

「社会との対話」  
2006 年度優秀論文

研修先 株式会社大和証券グループ本社

研修テーマ 「学生が興味を持つ CSR（企業の社会的責任）  
／サステナビリティ（持続可能性）報告書に  
関する提案」

慶應義塾大学 商学部 2年コ組

日高 麻里絵

<目次>

1．問題提起

2．テーマをめぐる現状と問題

- 2．1 報告書の現状
- 2．2 学生の現状
- 2．3 報告書と学生の関係
- 2．4 学生が興味を持つ報告書とは
- 2．5 問題点のまとめ

3．改善提案

- 3．1 知ってもらうために
- 3．2 読んでもらうために

4．社会全体から見たテーマをめぐる問題点

- 4．1 CSR 教育の普及に向けて

## 1. 問題提起

### ● 学生<sup>1</sup>が興味を持つ報告書とは

近年、企業の経営上の重要テーマとして CSR が注目されている<sup>2</sup>。CSR とは、Corporate Social Responsibility の略で、一般的に「企業の社会的責任」と訳される。日本では、大企業の相次ぐ不祥事を受けて「企業は社会に対しどのような役割を持ち、責任を果たしていくべきか」といった疑問が問われるようになったこと、加えて、企業を取り巻く環境が激変していることを受けて CSR が普及し始めた。この環境の変化には、資源の枯渇化や IT 技術の進歩、経済のグローバル化、ステークホルダー<sup>3</sup>の多様化等が挙げられる<sup>4</sup>。現在 CSR に明確な定義は存在しないが、今日的な CSR において「持続可能性」(Sustainability) という概念が根幹をなすようになっている<sup>5</sup>。

では、CSR において重要な概念である「持続可能性」とは一体何か<sup>6</sup>。「持続可能性」という言葉は、深刻化した環境問題を受けて、1987 年、国連の「環境と開発に関する世界委員会(通称ブルントラント委員会)」が発表した『地球の未来を守るために』の中で初めて登場した。その際、地球の資源の有限性を認識した上での「持続可能な発展(Sustainable Development)」が人類の課題として取り上げられ、「Sustainable Development とは、将来世代のニーズに応える力を損ねることなく、現代世代のニーズを満たす発展」と定義された。その後、グローバル化の恩恵により先進国がますます豊かになる一方、発展途上国には貧困や飢餓が以前と存在し、国内外での貧富の二極化が進んだ。それに伴い、地球規模での社会経済システムのバランスが崩れ始めた。そして、この不均衡こそがテロ等を含む社会の不安定要因の温床となっており、人類社会の存続を脅かす問題であると認識された。そのため、人類の持続可能な発展を達成するには環境面だけでなく、社会面や経済面での持続可能性を確保する必要が唱えられ、「持続可能な発展」は「社会の持続可能性」という概念も含むように、その内容を拡充したのである。

さらに最近では、「社会の持続可能性」と併せて、「企業の持続可能性」という概念も使用されるようになってきている。この背景には、2000 年以降に続発した企業不祥事が挙げられる。2000 年に日本で起きた雪印乳業の食中毒事件、2001 年に米国で起きたエンロン・アンダーセン事件<sup>7</sup>等が印象的であろう。優良企業だと思われていた両者は、不祥事が発覚したことで、市場や経済に多大な影響を与えただけではなく、最終的には自身が破綻、消滅という結果に至った。つまり、「いかに経済面や環境面に優れた企業であっても、重大な不正行為、法令違反、反社会的行為を犯すと、その社会・市場的信用は失墜し、信頼回復はそのコストも含めて並大抵のことではない。企業不祥事の発覚は業績への影響も計り知れず、持続的な企業価値の向上に支障をきたすことから、『企業の持続可能性』も重要な CSR と認識されるようになった」(川村雅彦「CSR 経営で何を指すのか?」ニッセイ基礎研(2006))。企業の長期的な成長を達成するためには、不祥事の発生以前における防止が重要である。そのため、企業が取り組む CSR では、法令順守を徹底する、企業統治のシステムをより透明にする等のリスクマネジメントが基礎となっている。それに加え、本業を通じた CSR を行い、社会的に好ましい行動をとることで、企業価値やブランド価値が付加され、企業の成長へとつなげることができる。さらには社会貢献を通じ、企業活動の場である社会の持続可能な発展に貢献することで、企業が成長していくための環境を強化することが可能になる。

つまり、今日的な CSR とは、社会と企業の持続可能性を達成することを目的とした企業の取り組みである、と見えよう。

<sup>1</sup> 本稿において、学生とは大学生のことを指す。

<sup>2</sup> 伊吹英子「経営戦略としての『企業の社会的責任』」(2003)55 頁参照。

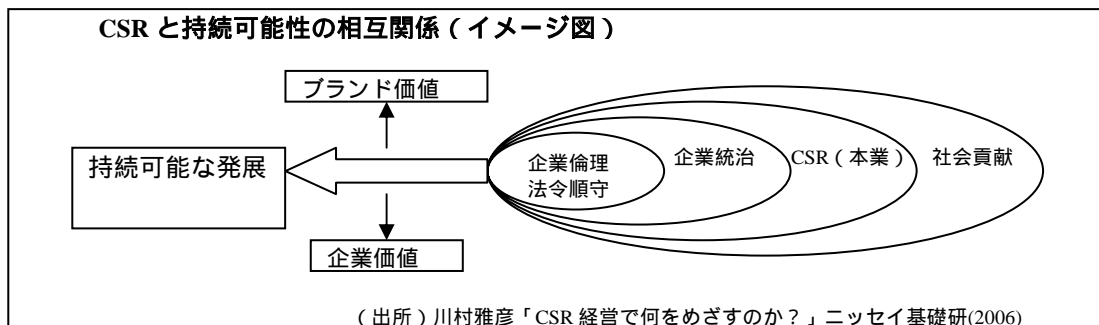
<sup>3</sup> ステークホルダーとは、企業を取り巻くすべての利害関係者のことである。株主や顧客はもちろん、企業活動を行う際に影響を与える地域社会・住民、従来の終身雇用から流動的な市場へと変化した従業員、さらには、最近社会に有用な主体として承認されつつある NGO・NPO も企業に対し、積極的に意見を述べるようになってきているためステークホルダーと見なされる場合が多い。

<sup>4</sup> 河口真理子、藤島裕三「21 世紀の新たな企業像」大和レビュー(2004)19~28 頁参照。

<sup>5</sup> 川村雅彦「CSR 経営で何をめざすのか?」ニッセイ基礎研レポート(2006)33 頁参照。

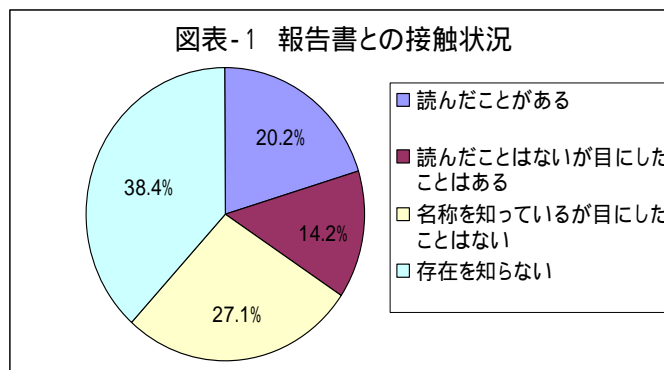
<sup>6</sup> 持続可能性についての説明は、河口真理子氏の「持続可能性(Sustainability サステナビリティ)とは何か」大和総研(2006)を参考にした。

<sup>7</sup> 総合エネルギー、IT ビジネス事業を行っていた企業で、00 年度には全米売り上げ第 7 位を達成したが、不正経理、取引が発覚。01 年度に破綻した。(ウィキペディアフリー百科事典より)



しかし企業は、CSR の取り組み情報をステークホルダーへ開示することにより初めて、その活動に対するチェックを受けること、さらには評価を受けることが可能になる。では、ステークホルダーはどのような手段で CSR の情報を得るのか。その問いについては、報告書が大きな役割を果たしている。ステークホルダーは報告書を通じ、その企業の CSR に関する情報を得ることができる。そしてその後、それらの活動に対し感想や批判、要望といった意見をフィードバックすることが可能となる。つまり、報告書は単なる企業からの一方的な情報提供だけでなく、両者間の架け橋となり双方向の意思疎通を可能にするもの（コミュニケーション・ツール）、という重要な役割を担っているのだ。

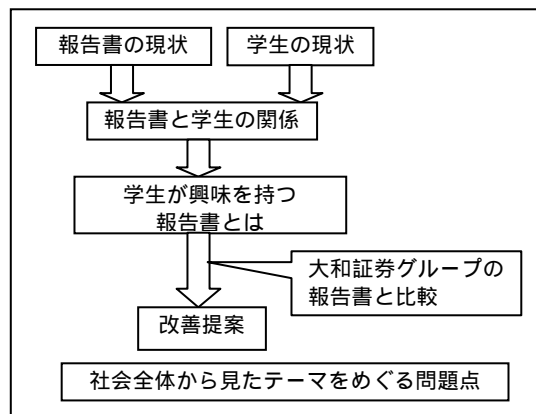
しかし、前述したように、報告書はまず、ステークホルダーによって読まなければ架け橋としての重責を果たすことが出来ない。図表-1 は、報告書との接触状況の現状であるが、報告書を読んだことがある人は全体の 2 割程度で、8 割以上の人は読んだことがない。さらに、約 4 割の人は報告書の存在すら知らないという結果が出ている。そこで、報告書がより多くのステークホルダーに読まれるようになるため、読者が興味を持つ報告書とは何か、について考えたい。今回は多岐にわたるステークホルダーの中から、学生の立場からみた場合の興味を持てる報告書について考察した。



（出所）三菱総研「第 6 回環境・社会報告書に関する読者の意識調査結果」（2005）

## ● 本稿の流れ

次項“テーマをめぐると現状と問題”では、第一に報告書の現状について、第二に学生の現状について述べる。両社の現状から報告書と学生の関係を考察し、学生が興味を持つ報告書とは何かを考える。そして、その結果と大和証券グループが発行している報告書の現状を比較し、問題点を探し出した。その後の“改善提案”では、それら問題点の解決案を提示する。そして最後に、“社会全体から見たテーマをめぐると問題点”で、現在の社会全体という広い視点からみた場合のテーマについて言及する。

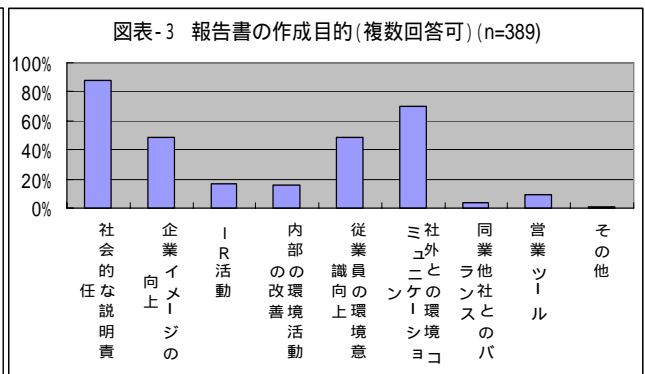
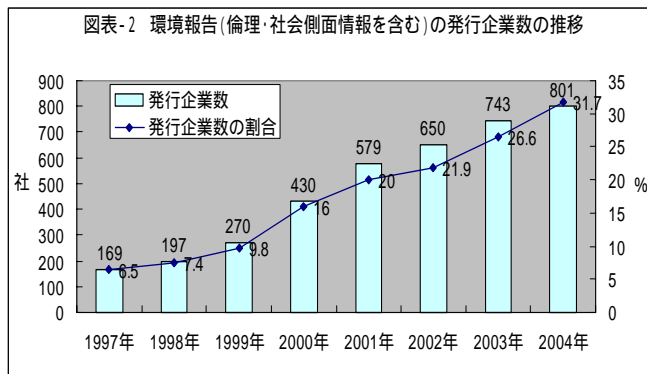


## 2. テーマをめぐると現状と問題

### 2.1 報告書の現状

現在において CSR に明確な定義がなく、企業に対する法的義務も存在しない。そのため各企業は CSR として、様々な自主的で自由な取り組みを行っている。同様に、報告書に関して、それぞれが自主的に自由に作成、発行を行っている。報告書作成には多大な費用がかかるにも関わらず、作成企業数は年々増加しており（図表-2）、作成目的には、「社会的な説明責任」と答える企業が最も多い（図表-3）。これらの背景には、企業に対し、多くのステークホルダーが CSR を求めるようになってきていることが挙げられる。ステークホルダーの要求に対応するため、企業は CSR 活動を行い、報告書を通じて活動情報を提供する。

つまり報告書は CSR 活動のアカウンタビリティ・ツール<sup>8</sup>として作成・発行されている<sup>9</sup><sub>10</sub>。(報告書の現状)



(出所)環境省「環境にやさしい企業行動調査」

(出所)サステナビリティ・コミュニケーション・ネットワーク「CSRの本質と現状」(2004)

報告書の内容に関しては、企業ごとに様々である。しかし、情報の信頼性や網羅性、他企業との比較可能性を確立するため、既存のガイドラインを作成の際に利用する企業が多い。新日本インテグリティ・アランス株式会社の調査<sup>11</sup>によると、報告書を発行している企業の約7割がガイドラインを使用しており、特に環境省が定めている「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」と、GRI<sup>12</sup>が作成した「GRIサステナビリティ・リポーティングガイドライン2002」(図表-4参照)を参考にしている企業が多い。しかし、ガイドラインは報告書作成のための目安であり、企業はガイドラインのすべての項目の情報を提供しているわけではなく、依然、報告書内容については模索状態にあるのが現状だ。ガイドラインを使用していない報告書、ネガティブ情報<sup>13</sup>を報告せず単なる企業広告になっている報告書、他企業とのバランスをとるため、目的が明確でないまま作成されている報告書なども数多く存在し、企業ごとに報告書は内容、質ともに大きなバラツキが見られる。(報告書の現状)

図表-4 GRIの「持続可能性報告書ガイドライン(2002年版)」

分野		側面
経済	直接的な経済影響	顧客、供給業者、出資者、公共部門
環境	環境	原材料、エネルギー、水、生物多様性、排出物・廃棄物、供給業者、製品とサービス、法の遵守、輸送、その他全般
社会	労働条件	雇用、労使関係、安全衛生、教育訓練、多様性と機会
	人権	差別対策、組合組織と団体交渉の自由、児童労働、強制労働、義務労働、懲罰慣行、保安慣行、先住民の権利
	社会	地域社会、贈収賄と汚職、政治献金、競争と価格設定
	製品責任	顧客の安全、製品とサービス、広告、プライバシーの尊重

(資料)GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」

<sup>8</sup> Accountability (説明義務、説明責任) tool (道具)。

<sup>9</sup> 新日本監査法人/新日本インテグリティ・アランス株式会社「CSRはどのように報告されているか2005年度事例集」(宝印刷発行)は、「CSR報告書は企業のCSR活動の“説明責任(Accountability)”を果たし、企業の持続可能性に向けた取り組み姿勢をあらわすツール」と位置づけている。

<sup>10</sup> 問題提起で報告書はコミュニケーション・ツールとしての役割を果たすと前述したが、アカウンタビリティ・ツールとしての機能は、コミュニケーションが成り立つ前提であると考えられる。つまり、双方向の対話(コミュニケーション)をするためには、まず情報の提供(アカウント)が必要である。

<sup>11</sup> 新日本監査法人/新日本インテグリティ・アランス株式会社「CSRはどのように報告されているか2005年度事例集」宝印刷(2006)

<sup>12</sup> Global Reporting Initiative。持続可能性報告書の国際的なガイドラインを作成しているNPO団体。

<sup>13</sup> 企業にとって不利になる情報のこと。例えば、CO<sub>2</sub>の削減目標を達成できなかったことなど。

## 2.2 学生の現状

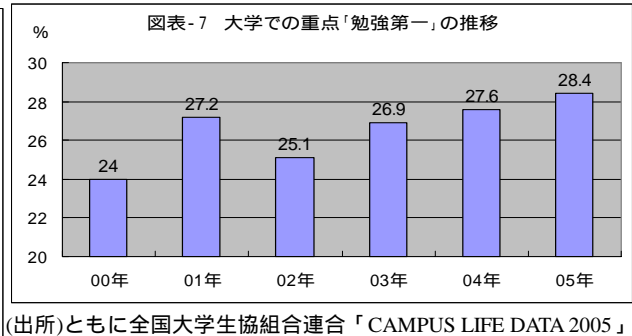
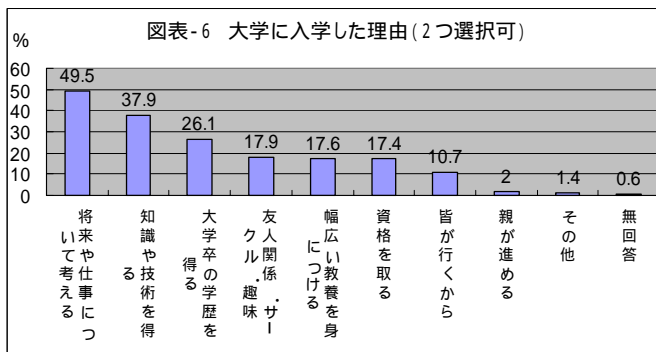
報告書とは企業の発行物である。そのため今回は、企業や企業活動に関して学生が興味を持つこととは何か、について考察する。全国大学生協組合連合が実施した調査によると、「学生が日常気にかかること」は図表-5のような結果になった。この中で企業に関わりのある項目は、3位の就職である。

およそ半数の学生が「日常気にかかること」として「就職」と答えている(図表-5)。それは、学生の多くは卒業後、社会で働くようになるからであろう。つまり、学生とは社会人になる前の最終準備期間なのである。確かに大学に入学した理由は「将来や仕事について考える」、「知識や技術を得る」、「大学の学歴を得る」といった将来を見据えた動機の回答率がいずれも高い(図表-6)。大学案内には必ず学生の就職に関する情報が掲載されている。また、在学中に「将来のために何かをしている」学生は約半数、「就職について不安を感じている」学生にいたっては7割を超える<sup>14</sup>。大学生活における重点に関しては、「勉強第一」が年々増加しており、これは90年代半ばから続く就職難を受けて、学生が就職という目標に向けて勉強を重視するようになったからであろう(図表-7)。以上述べたように、学生は、「就職」について強い関心があり、企業に対して「就職」という観点から興味を持つことがわかる。(学生の現状)

図表-5 日常気にかかること(複数回答可)

1位	授業・レポート等勉強上のこと	48.7%
2位	生活やお金のこと	48.3%
3位	就職のこと	46.3%
4位	時間が足りないこと	36.9%
5位	専門分野や進路のこと	34.9%

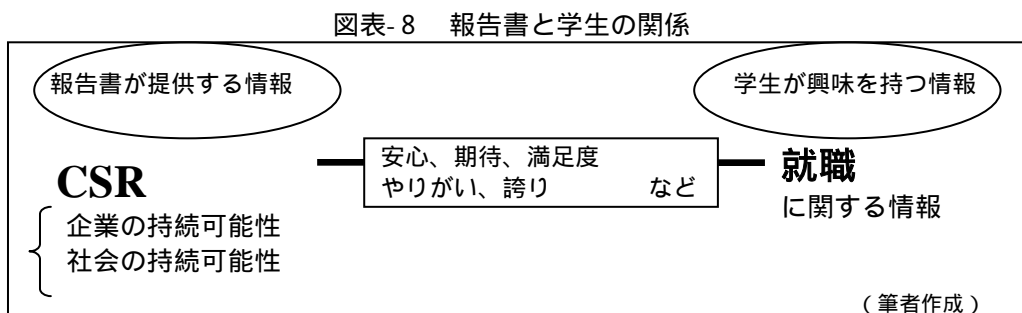
(出所)全国大学生協組合連合「CAMPUS LIFE DATA 2005」



また、三菱総研の報告書の読者に関する調査<sup>15</sup>によると2005年度において、報告書を読んだことのある学生は2割弱しかおらず、学生の約半数は報告書の存在を知らない。(学生の現状)

## 2.3 報告書と学生の関係

報告書と学生の現状から両者の関係を考察する。すると、報告書の現状「報告書はCSRのアカウントビリティ・ツールである」と学生の現状「学生は企業に『就職』という観点から興味を持つ」から、図表-8が成り立つと考えられる。



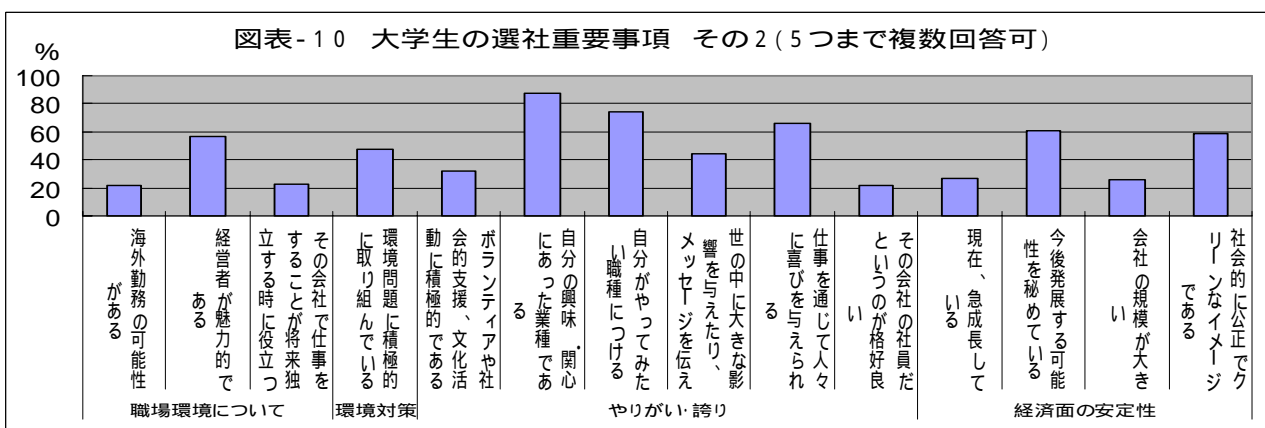
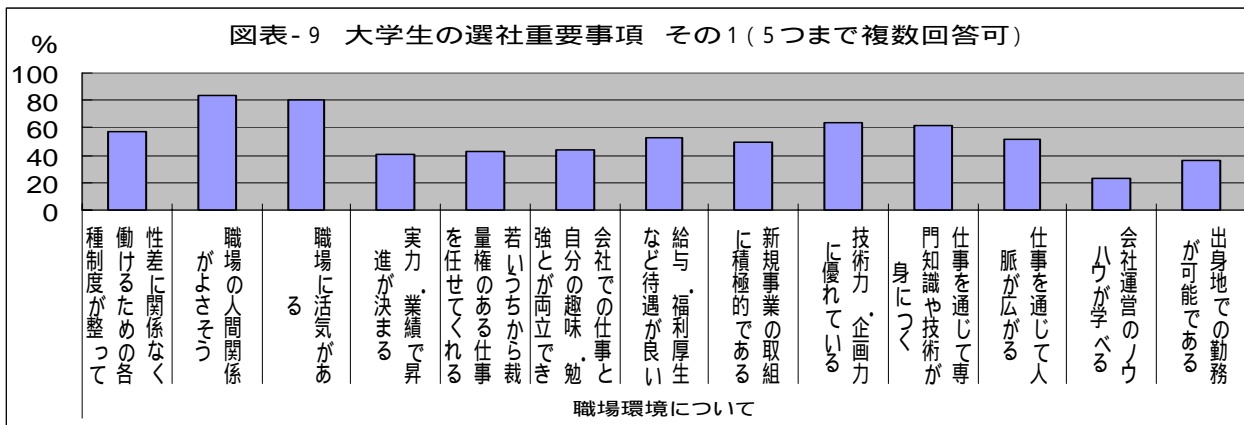
<sup>14</sup> 全国大学生協連合会「CAMPUS LIFE DATA 2005」(2005)8頁、『就職に関する意識・行動』より

<sup>15</sup> 三菱総合研究所「第6回環境・社会報告書に関する読者の意識調査結果」(2005年)

学生側からの視点で捉えた場合、企業とは就職先であり、企業の持続的な発展を目標とした CSR の情報は、自分達の働く場の安定性や将来の成長を保証する情報である。CSR の基礎となっているリスクマネジメントは、不祥事など企業に対する危険要因を事前に防ぎ、本業を通じた CSR や社会貢献は、企業のブランド価値を高める。さらに「社会の持続可能性」の実現へ寄与する企業の姿勢は、従業員に対して自社で働くことの誇りややりがいを与えることが出来る。そして多数の学生が、自社に対して誇りややりがいを感じる従業員になることを望んでいる。つまり CSR は学生に対し、望ましい企業行動である。従って、報告書が提供する CSR の情報は、学生が興味を持つ情報と合致する。よって、学生は報告書の提供する情報にもともと興味を持つはずである。（報告書と学生の関係）

## 2.4 学生が興味を持つ報告書とは

それでは具体的な内容に関して学生が興味を持つ報告書とはいったい何か。学生の現状 から、学生は就職に関する情報に興味を持つことがわかっている。そして図表-9・10は学生が就職先企業を決定する際に重視する項目を示しており、その中でも「性差に関係なく働けるための各種制度が整っており、長く勤められる」、「職場の人間関係が良さそう」など職場環境に関する項目が多く挙げられている。従って学生は職場環境に関する情報に興味を持つと言える。（興味を持つ報告書）また、「自分の興味・関心にあった業種である」や「仕事を通じて人々に喜びを与えられる」など、仕事に誇りややりがいを求める学生の割合も高い。よって学生は、仕事内容や仕事内容の果たす社会的意義についての情報、つまり、本業に関する情報や本業を通じた CSR に関する情報に興味を持つものと思われる。（興味を持つ報告書）そして最後に、学生の現状 より学生の多くは報告書を読んだことがないため、読みやすくわかりやすい報告書が望ましいと思われる。（興味を持つ報告書）



（出所）ともに、リクルートワークス研究所「入社志望企業 選社重視条件（『大学生の企業イメージ調査』より）」

## 2.5 問題点のまとめ

以上述べてきたことをまとめる。そして大和証券グループ本社が 2005 年度に発行した「持続可能性報告書 2005」（以下「持続可能性報告書 2005」）と比較し、問題点を考察する。

< 報告書と学生の関係、学生の現状 より >

- 報告書の提供する情報は学生の興味と一致するが、報告書の存在を知られていない。(問題点)

< 興味を持つ報告書、より >

- 職場環境に関する情報が多い報告書が望ましい。
- 本業を通じた CSR 活動の情報が豊富な報告書が望ましい。

内容に関して「持続可能性報告書 2005」は十分な情報を提供しており<sup>16</sup>、職場環境、本業を通じた CSR とともに情報量が豊富なため問題点としない。

< 興味を持つ報告書 より >

- わかりやすく読みやすい報告書が望まれるが、「持続可能性報告書 2005」は文字が多く読者が躊躇しやすい。(問題点)

< 報告書の現状、学生の現状、興味を持つ報告書 より >

- 報告書の内容は各企業異なり、また、学生は CSR や報告書の読み方に慣れていない。そのため、学生にとって CSR に対する各企業の姿勢を比較することや、情報提供者である企業の意図を正確に理解することは難しい。「持続可能性報告書 2005」では、ネガティブ情報を開示する等、有効な報告書を作成するための工夫が随所に見られるが、学生が正確に読み取ることは難しい。(問題点)



株式会社大和証券グループ本社「持続可能性報告書 2005」

### 3. 改善提案

上記で述べた問題点を解決するため、これから改善提案を行う。問題点は報告書をどのような手段で知ってもらい(問題点)、読んでもらうか(問題点、)の2種類に大別し、各々について提案を行いたい。

#### 3.1 知ってもらうために インターネットの利用 (問題点の改善提案)

報告書が提供する情報に対し、学生は興味を持つ。従って報告書の存在を認知されることが大変重要になる。そこで、インターネット上にある企業のホームページ(以下、HP)に就職コーナーを設置し、就職情報に関する情報と合わせて報告書を提供することを提案する。経済広報センターのアンケート<sup>17</sup>によると、企業のHPを利用したことがある30歳以下の方は92.9パーセントを占める。また、株式会社マクロミルが行った就職活動に関する調査<sup>18</sup>では、インターネットが就職活動において重要なツールであると答えた学生は95パーセントにまで上った。つまり、学生は就職についての情報を得るために企業のHPを訪れる。従って就職情報を集めたコーナーを設けることで、HPを訪れた多くの学生が利用すると考えられる。そしてコーナー内に報告書をリンクさせておくことで、学生の目に触れる機会が大幅に増加する。その際、CSRを知らない学生の注意を引くために、リンクバーにCSRを端的に表したキャッチコピーを添えておくことが重要である。さらに、その他の企業HP内において学生が利用する頻度が高いページにリンクを設置することもまた、学生と報告書との接触機会を増加させる有効な方法となる。また、HPに掲載する報告書は内容を変更することが可能である点が紙媒体と異なる。そのため発行している報告書に比べ人事制度や、女性の活用など就職・労働情報を多くする、月ごとに報告書内容を変更する等のような工夫をすることで、学生にとって興味深い情報をより多く提供することが可能になる。

#### 3.2 読んでもらうために

##### (1) レイアウトの工夫(問題点の改善提案)

報告書を「読んだことはないが、目にしたことはある」人は、14.2%存在する(図表-1)。なぜ、目にしたことがあるにも関わらず「読む」という動作へ達しなかったか。それはCSRや報告書に対し馴染みが薄い学生や一般の消費者が抱く抵抗感が一原因として考えられる。特に「持続可能性報告書 2005」は、内容が充実している反面、



現状の例：「持続可能性報告書 2005」22～23頁

<sup>16</sup> 大和証券グループの報告書は2005年度に環境大臣賞(：環境省は優良な報告書を普及させるため、1997年度から優秀な報告書を表彰している)を受賞している。そのため、内容に関してはCSR推進企業として他企業をリードする存在であり、量的、質的に充実している。賞の詳細については、<http://www.env.go.jp/policy/report/h14-04/07.pdf>を参照。

<sup>17</sup> 財団法人経済広報センター「企業ホームページの利用実態に関するアンケート結果報告書」(2003.6)

<sup>18</sup> 株式会社マクロミル「就職活動に関する意識調査(創育社『教育アンケート調査年鑑2006上』より)」(2005.11)

文字が多く、堅苦しい印象を与えている。そのため、初めて報告書に接触する読者から敬遠される可能性が高い。また、報告書内の情報量が増加するほど、読者はすべての情報を読まず、独自に取捨選択を行う傾向がある。そのため企業側が是非伝えたいと考えている情報を読者側が読んでいない、という不合理が発生するかもしれない。ゆえに、情報量は減らさずとも、読んでほしい部分の文字を大きくする、タイトル部にキヤッチコピーをつけ興味を引くなどといった、読者を引き付けるレイアウトの工夫が必要である。

**(2) 報告書の読み方を記載したパンフレットの添付(問題点の改善提案)**

問題で指摘したように学生は報告書について詳しい知識を有していない。従って、ネガティブ情報の開示を企業の誠実性や改善努力の姿勢ではなく結果報告と捉えて悪印象を感じてしまう等、企業のメッセージが正しく伝わらない可能性が存在する。また、各企業のCSRの捉え方は異なり、報告の仕方にも差があるため、報告書同士を比較することは難しい。そのため、報告書を始めて読むと思われる学生がCSRを積極的にやっている企業を正しく評価することは困難である。従って発行している報告書に報告書の読み方が書かれた簡単なパンフレットを添付することを提案する。パンフレットの解説は読者が企業のメッセージを正確に理解することを助け、また、報告書を深く読むことを促進する。

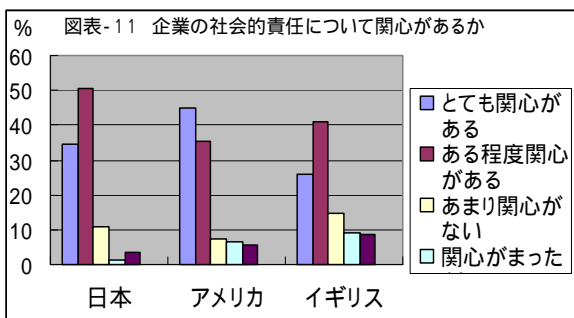
報告書の読み方の例	
● ガイドラインは使用しているか	● ステークホルダーコミュニケーションの記載はあるか
● トップコミットメントはあるか	● ネガティブ情報はありますか
● 報告対象範囲の明記はあるか(グループ会社等)	● 第三者評価があるか
	● アンケートが添付されているか など

**4. 社会全体から見たテーマをめぐる問題点**

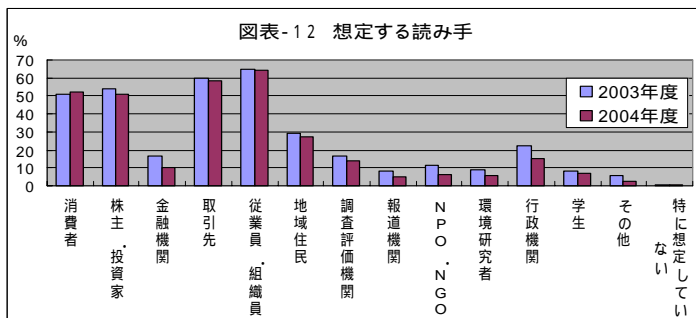
**4.1 CSR教育の普及に向けて**

図表-11が示しているように日本、アメリカ、イギリスの3カ国ともにCSRに関心を持つ人は多い。このような人々の行動はSRI<sup>19</sup>やグリーンコンシューマー<sup>20</sup>の増加につながる。するとCSRに対する市場評価が高まるので、CSRは企業経営においてますます重要な位置を占めることになるであろう。また、現在のSRI市場の総額は、日本が約2600億円、アメリカが約274兆円、イギリスが約22.5兆円である<sup>21</sup>。つまり、日本国内より国外においてCSRは市場評価に繋がりがやすい。以上から、今後のグローバル社会において日本企業が持続的に成長していくためにはCSRが重要な戦略になることは明らかである<sup>22</sup>。

また、社会や企業の次世代を担うのは学生である。しかし現状では、報告書の読み手として学生を想定している企業は大変少ない(図表-12)。企業は、学生が報告書を読み、企業を評価する体制を率先して構築する努力をすべきである。そして、そのためにはCSR教育が必要不可欠である。



(出所)環境省「社会的責任投資に関する3カ国比較調査報告書」(2003)



(出所)サステナビリティ・コミュニケーション・ネットワーク「CSRの本質と現状」(2004)

<sup>19</sup> Social Responsibility Investment、「社会的責任投資」。企業に投資を行う際、財務面だけではなく環境や社会への対応なども考慮して投資先をけている投資手法のこと(高嶺、辻義信等共著「企業の社会的責任」日本規格協会(2004))。

<sup>20</sup> 環境などを考慮している企業の製品を優先的に購入する消費者のこと。

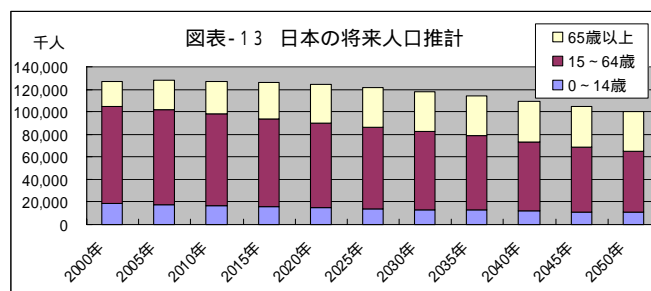
<sup>21</sup> 数値は、日本は2006年度、アメリカは2005年度、イギリスは2003年度と2005年度に報告されたものである(環境と金融に関する懇談会「環境等に配慮した『お金』の流れ拡大に向けて」環境省(2006)参考資料2より)。

<sup>22</sup> 日本のSRI市場は2003年度の810億円から2006年度の2600億円へと急速に拡大しており、グローバル市場同様に日本市場においても、CSRの重要性は増加すると考えられる。



CSR 教育を普及させることは、次世代の人材を育成することに繋がる。例えば、既にヨーロッパは 2002 年度より、企業、ビジネススクール、大学が連携して CSR のための教育・研究プロジェクト「ヨーロピアン・アカデミー」に着手することを発表した<sup>23</sup>。このプロジェクトの目的は、「(1) 企業経営を担うマネージャー層に対して CSR についての教育を行うこと、(2) ヨーロッパのトップクラスの大学・ビジネススクールと連携し、『企業の社会的役割』についての意識を持った次世代の経営者の育成を行うこと、(3) CSR に関する学術的な研究のため、CSR に関するヨーロッパ最大規模のネットワークを構築すること」である。つまり、世界では既に CSR の重要性を予測し、次世代に通用する人材を育成するための CSR 教育が促進されている。日本はこの動向に遅れてはいけない。

その上、将来日本では少子高齢化における労働力減少に伴い、国力が低下することが懸念されている。2050 年には 65 歳以上の高齢者が 35.7 パーセントを占めるのに対し、15 から 64 歳の労働力である世代は 53.6 パーセントにまで減少する(図表-13)。このような労働力の量的問題は、質を高めていくことで補わなければいけない。そのためにも CSR 教育は必要である。



(出所)国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(中位推計)」

しかし、CSR 教育を普及させ人材育成を推進していくためには、企業側の努力が不可欠であると同時に、国や大学等の教育機関の努力が重要である。それは、実際に教育を本業としている機関は大学であり、また、全国における CSR 教育の普及には国の政策が必要であるからだ。現在大学では CSR に関する授業が行われつつあるが、CSR を専門とする教員はまだ少数である。今後、大学に CSR を専門とした教員の補充が求められる。十分な教員が育成されるまでは、企業が現場で培った知識やノウハウを大学に提供するという協力が可能であろう。

また、CSR 教育を普及させ、学生の CSR に関する知識が豊富になることは CSR 教育コストの削減、CSR の活発化、人材確保など、企業に対して多くのメリットをもたらす。さらに CSR を積極的に推進している企業を学生が評価する体制を作ることは、企業の CSR 活動をより活性化させ、持続可能な社会の構築を促進する。このように、CSR 教育を普及させることは、企業や日本、さらには地球にとって望ましいことである。したがって今後、企業・大学・国が協力し CSR 教育普及を促進させていくことが重要である。

#### <参考文献、資料>

- 伊吹英子「経営戦略としての『企業の社会的責任』」(2003)
- 高巖、辻義信等共著「企業の社会的責任 求められる新たな経営観」財団法人日本規格協会(2004)
- 川村雅彦「CSR 経営で何をめざすのか? 社会と企業の持続可能性の視点から」ニッセイ基礎研究所(2006)
- 河口真理子「持続可能性(Sustainability サステナビリティ)とは何か」大和総合研究所(2006)
- 河口真理子「CSR とステークホルダーコミュニケーション」大和総合研究所(2005)
- 河口真理子「教育と CSR」大和総合研究所(2006)
- 河口真理子「関心高まる社会的責任投資」大和総合研究所(2004)
- 河口真理子、藤島裕三共著「21 世紀の新たな企業像 CSR とコーポレート・ガバナンス」大和レビュー(2004)
- 大和証券グループ本社「持続可能性報告書 2005」(2005)
- 三菱総合研究所「第 6 回環境・社会報告書に関する読者の意識調査結果」(2005.10)
- リクルートワークス研究所「入社志望企業 選社重視条件(『大学生の企業イメージ調査』より)」
- 新日本監査法人/新日本インテグリティッシュアランス株式会社「CSR はどのように報告されているか 2005 年度事例集」宝印刷(2006)
- 財団法人経済広報センター「企業ホームページの利用実態に関するアンケート結果報告書」(2003.6)
- 全国大学生協同組合連合会実施、「第 4 1 回学生の消費生活に関する実態調査(『CUMPAS LIFE DATA 2005』より)」(2005)
- 創育社「教育アンケート調査年鑑 2006 上」(2005)
- 大和証券グループ本社 HP <http://www.daiwa.jp>
- CSR Achieves HP <http://www.csrjapan.jp>
- 環境省 HP <http://env.go.jp>

<sup>23</sup> 以下 CSR Achieves HP 参照。