

企業の社会的責任（CSR）とコーポレート・ガバナンス ー非財務情報開示とステークホルダー・コミュニケーションー

首藤 恵（早稲田大学）

竹原 均（早稲田大学）

多くの研究者が指摘するように、企業の社会的責任（CSR）は十分に定義されないままに急成長した概念であり、多様な理解のもとに企業に対する社会的要請の範囲が広げられてきたために、オペレーショナルなレベルではさらに分散化してしまっており、実効ある取り組みに結びついていない。こうした状況を打破し CSR を進めるための一つのアプローチは、CSR を企業に対する需要と供給の関係で捉え、生産物の特性と業務のプロセスに埋め込んで企業の経済的目的と社会的責任の調和を求める実践的な考え方である。これは、企業を多様なステークホルダーから成る組織としてとらえ、企業価値最大化という目的を実現に向けて経営を方向付ける、コーポレート・ガバナンスのアプローチと一致する。

本研究の目的は、この問題意識に立って、実際の CSR 活動と企業パフォーマンスとの関係を実証分析することにある。CSR を「企業が社会の一員として持続可能な価値生産活動を行なう際の規律づけと動機付けのメカニズム」と狭く定義し、コーポレート・ガバナンスの枠組みで CSR 活動の経済効果を分析する。具体的には、(1)CSR に関する内部ガバナンス・メカニズム（組織内部の機関設計と自己規律）、(2)外部ガバナンス・メカニズム（非財務情報開示、ステークホルダー・コミュニケーション）に分けて、と企業パフォーマンス（収益性、リスク、成長性、市場評価）との関係に注目する。

本研究の特徴は、特定非営利活動法人パブリック・リソース・センター（PRC）が実施している『企業の社会的責任に関する調査』の回答企業 206 社のサーベイ・データを用いて企業パフォーマンスと CSR への取り組みとの関係を、統計的手法を用いて実証分析している点にある。

実証分析の結果から、総合的に CSR に積極的に取り組んでいるのは大規模安定企業であるという通念が確認されたが、規模や産業特性をコントロールしてもなお、CSR 活動に積極的な企業は優良なパフォーマンスを示している。また、非財務情報開示に積極的な企業や地域や消費者とのコミュニケーションを重視している企業の市場評価は安定しており、ステークホルダー・エンゲージメントの重要性が示唆される。すなわち、ステークホルダーへの積極的な情報発信・収集活動は、企業の経済的パフォーマンスと社会的パフォーマンスを結ぶリンクであるといえる。