

持続可能な社会と経営

神戸大学大学院経営学研究科 研究員
馬場 新一
(はば・しんいち)

現在の私たちの消費生活は、企業から提供される財（商品やサービス）なしでは成り立たなくなっている。企業が持続可能な社会の形成につながる財を提供しないと、消費者だけでは持続可能な消費は行えない。選択肢がないと、持続可能な消費社会を目指すこともできず、未来の消費者にバトンタッチすることはできない。

企業が持続可能な社会形成に貢献する事業活動に取り組むのか。

企業が自主的にCSR（企業の社会的責任）を果たすように求めた社会の経緯を概要で示す。1980年代、企業活動のグローバル化により、環境や貧富など社会的な課題が発生してきた。92年地球環境の持続可能性を環境サミットで議論された。企業に解決を求めようと、99年に国連グローバルコンパクトが提唱され、21世紀初めにEUはCSRを重要な政策課題として取りあげた。企業が自らの社会的責任として、自主的に持続可能な社会形成に貢献する活動を促す道筋が示された。

企業のCSRとESG投資

日本では、2003年がCSR元年と言われている。経済界で積極

的な導入を促進し、大手企業が先進的に取り組んだことでCSRの取り組みが一気に広がっていった。CSR先進企業と言われた東芝は、いち早く委員会設置会社に移行し、取締役選任においても院政を排除する機能を持たせた。しかし、実際は歴代社長による不適切な会計処理の指示が行なわれ、実態は統治不全となっていた。他にも食品表示や検査データの偽装など、企業は信用できないというイメージを増大させる事件が続いて発生した。ジャバライフほか消費者被害を発生させる事件も後を絶たない。

企業は個別に活動しているのだが、社会の信頼を失うような行為があると、企業というくくりで見られて不信感を持たれることがある。しかし、多くの企業は誠実にCSRに取り組み、持続可能な社会を形成しようとして努力している。

CSRの促進には、社会的責任投資も影響している。90年代はグリーンファンド（環境投資）が注目されたが、近年はESG（環境・社会・組織統治）投資が中心になってきている。2015年にGPIF（年金積立金管理運用独立法人）が、責任投

資原則に署名したことで、日本でもESG投資が拡大した。ESG投資の拡大は、ESG観点から企業活動をチェックし、ESGに関する発言をする「物言う株主」として存在感が高くなってきている。特に、温室効果ガスの排出削減については、日本企業の環境経営の背中を押しているように見える。

SDGsと企業活動

さらに、2015年以降は先進国の課題も含むSDGsの取組みも加わり、企業経営の中心課題にサステナブルが据えられるようになってきた。企業が主体的に持続可能な社会を目指すようになった。レジ袋の減少など、急激に変化している事例もある。これなどは、消費者の協力があつて浸透したことである。よりよい消費市場を形成するためには、企業は消費者の協力が欠かせないのである。しかし、企業不信は消費者の心理の底に残っていると考え、信頼される活動に努めなければならない。

次号では、消費者志向経営に関して論じる。