

地元企業の CSR を促進する
自治体による認証制度の可能性

B4EB1042 岩城恭平

目次

はじめに

第1部 理論編

- 第1章 CSRとは
- 第2章 CSRの基本的枠組み
- 第3章 中小企業のCSR活動について
- 第4章 CSR認証制度

第2部 ケーススタディー編

- 第1章 一宮市サポートカンパニー制度（愛知県一宮市）
- 第2章 川口市地域貢献事業者認証制度（埼玉県川口市）
- 第3章 太子町企業市民制度（兵庫県揖保郡太子町）

第3部 考察・提言

おわりに

参考文献・ウェブサイト

はじめに

企業の CSR 活動は今ではかなり一般的なものになっている。実際、ウェブサイトにて自社の CSR 活動を紹介するページを設けている企業、活動をまとめた CSR 関連レポートを年度ごとに発行している企業も少なくない。CSR 活動が利益につながるかどうかについては議論の余地があるが、テレビ広告で社会貢献活動にスポットをあてるなど、様々なメディアを利用した活動の紹介等を通じ、CSR 活動が消費者に良い印象を与える効果を持つことも事実である。また、CSR の考え方は企業の不祥事の防止の上でも重要な役割を果たしているといえるだろう。一方で、活動が注目を浴びるのは大企業が中心であり、CSR 活動は資金面や従業員数において比較的余裕のある大企業が行うものという認識も依然として存在している。

しかしながら、中小企業が CSR 活動を行わなくていいというわけではない。環境問題や労働問題が顕在化している現代において、中小企業も含めて CSR を意識した経営を行うことは広く求められている。それに加え、地域の中小企業の取り組みは、その地方全体の活性化につながるるとともに、地域住民をはじめとした様々なステークホルダーの信頼を得ることや、企業自身の人材不足等の問題の解決をもたらす可能性もある。規模が大きくないからこそ課題にも柔軟に対応することができるだろう。

では、中小企業の CSR 活動を促進するためにはどうすべきであろうか。その方法として、補助金やガイドラインの策定など、さまざまなものが考えられるが、今回は自治体が行う CSR 認証制度に着目した。理由は大きく二つある。一つ目は、後に触れるが自治体による CSR 認証制度は歴史が浅く、まだ決して一般的なものとは言えない一方で、その分多くの可能性があるのではと考えたこと、そして、二つ目は企業市民、官民協働という言葉に代表されるように、自治体と企業の関りが近年改めて注目されていることである。また、私事ではあるが、将来地方公務員を志望しており、その立場から CSR について研究したいと考えたことも本テーマ選定の動機の一つである。

本論文では、まず理論編で、CSR とは何かについておおまかに述べた後、中小企業の CSR の現状や認証制度の経緯を取り上げていく。そして、ケーススタディー編にて3つの自治体を取り上げ、制度を比較分析し、あるべき認証制度の姿について考えていきたい。

第1部 理論編

第1章 CSRとは

本論文では、CSRという言葉を繰り返し用いているが、そもそもCSRとはどのようなものであろうか。CSRとは Corporate Social Responsibility の略であり、企業の社会的責任と訳される。しかし、CSRは幅広い概念であり、1つに定義することは難しく、どのような活動をCSR活動と捉えるかもそれぞれのステークホルダーによって異なる。その中で、本論文では経済産業省の定義を借り、CSRについて、以下のように捉えることとする。

「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指します。

(経済産業省 HP より)¹

なお、企業を取り巻くステークホルダーという部分については、消費者や株主はもちろんであるが、職員、内部の利害関係者も含まれると考える。CSR活動というと、地球環境や地域に対する貢献といったものが想像されやすいが、近年長時間労働や、それに伴う過労自殺が問題となっているように、組織内部に対しても法令を遵守するのみでなく、きちんと責任を持ち、配慮していく必要があると考えるためである。

第2章 CSRの基本的枠組み

前章では、CSRの定義について触れたが、今回扱うケースについて、そのケースはCSR認証制度に該当するといえるか、また、該当するとしたらどのような性質をもった制度なのかを具体的に分析するために、日本経営倫理学会によるCSRの基本的概念(下図)を用いる。

この概念は「予防倫理・積極倫理」と「企業内(組織)への責任・企業外(社会)への責任」の組み合わせにより、4つの領域に分けられる。まず、「予防倫理」とは、社会や企業をさまざまなリスクから保護する活動であり、不祥事の発生を未然に防ぐ活動である。そして、「積極倫理」とは、企業組織と社会の健全な成長を保護し、促進するために積極的支援を行う活動である。不祥事など、社会に悪影響を及ぼすことを防ぐことはもちろん、企業には組織や社会の発展を支援していく活動が求められているのである。

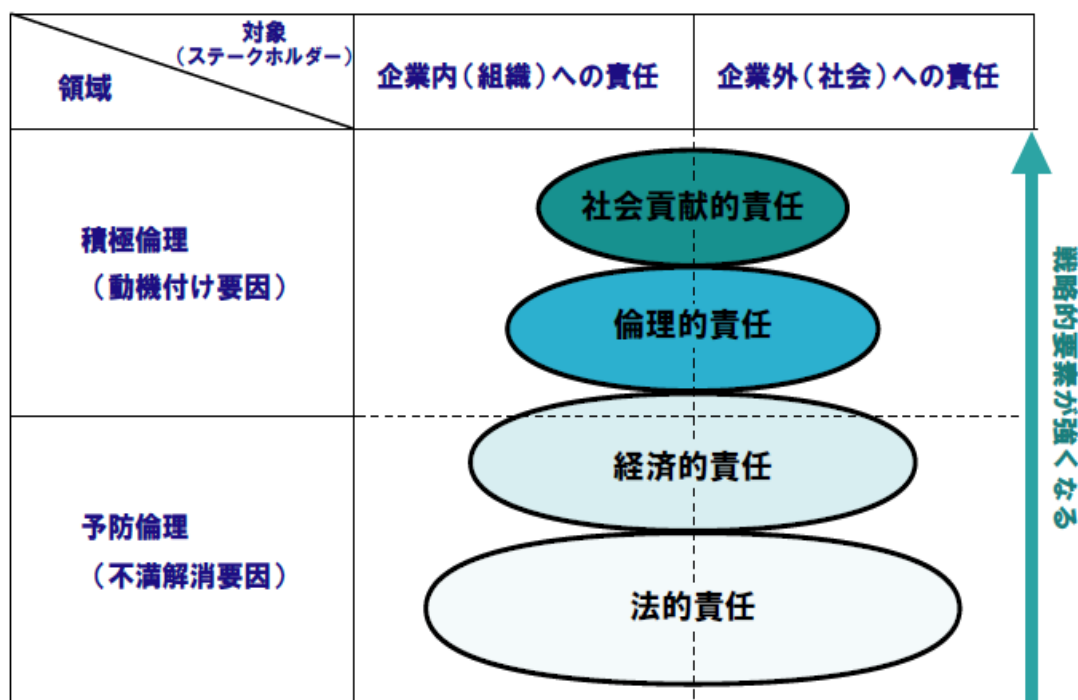
以上を踏まえ、企業の責任は法的責任、経済的責任、倫理的責任、社会貢献的責任の4つに分類できるとされる。法的責任とは、企業が最低限のルールを守る責任であり、経済

¹ http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei/ (経産省 HP)

的責任とは、株主に対する配当、従業員に対する報酬、税金等をきちんと納める責任である。これら2つは基本的なものであり、「予防倫理」の領域に属する。

倫理的責任とは、法律の規制を超えたところでの自主基準や自主規制に基づく責任であり、社会貢献的責任とは社会貢献、文化支援活動、地球環境保護などの活動が該当する。この2つの責任は「積極倫理」の領域に該当し、社会貢献的責任に近づくにつれて、戦略的要素も強くなるとされる。

図表 CSR の基本的枠組み



(日本経営倫理学会 CSR 研究部会レポートより抜粋)

第3章 中小企業のCSRについて

中小企業のCSR活動が遅れている原因は何であるか。大企業と比較すると資金が乏しい、人手の余裕がないといったことがまず考えられる。中小企業である以上、これらは仕方ないことではあるが、すべての中小企業のCSR活動が不十分ということではなく、活動に積極的な企業も存在するのは事実である。したがって、単純にCSR活動を行う余裕がないというだけでなく、そもそもCSRに関心がない、CSRを良く知らないという企業も多いのではと考える。大企業の方が消費者に与える影響力が大きいことから、CSR活動を行っていても目立たない、CSR活動といえるような活動を、CSRと考えず、自然に行っている企業も多いかもしれない。

商工総合研究所が平成 23 年に行った調査²によると、CSR という言葉について見聞きしたことある企業はおよそ 9 割を占めるが、内容について知っていると答えた企業は 56%にとどまった。その中でも、従業員数が 20 人以下の企業においてはおよそ 4 割となっている。現在では認知度は向上している可能性が高いものの、中小企業においては、資本金が少ない、従業員数が少ない等規模が小さくなればなるほど CSR は十分に浸透しているとは言えないと考える。

次に、中小企業の CSR の特徴を考えていく、同調査では、中小企業を対象に、自社にとっての「企業の社会的責任（CSR）」に含まれる項目、についても触れられている。結果を見ると、「より良い製・商品、サービスを提供すること」「法令を遵守し、倫理的行動をとること」「自社が所在する地域社会の発展に寄与すること」が上位三項目である一方で、「地球環境の保護に貢献すること」と回答した企業は半数に満たず、「世界各地の貧困や紛争の解決に貢献すること」と回答した企業は 5%にも満たないことが分かった。このことから中小企業の CSR の傾向として、企業として最低限の責任を果たしていくことに加え、地域社会への貢献を重視しているということが言うことができると考える。そのような志をもった企業を自治体としてサポートしていくことは非常に重要なのではないだろうか。

第 4 章 CSR 認証制度

CSR 認証制度とは、地方公共団体が CSR 活動を行っている地元企業に対して認定を付与する制度である。自治体としては、中小企業の CSR 活動に対するモチベーションを維持、促進させ、官民協同の町づくりを実現させるというメリットがあるが、企業にとっても、自治体の媒体で企業を広報してもらえ、マークや認定証が付与されるといったメリットがある。

企業が法的、経済的責任を果たしていることは基本的なことであるとともに、認証に当たって企業間における差も大きくないことから、認証制度については企業の「積極倫理」的な取り組みに着目したものが中心である。（認証制度とは異なるが、チェックリストやガイドラインを設ける等、「予防倫理」的な面においても企業を支援する自治体も存在する）

横浜市が、2007 年に横浜型地域貢献企業認定制度として制度を設けたことを皮切りに、宇都宮市、さいたま市、静岡市など、県庁所在地レベルの都市を中心に広がりを見せている。横浜市では、平成 29 年現在、453 社が認定を受けており、多少の偏りはあるものの、建設業や卸売業、税理士法人など幅広い業種の企業が認定を受けている。

² 中小企業の社会的責任（CSR）に関する調査（平成 24 年 5 月）より



YOKOHAMA

参考：横浜型地域貢献企業制度 認証マーク
(公益財団法人 横浜企業経営支援財団 HP より)

自治体による認証制度の中には、地球環境に配慮している企業を認証する制度や、子育てに配慮する企業を認証する制度など、分野別のものもあり、それらも CSR 認証制度の一つと考えることができるだろう。しかしながら、それらを含めると、数が膨大になり、比較することが難しくなるため、本論文では、分野問わず、広く CSR 活動を行う企業を対象とした制度に絞って考えていきたい。

第2部 ケーススタディー編

認証制度を実施している、あるいは過去に実施していた自治体は先述の都市をはじめいくつもあり、大都市³や県庁所在地において進んでいるといえる。もちろん、そのような大規模な自治体の例も先行事例として参考としていくが、本編においてはそれらの市を除いた中規模都市や町村といった自治体のケースを詳しく取り上げていく。そうすることで、より多くの都市で実践できるような認証の形を考えたい。

なお、各ケースについては自治体紹介、制度概要、分析という流れで述べていく。

第1章 一宮市サポートカンパニー制度

はじめに、中規模都市での認証制度の例として、一宮市サポートカンパニー制度を紹介する。

〈自治体紹介〉

一宮市は愛知県北西部にある都市である。平成17年の市町村合併を経て、現在の人口はおよそ38万人（平成29年現在）となっている。人口は愛知県内では名古屋市、豊田市に次ぐ三番目であるが、事業所数は名古屋市に次いで2番目に多い17318箇所（平成26年）である。

〈制度概要〉

一宮市サポートカンパニー制度について、市のウェブサイトでは以下のように紹介されている。

企業や事業者が既に行っている社会貢献活動を明確にし、その貢献度を測ることによって、地域に貢献されている企業・事業者を「一宮市サポートカンパニー」として認定します。認定期間は認定年度を含む3年度です。企業や事業者の事業活動の一助とするとともに、市民・企業・行政による協働のまちづくりを目指します。

（一宮市ホームページより抜粋）

同制度は平成26年にスタートした。一宮市内に本社または支社（事業所）が存在する、1年以上市内で継続して事業を営んでいる事業所が対象となる。また、法人あるいは個人事業主が市税を完納しているということが条件となっている。

認定を受けることによるメリットとしては①一宮市サポートカンパニーの認定証、ステ

³ ここでの「大都市」とは、総務省統計局の定義に基づき、政令指定都市及び東京都特別区部とする。

ッカーが交付される②広報や市のウェブページで認定された企業名の公表、PR がされる③一宮市サポートカンパニーであることを PR に使用できる④総合評価落札方式の入札の際、項目に応じて加点されるという 4 つのメリットがある。4 つ目については主に建設業といった業種が対象となると考える。



参考：一宮市サポートカンパニー制度 認証マーク
(一宮市ホームページより)

認定を受けるためには①安全・安心のための活動(防犯、防災、交通安全) ②環境保全のための活動(ごみ減量、環境美化) ③商工業振興のための活動(地元雇用、企業間の連携) ④まちづくり・地域づくりのための活動(地域コミュニティへの参加、お祭りへの協賛) ⑤子育てのための活動(子育て支援、職場体験受け入れなど) ⑥福祉のための活動(高齢者・障害者に対する支援・雇用) ⑦その他、の 7 項目のうち、2 項目以上の活動を行っている必要があり、活動報告等を記入する申請書を市に提出し、認定協議会を経て決定される。

開始以来、138 社が認定を受けており、平成 28 年は 85 社の更新を含む 93 社が認定を受けた。

〈分析〉

制度に直接 CSR という文字があるわけではないが、同制度は主に、企業外部に対しての「積極倫理」的な活動に着目した、CSR 認証制度といえることができるだろう。

制度の特徴としてまず挙げられるのは上に示した認証マークの存在である。地元のキャラクター「いちみん」を用いたデザインに加え、マークをかたどったステッカーの交付もあることから、インターネット使用の有無にかかわらず、住民にも浸透しやすいのではと考える。また、認証の期間を設けている中で、更新する企業が多いことは、認証制度のハードルが適切であり、認証を受けた会社が認証制度に一定の理解を示しているためと考える。

一方で、新規に認定される企業の数は平成 28 年については 8 社であり少しずつ減少している。もともと CSR 活動を通じて地域に貢献してきた企業にとっては、その活動が評価さ

れる機会として魅力的である一方、それまで関心があまりなかった企業が活動を始める機会としては不十分な面もあると考える。

第2章 川口市地域貢献事業者制度

続いて、一宮市と同じく、一定の人口を持ちながら、制度設計が異なる認証制度の例として、川口市地域貢献事業者制度について紹介したい。

〈自治体紹介〉

川口市は、埼玉県南東部にある都市で、人口はおよそ60万人（平成29年現在）である。埼玉県ではさいたま市に次ぐ2番目の人口を持つ都市であり、平成30年4月より中核市に移行する予定となっている。かつては鋳物の都市として発展してきたが、現在は東京都のベッドタウンとしての役割も果たしている。

〈制度概要〉

川口市地域貢献事業者制度について市のウェブサイトでは以下のように説明されている。

地域社会への貢献活動を行う事業者等を地域貢献事業者として認定することにより、事業者等の社会的信頼の向上を促進し、市内産業の活性化を図ります。

（川口市ホームページより抜粋）

なお、文章中にはないが、認定期間は2年間であり、同制度についても一度取ってからでも活動を継続していくことが求められている。

同制度は平成25年に始まった。対象としては中小企業者だけでなく農業者や組合、商店街も含まれており幅広い。また、一宮市と同様、事業を一定期間継続していること（川口市の場合は3年間）、市税を滞納していないことといった条件がある。

認定を受けるメリットとしては、①メディア、広報紙、ホームページ及びパンフレット等で市内外へ広くPR②地域貢献事業者資金融資制度の利用③住工共生コミュニティ活動事業補助金④商店街コミュニティ活動事業補助金⑤事業所税相当額の一部を補助⑥展示会等出展事業助成金⑦表彰制度（認定後の実績に基づく表彰や報奨金）⑧公共工事入札に当たっての加点がある。

認定をうけるためには①組織体制に対する考え方②雇用に対する考え方③職場環境づくりに対する考え方④環境に対する考え方⑤公正な事業実施に対する考え方⑥消費者、取引先等に対する考え方という6つの考え方に基づいたチェックリストや地域貢献活動を行っていることを示す書類を市に送付し、経営者へのヒアリング、中小企業診断士による診断、

商工会議所や外部の審査員で構成された審査会を経て決定される。

川口市では、全ての人にやさしい“生涯安全なまち”、子供から大人まで“個々が輝くまち”、産業や歴史を大切にしたい“地域の魅力と誇りを育むまち”といった市のビジョンをいくつか設定しており、各ビジョンに合わせた地域貢献活動の例が紹介パンフレットの中に示されている。

平成 25 年の開始以降、個人事業者や商店街を含む 37 社が認定を受けており、平成 28 年度は 9 社の更新を含む 15 社、平成 29 年には 8 社の更新を含む 13 社が認定を受けた。

〈分析〉

以上が制度の概要である。地域貢献活動に焦点を当てた制度ではあるが、予防倫理的側面、企業内への側面など幅広い面を考慮した CSR 認証制度ということができるだろう。制度の特徴としては、認定企業数が少ない分、実地検査や外部審査員で構成される委員会を設けるなど、審査が丁寧であるという点である。また、認証を受けた企業の取り組みや所在地をまとめた紹介パンフレットを市が作成している。これも企業数が多いと難しくはなるが、特にウェブサイトを持たない企業にとっては自社の活動をより多くの住民に知ってもらえる機会になる。個人事業者のみならず、商店街単位での認証も行うことは、規模の小さい事業者に対する配慮になるとともに、事業者間で CSR を広めることができているといえるだろう。そして、企業側のメリットに市が推進する他の事業と連携した補助金の存在が多あるのも特徴である。市内産業の活性化という制度目的が顕れた内容ということができる。

一方で、こちらの制度においても、認定企業数は減少している。市はセミナー等も行い、CSR 活動を促進することに力を入れているが、これまで CSR 活動を行ってこなかった企業が活動を始める契機が不足していると感じた。市からの広報や働きかけに加え、マーク等を用いることで企業から企業への広まりの可能性もあると考える。

第 3 章 太子町企業市民制度

ここまでは、中規模の人口を持つ都市の認証制度をケースとして挙げてきたが、小規模自治体でも認証制度の取り組みがはじまっている例として、太子町企業市民制度について紹介したい。

〈自治体紹介〉

太子町は兵庫県南西部にある町で、姫路市に隣接している人口は 33690 人（平成 27 年国勢調査より）である。揖保郡に属するが、平成 17 年の市町村合併により、同郡所属の他の町が合併したため、郡唯一の自治体となった。人口構成としては、国全体と比較すると若

年層の割合が高く、東芝の工場等もあることから製造業従事者の割合が比較的高くなっている。

<制度概要>

太子町企業市民制度について、太子町の HP では以下のように紹介されている。

住民とともに地域の社会活動を行う企業を企業市民として捉え、太子町企業市民に認定することにより、企業の自発的な企業市民活動の推進を促し、町、住民及び企業による協働のまちづくりに寄与することを目的とします。

(太子町ホームページより抜粋)

企業市民制度としては、埼玉県和光市が先に実施していたが、和光市に続き、平成 29 年度にスタートした。対象としては町内で自発的に地域の様々な社会活動を、2 つ以上行っている事務所または事業所となっており、認定期間は 2 年間である。

認証を受ける企業のメリットとしては、①認定企業が町のホームページ等で公表される②事業所等の PR に使用できる③太子町企業市民認定書が交付されるという 3 つがある。

認定を受けるためには、①防犯・防災 防犯活動（災害時等における復旧活動や物資供給活動地域消防活動や防災に関する活動）②環境保全（事業系ごみの適正処理又はごみの減量化に関する活動、エコ・省エネ活動や環境美化活動など）③青少年健全育成・教育（青少年健全育成に関する協力活動や教育に関する各種支援活動などまちづくり・地域コミュニティ 自治活動、まちづくりに関する活動、地域コミュニティに関する各種活動など）④子育て・男女共同参画（子育て支援に関する活動、ワークライフバランス又は男女共同参画等に関する活動など）⑤社会福祉（高齢者又は障害児者に対する社会福祉に関する活動、高齢者又は障害者の雇用に関する活動など）⑥その他（交通安全活動、各種ボランティア活動など）の 6 つの区分のうち、2 つ以上に該当することが必要であり、申請書と活動を示す書類を市に送付したうえで、町関係者や商工会関係者で構成される審査会を経て決定される。

募集は 4 月・10 月の年二回であり、初回である平成 29 年春には税理士法人や金融機関、旅行業者など幅広い業種の 16 社が認定を受けた。

<分析>

以上が制度の概要である。障害者雇用やワークライフバランスといった面も扱っていることから、企業内外の領域において、「積極倫理」的側面に焦点を当てた認証制度といえるだろう。

町村規模の自治体でも企業は一定数存在しており、制度の運用が可能であることを示した事例といえる。むしろ小さい自治体だからこそ、企業間に広まるのも早いといった効果

も考えられるため、前のケースで挙げたような認証マークやパンフレット等を作成することは効果的だと考える。始まって間もない制度ということもあり、今後の展開に期待したい。

第3部 考察・提言

ここまで3つのケースを紹介してきた。制度自体に関しては、自治体ごとに特色があり、規模が同程度の自治体でもさまざまな形が考えられることがわかった。また、太子町のケースからは、人口が少ない自治体でも制度を運用することは可能であるということが分かった。一方で各ケースの分析部分で触れているが、いずれも認定企業数は制度開始当初に多く、そこから減少しているということが課題として挙げられる。これは、もともと他の認証を持っているなど、当初から地域貢献、CSRの関心がある企業が開始直後にとっているため、これまで関心がなかった企業が活動を始めるモチベーションとしては不十分であるということが一番の原因として考えられる。制度自体の認知度を住民・事業者問わず向上させること、認証のメリットをはっきりと伝えていくことが制度を長く運営する上では必要であると感じた。

また、川口市は予防倫理的な側面にも触れているが、川口市も含め、各自治体のホームページなどを見ると、やはりCSR=社会貢献的な側面が強く感じられる。そもそも各制度は地域に貢献している企業を認証するという趣旨であるとともに、社会貢献活動に対して積極的なことは非常に重要であるが、CSRについて知らない企業も多い中で、多くの企業にとっては認証制度がなじみのないものとなってしまっている可能性があると考えられる。そのため、制度設計やコストの面での難しさはあるものの、可能な限り予防倫理的な側面にも触れることで、より各企業がCSRを自社に身近な問題として考えられるようになり、社会貢献に積極的な企業としてのみならず、信頼できる企業を示す認証になるのではと考える。

CSRを広げることは必ずしも制度の主たる目的とは言えず、自治体ごとの方針が存在してしかるべきである。制度に多様性があることは、むしろ制度の魅力を高める側面もあるだろう。そのため、ここからは、ケースで紹介した制度をどう改善すべきか、ということではなく、どうすれば認証を通じて中小企業のCSRを高められるか、ということについて焦点を当てていく。認証制度はより幅広い企業がCSR活動を始めきっかけになりうることは事実であり、より多くの企業が認証を目指すことが自治体全体にCSRの流れを生み、制度としても質の高いものとなると考える。どうすれば企業にとって魅力的な制度となるかということについて、2つ提言を述べていきたい。

1. 企業がそのまま使用できるインターネット広告の設定

各認証制度の概要部分でも触れているが、認証制度の共通するメリットとして「企業が広報に利用できる」「自治体の媒体を利用した広報」が挙げられる。

しかしながら、現状として、制度のページから企業のページへの経路はある一方で、企業から制度のページへの経路は不十分である。企業が制度についてホームページ等に掲載するかどうかを自治体がコントロールすることは不可能であるが、これでは、制度のページを見る人が、そもそも制度に関心のある企業や消費者に絞られてしまい認知度を高めにく

い。自治体として幅広い業務を行う中で、制度について市のトップページに大きく載せることも困難であり、何気なく制度について知る人は少ないだろう。

一方で、企業もホームページのみならず、ブログや SNS 等で認証の取得を広報しているが、大々的に広報している企業は少なく、取得を十分に活かしていない企業も多いと考える。

一宮市のようにマークを設けることは、消費者や企業にとっても分かりやすく、web ページを持っているかどうかを問わないため、非常に効果的であると思うが、それに加え、web ページを持つ企業においては、分かりやすい、一律のインターネット広告の形を示すことで、企業もさらに広報しやすくなり、広告から制度のページへとつなげることで、その認証がどのようなものなのかということも伝えやすいはずである。

参考としたのが以下の経済産業省の例である。この広告は経済産業省のトップページに設けられており、クリックすると家電のリサイクルのページにつながるようになっている。

このように、認証制度について、制度のページとリンクした広告を設け、企業の広報に利用してもらうことで、企業にとってはどのような認証を持っているかを伝えやすくなり、企業から制度のページへの経路ができることは、自治体が制度を幅広く知ってもらう上で効果的であると考えられる。



参考：経済産業省 家電リサイクル広告
(経済産業省ホームページより抜粋) ⁴

2. 簡単な CSR チェックリストの配布

CSR は大企業がやるもの、社会貢献的な側面が強いものの、特に「予防倫理」的な側面においては、中小企業にも大きくかかわる問題である。

そこで、事業者には CSR とは何かというものを身近な問題に当てはめながら考えてもらうために、自治体の事業所に対して自社の CSR 活動をセルフチェックできるようなチェックリストを作成、配布することは効果的であると考えられる。チェックリストによって、自社の CSR 活動が不十分であると感じた企業については、信頼を高めるために努力しようと考え、法的、経済的な責任が果たせていることを理解した企業はより自社の CSR 活動を推進し、その延長として、認証取得にもつながるのではと考える。

なお、本提案において参考としたのは、埼玉県さいたま市の CSR についての web ページである。さいたま市は、『「さいたま市」CSR チャレンジ企業認証制度』という認証制度を持つだけでなく、「さいたま市 CSR セミナー」や「さいたま市 CSR 推進会議」を実施する

⁴ <http://www.meti.go.jp/> (経産省 HP トップページ)

など CSR に対して積極的な都市である。そのさいたま市が作成しているのが、「CSR チェックリスト～中小企業のための CSR 読本～」である。同チェックリストは 61 ページからなっており、CSR とは何か、なぜ中小企業が CSR に取り組む必要があるのかといった基本的な部分について述べられた後、CSR を予防倫理的な側面に焦点を当てた「守る CSR」、積極倫理的な側面に焦点を当てた「伸ばす CSR」の 2 つに分け、項目別に説明している。

このチェックリストは、CSR について知らなかった企業に理解しやすい構成となっており、幅広い領域の CSR を網羅しているため効果が大きいと考える。

ページ数が増えすぎると、作成や配布のコストがかかり、また事業者自身もチェックリストに取り組みたいという気持ちが減ってしまうというデメリットも考えられるため、なるべく多くの企業に配布できるような分量で、チェックリストを用いながら認証制度を PR していくことは効果的であると考えます。

以上 2 つが私の考えである。これらを通じて①認証制度の認知度の向上②CSR について知らない、または関心のない企業へのアプローチ③認証を受けるメリットの明確化につながり、より制度が魅力的なものとなる可能性があると考えます。

また、横浜型地域貢献企業制度においては、上位認定・最上位認定と段階を設けて認定を行っており、このように企業の CSR への取り組み度合いに応じてハードルを設けていくことも効果的であるのではないだろうか。

近年「ゆるキャラ」が全国各地で誕生していることや、「ふるさと納税」が大きく報道されているように、各自治体がそれぞれの個性を活かして PR 活動に力を入れている。今後制度を普及させるためには、制度を簡単に導入できるようなガイドラインのようなものを国が示す必要もあるかもしれないが、各自治体が、それぞれの強みを活かして、住民や企業にとって魅力的な制度を作り、中小企業の CSR を支援していくことを期待したい。

おわりに

CSR 活動を行うかどうかは、当然であるが企業自身が決めることである。しかし、CSR は複雑な概念であり、CSR に関連した枠組みや概念が今もなお新たに生み出されている。

その中で、地域の中小企業が CSR 活動を行うに当たっては自治体の支援が重要であると考えられる。多くの企業が CSR 活動に取り組むことは、企業自身の信用を高めるのみならず、長期的に見れば自治体にもメリットがあるだろう。

CSR 認証制度はまだ実施している自治体は多くないが、中小企業の CSR 活動を促進する手段の一つとして今回は取り上げた。いずれも始まって数年のケースを取り上げたが、明確な成功例、あるいは失敗例も取り上げて比較できればより具体的な提案に繋げられたのではないかと感じており、そこが本論文における反省点である。

私の住む仙台市でも『仙台「四方よし」企業大賞』という取り組みが行われており、中小企業の CSR の注目度も以前よりは高まりつつある。大企業と中小企業の CSR への意識の差が広がることにより、ますます中小企業が立場として不利になってしまう可能性もある。今後認証制度が広まることはもちろんであるが、それを通じて、中小企業としての CSR 活動全体がさらに発展していくことを期待したい。

最後になるが、本論文を執筆するにあたり様々なアドバイスをくださった高浦先生、並びに高浦ゼミナールの皆様にはこの場を借りて感謝申し上げたい。

参考文献・ウェブサイト

- ・D.ボーゲル（小松由紀子、村上美智子、田村勝省訳）『企業の社会的責任（CSR）の徹底研究』一灯舎、2007年
- ・財団法人 商工総合研究所 『中小企業の社会的責任（CSR）に関する調査』（2012年5月）
- ・日本経済新聞社 『日本経営倫理学会 CSR 研究部会レポート(1) CSR 戦略的マネジメントと企業経営』
- ・株式会社 東レ総合研究所『自治体による CSR 企業認証の現状と今後の方向性』（2014年6月）

- ・一宮市 公式ウェブサイト
<http://www.city.ichinomiya.aichi.jp/shisei/keizai/1012367/1002671.html>
- ・川口市ホームページ 地域貢献事業者認定事業
<http://www.city.kawaguchi.lg.jp/kbn/32010233/32010233.html>
- ・太子町ホームページ 太子町企業市民制度について
<http://www.town.hyogo-taishi.lg.jp/soshikikarasagasu/keizai/syokouroudou/1486703568943.html>
- ・さいたま市ホームページ CSR
<http://www.city.saitama.jp/005/002/010/002/index.html>
- ・公益財団法人 横浜企業経営支援財団ホームページ
<http://www.idec.or.jp/keiei/csr/>