実施することを進める。

(注 11) アメリカの多くの会社は、社会的責任の理念を企業の行動方針あるいは道徳的な規則に取り入れ、社会的責任を企業の規則に明確に書き込み、そして厳格に実行し、社会的責任を企業の日常管理と経営活動に取り入れる。たとえば、アメリカのジョンソン社は、1943 年に、会社の経営理念を制定し、会社がまず顧客に対して責任を負いその順次従業員、コミュニティ、株主に対して責任を負う。

(注 12) 1992 年に、トヨタ自動車は「トヨタ地球環境憲章」を制定し、その「行動方針」はかなり具体的なものである。すなわち、1) 自動車の開発・生産の全ての段階でいつも環境に配慮する、2) 資源の有効な利用と二次利用に力を尽くす、3) 環境の経営において、関連する企業との協力を強化する、4) 環境の負担にならないように各国に合格の自動車を提供する、5) 国家行政の環境政策を支持する、6) 積極的に環境保護に関する社会的公益のイベントに力を尽くす。これらのイベントは企業経営とは決して直接な関係ではないが、企業の持

続可能な発展に関わるものである。7) 積極的に企業の環境の経営に関する具体的な措置・活動内容を公開し提供する。これらの内容から見て、企業の社会的責任の用語が使われないが、その精神・内容は企業の社会的責任とは同じ流れに属するといえる。程永明「日本企業の環境経営の理念及び実践」現代の日本の経済（2010年第1号）を参照。

(注13) 日本の京セラ社の創始者の稲盛和夫は、環境問題に対して「共生」の理念を提出した。つまり、「地球上の全ての生命のある物体は、根本的に互いに尊重し共に生存し、……すべて生きている物は、互いに自分の欲求を控え生存し続け、いわゆる共生である。」三井住友建設会社は、企業の環境経営の理念を「人と地球に優しい建設企業の在り方を常に求め、生活環境と自然の調和を大切に」とする。