

社会的課題解決に向けた 企業の関与可能性

朴 恩 芝

1. はじめに

2015年国連は持続可能な開発サミットにおいて、「持続可能な開発のための2030アジェンダ (The Sustainable Development Agenda 2030)」を採択した。持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs) と称し、貧困、飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会など、解決すべき社会的課題の目標を17項目設定し、2030年までに解決することを目指している (UN, 2017)。

同時期に開催された、第21回国連気候変動枠組条約締約国会議 (United Nations Framework Convention on Climate Change: Conference of Parties 21) では、気候変動の規制に関する多国間の国際的な合意がなされ、法的枠組みであるパリ協定として採択された。この協定は、化石燃料に依存しない低炭素社会づくりに世界が取り組むことを社会、特に民間企業に対して、長期的な視点のもと、発信するところに特徴がある (田村, 2015)。

このように、世界が持続的に発展するために社会的課題を解決すべく、さまざまな提案が近年国際組織を中心になされつつある。その背景を説明するかのよう、2017年末に公表された『世界不平等報告書 (World Inequality Report) 2018』は、世界の富と所得の不平等の深化に警鐘を鳴らしている。そこでは、1980年から現在までの各国の経済的不平等の推移が示され、世界の上位1%の富裕層の増加分が下位50%の2倍に達していることを明らかにしている (Alvaredo et al., 2017, p 7)。

その原因は、グローバル経済が急速に発展するなか、社会のさまざまな負の遺産が顕在化したことにあるとみられる。とくに、その影響で社会のセーフティネットも不安定になる状況では、社会問題が深刻化するにつれ社会的排除⁽¹⁾がもたらされ、人々の関係が断絶し社会が疲弊していくことが懸念される。

こうした状況のもと、環境や社会に多大な影響力をもつ企業に、社会的課題に対する責任を要請する動きが強まっている。企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility：CSR）である。この要請に企業が責任意識をもって本格的に対応するようになったのは、1990年代に入ってからである。それまで局地的に行われていた社会の要請が、世界レベルでの市民意識へと広がることで、企業の多様な行動を引き出している。

ただ、CSRそのものの定義や範囲が必ずしも合意されているとは限らず、その活動が定着されつつある現在も、内容にはバラツキがみられる。日本企業の場合、環境問題への対応は早くから世界的な危機感に歩調を合わせ、取り組みも比較的積極的に行われてきたのに対し、社会問題への対応は企業内部の問題に留まる傾向にある（朴，2017，33-34頁）。

最近、いまの社会的課題を責任領域と意識し、注目する企業は増えているようだが、たとえ強い責任意識をもっていても、積極的に行動を展開するかはまた別の問題となる。なぜなら、社会的課題を解決するために、企業が取り組む正当性を問われるからである。CSR行動を有意義な活動とみる視線が増えているものの、依然企業にとってのコストとする認識は強い。

こうした認識のなか、企業が従来のCSRを、社会的価値を実現するための戦略的な取り組みの方向に引き寄せるためには、戦略そのものはもちろん、行動の正当性を説明することが求められる。そうでないと、社会的価値の実現が企業の犠牲のうでで成り立つと認識され、企業としてはより積極的なCSRを

(1) 社会的排除（Social exclusion）とは市場における弱者、就業困難者、失業者が次第に社会の周縁部へ押しやられ、人々を正常な交流や活動、現代社会における諸権利といった社会的関係から排除された状態に至らせる複合的な状態で、自力では逃れることができず、貧困状態へと落ち込んでいく過程のことである（谷本編，2006，12頁；塚本，2012，22頁）。

続ける動力、とりわけ株主・投資家からの支持が得られなくなってしまうからである。

本稿の目的は、社会的課題の解決に企業が積極的に関与すべきとする考えのもと、戦略的な CSR 行動に移ることが企業価値の向上につながることを、確認することである。企業価値を構成する経済的価値と社会的価値において、一般的に CSR は社会的価値の向上に役立つと考えられているが、ここでは同時に経済的価値向上も追求するところ（高度な CSR）に意義がある。

そのためにここでは、企業の CSR のなかでも、とくに社会貢献活動の拡大に注目する。社会貢献活動への取り組み方法を工夫することで、社会的価値向上をとおした経済的価値の実現が可能となる。結果として、社会的課題の解決に企業が活動主体の一員として関与する正当性が確認できるはずである。

2. 企業の社会的責任活動の進化

企業の CSR に対する社会的関心は依然高く、それに応じるかたちで、現在公表される CSR 報告書からはさまざまな企業行動がみられる。こうした動向については関連研究も活発になされ、初期の CSR そのものの検討から企業が CSR 行動をとる誘因までもが、定性的および定量的に分析されている（Kim et al., 2012; Elliott et al., 2014; 朴, 2009; 2010）。周知のとおり、これまでの研究は必ずしも一つの結果を導出してはいないものの、一定水準で示唆するものがある。そこでは、企業の CSR 行動が社会の要請に消極的に対応する受動的意味から変化し、重要な経営戦略として位置づけられつつある。

そもそも CSR については、アメリカのようにコンプライアンスや企業倫理の側面にとらえる考え方もあれば、ヨーロッパのように、それを基本前提としたうえで社会問題の解決に企業が参画することを要求する考え方もある⁽²⁾（経済産業省, 2006, 4-5 頁）。

(2) アメリカでは、さまざまな社会運動、市民社会からの要請に対する企業側の対応、すなわちリスクマネジメントの観点で CSR が遂行されている。一方、ヨーロッパでは社会問題に直接かかわることが重視される。

近年欧州委員会は、CSRを、企業が社会に与える影響に対する責任であると改めて定義している。CSRを完全に行うためには、企業が事業活動と重要戦略を統合する際に、ステークホルダーとの緊密な協働のもとで、社会、環境、倫理、人権と消費者問題を盛り込むべきとする（EC, 2011, p6）。

関連した動きとしては最近、より拡大された企業価値と投資形態を求めるESG投資（Environmental, Social and Corporate Governance）も注目される。国連の責任投資原則（Principles for Responsible Investment：PRI）から影響を受けたコーポレートガバナンス・コードやスチュワードシップ・コードには環境と社会、ガバナンスの領域に目を向けた機関投資家の変化が著しく読み取れる。

企業価値は企業が行うさまざまな活動から成り立ち、証券市場から評価される。従来はもっぱら経済活動からの経済的価値に対する評価だったが、近年は社会的価値もその構成要素の一つとされる。社会的価値とは社会にインパクト⁽³⁾を与え、変化をもたらすものである。

こうした社会的価値の実現による企業価値向上が、現在企業のCSRの取り組みを正当化する重要な根拠となる。とはいえ、いまだ多くの取り組みからは、社会的要請への対応を最低限に留めようとする消極的な意図が見え隠れする。なぜなら、いまなお株主利益優先の企業価値評価の世界では、CSRを、社会的領域に関連した経済的コストの回避手段のみ、つまりコンプライアンスやリスクマネジメントの一環とする判断が支配的なためである。

消極的なCSR行動の根底には、当然株主・投資家を意識せざるを得ない状況がある。これまで社会に向けた多様な取り組みは、フィランソロピーといわれる金銭的・非金銭的寄付などが一般的で、多くの場合社会的課題を解決するための企業の一方的な犠牲（コスト）として認識されていた。

企業にとってのコストを抑制したい意図は、通常の経営戦略ではもちろん、CSR戦略としても重要である。一連のバリューチェーンに経済的コストを発

(3) 事業展開の分野や地域間の比較などで、社会への正となる外部効果（外部経済：external economy）を評価しようとするが、測定方法や範囲などが特定しにくいいため、評価が容易ではない。評価方法としては、SROI（社会的投資利益率：social return on investment）が注目されている。

生させる可能性も多く、そこからもたらされる負の外部効果（外部不経済：external diseconomy）は企業にとっても負担なので、それを減らす作業は、ひとまず経済的コストの回避につながるからである（Porter and Kramer, 2011, 訳 16 頁）。

ただ、Porter and Kramer はコスト回避を超え、企業価値の向上のために社会的価値と経済的価値の両方を実現すべきとする経営戦略として、CSR を位置づける。とりわけ、社会の要請や問題に戦略的に取り組み、本業と関連させることで社会的価値を創造することが、結果的に経済的価値にもつながるとする共通価値創出（Creating Shared Value：CSV）を、経済的に成功できる新しい経営戦略として提示している（Porter and Kramer, 2011；訳 10 頁）。

同様に谷本（2007）も、CSR を、将来のリスクを低減するリスクマネジメントの側面と将来の利益を生むビジネスの側面でとらえ、正常な経営活動としての取り組みを超えた展開ができるとする（86-88 頁）。そこで応用段階として示された社会的事業と社会貢献活動が、まさに高度な CSR 行動の領域となる。この領域への取り組みに対する株主・投資家の理解は実行の強力な動力やモチベーションになりうる。

もちろん、企業が社会的課題すべてに関与し解決することはできないが、個別企業の意志によって、特定の事業と関連する社会的課題を選択することは可能である（Porter and Kramer, 2006；訳 84-85 頁）。Porter らは企業に影響を与える社会的課題を 3 つのカテゴリーに分類し、なかでも競争環境の社会的側面に注目した。外部環境要因のうち、事業を展開する地域での競争力に大きな影響を及ぼす問題である。

そこでは、社会的価値と経済的価値の同時実現に、地域社会との緊密な関係維持が重要な働きをしており、CSR 戦略により社会状態を改善するところまでが強調されている（Porter and Kramer, 2006；訳 85 頁）。

こうした考えは、従来の CSR を収益性活動との trade-off 関係とする限界を解消するものである。そこでの収益性を、依然産業構造および差別化された競争優位を築く企業の能力に左右されるものとした場合、競争に変化をもたらす

ことで新たなビジネスチャンスと新たな問題の顕在化が可能となる（Porter, 2013, 67 頁）。

社会的要請によって顕在化した新たな問題に、特定の事業と関連して対応することは、競争優位のための差別化に極めて有効である。このような差別化に向けた戦略的 CSRこそが、新しい競争優位の知識と技術として評価されるソーシャル・イノベーションの領域である。

ソーシャル・イノベーションは企業の社会的価値と経済的価値を同時に引き上げるのに適しており、企業のブランド力や競争力向上の好循環をつくるなど、企業価値の向上に貢献するもっとも高度で理想的な CSR の領域といえる。

しかし、この領域を選択できる企業や産業は一部に限られることが、課題として残る。さらに、その成果が社会的にインパクトをもたらす経済的にも高く評価される一方で、その負担を消費者に簡単に転嫁してしまう危険性もあるため、社会的価値に占める経済的価値の割合にバランスを要する。とはいうものの、一定水準で企業が本業をとおして社会的価値と経済的価値の両方を実現できるため、その価値や期待は大きい。

こうしたソーシャル・イノベーションの、高度な CSR としての多様な可能性に比べ、もう一方の社会貢献活動の領域は、従来から企業が行ってきた支援活動としてのフィランソロピーの延長線と理解されることが多い。企業の社会貢献活動に関する経団連の調査によると、活動の多くが金銭的寄付を中心としており、活動分野も慈善活動や文化、研究関連の取り組みに集中している（経団連, 2017, 4-5 頁）。図表 1 からは、こうした傾向に 20 年以上大きな変化がみられない。

とくに、項目 1 の社会福祉、ソーシャル・インクルージョン（社会的包摂）、項目 11 の人権、ヒューマン・セキュリティ、項目 12 の NPO 関連、項目 13 の雇用支援の場合、現在解決すべき課題としては優先順位の高いものであるが、社会貢献活動としての取り組みの関心はかなり限定的で、改善も期待されない。このように、とりわけその取り組みに長期的な視点が求められ、解決が難しいとされる社会的課題の分野に、企業をどう関与させるかが今後重要な

図表1 分野別社会貢献活動支出割合の推移

	95年度	00年度	05年度	10年度	15年度	16年度	15-16比
1. 社会福祉, ソーシャル・インクルージョン	6.0%	5.8%	5.4%	4.9%	5.2%	4.6%	▲ 0.7
2. 健康・医学, スポーツ	② 14.4%	③ 12.5%	④ 13.6%	⑤ 11.4%	② 14.4%	③ 14.4%	▲ 0.1
3. 学術・研究	③ 13.1%	① 21.3%	③ 14.2%	② 16.8%	③ 13.0%	④ 8.9%	▲ 4.2
4. 教育・社会教育	④ 11.1%	9.7%	① 16.1%	① 18.7%	① 20.2%	① 19.4%	▲ 0.8
5. 文化・芸術	① 20.8%	② 13.4%	② 16.1%	④ 12.6%	⑤ 10.4%	② 17.2%	6.8
6. 環境	8.8%	④ 10.6%	10.8%	③ 13.9%	6.9%	6.3%	▲ 0.6
7. 地域社会の活動, 史跡・伝統文化保全	⑤ 9.0%	⑤ 10.1%	⑤ 10.9%	8.4%	④ 12.3%	⑤ 7.8%	▲ 4.5
8. 国際交流	4.6%	4.9%	2.6%	2.1%	1.8%	1.7%	0.0
9. 災害被災地支援	2.4%	1.2%	1.9%	1.4%	4.4%	5.3%	0.9
10. 防災まちづくり, 防犯			0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0
11. 人権, ヒューマン・セキュリティ			0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1
12. NPO の基盤形成			0.3%	1.0%	0.9%	0.9%	0.0
13. 雇用創出及び技能開発, 就労支援				0.5%	0.7%	0.7%	0.0
14. 政治寄附			1.4%	0.8%	1.0%	0.8%	▲ 0.2
15. その他	10.0%	10.6%	6.3%	7.1%	8.2%	11.5%	3.3

出所：経団連（2017）『2016年度社会貢献活動実績調査結果』6頁。

関心事となる。

企業が多様な分野に積極的に関与しにくい理由は、ひとまず社会貢献活動の領域を、直接の対価を要求しないものとする認識にあると考えられる。社会貢献活動の定義について、谷本（2007）は、基本的に本業から離れコミュニティが抱える課題の解決に、経営資源を活用して支援する活動⁽⁴⁾（87頁）とし、経団連の社会貢献推進委員会（2017b）も、直接の対価を求めない活動としている。

(4) 具体的には、金銭的寄付による貢献に加え、施設・人材を活用した非金銭的な貢献、さらに本業の技術などを活用した貢献に分類する。近年は本業での技術の活用が増えており、ビジネス的側面をもつ社会的事業のソーシャル・イノベーションの領域とも重なるところがある（谷本，2007，201頁）。

これらの定義からは、社会貢献活動が企業活動の中心から離れ、企業の経済的価値の一方的な犠牲によって社会的価値が成り立つ trade-off の構図が見て取れる。こうした構図が、社会貢献活動についての株主・投資家の認識を制約する要因となりうる。

周知のとおり、企業はさまざまな活動のなか、社会に外部経済または外部不経済をもたらす。地球環境におけるさまざまな問題は、外部不経済の本質を克明に表すものといえる。

企業が外部不経済をもたらした場合、社会的厚生を拡大するため、政府の介入が行われる（西村，2012，286頁）。たとえば、環境問題を起こした企業に対しては課徴金を課し抑制させ、環境にやさしい製品には助成金を出し奨励する。どちらの場合も、企業の対応によって外部不経済が内部化されることになる。

企業がいまの環境問題や格差問題など社会的課題に与えてきた影響力を考えると、外部不経済の内部化への取り組みは喫緊の課題である。社会から企業にCSRが要請される強力な理由でもある。しかし、外部不経済を測定し、その帰属先となる企業を特定するのは必ずしも容易ではない。そもそも外部不経済を、なぜ企業が負担し内部化するののかの根本的な疑問は常に存在する。

規制により強制的に外部不経済への責任を負わされていると認識する企業なら、その規制を取り組みの上限と設定し、それ以上の対応はしない。実際長い間、社会的課題の解決はもっぱら政府やNPOなどの非営利組織に委ねられてきた。

これらの現状からは、企業が社会的課題解決の領域に自主的に参加し、外部不経済の内部化に取り組むのに、コスト回避以外の積極的な理由が見当たらない。裏を返せば、経済的コストを超える経済的価値の実現ができれば、企業が積極的なCSRに取り組む客観的な誘因が与えられることになる。

とりわけ高度なCSR展開を持続可能なものにするためには、社会的価値実現を優先としながらも、一定水準で経済的価値の担保可能性を確認させることが重要である。株主・投資家を意識するCSR戦略を展開するなら、なおさらで

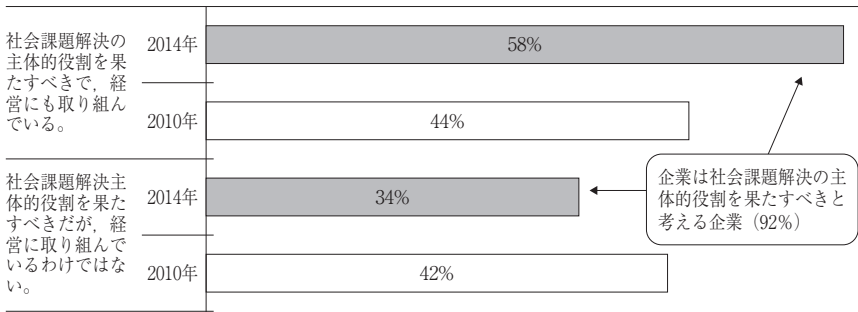
ある。

現実問題として、企業の経営者がCSRを経営上どう位置付けているかの認識は、経済同友会（2014）が発表した「日本企業のCSR：自己評価2014」から読み取ることができる。

当該報告書では、本業での取り組みで社会に貢献することや地域社会の発展に寄与することを重視するCSRが定着されつつあるなか、フィランソロピーや世界各国の貧困の解決に貢献することなど本業と直接のかかわりをもたない社会的課題に対しては、参加意識の低さが示された（経済同友会、2014、17頁）。

その一方で、企業が社会的課題の解決に役割を果たすべきと考える経営者は92%、さらにその思いを経営に反映させている経営者は58%に達しており、経営者の意識が着実に変わりつつあることが見て取れる（図表2）。

図表2 社会的課題と企業への期待



出所：経済同友会（2014）『日本企業のCSR：自己評価レポート2014』23頁。

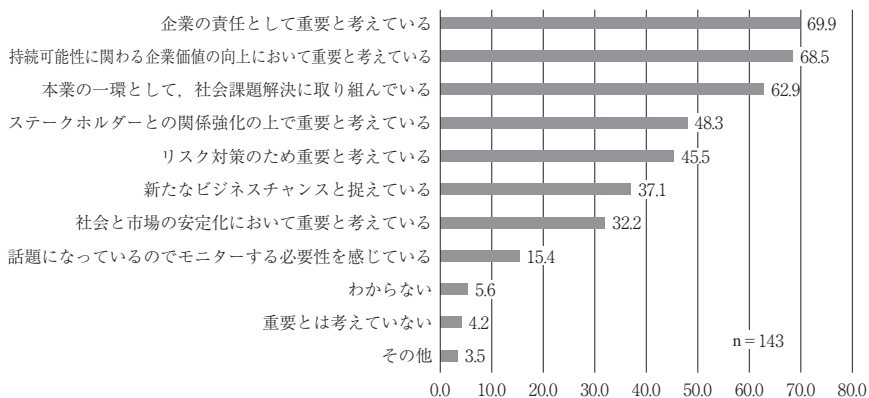
企業価値評価に対する投資家の認識変化をどう受け止めているかについては、個人・機関投資家に財務面だけでなく非財務面も含めて評価されていると⁽⁵⁾

(5) 近年国際的に統合報告（Integrated Reporting：IR）が注目されている。その報告は投資家を中心としたステークホルダーを対象としており、従来の財務情報に非財務情報、主として環境情報、社会情報、ガバナンス情報といったESG情報が追加されている。

考える経営者が多く（70%以上）（20頁）、今後社会的価値の実現のため、社会的課題解決に積極的にかかわることが期待される。

社会的課題の解決に重点をおいた調査としては、経済産業省が実施した「社会課題（SDGs等）に関する意識調査」も興味深い（企業活力研究所，2017）。この調査によると、社会的課題の解決を企業の責任とし、持続可能性にかかわる企業価値向上のために重要と考え（69%）、本業の一環として取り組んでいる（63%）とする積極的な認識の企業が多い（図表3）。ここからは、企業がSDGsを積極的に受け入れ、事業活動の中心領域に置こうとする意図が読み取れる。

図表3 社会的課題（SDGs等）解決の位置づけ



出所：企業活力研究所（2017）『社会課題（SDGs等）解決に向けた取り組みと国際機関・政府・産業界の連携のあり方に関する調査研究報告書』10頁。

これらの調査において注目すべきは、調査対象企業が、企業価値を向上させる高度なCSRを、一方的な社会的価値向上の手段と認識しているところである。とりわけ、経営者が投資家のCSRへの意識変化を読み取りながらも、その変化を投資家の社会性啓発からのものとみなし、社会貢献活動を社会的価値のみの実現に限定しているようにみえる。

もちろん、社会的価値の実現手段としてCSRはもっとも重要な手段であり、

投資家も受け入れつつある現状であるが、それだけで高度な CSR の持続可能性は担保できない。

これら調査の根底には、一部の企業や産業を除いて、相変わらず社会的価値と経済的価値との trade-off 関係が解消されずにいる。言い換えると、社会的価値の向上をとおして経済的価値を実現する共通価値が、ソーシャル・イノベーションの領域においてのみ実現されるとの認識が根強い。

だからこそ、一般の企業が取り組むことのできる社会貢献活動の領域から、改めてその可能性を確認する必要がある。

3. 経済的価値を意識した取り組み

社会的課題を解決し社会的価値を向上させることと経済的価値を達成することが、社会貢献活動をとおしてどう実現されるか。CSV を提唱した Porter によると、企業が展開する事業環境と市場は従来の経済的要請からだけでなく、社会的要請からも成り立つ。

それを戦略的に展開し共通価値を創出するには、製品と市場の見直しとバリューチェーンの生産性の再定義、企業の拠点地域支援の産業クラスターづくりが前提とされる (Porter and Kramer, 2011, 訳 14 頁)。彼らの主張の大部分は、ソーシャル・イノベーションの領域を想定しているが、社会貢献活動の観点からすると、とりわけ地域社会との関連が参考となりうる。

地域を支援する産業クラスターの形成、すなわち企業が地域との緊密な関係のもとで事業活動を展開し、産業間のネットワークをつくることで、企業には社会的価値と経済的価値を実現する機会がもたらされる。そこで、ソーシャル・イノベーションの領域でなく、社会貢献活動の領域で取り組む場合、単なる倫理的責任の強調やフィランソपीとしての認識に警戒が必要である。

重要なのは、社会貢献活動に取り組む企業の経済的価値が実現される仕組みである。事業活動を拡張するにあたって、本業の技術やノウハウを活用するソーシャル・イノベーション領域を除いた場合、企業にできる別の側面、すなわち投資活動を応用することも一つの方法となりうる。社会的課題解決のための

投資、いわゆる社会的インパクト投資⁽⁶⁾である。

もちろん、こうした社会的インパクト投資は、社会的課題解決が事業活動の領域で取り扱われ、事業を計画し実施組織を募る主体の存在を前提とする。企業もその主体となりうるが、一般的には政府や自治体などのサード・セクター主体で公共事業が実施される。新自由主義以降、各国の緊縮財政が著しく、公共事業部門全般の民間移譲も進んでいる。ひとまず、そのような仕組みへの参画を想定することも悪くない。

その際には、その投資活動が従来のフィランソロピーのように寄付や一方的支援ではなく、回収見込みを考慮した本格的なものであることに留意を要する。支援の領域も社会的課題解決のための重要な軸であるが、取り組みの持続可能性を前提に、ここでは社会的価値と経済的価値を共に実現するためのモデルとして、社会的インパクト投資というかたちを想定する。

投資意思決定のためには、投資先に対して、組織としての健全性、事業内容における成長性、将来性、持続性などが、社会的課題の解決を対象に判断される。それが可能になるためには、企業の投資戦略と展開方式に工夫が必要である。

投資というと、一般的に対象とする事業に直接かかわる形態が考えられる。直接的な社会的課題の解決を進める場合、子会社のような新たな組織体制も必要となり、本格的な事業活動として位置づけられる。この形態は取り組み企業の強い意志が社会に伝わりやすく、その活動も注目される。本社の支援のもと、長期的には所定の目標の達成に一定の成果が出やすい利点もある。

しかし、一般の営利企業という組織の特性上、社会的価値の実現より経済的価値が優先されるリスクは常にある。事業の一環とするも、社会的課題解決の専門的知識やノウハウが蓄積されていないため、さまざまな試行錯誤も予想される。何より、外部不経済をもたらした当事者である企業が、それを儲けの対

(6) 2013年世界主要国首脳会議（G8サミット）において提唱され、インパクト投資をグローバルに推進することを目的として、社会的インパクト投資のタスクフォースが創設された。

象にするという批判は避けられない。

そのため、一般的にはNPOなど関連分野で経験豊かな組織に事業を任せ、社会的投資家として資金を提供するカタチがとられる⁽⁷⁾。これまでさまざまな社会的課題解決の主体として勤めてきたNPO組織の多くが、資金や組織能力の面で常に不安定な状況にあることはよく知られている。NPO組織の性質上、その活動を金銭的に正当に評価してもらえにくい事情がある。

不安定な組織能力の問題から、事業の実施先が一部の大規模NPO組織に集中することも多い。ただし、大規模NPO組織の場合、国際的アジェンダを掲げて活動することが多く、特定地域に限定した細やかな事案には適していないかもしれない。

こうしたNPO組織固有の問題を緩和し、地域の社会的課題にかかわるために、社会的企業システムは有用である。社会的企業とは、社会的課題解決というミッションを最優先としながらも財務的リターンを求める組織で、営利と非営利の組織の特徴をもつハイブリッド組織である(朴, 2015; 2017)。主にNPO組織や協同組合などが含まれるが、国や地域によって異なる。

本来、社会的企業の存在感は、社会的ミッションが優先される営利活動にある。成功すれば、企業と社会的企業はともに社会的価値と経済的価値を実現し企業価値を向上することができる。ただ、現実従来NPO組織と同様のリスクが社会的企業に潜んでおり、活動の成果や持続可能性に不安が残る。

この不安を解消するためには、社会的企業への投資とともに組織の管理運営面での支援が欠かせない。社会的企業が社会的課題解決をもっとも効率的かつ効果的に遂行できるよう、企業が支援する仕組みである。社会的課題の解決に一般企業を巻き込もうとする積極的な理由が、まさにここにある。

企業は資金の提供とともに組織能力や人材を活用し、社会的企業は社会的課題解決というミッション遂行による社会的価値と財務的リターンによる経済的価値の実現に加え、社会的課題解決のエキスパートとして組織の持続性までも

(7) なお、従来行われていたNPO組織との協働は、回収を目的とする投資の概念ではなく、支援金提供の意味合いが強かったとみられる。

が担保される。

こうした企業の支援はフィランソロピー的性質のものではなく、あくまで投資資金を回収するための必然的戦略である。企業が投資後、社会的企業の組織能力を引き上げ社会的課題を改善できれば、投資資金の回収が可能となる。なお、このような支援は一部経済的価値のかたちで企業に還元できる。

参考すべき仕組みとして、いま注目されている社会的インパクトボンド (Social Impact Bond: SIB) を想定する。周知のとおり、SIB はイギリスを中心に展開されている社会的投資の一種である。サード・セクターによる公共事業に社会的投資家を組み入れ、主として社会的企業を活用して、社会的課題の解決を目指す。本来、社会的課題の解決に取り組む NPO 組織に財務的リターンの要素を補わせることで、NPO 組織固有の不安定要因を解消することが意図されている。

SIB としては、イギリスの Peterborough Project が、2010 年世界初司法部門で実施された。途中イギリス司法省の政策変更により一部の事業内容が中止、期間も変更されたが、2017 年に投資家に対して元本の償還と年率 3 % 超のリターンが分配されたとの成果が報告されている (Social Finance, 2017)。

日本でもこれに影響を受けて、各自治体が関心を示し導入が始まっている。2015 年家庭支援部門 SIB を横須賀市が試験的に導入したことを皮切りに、最近は神戸市などでヘルスケア部門 SIB が次々と導入されている。

こうした SIB の安定的な維持には、社会的企業に対する組織運営面と資金面の支援が不可欠である。イギリスでは政府主導で、前者のために中間支援組織が、後者のためには Big Society Capital という社会的インパクト投資支援の金融機関が設けられている。⁽⁸⁾ 本稿で主張する企業の投資は、まさにこのイギリスの金融および組織支援向けの中間支援組織の役割を理想とする。

問題は、このような社会的インパクト投資システムが、本来の趣旨とは違っ

(8) しかし、そこでは競争原理が強く働くため、規模や組織能力の弱い企業は選定の段階で排除され、組織能力と資金力のある営利企業に機会をとられてしまうことも懸念されている。

て、評価が出やすく取り組みやすい課題に集中する可能性である。社会的価値の評価方法が定まっていない現状から、社会的課題の実態によっては、取り組みに時間と費用が予想以上かかり、その成果も出にくいことがあるからである⁽⁹⁾。

とはいえ、社会的インパクト投資の仕組みが現在の社会的課題解決に有用なのは否定できない。その際、社会的インパクト投資における企業の立ち位置は、外部不経済の内部化実現を目指す活動主体の一員でありながらも、あくまで社会的課題優先の仕組みを支える社会貢献活動に留まることが望ましい。こうした活動によって、徐々に社会的価値と経済的価値が実現できれば、高度なCSRの一つとして社会貢献活動に取り組む必要性を示すことができ、株主・投資家を含む多くのステークホルダーからも理解が得られる。

4. 高度なCSRとしての社会貢献活動の可能性

本稿では、社会的価値をとおして経済的価値を実現する仕組みを、高度なCSRの一環としての社会貢献活動、すなわち社会的インパクト投資から模索した。

社会的価値の実現による外部不経済の内部化とそこからの経済的価値の実現が担保できれば、株主・投資家のもつ高度なCSR行動への疑いは解消できる。ところが、社会的価値と経済的価値とのtrade-off関係に対する認識を変えるのは容易ではない。たとえ認識が変わるとしても、本質的な活動内容の変化が伴われないと、全体の構図は変わらず、高度なCSRは持続できない。

だからこそ、社会貢献活動の領域に期待がもてる。社会的価値の実現をとおして経済的価値を上げる構図はPorterらの主張どおりだが、製品など一部企業や産業にとって本業に直結するソーシャル・イノベーション領域ではなく、それにとらわれない企業の社会貢献活動を意図するから有意義である。

(9) また、大手のコンサルティング会社による応募技術の伝授が目立つなど、過度な商業化のターゲットになることで、実際ミッションより儲けが優先しているような状況も見受けられる（西村，2015，18-21頁）。これは、競争という名目で非営利企業と営利企業を同じ土俵に置くことによる問題とみられる。

ここでは社会的課題解決のため、ひとまずサード・セクターが展開する公共事業に、一定水準で企業が関与することを提案した。そのためには、社会的インパクト投資、さらに社会的企業との協働という仕組みが有用である。前提としては、単なる資金援助ではなく回収を見込む投資として、さらにその事業を成功に導くため、組織支援を務めることも重要である。

ただし、その支援はあくまで組織の育成と事業展開を支えるためのものであって、企業の一方的な主導や干渉ではないことに留意する必要がある。これによって、社会的課題の解決に向けた持続可能なシステム構築が可能となる。

こうした投資活動によって、企業にとっては高度な CSR を展開することで企業価値が向上し、社会的企業も組織や資金面での支援を受けることで社会的課題解決に集中できる、社会に真のインパクトを与える仕組みづくりが可能となる。

重要なのは、社会的課題解決に取り組んだ結果、経済的価値までもがもたらされ、企業にとっても社会にとっても価値が実現されることをシステム化することであり、そのために、社会的インパクト投資システムの活用は有用である。

参 考 文 献

- 環境省（2015）「国連気候変動枠組条約第 21 回締約国会議（COP 21）、京都議定書第 11 回締約国会合（CMP 11）等（概要と評価）」。
- 企業活力研究所（2017）『社会課題（SDGs 等）解決に向けた取り組みと国際機関・政府・産業界の連携のあり方に関する調査研究報告書』経済産業省。
- 経済同友会（2014）『日本企業の CSR：自己評価レポート 2014』。
- 谷本寛治編（2006）『ソーシャル・エンタープライズー社会的企業の台頭』中央経済社。
- 谷本寛治（2007）『SRI と新しい企業・金融』東洋経済新報社。
- 田村堅太郎（2015）「COP 21 が 2020 年以降の新たな国際枠組み「パリ協定」を採択：成果と課題」IGES。
https://www.iges.or.jp/jp/climate/climate_update/201512_tamura.html
- 塚本一郎（2012）『社会的企業の社会的包摂機能の戦略的社會基盤整備の制度化に関する日英比較研究』全労済協会。
- 西村和雄（2012）『ミクロ経済学入門』岩波書店。

- 西村真理子 (2015) 「プライスウォーターハウスクーパースセンターズ・フォー・ソーシャルインパクト (非営利・公共経営研究所 (明治大学) 『2014 年度英国調査: 英国におけるソーシャル・インパクト・ボンド (SIB) と社会的インパクト評価に関する研究報告書』所収, 非営利・公共経営研究調査シリーズ No. 27)』, 15-21 頁。
- 日本経済団体連合会 (2017 a) 『2016 年度社会貢献活動実績調査結果』。
- 日本経済団体連合会 (2017 b) 『CSR 時代の社会貢献活動 (中間報告)』。
- 朴 恩芝 (2009) 「企業の環境投資と株式リターン」『社会関連会計研究』第 21 号, 65-75 頁。
- 朴 恩芝 (2010) 「企業戦略としての環境投資 - 環境会計情報の分析」『社会関連会計研究』第 22 号, 73-83 頁。
- 朴 恩芝 (2015) 「イギリスにおける社会的インパクト投資 - 市場拡大と社会的インパクトボンド (SIB)」『経済論叢 (香川大学)』第 87 巻第 3・4 号, 171-183 頁。
- 朴 恩芝 (2017) 「企業の社会的責任と社会的企業への関与可能性」『香川大学経済学部研究年報』56, 23-41 頁。
- Alvaredo, F., L. Chancel, T. Piketty, E. Saez and G. Zucman (2017), *World Inequality Report 2018 executive summary*, World Inequality Lab.
- Elliott, W., E. Jackson, M. Peecher, and B. White (2014), "The Unintended Effect of Corporate Social Responsibility Performance on Investors' Estimates of Fundamental Value", *The Accounting Review Vol. 89, No. 1*, 275-302.
- Kim, Y., M. Park and B. Wier (2012), "Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?", *The Accounting Review Vol. 87, No. 3*, 761-796.
- Porter, M. (2013), 「編集部インタビュー: これからの競争優位」『Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』3月号, 64-73 頁。
- Porter, M. and M. Kramer (2002), "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy", *Harvard Business Review dec.* (沢崎冬日訳 (2003) 「競争優位のフィランソロピー」『Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』3月号, 26-43 頁)。
- Porter, M. and M. Kramer (2006), "Strategy and Society: The link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review dec.* (村井裕訳 (2008) 「競争優位の CSR 戦略」『Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』1月号, 36-52 頁)。
- Porter, M. and M. Kramer (2011), "Creating Shared Value", *Harvard Business Review jan-feb.* (編集部訳 (2011) 「共通価値の戦略」『Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』6月号, 8-31 頁)。
- Social Finance (2017), *World's 1st Social Impact Bond shown to cut reoffending and to make impact investors a return*, 27, Jul.
<http://www.socialfinance.org.uk/sites/default/files/news/final-press-release-pb-july-2017.pdf>
- United Nations (2017), *Sustainable Development Goals: 17 goals to transform our world.*
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/>