

中国の重慶市と湖北省59社の企業の 社会的責任行動に関する実証分析

程 天 敏

本論文は近年国際社会において話題に上ることの多い企業の社会的責任に注目し、中国の内陸地域に位置する重慶市と湖北省の規模の比較的小さい企業を中心に考察し、その企業の社会的責任行動がどこまで進んでいるかを俯瞰するために、2016年にアンケート調査を実施して、調査対象となる59社の企業の社会的責任行動の全体像を明らかにする。このアンケート調査から中国の内陸地域の企業の社会的責任のガバナンスの発展を資するための基礎的な分析を展開して、中国企業の社会的責任行動に関する示唆を与える。

1. はじめに

現代社会では、地球環境問題への関心の高まり、さらには世界各地で相次ぐ企業の不祥事などから、企業に対する社会的責任へ関心が集まっている。企業に対しては慈善活動、環境保護、従業員権益など、企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) の意識の高まりから、企業の社会価値を重視した行動が求められる時代とも言える。CSR 研究を紐解けば、CSR の言葉が初めて文献に見出されたのは、1924年に Sheldon (1924, [企業制度研究会訳書 (1975)]) が経営者に対して社会的責任の意義を提起したものである。彼は企業の目的が財の生産だけでなく、企業の経営戦略において社会的責任が社会の便益を促進するのに有効であると論述した。CSR に関する議論は先進国において第二次世界大戦後から活発化している。Carroll (2008) によれば、1950年代以前には CSR という用語は広く認識されていた概念ではなかったようである。歴史的には、1950年代になって、米国の研究に CSR の言葉が改めて出現し、CSR の議論が開始され現在に至る。とはいえ、この時代には、CSR に異議を唱える学者がいた。CSR 否定論と呼ばれる代表的な論者として Friedman (1962, [熊谷その他訳 (1975)]) は企業の責任が株主の利益を最大化することであると論及した。彼は、企業の本来の活動である経済性の本質に基づき、株主に対する責任を遂行することが企業の社会に対する責任であるとして、CSR 否定論者として位置付けられてきた。一方、社会的課題を企業が事業の一環として積極的に推進させる必要性の議論もよく取り上げられている。その議論を受け、Elkington (1999) は、企業を経済面のみで評価する

のではなく、企業活動を経済、環境、社会という3つの側面に関連した「トリプルボトムライン」という概念を提唱して、企業活動を持続的発展の観点から、経済、環境、社会の3つの側面で責任を果たすことを論述した。また、Buhr *et al.* (2014)によれば、環境と開発に関する世界委員会 (World Commission on Environment and Development, WCED) において1987年4月に提出されたブルントラント委員会の報告書『Our Common Future (我ら共有の未来)』で言及された「サステナビリティ」ないし「持続可能な発展」の概念と類似している。ブルントラント委員会の報告書が記載された「持続可能な開発」の内容と、Elkingtonが提唱された「トリプルボトムライン」の概念に合わせて、現在、国際社会では経済成長と環境保全の両立や、経済、環境、社会の側面から総合的に評価する考え方を一般的に定着させたことである。概して言えば、企業活動は「持続可能な発展」が目的であり、その意味合いは「トリプルボトムライン」である。即ち、企業活動は「経済」という自社の利益のみならず、「環境」と「社会」を加えた3つの側面からバランスよく評価し、各側面を向上することである。21世紀に入ってから、企業の経済性と社会性に関するCSRの議論は盛んに行われてきた。とりわけ、Porter and Kramer (2011, [ハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳])における、CSRを本来の事業活動に結びつける企業の経済的価値と社会的価値の両立を主張した共有価値の創造 (Creating Shared Value, CSV) の概念は注目を集めている。企業が利潤の最大化のみならず、全ての利害関係者 (Stakeholder, ステークホルダー) の利益を考慮し、社会に配慮した経済活動を展開する企業のあるべき姿と考えられる。言い換えると、バランスよく社会的責任行動へ取組む姿勢が21世紀の企業に求められる姿となる。

このように、現代社会では企業に社会への配慮を求められているため、CSRに関する研究も注目されている。CSR研究では、体系的にCSRに取組んでいる大企業が研究の対象となっている。一方、中小企業を主な対象としている研究は未開拓というのが現状である。しかし、現に社会的な問題を引き起こしている企業には、中小規模の企業が少なくなく、その責任が問われる。中小企業庁 (2016)によれば、諸外国において中小企業に関する定義の違いはあるものの、全企業数のうち中小企業の占める割合は9割以上となっている。アメリカ、日本、ドイツ、フランス、イギリスといった先進国において全企業数のうち99%以上が中小企業であるが、中国も例外ではない。ポイントは、中小企業が中国経済にとって極めて重要ということである。中小企業局 (2016)が公表した「促進中小企業発展規画 (2016-2020年)」(中小企業発展を促進する計画 2016-2020年)によると、2015年末時点で、中国で登録されている中小企業数は2,000万社を超えた。かつ、中小企業局 (2016)は、中国の中小企業は都市部の80%の雇用機会を創出しており、中国経済の重要な存在となっていると指摘した。中国経済の根底を支えているのが中小企業であるという事実である。これに対し

て、中国の中小企業がどれほどCSR行動に取り組んでいるのかは、統計的な数字ははっきり示されていない。中国企業のCSRの評価に関して、中国政府系機関のシンクタンクである中国社会科学院は、ここ数年、中国の外資系企業も含めた国有や民間の大企業のCSR情報開示およびそれらの行動につき毎年調査・評価し、公表している。李揚その他(2016)が公表した「中国企業社会責任研究報告(2016)」では、中国における国有企業トップ100社、民間企業トップ100社、外資系企業トップ100社の計300社の大企業を対象にCSRに関する評価を実施した。ほかに、鐘宏武その他(2017)が大企業のCSR報告書を用いてCSR行動を評価し、ランキングを公表した。中国のCSR研究は、しばしば大企業を対象としたCSR報告書をもとにCSRに関する情報もしくは行動にまつわる評価が実施されている。それに対して、中小企業は企業規模からCSR報告書の発行が少なく、体系的な評価基準がないことから、CSR行動の評価についての研究の蓄積が少ないと考えられる。前述のように中小企業はその企業数が膨大なものになること、調査に応える体制が整っていないことなどから統計が整備されず、そのCSR行動が十分に把握されずにいることが予想される。

ここまで述べてきたように、CSRに関する研究は大企業を中心に定着してきた。反面、中小企業に関するCSRへの取組をとらえる基礎的な研究データは不足している。より明白な実態を掴むためには、中小企業に特化した実態調査が待望される場所である。このような問題意識のもとに、本論文は中国における規模の比較的小さい企業を対象に、彼らがどのようなCSR行動を実施しているのかを検証するため、アンケートを実施することにした。本論文のアンケート調査方法と内容は程(2014)のアンケート調査方法と内容に従うものである。程(2014)は、重慶市と湖北省に立地する中小企業の社会的責任行動を検証するために、田中(2008)の調査シートを拡充したうえ、アンケート調査票を作成して、2013年2月下旬から3月上旬にかけて調査した重慶市25社と湖北省22社の計47社のデータを用いて、第2次産業(31社)と第3次産業(16社)を比較することにより、産業ごとの特徴を導出した。一方、本論文は調査した59社を産業ごとに区別せずに、彼らがCSR行動についてどの段階にいるのかを明らかにして、CSR行動の全体像を把握することにより、中国の内陸地域の中小企業のCSR行動への取組における課題を見出す基礎的な分析を目的とすると同時に、中国企業のCSRのガバナンスの推進に役立つことを期待する。加えて、本論文のアンケート調査票のシートは異なる規模、形態、業種の企業を比較できるように設計されていることから、このアンケート調査の地域範囲が中国の省や都市ごとのCSRの調査に発展することを期待する。ほかにも、本論文の2016年の調査では、将来の経年変化分析のためのデータを得ることが大きな目的となる。そこで、まずは関連の先行研究より、本論文の位置付けを明らかにする。その上で、本論文のアンケート調査概要について述べる。次にその裏付けとして、アンケート調査結果を集計する。最後に、調査した企業のCSR行動におけるバ

パフォーマンスの改善についてまとめる。

2. 中小企業による CSR 行動への取組

なぜ現在 CSR の議論が注目されているのか。次はグローバル化における大企業の不祥事などを概観した後、企業の規模を問わず CSR の重要性を論述する。

近年、企業の過剰な利益追求のために、安全や品質管理などに関する事故や不祥事が相次いでいる。世界中で発展途上国だけでなく、日本、ドイツ、英国など先進国の大企業まで不祥事が頻発している。日本において、CSR という言葉は2000年代から急速に広まって、2003年が CSR 元年と呼称されてからすでに10年以上経った。それでも、企業不祥事は依然として後を絶たず、2015年から2016年にかけては大企業の不祥事が相次ぎ、創業以来の危機に直面する企業も見られる。その中でも、東洋ゴムの免震パネルや防振ゴムなどの試験データ偽装問題、東芝の長期に及ぶ不適切会計問題、三菱自動車の軽自動車における燃費の不正表示問題など、大企業の不祥事が日本社会に大きな反響を及ぼしている。日本だけでなく、2015年に発覚したドイツのフォルクスワーゲンがディーゼル車の排ガス不正問題で巨額の訴訟和解金を拠出した¹⁾。自動車業界のほか、メキシコ湾で発生した原油流出事故でも英国の BP が巨額の和解金を支払った²⁾。米国での環境汚染や規制面で違反すると巨額の支払いが BP のような大企業に課せられるリスクが鮮明になっている。こうした和解金はフォルクスワーゲンや BP への財政的負担が明白であったが、企業のブランドイメージが大きく傷つくことにもなった。先進国企業にとっても CSR の在り方を問われ続けて、従来以上の責任のある行動が求められている。他方、中国でも2015年に米食品卸売会社大手の OSI グループの現地子会社である上海福喜食品が使用期限切れの肉を使った製品を出荷していることが発覚した。結果的には、同社の幹部が逮捕されたことや、一連の行政処分を受けたことだけでなく、中国現地で事業を展開するマクドナルドや KFC コーポレーションも同社の工場から仕入れていたものの、この問題の発覚から仕入れを停止し、同社との取引が打ち切られ、上海福喜食品へのダメージは明らかである³⁾。そればかりでなく、2017年にマスメディアが報じ

1) 日経新聞(2016)の掲載情報によれば、フォルクスワーゲンと米国政府は、フォルクスワーゲンが総額147億ドルを支払うことで和解した。米国における自動車業界の訴訟和解金としては、日系のトヨタ自動車の12億ドルを大きく上回り、過去最高となった。

2) 日経新聞(2015)の掲載情報によれば、BP が米国政府とメキシコ湾沿岸の5州に払う和解金は208億ドルとなった。

3) 人民網(2016)の報道によれば、2016年2月に上海現地の裁判所が OSI グループの中国法人幹部ら計10人に懲役1年7カ月～3年の有罪判決を言い渡した。なお、新華網(2016)の報道によれば、2016年10月に上海市食品薬品监督管理局は OSI グループの中国法人に対し、総額2,428万5,000元(約4億円)の罰金の支払いを命じる行政処分を発表した。

た、中国の天津市の約50カ所の工場で偽ブランド食品が生産され、最高10年にわたって中国国内で販売されていた食品偽造事件が挙げられる。これに対して、新華網(2017)によると、国家食品薬品監督管理総局はこの食品偽造問題について調査を指示したことを明らかにした。

マスメディアに度々取り上げられた企業不祥事の多くは大企業である。大企業の不祥事はかつて米国のエンロンによる粉飾決算事件で倒産に追い込まれた事例が挙げられるが、大部分の大企業は資本の大きさゆえに、企業の存続は保たれている。ところが、規模の比較的小さい企業は大企業と比較して資本も小さいため、非社会的問題が生じた場合は、市場に淘汰され、市場からの退出を余儀なくされることが少なくない。搜狐網(2016)によると、中国において官民一体となり、2016年7月に中央政府である国務院が内モンゴル自治区、黒竜江省、江蘇省、江西省、河南省、広西省、雲南省、寧夏省に対して環境保護監督視察を行い、汚染企業に対して厳しい取り締まりに乗り出した。さらに、地方政府である浙江省は中央政府の政策を推し進めるため、環境汚染のブラックリスト入り企業に対して、行政審査や融資など厳しく制限を設けることを決定した。一連の動きにより、資金力に乏しい、経営回復力が脆弱な中小企業は倒産を余儀なくされることが想定される。

こうしたマクロ的な課題状況を踏まえて、中小企業に課せられているCSRの課題は何か論じていこう。中小企業庁(2014)が発行した2014年版の中小企業白書では、事業を通じて社会的な課題を解決することで、社会価値の創造と企業価値の創造との両立を可能とする「CRSV (Creating and Realizing Shared Value)」概念が提示された⁴⁾。この概念は、地域に根ざした事業を行う中小企業の1つの生きる道にも繋がることを示した。また、中小企業庁(2015)が発行した2015年版の中小企業白書では、中小企業が事業を通じて地域課題を解決することにより、その地域が元気になり、その恩恵を享受できることが示唆された⁵⁾。中小企業庁が発行した2014年版と2015年版の中小企業白書から、中小企業が地域の経済や課題の解決に影響を与えていることがわかる。企業は社会の中に存在しており、企業の社会性を

4) 中小企業庁(2014)における「第3部 中小企業・小規模事業者が担う我が国の未来 第5章 新しい潮流―課題克服の新しい可能性」では、日本の有限会社中央タクシーなど4社の中小企業事例が紹介されたうえ、中小企業が地域課題の解決に自らの事業として取り組むことは、課題解決による地域活性化と、それによる企業利益の増大という好循環を生み出すことが指摘された。

5) 中小企業白書(2015)の「第3部 「地域」を考える―自らの変化と特性に向き合う―第1章 地域活性化への具体的取組」では、富良野市における地域資源を活用した新しい食文化の創造による地域飲食店の活性化などの事例を用いて、中小企業が事業を営む場である「地域」と向き合う重要性が指摘された。さらに、中小企業庁(2015, 356ページ)では、「中小企業・小規模事業者が持続的に発展していくためには、例えば地域固有の生産要素(=「地域資源」)を活用」と述べ、企業に対して地域活性化への多様な取組が求められていることと結論付けられた。

はじめ、企業と社会がいかに接点を持つかについてよく論じられている。即ち、企業は社会の一員として社会に対して責任を果たし、自主的に社会に貢献することが重要であるとされる。Carroll (1991, p. 42) は、「Economic Responsibilities (経済的責任)」、 「Legal Responsibilities (法的責任)」、 「Ethical Responsibilities (倫理的責任)」、 「Philanthropic Responsibilities (社会貢献責任)」 という「CSRのピラミッド」と呼ばれるものを提唱した。つまり、企業は自社を取り巻くステークホルダーに対し、第1に製品・サービスを公正な価格で提供し、ビジネスを存続させ投資家にも利益をもたらす経済的責任、第2に法を遵守する法的責任、第3に公正性を実現する経済活動を行う倫理的責任、第4に慈善活動など自発的・自由裁量的に取り組む社会貢献責任、を果たすことである。ところが、中小企業は大企業と比較すると売り上げ規模が小さく、経営体力も乏しいという特徴があるため、そうしたことは困難であることがしばしば指摘される。それなのに、中小企業に対しても、社会が望む製品・サービスの提供が求められ、とりわけ、地元の企業との取引や雇用など、地域社会との結びつきが比較的強い状況に置かれ、地域社会の様々なステークホルダーの関心を集めている。従って、中小企業は自主的かつ積極的にCSR行動を実施することに立ち向かうこととなる。このほか、繰り返し述べてきたように、欧米、日本、中国において目を覆うような不祥事が続発している。相次いだ企業不祥事を考えると、不祥事からの再生には依然として社会的責任の視点が不可欠である。換言すれば、企業の社会に対する責任の在り方を議論することは、必要不可欠であることが明確になる。加えて、CSRは大企業ばかりではなく、規模の小さい企業にも求められている。即ち、社会に対する企業の責任は、企業規模の大小を問わず本質は同じである。

3. 本論文のアンケート調査概要

本論文のアンケート調査結果を示す前に、この章では、アンケート調査対象地域である重慶市と湖北省の概況について説明して、アンケート調査概要を述べる。また、アンケート調査対象が中国の中小企業であるため、中国における中小企業の区分基準を取り上げる。

まずは中国の行政区画を確認しておこう。中国においては最上層の行政区画として「省 (Province)」、 「直轄市 (Municipality)」、 「自治区 (Autonomous Region)」、 「特別行政区 (Special administrative Region)」 の総称がある。最上層の行政区画の分割は、「省」において湖北省などの23の省、「直轄市」において重慶市などの4の直轄市、「自治区」において内モンゴル自治区などの5の自治区、「特別行政区」において香港とマカオ、計33の最上層の行政区画が存在する。本論文は2013年に実施した重慶市と湖北省の企業を対象とするものと同様に、この2つの行政区に立地する企業を選定した。次は、重慶市と湖北省の概況を述べる⁶⁾。

まず、重慶市の主要な地理・人口・経済指標を見ておこう。重慶市は元々四川省に属していたが、1997年3月14日に第8回全国人民代表大会第5次会議の審議批准を経て、直轄市に昇格した。同市は目下中国において、行政管轄範囲が最も大きく、所有人口数も最も多い都市である。重慶市人民政府「市情簡介」によると、同市は、面積が8.24万平方キロメートル、常住人口が3,017万人、都市化率が60.9%に達した。2014年のGDPが1.43万億元（1ドル約6.5円で換算すると約2,200億ドル）に上り、経済成長率が前年比10.9%の増加となったが、2015年のGDPが1.57万億元（約2,400億ドル）に上り、経済成長率が前年比11%の増加となった。さらに、重慶市統計局（2017）の「2016年重慶市経済運行状況（2016年重慶市経済運営状況）」によれば、同市の2016年のGDPは1.75万億元（約2,700億ドル）で、前年より10.7%の成長となった。その経済成長率は国家統計局（2017）が公表した2016年の全国平均値である6.7%を4ポイント上回った。同市が中国で際立つ経済成長率を誇っていることがわかる。併せて、2016年の1人当たりGDPが5万7,902元（約8,900ドル）で、対前年比9.6%成長となったほか、2016年の1人当たり平均収入が都市住民の2万9,610元（約4,500ドル）と農村住民の1万1,549元（約1,800ドル）に上り、それぞれ前年比8.7%と9.9%の増加となった。付け加えると、同市は中国に4つある直轄市の中で最大の面積を持ち、中国の西部地域において文化、通信、科学技術、水路、陸路、空路のセンター的機能を有して、内陸唯一の水運、鉄道、空運の3つの税関形態を全部揃える地区になっており、自動車、電子機器、機械工業などの工業集積地として発展している。中国改革開放後、上海市など沿海部の都市が目覚ましく発展したのに対し、重慶市は発展から取り残されていたが、直轄市に昇格してから、中国の西部大開発を実施する重要な開発エリアとなっている。中国の西部大開発を実施する機会をつかんだ重慶市は、経済社会の発展を加速し、西南エリアと長江上流エリアの発展を推進している。

続いて、湖北省の主要な地理・人口・経済指標を紹介する。湖北省は中国の長江の中流に位置する省である。湖北省人民政府「省情」によると、同省は、面積が18.59万平方キロメートル、常住人口は5,816万人を超えている。湖北省人民政府（2017）の「2016年湖北経済運行状況（2016年湖北経済運営状況）」によれば、同省の2016年のGDPが3万2,000億元（約5,000億ドル）を超え、経済成長率も8.1%を達成した。その経済成長率は2016年の全国平均6.7%を1.4ポイント上回っている。同省は古来より中国の水の交通の要所であり、内陸河川の輸送が重要な地位を占めている。省の半分以上の都市が水上輸送ルートの範囲にあり、中国で内陸河川の水輸送事業が最も発達している省の1つである。なお、高速道路ネ

6) ここで取り上げた重慶市と湖北省の概況に関するデータは重慶市人民政府ウェブサイトおよび湖北省人民政府ウェブサイトの情報を参照した。

ネットワークにおいては北部は河南省、西部は重慶市、東部は安徽省、南部は江西省に接することに加え、北京市、上海市、広州市を結ぶ地点に存在する陸の交通の要所でもある。なお、同省の中心都市である武漢市の天河空港は華中地区で規模が最も大きく、機能が最も揃った空港である。現在、同省は水力発電やバイオテクノロジーなどの産業を積極的に導入している。中国経済が、成長の軸足を従来の沿海部開発と輸出振興として発展を遂げているため、沿岸地域の企業が比較的注目されてきている。上述のように、近年内陸部のインフラ整備が急ピッチで進み、重慶市のように2桁の経済成長が続いている地域も現われ、従来の沿岸地域の企業が内陸地域に移転する動きが見られる。

次に、本論文のアンケート調査概要を述べる。筆者は2016年8月上旬から中旬にかけて、重慶市30社と湖北省30社、計60社を対象に、アンケート調査を実施した。ただし、この60社のうち、湖北省1社がアンケート調査票に企業名を記入することを躊躇して、アンケートに協力してもらえなかったため、結局、回答企業総数は59社であった。では、本論文のアンケート調査の経緯と方法を述べる。筆者が作成したアンケート調査票は、現地のコーディネーターの折衝を通じて、調査先の企業の特設部署ではなく、会長室、社長室、事務室、秘書室といった部署を訪ね、調査先の協力を得た。本論文のアンケート調査方法は、対面形式により、アンケート調査票（原本は中国語）の質問項目に回答を記入してもらった。

さて、本論文のアンケート調査は中国の中小企業を対象に実施したため、中国における中小企業の区分基準を確認しておこう。周知のように、大企業と中小企業の企業規模は売上高や従業員数において単位の桁が大きく異なるほどの相違がある。中国における中小企業の区分基準は「工業」や「建築業」など業種の違いをはじめとして様々であるが、政府機関が制定したものによれば、表3-1の通りである。2011年には、工業和信息化部、国家統計局、国家発展和改革委員会、財政部が共同で「関与印発中小企業画型標準規定的通知」を公布し、新たに中小企業の区分に関する詳細な規定を設けた。それは従業員数、売上高、資産総額の3つの指標に準拠して、さらに業種の特性をも加味して制定され、「農・林・牧畜・漁業」などの15の業種に大別された。以上、本論文のアンケート調査概要および中国の中小企業の区分基準を述べてきたが、次は本論文のアンケート調査結果を述べる。

表 3-1 「関与印発中小企業画型標準規定的通知」が規定する中国の中小企業の区分基準

業種	指標分類	単位	中型企業	小型企業	零細型企业
農・林・牧畜・漁業	売上高(¥)	万元	500≤¥<20000	50≤¥<500	¥<50
工業	従業員(P)	人	300≤P<1000	20≤P<300	P<20
	売上高(¥)	万元	2000≤¥<40000	300≤¥<2000	¥<300
建築業	売上高(¥)	万元	6000≤¥<80000	300≤¥<6000	¥<300
	資産総額(¥)	万元	5000≤¥<80000	300≤¥<5000	¥<300
卸売業	従業員(P)	人	20≤P<200	5≤P<20	P<5
	売上高(¥)	万元	5000≤¥<40000	1000≤¥<5000	¥<1000
小売業	従業員(P)	人	50≤P<300	10≤P<50	P<10
	売上高(¥)	万元	500≤¥<20000	100≤¥<500	¥<100
交通運輸業	従業員(P)	人	300≤P<1000	20≤P<300	P<20
	売上高(¥)	万元	3000≤¥<30000	200≤¥<3000	¥<200
倉庫業	従業員(P)	人	100≤P<200	20≤P<100	P<20
	売上高(¥)	万元	1000≤¥<30000	100≤¥<1000	¥<100
郵政業	従業員(P)	人	300≤P<1000	20≤P<300	P<20
	売上高(¥)	万元	2000≤¥<30000	100≤¥<2000	¥<100
宿泊業	従業員(P)	人	100≤P<300	10≤P<100	P<10
	売上高(¥)	万元	2000≤¥<10000	100≤¥<2000	¥<100
飲食業	従業員(P)	人	100≤P<300	10≤P<100	P<10
	売上高(¥)	万元	2000≤¥<10000	100≤¥<2000	¥<100
情報転送業	従業員(P)	人	100≤P<2000	10≤P<100	P<10
	売上高(¥)	万元	1000≤¥<100000	100≤¥<1000	¥<100
ソフトウェア・情報 技術サービス業	従業員(P)	人	100≤P<300	10≤P<100	P<10
	売上高(¥)	万元	1000≤¥<10000	50≤¥<1000	¥<50
不動産業	売上高(¥)	万元	1000≤¥<200000	100≤¥<1000	¥<100
	資産総額(¥)	万元	5000≤¥<10000	2000≤¥<5000	¥<2000
住宅管理業	従業員(P)	人	300≤P<1000	100≤P<300	P<100
	売上高(¥)	万元	1000≤¥<5000	500≤¥<1000	¥<500
リース・ビジネス サービス業	従業員(P)	人	100≤P<300	10≤P<100	P<10
	資産総額(¥)	万元	8000≤¥<120000	100≤¥<8000	¥<100
その他	従業員(P)	人	100≤P<300	10≤P<100	P<10

(出所) 工業和信息化部・国家統計局・国家発展和改革委員会・財政部(2011)に準拠して、百度百科(<https://baike.baidu.com/>)における「中小企業画分標準」を参考に、一部加筆した。

4. 重慶市と湖北省59社の企業の社会的責任に関する取組

重慶市と湖北省59社の企業の社会的責任分野に関するアンケート調査の質問21項目および調査結果を以下に示す。

4-1 回答者に関する情報

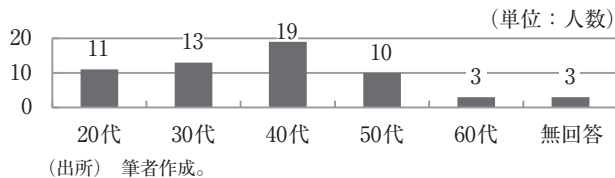
(1) 質問1「あなたの性別」

回答者59名のうち、男性と女性の構成は26名と33名で、それぞれ44%と56%の比率である。

(2) 質問2「あなたの年齢」

この質問には、回答者の年齢を記入してもらった。その年齢に基づき、筆者が年代別により整理した。図4-1は、その年代別の分布を示し、20代から40代の記入者が多いことが確かめられた。このうち、40代の比率が最も高く、全回答者のうち32%を占めた。続いて30代と20代の比率が全回答者のうちそれぞれ22%と19%を占めた。

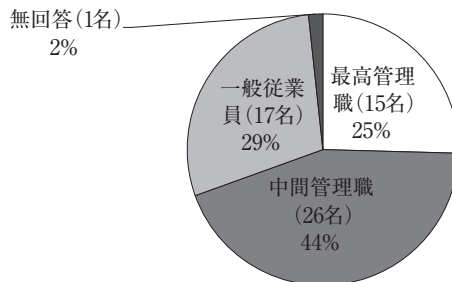
図4-1 回答者の年代別データ分布



(3) 質問3「あなたの役職」

この質問には、回答者に役職名の記入を要請した。筆者は回答により一般職と管理職に分けた(図4-2)。その役職の内訳は、最高管理職(法人代表・会長・社長・オーナーを含む)が15名、中間管理職(業務経理・主任・店長・係長など)が26名、一般従業員が17名、無回答が1名であった。中間管理職が最も高い割合を占めたことが確かめられた。

図4-2 回答者の役職別データ分布



4-2 調査対象企業に関する情報

(1) 質問4「企業名」

アンケート調査票には、企業名の記入欄を設けた。企業名に関する回答は全ての調査対象が記入した(表4-1)⁷⁾。

表4-1 59社の企業名と業種

順番	企業名(重慶市1~30, 湖北省31~59)	業種
1	巫溪县融連房地產開發有限公司	不動産業
2	巫溪县城市建設有限公司	建築業
3	巫溪县鴻耀建材有限公司	製造業
4	巫溪县華安墻材有限公司	製造業
5	雲陽県尚品商貿有限公司	卸売・小売業
6	雲陽県和平機車有限責任公司	卸売・小売業
7	雲陽県大發汽車銷售有限公司	卸売・小売業
8	雲陽県三峡移民水泥廠	製造業
9	雲陽県江峡建築工程有限公司	建築業
10	雲陽融申房地產開發有限公司	不動産業
11	重慶昌滿房地產開發有限公司	不動産業
12	重慶国権房地產開發有限責任公司	不動産業
13	重慶国梁建設(集团)有限公司	建築業
14	重慶誠信建築工程(集团)有限公司	建築業
15	重慶仁達建築工程有限責任公司	建築業
16	重慶偉聯建設有限公司	建築業
17	重慶雲晟建設有限公司	建築業
18	重慶市雲陽県永豊農資有限責任公司	卸売・小売業
19	重慶易易商電子商務股份有限公司	卸売・小売業
20	重慶市瑞福房地產經紀有限公司	リース・ビジネスサービス業
21	重慶市海錦建築勞務有限公司	リース・ビジネスサービス業
22	重慶泰和安科技有限公司	科学研究・技術サービス業
23	重慶大有建築設計院	科学研究・技術サービス業
24	重慶四季春農業開發有限公司	農・林・牧畜・漁業

7) 表4-1に示した重慶市30社のうち17社と湖北省30社のうち20社は2013年に続き、本論文のアンケート調査にも協力してもらった。2013年のアンケート調査の全ての企業名は程(2015)で公表したが、2016年のアンケート調査に新たに協力してもらった企業は、重慶市の「巫溪县融連房地產開發有限公司」など13社と、湖北省の「秭帰県名隆典当有限公司」など9社である。

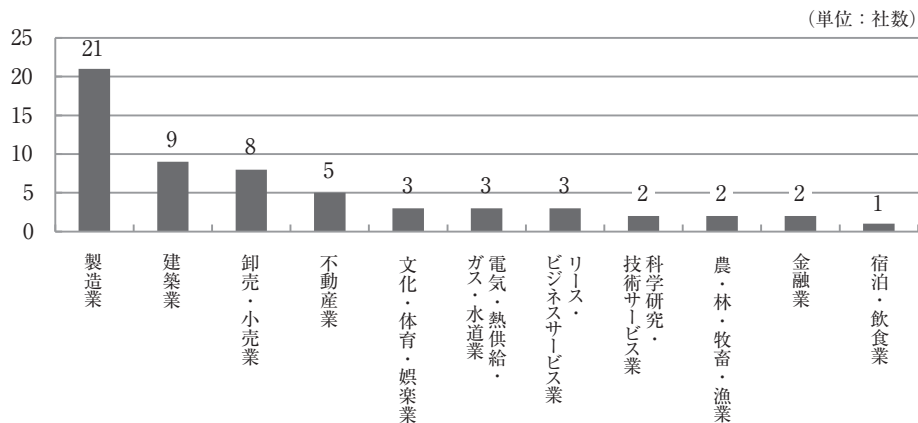
25	重慶市澎溪廢旧物資回收有限責任公司	製造業
26	重慶雲糧食品有限公司	製造業
27	重慶綠森鋼化中空玻璃有限公司	製造業
28	重慶市奉節県宏耀金属製品製造有限公司	製造業
29	奉節県富發建材製造有限公司	製造業
30	奉節県東陽建材有限責任公司	製造業
31	宜昌珍城房地產開發有限公司	不動産業
32	宜昌飛鷹電子科技有限公司	製造業
33	宜昌秭源食品有限公司	製造業
34	宜昌市宏鷹建築勞務有限公司	リース・ビジネスサービス業
35	荊州市全隆五金機械廠	製造業
36	荊州市山山文化伝媒有限公司	文化・体育・娯楽業
37	湖北天麗灯飾開發有限公司	製造業
38	湖北秭婦百麗靴業有限責任公司	製造業
39	湖北華揚玻璃有限公司	製造業
40	湖北省秭婦鵬程実業有限公司	製造業
41	湖北匡通電子股份有限公司	製造業
42	湖北省秭婦県七星水泥有限責任公司	製造業
43	湖北大唐盛世彫塑芸術有限公司	文化・体育・娯楽業
44	湖北律誠時代文化伝播有限公司	文化・体育・娯楽業
45	湖北望新建設有限公司	建築業
46	湖北仕外田源生態農業有限公司	農・林・牧畜・漁業
47	湖北省秭婦県電力公司	電気・熱供給・ガス・水道業
48	秭婦鴻翔印務有限責任公司	製造業
49	秭婦県屈姑食品有限公司	製造業
50	秭婦県大力紙品有限公司	製造業
51	秭婦県天利零售業有限責任公司	卸売・小売業
52	秭婦東方超市有限公司	卸売・小売業
53	秭婦県北山商貿有限責任公司	卸売・小売業
54	秭婦三峡坤達実業有限公司	建築業
55	秭婦県自來水公司	電気・熱供給・ガス・水道業
56	秭婦県長林賓館	宿泊・飲食業
57	秭婦県投資公司	金融業
58	秭婦県名隆典当有限公司	金融業
59	秭婦県龍泉水電有限公司	電気・熱供給・ガス・水道業

(出所) 筆者作成。

(2) 質問5「企業の業種名称」

調査対象に、業種はできる限り偏らないように配慮し、より多くの業種の企業に協力してもらった。アンケート調査票には、全ての回答者に企業の業種名称を記入してもらった(表4-1)。筆者はそれを、国家统计局(2011)の業種大分類を参照し分類した。図4-3は、表4-1の業種大分類に基づき、59社における業種別の社数を示す。59社のうち、「製造業」が21社で、59社のうち36%を占め、最も高い割合となった。続いて、「建設業」が9社、「卸売・小売業」が8社で、59社のうちそれぞれ15%と14%を占めた。

図4-3 企業の業種別データ分布



(出所) 筆者作成。

(3) 質問6「企業の所有形態」

59社の企業の所有形態の内訳は国有企業4社、合弁企業2社、民間企業53社であった。調査対象のほとんどが民間企業であることが確かめられた。

(4) 質問7「企業の従業員数」

企業の従業員数については、「51~100人」(19社)と「101~500人」(18社)が59社のうちそれぞれ32%と31%を占めた。続いて、「11~50人」(12社)、「500人以上」(6社)、「10人以下」(4社)の順となった。

(5) 質問8「2015年企業売上高」

企業の2015年の売上高の回答では、「1,000万元以上~5,000万元以下」(18社)(31%)が最も多く、「5,000万元以上~1億元以下」(15社)(25%)、「1億元以上~5億元以下」(11社)(19%)、「500万元以下」(8社)(14%)、「500万元以上~1,000万元以下」(7社)(12%)と続いた。

4-3 59社における CSR 行動への取組の実態

(1) 質問9「企業の社会的責任報告書を発行したことがありますか」

この質問は、企業が書面の形式によりステークホルダーとのコミュニケーションを図っているかを知ることが目的である。ところが、59社はいずれも CSR 報告書を発行していなかったことが確かめられた。中国は2000年代の後半から多くの企業が CSR 報告書の発行を意識し、2010年代から CSR 報告書の発行数が著しく増えている。商道縦横（2016）によると、中国では、2015年に CSR に関する報告書1,601冊が発行され、2014年に比べて新たに283社が CSR に関する報告書を発行した。国際社会だけでなく、中国においても CSR 報告書が企業と様々なステークホルダーとのコミュニケーション・ツールとして多くの企業に重要視されるようになってきている。よって、企業の規模を問わず、CSR 報告書を利用してステークホルダーとコミュニケーションを図り、取組内容の更なる向上を目指すことが望まれる。

(2) 質問10「ウェブサイトなどのインターネット・メディアを通じて企業の社会的責任情報を公開していますか」

CSR 情報はテレビ・ラジオ・新聞・雑誌などマスメディアを通じて公開するほか、自社のウェブサイトなどインターネット・メディアによって公開することがある。近年、CSR 情報公開分野においてインターネット・メディアの利用が進んでいる。中国企業において自社のウェブサイトのほか、中国でよく知られている WeChat（ウェイチャット）や Weibo（ウェイボー）などの SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）ツールを利用して情報発信を行っている。この質問の調査結果では、公開していない企業が43社となり、59社のうち73%を占め、企業のウェブサイトなどのインターネット・メディアにおける CSR の情報公開の割合は大きくないと言える。これらのインターネット・メディアを通じて、様々なステークホルダーとのコミュニケーションの活性化のために、より多くの企業が自社のウェブサイトをはじめ SNS を導入することが望まれる。また、近年中国において CSR の情報開示に対する第三者評価が進んでいる。中国社会科学院が近年中国の大企業を対象に CSR ランキング付けが実施されているが、ここ数年のランキング上位は中国の国有企業が名前を連ねている一方で、外資系企業の順位は比較的低い、相対的に厳しい評価が下されている。外資系企業の順位が低い理由は CSR 行動自体への評価が低いことを意味するのではなく、各社の中国における CSR 情報の開示量が少ないためである。この評価から企業の積極的な情報開示により良い影響をもたらすこととなる。その意味で、企業がステークホルダーから高く評価してもらうために、CSR に関する情報開示の拡充を迫られることになると考えられる。

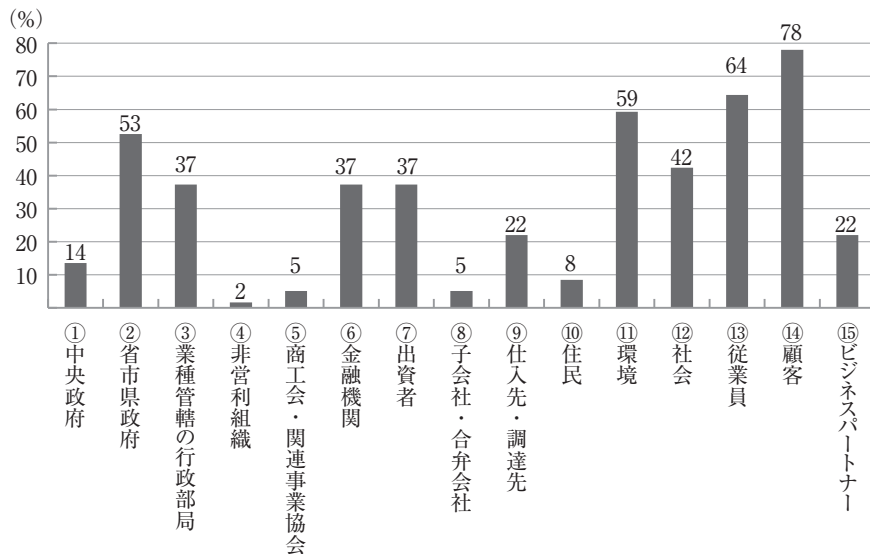
(3) 質問11「企業の社会的責任行動における重要なステークホルダーを挙げてくださ

い]

CSRを論じる時、ステークホルダーという概念が重要な位置付けを占めることとなる。ステークホルダーの概念はFreeman (1984) により“Strategic Management: A Stakeholder Approach (戦略的管理：ステークホルダー・アプローチ)”が出版され、主唱されるようになった。ここではステークホルダーの定義を確認する。GRI (2013, p. 244) は、ステークホルダーのことを「従業員や株主などのような当該組織に直接関わる者と、地域コミュニティのような当該組織とそれ以外の関係を持つ者を包含することができる」と述べた。本論文で実施されたアンケート調査でのステークホルダーの表示には、GRI (2013) に提起したステークホルダーの意味合いを踏まえ、「顧客」、「従業員」、「資本提供者」など企業と直接的に関わる者と、「住民」など企業と間接的に関わる者を設定したうえで、中国の事情を鑑みて、政府というステークホルダーをさらに細分化し、「中央政府」、「省市県政府」、「業種管轄の行政部局」と3つに区分することにした。

この質問の回答結果を図4-4に示す。59社では、⑭顧客(78%)が最も重要視されていることが確かめられた。次に重要なステークホルダーとしては、2位の⑬従業員(64%)と3位の⑪環境(59%)であるが、②省市県政府(53%)も高い割合であることが確かめられた。続いて、59社のうち42%の企業は⑫社会が重要なステークホルダーとして挙げた。それ以外には、③業種管轄の行政部局、⑥金融機関と⑦出資者が59社のうちそれぞれ37%を占め、比較的重要なステークホルダーとして挙げられた。この調査結果から、企業の主要な

図4-4 企業にとって重要なステークホルダーのデータ分布



(出所) 筆者作成。

ステークホルダーとは、「顧客」、「従業員」、「金融機関」、「出資者」のように企業と直接金銭取引のあるステークホルダーがピックアップされることが多いということが確かめられた。なおかつ、「環境」が重要視される理由に関しては、深刻な課題となっている大気汚染といった環境問題に対する企業の関心も高まっていることが見受けられる。ほかにも、「省市県政府」や「業種管轄の行政部局」が重要視される理由に関しては、近年、CSRに対する政府の推進と監督が強化されているため、企業も政府の政策に無関心でいられないと考えられる。ちなみに、この質問の中で、選択肢に「その他」を設定したが、どの企業にも選択されていなかったため、図4-4のグラフには反映しなかった。全体的な傾向としては、企業と直接金銭が絡む取引のある「顧客」、「従業員」、「金融機関」、「出資者」を非常に重要なステークホルダーとして考慮しているほか、「環境」、「社会」、「省市県政府」や「業種管轄の行政部局」のように、業種特性を考慮して、環境、地域社会、地域行政や監督官庁が重要なステークホルダーとして加えられるパターンが多いことが確かめられた。日本におけるCSRは、環境保全など環境側面が進んでいるのに対して、谷本（2013, 144ページ）のように「日本企業においては労働に関するCSRは、これまで関心が低かった」ことが指摘され、労働など社会的側面が比較的脆弱であることが示唆された。これに対して、本論文の調査結果では、環境に関する関心も高いが、従業員（即ち、労働）にも関心が高いことが確かめられた。

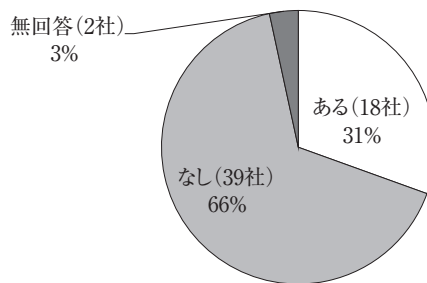
一方、10%未満のステークホルダーには、⑩住民（8%）、⑧子会社・合弁会社（5%）、⑤商工会・関連事業協会（5%）、④非営利組織（2%）がある。このうち、子会社・合弁会社に関しては調査対象の規模が比較的小さいゆえに、子会社あるいは合弁会社が存在しないと考えられ、子会社・合弁会社の比率が比較的低くなっているとも推測される。これに対して、非営利組織、商工会・関連事業協会、住民がいずれも企業と直接金銭的取引を持っていないステークホルダーであることから、企業はこれらのステークホルダーに関心が薄いことが看取される。とは言っても、企業の持続可能な成長や発展を成すために、様々なステークホルダーとのコミュニケーションが不可欠となる。ステークホルダーに対する意識は、大企業では各ステークホルダーへの説明責任を果たしていくとの認識を持つ一方、中小企業では様々なステークホルダーと良好な関係を維持することが重要と考えられる。ところで、CSR行動における企業とステークホルダーとの連携事例につき、玉村編（2016）は、日本のキリン、味の素、三菱地所のほか、日本以外のインドネシア & ブラジルのKOBAN（交番）やインドの地下鉄デリー・メトロなど様々な地域において、規模を問わずCSVに関する30の事例を取り上げて、社会の中に様々な存在する主体が、単独での価値や利益を求めめるのではなく、関係主体同士で共有価値を創出していることが指摘されたうえで、CSR行動においてステークホルダーとの連携の重要性が強調された。グローバル社会において、多様なステ

ークホルダーが企業に責任を求めている。そのため、規模を問わず、企業は様々なステークホルダーからの期待に対応し、それに合致する行動を実施することが重要となる。

(4) 質問12「上記のステークホルダーが企業の社会的責任に関する意見や要請をしたことがありますか」

図4-5はステークホルダーからのCSR行動への取組に関する意見および要請の有無に関する回答を示す。59社のうち18社(31%)が「ある」と回答したことが確かめられた。併せて、「ある」と回答した者に対しては「それらに対して企業がどのように対応しましたか」という質問を設けた。寄せられた回答では、「地元政府機関から直接指示を受け、社内会議を行い支援活動に協力した」や「住民から粉塵減少の要望を受け、直ちに現場責任者に指示して建設工事現場の環境を対応する」などステークホルダーの要請を受け、社内会議の実施や管理者層の指示により対応することが挙げられた。

図4-5 ステークホルダーからのCSR行動への取組に関する意見および要請の有無

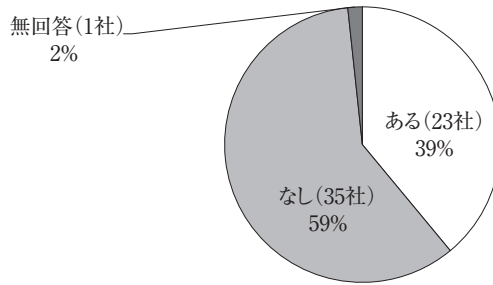


(出所) 筆者作成。

(5) 質問13「第三者から企業の社会的責任に関する評価を受けたことがありますか」

この質問は、第三者によるCSRに関する評価を知ることが目的である。現在、様々なところで第三者評価制度が導入されてきている。企業においてもCSRに対して、第三者評価を実施し、客観的な視点での評価や改善点の指摘を通じて、CSRの現状を確認するところがある。図4-6より、第三者からCSRに関する評価の有無に関して、59社のうち35社(59%)が「なし」と回答した。この数値を見る限りでは、調査した企業において第三者評価によるCSRの評価がまだ少ないことがわかる。一方、「ある」と回答した者に対しては「政府あるいは第三者からどのような評価を受けましたか」という質問を設けたところ、寄せられた回答は、「地元政府の監査機関が当社に対して定期的に財務監査を実施している」、「役人から職員の待遇問題や社会保険の加入・納付状況について聞かれた」、「医薬监督管理局による薬品の品質確認、従業員の薬剤師資格の有無に関する抜き打ち検査を受けた」といった地域行政や監督官庁からの回答事例が多数見られたほか、「マスメディアから価格が適

図 4-6 第三者からの CSR に関する評価の有無



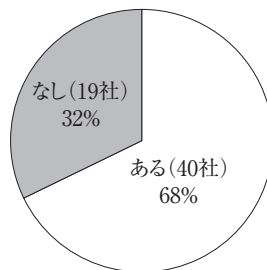
(出所) 筆者作成。

正であるかどうか取材を受けたことがある」など政府以外のステークホルダーからの回答事例が挙げられた。

(6) 質問14「政府や関連組織・団体と共同で企業の社会的責任行動に取り組むことがありますか」

この質問は、CSR 行動にあたって政府といったステークホルダーと連携して取り組んでいるかどうかを把握する。図 4-7 では、59社のうち40社 (68%) が「ある」と回答したことが確かめられた。併せて、「ある」と記入したものに対して「それらの組織や団体と共同で企業の社会的責任行動に取り組んだ実例を教えてください」という質問を設定した。これに対して寄せられた回答は、「地元政府と共同で“社会主義新農村建設”(社会主義新農村建設とは主にインフラ整備や都市の公共サービスなどを農村まで拡大すること)に参加している」など地域行政機関と共同で CSR 行動を実施したことが挙げられたほか、「他社と共同で消防活動の演習訓練に参加した」、「協会の斡旋により同業他社と共同で地元の大学生の職業育成訓練に協力したことがあった」など同業他社と連携して地域社会に貢献したことが挙げられた。

図 4-7 ステークホルダーと共同での CSR 行動への取組の有無

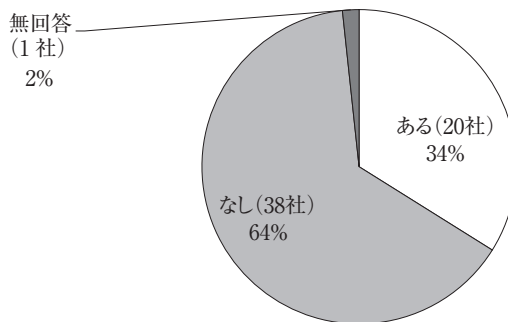


(出所) 筆者作成。

(7) 質問15「最高統治機関，関連委員会，社内の独立性を有する組織は企業の社会的責任の取組に参画したことがありますか」

この質問は，企業内部組織がCSR行動の実施に関与しているかを確認することが目的である。図4-8は，38社の企業が「なし」と回答し，59社のうち6割以上を占めたことが確かめられた。さらに，「ある」と回答したものでは，一部の企業において「董事会（中国には最高意志決定機関として“董事会”と呼ばれる組織がある）が不定期に会議を開き，地域振興に貢献するためのプロジェクトの諸施策を展開している」と最高統治機関がCSR行動に指示する事例が記入されたほか，「工会（労働組合のことで，日本の労働組合とは性質が異なるものの，労働者の利益を代表し，法に照らして労働者の合法的権益を守る組織）が社会的責任の履行状況を把握している」と労働組合がCSR行動に関与しているという記入例が多数見られた。CSRにおいて労働組合の役割が度々強調されている。Rinaldi, Unerman and Tilt (2014, p. 95) は，「労働組合は，雇用における賃金の支払いのほか，健康，安全，平等，多様性のような，組織の社会的な影響に多くの関心を持つ」と述べ，CSRを発展させるために労働組合の持つ機能が極めて重要であることを示唆した。中国企業においても労働組合が，健全な企業行動がなされているかをチェックする役割を担うこととなる。

図4-8 企業内部の組織におけるCSR行動への参画の有無

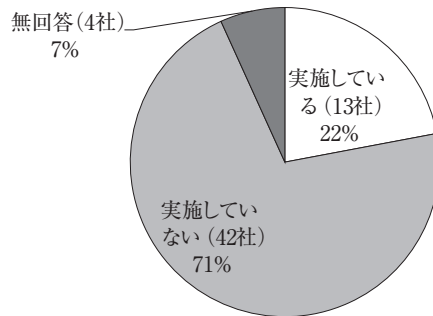


(出所) 筆者作成。

(8) 質問16「企業内部による定期的な企業の社会的責任に関する監督や調査を実施していますか」

図4-9で表される調査結果から，7割以上の企業が企業内部による定期的なCSRに関する監督や調査が実施されていないことが確かめられた。さらに，「実施している」と記入したものに対して「どのような監督や調査を実施していますか」という質問を設定した。これに対して，寄せられた回答は，「社内の関連部署を連動して，いつもコミュニケーションを取り，社会的責任の実施状況を確認する」，「オーナーが自ら社会的援助活動を指示した」といった明確な組織名を挙げるのではなく，経営者によるCSR行動を指示する回答が多数

図 4-9 企業内部による CSR に関する監督や調査の有無



(出所) 筆者作成。

あった。規模の小さい企業の特徴となっているオーナー所有企業の在り方に対して、様々なステークホルダーへの経営内容の監査の課題が求められる。

(9) 企業の社会的責任の標準や行動規範に関する調査

CSR 行動は自主的に展開することが多いが、幅広い CSR の標準を参照して、より質の高い CSR 行動への取組が可能である。国際社会において CSR の標準について認知度が高いのが国際標準化機構 (International Organization for Standardization, ISO) の発行した ISO26000、国連が提唱した国連グローバル・コンパクトなどが挙げられる。中国において CSR の標準は国務院国有資産監督管理委員会が公表した「関与中央企業履行社会责任的指導意見 (中央政府直轄企業の社会的責任履行に関する指導意見)」や「中央企業“十二五”和諧發展戰略實施綱要 (第12次5ヶ年計画における中央政府直轄企業の調和が取れた發展戰略實施綱要)」などが挙げられる。企業がどのような CSR の標準で行動するかを知るにより、バランスが取れた CSR 行動を探ることができる。中国企業はどのような標準を参考して CSR 行動を実施しているのか知る目的で、アンケート調査の質問17~19の3問においては、CSR の標準に関して調査した。その調査結果は以下のように示す。

質問17では「国内外の企業の社会的責任の標準に基づいて企業の社会的責任行動への取組がありますか」という質問で、CSR の標準に基づく企業の具体的な CSR 行動の有無を知ることが目的である。59社のうち11社 (19%) の記入者が「ある」と回答した。なお、「無回答」が1社ある。ところが、「なし」と回答した企業が47社となり、59社のうち80%を占めた。このパーセンテージからも、調査した企業における CSR の標準に基づく行動を展開する意識はそれほど高いものであるとは言えない状況が垣間見える。さらに、「ある」と記入したものに対して「どのような標準に基づいて企業の社会的責任行動に取組んでいますか」と質問したところ、11社のうち、7社が中国国内の CSR の標準を記入した。その内訳は、2007年に国務院国有資産監督管理委員会が公表した「関与中央企業履行社会责任的指導意

見」(4社)、2012年に中国電子工業標準化技術協会社会責任工作委員会が公表した「中国電子情報産業社会責任指南」(1社)、2013年に中国建築協会などの機関が共同で公表した「関与建築企業履行社会責任的指導意見」(1社)、2015年に国家質量監督検査検疫総局と国家標準化管理委員会が共同で公表した「社会責任指南」(1社)であることが確かめられた。それ以外、CSRの標準ではなく、「ISO9001品質マネジメントシステム」を、CSRの標準であるものと判断して回答した事例が多数見られた。それから、CSRの標準に関する調査は企業だけでなく、一般市民に対しても行われている。経済広報センター(2013)の一般市民に対する調査において、国際社会に比較的注目されているISO26000の認知度を聞いたところ、「聞いたことがない」(41%)と「聞いたことがあるが内容は知らない」(40%)を合わせて、8割の市民がISO26000を認知していないことを明らかにした。今後、CSR行動を推進させるために、まずはCSRの標準を普及させることが重要と考えている。

質問18では「あなたは国際機関の企業の社会的責任の標準に基づいて企業の社会的責任行動に取組む必要があると思いますか」という質問を設定した。59社のうち31社(53%)の記入者が「ある」と回答した。さらに、「ある」と記入したものに対して「知っている国際機関の企業の社会的責任の標準があれば教えてください」という質問を設定したところ、国際的なCSRの標準ではなく、多くの回答者はISOの認証基準を記入した。

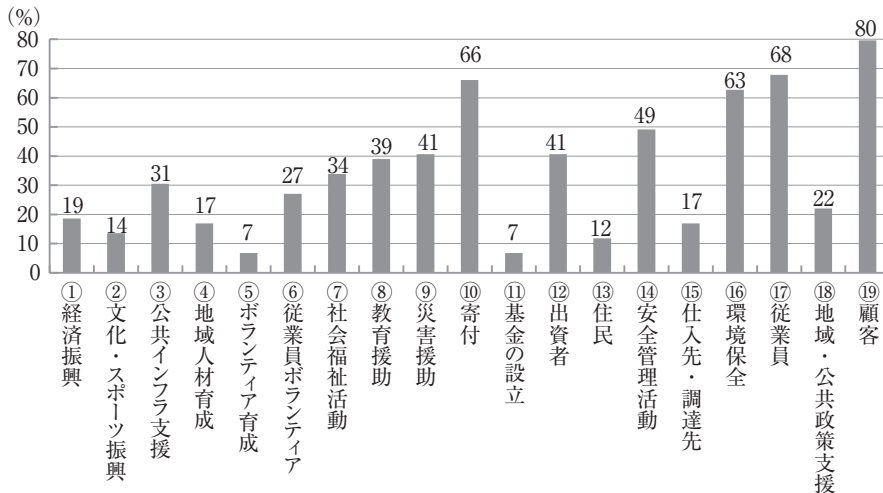
質問19では「あなたは国家、地方政府、商工会、協会、関係団体など企業の社会的責任に関する優れた標準を知っていますか」という質問を設定したが、一部の回答者が「知っている」と記入したものの、CSRの標準ではないものが多く記入された。以上のように、質問17~19の3問におけるCSRの標準に関する調査結果から、国際機関および中国国内のCSRの標準に関する認知や普及がまだ広がっていないと言える。

(10) 質問20「取組んできた企業の社会的責任行動を挙げてください」

この質問は59社が取組んできた具体的なCSR行動を確認するものである(図4-10)。この質問の中で、選択肢に「その他」を設定したが、どの企業にも選択されていなかったため、図4-10のグラフには反映しなかった。付け加えて、この質問において回答者に選択した項目に関して具体的な取組事例の記入を要請したが、本論文では回答者が記入した具体的な取組の記述を省略する。

では、この質問の調査結果を見ておこう。まず、⑨顧客(80%)が最も多く選択されていたことが確かめられた。59社のうち47社が⑨顧客を挙げた。⑨顧客のほか、60%を超えた選択肢は⑩従業員(68%)、⑩寄付(66%)、⑩環境保全(63%)が挙げられた。次に、⑭安全管理活動(49%)、⑨災害援助(41%)と⑫出資者(41%)が比較的多く選択された。それとは逆に、取組の少ない項目として、⑤ボランティア育成、⑪基金の設立、⑬住民などが挙げられ、とりわけ、59社のうち、⑤ボランティア育成と⑪基金の設立を選択したものが4社

図 4-10 CSR 行動における具体的な取組



(出所) 筆者作成。

のみとなり、59社のうち7%で最も低い値となった。

それでは、ベスト3に入った⑲顧客、⑰従業員と⑩寄付を重点的に見ておこう。調査した企業では、企業と直接金銭のやりとりがある顧客、従業員といったステークホルダーがビッグアップされることが多かった。その中で、CSR 行動には顧客に注意を向ける必要があることが頻繁に取り上げられる。参考までに、第一生命経済研究所（2016、7ページ）が、顧客が企業とのコミュニケーションや企業のCSRをどのようにとらえているかについてアンケート調査を実施した結果、「社会や環境に良くない活動を行っている企業のモノは買いたくない」に当てはまるとした割合が70.6%であるのに対して、「社会や環境に良い活動を行っている企業のモノは積極的に買いたい」に当てはまるとした割合が63.3%であることを示した。この結果からも、企業と顧客が誠実かつ積極的なコミュニケーションを取ることで、信頼関係が構築できる可能性が示唆された。このように、顧客や従業員への取組については、企業によって事業領域内で企業戦略の一環として考えて実施されている。それに対して、寄付は一般的に事業領域外で企業が自主的に展開されている。寄付は自主的に行うものであるが、災害発生時のような緊急時の状況では、寄付はステークホルダーから強く要請され実施されることとなる。中国においては、寄付を表明するタイミングや寄付金額がしばしば注目されている。2008年の中国四川大地震に、中国の不動産大手「万科グループ」が初めに200万元（約3,400万円）を寄付したが、その金額が市民の期待を大きく下回ったため批判に晒された。その後も激しい批判が止まらず、結果的に同社が被災地に1億元（約17億円）を寄付すると表明した。それ以上に、支援に熱心でない企業が「ケチ企業」としてインター

ネットでリストアップされ、不買運動が展開されることとなった。リストアップされた企業は、最終的に寄付金額の増加など対応する羽目に陥った。このようなわけで、寄付金額の多寡で揺れ動いた社会において、マネジメントの観点から考えても、寄付活動を行わない、もしくは寄付金額を少なく拠出するという選択は後の企業イメージに大きな被害を与えるリスクがある。このように見てくると、中国の市民は企業の寄付行為の速さと金額を注目するため、調査した企業にもCSR行動において寄付を重要視していることがうかがえる。今後、中国企業にとっては、「ケチ」のレッテルが貼られないためにも、寄付がリスクマネジメントとして実施されることとなる。

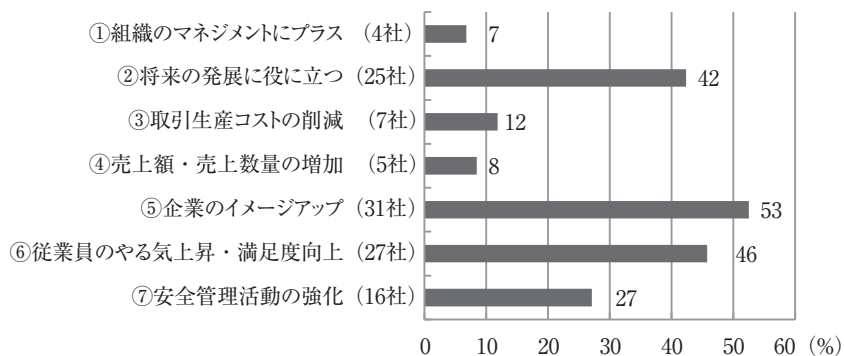
(11) 質問21「あなたは企業の社会的責任行動への取組が企業に役立つと思いますか」

この質問は、CSR行動を実施した企業にとっての有用性の確認である。59社のうち、56社が「役立つと思う」と回答した。「役立つと思う」と選択した回答者に対し、「どのようなことが期待されますか」という質問を設定した。図4-11は、CSR行動により期待されることの調査結果を示している。「⑤企業のイメージアップ」(53%)が最も多く、次に、「⑥従業員のやる気上昇・満足度向上」(46%)と「②将来の発展に役に立つ」(42%)が2位と3位で続いている。ほかに、「①組織のマネジメントにプラス」(7%)が最下位であり、「④売上額・売上数量の増加」(8%)が比較的低い値であることが確かめられた。この調査結果により、回答者はCSRの有用性において、企業のイメージアップ、従業員の満足度向上、企業の将来の発展を期待するが、企業のマネジメントや売上額・売上数量の増加にはそれほど期待していないと推測できる。

(12) 「企業の社会的責任行動で感じていること、ご意見がありましたらご自由にお書きください。」

ここでは、回答者の記述内容を抜粋して、アンケート調査項目に合致した内容を下記に列

図4-11 CSR行動により期待されること



(出所) 筆者作成。

挙する。第1に、ステークホルダーとのコミュニケーションに関して「顧客対応部門に寄せられる顧客の要望を入念に分析して商品・サービスの開発や改良に活かしているが、顧客に伝わりにくい」と書かれ、企業が実施した行動をステークホルダーに伝達しにくいという現実があるようである。第2に、ステークホルダーからのCSR行動への取組に関する意見および要請の有無について、「関係者やパートナーからの強い要請がなければ、自ら行動をあまり展開しない」と、自主的にCSR行動を実践していないことがうかがえる。第3に、ステークホルダーと共同でのCSR行動への取組の有無について、「社会的責任を進めるために、政府から資金面での支援が必要」や「行政から何らかの優遇がないとメリットとして見られないのでは」、「本業が忙しいため、時間を除けない」といった費用と時間というCSRのコストに関わる課題が記入されたことから、企業がCSRを戦略に落とし込み実践することは、乏しい企業資源などから困難であることが推測される。第4に、CSRの構築をめぐる社内体制について、「我が社の規模が小さいため、専門部署を設置して対応することが難しい」とCSRへの対応に手間がかかることが推し測れる。第5に、最高統治機関や関連委員会など組織におけるCSR行動への参画の有無について、「董事会が動いても、一時的で終わり、従業員一人一人の自主性を高めることが難しい」と、最高統治機関だけでなく、末端の従業員にもCSRの意識を普及することが重要である。第6に、CSRの標準について、「ISO9001を取得し取組んでいるが、コンサルティング料金など時間と費用がかかる。本業に関係していない社会的責任とかに関心を寄せてもらえない」とCSRの標準に関心度が薄いことがうかがえる。

それから、CSR行動に対する意識が挙げられる。記入事例を挙げると、「オーナーの考えに沿って社会的責任を展開するだけでなく、我々全員において意思統一が不可欠である」、「環境保護活動は売上増加に繋がらないが、今後引き続き取組んでいく必要がある」、「大企業のような高額な寄付はできないが、できることから実践していく」、「予算や人が確保しにくいですが、これからも社会的責任は実施したい」と積極的な回答が寄せられた。それだけでなく、一部の企業が別途に「地域社会の貢献に尽力したい」という強いメッセージが込められた。地域に密着してCSRを通じて地域コミュニティに貢献したいとする企業姿勢が見えてくる。

5. おわりに

本論文の調査分析結果は以下のようにまとめることができる。

まず、調査した企業においては、CSR報告書の発行が確認されなかった。2000年代以降、多くの企業がCSR報告書を利用して情報開示に取組んでいる。とりわけCSR先進企業は、ステークホルダーとのコミュニケーションの重要性を認識しつつある中、今後、中国企業で

も一定規模を持つ企業においてはCSR報告書を発行して多様なステークホルダーとの円滑なコミュニケーションを図ることが望まれる。次に、7割以上の企業がウェブサイトなどのインターネット・メディアにおけるCSRの情報公開も行っていないことが把握できた。企業によってCSR行動がそれほど実施されていないことが推察されるが、今日、ステークホルダーに届けたい情報をいかなる手段で伝達するかは、企業において課題となっている。企業とステークホルダーのコミュニケーションを活性化させるにあたっては、企業が自社によりCSRの情報を公開するほか、例えば地方政府、商工会、協会との連携による情報発信を視野に入れておくことが大切と考えられる。続いて、調査した企業では、重要なステークホルダーとして見られていたものについて、「顧客」、「従業員」、「環境」がトップ3に入った。「顧客」や「従業員」のように企業と直接金銭的取引のあるステークホルダーがピックアップされるとともに、環境問題に対する企業の関心も高まっていることがうかがえる。逆に、「非営利組織」、「商工会・関連事業協会」、「住民」という企業と直接金銭的取引を持っていないステークホルダーへの関心が薄いことが看取された。グローバル社会において、企業に対しては企業と直接金銭的取引のあるステークホルダーに加え、多様なステークホルダーが企業に責任を求めている。そのため、企業は様々なステークホルダーからの期待に対応していくこととなろう。さらに、第三者によるCSR行動への評価に関する調査では、約6割の企業が「なし」と回答した。現在、CSRに積極的に取り組む企業では、第三者評価が重要な活動方針として多くの企業で導入されるようになった。第三者評価によりCSRマネジメントの強化を目指した戦略的行動として展開することが可能であるため、今後、より多くの中国企業においては積極的に第三者評価を取り入れてCSRの考え方と取組の内容・成果について提示されることを期待する。そして、最高統治機関などの組織はCSR行動への参画に関しては、オーナーが多く関与しているとの回答が多く寄せられた。中小企業の一部には大企業と同じ株式会社形態を採用している。それにもかかわらず、中小企業と大企業の企業がガバナンスの形態は両者において若干違う。中小企業においてオーナーが出資し、自らが企業の所有者になり、かつ自らが企業活動を展開することが可能であるため、オーナーの自由裁量によってCSR行動が行える。そこで、中小企業の特徴となっているオーナー所有企業の在り方が問われる。従って、オーナーが社会性を無視して利益だけを追求するガバナンスを行うのではなく、ステークホルダーとの良好な関係を維持することが重要であろう。このほか、企業内部組織のCSR行動への参画に関しては、労働組合がCSR行動に関与する企業が多数見られた。中国は“世界の工場”と呼ばれているが、標準化された大量生産における従業員の単純労働の問題など様々な労働条件や労働問題を解決することに寄与するためとして、労働組合の機能発揮が欠かせないと考えられる。今後、中国企業において、労働組合がより一層積極的な関与によりCSR行動に寄与することに期待する。最後に、CSR行動を

行う動機は、企業により CSR 行動を企業戦略の一環として意識を保っている一方、調査した企業において、政府の要請により CSR 行動への取組に関する記述が多数見られたことから、必ずしも企業の競争力向上のために行っているわけではないことがわかる。それゆえに、中小企業は、外部のステークホルダーの要請により CSR 行動を実施するだけでなく、CSR 行動を体系的かつ計画的に実施することが望まれる。総じて、中小企業は資金をはじめ、人材といった経営資源が大企業に比べ相対的に乏しいことから、大企業のように量的にも優れた CSR 行動を展開するのは難しいと考えられる。とはいえ、中小企業にとっても CSR 行動に取組む意義は大きい。何度も指摘してきたように、アンケート調査の回答により政府といったステークホルダーからの要請としても考えられるが、中小企業自身の持続可能な発展にとっても、企業戦略の一環として考えるべき分野である。結果として企業の持続可能な発展につながり、社会全体の持続可能な発展に寄与することが期待される。

以上、中国の重慶市と湖北省59社を対象としたアンケート調査結果と課題を検討してきた。今後、このアンケート調査が中国の省や都市ごとの CSR 行動の調査に発展して、重慶市や湖北省の調査結果との比較で活用されることを期待する。

謝辞 本研究は重慶市と湖北省の企業担当者の支援を得て調査できましたこと、調査に協力して頂いた皆様に深く感謝します。

参考文献

- 経済広報センター (2013) 「CSR に関する意識調査報告書」(一般財団法人経済広報センター) 1-34 ページ。
- 第一生命経済研究所 (2016) 「関東・関西在住の20~69歳の男女2000名に聞いた『企業と消費者のコミュニケーション』—消費者における「情報のフィードバック」と「企業の CSR 活動を見る目」」(第一生命経済研究所) 1-10ページ (http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2015/news_1603.pdf) (2017年3月29日確認)。
- 田中廣滋 (2008) 「環境戦略企業の持続可能性へのインセンティブ分析—中国における調和社会と企業の社会的責任」(『経済学論纂(中央大学)』第48巻5・6合併号) 17-40ページ。
- 谷本寛治 (2013) 『責任ある競争力—CSR を問い直す』NTT 出版。
- 玉村雅敏編・上木原弘修・小島敏明・横田浩一・井上貴至・池本修悟ほか著 (2016) 『ソーシャルバワアの時代—「つながりのチカラ」が革新する企業と地域の価値共創(CSV)戦略—』産学社。
- 中小企業庁 (2014) 『中小企業白書2014年版 小規模事業者への応援歌』日経印刷 (http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/PDF/10Hakusyo_part3_chap5_web.pdf) (2017年3月29日確認)。
- 中小企業庁 (2015) 『中小企業白書2015年版 地域発, 中小企業イノベーション宣言!』日経印刷 (http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/chusho/08Hakusyo_part3-1_web.pdf) (2017年3月29日確認)。
- 中小企業庁 (2016) 「中小企業金融・信用補完制度の国際比較について」(中小企業庁) 1-9 ページ

- (<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/kihonmondai/2016/download/160701kihonmondai5.pdf>) (2017年3月29日確認)。
- 程天敏 (2014) 「中国の湖北省22社と重慶市25社の企業の社会的責任における行動分析」(『現代中国』第88号) 69-79ページ。
- 程天敏 (2015) 「中国企業の社会的責任に関する経済学的分析」(『中央大学経済学研究科博士論文』) 1-130ページ。
- 日経新聞 (2015) 「英BP、2.5兆円の和解金 米司法省と合意」日本経済新聞 2015年10月6日。
- 日経新聞 (2016) 「VW、1.5兆円支払いで米当局と和解 排ガス不正で」日本経済新聞 2016年6月28日。
- Porter, Michael E. and Kramer, Mark R. (2011), ハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳「Creating Shared Value: 経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略」『ハーバード・ビジネス・レビュー』ダイヤモンド社 2011年3月号) 8-31ページ。
- Buhr, N., Gray, R. and Milen, M. J. (2014), "Histories, Rationales, Voluntary Standards and Future Prospects for Sustainability Reporting: CSR, GRI, IIRC and Beyond", in Bebbington, J., Unerman, J. and O'Dwyer, B. (ed.), *Sustainability Accounting and Accountability*, Second Edition, New York: Routledge.
- Carroll, A. B. (1991), "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders," *Business Horizons*, Vol. 34, No. 4, pp. 39-48.
- Carroll, A. B. (2008), "A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices", in Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J. and Siegel, D. (eds), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, New York: Oxford Univ. Press, pp. 19-46.
- Elkington, J. (1999), *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Minnesota: Capstone Publishing Ltd.
- Freeman, Edward R. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Harpercollins College Div.
- Friedman Milton (1962), *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press (熊谷尚夫・西山千明・白井孝昌訳 (1975) 『資本主義と自由』マクローヒル好学社)。
- GRI (2013), *G4 GRI Sustainability Reporting Guidelines Implementation Manual*, Global Reporting Initiative (<https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI4-Part2-Implementation-Manual.pdf>) (2017年3月29日確認)。
- Rinaldi, L., Unerman, J. and Tilt, C. (2014), "The Role of Stakeholder Engagement and Dialogue within the sustainability Accounting and Reporting Process", in Bebbington, J., Unerman, J. and O'Dwyer, B. (ed.), *op. cit.*, pp. 86-107.
- Sheldon, O. (1924), *The Philosophy of Management*, Isaac Pitman & Sons Ltd. (企業制度研究会訳 (1975) 『経営のフィロソフィー—企業の社会的責任と管理』雄松堂書店)。
- 重慶市人民政府「市情簡介」重慶市政府網 (<http://www.cq.gov.cn/cqgk/82835.shtml>) (2017年3月29日確認)。
- 重慶市統計局 (2017) 「2016年重慶市経済運行情況」重慶市政府網 2017年1月20日。
- 工業和信息化部・国家統計局・国家發展和改革委員会・財政部 (2011) 「関与印発中小企業画型標準規定的通知」中国政府網 2011年6月18日。
- 国家統計局 (2011) 「国民経済行業分類新旧類目対照表」北京市統計局国家統計局北京調査総隊 2011年8月16日。

- 国家統計局 (2017) 「2016年4季度和全年我国GDP初步核算結果」国家統計局 2017年1月21日。
- 湖北省人民政府「省情」湖北省人民政府門戶網 (<http://www.hubei.gov.cn/2015change/2015sq/>) (2017年3月29日確認)。
- 湖北省人民政府 (2017) 「2016年湖北經濟運行情況新聞發布會」湖北省人民政府門戶網 2017年1月19日。
- 李揚顧問・黃群慧・鐘宏武・張蕙・翟利峰著 (2016) 『中国企業社会責任研究報告 (2016)』社会科学文献出版社。
- 人民網 (2016) 「上海市嘉定区人民法院对福喜案作出一審判決」2016年2月1日。
- 搜狐網 (2016) 「官民連手囤堵污染企業 中小企業失業潮將撲面而來」2016年8月31日。
- 商道縱橫 (2016) 「價值發見之旅：企業社会責任報告研究2015」(『商道縱橫』) 1-22ページ。
- 新華網 (2016) 「上海福喜食品被罰近1700万 將被納入黑名單」2016年10月3日。
- 新華網 (2017) 「食藥監總局責成天津市核査調味品造假行為」2017年1月16日。
- 中小企業局 (2016) 「促進中小企業發展規画 (2016-2020年)」工業和信息化部 2016年6月28日。
- 鐘宏武・魏紫川顧問・張蕙等著 (2017) 『中国企業社会責任報告 (2016)』經濟管理出版社。