



生活経済ジャーナリスト  
和泉昭子

日本FP協会CFP認定者。OLからアナウンサーを経て、現職へ。各種メディアで、お金とキャリアに関する情報を発信中。近著に「シングルのための夢をかなえるマネー作法」(日本経済新聞社)

## OL economic terms 経済用語事典

# CSRが企業にとって重要な時代に

先日、某保険会社主催のチャリティコンサートに行ってきた。小児がんと闘う子どもを支援する目的で毎年行われているものだが、最近、こうした企業の社会貢献活動が目立っている。

これは、従来、企業の価値は本業の事業の利益により判断されていたものが、同時にどれだけ社会貢献しているかという視点でも評価されるようになったことの表れ。この考え方を、「企業の社会的責任(CSR=Corporate Social Responsibility)」という。企業はこれまでも製品やサービスの提供、雇用創出、納税などで社会貢献してきたが、ここ数年、より高度で多様なCSRが求められている。

具体的には、「マルチ・ステークホルダー」という考え方。ステークホルダーとは企業となんらかの利害関係がある主体のこと。つまり、マルチ・ステークホルダーとは、企業活動を行う上でかかわるすべての人のことを指し、株主や顧客、従業員、取引先、金融機関、政府や地域住民などが含まれる。企業はこうしたすべてのステークホルダーに配慮しながら、利益を実現し、責任を果たしていくことが必要な時代になったのだ。

さまざまな相手に責任を果たすなんて、負担が増すだけのように思えるが、企業は積極的にCSRに取り組んでいる。なぜだろう。

これは、情報社会の中で、すべて

のステークホルダーがそれぞれの立場で企業を評価するようになったことが大きな理由。逆に言えば、CSRを積極的に推進することは企業イメージを高めることになり、消費者や投資家の信頼を獲得したり、優秀な従業員を集めることが可能になるわけだ。そうなれば、経営基盤が強固になり、中長期的な競争力の向上や、持続的な成長に結びつくことになるだろう。

欧米では、CSRを考慮する「社会的責任投資(SRI=Socially Responsible Investment)」を行う女性も多い。最近は株式投資が人気だが、銘柄選びの一つの基準に、こうした観点を取り入れてみてはどうだろう。

▶この記事に関する意見・問い合わせ シティ編集部 ☎03(5208)4520