

わが国におけるCSR(企業の社会的責任)の現状と課題

—企業業績とCSRの関係を中心に—

眞 崎 昭 彦

A study on the problems of CSR (Corporate Social Responsibility) in Japan
— Corporate Social Performance and Financial Performance —

Akihiko MASAKI

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) draws increasing attention lately.

The survey has been conducted on about 600 domestic companies big and small to demonstrate current state and challenges of the efforts for CSR in our country.

The article presents an empirically-based analysis of correlation between current efforts for CSR and corporate characteristics such as size, business type, financial performance, and listed or unlisted on the basis of findings of the survey.

最近、企業の社会的責任（CSR）に対する関心が高まっている。筆者らは、わが国におけるCSRに対する取り組みの現状と課題を明らかにするため、大企業から中小企業まで約600社を対象に、調査を行った。

本稿は、その調査結果をもとに、企業規模、業種、株式公開の有無、財務的パフォーマンスとCSRの取り組み状況との関係を実証的に分析したものである。

1. はじめに

近年、企業の社会的責任（CSR=Corporate Social Responsibility）に対する関心が高まっている。

この背景には、企業の活動規模が拡大かつ複雑化し、企業活動の社会に及ぼすインパクトが以前に比べ大きくなってきたことや、環境問題の深刻化などによる国際的な持続可能社会を求める動き、

最近では相次ぐ企業不祥事の発生による企業責任追及の論調の高まりなどが関係していると考えられる。またISOをはじめとする各種CSR関連規格化、ガイドライン制定の動きも盛んである。しかし、企業の現場では戸惑いも広がっている。わが国の大企業から中小企業まで約600社を対象に行ったCSRの実態調査¹の結果を見ても、企業間で対応にかなりのばらつきがあるのが現状である。では、CSRの取り組み度に影響を与える要因は何なのか。

本稿では、その問題を探るため、企業規模、業種、株式公開の有無、特に財務的パフォーマンスとCSRの取り組み状況との関係を実証的に分析した。

本稿ではまず、CSRと特に業績指標の関係に関する先行研究を中心にサーベイし、次に本調査分析の概要と使用する指標について述べ、分析結果を示すとともにその考察を行う。最後に、分析手法上の留意点と今後の課題を示すこととしたい。

2. 先行研究

ここでは、CSRの取り組みと業績指標、特に収益性など財務的パフォーマンスとの関係に関する研究を中心にサーベイする。

CSRのパフォーマンス（CSP=Corporate Social Performance）と企業業績との関係の実証分析は1970年代から試みられ、80年代以降本格的な研究が行われている。

Cochran and Wood（1984）は、資産年齢のコントロールの下でCSPといくつかの会計指標との間に相関があるという研究を行った。McGuire et al.（1988）は実証分析の結果、業績指標とCSPとの双方向の関係を確認した上で、業績指標はCSPの先行指標として扱った方が遅行指標として扱うより優れていると主張した。つまり、業績はCSPの結果というより原因と考えた方がよいということである。Waddock and Graves（1997）はやはり実証分析の結果、業績とCSPについて双方向の関係を立証した。最近では十川（2005）がアンケート調査をもとに、ステークホルダーへの配慮度と業績評点（売上高伸び率と売上高経常利益率の合成得点）との間に有意な正の関係を立証している。

一方、CSRと企業収益との関係に否定的な研究もある。Aupperle et al.（1985）は従来の研究手法の問題点を指摘し、独自のCSR評価を行った結果、CSRと収益性（ROA）との間に相関はないと結論づけた。また、Hillman and Keim（2001）は、CSRの対象を問題にし、顧客や従業員など主要なステークホルダーとの良好な関係構築は株主価値向上に寄与するが、主要なステークホルダーと関連のない活動は株主価値にかえてマイナスになるという分析結果を示している。

CSRそのものではないが、関連する概念として、企業の評判＝「レピュテーション」（Corporate Reputation）や「企業文化」と、企業業績の関係についての研究も行われている。レピュテーションに関しては、FombrunとVan Riel（2003）が、レピュテーションと企業業績の関係について大規模な調査を行った。Fombrunと調査会社のHarris Interactive社が共同開発したRQ（Reputation

Quotient）は、「情緒的アピール」、「製品とサービス」、「財務的パフォーマンス」、「社会的責任」、「職場環境」、「ビジョンとリーダーシップ」の6分野20項目についての質問により算出されるレピュテーションの指標である。FombrunらはこのRQと企業業績の関係について分析を行い、高RQ（レピュテーションの高い）企業は低RQ企業に比べ、売上高キャッシュフロー比率、株価収益率、株主資本利益率（ROE）、EPS（1株あたり利益）成長率のいずれも上回っているという結果を得た。

企業文化と企業業績については、Kotter and Heskett（1992）が企業経営者やアナリストに幅広くインタビューを行い、強固な企業文化はすぐれた業績を生むという通説は誤りだとし、顧客、従業員、株主といったステークホルダー（constituencies＝支援者）のニーズに対応できる企業文化こそが高業績を生み出す要因になると主張した。

また、CSRの特定の分野に着目して業績（株式市場でのパフォーマンス）との関係について調べた分析もある。バク（2002）は、米国Fortune誌の2000年「働きやすいベスト100社」に選ばれた企業の過去3年間平均の株価収益率は37%で、同時期のS&P500銘柄の25%を大幅に上回っていると指摘している。

このように、関連領域も含めCSRと企業業績の関係の研究は種々行われているが、その方法論は各様であり、結果もさまざまである。

CSRと企業業績の関係を解明する上では、どのような指標を用いて分析するかが大きな問題となる。CSRをどれだけ実践しているかという「CSRパフォーマンス評価」と、収益性などの「財務的業績評価」の手法について整理すると、次のようになる。

（1）CSRパフォーマンス評価の手法

CSR指標としては、①企業の社会的な評価・評判に関するマスコミ等の調査ランキング（reputation evaluation. Fortune誌の「賞賛される企業」ランキングが代表的）スコアを使う方法（McGuire et al., 1988）、②CSR評価機関の指標（レーティングスコアやSRI（社会的責任投資）インデックス銘柄としての採用の有無）を使う方法（Waddock & Graves, 1997; Hillman and Keim, 2001; Tsoutsoura, 2004）、③サーベイ方式、即ち独自の調査票を作成して対象企業にアンケート調査等を行う方法（Aupperle et al., 1985; 十川, 2005）、などがある。このほかにも企業のディスクロージャー、CSR報告書等を用いて内容を分析する方法や、情報開示度そのものを評価する方法もある。

（2）業績評価の手法

業績評価では大きく、①財務系指標と、②市場パフォーマンスなどの市場系指標に分類される。財務系指標はROA（資産利益率）、ROE（株主資本利益率）、ROS（売上利益率）などが用いられることが多い。また、負債比率やベータなどがリスク指標として採用されることもある（Waddock & Graves, 1997; McGuire et al., 1988）。

3. 調査分析方法

3-1 調査概要

本研究は、筆者もメンバーとして調査実施に参加した、みずほ総合研究所の「企業の社会的責任に関するアンケート調査」（2005年2月に実施）の結果をもとに分析を行った。同調査の概要は以下のとおりである。

①調査方法

調査票による郵送調査（郵送発送・郵送回収）

②調査対象

みずほ総合研究所の会員企業2,400社

同社の会員企業数は約2万2千社（2005年3月末現在）であり、大企業から中小企業までを対象とし、また業種・地域的にも幅広い会員構成となっている。

上記調査では、会員企業の中から従業員数10～50人、51～100人、101～200人、201～300人、301～1,000人、1,001人以上の6区分に分け、各々400社ずつ割り付けて無作為に抽出し、発送企業台帳としている。これは、企業規模別の分析を想定していたためである。対象地域は全国で、業種の限定は行っていない。

また、売上高や利益などの分析を行うため、民間信用機関の帝国データバンクが企業データを保有している先を条件としている。

③有効回収数

619社（有効回収率25.8%）

従業員数別の回収率はほぼ同水準となっている²。

3-2 CSR指標について

この調査では、企業のCSRの取り組み度合い、取り組み状況について、以下のような質問を行っている。

①CSRの取り組み段階

取り組みの状況に応じて「経営の重要課題として戦略を立案、実行している」「積極的に取り組んでいる」「取り組みを開始した」「自社での取り組みを調査検討中」「ほとんど取り組んでいない」の5段階に分け、どの段階に該当するかを択一で回答。

②CSRに関する社内体制

主に社内での体制・施策について下記カテゴリから該当するものを選ぶ（複数回答）。

図表1 CSRの施策に関する質問項目

項目
従業員への徹底・社内研修
専任部署、専任者設置などの組織体制づくり
経営トップが関与する仕組み・体制づくり
「企業の社会的責任」全般に関する基準・指針作成
グループ企業との調整・徹底
仕入先・協力会社等の社会的責任遵守状況を確認する仕組みづくり（CSR調達）
社会的責任の推進状況を社内でチェックする仕組み（PDCAなど）構築
経営理念の徹底
経営計画への組み込み
個人・部門業績目標への組み込み
業績評価の際、コンプライアンス上妥当かどうかチェックする仕組み
社外の研修会・セミナー等への参加・派遣
専門家への相談・コンサルティング依頼
社長が従業員と直接意見交換する場の用意
特になし
その他

③CSRの取り組み分野

上記②が主として社内体制、組織の取り組みであるのに対し、ここでは対外的（対ステークホルダー的）にどのような取り組みをしているかを聞いている。上記同様、下記項目から該当するものを選ぶ（複数回答）。

図表2 取り組み分野に関する質問項目

(環境面)
1. 省エネ・省資源・リサイクルの全社的取り組み
2. いわゆる「グリーン調達」（価格・品質以外に環境面を考慮した購買・取引）
3. CO ₂ など温室効果ガス排出量の計画的削減
4. 「環境報告書」の作成・公表
5. 環境保全に関する従業員教育
6. ISO14001等、環境の外部認証の取得
(雇用面)
7. 従業員の採用・昇進等で性別・年齢・学歴等によらない機会均等の取り組み
8. 多様な研修・研修による従業員の能力向上の取り組み
9. 従業員の育児・介護支援について法令以上の取り組み
10. 柔軟な勤務時間・勤務制度（フレックスタイム・在宅勤務等）の導入
11. オフィス環境の改善（一人あたり面積、レイアウト改善等）
12. 年次有給休暇の計画的取得制度など取得率向上の取り組み

(株主面)

13. 株主総会で株主から意見を聞く時間を充分設けるなど株主重視の取り組み
14. IRの専任部署・専任者の設置
15. 投資家からの質問、意見のフィードバック体制

(消費者・顧客面)

16. 顧客満足 (CS) 向上に向けた組織設置など全社横断的取り組み
17. 顧客の苦情・意見等が社長などトップに届く仕組みづくり
18. 製品・サービスで事故・トラブル発生時に迅速・適切な対応のための方針・マニュアル策定

(取引先面)

19. 取引先 (仕入・購買先、委託先等) との公正な取引規則の策定
20. いわゆる「CSR調達」(価格・品質以外に企業の社会的責任を考慮した購買・取引)

(社会面)

21. 社会貢献活動に関わる基本方針の策定
22. 「社会的責任報告書」(環境報告書以外)の作成・公表
23. 従業員の社会貢献活動を支援する取り組み (ボランティア休暇等)
24. 国内外のNPOやNGOと交流や協働をする活動
25. 工場や事業所周辺の地域住民との交流活動
26. ホームページでの一般消費者からの意見の受付

(国際社会面)

27. 海外展開の際、現地の文化や雇用・労働慣習を尊重する基本方針の策定
 28. 国連グローバルコンパクトやILO宣言など国際規範の導入
 29. 児童労働禁止等の人権遵守 (現地国法令以上の取り組み)
 30. 難民や外国の災害被災者への支援活動に対する取り組み
-

本研究ではこの3つの項目に対する回答結果をCSRパフォーマンス指標として用いる。具体的には、①CSRの取り組み段階については、段階に応じてスコア化した(戦略立案実行=1点~ほとんど取り組んでいない=5点)。この指標は以下、「CSR取組度」と呼ぶ。②CSRに関する社内体制(以下、「CSR社内体制」)、および③CSRの取り組み分野(以下、「CSR実施項目」)は該当する回答個数(つまりCSR関連で実践している項目数)をスコアとして用いる。

3-3 業績指標について

業績指標については、帝国データバンクの企業情報データベース(COSMOS2)から入手できる売上高(直近3期分)、税引後利益(同)を検索し、以下の指標を分析に用いることにした³⁾。

- ・売上高(直近期)
- ・売上高利益率(直近期)
- ・売上高利益率(平均)

- ・売上高平均増加率
- ・利益率増加度（売上高利益率の増加%ポイント）

その他の指標は、以下のとおりである。

- ・従業員数
- ・業種（製造業・非製造業別）
- ・株式公開（上場・非上場別）

4. 分析結果

4-1 相関

上記主要指標間の相関行列を以下に示す（図表3）。

CSRの3指標について見ると、「CSR取組度」と相関が有意なのは従業員数、株式公開、売上高である。「CSR社内体制」と有意なものと同じく従業員数、株式公開、売上高となっている。また「CSR実施項目」と有意なのは従業員数、業種、株式公開、売上高、売上高利益率、利益率増加度である。従業員数と売上高は共に企業規模関連の指標と考えると、CSRの取り組み状況と企業規模、および株式公開の有無は関連性が高いことがわかる。業種（製造業・非製造業の別）も、CSR実施項目との間で関連が認められる。また、複数の収益指標とCSR実施項目との間で関連があることがわかる。なお、CSRの3指標間はいずれも有意となっている。

図表3 相関行列

	従業員数	業種	株式公開	売上高	売上高増加率	平均利益率	直近利益率	利益率増加度	取組度	社内体制
従業員数										
業種	0.013									
株式公開	0.178***	-0.120**								
売上高	0.201***	0.044	0.281***							
売上高増加率	0.003	0.037	-0.013	-0.016						
平均利益率	0.041	0.019	-0.032	-0.026	0.083*					
直近利益率	0.048	-0.045	0.055	-0.004	0.113**	0.684***				
利益率増加度	0.034	-0.098**	0.114**	0.027	0.064	0.016	0.649***			
取組度	-0.109**	0.012	-0.215***	-0.134**	-0.008	-0.032	-0.001	0.011		
社内体制	0.198***	0.017	0.287***	0.275***	0.026	-0.040	-0.021	0.021	-0.511***	
実施項目	0.178***	-0.202**	0.497***	0.333***	-0.028	0.014	0.089*	0.125**	-0.464***	0.581***

(注)「業種」は非製造業=1、製造業=0のダミー変数。「株式公開」は上場=1、非上場=0。

「取組度」の数値は小さいほど取り組み度が高いため、相関関係の符号は他のCSR指標と逆になる。

* p<0.05; ** p<0.01; *** p<0.001

4-2 モデル解析（重回帰分析）

次に、業績指標とCSR指標との間にどのような関係があるかを分析するため、重回帰分析を行った。

重回帰分析の前提となるモデル（因果関係）構築にあたっては、収集した指標の時間的關係を考慮する必要がある（McGuire et al., 1988: 868-869）。業績指標は2004年を直近とする過去3期分、CSRの取り組みに関するアンケート調査の実施は2005年2月であり、ここでは業績指標がCSR指標にどのような影響を与えたかという因果関係モデルを想定する。従属変数はCSR指標として「CSR実施項目数」（上述③CSRの取り組み分野の回答個数）を使用し、独立変数は業績指標のほか、「企業規模」、「業種」、「株式公開別」の指標を用いる。

具体的には、業績指標は「売上高利益率」、「利益率増加度」（売上高利益率の増加%ポイント）、「売上高平均増加率」の3つを採用し、それぞれモデル間の比較を行った。また、企業規模の指標として「売上高」、「従業員数」、業種の指標として製造業・非製造業のダミー変数（非製造業=1、製造業=0）、株式公開別の指標として上場・非上場のダミー変数（上場=1、非上場=0）を想定した。業績指標は強制投入変数とし、業績指標以外はステップワイズ法により有意な変数を選定したところ、売上高と株式公開別が採用された。以下に解析の結果を示す（図表4）。

図表4 重回帰分析結果

従属変数=CSR実施項目数	モデル1	モデル2	モデル3
業績指標			
売上高利益率	0.066 ⁺		
利益率増加度		0.070 [*]	
売上高増加率			-0.018
株式公開別	0.433 ^{***}	0.429 ^{***}	0.437 ^{***}
売上高	0.212 ^{***}	0.211 ^{***}	0.210 ^{***}
調整済R ²	0.288	0.289	0.284
F	79.702 ^{**}	79.869 ^{**}	78.149 ^{**}

（注）各変数の数値は標準偏回帰係数。 ⁺ p<0.1; ^{*} p<0.05; ^{**} p<0.01; ^{***} p<0.001

モデル1は独立変数として業績指標に売上高利益率、モデル2は利益率増加度、モデル3は売上高増加率を採用したものである。モデル1、2はいずれも標準偏回帰係数が正の関係であり、モデル1の売上高利益率はp<0.1、モデル2の利益率増加度はp<0.05で有意となっている。モデル3の売上高増加率は係数として有意ではない。株式公開別と売上高はすべてのモデルで有意となっている。

独立変数のウエイトとしてはモデル1～3のいずれも株式公開別が最も大きく、次いで売上高、各業績指標の順である。但し業績指標の係数は他の独立変数に比べるとかなり小さくなっている。

5. 考察

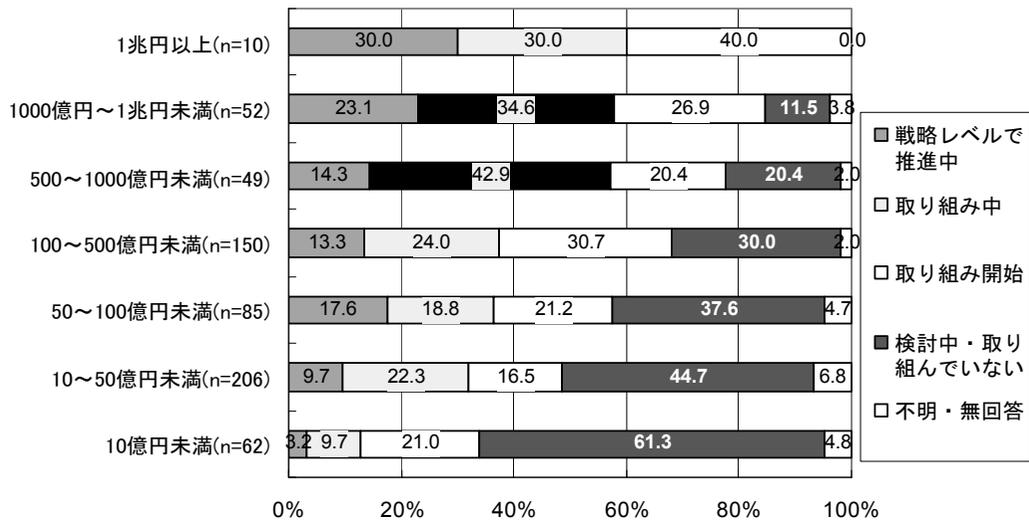
以上をまとめると、次のような点が指摘できよう。

第一に、CSRの取り組みと、企業規模、株式公開の有無、業種（製造・非製造）、そしていくつかの業績指標との関係が明らかになった。企業規模が大きいほど、CSRに対する取り組み度は高い。同様に上場企業の方が非上場企業より、製造業の方が非製造業よりCSRの取り組み度は高い。また、関連性のウエイトは小さくなるが、企業業績がよいほどCSRの取り組み度が高い。

このうち、企業規模、株式公開、業種について、上述のアンケート調査結果をもとに企業の取り組みの現状を確認しておきたい。

①まず企業規模に関しては、現状では大企業の方が取り組みは先行している。図表5は調査結果から企業規模別の取り組み状況を見たものである。

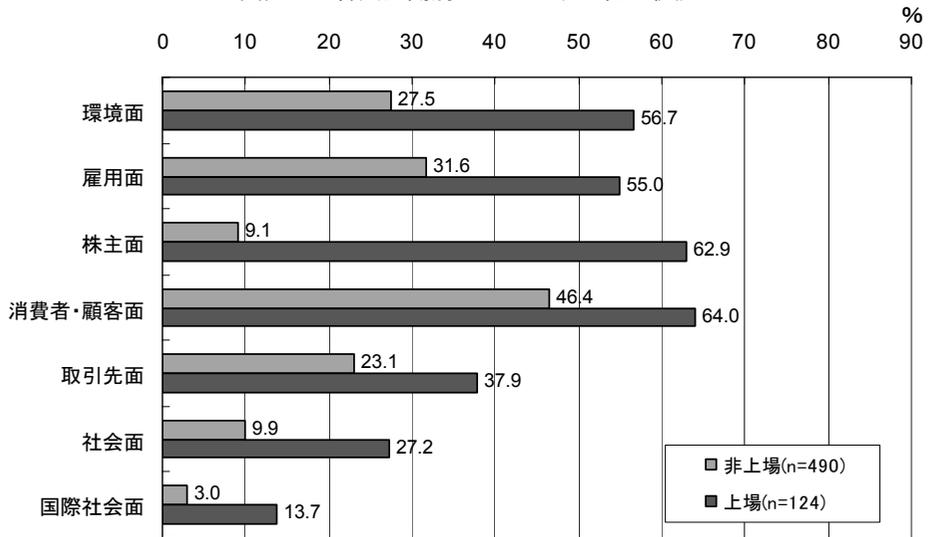
図表5 企業規模（売上高）別・CSRの取り組み状況



(資料) みずほ総合研究所「企業の社会的責任に関するアンケート調査」(2005年)より作成

②株式公開別については、上場企業の方が全般的に取り組み度は高い。非上場企業と比較して特に異なっているのは、株主面の取り組み度である(図表6)。上場企業が株主面でのさまざまな配慮・対応を求められるのは当然といえるが、その他の面についても上場企業は非上場企業に比べ、情報開示の要求度合いが著しく高くなる。こうした点がCSRの対応を促進する要因の一つとして考えられる。例えば、環境問題の取り組みも大きな差があるが、近年は環境問題に対する関心がとみに高まっており、上場企業は広報やIRの一環で、環境対応をアピールする必要に迫られている。

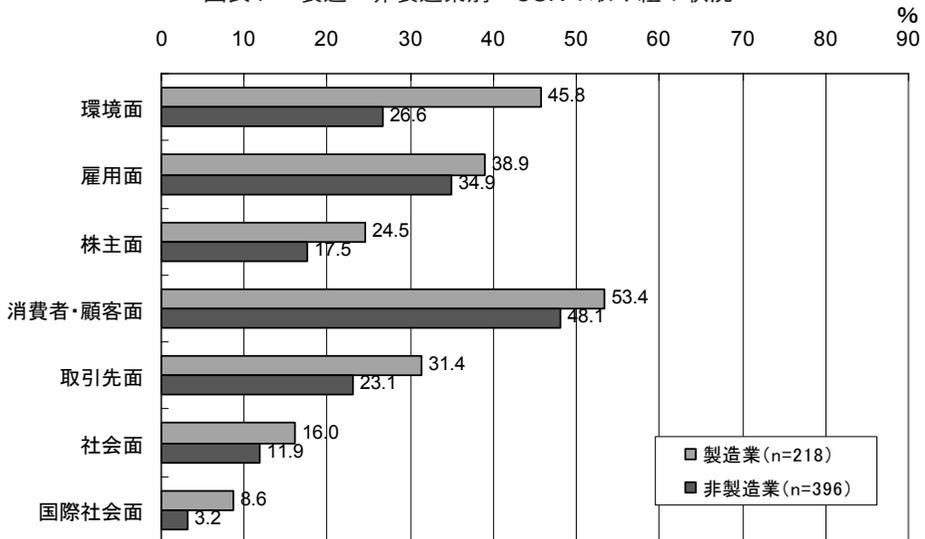
図表6 株式公開別・CSRの取り組み状況



(資料) みずほ総合研究所「企業の社会的責任に関するアンケート調査」(2005年)より作成

③製造業・非製造業別では、環境面、取引先面、社会面での取り組みで比較的大きな差が見られる(図表7)。環境面や社会面については工場など製造工程の現場を抱える製造業の方が環境面や近隣地域面での対応度合いが進んでいる、もしくは進めざるを得ないという事情がある。また、取引先面では大企業を中心として部品や原材料調達先にCSR対応を求める動きが進んでおり、CSRに取り組みないと取引ができなくなるというケースも出てきているようである。

図表7 製造・非製造業別・CSRの取り組み状況



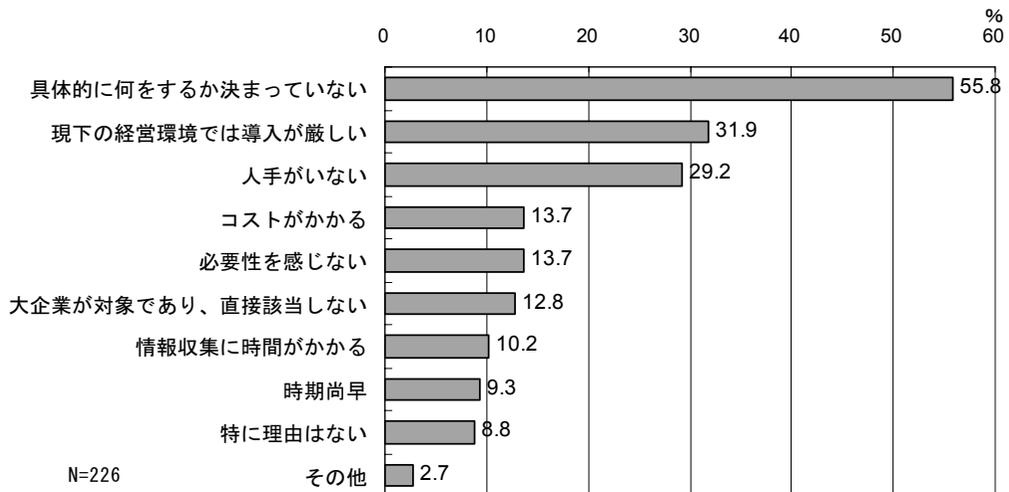
(資料) みずほ総合研究所「企業の社会的責任に関するアンケート調査」(2005年)より作成

第二に、非常に弱いものではあるが、業績指標がCSR指標に影響を与えている関係、つまり高業績がCSRの取り組みの推進要因、あるいは低業績がCSRの取り組みの抑制要因となっているような因果関係が推測される。今回有意な関係が認められたのは、売上高利益率と利益率増加度である。両者を比較すると、標準偏回帰係数の大きさ自体はほとんど変わらないが、利益率増加度の方が有意度が高く、利益率増加度→CSRの関係の方がより確からしいといえる。

こうした業績→CSRの関係を説明するものとして、「スラック資源理論」(Slack resource theory)がある。これは高業績による余裕がCSR取り組みの契機となるという考え方である (Waddock and Graves, 1997: 306)。今回の分析結果に即していえば、利益率が高く、増益基調であれば、そうでない企業よりある程度の余裕が生じることは考えられる。

これは、逆に言えば経営的にある程度の余裕がないとCSRには取り組みにくいということの意味する。上述のアンケート調査でも、CSRに取り組みない理由として「現下の経営環境では導入が厳しい」、「人手がない」、「コストがかかる」といった、余裕のなさやリソース不足に関する回答が上位に挙がっており（図表8）、こうした見方を裏付けている。

図表8 CSRに取り組みない理由



（資料）みずほ総合研究所「企業の社会的責任に関するアンケート調査」（2005年）より作成

しかし、こうした認識はCSRが事業とは別の手間暇やお金のかかるものという暗黙の前提に立っている。CSRの対応が多くの企業にとって切迫したものになれば、高（低）業績ほど高（低）CSPという関係は変化する可能性がある。

逆に、今回は検証できなかったが、CSR→業績の関係、つまりCSPが高いほど高業績という関係も、いくつかの実証研究で報告されている。CSR→業績の関係を説明するものとして「良い経営理論」(Good management theory)がある。これはステークホルダーとの良好な関係が経営パフォー

マンスに寄与するという考え方である (Waddock and Graves, 1997: 306-307)。

CSRが収益に寄与する効果は可能性としては十分に考えられる。但し、収益性の側面を強調しすぎると、CSRは収益追求の単なる一手段ということになってしまう。岩井 (2005) は、このようなCSRの捉え方に疑問を呈し、会社 (法人) は制度的にヒトとして認められているが故に本来的に社会的な存在であり、CSR (「会社」の社会的責任) の本質的意味は単なる利益志向を超えた社会的価値の追求にあると主張している。

CSRの本質を探る上でも、CSRと企業業績との関係の究明は重要な意味を持っているといえよう。

6. おわりに

本稿では、わが国の大企業から中小企業まで約600社を対象にした実態調査をもとに、CSRの取り組みと企業規模、業種 (製造業・非製造業)、株式公開の有無、および財務パフォーマンスとの関係について実証的な分析を行い、企業規模が大きいほどCSRに対する取り組み度が高いこと、同様に上場企業の方が非上場企業より、製造業の方が非製造業より、CSRの取り組み度が高い関係があることを明らかにした。また、企業業績 (利益率、増益性) とCSRの間に正の関係、つまり高 (低) 業績ほどCSRの取り組み度が高い (低い) 関係があることを明らかにした。

CSRに関するアンケート調査はいくつか行われているが、上場企業を中心としたものが多く、非上場企業、特に中小企業のCSRに関する情報は少なかつたといえる。今回の分析はそうした企業もカバーしつつ、特に企業業績とCSRの関係について分析を行ったものである。

最後に、本分析手法上の留意点と、今後の課題について述べる。

①CSR指標について。CSR指標として採用した質問はもともと企業のCSRに対する取り組み度や取り組み施策、取り組み分野を把握することを意図して設計されており、各企業のCSRに関するパフォーマンス評価 (CSP=Corporate Social Performance) を意図したものではない。例えば、CSRの取り組み分野の質問は全部で30項目であるが、それでもCSR活動を網羅的にカバーしているわけではない。また、あくまで企業自身による回答であり、実際に各企業を取り巻くステークホルダーがどう認識しているか、CSRの諸課題が解決されたのかを検証・評価しているわけではない。その意味で、上記の質問に対する回答結果は、「CSRの取り組み努力を示す指標」という性格を有している点には留意が必要である。

これはSRIにおいても同様な問題を抱えている。谷本 (2004) は、SRIの評価方法の課題として、質問票調査による制約 (制度の有無を聞くことが中心にならざるを得ないなど) の問題、方法論の混在・濃淡の問題、評価機関との信頼構築の問題の3つを指摘している (p.25)。

森本 (1994) は社会業績 (SP=social performance) 評価の方法を測定主体と評価主体から4つの類型に分類している (pp.103-106)。類型1…内部測定・内部評価、類型2…内部測定・外部評

価、類型3…外部測定・外部評価、類型4…外部測定・内部評価。誰が測定し、誰が評価するかという点はCSRパフォーマンスの評価にとって大きな問題となる。

②業績指標について。利用可能なデータベース（帝国データバンクCOSMOS2）の関係で、利益は「税引後利益」での分析となった。税引後利益の場合、資産売却などで特別損益に大きなぶれが生じている可能性がある。企業の経常活動による収益力の比較を考えれば経常利益か営業利益での分析が望ましいが、非上場企業の詳細な財務情報の入手には限界があるのも事実である。

こうした上記手法上の制約条件を改善し、より精度の高い分析を行うことが今後の課題として考えられる。また、CSR→業績の関係を解明する実証研究も今後行っていきたい。

謝辞

本研究は、みずほ総合研究所のアンケート調査データを利用して行った。この場を借りて御礼申し上げます。

（まさき あきひこ・本学非常勤講師／みずほ総合研究所 主任研究員）

注

1 調査概要は3-1参照。調査結果の概要はみずほ総合研究所（2005）を参照されたい。

2 従業員別回収状況は次のとおりである。

	10～50人	51～100人	101～200人	201～300人	301～1,000人	1,001人～	合計
発送数	400	400	400	400	400	400	2,400
回収数	102	113	90	100	101	108	614
回収率（%）	25.5	28.3	22.5	25.0	25.3	27.0	25.6

（注）この他、不明が5件。

3 基本的には2004年～2002年のデータであるが、データベースに登録されているデータの制約で、2003年～2001年のものも含む。

参考文献

- Aupperle, K. E., A. B. Carroll, and Hatfield, J. D. (1985) "An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability." *Academy of Management Journal*, Vol.28, No.2, pp.446-463.
- Cochran, P. L., and Wood, R. A.. (1984) "Corporate social responsibility and financial performance." *Academy of Management Journal*, Vol.27, No.1, pp.42-56.
- Fombrun, C. J., and Van Riel, C. B. M. (2003) *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations* Financial Times Prentice Hall, pp.67-83. (花堂靖仁監訳、「コーポレート・レピュテーション」、東洋経済新報社、2005年)
- Hillman, A. J., and. Keim, G. D. (2001) "Shareholder value, stakeholder management, and social issues:

- What's the bottom line?" *Strategic Management Journal*, Vol.22, No.2, pp.125-139.
- 岩井克人 (2005) 「会社はだれのものか」、平凡社、pp.83-96.
- Kotter, J. P., and Heskett J. L. (1992) *Corporate Culture and Performance* The Free Press, pp.44-50. (梅津 祐良訳、「企業文化が高業績を生む」、ダイヤモンド社、1994年)
- McGuire, J. B., A. Sundgren, and T. Schneeweis (1988) "Corporate social responsibility and firm financial performance." *Academy of Management Journal*, Vol.31, No.4, pp.854-872.
- みずほ総合研究所 (2005) 「CSR (企業の社会的責任) は普及するか」、『みずほレポート』
- 森本三男 (1994) 「企業社会責任の経営学的研究」、白桃書房、pp.103-106.
- パク・ジョアン・スックチャ (2002) 「会社人間が会社をつぶす ワーク・ライフ・バランスの提案」、朝日新聞社、pp.142-143.
- 十川廣國 (2005) 「CSRの本質」、中央経済社、pp.194-197.
- 谷本寛治 (2004) 「CSRと企業評価」、『組織科学』、Vol.38, No.2, pp.18-28.
- Tsoutsoura, M. (2004) "Corporate social responsibility and financial performance." *Center for Responsible Business Working Paper Series*, University of California, Berkeley, No.7
- Waddock, S. A., and Samuel B. Graves (1997) "The corporate social performance-financial performance link." *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.4, pp.303-319.原