

論文

社会的責任と CSR に関する一考察

禿 慧 二*

要旨

本稿の目的は、企業の事業活動について社会からみた責任の認識が、どのような変遷を経て現在に至るのかを時代ごとの社会状況とともに整理したうえで、社会的責任の概念が国際的な認識としてどのように議論されているのかを検討することによって、今日的な企業の社会的責任を考察することである。

以上の目的を明らかにするために、はじめに、企業の事業活動と、その当時の社会状況を同時に確認することで、企業の事業活動についての社会からの責任の認識の変遷を述べた。まず、地域内の工場や事業所での問題に対して企業の社会的責任（CSR）が問われ始めるようになり、つぎに、地域社会との関係が CSR として問われるようになった。企業の事業活動範囲が国外に広がると、国外の地域に対しても CSR が問われるようになり、その後、CSR の対象となる範囲が拡大した。近年では、社会的価値と経済的価値の両方の創造を目指す企業も現れてきている。

次に、社会的責任の国際標準化を検討するために、ISO 26000 を取り上げ、その特徴と、実践方法を確認した上で、特徴の検討を行った。ISO 26000 の特徴としては、①社会的責任としてコミュニティへの参画及び発展への寄与が、社会的責任の中核主題に示されていること、②社会的責任の課題に取り組む際に、企業を含めた組織が、ステークホルダーを特定したうえで、ステークホルダーエンゲージメントに取り組むプロセスが示されていること、の 2 点が特に重要であると指摘できる。

以上の内容から、今後、企業と地域との関係が CSR としても注目される可能性が高いことが示唆された。

キーワード

地域、国際標準化、ISO 26000、中核主題、コミュニティ、ステークホルダー

目 次

はじめに

I. 企業の事業活動についての社会的な認識の変遷

II. 社会的責任の国際標準化

おわりに

は じ め に

本稿の目的は、企業の事業活動について社会からみた責任の認識が、どのような変遷を経て現在に至るのかを時代ごとの社会状況とともに整理したうえで、社会的責任の概念が国際的な認識としてどのように議論されているのかを検討することによって、今日的な企業の社会的責任を考察することである。

この 20 年ほどの間に、経済のグローバル化に伴う企業活動の負の側面への批判や、持続可能な発展を企業に求める世界的な議論が行われており、理念的な議論にとどまるだけでなく、具体的なマネジメントの問題として、企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility : CSR) が問われている (谷本, 2013, pp.3-5)。

CSR のあり方が議論されている中で、われわれが直面している社会的な課題は、近年多種多様なものとなっている。その中で、最近、特に日本では、人口減少や少子高齢化、過疎化などの地域が抱える課題を、企業が事業活動として取り組むことが増えてきている。例えば、徳島県上勝町で「葉っぱビジネス」を営む株式会社いろどりは、高齢者が多く人口 2,000 人に満たない四国で一番小さな町を、地域の農家がいきいきと働くような町へと変化させたことが知られている (横石, 2013)。このように、企業が事業活動として地域の課題を解決するような事例が増えてきており、地域における企業の役割について、改めて考えていく必要があると考えられる。

企業の社会的な責任に関しては、これまでも、企業行動に関する基準を作成する際などに議論されてきた。そこでは、企業経営者の団体や国際機関、非営利組織 (NPO)、非政府組織 (NGO) などが、互いに協力しあい、様々な活動や議論の場を設けて、企業の事業活動などに関する基準や規格の作成などが行われてきた。

それらの代表的なものとしては、経済開発協力機構 (OECD) が発表した「OECD 多国籍企業行動指針」や、アナン元国連事務総長が提唱した「国連グローバル・コンパクト」、国際 NGO である Global Reporting Initiative (GRI) が発行した「持続可能性報告ガイドライン (Sustainability Reporting Guideline)」などがあり、これらは多国籍企業が世界で企業活動を行う際の行動規範を勧告したものとして知られている (矢野・平林, 2003, p.136)。

上記のような、企業の事業活動に関する基準が作成されてきたことに関連して、国際標準化

機構 (International Organization for Standardization : ISO) は、CSR の国際標準化の検討を 2001 年に開始し、およそ 9 年の年月をかけて、2010 年 11 月に組織の社会的責任の国際標準規格である ISO 26000 : 2010 (以下では、ISO 26000 とする) を発行した (日本規格協会編, 2011, p.259)。ISO 26000 という国際標準規格は、「組織が社会的責任を果たすために取り組む際に重要となる 7 つの基本的原則」と、「①組織統治, ②人権, ③労働慣行, ④環境, ⑤公正な事業慣行, ⑥消費者課題, ⑦コミュニティへの参画及びコミュニティの発展, という組織が取り組むべき 7 つの中核主題に関する具体的な取り組みテーマとアクションプランの解説」, そして、「組織の中に社会的責任を組み込んでいくための具体的実践方法」などによって構成されている (関, 2011, pp.3-7)。

以上のように、企業が地域の抱える社会的な課題を事業との関わりの中で解決していることや、社会的責任の国際標準規格として ISO 26000 が作成されたことは、CSR を考えていくにあたってどのような意味を持っているのだろうか。また、これまで CSR として企業が取り組んできたことや、社会から企業に要請されてきた責任と、上記のような、現在注目されていることには、どのような関係があるのだろうか。

このような問いを明らかにするために、本稿では、まず、企業の社会的責任についての認識が、これまでどのように変化してきたのかを確認する。具体的には、企業の事業活動と、その当時の社会状況を同時に確認することで、企業の事業活動についての社会からみた責任の認識の変遷を述べていく。次に、上記の変遷の近年における到達点として、社会的責任の国際標準化について検討する。具体的には、ISO 26000 を取り上げ、その特徴を検討する。ISO 26000 は、社会的責任に関する国際的な議論を経て 2010 年に発行されたものであるため、ISO 26000 には社会的責任に関する近年の認識が反映されているといえる。これらのことから、近年における社会的責任についての認識を検討することができる。そして、最後に、上記の検討を通して、今日的な企業の社会的責任について考察する。

なお、本稿では、企業の事業活動と社会状況の変遷を、日本の事例を中心として検討することとした。その理由として、後に述べるように、日本経済は 1950 年代以降急速に経済発展を遂げており、その過程で CSR が問われる中で、企業は CSR に対応してきた。そのような、日本が経済成長の過程で歩んできた内容は、大きな流れとしては他の国にも該当すると考えられるため、日本の事例を対象とすることで示唆を得たいと考える。

I. 企業の事業活動についての社会的な認識の変遷

本章では、企業の事業活動についての社会的な認識の変遷を検討する。ここでは、日本経済が高度経済成長期を迎えた時期から、2000 年代までをそれぞれ確認していく。

(1) 1950 年代～ 1970 年代初頭

1950 年代から 1970 年代初頭にかけての約 20 年間、日本経済はいわゆる高度成長期であった。この高度成長を実現させた原動力としては、企業の旺盛な設備投資意欲や、企業間競争の活発化などが指摘されているが、大規模な技術導入によって生産力水準が飛躍的に上昇したこともあり、大量生産・大量消費という構造が日本社会に普及した(原, 2010)。1950 年代末から 1960 年代前半には、白黒テレビ、電気洗濯機、電気冷蔵庫などの家庭用の耐久消費財、いわゆる三種の神器が急速に普及し、1960 年代後半以降は、カラーテレビ、乗用車、クーラーのいわゆる 3C が普及していった(下谷, 2010, p.11)。

高度成長期の日本では、経済を成長させて社会を豊かにすることが重要な目標のひとつであると社会的に認識されており、企業にはその役割が求められていたと考えられる。1964 年に開催された東京オリンピックや、1970 年に大阪で開催された日本万国博覧会が、戦後復興の象徴として国内外に広められていたことから、少なくとも 1970 年頃までは経済活動が優先されるような社会状況であったとすることができる。

一方で、この時期の企業は、稼働中の工場等を発生源とする有害な排出物の処理といった、企業の経済活動に伴って生じる負の側面に対する関心や優先度が低かったことが指摘されている(経済企画庁編, 1970)。このような、高度経済成長に伴う生産活動の急拡大は、大気・水質汚染物質の排出量を急増させていた。1960 年代後半には、稼働中の工場から排出された有害物質が近隣の河川や大気を汚染したことで生じた深刻な健康被害が、複数の地域で確認されるようになり、有機水銀中毒やぜんそくなどの被害を受けた地域住民による集団訴訟が起こされるようになった。

このような状況で、公害対策基本法(1967 年)、大気汚染防止法(1968 年)、水質汚濁防止法(1970 年)などが施行され、1973 年には、四大公害訴訟がいずれも原告側の勝訴で結審していた(環境庁編, 1973)。以上のように、1960 年代後半になると、企業の活動範囲を規制する動きがとられるようになり、企業の工場や事業所での活動が、活動する地域に深刻な影響を与えた場合は、その責任を取る必要があると考えられるようになっていた。

高度経済成長期の企業は、1960 年に閣議決定された国民所得倍増計画に象徴されるように、日本経済の成長を最優先に考えるような社会状況のもとで経済活動を行っていた。一方で、1960 年代後半には、稼働中の工場から出た有害な排出物が、近隣の地域に健康被害を及ぼしていることが確認され、企業の社会的な責任が問われるようになった。

(2) 1970 年代

高度経済成長の時代に、日本の消費水準レベルは世界有数のものに達したが、その後、安定成長期になると消費の伸びは鈍化した。そして 1970 年代以降は、多くの消費者が自分の選ん

だものを消費し、自分にあった生活を追求するようになる、成熟社会化が進行していた(三浦, 2002, p.13)。また、1970年代の間に、2度のオイル・ショックといわゆる狂乱物価を経験していたこともあり、1970年代から1980年代にかけて、「消費は美徳」という価値観から「節約は美徳」とする消費風土へという変化が生じた(堀, 2013, p.139)。

1970年代には、内需の拡大や多様化に対応することが企業の役割であったと考えられるが、その役割を果たしたのは流通部門の企業であったと言える。その中で、社会的な関心が高かった産業のひとつに小売業があげられる。1960年代頃から急成長していたスーパーマーケットなどの小売企業は、大量仕入れによる低価格・大量販売を実現させたことで、消費者への安価な商品提供を可能にしていた(三浦, 2002, p.12)。そして、1972年に、当時のスーパーマーケット最大手ダイエーが、百貨店最大手の三越を売上高で上回るなど、1970年代には、小売業の主役が百貨店からスーパーマーケットへと交代していた(高岡, 2010, pp.283-284)。

スーパーマーケットが大規模化や店舗数拡大によって成長していた一方で、大規模な小売店が地域の商店街や中小小売業者に様々な影響を与えることが問題となっていた。そのため、1973年には、大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律(大規模小売店舗法: 大店法)と、中小小売商業振興法が制定された(日本流通学会編, 2006, p.259)。

大店法では、大規模小売店舗の事業活動が、その周辺中小小売業の事業活動に相当程度の影響を及ぼすおそれがあるかどうかという観点から、開店日、店舗面積、閉店時刻、休業日数の4項目について届け出をする必要があった(矢作, 1996, pp.305-307)。そして、大型店と周辺中小小売業との適正な調整をはかりながら、消費者の利益も配慮しようとするものであった(日本流通学会編, 2006, p.262)。

以上のように、1970年代には内需が拡大し、流通部門の企業が成長を遂げていく中で、地域経済に影響を与えるような大手小売企業が現れ始めた。その主役となったスーパーマーケットは、大量仕入れによる低価格・大量販売を実現することで、消費者への安価な商品提供を可能としたが、その反面、地域の中小・零細小売企業を苦境に立たせることとなった。そのため、地域経済に影響を与える規模の企業に対しては、企業活動を規制する法律が作られるようになった。

この時期には、企業が経済活動によって成長し続けることよりも、大企業が地域社会に与える影響や、地域社会における企業の競争関係が問われるようになっていた。

(3) 1980年代

1970年代に内需主導で成長してきた日本経済は、1970年代後半以降、輸出主導型の経済へと転換しており、1974年から1980年まで輸出の成長率が年平均10%を超えていた。この輸出主導型経済への転換は、1960年代後半から懸念となっていた貿易摩擦問題をより深刻なも

のにさせた。1970 年から 1985 年までの期間を見ると、輸出品目の中心を占めるようになった自動車、工作機械、電子機器などが輸出額全体に占める割合は、40.5% (1970 年) から 67.9% (1985 年) へと急増していた (下谷, 2010, p.16)。

1980 年代は、内需に変わる経済成長の一因として、国外市場での市場シェア拡大が日本企業の役割であったと思われる。1970 年代半ばより経済成長を続けていた日本は、巨額の貿易黒字を積み上げていき、1985 年には対外純資産額が 1298 億ドルに達して世界一位となっていた。その反面、アメリカは巨額の経常収支赤字の累積を抱えていた (下谷, 2010, p.16)。このような日本とアメリカの関係状態は、産業レベルでも問題視されており、その中で特に世間の注目を集めたのが自動車産業であった。

1980 年に日本の自動車生産台数は 1000 万台を突破し、アメリカを抜いて世界一となった。そして、その 1000 万台のうち 597 万台は輸出によるものであり、国外での販売台数が国内販売台数を上回っていた。これに対して、当時のアメリカは、景気後退局面にあり、大手自動車メーカーの業績が非常に低迷していた。そのような事情もあったため、アメリカで日本の自動車会社への批判が高まった結果、日本の自動車会社による輸出自主規制と対米投資の拡大を求める声が大きくなっていった¹⁾。

そのため、1981 年には、日本からアメリカへの乗用車輸出を年間 168 万台とする自主規制が開始された²⁾。また、対米投資の一環として、日本の自動車会社はアメリカ国内工場で現地生産を拡大することとなった。1984 年には、トヨタ自動車とゼネラル・モーターズ (General Motors) 社の折半出資による合弁会社「ニュー・ユナイテッド・モーター・マニュファクチャリング」が設立された³⁾。

以上のように 1980 年代は、日本企業が輸出によって成長し、国外市場におけるシェアを急速に拡大させていた。そのため、アメリカなどの輸出先の国では、日本企業に対する批判の声が大きくなった。この時期は、日本企業が国外の地域から社会的な責任を求められるようになった。

(4) 1990 年代

日本では 1985 年のプラザ合意以降、急激に円高となったため、国外での現地生産を本格化させる企業が増えていた。その背景には、1980 年代に世界経済の中で経済成長率が高かった中国や NIEs (韓国・台湾・香港・シンガポール)、ASEAN (東南アジア諸国連合) 諸国、インドなどの存在があった (橘川, 2010, p.4)。また、これらの新興国や途上国は、生産コストが低廉であった。そのため、日本や欧米の企業の中で、生産拠点をこれらの国に移転させる企業も少なくなかった。

1990 年代には、円高の影響が強く、国外で生産しなければ他の企業と競争できないほどの

状況であったため、新興国や途上国の低廉な生産コストを利用して事業活動を行う日本企業が増えた。同時に、欧米の企業も生産コストの低い国にある下請け工場に生産を委託するようになっていた。

当時、下請け工場に生産委託していた企業の関心は、生産される商品や部品のコストをいかに下げるかということに向けられていた。一方で、低廉な生産コストの背景にある生産現場の実態に対して関心の高い企業はほとんどなく、1990年代後半に NGO などが実態調査の結果を世間に公表するまで、社会的な関心も高くはなかった。

新興国や途上国にある下請け工場の労働環境に注目が集まる契機としては、1990年代後半のナイキ (Nike) 社の事例がよく知られている。1996年、アメリカの CBS が、ベトナムにあるナイキの契約工場での児童労働や劣悪な労働環境などの実態を伝える番組を放映した (関, 2011, p.45) ため、契約工場に対する社会的な責任をナイキに求める声アメリカ国内で高まった。この件に対して、当初ナイキは解決に向けた積極的な姿勢を取らなかったため、不買運動や裁判所への提訴へと問題が拡大した (谷本, 2006, p.80)。

以上のように、1990年代には、生産拠点を新興国や途上国に移転することで競争力を高めようとする企業が増えたが、それらの国にある工場の労働環境には様々な問題があったため、それらの工場と取引関係にある企業が批判されるようになっていた。このようにして、企業はそれまで対応する必要のなかった範囲まで CSR を求められるようになった。

(5) 2000年代

2000年以降の世界経済は、情報技術の急激な進展と同時に、スマートフォンやタブレットなどの携帯型情報端末が爆発的に普及し、様々な情報が瞬時に世界中に届けられるようになった。情報技術の進化や伝達速度の向上は、企業が新たな事業機会を創り出す一因となったが、一方で、事業活動も含めた企業の多様な活動に対する消費者の反応が、瞬時にかつ世界中から届くようになった。

2000年代には、国際機関などで CSR が本格的に議論されるようになり、社会的な課題の解決に向けた取り組みが企業にも期待されるようになった。2002年に開催された「持続可能な開発に関する世界首脳国会議」では、経済成長と公平性、天然資源と環境保全、社会開発、仕事、食料、教育、エネルギー、健康管理、水、衛生設備、文化的・社会的多様性、労働者の権利の尊重などのテーマが議論されたが、これらの議論とともに、社会的に責任ある企業としての役割や活動についても議論されていた (谷本, 2006, pp.83-84)。

さらに、2000年代半ばになると、社会的な課題の解決を事業の目的とする企業の取り組みが、世間の注目を集めるようになった。その中で、特に社会的な評価が高い企業のひとつとして、グラミン銀行があげられる。グラミン銀行は、マイクロクレジットやマイクロファイナン

スと呼ばれる小額の融資を無担保で行っている金融機関で、銀行の創設者であるムハマド・ユヌスと共に、ノーベル平和賞を 2006 年に受賞した。

グラミン銀行は、2010 年時点では、バングラディッシュ国内のすべての村の貧しい人々にサービスを提供できるようになったが、それ以外にも手頃な教育ローンの提供や、合弁会社による安価な栄養補強食品の販売なども行っており、貧困問題を解決するために様々な事業や取り組みを行なっている (Yanus, 2010)。これらの事業は、補助金や寄付金には頼らず、事業活動を継続するために十分な利益を生み出すことで、事業を継続して行っている。

このように、企業が経済的な価値と社会的な価値の両方を創造するような企業経営の考え方は、Creating Shared Value (共通価値の創造) として提唱されており、近年、CSR に関する議論のひとつとして注目されてきている。Creating Shared Value は、「企業が事業を営む地域と共に地域社会を改善しながら、自らの競争力を高める方針とその実行」と定義されており、地域の社会的価値を創出することによって、企業の経済的価値も共に創造することができると主張されている (Porter & Kramer, 2011)。

以上のように、2000 年代には、企業の事業活動と社会的な課題への取り組みを結びつけて考えられるようになってきている。また、社会的価値と経済的価値の創造を両立させながら高い業績をあげている企業も現れてきている。

(6) まとめ

本章では、日本経済が高度成長期を迎えていた頃から 2000 年代までの、企業の事業活動についての社会的な認識の変遷をたどってきた。ここまでの変遷を表にまとめると、表 1 のようになる。

表 1. 企業の事業活動に対する社会からみた責任の認識の変遷

年代	当時の社会状況と企業行動の特徴	社会に向けた取り組み	CSR の認識
1950 年代～ 1970 年代初頭	高度経済成長期 経済活動が最優先	公害発生の防止 健康被害への対応	CSR が問われ始める
1970 年代	安定成長期 内需の拡大	地域の商店街や 中小企業との共存	地域社会との関係が CSR として問われる
1980 年代	輸出主導型経済への転換 国外市場でのシェア拡大	自主的な行動制限 輸出国での現地生産	国外の地域に対する CSR が問われる
1990 年代	生産拠点の国外移転 国際的な企業競争	取引先工場の 労働環境の監督	CSR の対象となる 範囲が拡大
2000 年代	消費者の価値観の多様化 社会的課題への貢献	社会的課題に対する 事業を通じた取り組み	社会的価値と経済的価値 を創造する CSR へ

出所：筆者作成。

企業の事業活動についての社会的な認識の変遷は、表 1 にまとめられているように、高度成長期が終わる直前の 1960 年代後半には、企業は CSR を問われるようになっていた。その後、1970 年代には、企業は消費の多様化などに対応するとともに、地域社会との関係が CSR として問われるようになった。1980 年代には、日本が輸出主導で経済成長していたため、国内企業が国外の地域に対する CSR を問われていた。1990 年代には、急激な円高の影響もあり生産拠点が国外へと移転していたが、国外の取引先工場にまで CSR を問うべきだという声が広まっていた。2000 年代に入ると、社会的課題を事業の目的とする企業が注目されるようになり、企業が社会的な価値と経済的な価値を同時に創造することを、CSR として提唱する声も上がっている。

以上、本章では、企業の事業活動に対する社会的な認識を 2000 年代まで見てきたが、2010 年には、社会的責任に関する国際標準規格である ISO 26000 が発効された。この規格は、政府、産業界、労働、消費者、NGO、SSRO (Service, Support, Research and Others : その他有識者) の関係者が共同で作上げた (関, 2011, pp.25-26) ものであり、2010 年以降に CSR として議論されるべき内容が含まれているといえる。

そこで、次章では、ISO 26000 の特徴について検討していく。

II. 社会的責任の国際標準化

本章では、社会的責任についての国際標準化を検討するために、ISO 26000 を取り上げる。まずは、社会的責任が国際標準化された背景を述べる。次に、ISO 26000 の基本的な枠組みと、社会的責任の実践方法を確認する。最後に、ISO 26000 の特徴を検討する。

(1) 社会的責任の国際標準化の背景

2000 年代以降、経済や市場のグローバル化がますます進んできており、その中で活動する企業は、大企業から中小企業にいたるまで、国の境界を越えた繋がりを持つようになっていく。前章で見てきたように、企業が国外で事業活動を行う場合や、国外の企業と取引をする場合などに、企業は様々な課題を乗り越えて、社会的な責任を果たそうとしてきた。近年では、企業は、制度や商慣行が異なる複数の国や地域で事業活動しており、それぞれの地域から社会的な役割を要請されている。

企業が複数の国や地域で事業を行う際には、本社のある地域で法律やルールに従うことに加えて、進出先の地域における法律やルールにも基づいて活動を行わなければならない。しかし、例えば、1990 年代に、アメリカ企業の国外にある契約工場の労働環境が、アメリカ国民に注目されたように、企業が活動する地域の法律やルールを守って行動するだけでは、社会的

な役割を果たしていないと批判されるようになってきている。そのため、企業には、社会的責任に関する判断基準や、国際的な共通認識としての社会的責任の概念が必要とされていると言える。

このような課題がある中で、2001年には、ISOで社会的責任の国際標準化に関する検討が始められた。当初は、「企業の社会的責任」と呼ばれていたが、後に述べるように、すべての組織が社会に対する責任を持っているという認識に至ったため、規格作成の段階から「社会的責任」の国際標準規格としてまとめられていった(日本規格協会編, 2011, p.259)。規格の策定にあたっては、政府、産業界、労働、消費者、NGO、その他有識者という多様なステークホルダーが、対等の立場で議論し合意を形成するマルチステークホルダー・プロセスが採用されたが、これは、ISO 26000 作成作業の最大の特徴であった(関, 2011, p.24)。

マルチステークホルダー・プロセスでは、多様な意見を反映させることができるため、広汎な参加と合意ができあがった規格の正当性の源泉となるということが利点として評価されている(関, 2011, pp.27-28)。つまり、このような策定方法によって作成された ISO 26000 は、企業を含めた組織が最低限関与する必要がある社会的責任の条件を備えていると言うことができる。

そして、マルチステークホルダー・プロセスを採用して社会的責任の国際標準規格を作るにあたっては ISO の存在そのものが重要であった。

ISO は、数多くの国際的な標準規格⁴⁾を作ってきた中で培われた合意形成の経験やノウハウ、過去の実績に基づく知名度やブランド力、そして各国の標準化機関を束ねるネットワーク力など、独自の強みとなる特徴を備えている(関, 2011, p.13)。このような特徴を備えていたため、マルチステークホルダー・プロセスという非常に困難な手法による規格策定を実現させられたと言うことができる。

上記のような点をふまえて作られた ISO 26000 は、ISO の他の規格とは性質が異なっており、タイトルに **Guidance on social responsibility** とあることが表しているように、規格としての推奨事項を示すことを目的としている。つまり、適合性評価の結果に基づいて、資格を有する第三者から認証を受ける認証規格のような要求項目は ISO 26000 にはなく、推奨事項が記載されているだけなのである(関, 2011, p.20)。このように、ISO 26000 がガイダンス文書であることは、企業が社会的責任に取り組むための推奨事項を、自主的に行っていくことが期待されていると捉えることもできる。前章で見たように、CSR についての社会的な認識が多様化するとともに、企業が CSR として取り組むことも多様化しており、ISO 26000 のような国際標準規格は、企業の活動にとって重要な存在になると考えられる。

それでは、ISO 26000 とは、どのような内容の規格なのか。次に、ISO 26000 の概要について述べていく。

(2) ISO 26000 の概要⁵⁾

ISO 26000 は、①基本となるコンセプトを提示した部分、②社会的責任の内容が示された部分、③組織として社会的責任を実践するための具体的な内容の部分、という3つのパーツから成り立っている。ここでは、ISO 26000 の基本的な枠組みについて述べるため、上記の①と②を確認していき、その後で、③を確認することとする。

まず、①基本となるコンセプトを提示した部分には、目的や適用範囲、用語の定義、歴史的な背景などがあり、ISO 26000 で考えられている社会的責任の概念を理解するための情報が示されている。

例えば、目的に関しては、序文に、「社会的責任の目的は、持続可能な発展に貢献することである」(日本規格協会編, 2011, p.21)と書かれており、「持続可能な発展」という概念が強く意識されていることがわかる。この「持続可能な発展」とは、「将来の世代の人々が自らのニーズを満たす能力を危険にさらすことなく、現状のニーズを満たす発展」(日本規格協会編, 2011, p.41)のことであり、このような発展をしていくためには、社会的責任を理解し、実践していくことなどが重用であると考えられていることが確認できる。

用語の定義の中で、特に重要な単語は「社会的責任 (social responsibility)」であると言えるが、これは以下のように定義されている(日本規格協会編, 2011, p.40)。

社会的責任⁶⁾

組織の決定及び活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して、次のような透明かつ倫理的な行動を通じて組織が担う責任。

- 健康及び社会の繁栄を含む持続可能な発展に貢献する。
- ステークホルダーの期待に配慮する。
- 関連法令を順守し、国際行動規範と整合している。
- その組織全体に統合され、その組織の関係の中で実践される。

注記1 活動とは、製品、サービス及びプロセスを含む。

注記2 関係とは、組織の影響力の範囲内の活動を指す。

「社会的責任」の定義に「組織」という単語が入っていることからわかるように、この規格が適用されるのは、組織である。対象の範囲については、組織の規模の大小や、活動する国の経済状況に関わらず、民間組織、公的組織、非営利組織などのあらゆる種類の組織に役立つように意図されている(日本規格協会編, 2011, p.22)。そして、あらゆる組織に適用されることを意図したうえで、「社会的責任に取り組み、実践するとき、組織にとっての最も重要な目標

は、持続可能な発展への貢献を最大化することである」(日本規格協会編, 2011, p.27) と示されている。

このように、ISO 26000 では規格の対象を全ての組織としているが、本稿では、企業の社会的責任について考察することを主な目的としているため、組織の中でも企業を中心として ISO 26000 の内容を確認していく。

次に、②社会的責任の内容が示された部分には、この内容の中心となる「7つの原則」と「7つの中核主題」が示されている。

社会的責任の原則とは、「説明責任 (Accountability)」、「透明性 (Transparency)」、「倫理的な行動 (Ethical behaviour)」、「ステークホルダーの利害の尊重 (Respect for stakeholder interests)」、「法の支配の尊重 (Respect for the rule of law)」、「国際行動規範の尊重 (Respect for international norms of behaviour)」、「人権の尊重 (Respect for human rights)」の 7 つことである (日本規格協会編, 2011, pp.57-65 ; ISO, 2010, pp.10-13)。

また、社会的責任の中核主題は、「組織統治 (Organizational governance)」、「人権 (Human rights)」、「労働慣行 (Labour practices)」、「環境 (The Environment)」、「公正な事業慣行 (Fair operating practices)」、「消費者課題 (Consumer issues)」、「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 (Community involvement and development)」の 7 つである (日本規格協会編, 2011, pp.79-81 ; ISO, 2010, pp.19-20)。これらの中核主題は、図 1 のように、全体的な視点で見べきであり、1 つの中核主題に集中するのではなく、相互依存性を考慮すべきであると示されて

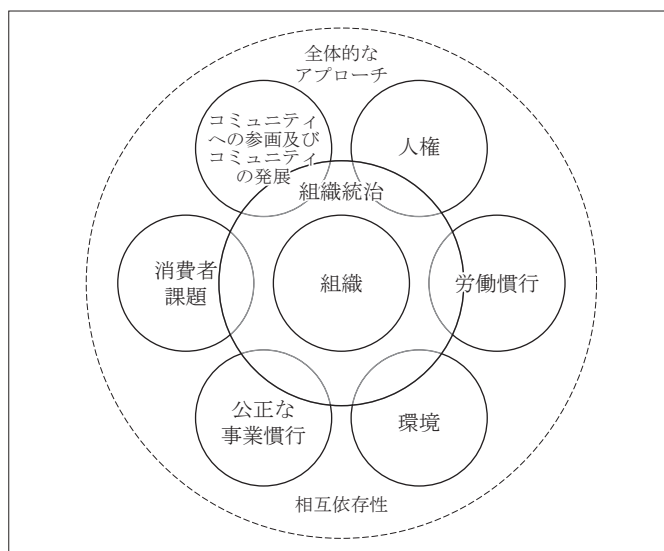


図 1. 組織と 7 つの中核主題の関係

出所：日本規格協会編, 2011, p.81 を基に筆者作成。

いる (日本規格協会編, 2011, p.80)。

後述するように、これらの「7つの原則」と「7つの中核主題」に関して、理解を深め、自らを点検することによって、この規格が示す社会的責任を実践する上での課題などを確認することができる。

ISO 26000 で取り上げられている社会的責任の内容は、国際機関が作成した企業の行動基準や行動倫理などに関する知見を基に、さまざまな専門家の議論を重ねて整理されたものである (熊谷, 2011, p.5)。そのため、ISO 26000 には、例えば、国連グローバル・コンパクト⁷⁾の10原則にある「人権」、「労働」、「環境」、「腐敗防止」といった内容と重なる部分が含まれている。

一方で、中核主題のなかで、「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」は、ISO 26000 としての独自性が高いテーマであると言われている (熊谷, 2011, p.53)。ISO 26000 では、「コミュニティ⁸⁾」を、「組織の所在地に物理的に近接する、又は組織が影響を及ぼす地域内にある住居集落、その他の社会的集落」(日本規格協会編, 2011, p.165)と定義しており、地域的なまとまりを指している。そのため、「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」では、「組織はコミュニティの一員であり、そこに積極的に参加して、地域の開発と発展に貢献すべきという考え方」(熊谷, 2011, p.70)が基本となっている。

コミュニティに関するこの中核主題は、「環境と開発に関するリオ宣言」(1992年)、「社会開発に関するコペンハーゲン宣言」(1995年)、「国連ミレニアム開発宣言」(2000年)、などの国連会議で採択された国際ルールが基となっている (日本規格協会編, 2011, pp.167-169)。そのため、これまで国連で議論されてきた「持続可能な発展」の概念をふまえた上で、「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」の中核主題は作られている。

以上で述べたように、ISO 26000 は、持続可能な発展という概念を強く意識したうえで、企業を含めた全ての組織を対象とした標準的な社会的責任のコンセプトを提示している。言い換えれば、持続可能な発展という目標のために、企業を含めた組織が長期的に、あるいは、永続的に社会的責任に取り組むことを求めていると捉えられる。また、社会的責任の内容は、コミュニティに関する中核主題といった独自性の高い内容を含むような形で、7つの原則と7つの中核主題を中心にまとめられている。このように、企業を含めた組織が取り組むべき社会的責任の内容が整理されていることは、特に企業にとって重要であると考えられる。

(3) ISO 26000 の実践方法

前節では、ISO 26000 の基本的枠組みとして、①基本となるコンセプトを提示した部分、②社会的責任の内容が示された部分、を確認した。次に、ここでは、ISO 26000 の実践的方

法として、③組織として社会的責任を実践するための具体的な内容の部分を確認する。

ISO 26000 にある、③組織として社会的責任を実践するための具体的な内容の部分では、ステークホルダーの参加と活用や、社会的責任を組織に組み込むための手引きなど、ISO 26000 を実践するためのプロセスが示されている。

ISO 26000 では、社会的責任の原則に「ステークホルダーの利害の尊重」が含まれているように、ステークホルダーの存在を重視している。そのうえで、「ステークホルダーの特定及びステークホルダーエンゲージメントは、組織の社会的責任の取組みの中心である」（日本規格協会編，2011，p.72）ことが示されている。ここでいう「ステークホルダー」とは、「組織の何らかの決定又は活動に利害関係をもつ個人又はグループ」（日本規格協会編，2011，p.41）のことである。

上記のような認識のもとで、社会的責任を実践するためには、まず、ステークホルダーを特定する必要があり、ISO 26000 には、ステークホルダーを特定するための質問項目⁹⁾も示されている。そして、ステークホルダーの特定の次に重要なことは、「ステークホルダーエンゲージメント」である。

「ステークホルダーエンゲージメント¹⁰⁾」とは、「組織の決定に関する基本情報を提供する目的で、組織と一人以上のステークホルダーとの間に対話の機会を作り出すために試みられる活動」（日本規格協会編，2011，p.41）であり、「その本質的な特徴は、双方向のコミュニケーションを必要とすることである」（日本規格協会編，2011，p.75）。つまり、ステークホルダーからの意見を聞くだけでは不十分であり、企業を含めた組織が社会的責任に関する取り組みを決めるために、対話や意見交換を行うことが求められている。

ステークホルダーの特定とステークホルダーエンゲージメントが重要であることを認識した上で、企業を含めた組織が「自らの社会的責任を特定するための効果的な方法は、7つの中核主題に特有の課題をよく知ることである」（日本規格協会編，2011，p.69）。ISO 26000 には、7つの中核主題の項目の中に、「課題」とその課題に「関連する行動及び期待」が含まれている。

例えば、「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」の項目には、①コミュニティへの参画、②教育及び文化、③雇用創出及び技能開発、④技術の開発及び技術へのアクセス、⑤富及び所得の創出、⑥健康、⑦社会的投資、の7つ「課題」があり、これらの課題には、課題ごとに検討ポイントが示されている（日本規格協会編，2011，pp.172-182）。そして、7つの中核主題に含まれる課題を検討した後、企業を含めた組織は、自らの組織と関連している課題の重要性と優先度を判断することになる（熊谷，2011，pp.88-90）。

以上のようにして、企業を含めた組織が取り組むべき社会的責任の課題が定まると、次は、組織全体に社会的責任を統合する段階となる。そして、組織全体へ社会的責任を組込み、ス

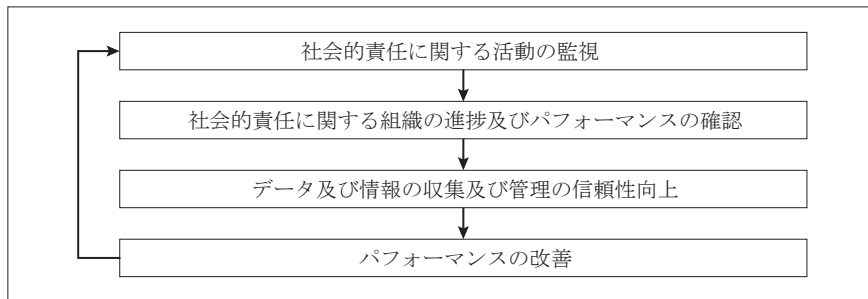


図 2. 社会的責任の成果を改善するサイクル

出所：ISO 26000 Post Publication Organisation, 2016 を基に筆者作成

ステークホルダーとのコミュニケーションを活用して社会的責任の取り組みを実践していく。このようなプロセスで達成された社会的責任の成果は、図 2 のようなサイクルで、評価され、改善される（日本規格協会編，2011，pp.206-221）。

上記で述べてきた、社会的責任の実践とその実践による成果の改善には、コミュニケーションが欠かせない要素となっている。社会的責任に関するコミュニケーションには、様々な種類があるが、ステークホルダーへのフィードバックの機会を設けることを推奨した方法も示されている。また、社会的責任の実践による成果を確認する場合にも、ステークホルダーが情報を容易に入手できるようにすることや、確認作業へのステークホルダーの参加が検討項目に示されている。

以上では、ISO 26000 を組織として実践する方法について述べてきた。

ISO 26000 を実践するためには、企業を含めた組織とステークホルダーとの関係を理解することが重要である。この関係においては、ステークホルダーエンゲージメントの定義でも示されているように、双方向のコミュニケーションを行うことが推奨されている。また、組織全体に社会的責任を統合するうえでも、ステークホルダーとの関係が重要である。ISO 26000 では、企業を含めた組織は、社会的責任を実践し、その実践による成果を改善するために、ステークホルダーとの関与を積極的に行なうことが求められていると言える。

(4) ISO 26000 の特徴の検討

本章では、社会的責任についての国際標準化を検討するために、ISO 26000 を取り上げ、社会的責任が国際標準化された背景を述べた上で、ISO 26000 の基本的な枠組みと、ISO 26000 の実践方法について確認してきた。

上記の内容から、ISO 26000 の特徴として、以下の 2 点があげられる。

第一の特徴は、社会的責任の中核主題のひとつとして、企業を含めた組織とコミュニティと

の関係が、環境や消費者課題などと同列で示されていることである。ISO 26000 では、社会的責任の内容として、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展が位置づけられており、コミュニティが企業を含めた組織の重要なステークホルダーであると考えられている。つまり、この規格では、社会的責任の概念及び実践において、企業を含めた組織とコミュニティとの関係が重要であることが示されている。

中核主題の他の項目は、例えば、コーポレート・ガバナンスや、環境経営、企業倫理などのキーワードで、CSR として以前から注目されていた。一方で、企業を含めた組織が、社会的責任としてコミュニティに参画することや、コミュニティの発展に寄与することは、これまであまり注目されていなかった。そのため、ISO 26000 の中核主題にコミュニティへの参画及び発展が位置づけられていることは、標準化された社会的責任の国際標準規格の特徴として重要であると考えられる。

第二の特徴は、ISO 26000 における社会的責任の実践方法やその改善プロセスである。ISO 26000 では、社会的責任の課題に取り組む際に、企業を含めた組織が、ステークホルダーと双方向のコミュニケーションを取ること、そしてその取り組みを改善するプロセスでは、ステークホルダーからのフィードバックを受けることが推奨されている。

これまでの CSR の取り組みでは、企業の内部のみで社会的責任の取り組み内容を決定することや、企業からの一方的な判断として CSR に関する活動が行われることが多く見られてきた。そのため、ステークホルダーエンゲージメントなどで見られるように、社会的責任に取り組む主体が、取組みのサイクルに外部から評価を受けることが示されていることは、ISO 26000 の実践面での特徴として捉えることができる。

お わ り に

本稿の目的は、今日的な企業の社会的責任を考察することであった。そのために、本稿では、まず、企業の事業活動と、その当時の社会状況を同時に確認することで、企業の事業活動についての社会からの責任の認識の変遷を述べてきた。

企業の社会的責任についての社会の認識は、時代ごとに変化していた。すなわち、まず、地域内の工場や事業所における問題に対して CSR が問われ始めるようになり、つぎに、地域社会との関係が CSR として問われるようになった。企業の事業活動範囲が国外に広がると、国外の地域に対しても CSR が問われるようになり、その後、CSR の対象となる範囲が拡大していった。そして、近年では、地域から社会的な課題への対応を期待されていることもあり、社会的な課題の解決に向けた取り組みを事業活動を通じて行うことで、社会的な価値と経済的な価値の両方を創造しようとする企業も現れている。

次に、社会的責任の国際標準化を検討するために、ISO 26000 を取り上げ、その特徴と、社会的責任の実践方法を確認した上で、特徴の検討を行った。

ISO 26000 の特徴としては、①社会的責任としてコミュニティへの参画及び発展への寄与が、社会的責任の中核主題の中に示されていること、②社会的責任の課題に取り組む際に、企業を含めた組織が、ステークホルダーを特定したうえで、ステークホルダーエンゲージメントに取り組むプロセスが示されていること、の2点が特に重要であると指摘できる。

以上の内容からは、次のようなことが示唆される。

まず、社会的責任に関する認識の変遷から考えると、地域社会から企業に対して、地域の抱える課題の解決に取り組むことが求められていることや、ISO 26000 において、企業を含めた組織とコミュニティとのフィードバックを含めた相互関係が重要視されていることなどから、今後、企業と地域との関係が CSR としても注目される可能性が高いと考えられる。このような社会からの要請の変化は、地域のコミュニティの発展に寄与することや、コミュニティへの参画の度合いを強めることを、社会的責任として企業に求めていくと思われる。そのため、企業は、地域との関係において、社会的な価値の創造を通じて自らの経済的な価値を創造することが求められるようになると思われる。上記のような企業の行動にとって、ISO 26000 のような標準化された社会的責任の国際標準規格がどのような役割を果たすことができるのか、注視していく必要があるだろう。

最後に、本稿で残された課題について述べていく。

まず、本稿では、社会的責任の歴史と到達点について、主に文献を基に検討を行ったため、企業事例の詳細な分析を行っていない。そのため、今後は、企業等への具体的な事例調査を行った上で、社会的責任についての検討を行う必要があると考える。また、今回は、社会的責任の国際標準化を検討するために ISO 26000 を取り上げたが、実際に ISO 26000 に取り組んでいる企業を対象とした調査を行う必要があると思われる。実際に ISO 26000 に取り組んでいる企業が、社会的責任の概念や実践方法をどのように考えているのか、企業とステークホルダーとの間でどのようにコミュニケーションが行われているのかなどについて調査することで、ISO 26000 への理解をより深めることができると考えられる。

<注>

- 1) 『トヨタ自動車 75 年史』 第 3 部 第 1 章 第 1 節 第 1 項「輸出自主規制の日米合意」
https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/text/leaping_forward_as_a_global_corporation/chapter1/section1/item1.html (2017 年 5 月 30 日参照)。
- 2) 『トヨタ自動車 75 年史』 「総合年表」
https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/data/overall_chronological_table/1981.html
 (2017 年 5 月 30 日参照)。
- 3) 『トヨタ自動車 75 年史』 第 3 部 第 1 章 第 3 節 第 2 項「GM 社との合弁」
https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/text/leaping_forward_as_a_global_corporation/chapter1/section3/item2_a.html (2017 年 5 月 30 日参照)。
- 4) ISO の規格として広く知られているものには、品質マネジメントの規格 ISO 9000 シリーズや、環境マネジメントの規格 ISO 14000 シリーズなどがある。これらは、「組織が目標をつくり達成するためのシステムを定めたもので、認証を受けることにより、規格の内容を満たしていることをアピールすることができる」ものであり、マネジメントシステム規格 (Management System Standard) と呼ばれるものである (熊谷, 2011, p.4)。
- 5) 以下では、日本語訳版の ISO 26000 (『日本語訳 ISO 26000 : 2010 社会的責任に関する手引』) から、ISO 26000 の本文を引用する。この日本語訳版の ISO 26000 は、ISO 26000 に関する検討・対応を行ってきた ISO/SR 国内委員会の監修のもとで、日本規格協会が編集し 2011 年に発行された書籍である。
- 6) ISO 26000 (原文) の「social responsibility」の定義は以下である (ISO, 2010, pp.3-4)。

responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that

 - contributes to sustainable development, including health and the welfare of society;
 - takes into account the expectations of stakeholders;
 - is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and
 - is integrated throughout the organization and practised in its relationships

NOTE 1 Activities include products, services and processes.

NOTE 2 Relationships refer to an organization's activities within its sphere of influence.
- 7) 国連グローバル・コンパクトは、コフィ・アナン元国連事務総長が 1999 年に提唱し、2000 年に発行された企業行動原則である。当初は、①人権 (人権宣言、人権侵害)、②労働 (団体交渉権、強制労働の撤廃、児童労働の廃止、雇用及び職業差別の撤廃)、③環境 (環境予防、環境責任、技術開発) の 3 分野 9 原則であったが、2004 年に腐敗防止に関する原則が加えられ、10 原則となった (矢野・平林, 2003, p.137)。
- 8) ISO 26000 (原文) では、「Community」を次のように定義している (ISO, 2010, p.60)。

Community in this clause refers to residential or other social settlements located in a geographic area that is in physical proximity to an organization's sites or within an organization's areas of impact.
- 9) ISO 26000 には、ステークホルダーを特定するために、以下の自問すべき質問が示されている (日本規格協会編, 2011, pp.74-75)。
 - その組織は誰に対して法的義務があるのか
 - その組織の決定又は活動によって、プラスの影響又はマイナスの影響を請ける可能性があるのは誰か
 - その組織の決定及び活動に懸念を表明する可能性があるのは誰か
 - 過去において同様の課題に取り組みなければならなかったとき、関わりがあったのは誰か
 - 特定の影響に対処する場合、その組織を援助できるのは誰か

- その組織が責任を果たす能力に影響を与えられるのは誰か
- エンゲージメントから除外された場合、不利になるのは誰か
- バリューチェーンの中で影響を受けるのは誰か

10) ISO 26000 (原文) の「stakeholder engagement」の定義は以下である (ISO, 2010, p.4)。

activity undertaken to create opportunities for dialogue between an organization and one or more of its stakeholders, with the aim of providing an informed basis for the organization's decisions.

<参考文献>

【日本語文献】

- 原朗 (2010) 「第 5 巻 はしがき」 石井寛治・原朗・武田晴人『日本経済史 5 高度成長期』東京大学出版会, pp. v-xi.
- 堀真由美 (2013) 「消費社会の変遷と消費行動の変容」『中央大学政策文化総合研究所年報』中央大学政策文化総合研究所, 第 17 巻, pp.137-153.
- ISO/SR 国内委員会監修, 日本規格協会編 (2011) 『日本語訳 ISO 26000 : 2010 社会的責任に関する手引』日本規格協会。
- 橘川武郎 (2010) 「第 1 章 概観:『プラザ合意』以降の日本経済の変容と日本企業の動向」橘川武郎・久保文克編『講座 日本経営史 第 6 巻 グローバル化と日本型企業システムの変容: 1985 ~ 2008』ミネルヴァ書房, pp.1-31.
- 熊谷謙一 (2011) 『動き出す ISO26000: 「組織の社会的責任」の新たな潮流』日本生産性本部生産性労働情報センター。
- 三浦信 (2002) 「序章」マーケティング史研究会編『日本流通産業史: 日本のマーケティングの展開』同文館出版, pp.1-23.
- 日本流通学会編 (2006) 『現代流通事典』白桃書房。
- 関正雄 (2011) 『ISO 26000 を読む: 人権・労働・環境……。社会的責任の国際規格: ISO/SR とは何か』日科技連出版社。
- 下谷政弘 (2010) 「第 1 章 大変化をもたらした 30 年—概説 I: 日本経済の 1955 ~ 1985 年—」下谷政弘・鈴木恒夫編『講座 日本経営史 第 5 巻 「経済大国」への軌跡: 1955 ~ 1985』ミネルヴァ書房, pp.1-29.
- 高岡美佳 (2010) 「第 9 章 小売業体の転換と流通システム」下谷政弘・鈴木恒夫編『講座 日本経営史 第 5 巻 「経済大国」への軌跡: 1955 ~ 1985』ミネルヴァ書房, pp.279-307.
- 谷本寛治 (2013) 『責任ある競争力: CSR を問い直す』NTT 出版。
- 谷本寛治 (2006) 『CSR: 企業と社会を考える』NTT 出版。
- 矢作敏行 (1996) 『現代流通: 理論とケースで学ぶ』有斐閣。
- 矢野友三郎・平林良人 (2003) 『新・世界標準 ISO マネジメント』日科技連出版社。
- 横石知二 (2013) 「タブレット端末を使って稼ぐいるどりばあちゃん軍団」『調査研究情報誌 ECPR』えひめ地域政策研究センター, 第 32 巻, pp.21-24.

【英語文献】

- International Organization for Standardization (2010) *ISO 26000: Guidance on social responsibility*, Geneva, Switzerland: ISO.
- Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011) “*Creating Shared Value*”, *Harvard Business Review*, Vol.89, No.1/2, pp.62-77. (DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳 (2011) 「共通価値の創造」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』2011年6月号, pp.8-31)

Yanus Muhammad (2010) *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*, Public Affairs. (岡田昌治 監修, 千葉敏生 訳 (2010) 『ソーシャル・ビジネス革命: 世界の課題を解決する新たな経済システム』 早川書房)

【ウェブサイト上の文献】

ISO 26000 Post Publication Organisation (2016) 「ISO 26000 Basic training material」 (https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/standards/docs/en/ISO_26000_basic_training_material_annexslides_2017.pptx) 2017年6月12日参照。

環境庁編 (1973) 『昭和48年版環境白書』 大蔵省印刷局 (<http://www.env.go.jp/policy/hakusyo/hakusyo.php?kid=148>) 2017年5月31日参照。

経済企画庁編 (1970) 『年次経済報告: 日本経済の新しい次元』 経済企画庁 (<http://www5.cao.go.jp/keizai3/keizaiwp/wp-je70/wp-je70-000i1.html>) 2017年5月31日参照。

『トヨタ自動車75年史』 (<https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/index.html>) 2017年5月31日参照。

A Discussion of Social Responsibility and CSR

Keiji Kamuro*

Abstract

The purpose of this study is to discuss an understanding of corporate social responsibility (CSR) in recent years. There are two reviews in this paper. The first is an understanding the change of recognition from the society, and the second is a consideration of ISO 26000.

Results of these reviews, revealed the following:

First, there has been a transition in societal recognition of CSR in Japan. From the 1950s to the early 1970s, people began showing an interest in CSR. In the 1970s, the understanding of CSR was added the regional economic issues. In the 1980s, residents of foreign countries started to consider CSR in relation to Japanese companies, and by the 1990s, the concept of CSR expanded to include a wide range of activities. In the 2000s, some companies began to take a strategic CSR approach, and the concept of Creating Shared Value (CSV) received attention.

Second, consideration of ISO 26000 revealed two features. ① ISO 26000 has a unique point compared to CSR. Because ISO 26000 intend to social responsibility which has seven “core subjects”, and that contains “Community involvement and development”. ② Organizations including corporations aim to “Stakeholder engagement” which contains feedback from “Stakeholder” and “Community”. In ISO 26000, Community refers to residential or other social settlements located in a geographic area that is in physical proximity to an organization’s sites or within an organization’s areas of impact.

In conclusion, this study suggests that, the importance of community and region is increasing in the concept of CSR.

Keywords:

Local Region, International standardization, ISO 26000, Core Subject, Community, Stakeholder

* Graduate School of Business Administration, Ritsumeikan University

