

第二次環境基本計画見直しにかかる

中央環境審議会総合政策部会と各種団体との意見交換会

資料 1 - 7 関連資料 (※)

(主に環境と経済活動関連)

(団体)	(頁)
第 10 回	
・生活協同組合コープこうべ	1
・日本公認会計士協会	5
・社団法人 日本損害保険協会	6 1
・サステナビリティ・コミュニケーション・ネットワーク	7 3
・グリーン購入ネットワーク	7 5

(※) 意見交換に際し団体から提出頂いた資料 (パンフレット等一部資料は除く)

平成 17 年 9 月 22 日

環境基本計画見直しに係る中央環境審議会総合政策部会委員との意見交換会資料

生活協同組合コープこうべ

1. 御礼

2. コープこうべの概要と取り組み紹介・・・「コープこうべエコレポート」より

3. コープの現場で思うこと

(1) 組合員のくらしの変化

○ライフスタイルの変化

- ・協同購入から個別配達
- ・地域のつながりの希薄化
- ・夜の生活サポート
- ・くらしの不安 商品の低価格化

○消費者の環境への関心は高まっているか？

- ・関心はあるというが、実際の行動は？
- ・ごみへの関心は、くらしの快適さの追求によるものも。

(2) 環境に配慮した商品の開発・普及

○環境商品を組合員が学び、組合員が伝える活動で普及を

○商品の環境情報の提供の難しさ

- ・環境マークの役割は？
- ・食料品、日用品の環境メリットの分かりにくさ

(3) マイバッグ運動

○一部の人の取り組みから、来店する組合員全員を対象にした取り組みに

- ・スタンプ制から有料化に

○自主的な取り組みの限界

- ・ルールに納得されない組合員

(4) 環境情報

○対象に応じた情報発信

○事業者が判断できる環境情報

4. 国、地方自治体に期待したいこと

(1) 事業者が先進的な取り組みをしやすいような枠組みを

(2) 規制と自主的な取り組みのメリハリを

(3) 「つなぐ」役割を

(4) 多くの事業者が参加できる政策を

平成 17 年 9 月 22 日

中央環境審議会総合政策部会委員 様

生活協同組合コープこうべ
環境推進室
寺下晃司

平素よりお世話になります。

先日は、意見交換会で貴重なお時間をいただきまして、ありがとうございます。

その際に、こちらからお出した資料の「4. 国、地方自治体に期待したいこと」について、具体的な内容を再度ペーパーにするようご依頼がありましたので、お送りいたします。

1. 事業者が先進的な取り組みをしやすいような枠組みを

事業者が環境配慮型の行動をとろうとした場合に、既存の法体系が問題になることがあります。具体例 1 は、既存の法律により取り組みが行ないにくいケース、具体例 2 は、自主的な取り組みが既存の法律で十分に評価されないケースと言えるかと思えます。

事業者の環境配慮や環境ビジネスがこれから発展するには、既存の法体系とは別の枠組みでの許可や評価を、より積極的に行なうことが必要ではないでしょうか。

<具体例 1> コープこうべの店舗から発生する加工くずの資源化

店舗から出てくる野菜、魚、肉の加工くずを回収し、コープこうべの堆肥センターで堆肥化する取り組みを進める際に、この加工くずが廃棄物処理法の廃棄物にあたると解釈されました。そのため、加工くずの収集体制や収集できる店舗の範囲が制約されました。

<具体例 2> 容器包装リサイクル法のもとでの容器の店頭回収

コープこうべでは以前より店頭での紙パック、トレイ、ペットボトルなどの容器の回収を自らのコスト負担で行なっています。その費用はかなりの負担になっており、店頭回収をやめて容器包装リサイクル法の再商品化義務を果たす方が、コストがかからない構造になっています。

また、市場ではまだ未成熟な分野や新しい技術については、補助金等でより積極的な支援をお願いしたいと思います。現在、農林水産省で実施されているバイオマス関連の補助事業などはこれに当たると思いますが、支援期間の延長などさらなる強化も必要ではないでしょうか。また、太陽光、風力などのクリーンエネルギー分野は、既存のエネルギー源と比較すればまだまだ未成熟です。一部助成の縮小などありますが、これらに関連する技術へのより積極的な支援が必要かと思えます。

2. 規制と自主的な取り組みのメリハリを

規制緩和の流れがありますが、環境の分野は新しい社会規範を構築することも必要なため、規制が必要な場合もあるかと思えます

例えばレジ袋が最近話題です。法的に有料化するか、自主協定にするかという選択肢がでてきます。レジ袋の有料化は、それに賛同する消費者だけでなく、反対する消費者もまでもが対象となります。そのため、自主協定という曖昧な形ではなく、強制的な有料化にすべきではないでしょうか。

一方、規制ではなく企業の自主性に委ねるものは、1 や 3 で述べるように後押しをする仕組みを検討いただきたいと思います。

また、事務的な話にはなりますが、事業者の環境担当の業務の中で、環境に関する行政及び行政関係団体への報告業務が多くなっています。例えば各市町村が廃棄物減量化計画書の提出を求めてこられます。これは事業者としての義務化とは思いますが、市町村ごとにそのフォーマットや項目が異なります。今後、CO2の排出量などに関しても、同様のことが起こると予測されます。

自治体の自主性もあるかとは思いますが、報告義務やデータ提供依頼など、一元化や共通化できることはしていただき、事務的な作業負担を軽減していただきたいと思います。

3. 「つなぐ」役割を

行政の今後期待される役割の一つは、後方支援や基盤整備などと考えます。

今回のテーマと間接的に関わるかと思いますが、環境意識を高めるための市民啓発の事業を多くの行政が自ら実施していると思います。しかし地域では、生協を始めとする消費者団体、NPOなども同様の取り組みをしており、絶えず競合しています。その際に、かかる費用を税金でまかない参加者の負担が無料でできる行政の催しが、他の団体の事業に影響を与えています。

むしろ、行政が自ら実施しなくても、地域の団体や事業者が啓発事業を実施することを後方支援するほうが、より多くの市民に波及効果があり、また実施する団体も成長していくと考えられます。コープこうべも協力している西宮市の事例では、市、教育委員会、NPO、事業者が連携して小学校の総合学習で環境学習を実施しています。その際、学校でこども達の前に立つのは企業です。企業が自らの環境の取り組みを事例にしながら、経済活動と環境のかかわりの授業を実施しています。

このように、行政が自ら事業を実施するのではなく、地域の事業者、民間団体を「つなぐ」役割を重視していただきたいと思います。

また、企業活動や学校教育、市民のくらしの現場では、環境だけでなく様々なことが一体となり動いています。そのため、各省庁や地方自治体の各部局の政策も、ぜひつないでいただくことが、より効果的かと思っています。

4. 多くの事業者が参加できる政策を

環境配慮型の新しい新製品・新技術の開発、ISO14001の取得、環境報告書の作成など、ある程度資本力や体力のある企業が取り組みを進めているかと思っています。逆に、資本や体力のない企業が取り残されないか心配です。

環境影響を考えれば、どの企業も業種に応じた一定程度の環境対応が必要かと思っています。現在、エコアクション21など簡易版のEMSの普及の試みも始まっています。

先進的に取り組む企業だけでなく、多くの事業者が手の届くこのような環境政策をさらに進めていただきたいと思っています。

以上

経営研究調査会 環境関連研究報告リスト

- ① 「環境問題における公認会計士の役割について」(平成7年6月19日 JICPA ジャーナル1995年11月号)
- ② 「環境監査を実施するに当たっての問題点」(平成10年5月12日 JICPA ジャーナル1998年12月号)
- ③ 「環境に配慮した経営のための環境コスト情報の利用」(平成10年5月12日 JICPA ジャーナル1998年12月号)
- ④ 「環境会計に対する基本的考え方～環境会計の概念フレームワーク構築について」(平成12年1月19日 JICPA ジャーナル2000年3月号)
- ⑤ 「環境報告書保証業務指針－試案－(中間報告)」(平成13年7月16日 JICPA ジャーナル平成13年11月号(要約掲載))
- ⑥ 「環境報告書保証業務指針(中間報告)」(平成15年12月9日 JICPA ジャーナル2004年2月号(要約掲載))
http://www.jicpa.or.jp/technical_topics_reports/101/101-20031209-01-02.pdf
- ⑦ 「環境会計計算書体系の確立に向けて(中間報告)」(平成14年9月2日 JICPA ジャーナル2002年11月号)
- ⑧ 「環境報告書保証業務の現状と課題(中間報告)」(平成14年10月7日 JICPA ジャーナル2002年12月号(要約掲載))
- ⑨ 「我が国における環境会計の課題と今後の発展方向」(平成16年5月17日 JICPA ジャーナル2004年7月号(要約掲載))
http://www.jicpa.or.jp/technical_topics_reports/101/101-20040517-01-02.pdf
- ⑩ 「CSR マネジメント及び情報開示並びに保証業務の基本的考え方について」(平成17年7月20日 JICPA ジャーナル2005年10月号要約掲載)
http://www.jicpa.or.jp/technical_topics_reports/101/101-20050720-01-02.pdf

出版物

- ・ 「環境会計ガイドブック」(日本公認会計士協会作成 環境庁刊 平成12年3月)
- ・ 「企業経営のための環境会計」(日本公認会計士協会編 日経BP社刊 平成12年12月)

平成17年7月20日

日本公認会計士協会

目次

はじめに.....	1
Ⅰ CSRの捉え方.....	1
1. CSRとは.....	1
2. CSRの社会的背景.....	2
3. 企業がCSRに取り組む意義・理由.....	4
4. CSRに関するガイドライン類.....	6
Ⅱ 対象とするステークホルダー.....	9
1. ステークホルダーとは.....	9
2. 企業とステークホルダーを取り巻く環境の変化.....	9
3. ステークホルダーとのコミュニケーション.....	11
4. ステークホルダーエンゲージメント.....	12
Ⅲ CSRマネジメント.....	13
1. CSRマネジメントの必要性.....	13
2. 公表されているガイドライン類.....	13
3. CSRマネジメントのポイント.....	18
Ⅳ CSRの情報開示.....	22
1. CSRと情報開示.....	22
2. CSR報告の動向.....	25
3. CSR報告書の内容.....	30
4. 規制等の動向.....	31
5. CSR報告のガイドライン.....	34
Ⅴ CSR情報の保証業務.....	36
1. CSR情報の信頼性と保証業務.....	36
2. CSRに関する保証業務の内容.....	37
3. 現在行われているCSR情報に関する保証業務.....	39
4. CSR報告書の保証事例<海外>.....	40
5. CSR報告書の保証事例<国内>.....	49
6. 今後の方向性.....	51

はじめに

日本公認会計士協会は、これまで環境会計及び環境監査に係る調査研究を継続しており、その成果として、経営研究調査会研究報告第13号「環境報告書保証業務指針（中間報告）」（平成15年12月9日改正 以下「環境報告書保証業務指針」という。）、同第22号「我が国における環境会計の課題と今後の発展方向」（平成16年5月17日）等を公表している。

近時、CSR（企業の社会的責任）への関心が高まり、企業が自社の活動に係る責任ある対応をいかにを行い、その成果をどのように情報開示するかが問われてきている。このようなCSRに関する企業の行動や情報開示について、今後、公認会計士の役割が実務面で重要性を増すものと考えられる。

このような背景の下、コンプライアンス、リスクマネジメント、コーポレートガバナンス等のCSRの一般的な範囲と、非財務情報に関する保証業務の在り方・内部統制の監査制度化の影響等を検討テーマとして、CSRの概念を整理し、このたび、経営研究調査会研究報告第26号「CSRマネジメント及び情報開示並びに保証業務の基本的考え方について」を取りまとめた。

本研究報告作成のため、主に実施した検討事項は以下のとおりである。

- (1) 自主的規準（GRI、AA1000、SA8000等）に関する検討
 - (2) EUその他海外の非財務情報の規制、監査（レビュー）に関する検討
 - (3) 日本における国内法（環境配慮促進法等）及びその他制度化の動向に関する検討
- 今後は、本研究報告の概念整理を踏まえて、CSRに関する公認会計士の具体的な役割について検討していく予定である。

I CSRの捉え方

1. CSRとは

CSRとは何か。多くの個人・機関がこれについて定義付けを試みているが、本節では、CSRに関する文献等で比較的好く引用されるCSRの定義・考え方を2点紹介した上で、CSRの特徴について触れる。

(1) CSRの定義

① EU -欧州委員会「ホワイトペーパー」における定義-

EUの執行機関である欧州委員会が2002年7月に発表したホワイトペーパーでは、CSRを「責任ある行動が、持続可能なビジネスの成功につながるという認識を企業が持ち、社会や環境に対する問題意識を、その事業活動やステークホルダーとの関係の中に、自主的に取り入れていくための概念」と定義している。

② 日本 —経済産業省「企業の社会的責任（CSR）に関する懇談会」中間報告書における定義—

経済産業省が2004年9月に公表した「企業の社会的責任（CSR）に関する懇談会」中間報告書では、CSRを、「今日経済・社会の重要な構成要素となった企業が、自ら確立した経営理念に基づいて、企業を取り巻くステークホルダーとの間の積極的な交流を通じて事業の実施に努め、またその成果の拡大を図ることにより、企業の持続的発展をより確かなものとするとともに、社会の健全な発展に寄与することを規定する概念であるが、同時に、単なる理念にとどまらず、これを実現するための組織作りを含めた活動の実践、ステークホルダーとのコミュニケーション等の企業行動を意味するもの」と定義している。

(2) CSRの特徴

上記以外にもCSRの定義には様々なものがあるが、企業が、企業自らと社会の持続可能な発展のために、ステークホルダーとの対話を通じて自主性を基調とした責任ある行動を起こすことがCSRの特徴として整理できる。

2. CSRの社会的背景

今日のCSRの発展を後押ししている原動力は何か。本節では、CSR隆盛の背景にある5つの社会情勢の変化について取り上げる。

(1) グローバリゼーション

① 企業の社会的影響力の増大

今日では多国籍企業と呼ばれる大企業が多数出現し、その事業活動は国内に留まらず、国境を越えたグローバルレベルのものとなっている。また、それら大企業の中には一国のGDPを超える規模の売上高を計上するものもあり、その社会に対する影響力は、地域によっては政府のそれと比較し得るレベルに達しているともいえる。このような大企業に対して社会は、進出先の国や地域の法規制の枠内で営利を最大化するという姿勢ではなく、政府の代わりに地域社会の持続的発展に貢献するような姿勢を求めるようになっている。

② 異なる価値観を持つ地域への事業展開

事業のグローバル化は、企業が進出先の国や地域の異なる価値観にさらされることを意味する。文化、宗教、慣習の異なる地域での事業活動を円滑に遂行するためには、その地域を理解し、期待に応えるという姿勢が必要となる。

③ 環境問題のグローバル化

経済活動が広範な地域に拡大するのに伴い、大気汚染や海洋汚染、廃棄物排

出に伴う最終処分場の圧迫など、経済活動に伴う環境影響も国境を越えて移動するようになってきている。また、化石燃料の多量消費に伴う地球温暖化などは企業活動が全地球範囲に影響を及ぼす環境問題であり、これらは、企業に対してグローバルな視点に立った環境配慮を求めている。

(2) 人類・社会の価値観の変化

人類・社会が追求する対象は、欲望から幸福へ、拡大から共生へ、そして成長から持続可能性へとシフトしているといわれている。これは、製品・サービス市場、労働市場、資本市場、企業間取引市場といった企業が参加する各市場において、従来の経済効率性のみを追求するアプローチでは取引相手のニーズに応えることができず、最適解を得ることができなくなったことを意味している。このような異なる価値観が台頭しつつある時代においては、企業はステークホルダーとの対話なしには長期にわたって存続することはできない。

(3) 情報化の進展

近年における著しい情報化の進展、とりわけインターネットの爆発的普及により世界的な情報網が確立され、一般市民レベルでも大量の情報を瞬時かつ広範に伝達することが可能な社会が到来した。これにより、事故、不祥事といった企業の不利益情報も瞬時に伝達されるようになり、時にはそれが内部告発という形で行われるケースも散見される。情報化の進展はまた、NPO、NGO等の情報収集力や専門知識の拡充にも寄与し、社会が企業を評価する視線は従来以上に厳しいものになってきている。

さらには、社会に流出してしまった多量の顧客情報が犯罪に使用されるなどの事件も生じており、情報化の進展により企業にとって従来には存在しなかったタイプのリスクが台頭してきているといえる。

(4) 企業不祥事の多発

近年、国内外において、企業不祥事が相次ぎ露見した。いったん不祥事が発覚すると企業のブランド価値は著しく低下し、時には不買運動等に発展して甚大な損害に発展し得ることから、株主や債権者をはじめとする様々なステークホルダーは企業に対して法令遵守及びそれを確実にするためのシステムの構築等を従来以上に求める傾向にある。

また、商品・サービスの欠陥や事故により消費者が被害を被る不祥事が契機となり、消費者を中心に商品・サービスに関するより高い安全性を求める声も高まっている。

(5) 欧州統合

欧州では統合の進展により、例えば、工場や事業所の移転など、域内でのヒト、モノ、カネ、情報の自由な移動が可能となったが、これにより地域間のバランスが崩れて特定の地域における失業者が増大し、EU全体の持続的成長に対する負のインパクトが懸念されている。一方で、1997年のアムステルダム欧州理事会で合意された「安定成長協定」により、加盟各国はユーロ導入の条件として毎年の財政赤字を3%以内に収めることが義務付けられたため、各国が失業者対策のための十分な財源を確保することは難しくなっている。結果、各国の政府機能は低下し、「雇用問題をはじめとする社会の問題の解決に企業も貢献すべき」という機運の高まりにつながったとされる。CSR先進地域である欧州の動向は、日本の社会情勢に対しても無視できない影響力を持つものであり、日本にも同様の考え方が浸透する可能性は否定できない。

3. 企業がCSRに取り組む意義・理由

企業はなぜCSRに取り組むのか。新たなビジネスチャンスを生み出すものでもあるという意味において、企業にCSRに取り組む積極的意義を与えるものである。また逆に、CSRに取り組まなければ存続・成長が難しくなるという意味においても、やはり企業がCSRに取り組むよう動機付けるものといえる。さらに、それら企業を自発的にCSRに取り組ませる要因とは別に、政府による規制を通じた強制的な側面も存在する。本節では、企業がCSRに取り組む意義・理由について説明する。

(1) 外部評価の向上による、市場での優位性の確保・追求

商品・サービスの安全性の確保や、ガバナンスの整備、従業員の労働条件の改善、社会貢献などについて、経営者による明確な方針表明の下に着手することが、その企業に対する外部評価を高めることになる。また、企業は、市場の取引相手をはじめとする様々なステークホルダーとの対話を促進することにより、ニーズの変化を他社よりも早く捉え、それをいち早く新しい価値の創造に結び付けることができる。CSRの実践は、その企業が参加する様々な市場において他社に対する競争優位の源泉をもたらすことになると考えられるが、それは同時に、CSRに取り組まなければ競合他社から取り残されるという消極的な面も有している。

① 企業間取引市場

もし、部品や材料等の一部にCSRに反する方法で製造されたものが含まれていた場合、社会からの批判は、最終製品を製造したメーカーにも及ぶようになってきている。そこで部品や材料等の購入・調達に当たって、CSRの観点からの遵守事項をサプライヤーに対して課し、基準を満たさなければ取引をしないという方針でサプライヤーを選別するケースが増えてきている。サプライヤー

に対して有害物質を使用しない製品製造やISO14001認証取得などの環境配慮を求めるグリーン調達は今では一般化しつつあるが、今後、企業はより広範にCSRに取り組まなければ、CSRに配慮する得意先から選択されなくなることが予想される。

② 製品・サービス市場

これまで、消費者が商品・サービスを選択する際の基準として「価格」、「品質」、「安全」、「納期」といったファクターが重視されてきたが、その選択基準に「CSR」というファクターが加わろうとしている。環境配慮製品を優先的に購入するグリーンコンシューマーと呼ばれるグループの登場はそのような流れの先駆けといえ、今後は環境に限らず、より広い範囲でCSRに取り組む企業の製品・サービスが優先的に選択されるといわれている。また、この流れは、倫理感を欠く不祥事を起こした企業に対する不買運動といった従来からのネガティブな選別に留まらず、企業が自主的に取り組むCSRをポジティブな意味で評価する方向に進んでいくと思われる。

③ 資本市場

従来の資本市場における企業価値の評価においては経済的側面が重視されてきたが、昨今では欧米を中心に、企業の環境や社会的側面を考慮して投資先を選定する「社会的責任投資（SRI：Socially Responsible Investment）」と呼ばれる投資行動が盛んになってきている。このようなSRIを加速する要因の1つとして、イギリスなど欧州のいくつかの政府において、年金法の改正により、年金基金に対して投資銘柄の選定等に当たって、環境・社会・倫理面をどのように考慮しているのか等についての情報開示が義務付けられたことが挙げられる。

CSRに取り組まなければ、株価の安定化や有利な条件での資金調達が難しくなる可能性があることから、資本市場における優位性を確保するためにも、企業にとってCSRに取り組む意義は増してきているといえる。

④ 労働市場

優秀な労働力の確保は、企業の存続・発展のために非常に重要なファクターになっている。労働環境の向上や人材育成、人権尊重といったCSRの取組みは、これに共感する優秀な労働力の確保につながると考えられる。

(2) リスク管理・ガバナンスの強化

CSRの実践には、その一環として自社のリスクの洗い出し・分析、それを基にし

た商品・サービスの安全性の向上、そして自社に適したガバナンス機構の整備などの対策を講じることができるなど、リスクの低減が図れるという側面がある。

(3) 役員、従業員の意欲向上

例えば、従業員にとってより働きやすい職場への改善計画など、CSRに関する明確な方針・理念を経営者が明確に打ち出すことにより、役員や従業員の意欲の向上につながると考えられる。

(4) 経営の効率化

これまで別個のセクションで行っていた環境、労働安全、人権、法務等の業務に関してCSR委員会などの組織を立ち上げて連動性を与えるなど、CSRの観点から経営や組織体制を見直すことにより、無駄の排除や適正な資源配分を通じた経営の効率化につなげることができる。

(5) 規制によるCSR情報開示の要請

社会情勢の変化は一方で、欧米を中心とする各国の政府によって企業のCSR情報の開示を法的に義務付ける動きがある。このような情報開示の強制は、企業がCSRに取り組むことを強く促す側面を持つものである。また、欧米におけるそれらの法規制は日本のそれにも大きな影響を与えると予想されることから、近い将来において、日本企業もCSR情報を開示せざるを得ない状況が生じることも考えられる。これらについては「IV CSRの情報開示」において後述する。

4. CSRに関するガイドライン類

NGO等によって、CSRに関する規格・ガイドライン・研究成果（以下「ガイドライン類」という。）など様々な任意採用型のガイドライン類が提供されている。企業にとってこれらのガイドライン類は、最初にCSRに着手するための足がかりになるという意味や、それら基準に準拠することが市場におけるその企業の評価を高めるという意味において一定のメリットをもたらすものといえる。

本節では、これらのガイドライン類について、CSRの取組みに関する主なガイドライン類と、CSRの情報開示等に関する主なガイドライン類とに分けて概説する。

(1) 取組みに関する主なガイドライン類

① OECD多国籍企業ガイドライン (OECD Multinational Enterprise Guidelines)

OECDによって1976年に公表された、企業の行動原則（行動規範）に関する基準（最近では2000年6月に改訂）である。多国籍企業による貿易・投資の自由化、経済のグローバル化に対する市民社会からの懸念に対応するために、多国籍企業に求められる行動規範に関するガイドラインとして作成された。加盟国

政府の多国籍企業に対する勧告であり、法的な拘束力はなく、採用は企業の自主性に委ねられている。

② 社会的責任に関するISO規格

社会的責任（SR: Social Responsibility）が、国際標準としてISO規格化されるという動きがある。国際標準化機構（ISO）では、2001年から規格化の検討が開始され、2004年6月にISO26000として規格化が決定されている。なお、この規格は、環境マネジメントシステムに関するISO14001規格とは異なり、規格準拠に関して第三者による認証の付与を前提とはしない規格となる予定である。

③ グローバル・コンパクト（United Nations Global Compact）

2000年7月に、コフィー・アナン国際連合事務総長によって提唱された企業行動原則のことで、人権、労働、環境、腐敗防止という4つの分野についての普遍的な10原則で構成されている。グローバル・コンパクトを支持した企業には、最高責任者による原則への支持の表明、グローバル・コンパクトの普及推進、そしてグローバル・コンパクトのWEBサイトにおいて原則実行のために実施した具体的な取り組みや活動状況の年1回の報告が求められる。

④ SA8000（Social Accountability 8000）

SA8000は、1997年に制定された労働者の権利保護に関する企業行動規範である（2001年に改訂）。アメリカのSAI（Social Accountability International）によって運営され、途上国における不公正かつ非人道的な労働慣行（児童就労や強制労働など）の中止を目的とした人権や倫理の分野では初めての規格とされている。第三者認証を意図した仕組みを有している点に特徴がある。

⑤ SD21000 “持続可能な開発 企業の社会的責任 企業のマネジメント及び戦略において持続可能な開発の問題点を考慮するためのガイド”

2003年5月にフランス規格協会が作成したもので、組織内に持続可能な開発の達成を目標とした取り組みを組み込むように、経営システムを技術面だけではなく企業文化面にも対応させるための戦略的なアプローチを提案するガイドラインである。

⑥ AS8003 “企業の社会的責任”

2003年にオーストラリア規格協会によって発行されたもので、AS8000からAS8004までのガバナンスに関する一連の規格の中の一部として位置付けられ

る。その目的は、自己規律的アプローチを通じて社会的責任の文化を確立・維持していくプロセスを組織に提供すること、そしてそのパフォーマンスを監視・評価できる効果的な枠組みを提供することにある。

⑦ コー円卓会議 (CRT: Caux Round Table) の企業行動指針

日米欧の民間の企業経営者が共同で策定した企業行動指針。この指針では一般原則として、株主に限らないすべてのステークホルダーに対する企業の責任、法令遵守を超えて、信頼の精神の重要性、ルールの尊重、環境への配慮など、7つの原則が定められている。この行動指針に法的拘束力はなく、採用は企業の自主性に任せられている。

⑧ 日本経済団体連合会の企業行動憲章

日本経済団体連合会 (日本経団連) は、1991年に10の原則からなる企業行動憲章を作成している (2004年5月に改定)。それらの原則には、社会的に有用な製品・サービスの開発・提供や、公正、透明で自由な競争、社会とのコミュニケーション、従業員への配慮、環境への配慮などが含まれており、日本経団連のメンバーはこの憲章の精神を「企業の行動における基準」として従うことに同意している。

(2) 情報開示等 (報告書作成等) に関する主なガイドライン類

① GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン

GRI (Global Reporting Initiative) は、企業が作成する持続可能性報告書について、全世界において適用できる共通の指針の作成を目的として、1997年に設立された団体である。GRIのガイドラインは、企業活動に関する経済・環境・社会の3つトリプルボトムラインについて報告するよう定めていること、そしてこのトリプルボトムラインの3つの要素に関する指標を示している点に特徴がある。

② AA1000シリーズ (AccountAbility1000)

イギリスの社会倫理説明責任研究所 (通称: AccountAbility社) が1999年に発行した規格で、企業が社会倫理に関する報告を行う際、具体的にどのようなプロセスを踏む必要があるかを定めている説明責任に関する基準であり、ステークホルダーの参画を説明責任の明確化プロセスの中核に置いている点に特徴がある。

なお、AA1000シリーズは、「AA1000フレームワーク」を土台とする一連の基準で構成されている。2003年3月にはその第一弾として、持続可能性報告に関

する保証基準としてのAA1000保証基準 (AA1000 Assurance Standard) が公表されている。

II 対象とするステークホルダー

1. ステークホルダーとは

企業と社会の持続可能な発展のためにはステークホルダーとの対話を通じて自主性を持った行動を起こすことが重要であり、CSRの取組みの信頼性を高めるためには、この対話の対象となる企業を取り巻くステークホルダーにフォーカスする必要がある。

ここでステークホルダー (stakeholder) とは、一般に「利害関係を有する者」といわれているが、「企業活動に直接・間接に影響を及ぼす又は企業活動から直接・間接に影響を及ぼされる利害関係者」というニュアンスが含まれている。

ステークホルダーは、具体的には顧客、株主、従業員、地域社会の他に取引先、投資家、金融機関及び政府・行政機関などのグループが挙げられている。

GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002では、典型的なステークホルダーとして地域社会・顧客・株主及び出資者・供給業者・労働組合・直接的及び間接的従業員・その他のステークホルダーを挙げている。

従来、企業に求められる社会的責任は、株主、投資家を中心として経済的に関係しているか、あるいは法令遵守範囲が重要視されていたが、企業活動と社会の持続可能性との関連に社会的関心が高まりつつある中、企業が責任を負うべきステークホルダーの範囲は拡大している。その結果、企業にとっては、ステークホルダーそれぞれとの関係をこれまで以上に大切に、具体的かつ実効性に配慮した行動を取る重要性が増している。

2. 企業とステークホルダーを取り巻く環境の変化

(1) ステークホルダーの活性化

従来、我が国の企業において重要視されていたステークホルダーは、一般的にかなり限定的に捉えることができた。

企業は、市場における様々な規制・統制により自由競争が制限され、結果的に保護されてきたため、ステークホルダーとして行政当局や業界動向及びメインバンクを中心とした金融機関等の動向を注視すれば足り、それ以外のステークホルダーにさほど注意を向ける必要がなかったからである。

しかし、バブル崩壊後、企業は安定的に特定のステークホルダーに対応すれば良いのではなく、環境の変化に即応して企業を取り巻く様々なステークホルダーへの対応が要請されるようになってきている。

従来、顧客、株主、従業員及び地域社会等は、企業に対して積極的に働きかけることが少なく、多少の働きかけがあったとしても企業が対応しなければならぬほど強いものではなかった。それが、この大幅な環境変化に伴い、顧客、株主、従業員、地域社会等の立場から企業に対して意見を主張し、必要なことを要請するステークホルダーとして影響力を行使するようになってきた。

① 顧客（一般消費者を含む。）

市場の需給が大きく買手市場に転換し、顧客重視も今では定着した感があるが、最近の一連の不祥事件などに見られるように顧客・消費者が具体的に不買運動を起こす等、企業経営に及ぼす影響は大きくなってきている。

② 株主（投資家を含む。）

資本市場においても企業間の株式の持合いは急激に解消に向かっていると同時に外国株主及び年金等の投資ファンドの持株比率が高まっている。そのため、企業としてはSRIに代表される機関投資家による投資ファンドの動向に注視せざるを得ない状況になりつつある。

③ 従業員（労働組合を含む。）

労働環境については、終身雇用制度が実質的になくなり雇用形態が多様化する中、フリーターの激増等に代表される雇用関係の大幅な変化により、会社に対する忠誠心・帰属意識も急速に薄れてきている。

④ 地域社会（一般社会を含む。）

地域社会に関しては、海外に比してNPO、NGOの活動が弱かったが、1998年にNPO法が成立したことにより、既に約20,000団体が登録されており、短期間に社会的活動に積極的な自立した市民としての土壌が整いつつある。

(2) ステークホルダーの特定

CSRへの効率的、効果的な取組みのためには、各企業の置かれた状況に応じてステークホルダーを明確にする必要がある。

しかし、各企業にとってステークホルダーか否かの判断基準は、個々のステークホルダーが企業経営に重要な影響を及ぼすか否かにより、固定的なものではない。

それゆえ、CSRの取組みにおいては、CSRのテーマごとのステークホルダーを特定し、その意見や要請を把握することが必要となる。

3. ステークホルダーとのコミュニケーション

(1) 情報の透明性と説明責任

CSRにおけるステークホルダーとのコミュニケーションの前提は、CSR活動に関する「情報の透明性」の確保と「説明責任」の履行であり、具体的には、CSR報告書の発行やホームページなどインターネット上での開示が行われている。

しかし、CSR活動に関する報告書の配布やインターネットでの公表は、企業側からの一方的な情報の流れでしかなく、それだけでは、ステークホルダーからの意見や要請も含めた双方向としての対話ということにはならない。

企業リスクを避けるだけでなく持続可能な企業であり続けるためには、自社にとって重要なステークホルダーを特定し、適切なコミュニケーションを継続的に維持し、自社の行動や判断が、社会に受容されるよう努力する必要がある。

(2) ステークホルダーとのコミュニケーションの方法

CSRの取組みをより効果的なものとするためには、ステークホルダー側からの意見や要請をフィードバックし、これをCSRの取組みや公表情報の見直しに活用する必要がある。

企業は、報告書やインターネットでの公表情報をステークホルダーとの双方向のコミュニケーションツールと位置付け、その報告書に関するアンケートの実施、企業のCSR担当者とステークホルダーとのミーティングの開催、エコ商品の展示会やセミナーなどのイベントの開催、インターネットや電話による担当者との直接のコミュニケーションなど多様なコミュニケーションを利用することにより有用な意見や要請を把握できる。

例えば、電子メールやインターネットのホームページなどを活用し、ステークホルダーからの意見や要請を集め、こうした意見等を社内で分析、担当部署にフィードバックし、CSRの取組みや公表情報の見直しに活用するなどである。

また、ステークホルダーとの対話は、消費者、投資家といったような個別のステークホルダーごとに行うのではなく、様々なステークホルダーを集める形式も有効である。ステークホルダーといってもそれぞれ立場が異なり、利害の対立するステークホルダーが存在することから広く意見を収集する必要がある。

ステークホルダーとのコミュニケーションにおいては、企業がステークホルダーと情報や考え方を共有、あるいは企業とステークホルダーの間に共通点を見出す場であり、様々なステークホルダーの異なる考え方、物の見方を取り入れる手段としてステークホルダーとの対話の場を意識して設定する企業が増えている。

上述したようにステークホルダーは、各グループごとにそれぞれの意見や要請が異なる。そのため、継続的にステークホルダーとのコミュニケーションを行い、ステークホルダーの意見や要請を把握し、何をやるべきかをはっきりさせること