

企業の社会的責任と地域社会

～群馬県内の企業の社会・地域貢献の実態研究～

702-025 陳 臻 諭 指導教官 大宮 登

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY & REGION COMMUNITY The Investigation Report of Corporate, Social Philanthropy in Gunma Prefecture

CHEN Chenyu

はじめに

地域の有力な構成要員として地域社会と共生し、地域社会によって資源を獲得し、利益創造などを考える企業は、担っている使命が経済効果をあげることだけではなく、活気がある健全な地域社会を維持し、その発展を促進する役割をも担うべきである。また、企業は、NPO団体、財団法人、ボランティア団体、などの民間団体と連携して新しい課題に取り組むことにより、政府や自治体を補完できる機能も持っている。そのような相互の連携関係によって地域社会が活気にあふれ、かつ豊かに発展していくことが期待できる。本研究では、こうした現実的な状況を分析しながら、企業の社会的責任に関する論争の問題点も含めて、企業と地域社会の共生の視点から、豊かな地域社会の形成を考えるため、群馬県内47社の企業を対象として企業が実際に日頃行っている社会・地域貢献活動や地域住民、NPO団体、行政側との協同連携関係による社会・地域貢献活動の実態調査を行った。そして、この調査のデータに基づいて実態分析をし、さらに調査を通して今後より豊かな地域社会を作り上げるため、企業と地域社会の連携動向を探っていきいたい。

第1章 企業の社会的責任と地域社会

企業は地域の中から育ち、地域とともに発展し、地域とともに生きてきたが、あまりにも急速な成長の結果、資源を浪費し、自然を破壊し、公害を発生させ、人々の生活に脅威を与えるようになった

た。企業は、発展してきたことにより、政府や利害関係者、社会全体との相互関係が増大し、地域社会に大きな影響を与える企業の社会的責任がますます重視されるようになってきている。しかし、企業の社会的責任とはどのようなことを指しているのかについてハワード・R・ボーエン、ジェリー・W・アンダーソン,Jr.、服部勝人等の学者の論点を挙げてみると、次の通りであった。①企業は営利活動や人々に経済的な豊かさを達成させる他にも、社会要請に沿って社会の目標や価値に望ましい活動の参加、協力することは企業の社会的責任であることを指している（ハワード・R・ボーエン）②企業と地域社会の密接な協働関係による、より裕福な地域社会を築いていくと共に、企業とその従業員、株主、ならびに地方、政府も直接に利益を受け、裕福かつ幸せになれるという共生関係を保つことこそ企業の社会的責任である。（ジェリー・W・アンダーソン,Jr.）③私的領域—企業の満足と幸福、公的領域—社会の満足と幸福、顧客領域—顧客満足と幸福のそれぞれに属している我々は、今後、三方位の均衡関係の保持が必要不可欠な条件となる（服部）という論点がまとめられた。

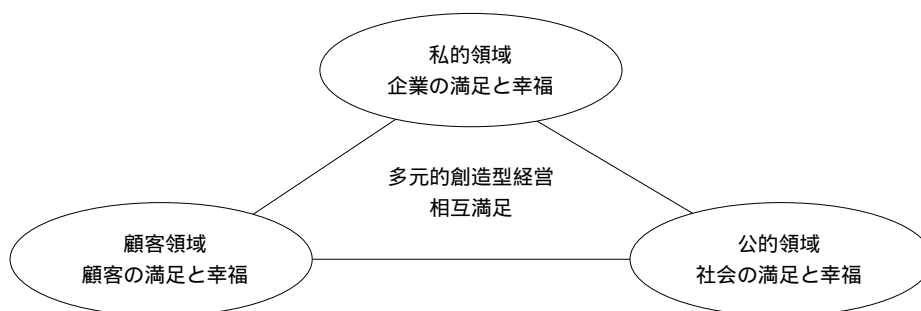


図1 出所：服部勝人の「ホスピタリティ・マネジメント」（1996）

また、企業の社会的責任に関する賛否両論について代表する学者「反対論—ハイエク（F.A.Hayek）氏とミルトン・フリードマン（M.Friedman）氏・賛成論—ケインズ（J.M.Keynes）氏、イーロズ（Richard Elles）氏」等の論点をみると、「企業は、良質適正な価格の商品・サービスを提供し、雇用・納税、そして株主への配当という義務を果たすことで足りるのではないか」という企業は社会的責任を負っていない」という論点と「社会なくしては存在のありえない企業が、社会の課題に無関心であることは、社会通念からして許されず、企業は社会的責任を負っている」という論点の大きく2つ分かれている。しかし、今日の社会情勢からみると、企業は確実にあらゆる社会的責任を志向し、道徳的・倫理的規約を持ち、法律や社会的規範に従わなければならない。更に、時代の変遷による要請において、企業が依然として単なる自社利益を図り、社会、地域の状況、ニーズを考慮せずに、自社事業活動のみ行うならば、企業や社会全体が損失を被る可能性があると考えられるだろう。すなわち、企業の社会的責任の根幹というのは、顧客・株主・社員というステークホルダーにあり、さらに直接の利害関係のない人々、いわゆる社会や地域全体の人々への貢献を、第4の柱として立てようというのが企業の新たな責任である。次章ではその企業と地域社会の共生・

共生の概念を理解しながら、日本企業の社会・地域貢献活動の参加内容、経緯をみていきたい。

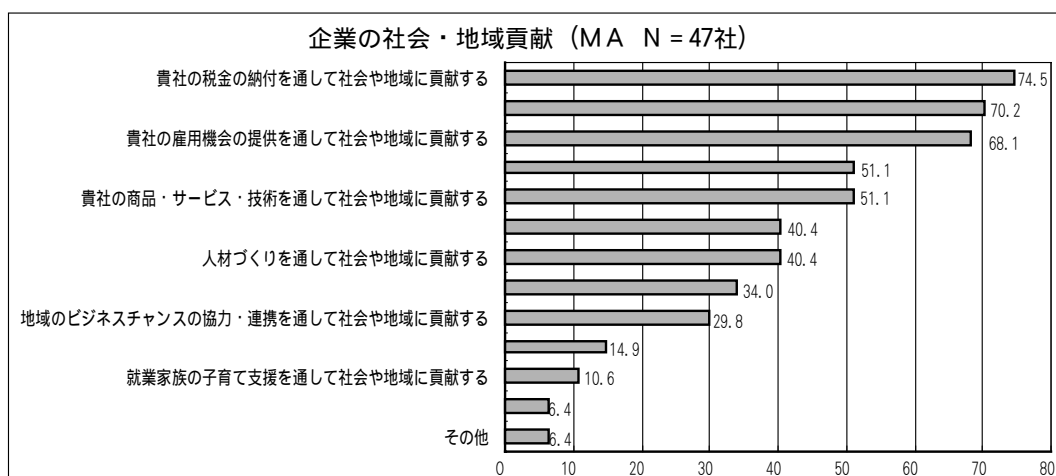
第2章 共生による社会・地域貢献活動

共生という言葉は、もともと生物学上の用語であって、異なる種類の植物・生物が相互に利益を獲得しながら生活するということであつた。そしてこのような共生の関係から考察し、我々がいる社会・地域の中での共生とは、それぞれの条件を生かして創造されていくものである。それは技術的な問題ではなく、内容的には将来に向けて共存共栄を図るということである。企業の特殊的利益の追求が地域の一般的な利益としての地域振興につながり、また逆に地域の発展が企業の成長とつながるかぎり、地域の果たすべき義務は地域の期待する権利と一致し、こうして企業と地域の共生が成立することになるものと考えられる。そして企業が社会との共生化を進めて行くには、「企業市民」として、社会的役割を担う大きな責務を果たさなければならない。個別のステークホルダーとの関係を拡充していくための対策である広報活動とあわせて、社会に直接働きかけるような社会貢献活動を進めることも必要である。さらに日本企業の社会・地域貢献活動の経緯を見ると、日本企業の社会貢献活動は、アメリカに進出した日系企業の現地社会との摩擦を解消する活動を円滑に進めるため、貢献活動への取り組みが大きな契機となって本格化した。その後社会貢献活動の対象は海外進出企業の現地における活動から国内における活動に移っていった。

これまで日本の経済社会は多くの面で政府や大企業に依存してきた。しかし、近年、企業の不祥事が頻発するなど、企業の行動が社会的問題を引き起こすようになった。またバブル景気の崩壊以降、不良債権の処理に見られる金融行政の行き詰まりが象徴するように、行政の限界も顕在化している。そうしたことから、これまでの経済社会における主役であつた行政・企業が必ずしも望ましい役割を担うものとは限らないと考えられるようになった。つまり、政府、企業とともに個人やNPOなども含めて、それぞれの役割を再検討すべき時期にきているのである。このほか、近年地域社会において、各種の地域団体に加えてNPO組織が誕生し、「新しい公益」の担い手として、社会・地域貢献活動の領域では重要な役割を果たすものと考えられる。したがって、企業・行政・民間団体・地域住民の共生連携関係によってよい成果が出る社会・地域貢献活動が期待されている。

第3章 群馬県の企業の社会・地域貢献活動の実態調査

第1章、第2章で述べた企業と地域社会や他団体との共生、協働、連携関係の実態を把握するために、群馬県内47社の企業を対象とし、企業が日頃行っている社会貢献、地域貢献活動の実態についてアンケート調査を行い、そしてその調査結果を分析しながら、協働・連携関係による新しいかつ豊かな社会づくりの今後の可能性や方向性を探ってみた。調査項目は大きく5つに分けられる。最初に「正式会社名」「創業年数」「資本金」「業種」「従業員数」「男女比率」「正社員比率」などの

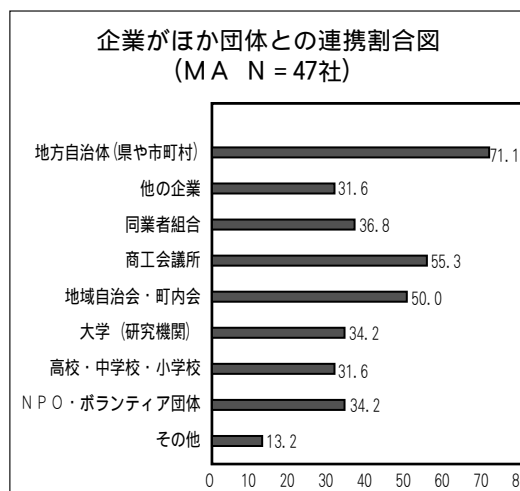
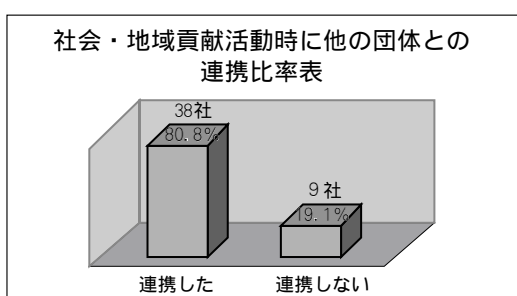


各企業の基本データについての質問項目を設けた。続いて群馬県内各企業が日頃行っている社会・地域貢献の活動の種類を「雇用方面」「経済・財政方面」「学校教育方面」「地域活動方面」「環境福祉方面」と5分野に分けて、それぞれ具体例を例示し該当する項目を選択し、さらに具体的な活動内容を記述する回答項目を設けた。また、企業が「社会・地域貢献活動を行う時に他団体との連携関係」の有無についての質問項目を設けた。それに加えて企業の「社員の社会・地域貢献参加への支援」「社員のボランティア休暇制度」などの項目を設けて、さらに「企業や社員が社会・地域貢献活動をするメリット」についての項目を設けた。そして、最後に今後企業の社会・地域貢献活動の有無や計画についての質問項目を設け、これらの質問項目に基づいて調査を行った。調査の結果から考察するといくつかの傾向がみえる。まず、企業が該当する日頃から行っている社会・地域活動の内容項目順位で見ると、「税金の納付を通して社会・地域に貢献」が74.5%で第一位、「社会・地域づくり活動に参加・協力を通して社会や地域に貢献」が70.2%で第二位、第三位は「雇用機会の提供を通して社会・地域に貢献」で68.1%を占め、第四位は「寄付を通して社会や地域貢献」、「商品サービス・技術を通して社会や地域に貢献」の二項目で各51.1%を示した。最下位の項目は「奨学金、留学制度の提供を通して社会・地域貢献」の6.4%であった。さらに、業種別から分析すると、次のような傾向がわかる。製造業においては事業規模の大きい企業の方が中小企業より社会・地域貢献活動に対する協力体制が整えられているため、ポイントが高く示されていることが考えられる。サービスは全体的に製造業よりやや低目の数値を示していたが、平均値より高く示した項目を見てみると三項目ある。1つ目は唯一すべて高ポイントを取った製造業より高く示したのは「高齢者、障害者、女性の雇用を通して貢献」という項目である。サービス業では、高齢者、女性の雇用が製造業や他業種と比較して「パート式」の形態が多いためと考えられる。卸・小売業は小規模の事業所が多いと一般的に言われるが、メセナ活動のように、多額の資金を必要とする活動には参加しないが、「社会、地域活動」には積極的に参加し、また、「寄付を通して社会・地域貢献」の項目では高いポイントであるなど、事業所規模レベルなりの能力に応じて地域社会へ

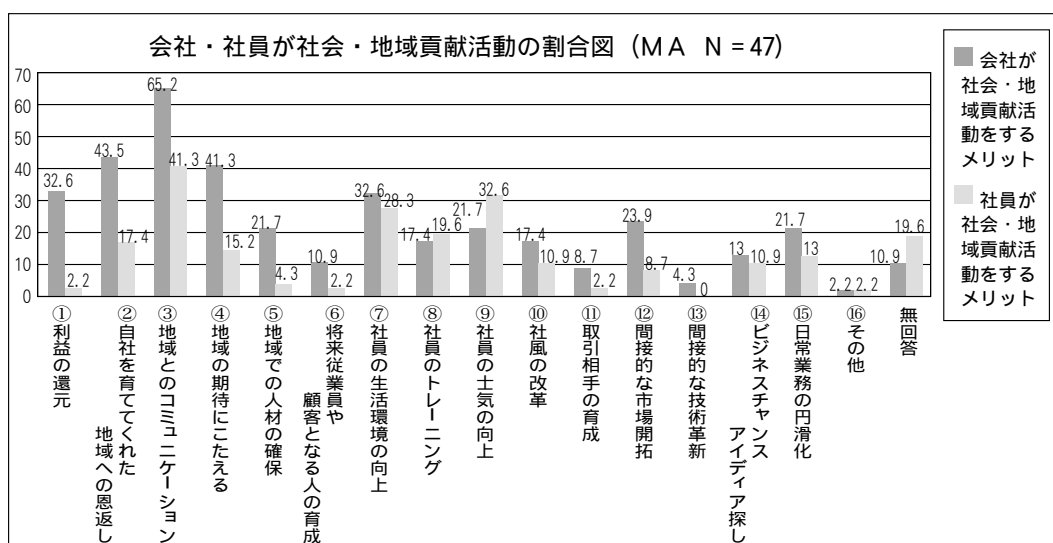
企業の社会的責任と地域社会

の関心を持ち、地域祭りや地域福祉団体、交響楽団への寄付が盛んである。

続いて企業が社会・地域貢献活動を行う際、他団体との連携の状況を見ると、47社の中に、38社80.8%の企業が他団体と連携したことが示された。ほとんどの企業が社会・地域貢献活動を行う際には、他団体と連携しているということが分かった。企業が最も連携している団体は「地方自治体（県や市町村）」の71.1%を占め、ほぼ地域に関わる活動は行政の指導や協力が必要と考えられる。更に企業は自治体に対して行政サービスが不足な部分の補完機能を持ち、行政との協力による社会・地域貢献活動を大きく期待される。



次に、企業による社員の社会・地域貢献活動の支援実態を見てみる。社員の社会・地域貢献活動への支援を行っている企業は36.2%を占め、全体の三分之一にすぎない。支援を行っていない企業は63.8%を占め、企業による社員の社会・地域貢献活動への支援の割合が低目に示されたことがわかった。全体的に見ると、社員の社会・地域貢献活動への支援を行っている企業は少ない。社員の社会・地域貢献活動の重要性についての



認識が企業にはまだ足りないようである。

そして企業が社会・地域貢献活動を通して、最もメリットを得たと思われる項目は第一位が「地域とのコミュニケーション」で65.2%を占めた。二番目は「自社を育ててくれた地域への恩返し」43.5%、三番目は「地域の期待に応える」41.3%である。また、社員が社会・地域貢献活動に参加するメリットは第一位は同じく「地域とのコミュニケーション」41.3%、第二位は「社員の士気の上昇」28.3%、第三位は「社員の生活環境の向上」28.3%を示した。全体のポイントから見ると「社員教育」や活動による「自社利益」を求めるより、地域社会に関する項目のほうがポイントが高く、地域との関係を重視していることがわかる。

第4章 共生・連携関係による豊かな地域社会形成を考える

第3章では群馬県内における企業の社会・地域貢献活動の実態をデータに基づいて、個別の項目に対して分析してきたが、最終章の本章では現状を把握し、総合分析をして、今後企業、行政、NPO団体といったあらゆる地域社会に関わる生活関係者の共生・連携関係による豊かな地域社会形成の可能性を本研究の結びとして検討した。また今後の共生・連携関係による豊かな地域社会形成を考えるため、調査を通して課題や問題点などをあげ、本論の総合的なまとめをした。

まず、企業の今後の社会・地域貢献活動計画については、①「地域社会とコミュニケーション」を取るための、地域社会活動の参加の計画 ②各社なりのノウハウによる商品開発の計画があることがわかり、そして調査では小規模事業所の企業が現段階では今後の計画を考えていないことがわかった。しかし、社会・地域貢献活動には企業の規模を問わずに、地域社会におけるあらゆる生活関係者が力を合わせて協力すべきであり、中小零細企業についても調査した結果の通り商工会議所やNPO団体という中間役割団体との連携や各企業なりの技能・知識・情報あるいはアイデアなどの提供を主とした社会・地域貢献活動であれば、企業の規模や財務状態にかかわらず実行することが可能である。

第3章では群馬県における企業の社会・地域貢献活動の実態調査を項目別に個別分析したが、本章では実態調査の総合分析をし、顕著に見える問題点や傾向をまとめ、さらに豊かな地域社会の形成方向を考察した。調査を振り返ると、いくつかの大きな問題点や傾向がわかるが、それは次の三点にまとめた。①現実的に女性、高齢者、障害者の雇用率は低く示されている傾向②地域社会とコミュニケーションを取ろうとする企業の積極性③地域の人材づくりに対して協力的な姿勢である。さらに課題を分析すると第一の課題として高齢者、障害者、女性の雇用に対し積極的な協力が見られなく、今後の少子高齢化に伴う労働力不足への問題対策として、雇用への協力がなされるべきである。第二の課題は企業による社員の社会・地域貢献活動に対する支援が不十分であることである。社会・地域貢献活動を推進し、実行するために「人材確保」という要素は非常に重要である。第三の課題として企業が社会・地域貢献活動を実行する際に、自治体や商工会議所、町内会、NPO団

企業の社会的責任と地域社会

体という他団体との連携をさらに強めるべきことである。第四の課題は企業規模や経営状態に応じた最善の社会・地域貢献活動を行うべきことである。これらの4点は今後の課題として認識しなければならない問題点である。もちろん地域社会におけるすべての問題は企業だけで解決できないし、責任が全て企業にあるわけでもない。しかし、行政の補完、補助機能として、企業の社会・地域貢献活動が地域社会への一助になり、また企業自身にとっても受益となる。まさに相互に互恵し、共生、共栄ができる豊かな社会地域の形成を可能とするなど、また企業はその担い手として地域社会や地域住民に大きく期待されており、本論が中心論点とする「共生・共栄の視点から企業と地域社会または他団体や地域住民の新たな連携関係」による21世紀における真の豊かな地域社会の形成が構築できるだろう。

おわりに

本論では豊かな地域社会形成の可能性や方向性を探るために、日本経済、地域社会に大きく影響力を持つ企業を対象として、研究を展開した。まず企業の社会的責任を概念として言及し、また共生、共存の視点から企業と地域社会の連携の概念を挙げ、そこから挙げた論点や理論を検証するために、群馬県内の企業と地域社会の連携実態調査を行った。さらに、企業の他に、地域社会において新しい共生、連携関係としてコミュニティ・ビジネスの事例研究をし、いかに豊かな地域社会構築するかの可能性を探って分析した。最後に今回の研究では分析できなかったが、商工会議所、NPO団体という官と民の中間的機能を持つ団体がどのような役割を果たしているのかを今後の研究課題として勉強していきたい。