

## 中国における CSR の到達点と課題

——CASS《BLUE BOOK》の分析を中心に——

酒 井 正 三 郎

### **The State of Progress and Problems of CSR in China: Focus on Analysis of CASS《BLUE BOOK》**

Shozaburo SAKAI

This study introduces the status of CSR (Corporate Social Responsibility) efforts in China based on the “Research Report on Corporate Social Responsibility of China (2019)” issued by Chinese Academy of Social Science CSR Research Center, and examines the changes in CSR awareness and evaluation systems of China in recent years. Based on these examinations, this study extracts the Chinese characteristics of CSR and its problems. The word “progress” in the title of this article means how far China has come, implying that the CSR evaluation criteria of CASS (BLUE BOOK<sup>1)</sup>) changed significantly in the direction of CSV proposed by M. Porter, et al. since this 2019 edition. CSV is translated as “creating common value” and made into a management concept meaning simultaneously expanding common value for both companies and society, and positioning CSR activities as strategies. In other words, CSR, which originally started from reflection on corporate misdeeds that occurred as a result of putting the highest priority on pursuing profits, is now being used strategically as a means of pursuing profits, and it is changing to a “Corporate Social Strategy” that simultaneously create both of economic and social benefits. What is the background of the inversion that can be called the “capitalization of CSR” phenomenon in China, and what are the problems caused by it? The results of the study can be summarized in the following three points: (1) CSR in China is stipulated by national law and is led by politics as a party and/or government policy. This tendency has become even stronger with the 2018 constitutional reform. (2) In China, there is no dynamics of converting CSR to CSV / SDGs under the initiative of the private sector through ESG investment and/or NGO / NPO. (3) There is a large gap between Chinese distinctive standards for CSR evaluation and the international evaluation standards.

Key Words : China's Socialist Market Economy, Chinese characteristics of CSR, CSV, SDGs, ESG, Capitalization of CSR

---

1) ここでいう CASS《BLUE BOOK》という呼称は、中国社会科学院 (Chinese Academy of Social Sciences : CASS) CSR 研究センター発行の報告書『中国企業社会責任研究報告』の通称『企業社会責任監皮書 (BLUE BOOK OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)』に由来するものである。この『監皮書』はいくつかのテーマで CASS のシリーズとして発行されている。

## I 序

本稿は、中国における CSR (Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任) の取り組み状況を、中国社会科学院 CSR 研究センター発行の報告書『中国企業社会的責任研究報告 (2019)』に依りながら紹介し、近年の中国における CSR 認識の変化や評価システムの変更などについて検証し、その上で CSR の中国的特色とその問題点について別出することを課題とする。

本稿のタイトルの「到達点」という表現は現段階という意味あいであり、CASS《BLUE BOOK》の CSR 評価基準が 2019 年版を機に、M. ポーターらのいう CSV (Creating Shared Value) の方向に大きく変化したことを含意して用いている。CSV は「共通価値の創出」と訳され、企業と社会の双方に共通する価値を同時に拡大するという経営の考え方 (ポーター／クラマー 2011) であり、企業活動の中に CSR を戦略的に位置づけるものである。すなわち、もともと利益追求最優先の結果として生じた企業不祥事への反省から出発した CSR が、逆に利益追求の手段として戦略的に利用され、経済的利益と社会的利益の相互の利益が同時に創出されるような「企業的社会戦略」(松野 2019) へと変化してきているということを指している。「CSR の資本化」現象 (足立 2012) ともいえるべき転倒<sup>2)</sup> が中国で起きてきた背景は何か、またそのことによる問題点は奈辺にあるか。本稿は、かかる問題意識のもとでなされる中国 CSR 研究の論点提示的位置づけを持つものである。

以下、本稿ではⅡ 中国における CSR と CSV をめぐる議論の簡潔な紹介、Ⅲ 表紙に「責任新起点」と謳い、CSV を意識した内容に改編された中国社会科学院 CSR 研究センターによる研究報告書の新版『中国企業社会責任研究報告 (2019 年版)』<sup>3)</sup> の検討、Ⅳ 結びにかえて、で CSR の「中国的特色」と関連する若干の問題点について要約して終わりたい。

---

2) CSV に代表されるように、CSR を戦略的に把握する理解は発達した市場経済国では一般的なものとなっている。「今日、CSR のディスコースやイニシアチブの主流は経営戦略としての CSR であり、その典型的事例が CSV である」(百田 2020, 244 ページ)。一方、こうした傾向に対する批判も数多く提起されている (同書 239-253 ページ参照)

3) 正確に言えば、最新版は 2020 年 11 月に発行された同『報告 (2020 年版)』である。同書は 2019 年版の CSR 評価システムを踏襲しており、内容的にも 2019 年とほとんど変更がないことから、ここでは創刊以来はじめて大きな改編がなされた 2019 年版を新版と呼称し、分析の対象としている。

## II 中国における CSR と CSV の提起

中国において「企業社会責任 CSR」の用語が公式文献に多く登場するようになるのは、2005 年 10 月の第 10 期全人代常務委員会第 18 回会議で採択され、翌 2006 年 1 月 1 日より施行された改正「公司法（会社法）」からである<sup>4)</sup>。その第 5 条は、「会社が経営活動に従事する際、法律と行政法規を遵守し、社会公德と商業道德に従い、誠実に信用を守り政府及び社会公衆の監督を受け入れ、社会責任を負わなければならない」と規定し、以来国有、民営、外資を問わず中国のあらゆる企業は、中国の商法上はじめて登場したこの CSR という概念を意識した経営を求められるようになった（李少燕 2016）。2006 年は中国の CSR 元年といわれる。

1990 年代先進国の MNCs（多国籍企業）はアパレル系を中心に世界的な Anti-sweat shop activities に直面した。これは、90 年代半ば以降アパレル製品の世界最大の生産地となった中国にも伝播した。中国に対するこの動きがさらに加速するのは、2001 年の WTO 加盟によってであり、これを契機にあらゆる製造業分野で急速に進行した世界経済とのリネージュによって、中国はグローバル CSR の巨大な圧力にさらされるようになった。MNCs は中国に対して、サプライヤー・コードの遵守を強く要求するようになった（Warner & Rowly 2011）。

こうした時代背景の下で、中国では政府系研究機関や大学を中心に CSR についての研究と討論が澎湃として湧き起こってきた。そこでは、たとえば SA8000 に関して、この規準の適用を中国に要求することは中国企業の実情を無視するものであり、それは事実上中国の低価格製品輸出に対して貿易障壁を設定するのと同じ意味を持つものである、など、真っ向から反発する議論が登場したりした<sup>5)</sup>。アメリカの CSR 評価機関である SAI (Social Accountability International) による SA8000 は、児童労働や強制労働の禁止、結社の自由と団体交渉の権利、マネジメントシステムの確立など、国際基準を参照した多くの規格を策定し、グローバル企業に対してそれらの遵守と第三者機関による認証取得を奨励していたのである。

こうした中国企業に振り向けられたグローバル CSR に反対する議論の一方で、国内外

---

4) 裴 (2007) 7 ページ。中国公司法は、中国で株式会社制度の導入に伴い 1993 年に制定され、その後 1999 年、2004 年、2005 年、2013 年、2018 年と小刻みな改正（会社設立の要件緩和が中心）が繰り返されてきた。その中でこの CSR 条項を入れた 2005 年改正はほぼ全面的な改正であり、全 219 条中変更されなかったのはわずか 20 か条余だけであった（田中 2019 及び高見澤他 2019）。

5) 李 (2002) 及び国家認証認可監督管理委員会 (2004) 発出の一連の「公告」を参照。

における中国企業の活路は、経済効率と社会正義が統一された社会的責任観の確立の追求以外に途はありえないと主張し、事態を冷静かつ真摯に受け止める董（2005）のような議論もあった<sup>6)</sup>。

中国は、ガーシェンクロン効果による圧縮型経済発展の結果、環境破壊・汚染、貧富格差の拡大、農民工の労働問題の深刻化といった国内問題に加えて、グローバル・サプライチェーン（GSC）やグローバル・バリューチェーン（GVC）への参入に伴うガバナンスシステムの確立やルールの一貫化、内外投資家への説明責任の実行といった課題の浮上を前にして、次第に CSR 受け入れ派の意見がメインストリームになり、上にみた 2006 年の「公司法」の改正をきっかけにして、労働契約法の制定（2007 年）、中国の政府系シンクタンクである中国社会科学院における CSR 研究センターの設立（2008 年）、中国国民経済のメインプレーヤーである中央企業に向けた CSR ガイドラインの制定（2008 年）と、矢継ぎ早に CSR 関連制度・組織の整備に着手してきた。

CSV をめぐる中国の学会における議論も、現在は百家争鳴の状態にあるが、そこでは例えば次のような特徴的な意見が表明されている。一つの議論は黎（2015）にみられる見解である。黎は、「100 年を超えて持続的な経営を実現してきた企業の共通点は、営利を唯一の目標とした企業ではなく、利益を超えた目標を持っている企業である。換言すれば企業所有者の利益重視からステークホルダー全体の利益重視へと変化を重ねてきた企業である。そのような企業は、おしなべて企業文化によって制約され影響された企業倫理を持っている。企業倫理は企業文化の顔を持っている。CSR はこのような文脈で語られるべきものである」とのべている。

他方、郝（2016）は概略次のような主張を行っている。「CSR は危機感を感じた後のリアクションにすぎず、企業は CSR を通じてリスク管理に力を入れるようになった。20 世紀の 90 年代以後 CSR の理念が社会に受け入れられるようになると、今度は企業はステークホルダーとの対話に動き出し、そして現在は CSR を核心的な戦略として展開するよう

---

6) 董はさらに次のようにのべている。「企業は富を創造し、経済目標を追求するとともに、企業倫理におけるより高い要求からなる社会的責任を負ってこそ、社会の期待に応え、自分の生存の十分な価値を得ることが出来る。」中国の WTO 加盟という新時代の中で、中国企業の生存の一条件に CSR を位置づける議論は、譚／劉（2003）や盧（2002）などにもみることができる。なお、劉（2009）は当時の議論を総括して次のようにいっている。「かつて社会的責任は説教気味の道徳概念であった。しかし今やそれは西側が企業を評価する基準となっている。とくに長期間『安いコストで勝ってきた』中国企業にとって、『社会的責任』およびその評価基準は、西側市場に進出する際に、超えなければならない新たなハードルである。……企業はその所有者に利益と富を生み出す手段であるだけでなく、社会全体の政治経済発展に責任を負うべき主体でなければならない。企業に関するこの新しい概念は、必然的に人々の企業に対する考え、21 世紀の社会における企業の位置づけを変えることになった」（3-4 ページ）。

になっている。戦略的 CSR は企業の経済的責任と社会的責任の『交叉点（交差点）』に成立している。」

みられるとおり、黎は、企業が CSR を実行する過程で経済的価値の追求を伴うことを当然としつつも、変化する経済社会の中でもその企業固有の文化の発現によってつねに守られるべき不変の倫理価値があることをのべ、これに対して郝は、CSR の社会的価値を承認はするが、それは企業が経済的価値を毀損する可能性がある場合に選択される活動であるとする。それゆえ、CSR の目的とそのあり方は時代の文脈によって読み換えられるものであり、現在は経済的価値の追求を前面に押し立てて、その創造に資するような企業社会責任の追求が CSR である、と理解しているように思われる。

### Ⅲ 『中国企業社会責任研究報告（2019 年版）』

以下では、CSR から CSV への移行を鮮明にしている中国社会科学院 CSR 研究センターの『研究報告』最新版、黄／鐘／張（2019）についてその内容をみていくこととするが、その前にまずは、同センター及び『研究報告』の成り立ちについて簡単に紹介しておきたい。

#### 1. 社会科学院 CSR 研究センターと『企業責任研究報告』について

社会科学院 CSR 研究センターは、2008 年に国家最高レベルの研究機関である中国社会科学院（Chinese Academy of Social Sciences : CASS）経済学部の下に設立された。同センターは、CSR の理論研究の強化及び企業における実践の促進等を目的とするものとして中国では唯一の国立の CSR 専門研究機関である<sup>7)</sup>。センターは企業が発表する CSR レポートを中心とした公表情報をもとに、企業の CSR 情報の開示レベル及び CSR マネジメントレベルを評価し（今津 2011）、その活動結果を毎年、数百ページの『中国企業社会責任研究報告（企業社会責任藍皮書）』（通称 BLUE BOOK）にまとめ、企業（国有・民営・外資）CSR ランキングのかたちで公表している。

同センターは、このランク付けにあたって GRI（Global Reporting Initiative）や ISO26000 などの国際的な CSR 指標を参考にして独自の評価基準を作成している。この評

---

7) 一方、中国における民間の CSR 研究機関で最大のものは北京にある商道縦横社である。同社は、中国社会科学院 CSR 研究センターより 2 年早く、2007 以来毎年『価値発見の旅』というタイトルで、中国で発表されている企業の CSR 報告書等を分析した研究レポートを発表している。同レポート 2013 年版には、商道縦横社のスポンサーなど同社設立の経緯が紹介されている（商道縦横 2013／酒井・王訳 2014 を参照）。また、2007 年版～2009 年版の同レポートの分析については、酒井 2010 を参照。

価値基準は、西側企業における実用的なフレームに中国の実情を融合させて作成されており、参照ガイドラインの変更（例えば、2016年のGRIの「G4」から「GRIスタンダード」へのバージョンアップ、など）に合わせるかたちで、「CASS-CSR1.0」（2009年12月）、「CASS-CSR2.0」（2011年3月）、「CASS-CSR3.0」（2014年1月）、「CASS-CSR4.0」（2018年4月）と逐次アップグレードがはかられてきている。

CASS-CSRでは、評価指数として「経営責任」・「市場責任」・「社会責任」・「環境責任」の4つの軸が設定される。これらは、ガバナンス・ステークホルダーコミュニケーション・コンプライアンス等（「経営責任」）、顧客責任・株主責任・取引先責任等（「市場責任」）、政府への責任・従業員への責任・地域社会への責任等（「社会責任」）、環境マネジメント・資源エネルギー節約・排出汚染削減等（「環境責任」）の中項目に区分され、さらにその下にそれぞれの中項目に対応した多数の小項目が設定される、という構造をなしている。そして、各項目ごとにウエイトづけされた点数が付されており、それらを集計した合計点で各企業のCSRランキングが決定されるというもので、一般に「四位一体」型システムと呼ばれている。このシステムでは、「市場責任」が経済性組織である企業にとっての出発点であり、持続可能性の基礎、他の「社会責任」「環境責任」等は良好な財務実績があつてはじめて実現されるものであるという、GRIやISO26000などと通底する考え方が採用されている。

## 2. 『中国企業社会責任研究報告（2019年版）』について

本『報告（2019年版）』（以下、新版）は、2018年8月1日から2019年7月31日までの間に公表された、中国企業トップ300社（国有・民営・外資の各企業トップ100社の合計）<sup>8)</sup>の社会責任報告書、財務報告書、公式ホームページ等の公開情報をもとに、CSRへの取り組み状況をランキングにしたものである。新版は、2009年版から2018年版まで採用されてきた「四位一体理論」を継承しつつ、これをアップグレードした「責任三角理論」という新しい研究方法を採って作成されている。これは、中国におけるCSR発展状況を合理的全面的に評価するために、株主や顧客への責任を意味する「本質責任」を戦略的に位置づけ直したモデルで、従来の「四位一体理論」とは異なり、社会的責任（価値）と経済的責任（価値）とを一体化して把握しているところに特徴がある。

中国のCSRにおける責任関係の理論モデルに関する説明を、2018年版までの従来版と

---

8) この対象企業は、フォーチュン誌500社ランキング、中国企業連盟／中国起業家協会「2019年中国企業トップ500社ランキング」、全国商工連盟「2019年中国民営企業トップ500社ランキング」を参考にし、さらに企業収益、産業属性、株式配当、事業の影響と知名度などを総合的に考慮して決定されている。



2019 年の新版の該当箇所を比較すると次のようである。

すなわち、2018 年版までは；（中国語原文）「企业是经济性组织，为市场高效率，低成本地提供有价值的产品或服务，取得较好的财务绩效是企业可持续发展的基础。」（日本語訳文）「企業は経済組織であり，市場に対して効率が高く低コストで価値のある製品やサービスを提供し，良好な財務業績を得るこが，企業の持続的発展の基礎となる」，であったのに対して，新版では，（中国語原文）「企业用其产品和服务创造社会价值，解决社会问题，并在此过程中获得经济回报，是最为本质的社会责任。」（日本語訳文）「企業が製品やサービスを用いて社会的価値を創造し，社会問題を解決すると同時に，その過程を通じて経済的報酬を得ることは，最も本質的な社会的責任である」という説明になっている。

ここに示されるとおり，中国の CSR の評価基準は，従来の A. キャロルの「CSR ピラミッド」や J. エルキントンの「トリプル・ボトムライン」を忠実に踏襲したものから，社会と企業の双方に共通する価値を同時に拡大する，M. ポーターの CSV 的な発想へと大きく転換してきていることが明確にみてとれよう。こうした動きの底流には，企業が自らの競争優位性を失うことなく社会的課題の解決に参画していくことはいかにして可能か，という問題意識があるように思われる。

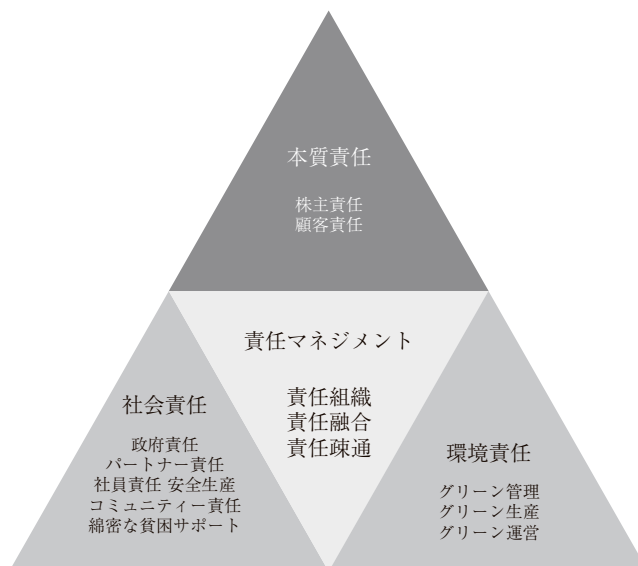
やや結論を先取りしたような書きぶりになってしまったが，以下では新版におけるこの「責任三角理論」の仕組みと，それに基づいた中国企業の CSR ランキングについて，簡潔に紹介していくこととしよう。

### 3. 新版における中国 CSR 評価の仕組みとそのランキング

新しい「責任三角理論」は図 1 のように示される。このモデルでは，本質責任を三角形の頂点におき，社会責任と環境責任を 2 つの礎としつつ，真ん中に全体をマネジメントする責任管理がおかれるという構造となっている。上の四位一体モデルでも説明したとおり，各責任は三つのディメンジョン（表 1）からなり，それに付随する指標にはそれぞれウエイトづけされたスコアが配置されている。そして，獲得スコアの総合計順に企業は 5 つの発展段階に類型化される（表 2）。ちなみに，この指標体系は SDGs の「17 ゴール」を意識して作成されている。そこでは，個々の CSR 活動指標は，SDGs の諸目標のいずれかをバックキャストしたものとなるように設計され，「指標」と「17 ゴール」は，例えば「中国外商投資企業社会責任報告編写指南対照表」の中にそれぞれの対応関係として示されている<sup>9)</sup>。CSR を通じた SDGs の実装化である。とはいえ，一方（CSR）は

9) この「編写指南対照表」については，本稿末尾の添付資料 2『中国外商投資企業社会責任報告編写指南』の「外資企業 CSR 指標と CASS-CSR 規準，SDGs 目標の関係対照表」を参照。

図1 「責任三角形」理論モデル



出所) 『中国企業社会責任研究報告 (2019 年版)』

表1 中国 CSR 発展指数に用いられる指標体系 (2019)

一級指標	二級指標	三 級 指 標 (一部)
責任管理	責任の組織	①責任理念 ②責任統治 ③責任計画 ④責任制度
	責任の融合	①責任議題 ②責任プロセス ③責任業績・効果 ④責任能力
	責任の疎通	①責任報告 ②責任をめぐる意思疎通
本質責任	株主責任	①営業収入 ②純利益 ③資産の負債率
	顧客責任	①製品 / 品質管理体系 ②研究開発への投入 ③顧客情報の保護
社会責任	政府責任	①納税総額 ②雇用増加人数 ③マクロ政策への対応
	パートナーに対する責任	①調達に対する責任 ②知的財産権の保護 ③公平な運営
	社員責任	①労働契約の締結率 ②社会保険のカバー率 ③社員研修実績と効果 ④社員扶助制度
	安全生産	①安全生産管理体系 ②安全生産訓練・研修 ③安全生産の実績と効果
	地域社会に対する責任	①公益方針または公益領域 ②寄附金総額 ③社員ボランティア人数 / 回数
	きめ細かい貧困扶助	①きめ細かい貧困扶助計画 ②年度の貧困扶助資金及び物資の投入 ③扶助による登録貧困人口の貧困脱出人数
環境責任	グリーンマネジメント	①環境管理体系 ②環境保護への投入 ③環境保護の研修
	グリーン生産	①年間のエネルギー消費量或いは削減量②グリーンエネルギーの使用量 ③“三廃”の排出量 ④温室ガスの排出量
	グリーン運営	①グリーン営業功績 ②環境保護の公益活動

出所) 前掲図1



表 2 中国 CSR の発展類型

	グレード	得点	発展段階	企業の特徴
1	5つ星 (★★★★★)	81 ポイント以上	卓越者	企業の社会的責任管理体系が完全に構築されており、社会的責任の情報開示も完全であり、中国 CSR の卓越者である。
2	4つ星 (★★★★)	61 ～ 80 ポイント	先駆者	企業の社会的責任管理体系が構築されており、社会的責任の情報開示も比較的完全であり、中国 CSR の先駆者である。
3	3つ星 (★★★)	40 ～ 60 ポイント	追走者	企業の社会的責任管理への取り組みがスタートしており、社会的責任の情報開示も基本的に出来ており中国 CSR の追走者である。
4	2つ星 (★★)	21 ～ 40 ポイント	初歩者	企業の社会的責任への取り組みが始まったばかりで、社会的責任の管理体系は未だ不完全で、社会的責任の情報開示も断片的で不十分であり、先駆者と追走者への距離は比較的に大きい。
5	1つ星 (★)	20 ポイント以下	傍観者	企業の社会的責任への取り組みが未だ始まっておらず、CSR 情報は重大な開示不足の状態にある。

出所) 前掲図 1

企業活動であり、他方（SDGs）は社会全体の持続可能性を問うものであることからすれば、両者のカヴァレッジやパースペクティブには一定の相違、ズレがあることは言を俟たない。

新版によれば、2019 年の中国トップ企業 300 社の平均 CSR 発展指数は 32.7 ポイントであり、2018 年比で 1.7 ポイントの低下<sup>10)</sup>で、全体としての発展段階で見ると未だ「2つ星（初歩者）」レベルにとどまっている。一方、一級指標体系での区分で見ると、最も高いスコアを上げているのは本質責任で、社会責任や環境責任より高く「3つ星（追走者）」レベルになっている。

さて、中国企業トップ 300 社のランキングについてである。2019 年に CSR 指数が最高ランク「5つ星（卓越者）」レベルに達したのは 300 社中 29 社（9.7%）である（末尾の添付資料 1 を参照）。それに対して、「4つ星（先駆者）」30 社（10%）、「3つ星（追走者）」は 55 社（18.3%）、「2つ星（初歩者）」は 41 社（13.7%）、そして「1つ星（傍観者）」レベルは最も多く 145 社と全体の 5 割近くを占め、その中には指数 0 ポイントの企業も 9 社含まれていた。

10) 『報告（2019 年版）』によれば、2009 年から 2017 年までは、中国 CSR 発展指数は年々増加していた。2009 年のトップ 300 社の平均発展指標は 15.2 ポイントで「1つ星（傍観者段階）」であったが、これが現在の「2つ星（初歩者段階）」に伸びたのは 2012 年である。近年、政府、業界団体、マスメディアなどが CSR に対して大きな関心をよせ、社会全体の CSR に対する要求と期待が高まっている。こうしたことを背景に更なる健全な枠組み、更なる厳格な基準をもって CSR 開示状況を精査したところ、平均点数の低下に結果することになったという。

企業性質（属性）別にみると、国有企業トップ100社の平均獲得ポイントは最も高く54.6ポイント、民営企業のそれは26.1ポイント、最も低いのは外資系企業のそれで17.9ポイントである。2018年との比較では国有が3.5ポイント上昇したのに対して、民営と外資はそれぞれ2.0ポイントと6.2ポイントの低下であった。国有企業の中ではとくに中央企業（以下、央企）<sup>11)</sup>の貢献度が高く、新版では、「國務院国有資産監督管理委員会（SASAC）の強力な指導のもと」、央企はつねに中国CSRの最前線を走り続けている企業である<sup>12)</sup>、と評されている。2019年のベスト100企業は、央企は49社、民営24社、外資11社、国有金融企業13社、そして一般の国有企業3社であった。とくに上述した最高ランク「5つ星（卓越者）」の29社中21社は央企が占めている。表3にみるとおり、この傾向は2009-2019年の11年間のCSR総合ベスト10企業を見ても同様である。

表3 2009-2019年中国のCSR100強企業の11年間総合ベスト10社

順位	企業名	企業性質	11年間総点数
1	中国移动通信集团有限公司	央企	912.8
2	中国南方电网有限责任公司	央企	908.5
3	国家电网有限公司	央企	903.2
4	中国石油化工集团有限公司	央企	901.4
5	中国华能集团有限公司	央企	892.8
6	中国华电集团有限公司	央企	884.2
7	中国民生银行股份有限公司	民営	852.8
8	華為投資控股有限公司	民営	806.5
9	華潤集团有限公司	央企	795.8
10	東風汽車集团有限公司	央企	784.6

出所) 前掲図1より筆者作成

11) 央企は中央政府（中国國務院国有資産監督管理委員会、国資委と略記）が直接管理・監督する国有企業で、2019年12月現在で95社である。その多くはここ数年、フォーチュン誌500社ランキングに顔を出す、中国を代表するビッグビジネスである。なお、この95社を入れて広義の央企という場合には、財政部（銀行業監督管理委員会、保険業監督管理委員会、証券業監督管理委員会）が管理・監督する国有の銀行や保険会社、証券会社などが含まれる。

12) 中国では証券取引所や産業界ごとに個別にCSRガイドラインが定められているが、かかる動向の嚆矢となったのは2007年12月、国資産によって発出された央企ガイドライン「央企企業の社会的責任の履行に関する指導意見」（酒井／張訳2008）である。その冒頭には、中国企業の国際社会における影響力の拡大のため、央企が率先してCSRを履行すること、そのさいには政府組織（国資委）と企業党組織の指導を受けるべきことが明記されている。

#### IV 結びにかえて——CSR の中国的特色とその問題点

以上で、中国における唯一の国立の CSR 専門研究機関である中国社会科学院 CSR 研究センター発行の新版の報告書にしたがい、受動的 CSR から戦略的 CSR/CSV へと転換しつつある企業評価システムの現状を踏まえて、中国企業における CSR の取り組み状況とそのランキングについてみてきた。

もとより、冒頭でのべたとおり、本稿は、中国における CSR の評価基準の CSV への変化、その企業行動への影響や課題について考察するための論点提示、準備的論稿としての位置づけを持つものである。よって、個々の論点の掘り下げは必ずしも十分なものとはなっていないが、最後に今後の研究の展望を含めて、CSR の中国的特色とその問題点について、関連するマクロ経済政策やガバナンスシステムの問題にも射程を広げながらいくつかのべて、本稿の締め括りとしたい。

① 先にみたとおり、中国における CSR は国の法律で定められ、党や政府の政策として政治主導で行われている。これは評価におけるある種の恣意性となって表れている。企業は、毎年 CSR 報告書（Web を含む）を中国語で作成・開示することが求められ、しかも情報の具体性や国情（党の方針や政府の政策）への合致度などについて一定分量以上の記述が要求される。更新の停滞などは低評価につながる。この傾向は、2018 年の憲法改正を契機に一段と強まりをみせている<sup>13)</sup>。

② 関連して、CSR → CSV/SDGs は国有企業、なかんずく央企において目立った動きとして確認しうる。西側におけるこのプロセスは ESG 投資<sup>14)</sup> などを通じた企業の戦略、

---

13) 2018 年 3 月の全国人民代表大会第 1 回会議において 14 年ぶりとなる憲法改正が行われた。その第 1 条（第 2 項）には「中国共産党による指導は中国の特色ある社会主義における最も本質的特徴である」と謳われ、従来事実上において執行されてきた党による一元的指導体制が国の最高法規たる憲法に明記されることとなった。これによって、「党は頭脳で、国家は手脚」（田中 2019）といわれる両者の関係性が一段と強化されたといえる。

14) ESG 投資とは ESG（Environment, Social, Governance）を考慮した投資のことで 2006 年 4 月、当時の国連事務総長のコフィー・アナンが機関投資家を対象に提唱した責任投資原則（PRI, Principles for Responsible Investment）に端を発するものである。PRI=ESG に署名した機関は 2020 年 8 月時点で米英 EU を中心に 3,000 を超えている。日本は 2018 年末時点で 68 で、世界最大の年金基金である年金積立管理運用独立行政法人（GPIF）や大手生保・投信、大学では東大などが参加している。中国も一定数含まれるとされるが実数は不明である。ESG 投資を推進する国際組織 GSIA によると、2018 年 12 月末の世界の ESG 関連投資の残高は 30 兆 7,000 億ドル（約 3,200 兆円）で、前回調査（2016 年）比 34% 増。世界の運用資産総額の約 3 分の 1 を占

「自発」的意思決定によって媒介されるが、しかし中国ではここでも政治からの「外圧」として企業に「強制」されていく。現在の典型的な MNCs のサプライチェーンの全体が生み出す炭素排出量は MNCs 本体の直接の事業活動の 5.5 倍にのぼる。それゆえ、ここではチェーンの各環節に NGO や NPO がかわり、GSC が全体の当事者として問題に関与することが不可欠なものとなっている。しかし、中国では政府への登録・認可のない NGO（非政府組織）・NPO（非営利組織）はありえず、これらの組織はつねに政府の政策に反することをしないか、厳しい監視下に置かれているため、その目は社会や地域住民の方には向きにくい、という（Li & Shapiro 2020）。すなわち、中国では CSR → CSV/SDGs が、ESG 投資や NGO/NPO 活動を通じて民主導で実現されていくという関係性の存在は希薄であるということである。

- ③ CSR が CSV に転換していく時、「社会」の持続可能性を問題にする CSR と「資本主義」の持続可能性を追求する CSV との間に残る issue は何か。〈CSR－CSV〉の差集合は誰がどのようにして解決していくか。中国でこれらの点について言及する資料・文献は未だ存在しない。

これに関連して百田（2019「監訳者解題」264 ページ）は次のようにいっている。「CSV に象徴される社会的価値は経営戦略的に選択された社会的価値であり、経済的価値の創造に付随する社会的価値である。社会的価値の選択は競争力の向上という上位価値（経済的価値、最大限利潤）に規定されたものである。結果として、企業による社会的価値の創造には限界がある。CSV モデルでは、経済的価値を生まない社会的課題はそもそも選択対象とならない。最低賃金や租税回避などの問題は CSV の対象外であろう。CSV が極めて限定された領域の社会的課題を包摂できるに過ぎないことはあきらかである」。

また、リプトン（2020）も、「ステークホルダー資本主義」とはいつても、ステークホルダー間には軽重の明確な線引きがあることを指摘している。「ステークホルダー資本主義とは、個々の利害関係を等しく扱うのではなく、株式価値の最大化を目指すなかで、従業員や顧客、取引先、環境、地域社会に配慮する経営である」。

- ④ 中国は、SDGs 指標の進捗評価レポート（「中国 SDGs 指標構建及進展評価報告」）を毎年発表している。その 2018 年版で「比較的順調に進んでいる」と自己評価しているのは SDG13（気候変動）と SDG16（平和と公正）である。しかし、各国の SDGs の達

---

める規模に達している。これについては、湯山編著（2020）に詳しい。

成状況を毎年分析・発表している SDSN（国連持続可能な開発ソリューション・ネットワーク）／独ベルテルスマン財団〈Sustainable Report（2019）〉（以下、〈Report〉）は、SDGs 達成度評価対象国世界 162 カ国中、中国の順位を 39 位とした上で、中国が「達成にはほど遠い」水準にとどまっている指標として、4 つの「目標」を上げている。この中には中国の自己評価で言及されている上の 2 つの目標が含まれている（〈Report〉における他の 2 つは目標 10「人や国の不平等」と同 14「海の豊かさ」である）。中国の評価基準と国際的評価基準との間には大きなズレがあることを示している。

- ⑤ 中国は現在、「中国製造 2025」に続く新たな国家戦略として「中国標準 2035」を策定中であるといわれる。（新華網「国家標準委：正制定《中国標準 2035》」[http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-01/10/c\\_129787658.htm](http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-01/10/c_129787658.htm) 及び国家市場監督管理局「“中国標準 2035” 項目結題会暨“国家標準化發展戰略研究” 項目启动会在京召開」[http://www.samr.gov.cn/xw/zj/202001/t20200115\\_310519.html](http://www.samr.gov.cn/xw/zj/202001/t20200115_310519.html) を参照）

「中国標準 2035」は「中国の国家標準化戰略の行動要綱である」。その趣旨は、「中国標準の国際標準化を実現することにある」。IoT、次世代 AI、ビッグデータ、5G/6G、新型スマートシティなどの先端技術の内製化と世界の中国への依存関係を強め、「モノの規格」の主導権を握ることを目指す。同時に「ISO のマネジメントシステム規格な

表 4 国連 15 専門機関トップ出身国

機関名	出身国
国連食糧農業機関（FAO）	中国
国際民間航空機関（ICAO）	中国
国際電気通信連合（ITU）	中国
国連工業開発機構（UNIDO）	中国
国際労働機関（ILO）	英国
国際海事機関（IMO）	韓国
世界観光機関（UNWTO）	ジョージア
世界知的所有権機関（WIPO）	シンガポール
国際農業開発基金（IFAD）	トーゴ
国際通貨基金（IMF）	ブルガリア
国連教育・科学・文化機関（UNESCO）	フランス
万国郵便連合（UPU）	ケニア
世界気象機関（WMO）	フィンランド
世界保健機関（WHO）	エチオピア
国際復興開発銀行（世界銀行）（IBRD）	米国

出所）『読売新聞』2020 年 10 月 29 日付、及び “Data Book of the World 2020”，より作成。

ど、持続可能な発展のルールの制定においても、積極的に国際標準化組織の議事決定に参与していく」としている。CSRについてはまだ明確な言及はないものの、こうしたソフト面に関する中国標準の国際標準化の一環として、「CASS-CSR」がGRIやISO26000などと並ぶ国際的ベンチマークになっていくのだろうか。ちなみに、表4に示されるとおり、習近平政権以後、中国は国連の4つの専門機関においてトップ人事を占めてきているが、これは中国の戦略にしたがって、先進資本主義国の政府や企業を動かす力を強化するという目的の一環であると思われる。

- ⑥ 習近平は、2020年7月21日に開催された「企業家座談会における演説」（『月刊 中国情勢』NO. 236, 2020年8月号, 7ページ）で、国有・民営・外資・個人商工業の責任者に向かって「私は企業には経済的責任、法的責任、社会的責任、道徳的責任あると言ったことがある。みなさんには社会責任を負うよう希望する」と強調した。一方、李克強は、2020年9月21日に開催された「改革深化テレビ会議での演説」（『月刊 中国情勢』NO. 238, 2020年10月, 14-15ページ）において、「政府機能の持続的転換を推進し、市場主体への権限移譲と責任の強化を一段と進める」とのべている。（中国において市場主体は2019年末で1.23億あり、その内企業は、3,858万社、個人商工業者は8,261単位、とされている）。とはいえ、企業の社会的責任がどんなに強化されても、政府にはそれが担うべき機能が残り、社会にはそれが果たすべき役割が残る。おのおのの中味は如何なるものであるか。中国のCSRにおいて今後なされていくべき議論の一つは、このような問題意識からのものである。

#### 参考文献

- 足立浩（2012）『社会的責任の経営・会計論』創成社  
 今津佳都子（2011）「中国におけるCSRの現状と日系企業に求められる今後の対応」TRC EYE Vol. 270. <http://www.tokiorisk.co.jp/>  
 裘索（2007）『中国の会社法—新旧「公司法」条文の比較と要点解説』中央経済社  
 酒井正三郎（2009a）「中国におけるCSR—その理論と現実」『比較経営研究』第33号  
 ———／高紋訳（2009b）「中国企業社会的責任評析」『審計と経済研究』南京審計学院，第24巻第5期（総第129期）  
 ———（2010）「中国における企業の社会的責任—CSRガイドライン・CSR発展指数・CSR報告書の検討を中心に」『商学論纂』第51巻5・6号  
 ———（2014）「中国においてCSRとは何か—経営者と一般市民へのアンケート調査より」日本比較経営学会第39回全国大会「移行経済と企業」分科会セッション，PPT資料  
 商道縦横（2013）／酒井正三郎・王予穎訳（2014）「価値発見の旅（2012-2013）—中国企業の社会責任報告書に関する研究」『企業研究』第25号  
 高見澤麿／鈴木賢／宇田川幸則／坂口一成（2019）『現代中国法入門（第8版）』有斐閣  
 田中信行（2019）『入門 中国法（第2版）』弘文堂



- 中国国務院国有資産監督管理委員会（2007）／酒井正三郎・張涛訳（2008）「中国企業の CSR に関する若干の資料（上）」『企業研究』第 13 号
- 中根哲也（2020）「SDGs 時代を迎えた中国はどこへ」『月刊中国ニュース』vol. 96（2020 年 2 月号）
- 服部健治（2019）「『新時代の中国』における競争優位戦略」（服部／湯浅／日本経済研究センター編）『米中激突 米中ビジネスの行方 日本企業は激動期をどう勝ち抜くか』文眞堂 所収
- 百田義治（2020）「『企業と社会』論の基本問題—CSR をめぐる論点」（百田義治先生古希記念論文集 刊行会編『現代経営学の基本問題』中央経済社所収）
- フレミング，ピーター／マーク・ジョーンズ，百田義治監訳（2019）『CSR の終焉—資本主義における役割を問う』中央経済社（百田「監訳者解題：本書の意義，そして課題—CSR 批判のパス・ペクティブ」本訳書所収）
- ヘンダーソン，レベッカ，高遠裕子訳（2020）『資本主義の再構築—公正で持続可能な世界をどう実現するか』日本経済新聞出版
- ポーター，マイケル・E／マーク・R・クラマー（2011）「共通価値の戦略」『ハーバードビジネス・レビュー』2011 年 6 月，ダイヤモンド
- 松野弘（2019）「『企業と社会』論とは何か—CSR 論の進化と現代的展開」ミネルヴァ書房
- 南博／稲場雅紀（2020）『SDGs—危機の時代の羅針盤』岩波新書
- 湯山智教編著（2020）『ESG 投資とパフォーマンス』金融財政事情研究会
- 李少燕（2016）「中国における企業の社会的責任に関する一考察—森永事件と蒙牛事件をめぐって」福岡大学大学院
- リプトン，マーチン「脱・株主偏重が市場を守る」『日本経済新聞』2020 年 12 月 20 日付
- Li, Yifei and Judith Shapiro (2020), *CHINA GOES GREEN: Coercive Environmentalism for a Troubled Planet.*, Polity
- Progress towards the Sustainable Development Goals Report of the Secretary-General (2020), [http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26158\\_Final\\_SG\\_SDG\\_Progress\\_Report\\_14052020.pdf](http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26158_Final_SG_SDG_Progress_Report_14052020.pdf)
- Warner, Malcolm and Chris Rowley (ed.) (2011) *Chinese Management in the "Harmonious Society"—Managers Markets and the Globalized Economy*. Routledge
- (2014) *Demystifying Chinese Management—Issues and Challenges*. Routledge
- Zu, Liangrong and Lina Song (2008) Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China. *IZA Discussion Paper*. No. 3449, April 2008
- 中国外商投資企業社会責任工作委員会（2017）「中国外商投資企業社会責任報告編写指南」2017 年 12 月 22 日 發布 実施 <http://CSR.mofcom.gov.cn/article/policies/ind/201801/20180102696570.shtml>
- 郝琴（2016）『企業社会責戦略—基於国家標準』中国经济出版社
- 国家認証認可監督管理委員会（2004）第 1 号公告 2004-01-16 [http://www.cnca.gov.cn/zw/gg/gg2004/202008/t20200818\\_63198.shtml](http://www.cnca.gov.cn/zw/gg/gg2004/202008/t20200818_63198.shtml)
- 黄群慧／鐘宏武／張蕙（2019）『中国企業社会責任研究報告（2019 年版）』社会科学文献出版社
- 黄群慧／鐘宏武／張蕙（2020）『中国企業社会責任研究報告（2020 年版）』社会科学文献出版社
- 董軍（2005）「企業社会責任研究」東南大学 <http://cdmd.cnki.com.cn/Article/CDMD-10286-2007065474.htm>
- 董戰峰／李楠／世界自然基金会（WWF）（2018）『中国 SDGs 指標構建及進展評估報告』社会科学文献出版社
- 李麗（2002）「衡量企業道德水準的標桿—社会責任管理体系（SA8000）及其对我國出口的影響」『國際貿易』2002 年第 10 期，31-34 ページ <https://www.ixueshu.com/document/f80a3ee04f-0766a4318947a18e7f9386.html>
- 劉長喜（2009）『企業社会責任与可持續發展研究—基於利益相關者和社会契約的視角』上海財經大學

出版社

盧代富（2002）『企業社會責任的經濟學與法學分析』法律出版社

黎友煥（2015）『中國企業社會責任研究』中國·廣州／中山大學出版社

譚深／劉開明（2003）『跨國公司的社會責任與中國社會』社會科學文獻出版社

國家統計局編（2020）『中國統計年鑑 2020』中國統計出版社

添付資料 1 中国企業 2019 年 CSR 発展指数ベスト 30 社

2019 順位	企業名	企業性質	業務分野	2019 得点	2019 星数
1	華潤集团有限公司	中央企業	混業（電力産業；アルコール飲料製造；不動産など）	92.7	★★★★★
2	サムスン（中国）投資有限公司	外資企業	混業（電子製品・部品製造業；通信設備製造業）	88.7	★★★★★
3	中国華電集团有限公司	中央企業	電力生産業	88.6	★★★★★
4	現代汽車（中国）	外資企業	交通運輸設備製造業	88.3	★★★★★
5	中国石油化工集团有限公司	中央企業	石油・天然ガス採掘・加工業	88.2	★★★★★
6	中国華能集团有限公司	中央企業	電力産業	88.0	★★★★★
7	中国建材集团有限公司	中央企業	非金属鉱物製品業	87.2	★★★★★
8	中国黄金集团有限公司	中央企業	一般採鉱業	86.9	★★★★★
9	国家開発投資集团有限公司	中央企業	混業（電力生産業；一般採鉱業；交通運輸業）	86.8	★★★★★
10	東風汽車集团有限公司	中央企業	交通運輸設備製造業	86.6	★★★★★
11	華為投資控股有限公司	民営企業	通信設備製造業	86.6	★★★★★
12	中国南方電網責任有限公司	中央企業	電力供給業	86.5	★★★★★
13	中国電力建設集团有限公司	中央企業	混業（建設業；機械設備製造業）	86.1	★★★★★
14	中国移动通信集团有限公司	中央企業	通信サービス業	85.7	★★★★★
15	中国鋁業集团有限公司	中央企業	混業（金属冶煉及圧延加工業；一般採鉱業；卸売商社）	85.6	★★★★★
16	中国民生銀行股份有限公司	民営企業	銀行業	85.3	★★★★★
17	中国建築集团有限公司	中央企業	建設業	85.1	★★★★★
18	松下電器（中国）有限公司	外資企業	混業（電子製品・電子部品製造業；家庭電器製造業）	84.4	★★★★★
19	中国第一汽車集团有限公司	中央企業	交通運輸設備製造業	84.4	★★★★★
20	中国能源投資集团有限公司	中央企業	混業（石炭採掘業；電力生産業）	84.2	★★★★★
21	中国旅遊集团有限公司 （香港中旅集团有限公司）	中央企業	旅行業	84.0	★★★★★
22	中国 LG	外資企業	混業（電子製品・電子部品製造業；家庭電器製造業）	83.4	★★★★★
23	中国通信集团有限公司	中央企業	通信サービス業	82.9	★★★★★
24	中国交通建設集团有限公司	中央企業	建設業	82.8	★★★★★
25	中国連網路通信集团有限公司	中央企業	通信サービス業	82.1	★★★★★
26	中国電子信息産業集团有限公司	中央企業	電子製品・電子部品製造業	81.9	★★★★★
27	浦項（中国）投資有限公司	外資企業	金属精錬及び圧延加工業	81.7	★★★★★
28	台達（中国）	外資企業	電子製品・電子部品製造業	81.2	★★★★★
29	中国石油天然気集团有限公司	中央企業	石油・天然ガス開発及び加工業	80.2	★★★★★
30	国家電網有限公司	中央企業	電力供給業	79.4	★★★★

出所）黄群慧／鐘宏武／張蕙（2019）14-15 ページ，より抜粋して作成

添付資料2 外資企業 CSR 指標と CASS-CSR 規準, SDGs 目標の関係対照表<sup>注)</sup>

外資 CSR 標準指標体系	CASS-CSR	SDGs
I 責任管理		
1.1 持続可能な発展と企業及び企業の持続可能な発展戦略の関連性に関する最高意思決定者 (CEO, 会長, ゼネラルマネージャー及びその他の上級管理職) の声明またはコミットメント	G5.6 企業のトップリーダーが参画する社会的責任コミュニケーションと交流活動	
1.2 企業の主な影響, リスク及び機会	G1.1 社会的責任の理念, ビジョン, 価値観	
1.3 社会的責任の理念, ビジョン, 価値観, 計画	P3.1 企業の社会的責任履行の機会と挑戦 P3.2 企業の年度社会的責任業務成績と不十分性に関する総括	
1.4 社会的責任の指導機構, 組織体系及び管理制度	G2.1 社会的責任の指導機構 G2.3 社会的責任の組織体系	
1.5 社会的責任の企業内部における機能の融合と分業	G2.4 企業内部の社会的責任の職責と分業	
1.6 企業の責任履行の重点及び核心指標を識別する過程		
1.7 企業のステークホルダーのリスト	G5.1 企業のステークホルダーのリスト	
1.8 ステークホルダーの注目点と企業の対応措置	G5.3 ステークホルダーの注目点と企業の対応措置	
1.9 企業の内部及び外部の社会的責任コミュニケーションメカニズムとその活動	G5.4 企業内部の社会的責任コミュニケーションメカニズム G5.5 企業外部の社会的責任コミュニケーションメカニズム	
1.10 研修などを通じて責任ある企業文化を育む	G6.4 研修などを通じて責任ある企業文化を育成する	
II コンプライアンス		
2.1 企業における誠実と信用の経営, 法の遵守や規則に合致した方向での価値観, 原則, 標準と行為規範, 例えば行為の準則, 道德準則, 誠実と信用の経営理念, 及び育成訓練の開設状況とパフォーマンス	M3.2 誠実経営の理念と制度保障 M3.3 公平競争の理念と制度保障 S3.1 安全生産と管理体系	目標 10: 人や国の不平等をなくそう 目標 16: 平和と公正をすべての人に 目標 17: パートナリシップで目標を達成しよう
2.2 独立した申告コミュニケーションチャネルの提供と対応する保護メカニズム	S1.2 法律遵守・コンプライアンス教育	目標 10: 人や国の不平等をなくそう 目標 16: 平和と公正をすべての人に
2.3 企業が法律法規に違反したことにより経済, 社会または環境分野で発生した重大事故による影響と処罰及び企業の対応		
2.4 法律遵守・コンプライアンス教育の開設状況とパフォーマンス	S1.2 法律遵守・コンプライアンス教育	目標 10: 人や国の不平等をなくそう 目標 16: 平和と公正をすべての人に
2.5 反腐敗の制度体系または政策	S1.3 商業賄賂と商業腐敗の禁止	目標 10: 人や国の不平等をなくそう 目標 16: 平和と公正をすべての人に
2.6 公正競争の措置とパフォーマンス	M3.3 公正競争の理念と制度保障	目標 10: 人や国の不平等をなくそう 目標 16: 平和と公正をすべての人に 目標 17: パートナリシップで目標を達成しよう
2.7 知的財産権を保護する政策と実践		目標 16: 平和と公正をすべての人に
III 地域貢献		
3.1 企業の現地投資状況と効果, 例えば納税状況, 外部承認と栄誉の獲得など	M3.12 責任購買比率	
3.2 企業は革新理念を管理, 技術などの方面に溶け込ませて, 社会の持続可能な発展を推進しリードする措置及びその業績		

3.3 現地の顧客（消費者）のニーズと特徴を結合し、既存の製品／サービスを持続的に改善し、革新する措置		
3.4 社員とサプライヤーの現地化の戦略と業績	S4.5 社員の現地化政策 S4.8 現地化調達政策	
IV 顧客（消費者）		
4.1 製品品質の管理体系	M2.5 製品品質の管理システム	
4.2 提供される製品とサービスの安全性		
4.3 製品とサービスに新材料、新技術または新生産方法を導入したことに伴う人身の健康リスク評価	M2.4 ストップ・ロスと賠償	
4.4 顧客（消費者）満足度調査の結果	M2.13 顧客満足度調査及び顧客満足度	
4.5 顧客（消費者）が製品及び関連情報を正しく使用するために与えられるべき指導及び教育活動	M2.2 製品知識の普及または顧客研修	
4.6 アフターサービスのメカニズムに関する、顧客（消費者）への明確な告知	M2.4 ストップ・ロスと賠償	
4.7 顧客（消費者）情報セキュリティ対策	M2.3 顧客の情報保護 M2.14 顧客からのクレームへの積極的な対応と解決	
4.8 製品とサービスの全ライフサイクルにおける社会と環境への有益な措置と成果があることの保証		
4.9 顧客（消費者）に対する持続可能な消費教育活動の展開		
V サプライチェーン		
5.1 サプライヤーの社会的責任参入メカニズム		目標 8：働きがいも経済成長も 目標 10：人や国の不平等をなくそう
5.2 デューデリジェンスとモニタリング		目標 13：気候変動に具体的な対策を
5.3 サプライチェーンのメンバーの社会的責任教育、育成及びその他の持続可能な購買促進措置	M3.6 企業の価値チェーンの社会的責任履行を促進するための提案と政策 E3.2 サプライヤーの環境保護意識と能力を向上させる措置	目標 10：人や国の不平等をなくそう 目標 12：つくる責任、つかう責任 目標 13：気候変動に具体的な対策を 目標 17：パートナーシップで目標を達成しよう
5.4 サプライチェーンの各当事者の能力を高めるための社会的責任協力行動	M3.1 戦略的共有メカニズムとプラットフォーム	目標 10：人や国の不平等をなくそう 目標 17：パートナーシップで目標を達成しよう
VI 環境		
6.1 環境管理の組織体系と制度体系の確立	E1.1 環境管理の組織体系と制度体系の確立	目標 12：つくる責任、つかう責任
6.2 企業の環境への影響の識別、評価と標準認証状況及び環境問題の解決状況とその数量	E1.4 企業環境影響評価	目標 12：つくる責任、つかう責任
6.3 環境保護支出及び投資状況	E1.5 環境保護総投資	
6.4 内部の環境保護教育状況とパフォーマンス	E1.6 環境保護教育と宣教 E1.10 グリーンオフィス対策	目標 3：すべての人に健康と福祉を 目標 4：質の高い教育をみんなに
6.5 エネルギーの利用効率を高める措置	E2.2 省エネ政策措置	目標 7：エネルギーをみんなに。そしてクリーンに 目標 8：働きがいも経済成長も 目標 13：気候変動に具体的な対策を
6.6 再生可能もしくは低環境負荷資源の利用、再生不能資源を補償または代替する措置と結果	E2.13 経済の循環的発展の政策措置 E2.14 再生資源の循環利用率	目標 7：エネルギーをみんなに。そしてクリーンに 目標 8：働きがいも経済成長も 目標 12：つくる責任、つかう責任
6.7 水資源の使用状況	E2.15 節水型企業の建設 E2.16 年度の浄水使用量 / 単位工業増加値当たりの浄水消費量	目標 6：安全な水とトイレを世界中に 目標 9：産業と技術革新の基盤を作ろう

6.8 水循環再利用及び中水循環利用による措置と効果	E2.14 再生資源の循環利用率 E2.17 中水循環使用量	目標 6：安全な水とトイレを世界中に 目標 8：働きがいも経済成長も 目標 12：つくる責任、つかう責任
6.9 水資源の使用効率を向上させるための措置と結果		
6.10 温室効果ガスの排出を減らす政策、措置または技術とパフォーマンス	E2.7 排出ガス削減政策、措置または技術 E2.8 排出ガス排出量及び排出削減量 E2.18 温室効果ガス排出削減計画及び行動	目標 11：住み続けられるまちづくりを 目標 13：気候変動に具体的な対策を
6.11 窒素酸化物、硫黄酸化物及びその他の主要排出ガスの排出状況及び排出減少状況についての政策、措置及び実績	E2.7 排出ガス削減政策、措置または技術 E2.8 排出ガス排出量及び排出削減量	目標 3：すべての人に健康と福祉を 目標 11：住み続けられるまちづくりを 目標 13：気候変動に具体的な対策を
6.12 廃棄物排出を減らす制度、措置または技術と実績	E2.9 廃水の排出を減らす制度、措置または技術 E2.11 廃棄物の排出を減らす制度、措置または技術	目標 12：つくる責任、つかう責任
6.13 生物多様性の保護及び資源の持続的利用に関する措置及び成果	E4.1 生物多様性の保護	目標 6：安全な水とトイレを世界中に 目標 11：住み続けられるまちづくりを 目標 15：陸の豊かさを守ろう
6.14 製品とその包装物とグリーンロジスティクスなどの回収、製品とサービスの環境影響を低減する政策とパフォーマンス	E3.5 廃棄物回収の措置とパフォーマンス E3.6 包装の減量化と包装物回収の政策とパフォーマンス	目標 12：つくる責任、つかう責任
Ⅶ 従業員		
7.1 募集、使用、トレーニング、給料、福利、労働条件、労働組合の組織と参加、退職、解任などの面での公平原則	S2.13 女性管理者の割合 S2.14 少数民族または他の民族従業員の割合 S2.15 障害者雇用率または雇用人数	目標 1：貧困をなくそう 目標 8：働きがいも経済成長も 目標 5：ジェンダー平等を実現しよう 目標 16：平和と公正をすべての人に
7.2 従業員に提供する社会保険、福利待遇義務の協議メカニズムの構築、従業員の発展の保証、組織競争力の向上を可能とする賃金水準の形成	S2.8 運営地別の従業員の最低賃金と現地の最低賃金の割合 S2.12 雇用性質（正規、非正規）による福祉システムの区分 S2.2 健康診断及び健康書類のカバー率 S2.9 社会保険のカバー率	目標 1：貧困をなくそう 目標 8：働きがいも経済成長も 目標 10：人や国の不平等をなくそう
7.3 法により児童労働をなくし、未成年労働者の合理的な使用のための措置及び結果		目標 8：働きがいも経済成長も
7.4 法により強制または強制労働の除去を促進するための措置及び結果		
7.5 社員のための多様な日常コミュニケーションルートの構築	S2.3 民主的管理	
7.6 職種ごとに区分された、従業員一人当たりの年間研修受講平均時間数	S2.25 社員研修システム S2.26 社員研修の実績	目標 1：貧困をなくそう
7.7 従業員へのキャリア設計とキャリアパスの提供	S2.24 社員のキャリアパス	
7.8 従業員の仕事とワークライフバランスの最大限の実現のための措置と結果	S2.29 従業員の家庭責任と余暇生活を尊重し、ワークライフバランスを保証する	
7.9 従業員の健康と福祉を促進するための関連計画の制定と実施	S2.17 職業病の予防制度	
7.10 特別なグループ（妊娠中の女性、授乳中の女性など）に特別な保護を提供する	S2.28 特別なグループ（妊娠中の女性、授乳中の女性など）に特別な保護を提供する	
	S2.27 困難な状況にある従業員を支援するための投資	
7.11 危険源の識別と制御		
7.12 職業上の健康管理と安全方針原則の制定、実施	S2.17 職業病の予防及び管理システム	



7.13 職業上の傷害、疾病と事故の予防及び緊急事態の処理に必要な安全設備の効果的提供及び必要な個人保護装備の効果的提供	S2.23 パートタイム労働者、臨時労働者、下請け労働者への平等な健康と安全保護の提供	目標 1：貧困をなくそう
7.14 従業員に十分な職業上の健康と安全訓練を提供する	S2.18 職業安全健康トレーニング	
Ⅶ コミュニティー		
8.1 現地の社会環境と融合した、コミュニティの発展に参与する行動の展開		
8.2 企業が現地コミュニティの発展プロジェクトを開発またはサポートする	S4.4 企業は、事業を行っている地域社会で社会的利益をもたらすプロジェクトを開発または支援する	目標 1：貧困をなくそう 目標 2：飢餓をゼロに 目標 3：すべての人に健康と福祉を 目標 4：質の高い教育をみんなに
8.3 コミュニティーとのコミュニケーションメカニズムを確立する	S4.2 新規プロジェクト実行環境と社会影響評価の比率	
8.4 企業の公共福祉方針、財団設立または主要な公共福祉分野	S4.10 企業公益基金 / 基金会	目標 1：貧困をなくそう 目標 2：飢餓をゼロに 目標 3：すべての人に健康と福祉を 目標 4：質の高い教育をみんなに
8.5 公共福祉への投資と従業員のボランティア方針、対策、パフォーマンス	S4.12 寄付総額	目標 1：貧困をなくそう 目標 2：飢餓をゼロに 目標 3：すべての人に健康と福祉を 目標 4：質の高い教育をみんなに

注）本対照表は、中国外資企業の CSR 報告書作成のさいの参考として、他の CSR ベンチマークとの対応関係について一覧したものである。したがって、あくまで外資企業の評価項目の視点から、それと他の CSR 指標との関連性をみたものではあるが、結果として CASS-CSR と SDGs と相関性についても観察できるものとなっていることからここに掲載したものである。本指標体系は、「外資企業がより便利に報告書を作成できるよう、国内外の社会責任基準と外資企業の特徴を結びつけ、その中から特に重要なものを選択・編集して作成されている。」原表では外資系の CSR 指標は核心指標（コア指標）と完整指標とに区分されている。また、同じく原表では、ここで取り上げている 3 指標以外に GRI-G4 と GB/T36002 が比較の対象としてとり上げられている。これらはいずれも本稿の文脈では特に必要なものではないので、煩雑さを避けるためここでは省略した。また、CASS-CSR で用いられている指標は 3.0 である。これは 2018 年以降 4.0 にバージョンアップしているが、他のベンチマークとの対比をみようとすると限りでは特に大きな支障はないので、ここでは 3.0 バージョンをそのまま使用している。なお、CASS-CSR の項目に付されているアルファベットは CASS-CSR3.0 の各部分のタイトルの英語頭文字をとったものであり、P は前言、G は責任管理、M は市場パフォーマンス、S は社会パフォーマンス、E は環境パフォーマンスを表している。

出所）中国外商投資企業社会責任工作委员会（2017）